

INFORME DE NECESSITAT DEL CONTRACTE MENOR AMB CONCURRÈNCIA

DADES DEL CONTRACTE

Núm. expedient: C260000976	Petició de contracte: 006_P2600954
Orgànic: 0423	Òrgan peticionari: 01400178
CPV: 79340000-9	Tipus contracte: Serveis
Programa: 33812	Econòmic: 22605
Ús de sistemes d'informació: No	Propietat: -
Tècnic responsable del contracte: Laura Bayo	
Objecte: Estratègia digital, continguts i difusió de xarxa social IG BAM i creació visuals xarxes socials Mercè 2026	
Pressupost de licitació (IVA inclòs) 16.940,00 € IVA tipus 21%	
Pressupost net (sense l'IVA) 14.000,00 € <i>Aquest pressupost net no pot ser superat per l'oferta del licitador.</i>	

ANTECEDENTS

L'Institut de Cultura de Barcelona (ICUB), mitjançant el Departament de Comunicació gestiona la comunicació de La Mercè, la Festa Major de Barcelona, un esdeveniment que se celebra al voltant del dia 24 de setembre (festivitat de La Mercè). La programació festiva de La Mercè ofereix a la ciutadania una àmplia oferta d'espectacles per a tots els públics, entre els quals destaca el festival BAM Barcelona Acció Musical i BAM Acció Cultura Viva.

La programació dels concerts inclosos al festival BAM de La Mercè es difonen a través d'una campanya 360° que inclou senyalització al carrer i als espais que acullen concerts, xarxes socials pròpies, canals digitals – amb una web i una app de referència – i elements en paper (cartellera, programa de mà, etc.).

Les xarxes socials de BAM són l'aparador de tots els concerts de música emergent que es poden gaudir als escenaris a la ciutat de Barcelona durant La Mercè, i dels concerts que tenen lloc als equipaments de la ciutat de Barcelona la resta de l'any fins a la finalització del contracte. Aquestes xarxes socials tenen el seu punt àlgid durant els dies de La Mercè i en els dos mesos previs a la celebració de la festa major (a partir de la presentació pública del cartell de concerts al mes de juliol). Tanmateix mantenen la seva activitat durant tot l'any, fent d'altaveu de propostes emergents a la ciutat.

Per a la difusió a les xarxes socials del BAM de tota la programació, cal preveure una estratègia digital, la creació de còpies i de materials visuals dels concerts previstos, la gestió de les xarxes socials, i la recollida i anàlisi d'indicadors.

Les accions comunicatives digitals es consideren una eina fonamental per difondre l'activitat, fomentar la participació i la interlocució ciutadana, així com l'estratègia de comunicació per públics.

Les prestacions descrites fan referència a un servei de difusió en xarxes socials global i unitari, que per a una correcta execució dels treballs, no pot fraccionar-se i realitzar-se de forma independent. Aquest fraccionament exigiria una coordinació i una planificació global dels treballs per a una correcta execució global de les prestacions que resulta desproporcionada per a les finalitats d'interès públic que es persegueixen en l'execució d'aquestes. Es conclou, així, que no s'ha fraccionat l'objecte d'aquest contracte per eludir els procediments de contractació, ja que esdevé una unitat funcional que permet el seu aprofitament individual sense la necessitat de prestacions accessòries o complementaries.

Atès que, aquesta prestació no pot ser proporcionada directament per l'ICUB, perquè no disposa dels mitjans personals i/o materials necessaris per a la realització de les esmentades actuacions, es proposa la contractació externa per realitzar-lo mitjançant un contracte menor, tal com es preveu en la Llei 9/2017 de contractes del sector públic.

D'acord amb l'article 118.2 de la Llei 9/2017, de 8 de novembre, de Contractes del Sector Públic (LCSP), s'ha comprovat que queda justificada la necessitat del contracte i no s'està alterant el seu objecte per evitar l'aplicació dels llindars indicats en l'article 118.1.

DESCRIPCIÓ DE L'OBJECTE. PRESCRIPCIONS TÈCNIQUES

Les festes de la Mercè comptem amb canal a xarxes socials específiques per a la difusió del festival BAM, que requereixen de la seva estratègia, elaboració de continguts, difusió i anàlisi d'indicadors.

