



Informe justificatiu de necessitat, idoneïtat i eficiència del contracte per a l'execució dels serveis d'estratègia digital, creació, redacció, curació, edició, manteniment i dinamització de continguts digitals pels canals digitals i xarxes socials de l'Institut Municipal de Mercats de Barcelona.

Nº expedient:008_P2400032

Contracte reservat: NO

Lots: NO



Índex

1.---- ANTECEDENTS	3
2.---- EXPOSICIÓ DE LES NECESSITATS DETECTADES I JUSTIFICACIÓ DE LA SOLUCIÓ ESCOLLIDA	3
3.---- OBJECTE, PRESTACIÓ CONCRETA QUE ES VOL CONTRACTAR, I MODALITAT DE CONTRACTE QUE MILLOR S'AJUSTA A LES NECESSITATS DETECTADES I RELACIÓ DEL SEU CICLE DE VIDA	4
4.---- DIVISIÓ EN LOTS	4
5.---- PRESSUPOST BASE DE LICITACIÓ I VALOR ESTIMAT DEL CONTRACTE (VEC)	4
6.---- IMPUTACIÓ PRESSUPOST MUNICIPAL	5
7.---- PROCEDIMENT D'ADJUDICACIÓ	6
8.---- CONDICIONS D'APTITUD I DE SOLVÈNCIA TÈCNICA, ECONÒMICA I FINANCERA DE LES EMPRESES	6
9.---- CRITERIS D'ADJUDICACIÓ I JUSTIFICACIÓ DE LA PROPORCIONALITAT DE LA PUNTUACIÓ ASSIGNADA A CADA CRITERI RESPECTE DEL TOTAL DE CRITERIS A CONSIDERAR	7
10. -- CRITERIS PER DIRIMIR EL DESEMPAT	23
11. -- MESA DE CONTRACTACIÓ	24
12. -- GARANTIES	24
13. -- TERMINI D'EXECUCIÓ	24
14. -- TERMINI DE GARANTIA	25
15. -- CONDICIONS ESPECIALS D'EXECUCIÓ	25
16. -- PAGAMENT DEL PREU	26
17. -- MODIFICACIONS DEL CONTRACTE	26
18. -- REVISIÓ DE PREUS	26
19. -- SUBCONTRACTACIÓ	27
20. -- CESSIÓ DEL CONTRACTE	28
21. -- RÈGIM ESPECÍFIC DE PENALITATS	28
22. -- TRACTAMENT DE DADES DE CARÀCTER PERSONAL	29
23. -- DECLARACIÓ DE TRAMITACIÓ URGENT DE L'EXPEDIENT	Error!
No s'ha definit el marcador.	



1. ANTECEDENTS

L'Institut Municipal de Mercats de Barcelona (IMMB) és un organisme autònom de l'Ajuntament de Barcelona que s'encarrega de la gestió i l'administració dels mercats municipals de la ciutat, en base al que estableix l'article 2 dels seus Estatuts.

2. EXPOSICIÓ DE LES NECESSITATS DETECTADES I JUSTIFICACIÓ DE LA SOLUCIÓ ESCOLLIDA

Considerant que la finalitat consisteix en la contractació dels serveis d'estratègia digital, creació, redacció, curació, edició, manteniment i dinamització de continguts digitals pels canals digitals i xarxes socials de l'Institut Municipal de Mercats de Barcelona.

Són tasques objecte d'aquest contracte:

- La creació, la gestió, l'avaluació continua i la correcció del desviament de l'estratègia digital.
- La creació, la gestió, la curació, el manteniment i la dinamització dels continguts de les xarxes socials, canals de comunicació social media i canals de comunicació digital.
- Producció de material gràfic i audiovisual per contribuir a la difusió dels continguts.

Tots els continguts digitals es gestionaran per mitjà de sistemes de gestió de continguts, dels que es facilitaran accessos i formació si fos necessari.

Exposades les necessitats detectades, es pot concloure que IMMB no disposa de mitjans ni recurs tècnics adients per realitzar aquestes actuacions, motiu pel qual cal procedir a l'auxili mitjançant la contractació amb tercers, tot d'acord amb l'objectiu d'estabilitat pressupostària i control de despesa, i amb total respecte als principis d'eficàcia, eficiència, publicitat, transparència, no discriminació i igualtat de tracte.

Tanmateix, per tal d'assegurar una continuïtat mínimament òptima de la prestació i per donar resposta també a aquestes necessitats, alhora de fer possible l'aportació de noves millores o solucions més eficients i eficaces en futures licitacions a la necessitat detectada, es considera una durada mínima del contracte de dos (2) anys i amb possibilitat de pròrroga per un termini màxim de 24 mesos en períodes anuals.

D'acord amb els principis exposats, es considera que l'opció més eficient i eficaç que assegura la millor resposta a les necessitats detectades és la contractació d'un servei en gestió i manteniment de continguts digitals.

3. OBJECTE, PRESTACIÓ CONCRETA QUE ES VOL CONTRACTAR, I MODALITAT DE CONTRACTE QUE MILLOR S'AJUSTA A LES NECESSITATS DETECTADES I RELACIÓ DEL SEU CICLE DE VIDA

Considerant que la millor solució consisteix en la contractació d'un servei de creació de continguts digitals (CPV 92312211-3, 72413000-1) cal indicar que les fases del cicle productiu de l'objecte del contracte són les següents:

- Experiència i formació dels recursos humans.

Per la qual cosa, qualsevol millora social i/o ambiental vinculant de forma directa amb qualsevol fase en l'execució d'aquest cicle de vida esdevé una millora qualitativa o quantitativa que cal ponderar amb el preu del contracte per tal que esdevingui una contractació eficaç i eficient.

Els criteris que, d'acord amb l'anterior, es consideren adients incorporar com a criteri d'adjudicació són els següents relacionats:

- Experiència en la gestió de xarxes socials
- Experiència en la gestió de mitjans socials
- Criteris qualificació tècnica

Les millores ofertades pels licitadors en aquests aspectes tindran la consideració de condicions especials d'execució.

4. DIVISIÓ EN LOTS

Per la naturalesa de les prestacions no és possible entendre aquestes com una realització i aprofitament individual i funcional de les mateixes que permetin ser executades de forma independent. A més caldria exigir una coordinació i 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, fet pel qual permet concloure que les prestacions no poden ser executades de forma independent sense menyscar la correcta execució dels treballs i una correcta assignació dels recursos públics proporcionals a la finalitat requerida.

5. PRESSUPOST BASE DE LICITACIÓ I VALOR ESTIMAT DEL CONTRACTE (VEC)

5.1 El pressupost base de licitació que es considera amb els preus de mercat hauria de ser de quantia 145.200,00 euros, IVA inclòs, amb el desglossament següent: 120.000,00 euros, pressupost net, i 25.200 euros en concepte d'Impost sobre el Valor Afegit (IVA) al tipus del 21%.

	Hores per any	Preu unitari	Total
Un/a Responsable – Coordinador/a	96	40,00 €/h	3.840,00 €
Un/a Social Media Màner	480	32,00 €/h	15.360,00 €
Un/a Community Manager	1200	22,00 €/h	26.400,00 €
Tècnics especialistes	480	30,00 €/h	14.400,00 €
Total	2.256		60.000,00 €



La quantitat indicada en el paràgraf anterior com a pressupost net, constitueix la xifra màxima per sobre de la qual s'estimarà que les ofertes dels licitadors excedeixen el tipus de la licitació.

El pressupost del contracte ha de ser presentat en euros pels licitadors.

El sistema de determinació del preu és a preu alçat. En tot cas les ofertes que excedeixen el pressupost de licitació, IVA exclòs, resultaran excloses del procediment.

El desglossament del pressupost net, sense l'IVA, en costos directes i indirectes es considera que és el següent:¹

Costos directes	102.000€
-Materials	20.400 €
- Salari	81.600 €
TOTAL	102.000€

Costos indirectes	3.600 €
-Despeses generals d'estructura	3.600 €
TOTAL	3.600 €
Benefici industrial	14.400 €

TOTAL DE COSTOS (directes + indirectes + Benefici Industrial):	120.000€
--	----------

5.2 El VEC d'aquest contracte s'estima en 240.000 euros. Els conceptes que inclou son:

Any	Execució servei	Pròrroga	SUMA
2024	30.000,00 €		30.000,00 €
2025	60.000,00 €		60.000,00 €
2026	30.000,00 €	30.000,00 €	60.000,00 €
2027		60.000,00 €	60.000,00 €
2028		30.000,00 €	30.000,00 €
	120.000,00 €	120.000,00 €	240.000,00 €

6. IMPUTACIÓ PRESSUPOST MUNICIPAL

Aquest pressupost base de licitació s'ha d'entendre comprensiu de la totalitat de l'objecte del contracte i anirà amb càrrec al /als pressupost/s i partida/es següent/s:
202

¹ Els costos directes i indirectes s'ha d'especificar per cada lot.

