

Informe justificatiu de necessitat, idoneïtat i eficiència del contracte del Servei de disseny, conceptualització i gestió de continguts comunicatius de xarxes socials per a cadascuna de les direccions de l'Àrea de Cultura, Educació, Cicles de Vida, Feminismes i LGTBI, amb mesures de contractació pública sostenible.

Contracte reservat: NO
Lots: NO

Índex de continguts

1.---Antecedents	3
2.---Exposició de les necessitats 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	4
4.---Divisió en lots	5
5.---Pressupost base de licitació i valor estimat del contracte (VEC)	6
6.---Imputació pressupost municipal	8
7.---Procediment d'adjudicació	9
8.---Condicions d'aptitud i de solvència tècnica, econòmica i financera	9
9.---Criteris d'adjudicació	11
10.-Criteris per dirimir el desempat	18
11.-Mesa de contractació i comitè d'experts	19
12.-Garantia definitiva	20
13.-Durada del contracte i termini d'execució	20
14.-Termini de garantia	20
15.-Condicions especials d'execució	20
16.-Pagament del preu	20
17.-Modificacions del contracte	21
18.-Revisió de preus	21
19.-Subcontractació	21
20.-Cessió del contracte	21
21.-Règim específic de penalitats	21
22.-Tractament de dades de caràcter personal	22
23.-Relació habitual amb menors d'edat	22
24.-Responsabilitat del contracte	22

1. Antecedents

El Departament de Comunicació de la Gerència d'Àrea de Cultura, Educació, Cicles de Vida, Feminismes i LGTBI té com a missió l'impuls de les accions i polítiques en matèria de comunicació, i exercici de l'estratègia de comunicació de les diferents direccions i/o departaments de la Gerència, establint una planificació que tingui el consens dels diferents actors implicats, a més de coordinar i harmonitzar les diferents actuacions que òrgans gestors de l'Ajuntament de Barcelona i els seus ens dependents liderin dins l'àmbit de la comunicació.

Les seves funcions són:

- Coordinar les actuacions i polítiques en matèria de comunicació de la Gerència.
- Gestionar les relacions comunicatives amb els mitjans de comunicació, seguint els circuits establerts i el criteris municipals en aquesta matèria, i coordinant-se amb la Direcció de Comunicació Municipal.
- Definir el relat i estil comunicatiu comú de l'Àrea/Tinència, vetllant per la seva implementació transversal en la comunicació de les diferents direccions i/o departaments de la Gerència.
- Validar, coordinar i gestionar l'estratègia comunicativa de les diferents direccions i/o departaments de la Gerència a través dels diferents suports i infraestructures de comunicació analògica i/o digital.
- Planificar, dirigir, impulsar i supervisar els programes i actuacions de comunicació de les diferents direccions i departament de la Gerència, assegurant la seva coordinació amb els diferents òrgans i operadors municipals, i externs.
- Dissenyar i coordinar la definició i seguiment d'estàndards i directrius de producció, d'ús i de contingut dels diferents suports i infraestructures de comunicació de la Gerència.
- Definir i coordinar el disseny i la producció de continguts en els diferents suports i infraestructures, garantint la seva operativitat i bon funcionament.
- Totes aquelles que li siguin atribuïdes pel seus superiors en l'acompliment de les seves funcions.

L'Àrea disposa de diferents xarxes socials per poder fer arribar i comunicar a la ciutadania informació de les actuacions i activitats que s'hi desenvolupen.

2. Exposició de les necessitats i justificació de la solució escollida

Les xarxes socials que depenen del Departament de Comunicació de la Gerència d'Àrea de Cultura, Educació, Cicles de Vida, Feminismes i LGTBI s'han de mantenir, ampliar i millorar pel que fa als seus continguts, i alinear-se amb el Pla estratègic de comunicació digital de l'Ajuntament de Barcelona.

L'objectiu és la gestió de les xarxes socials de la Gerència i millorar el manteniment i la gestió dels comptes existents d'Instagram i altres possibles canals que puguin sorgir. En aquests canals s'ofereix informació adreçada a

diferents segments de població i ciutadania, en general, sobre els serveis i activitats municipals que ofereixen les direccions i departaments de la Gerència.

En aquests moments els canals que es gestionen des del Departament de Comunicació de la Gerència d'Àrea i que són objecte dels serveis d'aquest contracte són:

INSTAGRAM:

@BCN_Infancia

@Bcn_Interculturalitat

La necessitat d'aquest contracte rau en el fet de garantir una gestió professional, continuada i coherent dels continguts comunicatius de les xarxes socials de la Gerència d'Àrea de Cultura, Educació, Cicles de Vida, Feminismes i LGTBI, així com de millorar la qualitat, l'adequació i l'eficàcia de la comunicació digital adreçada a la ciutadania. L'evolució constant de les xarxes socials, l'aparició de nous formats i canals digitals, i l'increment del grau de tecnificació i especialització que requereix la creació i difusió de continguts fan necessari disposar de perfils professionals especialitzats que permetin adaptar l'estratègia comunicativa a les necessitats canviants i assegurar una comunicació àgil, eficient i alineada amb els criteris i objectius municipals.

L'Ajuntament de Barcelona no disposa de mitjans ni recursos tècnics adients per dur a terme 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 correcta realització 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 d'1 any i amb possibilitat el contracte fins a 2 anys més.

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 de serveis especialitzats en gestió de xarxes socials tal com es detalla al punt 1.1 del Plec de prescripcions tècniques.

3. Objecte, prestació concreta que es vol contractar i modalitat de contracte que millor s'ajusta a les necessitats detectades

L'objecte del contracte és el servei de disseny, conceptualització i gestió de continguts comunicatius de xarxes socials per a cadascuna de les direccions de l'Àrea de Cultura, Educació, Cicles de Vida, Feminismes i LGTBI (temàtiques: infància, joventut, persones grans, educació, interculturalitat, feminismes, soledat), amb mesures de contractació pública sostenible.

La gestió d'aquests continguts implica la conceptualització, manteniment, actualització i publicació de continguts a xarxes socials, així com el seguiment,

disseny i control de l'estratègia de comunicació digital de la Gerència d'Àrea. A més, en els casos de les temàtiques d'infància i interculturalitat l'empresa haurà de gestionar també les xarxes socials associades a aquestes dues temàtiques.

El codi CPV del contracte és el següent:

Codi CPV: 72400000-4 Serveis d'internet

Les tasques generals incloses en el present contracte són les següents:

- Gestió dels perfils d'Instagram i altres xarxes socials de la Gerència d'Àrea.
- Participació en l'estratègia de comunicació de les xarxes socials de la Gerència d'Àrea.
- Conceptualització de continguts digitals de les temàtiques de la Gerència d'Àrea per a les xarxes socials municipals.

