INFORME DE NECESSITAT CONTRACTE MENOR AMB CONCURRÈNCIA PER A INVERSIONS PUBLICITÀRIES A XARXES SOCIALS DEL MUSEU D'HISTÒRIA DE BARCELONA.

Dades del contracte

Petició de contracte:	006_P2601824
Tipus de contracte:	Serveis
Objecte:	Inversions publicitàries a xarxes socials del Museu d'Història de Barcelona
CPV:	79340000-9 Serveis de publicitat i màrqueting
Pressupost (IVA inclòs):	**17.545,00 € IVA inclòs** L'any 2026: 2.420,00 €, IVA inclòs. L'any 2027: 15.125,00 €, IVA inclòs. **TOTAL: 17.545,00 € IVA inclòs.**
Tipus d'IVA:	21 %
Pressupost net (sense l'IVA): *Aquest pressupost net no pot ser superat per l´oferta.*	**14.500 €** **Any 2026 (fins al 31 de desembre de 2026)** Total anualitat 2026: 2.000,00 € **Any 2027 (fins al 31 de juny de 2027)** Total anualitat 2027: 12.500,00 €
Aplicació pressupostària:	Orgànic 1423/Econòmic 22605/Programa 33313

Antecedents

El Museu d'Història de Barcelona ha impulsat en els darrers anys una estratègia decidida de digitalització i difusió dels seus continguts culturals. Dins d'aquest marc, es planteja consolidar-se com un referent en la generació i distribució de continguts audiovisuals de qualitat especialitzats en la història, el patrimoni i la cultura de Barcelona, mitjançant canals digitals i xarxes socials com Instagram, Facebook i YouTube.

Aquesta línia d'actuació té com a objectiu ampliar l'abast de l'activitat del Museu més enllà dels seus espais físics, arribar a nous públics, reforçar la vinculació amb les comunitats digitals existents i incrementar la visibilitat de la institució en l'entorn en ínia, en coherència amb les seves funcions de conservació, recerca i difusió del patrimoni històric de la ciutat.

Amb aquesta finalitat, el Museu d'Història de Barcelona ha iniciat la tramitació del contracte del servei de creació de continguts i gestió de les xarxes socials del Museu d'Història de Barcelona. Mentre no es formalitzi el corresponent contracte, resulta necessari mantenir les actuacions d'inversió publicitària digital destinades a la promoció dels continguts, activitats i projectes del museu. Per aquest motiu es tramita aquest contracte menor amb concurrència, de caràcter temporal i limitat, centrat específicament en la gestió i execució d'inversions publicitàries a xarxes socials i plataformes digitals.

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.

Respecte del punt 6.1 de la Instrucció per a l'aplicació de la Llei 9/2017, de 8 de novembre, de Contractes del Sector Públic, aprovada per Decret de la Comissió de Govern 2018/160, de 8 de març, s'utilitza el contracte menor perquè no es viable ni eficient efectuar un altre procediment d'adjudicació.

Descripció de l'objecte. Prescripcions tècniques

La prestació objecte del contracte consisteix principalment en gestionar les campanyes d'inversió publicitària que permetin ampliar la difusió dels continguts, activitats i programes del Museu entre públics potencialment interessats, optimitzant l'ús dels recursos econòmics destinats a promoció digital. També inclou la planificació, configuració, contractació, gestió, seguiment i optimització de les inversions publicitàries digitals del Museu d'Història de Barcelona a les xarxes socials i plataformes digitals.

L'objectiu del servei és incrementar la difusió dels continguts, activitats i programes del Museu, augmentar la notorietat dels seus canals digitals i assolir els diferents objectius de comunicació establerts pel Museu mitjançant accions de promoció de pagament.

Aquest contracte té com a finalitat principal la gestió de la inversió publicitària i la contractació de promocions i anuncis digitals. En cap cas constitueix un servei ordinari de creació de continguts, community management, producció audiovisual, disseny gràfic o gestió integral de les xarxes socials del Museu. Els continguts objecte de promoció seran facilitats principalment pel Museu d'Història de Barcelona.

Les prestacions incloses en el contracte seran les següents:

- Configuració i/o implementació de campanyes publicitàries a Meta (Facebook i Instagram), YouTube, Google i altres plataformes digitals que es considerin adequades.
- Definició i segmentació dels públics objectius.
- Gestió i optimització de les campanyes durant la seva execució.
- Distribució de la inversió entre les diferents plataformes i campanyes d'acord amb els objectius definits pel Museu.
- Seguiment del rendiment de les accions publicitàries i proposta d'ajustos o millores.
- Elaboració d'informes simplificats de resultats i rendiment de les campanyes.
- Assistència a reunions de coordinació i seguiment presencials o telemàtiques.