Xarxes socials BAM:

Instagram: @FestivalBAM. 17.500 seguidors; 859 posts
(Dades a 22 de maig de 2026)

Amb dades de La Mercè 2025, s'estima un màxim de 40 concerts BAM, dels 100 concerts totals de la Mercè.

Tasques

Per tal de dur a terme aquesta tasca, el Departament de Comunicació de l'ICUB requereix de l'empresa:

1. Dissenyar, acordar amb l'ICUB i desenvolupar **una estratègia per a les xarxes socials del BAM** per donar a conèixer el relat del festival, la programació i grups que hi participen, a difondre des de mitjans de juliol de 2026 (presentació pública dels concerts BAM a La Mercè), durant els dies de La Mercè (quatre dies entorn al 24 de setembre) i 7 dies després de la seva finalització amb temàtica La Mercè 26, i fins a la finalització del contracte amb temàtica música emergent als equipaments municipals de la ciutat. L'estratègia a xarxes socials del BAM haurà

d'estar relacionada amb la resta de la campanya de comunicació de La Mercè, que serà aportada des de l'ICUB.

2. L'empresa **tindrà en compte els perfils a xarxes socials (les mateixes que tingui BAM) dels grups participants en La Mercè** en la seva estratègia a través de diferents accions, que seran aprovades pel departament de Comunicació de l'ICUB. Per a tal fi, caldrà contactar-hi per informar i acordar les accions.
3. L'empresa haurà de fer **difusió dels continguts textuais, visuals o audiovisuals** dels concerts inclosos a La Mercè, d'acord amb l'estratègia de xarxes socials i de públics pactada amb l'ICUB. En aquest sentit l'empresa adjudicatària haurà de preparar copys, dissenyar visuals i difondre peces audiovisuals, que podran ser compartits amb els grups participants en el festival.
4. Durant els quatre dies del festival BAM i en els mesos previs, caldrà crear continguts que incentivin l'assistència de públic durant La Mercè, inclosos clips audiovisuals d'una selecció de grups BAM.
5. La resta de l'any caldrà fer seguiment de la cartellera barcelonina amb especial atenció a la difusió de les activitats musicals programades des de l'Institut de Cultura (Barcelona Districte Cultural, Sons de Ciutat, Cases de la Música, espais de música en viu, etc.).
6. L'idioma principal de les comunicacions de La Mercè és el català, amb la possibilitat de fer alguna publicació en un altre idioma. En el cas de mencions o respostes, es respectarà l'idioma que faci servir l'usuari sempre que sigui possible (castellà i anglès). Caldrà la revisió de tots els continguts previs a la publicació per garantir la correcció ortogràfica. Es requereix Nivell C de català.
7. El disseny dels visuals (amb foto i/o vídeo) a difondre aniran a càrrec de l'empresa. L'empresa rebrà de l'ICUB plantilles (Indesign, Canva o similar) i el material promocional facilitat pels artistes per tal que generi els visuals dels concerts programats a La Mercè 2026. Es preveuen peces per a xarxes socials en format 4:5 i 9:16 de fins a 100 concerts.
8. L'empresa haurà de realitzar també els visuals en format 4:5 i 9:16 d'altres espectacles artístics de La Mercè 2026 (fins a 25) amb les plantilles (Indesign, Canva o similar) i el material promocional facilitat pels artistes.
9. Els visuals realitzats per l'empresa seran arxivats en un repositori telemàtic (drive o similar) compartit amb el departament de comunicació de l'ICUB, i que es podrà obrir als *community managers* de la resta de xarxes municipals i a l'accés dels artistes i companyies en la forma i dates que l'ICUB consideri d'acord amb la seva estratègia de comunicació.
10. Aquests visuals s'inclouran en la programació digital que realitzi la persona *community manager* del festival BAM i en les programacions de les xarxes de Barcelona Cultura.
11. Caldrà coordinar-se amb la resta de xarxes municipals, amb qui es compartirà la informació i el material generat per a la difusió del BAM.
12. L'ICUB disposarà d'equips de fotògrafs oficials que duran a terme una cobertura informativa d'una selecció de concerts per nodrir les xarxes socials durant els dies de La Mercè. L'empresa adjudicatària complementarà aquesta cobertura informativa *insitu* de les actuacions previstes en el festival durant els dies de festa

major, ja sigui amb copys de text, fotografies d'ambient o petits clips (reels/stories) en almenys 1 dels escenaris BAM cada dia, cobrint almenys 2 actuacions en aquell escenari.