Les tasques detallades serien les descrites a les clàusules 2 a 6 del PPT.

4. Divisió en lots

Es justifica, d'acord amb el que preveu l'article 99.3 LCSP, que es considera tècnicament més òptim, tant a nivell de recursos com de coordinació de l'execució, **la impossibilitat de no dividir el contracte en lots** pels aspectes concrets següents:

- Les prestacions compreses en l'objecte del contracte es contemplen per nombre de canals. La rapidesa amb què evoluciona l'àmbit de les xarxes socials podria donar situacions de tancament de canals i obertura de nous, i es requereix la màxima flexibilitat per adaptar-s'hi.
- Les tasques objecte del contracte afecten a àmbits temàtics de la Gerència d'Àrea, en general, fet pel qual permet concloure que les prestacions objecte d'aquest contracte no poden ser objecte de divisió en lots.

Així, 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 Pressupost Base de Licitació

El pressupost base de licitació que es considera amb els preus de mercat és de 59.241,60 euros, amb el desglossament següent:

- Pressupost net: 48.960,00 €
- IVA 21%: 10.281,60 €

El sistema de determinació del preu és a preu alçat.

La quantitat indicada com a pressupost net constitueix la xifra màxima per sobre de la qual s'estimarà que les ofertes de les empreses licitadores excedeixen el tipus de la licitació. En tot cas, les ofertes que excedeixin el pressupost de licitació, IVA exclòs, seran excloses del procediment.

El pressupost del contracte ha de ser presentat en euros per les empreses licitadores.

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

Costos Directes	Import €
Costos salarials	32.000,00 €
Costos a la seguretat social	10.560,00 €
TOTAL	42.560,00 €
Costos Indirectes	Import €
Despeses generals d'estructura	3.200,00 €
TOTAL	3.200,00 €
Benefici industrial sobre costos directes i indirectes	3.200,00€
TOTAL DE COSTOS (Directes + Indirectes + Benefici industrial)	48.960,00 €

El conveni col·lectiu de referència per als treballadors que prestin serveis en relació a aquest contracte és el conveni col·lectiu estatal per a les empreses de publicitat ([Codi conveni núm.: 99004225011981](#)). Els imports salarials fixats al conveni sectorial indicat són els que regeixen als efectes de determinar ofertes anormals i durant l'execució del contracte. El fet de no aplicar el conveni sectorial de referència comporta l'exclusió del procediment o resolució del contracte sempre i quan els imports aplicats siguin inferiors als establerts al conveni sectorial de referència.

Pel que fa a l'estimació dels costos salarials, aquests han estat calculats prenent com a base les condicions de mercat ja que els salaris de mercat d'aquest sector d'activitat són considerablement superiors als establerts en el conveni col·lectiu indicat, així com en base al coneixement propi basat en l'experiència i als preus de mercat extrets de la "[Guia Hays del Mercado Laboral 2025](#)" a partir d'una

plantilla de persones treballadores que ha d'executar el contracte amb les següents categories professionals, segons s'especifica a la clàusula 7.3 del Plec de prescripcions tècniques (PPT) i de la jornada de treball establerta al conveni col·lectiu indicat, que és de 1752 hores a l'any:

Perfil professional	Categoria segons conveni	Retribució anual segons conveni	Retribució anual	Nombre hores anuals	Nombre hores contracte	Cost salarial contracte
Responsable Mitjans Socials (Content Specialist)	Nivell 2	26.404,00	35.000,00	1752	584	11.666,67
Community Manager	Nivell 3	22.146,01	30.500,00	1752	1168	20.333,33

Referent al nombre d'hores del contracte, s'ha previst una dedicació setmanal total de **37,5 hores** (1752 hores anuals) per a la conceptualització de continguts per a xarxes socials de les temàtiques de la Gerència d'Àrea, així com també, per a la gestió dels perfils d'Instagram d'Infància i d'Interculturalitat. Aquesta dedicació inclou la conceptualització de continguts de les temàtiques de la Gerència d'Àrea per a altres xarxes municipals de l'Ajuntament de Barcelona, la coordinació amb proveïdors, l'adequació al calendari de les campanyes de comunicació i la resta de tasques descrites en la clàusula 1.2 del PPT. El volum i la continuïtat d'aquestes actuacions, juntament amb l'experiència en contractes anteriors de característiques similars, permeten determinar aquesta dedicació en 37,5 hores setmanals.

S'ha previst el següent desglossament de les hores de dedicació setmanal, d'acord amb les tasques definides al Plec de prescripcions tècniques (PPT):

1. Gestió dels perfils d'Instagram d'Infància i Interculturalitat (Planificació, coordinació, creació de continguts, publicació, monitoratge i interaccions)

- Planificació i calendarització de continguts: 4 h/setmana
- Elaboració de brífings i coordinació amb l'empresa externa de producció multimèdia: 6 h/setmana
- Creació de continguts propis (carrusels, agendes, textos, copys, hashtags, etc.): 6 h/setmana
- Publicació, verificació diària, monitoratge i gestió d'interaccions: 4 h/setmana

Total dedicació setmanal: 20 hores

2. Conceptualització i coordinació de continguts per a altres temàtiques de la Gerència d'Àrea (Feminismes, LGTBI, Persones grans, Soledat, Joventut, Educació)

- Definició de propostes de contingut i criteris comunicatius: 3 h/setmana

- Elaboració de brífings i coordinació de producció amb tercers: 3 h/setmana
- Seguiment, revisió i adequació dels continguts a canals municipals: 2 h/setmana

Total dedicació setmanal: 8 hores

3. Seguiment de l'estratègia de comunicació i tasques transversals (d'acord amb les clàusules 3 i 4 del PPT)

- Reunió setmanal de coordinació amb el Departament de Comunicació: 2 h/setmana
- Anàlisi de tendències, monitoratge global i escolta activa: 2 h/setmana
- Elaboració i seguiment d'indicadors, informes i tasques transversals: 5,5 h/setmana

Total dedicació setmanal: 9,5 hores

Total dedicació setmanal: 37,5 hores

El desglossament d'hores de dedicació indicat en aquest apartat té un caràcter merament orientatiu i respon a una estimació raonable basada en les tasques descrites al Plec de prescripcions tècniques. Aquesta distribució pot variar durant l'execució del contracte en funció de les necessitats del servei i de la planificació de les accions i campanyes de comunicació, sense que això comporti cap alteració del volum total d'hores previstes ni de l'objecte del contracte.