Any	Econòmic	Programa	Orgànic	Import net	% IVA	Import IVA	Import total
2024	22602	43121	0100	30.000,00 €	21,00	6.300,00 €	36.300,00 €
2025	22602	43121	0100	60.000,00 €	21,00	12.600,00 €	72.600,00 €
2026	22602	43121	0100	30.000,00 €	21,00	6.300,00 €	36.300,00 €
				120.000,00 €		25.200,00 €	145.200,00 €

Atès que el present contracte comporta despeses de caràcter plurianual, la seva autorització o realització se subordina al crèdit que per a cada exercici autoritzin els respectius Pressupostos municipals.

7. PROCEDIMENT D'ADJUDICACIÓ

Considerant l'import del contracte, la seva durada i les prestacions que constitueix el seu objecte, així com el valor estimat del contracte i els criteris que serviran per a la seva adjudicació, es considera que el més adient és adjudicar aquest contracte mitjançant procediment obert.

8. CONDICIONS D'APTITUD I DE SOLVÈNCIA TÈCNICA, ECONÒMICA I FINANCERA DE LES EMPRESES

Considerant l'objecte del contracte i el seu valor estimat, així com els principis de no discriminació i proporcionalitat que ha de regir en tota actuació administrativa, les condicions d'aptitud mínima que s'haurà d'exigir als licitadors per a participar en aquest procediment d'adjudicació és la següent:

1.- Empreses amb plena capacitat d'obrar que incloguin en el seu objecte social prestacions que són idèntiques o similars al contracte que es pretén licitar i que no es trobin en supòsits de prohibició de contractar.

Així mateix, per assegurar la idoneïtat de les empreses licitadores s'exigirà la següent solvència:

Criteris de solvència econòmica i tècnica o de classificació.

1. L'empresa licitadora hauria de comptar amb la solvència econòmica i financera i tècnica i professional mínima següents:

A) SOLVÈNCIA ECONÒMICA I FINANCERA:

1.- Xifra anual de negocis que, en el millor any dins els darrers tres últims anys finalitzats, ha de tenir un valor mínim de 360.000 euros d'acord amb els criteris de l'article 87.3 LCSP. En el cas de què la data de creació o d'inici de les activitats de l'empresa licitadora sigui inferior a tres anys el requeriment es podrà referir al període d'activitat. En el cas de què aquesta data sigui inferior a un any el requeriment podrà ser proporcional.



S'acreditarà amb els comptes anuals aprovats i dipositats al Registre Mercantil o registre públic que correspongui. Els empresaris individuals acreditaran amb el llibre d'inventari i comptes anuals legalitzats pel Registre mercantil.

2.- Assegurança de responsabilitat civil per riscos professionals per import igual o superior a 172.400,00 euros, juntament amb el compromís de la seva renovació durant tota l'execució del contracte.

S'acreditarà per certificat emès per l'asseguradora, en el qual hi constaran els imports, els riscos assegurats i la data de venciment de l'assegurança, així com el compromís vinculant de subscripció, pròrroga o renovació, segons correspongui durant tot el termini de durada del contracte.

B) SOLVÈNCIA TÈCNICA O PROFESSIONAL

El personal assignat a l'execució del contracte haurà de disposar d'experiència professional acreditada mínima de 3 anys com les descrites en el Plec de Prescripcions Tècniques.

S'acreditarà amb una declaració del licitador on es descriurà l'experiència del personal que executarà el contracte, la qual tindrà el detall suficient per poder acreditar els requisits mínims de solvència.

- D'acord amb la previsió de l'article 90.1.i) LCSP, l'empresa licitadora ha d'informar a quines empreses pretén subcontractar i en relació a quines prestacions. Ha de comunicar el nom o denominació social de les empreses, el NIF i la prestació que realitzarà cada empresa subcontractada així com el preu total del contracte que executarà cadascuna.

S'admet que els empresaris puguin acreditar la solvència necessària mitjançant la solvència i recursos d'altres entitats que no es trobin amb cap supòsit de prohibició per contractar i amb independència dels vincles que tinguin amb elles, sempre i quan demostrï que durant la vigència del contracte disposarà efectivament dels mitjans i solvència d'aquella entitat.

També s'admet que acreditin la seva solvència per qualsevol dels mitjans previstos a la Llei 9/2017.

9. CRITERIS D'ADJUDICACIÓ I JUSTIFICACIÓ DE LA PROPORCIONALITAT DE LA PUNTUACIÓ ASSIGNADA A CADA CRITERI RESPECTE DEL TOTAL DE CRITERIS A CONSIDERAR

Considerant l'objecte del contracte, així com totes les actuacions que integren el seu cicle de vida, es considera adient a fi i efecte de seleccionar la millor oferta en relació qualitat preu, incorporar els criteris següents i amb la proporció que tot seguit s'indica i justifica relacionats per ordre decreixent d'importància:

A. Criteris automàtics, puntuació total: 60 punts



A.1 Oferta econòmica: fins a 25 punts

S'atorgarà la màxima puntuació a l'empresa 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 del 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 consideraran, en principi, anormals o desproporcionades les ofertes econòmiques que es trobin en els supòsits següents, d'acord amb els paràmetres de la INSTRUCCIÓ relativa a la regulació de les fórmules de valoració del preu en la contractació pública municipal, entenen que permeten establir els llindars sense distorsions de mercat:

- si es presenta un sol licitador, quan la seva oferta sigui inferior en més del 20% a la baixa respecte del pressupost base de licitació.
- si es presenten dos o més licitadors, les ofertes que siguin inferiors a la baixa en més del 10% a la mitjana aritmètica de les ofertes presentades.

Si diverses empreses vinculades (art. 42 del Codi de Comerç) presenten en una licitació cadascuna la seva respectiva proposició, tan sols es té en compte pel càlcul d'anormalitat l'oferta més baixa d'entre les presentades per totes aquestes empreses. A tal efecte és obligatori que les empreses que pertanyin a un mateix grup i que participin en la mateixa licitació, declarin aquesta condició (art. 86.2 del Reial decret 1098/2001, de 12 d'octubre).

A.2 Criteri Experiència en la gestió de xarxes socials: fins a 20 punts.

- S'atorgaran **2 punts** als licitadors que acreditin tenir experiència en la dinamització efectiva de totes aquestes xarxes socials: Facebook, Twitter, Instagram i TikTok.
- Facebook, Twitter, Instagram o TikTok: S'atorgarà 1 punt per cada un dels perfils gestionats a qualsevol d'aquestes xarxes socials durant els últims tres anys, que tingui més de 20.000 seguidors i tracti sobre esdeveniments o equipaments de ciutat, mercats municipals, gastronomia i alimentació, **fins a un màxim de 10 punts.**
- Facebook, Twitter, Instagram o TikTok: S'atorgarà 1 punt per cada un dels perfils gestionats a qualsevol d'aquestes xarxes socials durant els últims tres anys, que tingui més de 15.000 seguidors i tracti sobre esdeveniments o equipaments de ciutat, mercats municipals, gastronomia i alimentació, **fins a un màxim de 5 punts.**
- Facebook, Twitter, Instagram o TikTok: S'atorgarà 1 punt per cada un dels perfils gestionats a qualsevol d'aquestes xarxes socials durant els últims tres anys, que tingui més de 10.000 seguidors i tracti sobre esdeveniments o equipaments de ciutat, mercats municipals, gastronomia i alimentació, **fins a un màxim de 3 punts.**



Aquestes experiències s'acreditaran amb les corresponents certificacions o declaracions jurades expedides pels òrgans que han contractat amb el licitador el servei de gestió de les xarxes socials objecte de la puntuació.

S'haurà d'aportar declaració responsable (Annex I) amb cada una de les xarxes externes o corporatives diferents a les pròpies de l'adjudicatari gestionades per aquest, identificant la xarxa social corresponent, any de la seva gestió i la identificació dels perfils amb els '@', sempre i que es tracti de perfils públics, o bé amb la presentació dels certificats de bona execució expedits o visats per l'òrgan competent, quan el destinatari sigui una entitat del sector públic. Quan el destinatari sigui un subjecte privat s'aportarà mitjançant una declaració responsable de l'empresari acompanyat dels documents obrant en poder del mateix que acreditin la realització de la prestació (factura o contracte).

