



PLEC TÈCNIC DE LICITACIÓ PER A LA CONTRACTACIÓ DE L'HOMOLOGACIÓ DE PROVEÏDORS DE SERVEIS INTEGRALS DE MÀRQUETING, MARCA I ASSESSORAMENT D'ACTIUS COMERCIALITZABLES PER A BSM I CEMENTIRIS DE BARCELONA

1.- INTRODUCCIÓ

Barcelona de Serveis Municipals, S.A. (BSM) és una societat anònima participada al 100% per l'Ajuntament de Barcelona. La nostra prioritat és proporcionar serveis de qualitat als ciutadans i clients en àmbits com la mobilitat o en diferents espais emblemàtics de cultura, lleure natura i biodiversitat. BSM actualment inclou:

- BSM marca corporativa
- Serveis de mobilitat i cura de la ciutadania i l'espai públic: AREA, Aparcaments, Spro, Smou, Bicing, Endolla, Estació del Nord i Estació de Fabra i Puig, Grues, Zona bus i Agents Cívics
- Lleure, cultura, natura i biodiversitat: Port Olímpic, Park Güell, ZOO, Anella Olímpica, Fòrum i Parc d'Atraccions Tibidabo.

<https://bsmsa.cat/>

Cementiris de Barcelona, S.A. és una empresa del grup B:SM, que gestiona els nou cementiris de la ciutat de Barcelona, Montjuïc, Poblenou, Sant Andreu, Les Corts, Collserola, Horta, Sants, Sarrià i Sant Gervasi, així com el centre de cremació situat a Montjuïc.

<https://cementiris.ajuntament.barcelona.cat/es/inicio>

2.- OBJECTE

L'objecte d'aquest Acord Marc és la contractació de serveis professionals en els àmbits del màrqueting, el disseny gràfic, l'estratègia de marca i l'assessoria d'actius comercialitzables. A través dels diferents lots, s'articularà la col·laboració amb proveïdors experts que donaran suport a BSM i CBSA en la conceptualització, desenvolupament i implementació d'accions i projectes de caràcter comunicatiu i estratègic.

La divisió en lots permet adequar la contractació a la naturalesa específica de cada servei, optimitzant-ne la qualitat, l'especialització i l'eficiència en la gestió.

3.1. Els lots responen a la naturalesa especialitzada dels serveis següents:

Lot 1: Agències d'estratègia, conceptualització i desenvolupament de campanyes creatives

Lot 2: Estudis de disseny de peces gràfiques i adaptacions

Lot 3: Agències de branding i desenvolupament estratègic de marca

Lot 4: Assessoria d'actius comercialitzables

Els Lots 1 i 2 prestaran servei a BSM, totes les seves unitats de negoci i CBSA, mentre que els Lots 3 i 4 estaran destinats a BSM.

Definició de tasques per lots:

— Lot 1 —

AGÈNCIES D'ESTRATÈGIA, CONCEPTUALITZACIÓ I DESENVOLUPAMENT DE CAMPANYES CREATIVES

Aquest lot té com a finalitat establir una col·laboració amb agències especialitzades en la creació i execució de campanyes publicitàries que siguin creatives, estratègiques i efectives. L'objectiu és comptar amb suport expert en totes les fases del procés: des de la definició de l'estratègia fins al desenvolupament i desplegament de peces.

A continuació, es detallen alguns exemples orientatius de tipologies de campanyes que es podrien dur a terme, sense que aquesta llista sigui limitativa:

- Disseny i desenvolupament d'estratègies de comunicació i màrqueting per a públics B2B i B2C.
- Conceptualització i disseny de campanyes de comunicació i màrqueting

Les agències adjudicatàries hauran de tenir una visió integral de la comunicació, amb capacitat per generar idees potents i narratives sòlides, i per traduir-les en peces i accions concretes adaptades a múltiples canals i formats. També es valorarà la capacitat d'analitzar resultats i proposar millores contínues.

Tasques principals:

- Benchmark i anàlisi estratègica: estudi del mercat, anàlisi de competència, identificació de tendències i definició de targets per establir una base sòlida que orienti la proposta comunicativa.
- Definició de territoris de comunicació: proposta de posicionaments comunicatius, línies narratives i valors a transmetre, alineats amb els objectius de cada campanya i amb la identitat de marca de BSM.
- Definició de l'estratègia creativa i publicitària: a partir dels objectius i briefing facilitats per BSM, l'agència haurà de proposar una línia estratègica clara, alineada amb la marca i orientada a resultats.
- Conceptualització creativa: desenvolupament de la idea central de la campanya, *storytelling*, *claims* i propostes visuals que donin coherència i força al missatge.
- Disseny i producció de peces: creació de materials gràfics, audiovisuals i digitals per a diferents suports i formats, incloent:
 - Peces gràfiques per a premsa, publicitat exterior, cartelleria i formats digitals.
 - Continguts per a xarxes socials (posts, stories, reels, banners, etc.).
 - Peça audiovisuals (spots, vídeos corporatius, animacions, etc.).
 - Materials per a accions presencials o esdeveniments (flyers, roll-ups, lones, etc.).
- Adaptació multicanal: adequació dels continguts als diferents canals i audiències, tenint en compte les especificitats tècniques i comunicatives de cada mitjà. Inclourà tant mitjans offline com online.
- Desenvolupament de textos publicitaris: redacció de còpies i continguts textuais per a les diferents peces de la campanya, tant en suports digitals com offline. Els textos hauran de ser creatius, clars i atractius per al públic objectiu, i adaptats a les característiques i requeriments de cada format (titulars, claims, textos breus per xarxes, continguts audiovisuals, etc.).
- Seguiment i optimització: proposta d'indicadors de seguiment, anàlisi de resultats i recomanacions per a futures accions.