13. L'empresa haurà de preparar calendaris quinzenals de publicacions que haurà de validar amb el departament de Comunicació de l'ICUB.
14. Deu dies després de la celebració de les festes de La Mercè es lliurarà un informe amb mètriques de les xarxes del festival BAM post Mercè per al control de l'estat de les xarxes i la valoració de les accions i de resultats, amb detall de possibles millores.
15. Caldrà preparar un informe anual amb indicadors qualitius i quantitatius amb anàlisis, valoracions i mètriques que visualitzin l'engagement del contingut a les xarxes socials de Festival BAM. A incloure: impressions, abast, interaccions, seguidors i publicacions, així com possibles millores del servei que es desprenguin de l'anàlisi de les dades.
16. Es faran reunions amb l'equip responsable d'ICUB per al seguiment de la gestió de les xarxes socials i atenció a necessitats que sorgeixin durant la prestació del contracte.
17. Seran de compliment obligat els criteris per al manteniment de canals digitals del pla estratègic recollit en la circular núm. 1115/18 de la Gasetta Municipal:
https://ajuntament.barcelona.cat/guia-comunicacio-digital/files/GM_2018_16852.pdf
18. Caldrà seguir les indicacions marcades a la Guia de bones pràctiques en les xarxes socials elaborada per l'Institut de Cultura de Barcelona:
<https://docs.google.com/document/d/1nUshN22tVTxW9sf3INfH8LsYEB2mG8Jg/edit?usp=sharing&oid=116043033079255917081&rtpof=true&sd=true>
19. Caldrà seguir el volum mínim de publicacions a les xarxes del festival BAM que s'indica:

Volum de publicacions

Instagram

La gestió del canal d'Instagram inclou:

- Publicació d'un mínim d'1 a 3 publicacions al timeline per setmana, incrementant el nombre de publicacions durant l'esdeveniment a 2 diaris.
- Publicació d'un mínim d'1 a 3 contingut a Instagram Stories per setmana, incrementant el nombre de publicacions durant l'esdeveniment a un mínim de 3 diaris.
- Seguiment de notifiacions (likes, compartits, comentaris...), interactuant amb els seguidors.
- Recerca dels hashtags relacionats amb el festival per crear interacció amb els nostres seguidors i possibles futurs seguidors.
- Gestió de la imatge del perfil i contingut de la bio.
- Les fotografies que es pengin a Instagram han de ser de l'equip oficial de fotògrafs de La Mercè o pròpies dels artistes. Opcionalment poden ser pròpies si tenen qualitat fotogràfica i són adients per al canal, previ acord amb l'ICUB.

Requisits tècnics

Els licitadors hauran de tenir:

1. La persona referent del contracte que durà a terme les tasques descrites ha de disposar de la titulació de Grau en Comunicació o Periodisme.
2. Domini de Metricool, de Indesign o Canva, i d'edició de fotografia i vídeo.
3. Disposar del Nivell C1 de català.
4. Experiència acreditable en serveis de comunicació digital i social media en xarxes d'esdeveniments culturals impulsats per ens públics, relacionats amb l'objecte d'aquest contracte, amb comunitats de més de 14.000 seguidors, en tasques d'estratègia i community manager, els darrers dos anys.
5. Coneixement profund del festival BAM així com de les companyies i col·lectius del sector de la ciutat de Barcelona i de l'Estat Espanyol.
6. Coneixement de la gestió i funcionament dels esdeveniments culturals i d'arts escèniques promoguts per institucions públiques.
7. Coneixements de català i castellà, a tots els nivells; i ampli coneixement d'anglès. Correcció ortogràfica i gramatical de tots els textos que es generin.
8. Disposar de la infraestructura tecnològica necessària per assumir els requeriments dels serveis inclosos en aquest contracte.
9. Disponibilitat per a reunions periòdiques amb el Departament de Comunicació de l'ICUB per fer seguiment del procés i establir línies de treball i objectius.
10. Disponibilitat per assistir cada dia als concerts BAM per a la realització de còpies i fotografies dels concerts durant els dies de La Mercè i fer-ne difusió a les xarxes BAM immediata.