5.2 Valor estimat del contracte

El VEC d'aquest contracte s'estima en **146.880,00 €**. Els conceptes que inclou són els següents:

Any	VE de la prestació	VE de pròrrogues eventuais	SUMA
2026	44.801,75 €		44.801,75 €
2027	4.158,25 €	44.801,75 €	48.960,00 €
2028		48.960,00 €	48.960,00 €
2029		4.158,25 €	4.158,25 €
TOTAL	48.960,00 €	97.920,00 €	146.880,00 €

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 als pressupost i partides següents:

Any	Econòmic	Programa	Orgànic	Import net	% IVA	Import IVA	Import total
2026	22719	92521	0800	11.343,81	21	2.382,20	13.726,01
2026	22719	23241	0800	10.144,31	21	2.130,31	12.274,62
2026	22719	23012	0800	10.144,31	21	2.130,31	12.274,62
2026	22719	32627	0800	10.144,31	21	2.130,31	12.274,62
2026	22719	92413	0800	3.025,01	21	635,25	3.660,26
2027	22719	92521	0800	1.052,87	21	221,10	1.273,97
2027	22719	23241	0800	941,54	21	197,72	1.139,26
2027	22719	23012	0800	941,54	21	197,72	1.139,26
2027	22719	32627	0800	941,54	21	197,72	1.139,26
2027	22719	92413	0800	280,76	21	58,96	339,72
2026				48.960,00		10.281,60	59.241,60

Els imports anuals s'han calculat amb un inici del contracte previst a data 1/2/2026 i per tant, en cas d'un inici posterior del contracte els imports anuals s'hauran de redistribuir en proporció.

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

1. Condicions d'aptitud

Considerant l'objecte del contracte i el seu valor estimat, així com els principis de no-discriminació i proporcionalitat que han de regir en tota actuació administrativa, les condicions d'aptitud mínima que s'hauran d'exigir als empreses licitadores per participar en aquest procediment d'adjudicació són les següents:

- 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.

Fent referència a l'article 70 de la LCSP, es posa de manifest que cap empresa externa a l'Ajuntament de Barcelona ha participat prèviament en l'elaboració de les especificacions tècniques o dels documents preparatoris del contracte o ha assessorat a l'òrgan de contractació durant la preparació del procediment de contractació.

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

2. Criteris de solvència econòmica i tècnica o de classificació.

L'empresa licitadora hauria de disposar de la solvència econòmica, financera, tècnica i professional mínima següent:

A) SOLVÈNCIA ECONÒMICA I FINANCERA:

El volum anual de negocis referit al millor dels tres últims exercicis anteriors a la data de presentació de les proposicions o en funció de les dates de constitució o d'inici d'activitats de l'empresa, hauria de tenir un import igual o superior a 40.000,00 euros.

Justificació: Tenint en compte les característiques i l'import total del contracte, es considera adient, ajustat a l'objecte del contracte i al seu import, exigir la solvència econòmica anteriorment mencionada per tal que quedi acreditat que l'empresa podrà fer front a les obligacions que adquirirà en el moment d'executar les tasques que es deriven del present contracte.

B) SOLVÈNCIA TÈCNICA O PROFESSIONAL

Donades les característiques del contracte, es considera adient, ajustat a l'objecte del contracte i a les tasques que l'integren, els requisits tècnics següents:

B.1 L'import anual, sense incloure els impostos, que l'empresa licitadora hauria de declarar com a executat durant l'any de superior execució en el decurs dels últims tres anys en serveis o treballs de naturalesa igual o similar que els que constitueixen l'objecte d'aquest contracte ha de ser com a mínim de 30.000 euros.

Justificació: Tenint en compte les característiques de l'objecte del contracte, la seva naturalesa especialitzada i la necessitat de garantir una correcta execució de les prestacions, es considera adient exigir que l'empresa licitadora acrediti experiència prèvia en la realització de serveis o treballs de naturalesa igual o similar als que constitueixen l'objecte del contracte. Aquest requisit permet assegurar que l'empresa disposa del coneixement, l'expertesa i la capacitat tècnica necessaris per desenvolupar de manera adequada les tasques de disseny,

conceptualització i gestió de continguts a les xarxes socials objecte del contracte.

B.2 D'acord amb l'article 90.1.b LCSP, el nombre de personal tècnic, integrat o no l'empresa, participant en el contracte mínim ha de ser de d'una persona amb titulació mínima en Grau Universitari en Publicitat, Comunicació o similars, segons la [relació d'estudis universitaris](#) oficials reconeguts per la Generalitat de Catalunya. L'empresa licitadora proposada com a adjudicatària haurà d'acreditar aquesta titulació mitjançant la presentació del títol corresponent, o bé el certificat de pagament del mateix, o alternativament el corresponent justificant electrònic obtingut a través de la [Carpeta Ciutadana](#).

Justificació: El fet de disposar de la titulació mínima requerida, garanteix un millor coneixement de les matèries objecte del contracte i una major qualitat del servei.

Els requisits escollits no perjudiquen la competitivitat ni restringeixen de manera injustificada la concurrència entre les empreses.

S'admet que les empreses puguin acreditar la solvència necessària mitjançant la solvència i els 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 que demostrï que durant la vigència del contracte disposarà efectivament dels mitjans i la solvència d'aquella entitat.

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

9. Criteris d'adjudicació

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:

Criteris avaluables mitjançant judici de valor	Puntuació
1. Cas pràctic sobre la cobertura comunicativa per una xarxa social de la Gerència d'Àrea de Cultura, Educació, Cicles de Vida, Feminismes i LGTBI	60 punts
Total	60 punts
Criteris Automàtics	Puntuació
1. Oferta econòmica	35 punts
2. Per acreditar el coneixement de la llengua catalana del personal adscrit al contracte (Punt 6.1 PPT)	5 punts
Total	40 punts
Total puntuació	100 punts

Justificació: Atès la naturalesa del contracte es considera necessari que els criteris avaluable mitjançant judici de valor tinguin un pes majoritari en la valoració de les ofertes presentades. La correcta conceptualització, qualitat narrativa, adequació del llenguatge audiovisual, coherència amb els valors institucionals i capacitat d'assolir els objectius comunicatius de les xarxes socials de l'Ajuntament de Barcelona són elements determinants per garantir una comunicació efectiva i alineada amb els estàndards de qualitat exigits. Per aquest motiu, s'atorga un total de 60 punts als criteris sotmesos a judici de valor, considerant que aquests permeten valorar de manera més adequada la qualitat tècnica i creativa de les propostes presentades.

A. Criteris de judici de valor. Puntuació total: 60 punts.

1. Cas pràctic d'una cobertura comunicativa per una xarxa social de la Gerència d'Àrea de Cultura, Educació, Cicles de Vida, Feminismes i LGTBI (clàusula 2 del PPT), fins a 60 punts.