Amb aquest criteri es valora especialment aquestes característiques:

1. *Experiència en la dinamització efectiva de les xarxes socials*: Es valora la capacitat del licitador per interactuar amb l'audiència, generar participació i augmentar l'*engagement* a través de les xarxes socials.
2. *Cada un dels perfils gestionats i nombre de seguidors*: S'avalua la quantitat i la qualitat del treball realitzat en relació amb les xarxes socials específiques que seran rellevants per a l'Institut Municipal de Mercats de Barcelona. Això inclou l'avaluació del nombre de perfils gestionats durant els últims tres anys, el seu creixement i l'impacte del contingut en l'audiència.
3. *Temàtiques rellevants*: Es prioritzen els perfils gestionats que tractin temàtiques relacionades amb esdeveniments o equipaments de ciutat, mercats municipals, gastronomia i alimentació, ja que aquestes àrees són crítiques per a les activitats de l'Institut Municipal de Mercats de Barcelona.
4. *Certificacions o declaracions jurades*: S'exigeixen certificacions o declaracions jurades que acreditin l'experiència i l'èxit en la gestió de les xarxes socials, garantint la veracitat de la informació proporcionada pels licitadors.

Aquest criteri de valoració prioritza l'experiència i l'eficàcia en la gestió de les xarxes socials, especialment en relació amb les necessitats i les temàtiques específiques de l'Institut Municipal de Mercats de Barcelona. Valora l'experiència prèvia dels licitadors en la gestió efectiva de les xarxes socials i prioritza aquells que hagin demostrat un bon rendiment en termes d'*engagement* i nombre de seguidors.

A.3 Criteri Experiència en la gestió de mitjans socials: fins a 10 punts

- Blog, Youtube, Flickr o butlletins electrònics: S'atorgarà 1 punt per cada un dels perfils nombre de perfils gestionats a qualsevol d'aquests mitjans socials en els últims tres anys amb més de 10.000 seguidors/subscriptors i que tracti sobre esdeveniments o equipaments de ciutat, mercats municipals, gastronomia i alimentació, **fins a un màxim de 5 punts**.
- Blog, Youtube, Flickr o butlletins electrònics: S'atorgarà 1 punt per cada un dels perfils



gestionats a qualsevol d'aquests mitjans socials en els últims tres anys amb més de 5.000 seguidors/subscriptors i que tracti sobre esdeveniments o equipaments de ciutat, mercats municipals, gastronomia i alimentació, **fins a un màxim de 3 punts.**

- Blog, Youtube, Flickr o butlletins electrònics: S'atorgarà 0,5 punts per cada un dels perfils gestionats a qualsevol d'aquests mitjans socials en els últims tres anys amb més de 1.000 seguidors/subscriptors i que tracti sobre esdeveniments o equipaments de ciutat, mercats municipals, gastronomia i alimentació, **fins a un màxim de 1 punt.**

- S'atorgarà 0,5 punts per cada un dels canals actius a WhatsApp amb més de 50 seguidors/subscriptors en l'últim any, sobre esdeveniments o equipaments de ciutat, mercats municipals, gastronomia i alimentació, **fins a un màxim de 1 punt.**

Aquest criteri de valoració posa èmfasi en l'experiència i l'eficàcia en la gestió de diverses plataformes de mitjans socials i canals de comunicació digital rellevants per a l'Institut Municipal de Mercats de Barcelona. Les característiques que es valoren en aquest criteri inclouen:

1. Experiència en la gestió de diversos mitjans socials: S'avalua la capacitat del licitador per gestionar una varietat de plataformes de mitjans socials, incloent blogs, YouTube, Flickr i butlletins electrònics. Això demostra la versatilitat del licitador i la seva habilitat per adaptar-se a diferents formats de contingut digital.
2. Nombre de seguidors/subscriptors: S'avalua el nombre de seguidors o subscriptors dels perfils gestionats en cada mitjà social, prioritzant aquells amb un nombre significatiu de seguidors. Aquesta mesura pot indicar l'eficàcia del contingut produït i la seva capacitat per arribar a una àmplia audiència.
3. Temàtiques rellevants: Es prioritza la gestió de perfils que tractin temàtiques relacionades amb esdeveniments o equipaments de ciutat, mercats municipals, gastronomia i alimentació, ja que aquestes àrees són crítiques per a les activitats de l'Institut Municipal de Mercats de Barcelona.
4. Canals actius a WhatsApp: S'avalua la presència del licitador en canals actius a WhatsApp, reconeixent la importància d'aquesta plataforma de missatgeria instantània com a canal de comunicació directa amb l'audiència.

A.4 Criteri de qualificació tècnica: fins a 5 punts

- S'atorgaran fins a **2 punts com a màxim** per formacions del personal adscrit a l'execució del contracte, acreditades de manera oficial i fetes en els darrers 5 anys a comptar des de la data de publicació de l'anunci de licitació.

- Cursos oficials d'edició de vídeo.
- Cursos oficials de gestió de xarxes socials o *Community Manager*.
- Cursos oficials d'edició fotogràfica.
- Cursos oficials de redacció de textos publicitaris.
- Cursos oficials de redacció de continguts per a xarxes socials i/o *blogs*.
- Cursos oficials d'anàlisi digital.



- Cursos oficials de SEO.
- Cursos oficials d'optimització de campanyes digitals.
- Cursos oficials d'eines de comunicació online.
- Cursos oficials de disseny gràfic.

Els punts s'atorgaran de la següent manera:

- o *que sumin una durada igual o superior a 200 hores: 1,5 punts.*
- o *que sumin una durada igual o superior a 50 hores: 1 punt.*
- o *que sumin una durada igual o superior a 20 hores: 0,5 punts.*

- S'atorgarà 0.50 punts per formacions específiques de Hootsuite Platform Certification, Metricool Expert Certification i Youtube Channel Growth Certificate, **fins un màxim de 1 punt.**

Aquesta formació s'acreditarà amb les corresponents certificacions i/o títols que expedixin els centres on s'ha realitzat la formació. Si no es disposa d'aquestes certificacions, o no s'acrediten conforme s'estableix en el present apartat, s'obtindran 0 punts.

Per acreditar la puntuació per les formacions caldrà presentar còpia del certificat o document acreditatiu de la formació acompanyada d'una declaració responsable (Annex II) amb les dades del personal adscrit a l'execució dels contractes que es detalla a continuació. En cas de no aportar-se, aquest criteri no podrà ser objecte de valoració.

Nom i cognoms:

Categoria professional:

Formació específica realitzada que sigui objecte de valoració al present apartat:

- Per disposar de titulació acadèmica addicional a l'establerta a la solvència per part del personal adscrit a l'execució del contracte assignat al servei, s'atorgarà 0.5 punts per màsters o postgraus en comunicació digital i/o gestió Social Media **fins a un màxim d'1 punt.**

Per a la valoració del criteri serà necessari aportar còpia de la titulació o certificat corresponent. Si no es disposa d'aquesta titulació addicional, o no s'acredita conforme s'estableix en el present apartat, s'obtindran 0 punts.

- S'atorgarà 0.5 punts en cada curs acreditat per l'experiència com a formadors durant l'últim any en digital media, marketing digital, Social Media Management o similars (més de 100 hores), **fins un màxim d'1 punt.**

Aquesta experiència com a formador s'acreditarà amb les corresponents certificacions que expedixin els centres on s'ha realitzat la formació. Si no es disposa d'aquesta certificació, o no s'acredita conforme s'estableix en el present apartat, s'obtindran 0 punts.

Aquest criteri de valoració té com a objectiu avaluar la qualificació tècnica dels licitadors en àrees clau per a la gestió eficient del contracte com la gestió dels serveis d'estratègia digital, creació, redacció, curació, edició, manteniment i dinamització de continguts digitals pels canals digitals i xarxes socials de l'Institut Municipal de Mercats de Barcelona. Les característiques que es valoren en aquest criteri inclouen:



1. Formació específica del personal adscrit: Es valora la formació oficial i especialitzada del personal encarregat de l'execució del contracte, amb un pes considerable en funció de la durada dels cursos i la temàtica tractada. S'avaluen cursos relacionats amb edició de vídeo, gestió de xarxes socials, edició fotogràfica, redacció de textos publicitaris, SEO, entre d'altres, que puguin contribuir a millorar la qualitat dels continguts digitals.
2. Certificacions i títols específics: Es valoren certificacions i títols oficials relacionats amb la gestió de mitjans socials, com ara Hootsuite Platform Certification, Metricool Expert Certification i Youtube Channel Growth Certificate, que puguin atestar els coneixements especialitzats dels licitadors en aquest àmbit.
3. Titulació acadèmica addicional: Es valora la titulació addicional del personal en comunicació digital i gestió de Social Media, així com la seva experiència com a formadors en àrees com digital media, marketing digital o Social Media Management.
4. Experiència com a formadors: S'avalua la capacitat del personal adscrit a l'execució del contracte per impartir formació en àrees relacionades amb la gestió digital, com a formadors en digital media, marketing digital o Social Media Management, la qual cosa reflecteix un alt nivell de coneixements en la matèria.