Calendari orientatiu

A continuació s'indica un calendari orientatiu:

Juny

Recepció de materials (fotografies en jpg i vídeos curs) enviat de part dels artistes, desenvolupament de l'estratègia digital a xarxes socials BAM i preparació de continguts (textos i imatges al canva).

Juliol

Roda de premsa de presentació de cartell, autoria cartell, pregoner/a, espectacles vinculats a la Ciutat convidada (Shangai). Sortida web/app (Mercè) amb continguts presentats públicament.

Roda de premsa de presentació dels espectacles de música
Sortida web/app (Mercè i BAM) amb continguts presentats públicament

Finals Agost

Inici de la campanya genèrica de publicitat

Setembre

Roda de premsa de Mercè resta de festivals culturals i sortida web /app Mercè amb tots els espectacles.

Celebració de La Mercè entorn al 24 de setembre

Octubre – Desembre

Anàlisi d'indicadors dels dies de La Mercè

Manteniment informatiu de les xarxes socials BAM

Objectius de comunicació

- Difusió pública de la programació del Festival BAM de La Mercè 2026
- Informar dels diferents concerts, escenaris i horaris específics de la programació
- Despertar interès per assistir als concerts del Festival BAM
- Generar notorietat a la celebració de La Mercè 2026
- Vincular el Festival BAM amb La Mercè
- Garantir la coherència de relat de tota l'oferta del Festival BAM
- Fomentar una comunicació específica a públics
- Generar tràfic al web i a l'app de La Mercè 2026
- Coordinació amb els grups programats al Festival BAM

Públics

- Públic jove
- Ciutadania en general

Criteris d'adjudicació

Les ofertes presentades seran valorades segons els següents criteris:

Criteri 1. Per l'oferta econòmica.

Puntuació màxima de 70,00 punts.

S'atorgarà la màxima puntuació a la licitadora que formuli el preu més baix que sigui admissible, és a dir, que no sigui anormalment baix i que no superi el pressupost net de licitació, i, a la resta d'empreses licitadores, la distribució de la puntuació es farà aplicant la següent fórmula establerta per Instrucció de la Gerència Municipal i aprovada per Decret d'Alcaldia de 22 de juny de 2017, publicat en la Gasetta Municipal del dia 29 de juny, i modificada per Decret d'Alcaldia, de 22 de febrer de 2018, publicat en la Gasetta Municipal el dia 5 de març:

$$\left(\frac{\text{Pressupost net licitació} - \text{oferta}}{\text{Pressupost net licitació} - \text{oferta més econòmica}} \right) \times \text{Punts màx} = \text{Puntuació resultant}$$

Es considerarà baixa temerària una diferència 10% per sota la mitjana de les ofertes, o en el cas d'un únic licitador, del 15% respecte el pressupost net de licitació.

Criteri 2. Per l'experiència professional de la persona adscrita a l'execució del contracte en tasques dinamització de xarxes socials. Fins a 10 punts

En aquest criteri es valora l'experiència acreditable en serveis de comunicació digital i social media en xarxes d'esdeveniments culturals impulsats per ens públics, relacionats amb l'objecte d'aquest contracte, amb comunitats de més de 14.000 seguidors, en tasques d'estratègia i community manager. Aquesta experiència prèvia assegura la capacitat de treballar amb identitats institucionals consolidades, grans volums de públic i calendaris exigents, garantint resultats rigorosos, coherents i adaptats a l'escala i visibilitat pròpia d'esdeveniments culturals de gran abast.

Es valorarà de la següent forma:

0,00 punts	Experiència acreditable en serveis de comunicació digital i social media en xarxes d'esdeveniments culturals impulsats per ens públics, relacionats amb l'objecte d'aquest contracte, amb comunitats de més de 14.000 seguidors, en tasques d'estratègia i community manager, els darrers 2 anys.
3,00 punts	Experiència acreditable en serveis de comunicació digital i social media en xarxes d'esdeveniments culturals impulsats per ens públics, relacionats amb l'objecte d'aquest contracte, amb comunitats de més de 14.000 seguidors, en tasques d'estratègia i community manager, en els darrers 3 anys.
5,00 punts	Experiència acreditable en serveis de comunicació digital i social media en xarxes d'esdeveniments culturals impulsats per ens públics, relacionats amb l'objecte d'aquest contracte, amb comunitats de més de 14.000 seguidors, en tasques d'estratègia i community manager, en els darrers 4 anys.
10,00 punts	Experiència acreditable en serveis de comunicació digital i social media en xarxes d'esdeveniments culturals impulsats per ens públics, relacionats amb l'objecte d'aquest contracte, amb comunitats de més de 14.000 seguidors, en tasques d'estratègia i community manager, des de fa més de 5 anys.