La valoració dels criteris sotmesos a judici de valor es realitzarà mitjançant un exercici pràctic de cobertura audiovisual, ja que es considera que és el mètode més efectiu per obtenir el material necessari per efectuar la valoració qualitativa.

Els criteris avaluable mitjançant judici de valor, amb una puntuació total màxima de 60 punts, es distribueixen de la següent manera:

CONCEPTE	PUNTUACIÓ		
1. Proposta creativa	<i>Fins a 38 punts</i>		
1.1. Adequació de la narrativa visual al missatge	<i>Fins a 20 punts</i>		
1.1.1. Adequació del guió al missatge	Molt bé	Bé	Insuficient
	10	5	0
1.1.2. Adequació de l' <i>storyboard</i> al missatge	Molt bé	Bé	Insuficient
	10	5	0
1.2. Proposta d'execució de la producció	<i>Fins a 18 punts</i>		
1.2.1. Moments i localització de la gravació	Molt bé	Bé	Insuficient
	9	5	0
1.2.2. Tractament estètic (<i>moodboard</i>)	Molt bé	Bé	Insuficient
	9	5	0
2. Estratègia de difusió	<i>Fins a 22 punts</i>		
	Molt bé	Bé	Insuficient
	22	11	0
Total	<i>Fins a 60 punts</i>		

Les empreses participants hauran de dissenyar la cobertura, producció de peces i estratègia de difusió d'una peça audiovisual tipus A (Clàusula 5.1.1 del PPT), **a partir de les premisses de l'Annex 1.**

Aquest exercici inclourà els següents 5 documents:

1. Guió: Ideació i relat en forma de guió de continguts
2. *Storyboard*. Descripció del guió audiovisual que narra la història
3. Pla de producció: Localització dels rodatges i moments
4. Dossier visual: Referències estètiques *moodboard* (adequació al guió i pertinència en relació al missatge a transmetre)
5. Estratègia de difusió: Proposta de formats, canals i calendari de publicació i s'ha d'argumentar com s'aconseguirien uns impactes qualitatius i quantitatius que s'han de definir com a objectius.

Cada un dels 5 documents s'haurà de presentar per separat i constarà d'una extensió màxima de 2 pàgines. Les limitacions d'espai tenen com a objectiu, que les ofertes siguin concises i exposin el que es demana de manera breu, clara i entenedora. Tots els documents s'han de presentar en format PDF, mida DIN A4, amb tipus de lletra Arial, mida 11 i interlineat simple.

1. Proposta creativa, fins a 38 punts

S'entén per proposta creativa el concepte intel·lectual fruit del procés del bríng i sotmès a direcció creativa. La valoració de la idea creativa es farà en base al guió i l'*storyboard*.

Justificació: La proposta creativa és clau perquè les peces transmetin la importància de la climatització de 170 centres educatius de la ciutat en un context de canvi climàtic. L'empresa licitadora ha de saber modular la creativitat i el to comunicatiu per tal d'apropar-se al màxim al context, captant l'atenció del públic, creant l'impacte desitjat i transmetent el missatge de l'Ajuntament.

Els 38 punts es distribueixen de la següent manera:

1.1. Adequació de la narrativa visual al missatge, fins a 20 punts

S'entén per narrativa visual les diferents formes de transmetre el missatge amb imatges fixes o en moviment, per mitjà de tècniques i recursos que afecten a la imatge, la seva capacitat de transmetre informació i la seva eficàcia en aquest propòsit.

Justificació: El domini de les tècniques narratives visuals permet fer comprensible el missatge per al públic objectiu, concentrant allò que es vol expressar i la manera més impactant de fer-ho. El primer plantejament de les tècniques narratives que s'empraran en la peça audiovisual es detalla al guió, i a l'*storyboard*, i per tant es considera necessària la seva valoració. Els 20 punts es repartiran entre:

1.1.1. Adequació del guió al missatge demanat, fins a 10 punts

Es valorarà la capacitat que té la història que s'explica per transmetre els 2 elements demanats, que són:

- Transmetre que l'Ajuntament aposta per escoles més sostenibles, més saludables i fer espais més propicis per a l'educació i l'aprenentatge.
- Transmetre que l'Ajuntament està treballant per una ciutat que fa front al canvi climàtic i que garanteix la salubritat de les escoles, assegurant també el confort tèrmic de l'alumnat tant en els mesos calorosos com en els de fred.

Els punts es ponderaran de la següent manera:

Concepte	Valoració		
	Insuficient	Bé	Molt bé
Capacitat del guió en transmetre els elements demanats: fer front al canvi climàtic, apostar per escoles sostenibles i saludables i garantir el confort tèrmic als centres educatius per facilitar l'educació i l'aprenentatge.	0	5	10

De cara a valorar, es considerarà:

- Molt bé si el guió transmet els 2 elements de manera impactant en quant al missatge.
- Bé si el guió transmet només 1 element de manera impactant en quant al missatge.
- Insuficient si el guió transmet cap element de manera impactant en quant al missatge.

Justificació: L'adequació del guió ideat és clau perquè el missatge arribi a la ciutadania. L'empresa licitadora ha de saber modular la creativitat per tal d'apropar-se al màxim al context, captant l'atenció del públic objectiu i creant l'impacte desitjat.

1.1.2. Adequació de l'storyboard al missatge demanat, fins a 10 punts.

Es valorarà que la translació del guió en llenguatge audiovisual sigui entenedora i atraient per a l'òptima transmissió del missatge demanat. Els punts es ponderaran de la següent manera:

Concepte	Valoració		
	Insuficient	Bé	Molt bé
Plasmació a l'storyboard en llenguatge audiovisual del guió en els 2 elements demanats: fer front al canvi climàtic, apostar per escoles sostenibles i saludables i garantir el	0	5	10

confort tèrmic als centres educatius per facilitar l'educació i l'aprenentatge.			
---	--	--	--

De cara a valorar, es considerarà:

- Molt bé si l'*storyboard* plasma els 2 elements del missatge en llenguatge audiovisual de manera innovadora alhora que entenedora i atractiva.
- Bé si l'*storyboard* plasma només 1 dels elements del missatge en llenguatge audiovisual de manera innovadora alhora que entenedora i atractiva.
- Insuficient si l'*storyboard* no plasma cap element del missatge en llenguatge audiovisual de manera innovadora alhora que entenedora i atractiva.

Justificació: L'*storyboard* és un document descriptiu que serveix de complement al guió. És una traducció a llenguatge audiovisual de la història que es vol explicar i serveixen de guia en la fase de producció de la peça. Per tant, es tracta d'un document fonamental en la valoració de les peces audiovisuals.