B. Criteria de judici de valor. Puntuació total: 40 punts

B.1 Criteri: Per l'auditoria de la situació actual de l'estratègia digital de mercats i per la proposta d'indicadors i model de memòria. Fins a un màxim de 10 punts.

L'oferta ha d'incloure el plantejament d'una breu auditoria de la situació actual de l'estratègia digital de Mercats de Barcelona que permeti comprovar el plantejament metodològic del licitador. Aquesta proposta ha de fer referència als següents punts:

- a) *Ús de canals digitals*
- b) *Ús de tècniques de RRPP*
- c) *Posicionament a les xarxes socials*
- d) *Arquitectura de marca digital*

Es valorarà l'anàlisi exhaustiu de tots els canals digitals actuals de Mercats de Barcelona amb punts forts, punts febles (DAFO) i la seva coherència amb el posicionament estratègic de l'IMMB. Fins a 5 punts.

El licitador, en aquest punt, ha de presentar:

Proposta d'indicadors (KPI's) per el mesurament de l'activitat digital de l'Institut.



La proposta d'indicadors ha de contenir els suficients per mesurar l'èxit en els objectius establerts per les campanyes, valorar l'optimització de l'estratègia en social media, conèixer i comprendre millor a la nostra audiència i demostrat el retorn de la inversió (ROI). **Fins a 1 punt.**

Proposta de tauler de comandament digital.

La proposta de tauler de comandament digital ha d'incloure una proposta del contingut del tauler per fer seguiment trimestral del grau de compliment dels objectius expressats en KPI'S i una proposta d'eines digitals que podrien suportar aquest tauler de comandament. **Fins a 1 punt.**

Proposta dels apartats que ha de contenir la memòria/report de control de l'activitat digital de l'IMMB.

La proposta de memòria/report ha de contenir diverses seccions clau per proporcionar una visió completa de les activitats en línia i avaluar el seu impacte. Es valorarà que a més dels apartats de rendiment i de mesura, inclogui parts analítiques i d'avaluació i una breu explicació de cada una d'elles. **Fins a 3 punts**

Es valorarà el contingut i el grau de detall de cada un dels aspectes esmentats. No es valorarà la informació que es consideri supèrflua o innecessària.

El document tindrà un màxim de 20 pàgines (portada, índex, annexos, etc. inclosos), correctament numerades de forma correlativa, escrites en Arial 11 i amb interliniat 1,5.

Aquest projecte/memòria haurà d'estar signat pel representant legal de l'empresa.

Una incorrecta presentació suposarà la no valoració del projecte/memòria de prestació del servei. Si es dóna el cas, per a realitzar la valoració d'aquest projecte/memòria, no es tindrà en consideració la informació continguda a partir de la pàgina número 20 i següents, considerant que la primera pàgina a comptar serà la portada.

La valoració serà classificada segons el barem que a continuació es detalla:

- Insuficient – 0
- Acceptable – 5
- Excel·lent – 10

La valoració d'excel·lent, amb 10 punts en aquest criteri, és per aquelles propostes que addicionalment a incloure tots els elements indicats són d'alta qualitat pel que fa a la difusió i la plena adequació a l'estil i al to del registre dels continguts exposats, essent



completes, atractives i innovadores en el punt d'anàlisi específic el que es sol·licita. La valoració d'acceptable, amb 5 punts en aquest criteri, és per aquelles que inclouen únicament una part dels elements esmentats, o bé que malgrat incloure tots els elements es considera que aquests en la seva totalitat o en una part no són adequats al to i registre de la comunicació municipal i/o son millorables pel que fa a la difusió i continguts exposats, i la valoració d'insuficient amb 0 punts en aquest criteri, es per aquelles que no incloquin l'anàlisi de cap dels elements esmentats o bé en les que aquests es considerin insuficients pel que fa al plantejament de l'enfocament de la difusió i/o dels continguts exposats.

Aquest criteri de valoració té com a objectiu avaluar la capacitat dels licitadors per entendre la situació actual de l'estratègia digital dels Mercats de Barcelona i proposar millores significatives. Les característiques que es valoren en aquest criteri inclouen:

1. Anàlisi de la situació actual: Es valora la capacitat dels licitadors per realitzar una àmplia i exhaustiva auditoria de la situació actual de l'estratègia digital dels Mercats de Barcelona. Aquesta anàlisi ha d'incloure l'ús de canals digitals, tècniques de RRPP, posicionament a les xarxes socials i l'arquitectura de marca digital. Es busca una comprensió profunda de la situació actual per poder identificar punts forts, punts febles i coherència amb l'estratègia global de l'Institut.
2. Proposta d'indicadors (KPIs): Es valora la capacitat dels licitadors per proposar indicadors clars i significatius per mesurar l'èxit de les campanyes, optimitzar l'estratègia en les xarxes socials, entendre millor l'audiència i demostrar el retorn de la inversió (ROI). S'espera una proposta d'indicadors que sigui completa i que cobreixi tots aquests aspectes.
3. Proposta de tauler de comandament digital: Es valora la capacitat dels licitadors per proposar un tauler de comandament digital que permeti fer un seguiment trimestral del compliment dels objectius establerts pels indicadors KPIs. A més, s'espera una proposta d'eines digitals que puguin donar suport a aquest tauler de comandament.
4. Proposta de memòria/report de control: Es valora la capacitat dels licitadors per proposar una estructura clara i completa per a la memòria o report de control de l'activitat digital de l'Institut Municipal de Mercats de Barcelona. Aquesta proposta ha de incloure seccions analítiques i d'avaluació, així com una breu explicació de cada una d'elles.

B.2 Criteri: per l'elaboració d'un breu Pla de Social Media Màrqueting. Fins a un màxim de 5 punts

L'oferta ha d'incloure una breu proposta de *Pla de Social Media Màrqueting* per a l'Institut, contenint com a mínim els següents punts:

- a) Objectius estratègics
- b) Selecció de canals de comunicació
- c) Estratègies i tàctiques
- d) Calendari d'accions previstes
- e) KPI's bàsics



f) Protocol d'actuació per a situacions de crisi de reputació

Es valorarà l'elaboració d'una estratègia vàlida per als propers anys i per a totes les xarxes actuals i/o potencials, adequant-se a l'estratègia de Mercats de Barcelona i als seus objectius estratègics de l'IMMB. **Fins a 4 punts.**

Es valorarà un protocol d'actuació per a situacions de crisi de reputació complet, pràctic i adaptable, permetent a l'empresa respondre de manera efectiva davant de les adversitats i protegir la seva imatge de marca i reputació. **Fins a 1 punt.**

Es valorarà el contingut i el grau de detall de cada un dels aspectes esmentats. No es valorarà la informació que es consideri supèrflua o innecessària.

El document tindrà un màxim de 14 pàgines (portada, índex, annexos, etc. inclosos), correctament numerades de forma correlativa, escrites en Arial 11 i amb interliniat 1,5.

Aquest projecte/memòria haurà d'estar signat pel representant legal de l'empresa.

Una incorrecta presentació suposarà la no valoració del projecte/memòria de prestació del servei. Si es dona el cas, per a realitzar la valoració d'aquest projecte/memòria, no es tindrà en consideració la informació continguda a partir de la pàgina número 14 i següents, considerant que la primera pàgina a comptar serà la portada.

La valoració serà classificada i alhora puntuada segons el barem que a continuació es detalla:

- Insuficient – 0
- Acceptable – 2,5
- Excel·lent – 5

La valoració d'excel·lent, amb 5 punts en aquest criteri, és per aquelles propostes que addicionalment a incloure tots els elements indicats són d'alta qualitat pel que fa a la difusió i la plena adequació a l'estil i al to del registre dels continguts exposats, essent completes, atractives i innovadores en el punt d'anàlisi específic el que es sol·licita. La valoració d'acceptable, amb 2,5 punts en aquest criteri, és per aquelles que inclouen únicament una part dels elements esmentats, o bé que malgrat incloure tots els elements es considera que aquests en la seva totalitat o en una part no són adequats al to i registre de la comunicació municipal i/o son millorables pel que fa a la difusió i continguts exposats, i la valoració d'insuficient amb 0 punts en aquest criteri, es per aquelles que no incloguin l'anàlisi de cap dels elements esmentats o bé en les que aquests es considerin insuficients pel que fa al plantejament de l'enfocament de la difusió i/o dels continguts exposats.