A títol orientatiu, les actuacions que es podran encarregar inclouen:

- Campanyes de captació de nous seguidors o subscriptors.
- Campanyes de promoció de publicacions ja realitzades pel Museu.
- Campanyes de promoció de continguts que es publiquin durant la vigència del contracte.
- Campanyes de notorietat i posicionament institucional.
- Campanyes destinades a incrementar el trànsit cap al web del Museu.
- Campanyes per promocionar exposicions, activitats, itineraris, conferències, cursos, jornades o altres programes del Museu.
- Campanyes destinades a incrementar inscripcions, reserves o compres d'entrades.
- Campanyes segmentades dirigides a públics específics segons criteris geogràfics, d'edat, interessos o comportaments digitals.
- Gestió de campanyes (SEM/Publicitat) a Youtube**:** creació i gestió de campanyes a YouTube i/o altres xarxes socials per dirigir trànsit qualificat al canal.

L'empresa adjudicatària podrà formular recomanacions estratègiques, propostes de segmentació, suggeriments de millora o observacions sobre els continguts objecte de promoció. Tanmateix, no s'inclou amb caràcter ordinari la creació de textos, dissenys gràfics, audiovisuals, fotografies, vídeos, il·lustracions, creativitats publicitàries ni cap altre material de comunicació, llevat de petites adaptacions tècniques indispensables per a la correcta configuració de les campanyes.

L'empresa adjudicatària haurà d'assistir a les reunions de seguiment que es convoquin i facilitar informació actualitzada sobre l'estat de les campanyes, la despesa executada i els resultats obtinguts.

Borsa d'inversió publicitària

El contracte inclou una borsa total d'inversió publicitària no reduïble fixada en 11.000,00 €, que constitueix una partida fixa destinada exclusivament a la compra efectiva d'espais publicitaris i promocions de pagament i no serà objecte de baixa econòmica per part de les empreses licitadores. Les ofertes econòmiques únicament podran presentar baixa sobre l'import corresponent als serveis de gestió de les campanyes.

Aquesta partida inclou les inversions efectuades en plataformes com Meta (Facebook i Instagram), YouTube, Google i altres eines equivalents que es considerin adequades per assolir els objectius de comunicació del Museu.

La borsa destinada a la compra d'espais publicitaris no és susceptible de reducció ni de baixa per part de les empreses licitadores. Aquesta quantitat es destinarà exclusivament a la contractació efectiva d'espais publicitaris i promocions digitals.

La quantia del pressupost base es considera estimativa i té el caràcter de pressupost màxim i limitatiu d'aquest contracte condicionat a la quantitat de serveis que efectivament realitzi l'empresa contractista en funció dels serveis requerits, aplicant els corresponents preus unitaris.

L'ICUB no està obligat a exhaurir el pressupost en atenció a què el preu final es determina en funció de les necessitats del Museu d'Història de Barcelona. Només s'abonarà l'import de les diferents factures, corresponent a les inversions efectivament executades i justificades durant el període de vigència del contracte.

Coordinació del servei

El Museu d'Història de Barcelona determinarà les accions publicitàries que calgui impulsar, els objectius de comunicació perseguits i els continguts que hagin de ser promocionats.

Les instruccions, validacions i necessitats d'inversió es comunicaran principalment a través de correu electrònic, documentació compartida, trucades telefòniques, reunions telemàtiques, serveis de missatgeria instantània o reunions presencials.

Lloc de realització de la prestació

El servei es realitzarà en la seu de l'empresa adjudicatària.

Inici de les prestacions i termini d'execució

Aquest contracte entrarà en vigor el dia següent a la seva d'adjudicació i finalitzarà el 30 de juny de 2027, o a la data de formalització del contracte del servei de creació de continguts i gestió de les xarxes socials del Museu d'Història de Barcelona, esmentat a l'apartat d'antecedents, si és anterior.

El contracte es realitzarà en un encàrrec bianual, de manera que:

L'any 2026 (fins al 31 de desembre de 2026): import net de 2.000,00 € i import total de 2.420,00 €, IVA inclòs. Aquest import es farà efectiu en una única factura.

L'any 2027 (fins al 30 de juny de 2027): import net de 12.500,00 € i import total de 15.125,00 €, IVA inclòs. Aquest import es farà efectiu en factures dues factures trimestral, amb els serveis realitzats.

TOTAL: 17.545,00 € IVA inclòs.

Criteris d'adjudicació

S'utilitzarà com a criteri d'adjudicació el percentatge de baixa ofert sobre l'import corresponent als serveis de gestió publicitària. La borsa destinada a la inversió publicitària efectiva no serà objecte de baixa i mantindrà en tot cas el seu import íntegre.

Responsables del contracte

Els responsables del contracte, i interlocutors amb l'empresa adjudicatària són l'Edgar Straehle Porras i el Federico Szarfer Barenblit, tècnics del Museu d'Història de Barcelona.

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. El termini màxim de presentació serà de 5 dies hàbils a partir de l'endemà de la seva publicació al portal de contractació.

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.