1.2. Proposta d'execució de la producció, fins a 18 punts

Un cop definida la narrativa visual de la peça audiovisual, és essencial concretar com s'executarà la proposta. Cal especificar el tractament estètic que s'aplicarà a la producció, així com els moments i espais que s'utilitzaran.

La valoració de la proposta d'execució es farà en base a dos criteris: la proposta de moments i localitzacions, i la proposta de *moodboard*.

1.2.1. Moments i localització de la gravació, fins a 9 punts

Es valorarà la capacitat de les localitzacions escollides i els moments de la gravació proposats en transmetre el missatge que es demana de forma realista, natural, fidel als fets i continguts relacionats. Cal parar atenció a l'escenari hipotètic recollit a l'annex: presentació per celebrar la finalització del projecte al setembre de 2029, en el marc d'un acte obert i festiu a una escola amb la participació de representants institucionals, famílies i mitjans de comunicació:

Concepte	Valoració		
	Insuficient	Bé	Molt bé
Capacitat de la localització i moments de la gravació proposats en transmetre el missatge que es demana de manera realista, natural i fidel als fets i continguts relacionats.	0	5	9

De cara a valorar, es considerarà:

- Molt bé si les localitzacions i els moments proposats transmeten el missatge que es demana de manera realista, natural i fidel als fets i continguts; i si

reflecteix amb detall l'acte hipotètic de finalització del projecte i la magnitud del projecte: 170 escoles de tots els districtes de la ciutat.

- Bé si les localitzacions i els moments proposats transmeten parcialment el missatge que es demana de manera realista, natural i fidel als fets i continguts relacionats, però amb alguna manca de coherència o d'adequació respecte a l'objectiu comunicatiu.

- Insuficient si les localitzacions i els moments proposats no transmeten el missatge que es demana de manera realista, natural i fidel als fets i continguts relacionats.

Justificació: L'elecció adequada dels diferents moments i localitzacions de la gravació segons el que proposa el guió, és important per assegurar que la història es percebi de manera realista, natural i fidel als fets i continguts relacionats, garantint una representació precisa per als espectadors.

1.2.2 Tractament estètic (*moodboard*), fins a 9 punts

Es valorarà l'adequació del tractament estètic proposat al guió i la seva pertinència respecte al missatge a transmetre. Els punts es ponderaran de la següent manera:

Concepte	Valoració		
	Insuficient	Bé	Molt bé
Adequació del tractament estètic proposat (<i>moodboard</i>) al guió i pertinència respecte el missatge que es vol transmetre.	0	5	9

De cara a valorar, es considerarà el següent:

- Molt bé si el tractament estètic proposat és plenament adequat al guió i pertinent respecte el missatge que es vol transmetre.

- Bé si el tractament estètic proposat té una adequació parcial al guió, però presenta inconsistències en l'estil, el to o l'enfocament visual que dificulten la transmissió clara i coherent del missatge.

- Insuficient si el tractament estètic proposat no és adequat al guió ni pertinent respecte el missatge que es vol transmetre.

Justificació: Un tractament estètic (*moodboard*) adequat de les peces audiovisuals és clau per impactar en una audiència que rep multitud d'estímuls diaris. Així, el tractament estètic de les peces audiovisuals pot determinar que el missatge arribi al públic objectiu i que la producció respongui a l'estil i als objectius de comunicació.

2. Estratègia de difusió de les peces, fins a 22 punts

No n'hi ha prou amb crear un material audiovisual atractiu i adequat als missatges i públics objectiu; és igualment crucial que aquest material arribi a un nombre suficient de persones implicades. Si no s'assoleix aquesta difusió, la tasca de comunicació no compleix els seus objectius, i l'ús de recursos públics no és eficient.

Es valorarà la capacitat de la proposta per aconseguir els objectius marcats mitjançant el pla de difusió presentat, que inclou formats, canals i calendari. Els punts es ponderaran de la següent manera:

Concepte	Valoració		
	Insuficient	Bé	Molt bé
Capacitat del pla (formats, canals i calendari) que permeten arribar als impactes qualitatiu i quantitatiu proposats.	0	9	18

De cara a valorar, es considerarà el següent:

- Molt bé si els elements del pla proposat (format, canals i calendari) asseguren els impactes qualitatiu i quantitatiu proposats.
- Bé si els elements del pla proposat (format, canals i calendari) asseguren parcialment els impactes qualitatiu i quantitatiu proposats.
- Insuficient si els elements del pla proposat (format, canals i calendari) no asseguren cap dels impactes qualitatiu i quantitatiu proposats.

Justificació: Es valora la capacitat de l'empresa per dissenyar i executar un pla de difusió eficient mitjançant formats, canals i calendari que permeti assolir els objectius qualitatiu i quantitatiu proposats, assegurant així l'eficàcia de la comunicació.

B. Criteris automàtics. Puntuació total: 40 punts.

1. Pel preu ofert, fins a 35 punts.

La ponderació màxima del criteri d'adjudicació del preu ofert, és de 35 punts.

En aplicació del que disposa la Instrucció aprovada per acord la Comissió de Govern el 15 de març de 2018 i publicat en la Gasetta Municipal el 16 de març, la ponderació del preu no supera el 35% de la puntuació total.

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:

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

2. Per acreditar el coneixement de la llengua catalana del personal adscrit al contracte (Punt 6.1 PPT), fins a 5 punts.

Justificació: Es considera una millora del servei el fet que el personal adscrit a l'execució del contracte disposi d'un nivell adequat de coneixement de la llengua catalana, atesa la necessitat de garantir una comunicació clara, correcta i ajustada als criteris lingüístics de l'Ajuntament de Barcelona, així com a l'ús preferent del català en les comunicacions objecte del contracte.

Acreditar coneixement llengua catalana	Punts
Acreditar dos treballadors assignats al contracte amb el nivell C1 de Català	5 punts
Acreditar un treballador assignat al contracte amb el nivell C1 de Català	2,5 punts
No acreditar cap treballador	0 punts

S'atorgaran 5 punts a l'empresa licitadora que acrediti que les persones treballadores ocupades en l'execució del contracte definides a la clàusula 7.3 del Plec de prescripcions tècniques (PPT), compten com a mínim amb una persona en possessió del certificat de nivell C1 de català o equivalent, d'acord amb la normativa vigent. En cas contrari, no s'atorgarà cap punt per aquest criteri.

Per a l'acreditació d'aquest criteri, caldrà aportar, en el moment de presentació de l'oferta, el títol, certificat o resolució de concessió corresponent, emès per l'organisme competent.