Aquest criteri de valoració té com a objectiu avaluar la capacitat dels licitadors per desenvolupar un pla de social media marketing efectiu i adaptat a les necessitats de l'Institut Municipal de Mercats de Barcelona (IMMB). Les característiques que es valoren en aquest criteri inclouen:

1. Objectius estratègics: Es valora la capacitat dels licitadors per establir objectius clars i alineats amb l'estratègia general de l'IMMB. Aquests objectius han de ser específics, mesurables, assolibles, rellevants i amb un temps determinat (SMART).
2. Selecció de canals de comunicació: Es valora la capacitat dels licitadors per identificar els canals de comunicació més adequats per arribar a la seva audiència objectiu. Això pot incloure xarxes socials, blogs, butlletins electrònics, entre altres.
3. Estratègies i tàctiques: Es valora la capacitat dels licitadors per desenvolupar estratègies i tàctiques concretes per aconseguir els objectius marcats. Aquestes estratègies han de ser cohesives i coherents amb els recursos disponibles i les metes a assolir.
4. Calendari d'accions previstes: Es valora la capacitat dels licitadors per establir un calendari d'accions amb dates límit clares i accions específiques per aconseguir els objectius marcats. Aquest calendari ha de ser realista i ajustat a les necessitats de l'IMMB.
5. KPI's bàsics: Es valora la capacitat dels licitadors per definir indicadors clau de rendiment (KPI's) que permetin mesurar l'èxit de les campanyes i l'impacte de les accions de social media marketing. Aquests KPI's han de ser rellevants i significatius per avaluar el progrés cap als objectius.
6. Protocol d'actuació per a situacions de crisi de reputació: Es valora la capacitat dels licitadors per desenvolupar un protocol d'actuació clar i pràctic per gestionar situacions de crisi de reputació a les xarxes socials. Aquest protocol ha de contemplar accions específiques per respondre de manera efectiva davant de les adversitats i protegir la imatge de marca i reputació de l'IMMB.

B.3 Criteri: per la definició d'un pla de treball/funcionament. Fins a un màxim de 10 punts.

Es valorarà la presentació d'un pla de treball per al primer any i es valorarà també la descripció de la metodologia de la gestió de les tasques així com els processos i les eines i propostes utilitzades per optimitzar recursos per gestionar les xarxes socials i els canals digitals de Mercats de Barcelona.

- a) Metodologia de treball: gestió i organització del servei fins a 7 punts
 - Proposta organitzativa. Planificació de les tasques per complir amb els requeriments del plec, fent especial atenció a la conceptualització, disseny, programació i introducció de continguts fins a **2 punts**.



- Estratègia de resposta als usuaris, fins a **1 punt**.
- Estratègia de monitorització de les xarxes socials per tal de fer seguiment de temes vinculats a Mercats de Barcelona, fins a **1 punt**.
- Estratègia a seguir amb les dades obtingudes en els informes trimestrals sobre el trànsit d'usuaris, indicadors i mètriques, fins a **1 punt**.
- Proposta d'adaptació dels materials originals de campanyes municipals per reproduir-los a les xarxes socials i als canals digitals, fins a **1 punt**.
- Proposta d'ús d'eines tecnològiques i mitjans dedicats a la millora de les informacions que es publiquin fins a **1 punt**.

b) Mecanismes de comunicació, atenció i interlocució **fins a 3 punts**

Elaboració d'informes dels treballs i actuacions realitzades; memòries i avaluacions del servei i planificació de reunions amb el departament; i descripció de com es durà a terme i com s'organitzarà la relació telefònica i telemàtica per garantir el bon funcionament del servei.

- Proposta d'elaboració d'informes i memòries, fins a **1,5 punts**.
- Proposta de planificació de reunions i d'interlocució entre adjudicatari i Ajuntament, fins a **1 punts**.
- Organització de l'atenció i coordinació del servei per les vies telefònica i telemàtica, fins a **0,5 punt**.

S'espera un detall de les eines (metodologies, procediments i/o programaris) així com protocols per a la resolució d'incidències i/o imprevistos

Es valorarà el contingut i el grau de detall de cada un dels aspectes esmentats. No es valorarà la informació que es consideri supèrflua o innecessària.

El document tindrà un màxim de 16 pàgines (portada, índex, annexos, etc. inclosos), correctament numerades de forma correlativa, escrites en Arial 11 i amb interliniat 1,5.

Aquest projecte/memòria haurà d'estar signat pel representant legal de l'empresa.

Una incorrecta presentació suposarà la no valoració del projecte/memòria de prestació del servei. Si es dona el cas, per a realitzar la valoració d'aquest projecte/memòria, no es tindrà en consideració la informació continguda a partir de la pàgina número 16 i següents, considerant que la primera pàgina a comptar serà la portada.

La valoració serà classificada i alhora puntuada segons el barem que a continuació es detalla:

- Insuficient -0 punts



- Bona – 5 punts
- Excel·lent – 10 punts

On la valoració d'excel·lent, amb 10 punts en aquest criteri, és per aquelles propostes que addicionalment a incloure tots els elements indicats, aquests són d'alta qualitat pel que fa al plantejament metodològic exposat essent completes, atractives i clarificadores de les tasques que farà el adjudicatari i la proposta de col·laboració que sol·licita del personal IMMB en el punt d'anàlisi específic el que es sol·licita. La valoració d'acceptable, amb 5 punts en aquest criteri, és per aquelles que inclouen únicament una part dels elements esmentats, o bé que malgrat incloure tots els elements es considera que aquests en la seva totalitat o en una part no són totalment adequats al plantejament esperat per l'IMMB, i la valoració d'insuficient amb 0 punts en aquest criteri, es per aquelles que no inclouen el plantejament sol·licitat o bé en les que aquest plantejament es consideri insuficient.

Aquest criteri de valoració té com a objectiu avaluar la capacitat dels licitadors per establir un pla de treball efectiu i detallat per gestionar els canals digitals i les xarxes socials de l'Institut Municipal de Mercats de Barcelona (IMMB). Les característiques que es valoren en aquest criteri inclouen:

Es valora la capacitat dels licitadors per proporcionar una metodologia clara i eficaç per gestionar els canals digitals i les xarxes socials de l'IMMB, incloent la planificació de tasques, l'ús de dades i informes, i l'adaptació de materials. També es valora la capacitat de comunicació i interlocució dels licitadors, incloent la creació d'informes, la planificació de reunions i l'organització de l'atenció al client. En resum, aquest criteri busca propostes que siguin completes, detallades i ajustades a les necessitats específiques de l'IMMB.

B.4 Criteri: per la proposta d'estratègia digital per a la difusió (prèvia, durant i post) d'un esdeveniment gastronòmic organitzat per l'IMMB: fins a 5 punts

L'oferta ha d'incloure una proposta justificada de l'estratègia digital per a la difusió d'un esdeveniment gastronòmic organitzat per l'IMMB fent èmfasi en les activitats que es desenvoluparan prèviament, durant i amb posterioritat a llançament de l'esdeveniment.

Descripció de l'esdeveniment:

Tipologia: Tast de nit.

Lloc: Mercat del Guinardó.

Data: Dissabte, 13 de juliol.

Hora: De 18 a 23 h.

Activitats: Degustació de tapes elaborades pels comerços del mercat. Música en directe.

Activitats familiars.

Aquest criteri de valoració té com a objectiu avaluar la capacitat dels licitadors per desenvolupar una estratègia digital completa i eficaç per difondre un esdeveniment



gastronòmic organitzat per l'Institut Municipal de Mercats de Barcelona (IMMB). Les característiques que es valoren en aquest criteri inclouen:

Proposta bàsica (fins a 3 punts):

- a) *Anàlisi de l'esdeveniment i de l'audiència més objectius de l'estratègia digital:* fins a 1 punt.
 - Comprensió de l'esdeveniment i del seu públic objectiu.
 - Identificació clara dels objectius de l'estratègia digital en relació amb l'esdeveniment.
- b) *Plataformes i canals (fins a 0,5 punts)*
 - Selecció adequada de les plataformes i els canals de difusió, tenint en compte el públic objectiu i els objectius de l'estratègia
- c) *Contingut i calendari de publicacions (fins a 0,5 punts)*
 - Proposta de contingut atractiu i rellevant per a les diferents etapes de l'esdeveniment (prèvia, durant i post).
 - Establiment d'un calendari de publicacions coherent i ben planificat.
- d) *Interaccions en temps real (fins a 0,5 punts)*
 - Estratègia per interactuar amb l'audiència en temps real durant l'esdeveniment, fomentant la participació i l'engagement.
- e) *Seguiment i mesurament (fins a 0,5 punts)*
 - Proposta de com mesurar l'impacte i l'eficàcia de l'estratègia, incloent l'anàlisi de les dades i la generació d'informes.