L'acreditació d'aquesta experiència s'haurà de justificar amb la presentació d'almenys una de les següents opcions en el moment de registrar l'oferta:

- a. certificat de serveis prestats o de bona execució emès per la institució corresponent o per l'òrgan del qual depèn. Caldrà annexar per a cada certificat una breu descripció que contingui: institució que ha fet l'encàrrec, nom de l'exposició del projecte executat, descripció succinta de les feines realitzades i any del projecte.
- b. facturació electrònica o relació de factures electròniques dels projectes executats en institucions. Caldrà annexar per cada factura electrònica o relació de factures electròniques d'un mateix projecte, una breu descripció que contingui: institució que ha fet l'encàrrec, nom de l'exposició del projecte executat, descripció principal de les feines realitzades i any del projecte.

criteri 3. Per l'increment de personal de l'equip professional adscrit a l'execució del contracte. Fins a 10 punts

0,00 punts	Equip professional integrat per una persona amb Grau de Comunicació o Periodisme adscrita a les tasques objecte d'aquesta licitació. No incorporació de personal adicional.
10,00 punts	Incorporació d'una segona persona amb Grau de Comunicació o Periodisme adscrita a les tasques objecte d'aquesta licitació.

criteri 4. Per l'acreditació del Nivell de català. Fins a 10 punts

La capacitació del Nivell (C1 i C2) de català millora la qualitat dels textos a difondre pels canals de xarxes socials. Aquesta competència reforça la qualitat comunicativa, i facilita evitar les errades lingüístiques en les tasques objecte d'aquest contracte.

0,00 punts	La persona de referència executora dels serveis en licitació disposa del Nivell C1 de català
10,00 punts	La persona de referència executora dels serveis en licitació disposa del Nivell C2 de català

S'haurà d'acreditar mitjançant els Certificats i títols vàlids per acreditar els coneixements de llengua general de català a Catalunya i títol de batxillerat a Catalunya (*) en el moment de registrar l'oferta.

()'Ordre PLG/58/2025, de 9 d'abril, sobre els certificats, els diplomes i els títols vàlids per acreditar els coneixements de llengua general de català davant les administracions públiques, al marge dels ensenyaments obligatoris i post-obligatoris no universitaris).*

LLOC DE REALITZACIÓ DE LA PRESTACIÓ

La prestació s'ha de realitzar en la pròpia seu de l'empresa adjudicatària i als espais on tenen lloc les activitats a la via pública o instal·lacions de La Mercè.

INICI DE LES PRESTACIONS I TERMINI D'EXECUCIÓ

La prestació s'iniciarà a partir de l'endemà de la data d'adjudicació.

Es preveu una durada de 7 mesos: juny, juliol, agost, setembre, octubre, novembre i desembre.

La dedicació estimada per mesos és:

- Juny: baixa
- Juliol: Alta
- Agost: Alta
- Setembre: Alta
- Octubre: baixa
- Novembre: baixa
- Desembre: baixa

RESPONSABLE DEL CONTRACTE

Com a responsable del contracte es designa En/Na Laura Bayo i Sererols.

TRAMESA D'OFERTES

Les empreses ofertants hauran d'enviar les seves ofertes mitjançant el **Portal de Contractació Electrònica de l'Ajuntament de Barcelona** (<https://licitacions.bcn.cat/>). No s'admetrà cap altra forma d'enviament o lliurament de l'oferta.

L'oferta s'haurà d'emplenar segons el model de presentació d'ofertes que s'adjunta. L'oferta haurà d'estar degudament signada per l'empresa.

NOTIFICACIÓ DE L'ADJUDICACIÓ

L'adjudicació del contracte es notificarà a l'interessat i es publicarà de forma agregada en el Perfil de Contractant d'acord amb allò previst a l'article 63.4 de la LCSP.