En el cas que la documentació presentada no permeti una acreditació fefaent del compliment del criteri, ja sigui perquè no s'identifica correctament la persona treballadora o perquè el contingut de la documentació no s'ajusta al nivell de coneixement lingüístic requerit, no s'atorgarà puntuació per aquest criteri.

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 següent:

- Proposicions presentades per les empreses que, al venciment del termini de presentació d'ofertes, incloguin mesures de caràcter social i laboral que afavoreixin la igualtat d'oportunitats entre dones i homes.

Si, un cop aplicat aquest criteri, l'empat persisteix, s'aplicaran de manera successiva els criteris de desempat previstos a l'article 147.2 de la Llei 9/2017, de contractes del sector públic, fins a la resolució definitiva de l'empat.

11. Mesa de contractació i comitè d'experts

Per part de l'òrgan de contractació es proposa la següent composició de la mesa:

President/a: La Directora de Recursos de la Gerència d'Àrea de Cultura, Educació, Cicles de Vida, Feminismes i LGTBI, Palmira Balagué Esquerrer, per delegació, d'acord amb l'article 13 de la Carta de Barcelona.

Vocals:	Suplents:
1. La secretària delegada	Les lletrades o la tècnica referent jurídic del Departament de Serveis Jurídics i Secretaria Delegada
2. L'interventor general	L'/la interventor/a delegat/ada
3. M. Jesús Otal Loscertales, cap de Departament d'Administració de la Direcció de Recursos	Personal tècnic del Departament d'Administració.
4. Imma Santos Castilla, cap de Comunicació de la Gerència d'Àrea de Cultura, Educació, Cicles de Vida, Feminismes i LGTBI	Rafael Besolí Minguella, tècnic de Comunicació de la Gerència d'Àrea de Cultura, Educació, Cicles de Vida, Feminismes i LGTBI

Actuarà com a secretària de la Mesa una persona funcionària del Departament de Serveis Jurídics i Secretaria Delegada de la Gerència d'Àrea de Cultura, Educació, Cicles de Vida, Feminismes i LGTBI.

Comitè d'experts:

El Comitè d'experts estarà format pels membres següents que compten amb la qualificació apropiada per valorar els criteris:

1. Yolanda Agra Rustarazo, directora de Serveis de Comunicació Digital.
2. Marc Royuela Pérez, Secció d'Estratègia Digital i Noves Tendències.
3. Mònica Beneyto Reverter, cap de Departament de Comunicació, de la Gerència d'Àrea de Drets Socials, Salut, Cooperació i Comunitat.
4. Elsa Justes López, lletrada del Departament de Serveis Jurídics i Secretaria Delegada de la Gerència d'Àrea de Cultura, Educació, Cicles de Vida, Feminismes i LGTBI.

Les persones que componen la mesa de contractació i el Comitè d'experts, 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. Garantia definitiva

L'empresa proposada com adjudicatària haurà de disposar una garantia definitiva equivalent al 5% del preu del ofert, IVA exclòs.

13. Durada del contracte i termini d'execució

La durada del contracte de 12 mesos a comptar des del 1 de febrer de 2026 o des de l'endemà de la formalització del contracte si aquesta és posterior o del dia que es fixi en el contracte, sempre que aquest últim sigui posterior al de la formalització.

La vigència del contracte es podrà prorrogar **fins a dos anys més**.

14. Termini de garantia

S'estableix un termini mínim de garantia d'un mes 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 les següents condicions especials d'execució del contracte que es consideren vinculades amb el seu objecte, no són discriminatòries i són compatibles amb el dret comunitari:

- Comunicació inclusiva.
- Pagament del preu a les empreses subcontractades.
- L'acreditació de pagament en termini de pagament a les empreses subcontractades, obligació essencial del contracte.
- Pla d'igualtat, obligació essencial del contracte.
- Recollida de dades desagregades per sexe

16. Pagament del preu

El pagament del preu s'efectuarà mitjançant la presentació de les factures de manera trimestral, de forma desglossada per concepte i hores de treball, i havent comprovat i supervisat prèviament les prestacions realitzades. Així mateix, el pagament restarà condicionat a l'acreditació, quan així es requereixi, del compliment de les obligacions laborals i de Seguretat Social del personal

adscriu al contracte, mitjançant la presentació de la documentació acreditativa corresponent o equivalent.

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 pot revisar el preu.

19. Subcontractació

Es permet la subcontractació parcial de la prestació.

20. Cessió del contracte

Ateses les característiques del contracte, es permet la cessió del contracte amb el vistiplau de l'òrgan de contractació.

21. Règim específic de penalitats

Un cop passat el període de dos mesos des de l'inici de l'execució del contracte, temps de procés per a la definició de l'estil i el de les xarxes socials i la qualitat de les imatges, es tindran en compte les penalitats següents:

a) Incompliments molt greus, penalitat de fins a un 10 per 100 del preu del contracte:

- Per la manca d'actualització diària de les xarxes socials gestionades, quan s'hagi detectat i avisat per escrit 6 vegades.
- Per la manca de qualitat en el contingut realitzat per a les xarxes socials municipals, quan s'hagi detectat i avisat per escrit 6 vegades.
- Per la detecció d'errors ortogràfics i de traducció en 7 publicacions diferents.
- Per la retirada de 6 publicacions a les xarxes socials a causa de contingut redactat de manera inadequada, imatges de baixa qualitat o la inclusió d'enllaços i mencions incorrectes.
- Per no haver donat resposta, en 5 ocasions, dins del termini establert, a requeriments efectuats per la direcció o pel departament durant la jornada laboral.
- Per no facilitar indicadors qualitatius i quantitatius durant 5 mesos consecutius.

b) Incompliments greus, penalitat de fins a un 6 per 100 del preu del contracte:

- Per la manca d'actualització diària les xarxes socials, quan s'hagi detectat i avisat per escrit 4 vegades.
- Per la manca de qualitat en el contingut realitzat per a les xarxes socials municipals, quan s'hagi detectat i avisat per escrit 4 vegades.
- Per la detecció d'errors ortogràfics i de traducció en 5 publicacions diferents.
- Per la retirada de 4 publicacions a les xarxes socials a causa de contingut redactat de manera inadequada, imatges de baixa qualitat o la inclusió d'enllaços i mencions incorrectes.
- Per no haver donat resposta, en 4 ocasions, dins del termini establert, a requeriments efectuats per la direcció o pel departament durant la jornada laboral.
- Per no facilitar indicadors qualitatius i quantitatius durant 3 mesos consecutius.

c) Incompliments lleus, penalitat de fins a un 3 per 100 del preu del contracte:

- Per la manca d'actualització diària les xarxes socials, quan s'hagi detectat i avisat per escrit 3 vegades.
- Per la manca de qualitat en el contingut realitzat per a les xarxes socials municipals, quan s'hagi detectat i avisat per escrit 3 vegades.
- Per la detecció d'errors ortogràfics i de traducció en 3 publicacions diferents.
- Per la retirada de 2 publicacions a les xarxes socials a causa de contingut redactat de manera inadequada, imatges de baixa qualitat o la inclusió d'enllaços i mencions incorrectes.
- Per no haver donat resposta, en 2 ocasions, dins del termini establert, a requeriments efectuats per la direcció o pel departament durant la jornada laboral.
- Per no facilitar indicadors qualitatius i quantitatius durant 1 mes.