Propostes addicionals (fins a 2 punts):

- a) *Redacció de copys per les xarxes socials. (fins a 0,5 punts)*
- b) *Edició de continguts audiovisuals. (fins a 0,5 punts)*
- c) *Estratègia de publicitat pagada. (fins a 0,5 punts)*
- d) *Propostes de valor afegit per millorar l'impacte de l'estratègia. (fins a 0,5 punts)*

A més, es té en compte la correcció lingüística, l'adequació del registre, la claredat i l'estil dels continguts, seguint les directrius establertes pel manual d'estil lingüístic de l'Ajuntament de Barcelona i la guia de gestió de xarxes socials. En resum, aquest criteri busca propostes que siguin completes, ben estructurades, adaptades al públic i als objectius, i que compleixin amb els estàndards de qualitat establerts per l'Ajuntament.

Es valorarà el contingut i el grau de detall de cada un dels aspectes esmentats. No es valorarà la informació que es consideri supèrflua o innecessària.



El document tindrà un màxim de 10 pàgines (portada, índex, annexos, etc. inclosos), correctament numerades de forma correlativa, escrites en Arial 11 i amb interliniat 1,5.

Aquest projecte/memòria haurà d'estar signat pel representant legal de l'empresa.

Una incorrecta presentació suposarà la no valoració del projecte/memòria de prestació del servei. Si es dona el cas, per a realitzar la valoració d'aquest projecte/memòria, no es tindrà en consideració la informació continguda a partir de la pàgina número 10 i següents, considerant que la primera pàgina a comptar serà la portada.

La valoració serà classificada i alhora puntuada segons el barem que a continuació es detalla:

- Insuficient - 0 punts
- Bona – 2,5 punts
- Excel·lent – 5 punts

On la valoració d'excel·lent, amb 5 punts en aquest criteri, és per aquelles propostes que addicionalment a incloure tots els elements indicats són d'alta qualitat pel que fa a la difusió i la plena adequació a l'estil i al to del registre dels continguts exposats, essent completes, atractives i innovadores en el punt d'anàlisi específic el que es sol·licita. La valoració d'acceptable, amb 2,5 punts en aquest criteri, és per aquelles que inclouen únicament una part dels elements esmentats, o bé que malgrat incloure tots els elements es considera que aquests en la seva totalitat o en una part no són adequats al to i registre de la comunicació municipal i/o son millorables pel que fa a la difusió i continguts exposats, i la valoració d'insuficient amb 0 punts en aquest criteri, es per aquelles que no incloquin l'anàlisi de cap dels elements esmentats o bé en les que aquests es considerin insuficients pel que fa al plantejament de l'enfocament de la difusió i/o dels continguts exposats.

En l'avaluació d'aquest criteri es tindran en compte addicionalment els següents factors:

1) La comunicació municipal requereix la plena correcció lingüística, l'adequació del registre, claredat, i un estil que garanteixi la qualitat dels continguts, l'ús d'un llenguatge inclusiu i no sexista, i la transparència en la comunicació, d'acord amb el manual d'estil lingüístic de l'Ajuntament que es pot consultar online: <https://ajuntament.barcelona.cat/guia-comunicacio-digital/files/2022-gener-SL-Man-ManualEstilLing%C3%BC%C3%ADstic.pdf>



2) Així mateix, la comunicació per canals digitals també ha de complir les directrius marcades per la guia de gestió de xarxes socials de l'Ajuntament consultable a: https://ajuntament.barcelona.cat/guia-comunicacio-digital/files/Guia_XXSS_2023def.pdf

B.5 Criteri: Proposta d'un nou perfil al canal de TikTok i un nou canal de WhatsApp. Fins a 10 punts.

B.5.1 – Tik-tok

Redactar una proposta per obrir un nou perfil de Mercats de Barcelona a TikTok, adaptat a les particularitats d'aquesta plataforma i incloure una estratègia de contingut creativa i atractiva, així com mesures per mesurar i avaluar l'èxit del perfil **(fins a 5 punts)**:

La proposta ha d'incloure:

- a) *Anàlisi de TikTok posat en relació amb Mercats de Barcelona (fins a 0,5 punts)*
- b) *Objectius del nou perfil de TikTok (fins a 0,5 punts)*
- c) *Estratègia i tipus de continguts. (fins a 1 punt)*
- d) *Freqüència de publicació i horaris òptims. (fins a 0,5 punts)*
- e) *Col·laboracions i influencers (fins a 0,5 punts)*
- f) *Interacció i comunitat (fins a 1 punt)*
- g) *Mètriques i mesurament de l'èxit (fins a 0,5 punts)*
- h) *Pla de llançament (fins a 0,5 punts)*

Es valorarà el contingut i el grau de detall de cada un dels aspectes esmentats, sempre en relació a la marca Mercats de Barcelona. No es valorarà la informació que es consideri supèrflua o innecessària.

El document tindrà un màxim de 8 pàgines (portada, índex, annexos, etc. inclosos), correctament numerades de forma correlativa, escrites en Arial 11 i amb interliniat 1,5.

Aquest projecte/memòria haurà d'estar signat pel representant legal de l'empresa.

Una incorrecta presentació suposarà la no valoració del projecte/memòria de prestació del servei. Si es dona el cas, per a realitzar la valoració d'aquest projecte/memòria, no es tindrà en consideració la informació continguda a partir de la pàgina número 8 i següents, considerant que la primera pàgina a comptar serà la portada.

La valoració serà classificada i alhora puntuada segons el barem que a continuació es detalla:

- Insuficient -0 punts
- Bona – 2,5 punts
- Excel·lent – 5 punts

On la valoració d'excel·lent, amb 5 punts en aquest criteri, és per aquelles propostes que addicionalment a incloure tots els elements indicats, fan una proposta d'alta qualitat per a la millora del canal i que alhora són completes, atractives i innovadores en la seva proposta de formats. La valoració d'acceptable, amb 2,5 punts en aquest criteri, és per



aquelles que inclouen únicament una part dels elements esmentats, o bé que malgrat incloure tots els elements es considera que aquests en la seva totalitat o en una part no són i/o son millorables pel que fa al plantejament o la proposta de formats. La valoració d'insuficient amb 0 punts en aquest criteri, es per aquelles que no inclouin l'anàlisi de cap dels elements esmentats o bé en les que aquests es considerin insuficients pel que fa al plantejament de l'enfocament de les propostes de millora o en els formats proposats

B.5.2 - WhatsApp

Redactar una proposta per obrir un nou canal de Mercats de Barcelona a WhatsApp, adaptat a les particularitats d'aquesta plataforma i incloure una estratègia de contingut creativa i atractiva, així com mesures per mesurar i avaluar l'èxit del perfil **(fins a 5 punts)**.

La proposta ha d'incloure:

- a) *Anàlisi de WhatsApp posat en relació amb Mercats de Barcelona. (fins a 0,5 punts)*
- b) *Objectius del nou canal de WhatsApp. (fins a 0,5 punts)*
- c) *Estratègia i tipus de continguts. (fins a 1 punt)*
- d) *Automatització de missatges. (fins a 0,5 punts)*
- e) *Servei al client. (fins a 1 punt)*
- f) *Promoció del canal. (fins a 0,5 punts)*
- g) *Mètriques i mesurament de l'èxit. (fins a 0,5 punts)*
- h) *Privacitat i seguretat. (fins a 0,5 punts)*

Es valorarà el contingut i el grau de detall de cada un dels aspectes esmentats. No es valorarà la informació que es consideri supèrflua o innecessària.

El document tindrà un màxim de 8 pàgines (portada, índex, annexos, etc. inclosos), correctament numerades de forma correlativa, escrites en Arial 11 i amb interliniat 1,5.

Aquest projecte/memòria haurà d'estar signat pel representant legal de l'empresa.

Una incorrecta presentació suposarà la no valoració del projecte/memòria de prestació del servei. Si es dona el cas, per a realitzar la valoració d'aquest projecte/memòria, no es tindrà en consideració la informació continguda a partir de la pàgina número 4 i següents, considerant que la primera pàgina a comptar serà la portada.

La valoració serà classificada i alhora puntuada segons el barem que a continuació es detalla:

- Insuficient -0 punts
- Bona – 2,5 punts
- Excel·lent – 5 punts

On la valoració d'excel·lent, amb 5 punts en aquest criteri, és per aquelles propostes que addicionalment a incloure tots els elements indicats, fan una proposta d'alta qualitat per a la millora del canal i que alhora són completes, atractives i innovadores en la seva proposta de formats. La valoració d'acceptable, amb 2,5 punts en aquest criteri, és per



aquelles que inclouen únicament una part dels elements esmentats, o bé que malgrat incloure tots els elements es considera que aquests en la seva totalitat o en una part no són i/o son millorables pel que fa al plantejament o la proposta de formats. La valoració d'insuficient amb 0 punts en aquest criteri, es per aquelles que no incloguin l'anàlisi de cap dels elements esmentats o bé en les que aquests es considerin insuficients pel que fa al plantejament de l'enfocament de les propostes de millora o en els formats proposats.