22. Tractament de dades de caràcter personal

Aquest contracte no comporta el tractament de dades de caràcter personal.

23. Relació habitual amb menors d'edat

En aquest contracte hi ha relació habitual amb menors d'edat.

24. Responsabilitat del contracte

La persona responsable del contracte, és Immaculada Santos Castilla, cap de Comunicació de la Gerència d'Àrea de Cultura, Educació, Cicles de Vida, Feminismes i LGTBI, l'adreça electrònica de contacte de la qual és la següent: isantosc@bcn.cat

Per tot això,

SE SOL·LICITA que s'iniciïn els tràmits oportuns per a la contractació del servei de gestió de continguts de xarxes socials de les direccions i departaments de la Gerència d'Àrea de Cultura, Educació, Cicles de Vida, Feminismes i LGTBI, amb mesures de contractació pública sostenible, mitjançant procediment obert ordinari per un **import màxim total** de 59.241,60 € (IVA inclòs).

A la data de la signatura electrònica

Immaculada Santos Castilla

Cap de Comunicació de la Gerència d'Àrea de Cultura, Educació, Cicles de Vida, Feminismes i LGTBI

ANNEX 1. BRÍFING PER A LA COMUNICACIÓ DIGITAL DEL PLA CLIMA ESCOLA BARCELONA

1.Introducció

Davant els efectes del canvi climàtic a les escoles, sobretot durant les onades de calor, l'Ajuntament ha impulsat el Pla Clima Escola Barcelona per climatitzar un total de 170 centres educatius entre els anys 2024 i 2029.

El projecte l'implementa el Consorci d'Educació de Barcelona i es financia, entre d'altres, amb ingressos provinents de la recaptació del recàrrec sobre l'impost turístic.

L'actuació preveu instal·lar equips de climatització per aerotèrmia – que produeixen fred i calor- en 170 centres educatius de la ciutat, i per altra banda, també preveu dotar els edificis de plaques fotovoltaïques mitjançant les quals es produirà l'energia elèctrica que consumeixen aquests aparells climatitzadors. Fins ara, s'han climatitzat 54 centres educatius (24 al 2024 i 30 al 2025), del total de 170 previstos fins a l'any 2029. Cada any s'aniran climatitzant 30 escoles més. Les actuacions beneficiaran més de 55.000 alumnes i també els professionals que treballen als centres.

Les tasques d'instal·lació de la climatització i d'instal·lació de plaques fotovoltaïques es desenvolupen principalment durant l'aturada lectiva d'estiu, i/o en períodes de vacances de Nadal o Setmana Santa.

El Pla Clima Escola Barcelona forma part de les accions desenvolupades dins del Pla Clima, un full de ruta per fer de Barcelona una ciutat climàticament neutra i més adaptada al canvi climàtic.

<https://www.barcelona.cat/barcelona-pel-clima/ca/el-pla-clima>

El Pla Clima Escola el financia l'Ajuntament però l'executa el Consorci d'Educació de Barcelona.

2. Exercici

Idear l'estratègia per a comunicar a través de les xarxes socials municipals la finalització del Pla Clima Escola Barcelona i els seus beneficis. Per a aquesta comunicació, ens situarem al 2029, un cop finalitzades totes les actuacions del Pla Clima Escola Barcelona.

Com a escenari hipotètic, imaginem una presentació per celebrar la finalització del projecte en una de les 170 escoles, al setembre de 2029. L'alcalde visitaria l'escola i es convidaria als mitjans de comunicació i també a les famílies de l'escola en un matí festiu i de portes obertes al centre.

Aquest exercici consta de la realització d'una peça audiovisual curta per publicar a les xarxes socials municipals que permeti a la comunicat educativa, a les famílies de les escoles i a la ciutadania de Barcelona conèixer l'actuació d'una manera clara i entenedora.

L'exercici constarà dels següents documents:

1. Guió: ideació i relat en forma de guió de continguts
2. Storyboard: descripció del guió audiovisual que narra la història
3. Pla de producció: localització de rodatges i moments
4. Dossier visual: referències estètiques moodboard (adequació al guió i pertinença en relació al missatge)
5. Estratègia de difusió: proposta de formats, canals i calendari de publicació.

Cal argumentar com s'aconseguirien uns impactes qualitatius i quantitatius que s'han de definir com a objectius.

PRESENTACIÓ DELS DOCUMENTS

Caldrà presentar-los en un PDF amb una extensió màxima de 2 pàgines.

CONCEPTE	PUNTUACIÓ		
1. Proposta creativa	<i>Fins a 22 punts</i>		
1.1. Adequació de la narrativa visual al missatge	<i>Fins a 12 punts</i>		
1.1.1. Adequació del guió al missatge	Molt bé	Bé	Insuficient
	6	3	0
1.1.2. Adequació de l'storyboard al missatge	Molt bé	Bé	Insuficient
	6	3	0
1.2. Proposta d'execució de la producció	<i>Fins a 10 punts</i>		
1.2.1. Moments i localització de la gravació	Molt bé	Bé	Insuficient
	5	2	0
1.2.2. Tractament estètic (moodboard)	Molt bé	Bé	Insuficient
	5	2	0
2. Estratègia de difusió	<i>Fins a 18 punts</i>		
	Molt bé	Bé	Insuficient
	18	9	0
Total	<i>Fins a 40 punts</i>		

3.Objectius

Els objectius de la comunicació són:

- Transmetre que l'Ajuntament aposta per escoles més sostenibles, més saludables i fer espais més propicis per a l'educació i l'aprenentatge.
- Transmetre que l'Ajuntament està treballant per una ciutat que fa font al canvi climàtic i que garanteix la salubritat de les escoles, assegurant també el confort tèrmic de l'alumnat tant en els mesos calorosos, com en els de fred.

4. Públic objectiu

La comunicació ha d'anar adreçada a:
Ciutadania en general, comunitat educativa i famílies de les 170 escoles on s'ha actuat.