Aquest criteri te com a objectiu avaluar com pensen els licitadors abordar i gestionar els nous perfils de TikTok i WhatsApp per al Mercats de Barcelona. La informació que vols obtenir dels licitadors inclou diversos aspectes:

1. Competència i Coneixement del Medi:

- Saber si els licitadors tenen una comprensió profunda de les plataformes de TikTok i WhatsApp, així com dels seus usos i audiències rellevants.

2. Estratègia de Continguts i Comunicació:

- Entendre com els licitadors planifiquen crear i distribuir contingut rellevant, interessant i atractiu que connecti amb l'audiència dels mercats de Barcelona en aquestes plataformes.

3. Objectius Clars i Mesurables:

- És important que els licitadors defineixin objectius específics, mesurables i alineats amb els objectius globals del Mercats de Barcelona per aquests perfils de TikTok i WhatsApp.

4. Creativitat i Innovació:

- Veure propostes creatives i innovadores que mostren una comprensió de les tendències actuals i futures de les plataformes de xarxes socials i de missatgeria.

5. Gestió de la Comunitat i Interacció:

- Entendre com els licitadors preveuen gestionar les interaccions amb l'audiència, incloent respostes a comentaris, gestió de consultes i foment de la participació.

6. Mesura de resultats i Informes:

- Saber com els licitadors planejen mesurar i avaluar l'èxit dels perfils de TikTok i WhatsApp, quins KPIs utilitzaran i com informaran sobre els resultats obtinguts.

7. Seguretat i Privacitat:

- És crucial assegurar que les propostes considerin la seguretat i privacitat dels usuaris en el maneig de dades personals i la interacció amb els canals de TikTok i WhatsApp.

Aquest criteri vol garantir que els licitadors no només tenen les habilitats tècniques per gestionar aquests perfils de xarxes socials i missatgeria, sinó també la capacitat d'entendre i connectar-se amb l'audiència del Mercats de Barcelona de manera efectiva i innovadora.

10. CRITERIS PER DIRIMIR EL DESEMPAT



Si es produeix un empat en la puntuació total entre diverses empreses licitadores s'aplicarà el criteri de desempat tenint en compte com a data del compliment efectiu del fet de desempat el venciment del termini de presentació d'ofertes i havent d'aportar els licitadors les corresponents declaracions o documents acreditatius del seu compliment en el moment en què es produeixi l'empat i de conformitat amb allò establert a l'article 147.1.

Els criteris escollits i que s'hauran de recollir al PCAP són els següents:

- Proposicions presentades per aquelles empreses que, al venciment del termini de presentació d'ofertes, tinguin a la plantilla un percentatge de persones treballadores amb discapacitat superior al que els imposi la normativa.
- En aquest supòsit, si diverses empreses licitadores de les que haguessin empatat quant a la proposició més avantatjosa acreditin tenir relació laboral amb persones amb discapacitat en un percentatge superior al que els imposi la normativa, tindrà preferència en l'adjudicació del contracte, l'empresa licitadora que disposi del major percentatge de persones treballadores fixes amb discapacitat a la seva plantilla.
- En cas que l'aplicació d'aquest/s criteri/s no doni lloc a desempat es dirimirà mitjançant sorteig.

11.MESA DE CONTRACTACIÓ

President: Màxim López Manresa, Gerent.

Vocals: Susana Navarro Flores, Interventora delegada; Manel Armengol Jornet, Cap dels serveis jurídics i secretari delegat; Elena Navarro Delgado, directora d'organització màrqueting i sistemes; David Cheliz Lozano, director d'administració general.

Secretari: El secretari delegat de l'IMMB.

En tot cas, els membres de la mesa podran delegar a tercers pel cas d'impossibilitat d'assistència.

Les persones que componen la mesa de contractació regiran el seu comportament per les pautes i criteris continguts en el Codi ètic de conducta de l'Ajuntament de Barcelona, tot d'acord amb la previsió de la disposició addicional d'aquest Codi, publicat a la Gasetta municipal del dia 13 de desembre de 2017 i declararan expressament en la primera reunió que no concorren cap causa de conflicte d'interessos.

12.GARANTIES

L'empresa proposada com adjudicatària haurà de dipositar una garantia definitiva per import equivalent al 5% del preu del contracte iva exclòs.

13.TERMINI D'EXECUCIÓ



La durada de les prestacions serà de dos anys a comptar des de l'endemà de la seva formalització o el proposat per l'adjudicatari si fos millorat, i es contempla la possibilitat de prorrogar les prestacions per un termini màxim de 24 mesos més. La pròrroga és obligatòria si es notifica amb una antelació mínima de 2 mesos a la fi del termini actual d'execució.

14. TERMINI DE GARANTIA

S'estableix un termini mínim de garantia de 2 mesos a partir de la data de recepció de la prestació.

15. CONDICIONS ESPECIALS D'EXECUCIÓ

Es considera necessari, d'acord amb la previsió de l'article 202 LCSP, establir la/les següent/s condició/ns especial/s d'execució del contracte que es consideren vinculades amb el seu objecte, no són discriminatòries i són compatibles amb el dret comunitari:

- De caràcter social:

1 El pagament del preu a les empreses subcontractades.

Quan una empresa subcontractista al·legui morositat de l'empresa contractista en el pagament del preu que li correspongui per la prestació realitzada, segons les obligacions de pagament del preu establertes a la Llei 3/2004, de 29 de desembre, de lluita contra la morositat en les operacions comercials, s'estableix com a obligació contractual entre les parts, que l'òrgan de contractació pagui directament a l'empresa subcontractista.

Davant el requeriment d'una empresa subcontractista, l'òrgan de contractació donarà audiència a l'empresa contractista perquè en el termini màxim de deu dies al·legui el que cregui convenient. Si no justifica l'impagament del preu, l'òrgan de contractació farà el pagament directament a l'empresa subcontractista amb detracció del preu a l'empresa contractista principal i amb efectes alliberadors.

2 L'acreditació de pagament en termini de pagament a les empreses subcontractades.

D'acord amb la previsió de la clàusula 19, l'empresa contractista ha de presentar la documentació que justifiqui el compliment efectiu dels terminis d'abonament a les empreses subcontractistes, quan sigui requerida per la persona responsable del contracte i, en tot cas, una vegada finalitzada la prestació.

No s'admetran pactes entre contractista i subcontractista que superin el termini de pagament establert per l'Ajuntament per al contractista.

Aquesta condició es considera essencial i el seu incompliment comportarà la imposició d'una penalitat de com a màxim el 10% de l'import d'adjudicació.

3 Manteniment de les condicions laborals de les persones que executen el contracte durant tot el període contractual.



L'empresa contractista ha de mantenir, durant la vigència del contracte, les condicions laborals i socials de les persones treballadores ocupades en l'execució del contracte, fixades en el moment de presentar l'oferta, segons el conveni que sigui d'aplicació.

Aquesta condició té el caràcter d'obligació essencial del contracte i el seu incompliment podrà ser objecte de penalització com a falta molt greu o causa d'extinció contractual.

La persona responsable del contracte podrà requerir a l'empresa contractista que declari formalment que ha complert la obligació. Així mateix, la persona responsable del contracte o l'òrgan de contractació podran requerir als òrgans de representació de les persones treballadores que informin al respecte.

4 Comunicació inclusiva.

L'empresa contractista ha de garantir,

- que en les activitats derivades de l'execució del contracte no s'utilitzin llenguatge o imatges sexistes, que no atemptin contra la igualtat de les persones amb diversitat funcional de qualsevol tipus, els drets de la infantesa, o que no siguin respectuoses amb la cura pel medi ambient, la sostenibilitat i els drets dels animals.
- l'ús d'una comunicació que no incorri en qualsevol tipus de discriminació per raó d'orientació i/o identitat sexual, origen, edat, creences, o altres condicions o circumstàncies personals o socials.
- en les seves comunicacions derivades de l'execució del contracte, evitar l'exaltació de la violència i fomentar la diversitat cultural, fugint dels estereotips negatius perpetuadors de prejudicis.

En cas que es produeixi una circumstància que recomani la revisió tant del llenguatge oral com de materials de comunicació implicats en l'execució del contracte, i es determini que s'ha incomplert algun dels principis citats anteriorment, la contractista haurà de dur-ne a terme la corresponent correcció seguint les recomanacions per part de la unitat promotora, havent de presentar els materials corregits o el compromís de retirada, així com un informe de les mesures dutes a terme.

El contractista resta obligat a sotmetre's a la normativa nacional i de la Unió Europea en matèria de protecció de dades. Aquesta obligació té el caràcter d'obligació contractual essencial de conformitat amb el que disposa la lletra f) de l'apartat 1 de l'article 211.

16.PAGAMENT DEL PREU

El pagament del preu es realitzarà mitjançant la presentació de les factures de forma mensual prèvia comprovació i supervisió de les prestacions realitzades.

17.MODIFICACIONS DEL CONTRACTE

Un cop perfeccionat el contracte, l'òrgan de contractació només podrà modificar el contracte, si concorren les circumstàncies establertes a l'art. 205 de la Llei 9/2017 de 9 de novembre de 2017

18.REVISIÓ DE PREUS

En aquest contracte no es podrà revisar el preu.



19.SUBCONTRACTACIÓ

L'empresa adjudicatària pot subcontractar amb tercers la realització parcial de la prestació amb el compliment dels requisits i obligacions establerts als articles 215 i 216 LCSP. L'incompliment d'aquestes estipulacions legals comportarà les conseqüències establertes a l'apartat 3 de l'article 215 LCSP.

El contractista està obligat a abonar als subcontractistes el preu pactat en els terminis i condicions que estableix l'article 216 LCSP. D'acord amb les previsions de l'article 217 es podrà verificar el compliment d'aquesta obligació i serà obligatori en els contractes de valor estimat superior a 5 milions d'euros o subcontractació que representi un import superior a 30% del preu.

Els tercers subcontractats no han de realitzar operacions financeres en paradisos fiscals considerades delictives, -segons la llista de països elaborada per les Institucions Europees o avalada per aquestes o, en el seu defecte, per l'Estat espanyol-, o fora d'ells i que siguin considerades delictives, en els termes legalment establerts com ara delictes de blanqueig de capitals, frau fiscal o contra la Hisenda Pública.

En cas que els tercers subcontractats tinguin relacions legals amb paradisos fiscals l'adjudicatari ha d'informar d'aquestes relacions a l'òrgan de contractació (que en donarà publicitat en el perfil de contractant) i presentar-li la documentació descriptiva dels moviments financers i tota la informació relativa a aquestes actuacions de les empreses subcontractistes.

El contractista està obligat a abonar als subcontractistes el preu pactat en un termini que no pot ser més desfavorable que el previst en la llei 3/2004, de 29 de desembre, que estableix les mesures de lluita contra la morositat.

El responsable del contracte podrà requerir durant l'execució del contracte la verificació del pagament del preu als subcontractistes.

Així mateix, acabat el termini d'execució i abans de la liquidació, ha de presentar un document que justifiqui el compliment efectiu dels terminis d'abonament als subcontractistes.

Si el valor estimat del contracte és superior a 5 milions d'euros o si la subcontractació supera el 30% del preu del contracte, l'empresa adjudicatària ha de presentar la relació detallada i els justificants de pagament establerts a l'article 217.1 LCSP. Aquesta obligació es considera obligació especial d'execució i el seu incompliment es considera molt greu responnent la garantia definitiva de les penalitats que s'imposin.



20.CESSIÓ DEL CONTRACTE

Els drets i obligacions de l'empresa contractista, derivats del contracte, poden ser cedits a un tercer sempre que les qualitats tècniques o personals del cedent no hagin estat raó determinant de l'adjudicació del contracte i que la cessió no comporti una restricció de la competència en el mercat i es compleixin els requisits establerts a l'apartat 2 de l'article 214 LCSP.

21.RÈGIM ESPECÍFIC DE PENALITATS

Considerant les característiques del contracte, així com també les possibles millores que puguin oferir els contractistes i que seran objecte de valoració, així com el límit màxim de penalitats del 50% del preu del contracte iva exclòs, s'estableixen les següents penalitats:

a) Incompliments molt greus:

- L'incompliment de les obligacions contractuals essencials previstes en aquest plec.
- L'incompliment o compliment defectuós de les obligacions i/o condicions d'execució del contracte establertes en aquest plec i en el plec de condicions tècniques, quan produeixi un perjudici substancial en l'execució del contracte i no doni lloc a la resolució del contracte.
- L'incompliment de les prescripcions sobre senyalització i seguretat de tercers en les prestacions.
- L'incompliment molt greu de les obligacions derivades de la normativa general sobre prevenció de riscos laborals quan produeixi un perjudici substancial en l'execució del contracte i especialment en les seves condicions de seguretat.
- Les actuacions que, per acció o omissió, generen riscos greus sobre el medi ambient d'acord amb la legislació vigent.
- L'establiment de pactes entre contractista i subcontractista que superin el termini de pagament establert per l'Ajuntament per al contractista.
- L'incompliment de les resolucions de l'ONU relatives al compliment de les disposicions de dret internacional mediambiental, social i laboral que vinculin a l'Estat.
- Totes aquelles que s'hagin qualificat com a tal en aquest plec.

b) Incompliments greus:

- La falsedat de la declaració de l'empresa contractista o subcontractista de no tenir cap relació financera o econòmica en un paradís fiscal o falsedat en què aquesta relació és legal, segons estableix el Decret d'Alcaldia de 19 de maig de 2016.
- L'incompliment o compliment defectuós de les obligacions i/o condicions d'execució del contracte establertes en aquest plec i en el plec de condicions tècniques, quan no constitueixi incompliment molt greu.
- L'incompliment de les prescripcions municipals sobre comunicació de les prestacions.
- L'incompliment, que no constitueixi incompliment molt greu, de les obligacions derivades de la normativa general sobre prevenció de riscos laborals.
- L'aportació per part de la subcontractista o subministradora a l'òrgan de contractació de la resolució judicial o arbitral ferma que acrediti la manca de pagament en termini del contractista principal, sempre que aquesta demora en el pagament no estigui motivada per l'incompliment de les obligacions contractuals assumides per la subcontractista o



subministradora en l'execució de la prestació. (La penalitat podrà assolir el 5% del preu del contracte i podrà reiterar-se cada mes si persisteix l'impagament, fins un màxim del 50% del preu del contracte).

- L'incompliment de les condicions especials d'execució establertes en aquest plec, quan no se'ls hi hagi atribuït el caràcter d'obligacions contractuals essencials.
- Totes aquelles que s'hagin qualificat com a tal en aquest plec.

c) Incompliments lleus:

- L'incompliment o compliment defectuós de les obligacions i/o condicions d'execució del contracte establertes en aquest plec i en el plec de condicions tècniques, quan no constitueixi incompliment molt greu o greu.
- L'incompliment de les obligacions de caràcter formal o documental exigides en la normativa de prevenció de riscos laborals i que no estiguin tipificades com a greus o molt greus.
- Totes aquelles que s'hagin qualificat com a tal en aquest plec.

Imposició de penalitats:

Les penalitats que li seran imposades al contractista per la comissió d'aquestes faltes són les següents:

Per incompliments lleus una penalitat equivalent a un 3% com a màxim del preu del contracte iva exclòs per a cada penalitat d'aquesta tipologia.

Per incompliments greus una penalitat equivalent a un 6 % com a màxim del preu del contracte iva exclòs per cada penalitat d'aquesta tipologia.

Per incompliments molt greus una penalitat equivalent a un 10% com a màxim del preu d'adjudicació.

Quan el contractista, per causes que li siguin imputables, hagi incomplert parcialment l'execució de les prestacions definides en el contracte, l'òrgan de contractació podrà optar, ateses les circumstàncies del cas, per la seva resolució o per la imposició de les penalitats.

El termini per a imposar la corresponent penalitat o sanció contractual serà de tres mesos a comptar des de la data d'incoació del corresponent expedient.

22. TRACTAMENT DE DADES DE CARÀCTER PERSONAL

Aquest contracte podria comportar el tractament de les dades de caràcter personal que s'integren dins la tipologia següent:

Altres dades (nivell baix)

- identificatives: imatge/veu; noms i cognoms; correu electrònic; número de telèfon.



Finalitat del tractament serà la creació, el manteniment i la dinamització dels continguts de les xarxes socials, canals de comunicació social media i canals de comunicació digital, així com la producció de material gràfic i audiovisual per contribuir a la difusió dels continguts.

Per tot això,

ES SOL·LICITA que s'iniciï la tramitació d'un expedient mitjançant un procediment obert per tramitació *ordinària* amb mesures de contractació pública sostenible, amb una durada de 2 anys a partir de 1 de juliol del 2024, o bé, a partir de l'endemà de la formalització del contracte, per un import total de licitació de 145.200 euros.

Elena Navarro Delgado

Dir. d'Organització, Màrqueting i Sistemes

Institut Municipal de Mercats