INFORMACIÓ AMPLIADA DEL PLA CLIMA ESCOLA BARCELONA

El Pla Clima Escola BCN, el projecte mitjançant el qual l'Ajuntament climatitzarà 170 centres educatius públics de la ciutat de Barcelona, va començar al 2025 i finalitzarà al 2029. El pla ha estat dissenyat pel Consorci d'Educació de Barcelona, que també serà l'encarregat d'executar-lo. Ha estat concebut com un projecte integral que preveu, per una banda, instal·lar equips de climatització per aerotèrmia – que produeixen fred i calor – en 170 centres educatius de la ciutat, i per altra banda, també preveu dotar els edificis de plaques fotovoltaiques mitjançant les quals es produirà l'energia elèctrica que consumeixen aquests aparells climatitzadors.

L'Ajuntament de Barcelona resoldrà així el repte de la climatització de les aules, ja que des del 2017 s'ha agreujat amb successives onades de calor que s'han produït amb el curs escolar en marxa. El pla persegueix un doble objectiu:

1. Assegurar la qualitat de l'aire interior, actualitzant les exigències de salubritat als requeriments actuals.
2. Assegurar també el confort tèrmic de l'alumnat tant en els mesos calorosos, com en els de fred, per garantir així l'entorn més propici per a l'educació i l'aprenentatge.

Al 2024 es va intervenir en 24 centres educatius de Barcelona, al 2025 en 30 centres educatius i en els propers anys fins al 2029 també s'intervindrà en 30 centres educatius. Així doncs, en aquests moments hi ha 54 centres climatitzats dels 170 previstos.

Les tasques d'instal·lació de la climatització i d'instal·lació de plaques fotovoltaiques es desenvolupen principalment durant l'aturada lectiva d'estiu, per tal de no interferir en l'activitat escolar, tot i que també es poden realitzar en períodes de vacances de Nadal o Setmana Santa.

Pel que fa als treballs a realitzar en cada escola, es concretaran en:

- Instal·lació de la climatització a l'interior de l'escola.
- Instal·lació de la renovació de l'aire a diversos espais.
- Instal·lació de plaques fotovoltaiques, aprofitant la màxima superfície de captació solar possible.
- Ubicació de les unitats de producció de climatització a la coberta de l'edifici.
- Retirada dels sistemes de calefacció amb gas (descarbonització).

L'Ajuntament de Barcelona finança el Pla Clima Escola BCN, que preveu una inversió total de 100 M€, amb ingressos provinents de la recaptació del recàrrec sobre l'impost turístic, donant compliment així al compromís de destinar a polítiques de retorn social, a millorar la vida de la ciutadania i als efectes que

genera el turisme a la ciutat, part dels diners recaptats a través de la fiscalitat turística. Un dels projectes de retorn social és precisament aquest pla.

Aquesta inversió total prevista de 100 M€ per al conjunt del pla, s'anirà executant a mida que avancin les diferents fases.

Aquest projecte beneficiarà directament més de 55.000 alumnes de tota la ciutat, a més dels professionals que hi treballen.

Dues fases en sis anys: 2024-2029

L'execució d'aquest pla durarà sis anys: de 2024 a 2029. El procés de transformació s'ha previst que es desenvoluparà en dues fases dissenyades a partir de criteris tècnics. La primera fase s'executarà entre els anys 2024, 2025 i 2026 en un total de 84 centres.

La segona fase de transformacions es desenvoluparà en el període 2027-2029. El desenvolupament i l'evolució del pla es podrà seguir a través del portal creat per informar-ne al detall al web municipal, en aquest enllaç, que s'anirà actualitzant a mida que vagi avançant l'execució.

Estalvi amb aerotèrmia i plaques fotovoltaiques

El Pla Clima Escola BCN és un projecte integral que inclou la instal·lació d'aparells d'aerotèrmica per generar aire calent i fred i també preveu dotar els edificis de plaques fotovoltaiques mitjançant les quals es produirà l'energia elèctrica que consumeixen aquests aparells climatitzadors. De fet, s'instal·laran prou plaques com per produir excedents d'energia per compartir amb la comunitat. Així, amb els recursos que deixa el turisme a la ciutat s'avançarà també en la descarbonització dels centres educatius i, per tant, en la reducció global del consum d'energies no renovables a la ciutat.

A la vegada que s'instal·len els equips d'aerotèrmia, es retiraran els antics sistemes de calefacció de radiadors i calderes. De fet, es tracta d'una gran aposta cap a la descarbonització dels centres pensada des d'un plantejament climàtic integral. Els sistemes d'aerotèrmica combinats amb la instal·lació de plaques fotovoltaiques, també previstes en el projecte, impliquen la pràctica eliminació de sistemes fòssils de producció de calefacció actuals (que funcionen amb gas). La climatització proposada és d'origen totalment elèctric (tant per la calor com per al fred) i la font de subministrament és solar i autosuficient. Això implica per tant, un estalvi energètic que compensa amb escreix l'augment de consums associats amb les noves demandes de fred.

Les plaques fotovoltaiques s'instal·laran en les cobertes dels 170 centres educatius inclosos en el pla. Es calcula que l'àrea de coberta de les escoles en les quals es col·locaran les plaques fotovoltaiques té una superfície total de 258.888 m². D'aquests, són aprofitables per col·locar-hi plaques el 70% amb una inclinació de 15°, que és l'òptima per maximitzar la producció energètica per m² de coberta. Així doncs, la superfície aprofitable serà de 181.699 m².

El potencial de producció anual d'aquesta superfície de plaques fotovoltaïques amb una eficiència prevista del 79,2% és de 31,27 GWh/any. Es tracta d'una producció superior a les necessitats de consum que tindrà la climatització de les escoles, tant per cobrir les necessitats de refredar els espais en els mesos de calor, com per les necessitats de calefacció a l'hivern. Es calcula que l'excedent d'energia elèctrica que es generarà serà de 12,46 GWh/any.

La substitució del gas, amb una reducció del consum de fins al 50%, sumat a la generació d'energia elèctrica fotovoltaïca per l'autoconsum i amb excedents per compartir en comunitat, pot representar un estalvi econòmic final de més d'1,1 M€ anuals, al mateix temps que es fomenta l'ús de les energies renovables i es contribueix a la reducció de la petjada de carboni a la ciutat. Pel que fa a l'excedent, es preveu a redistribuir-lo a través de l'Agència Barcelona Energia entre els centres que per la seva ubicació puguin tenir algun tipus de manca, o amb altres equipaments públics de la comunitat.

Més informació: <https://ajuntament.barcelona.cat/educacio/ca/pla-clima-escola-barcelona>