— Lot 2 —

ESTUDIS DE DISSENY DE PECES GRÀFIQUES I ADAPTACIONS

Aquest lot té com a objectiu establir una col·laboració amb estudis especialitzats en el desenvolupament de projectes de disseny gràfic i editorial, tant en suports físics com digitals. Les empreses adjudicatàries hauran de tenir una sòlida capacitat creativa i tècnica per generar peces gràfiques que reforcin la identitat visual de BSM i assegurin la coherència comunicativa en tots els punts de contacte amb els diferents públics.

Els estudis hauran de ser capaços de treballar tant a partir de *briefings* concrets com de manera proactiva, proposant solucions visuals que s'adaptin a les necessitats de cada projecte. Es valorarà especialment la sensibilitat pel detall, la capacitat d'adaptació a diferents formats i canals, el coneixement de les tendències actuals en disseny, així com l'agilitat i flexibilitat en la gestió de *timings* i terminis d'entrega.

Tasques principals:

- Disseny gràfic i editorial: creació de peces gràfiques per a suports impresos i digitals, amb especial atenció a la claredat visual, la jerarquia informativa i l'adequació al públic objectiu.
- Maquetació i direcció d'art: desenvolupament de documents complexos com memòries, informes, catàlegs o publicacions periòdiques, amb criteris de llegibilitat, coherència i qualitat estètica.
- Disseny per a entorns digitals: adaptació de materials per a xarxes socials, newsletters, banners, presentacions i altres formats digitals.
- Disseny de materials corporatius i promocionals: creació de tríptics, fullets, cartells, invitacions, roll-ups, lones, etc.
- Disseny de peces de senyalètica i decoració d'espais: desenvolupament de materials gràfics per a oficines, espais de treball, esdeveniments o espais públics, incloent senyalització, vinils, elements decoratius, etc.
- Adaptació de peces a diferents formats i idiomes: versió de materials en diversos suports i llengües, mantenint la coherència gràfica i comunicativa.
- Actualització i adaptació de peces: modificació gràfica o adaptació a diferents formats de peces de campanyes publicitàries o de màrqueting, incloent la renovació del look & feel de peces o campanyes ja utilitzades.
- Supervisió de producció: preparació d'arts finals i seguiment de processos d'impressió o publicació digital, si s'escau.

— Lot 3 —

AGÈNCIES DE BRANDING I DESENVOLUPAMENT ESTRATÈGIC DE MARCA

Aquest lot té com a objectiu establir una col·laboració amb agències especialitzades en la definició, construcció i evolució de marques, tant des del vessant estratègic com des del vessant visual i verbal. Les empreses adjudicatàries hauran de tenir capacitat per analitzar, conceptualitzar i activar marques que connectin amb els seus públics, reforcin el posicionament de BSM i assegurin la coherència en tots els seus punts de contacte. Aquestes agències

treballaran tant en la gestió de la marca corporativa de BSM com en el desenvolupament o revisió de marques associades als diferents serveis i unitats de negoci.

Aquestes agències treballaran en projectes que poden incloure la creació de noves marques, la revisió o actualització d'identitats existents, o el desenvolupament de submarques i línies de comunicació específiques. Es valorarà especialment la capacitat d'interpretar contextos complexos, de generar relats de marca sòlids i diferenciadors, i de garantir una aplicació transversal i sostenible de la identitat, adaptada als diferents públics i canals.

Tasques principals:

- Assessorament estratègic de marca: suport en la definició del propòsit, valors, posicionament i territori de la marca BSM, així com en l'alineació de totes les marques del portafoli amb l'estratègia corporativa.
- Anàlisi i diagnòstic de marca: revisió de l'estat actual de la marca, anàlisi de competència, benchmarking i identificació d'oportunitats de millora.
- Desenvolupament de noves marques: acompanyament integral en la creació de des de l'anàlisi inicial fins a la implementació i desplegament.
- Desenvolupament d'arquitectura de marca: organització de submarques, línies de producte o serveis, i relació entre elles.
- Definició de la identitat visual i verbal: creació, revisió i evolució de logotips i namings, sistemes gràfics, manuals d'identitat, plantilles corporatives i definició del to de veu i missatges clau. Així com el disseny de recursos gràfics associats a la marca (icones, pictogrames, paletes de color, tipografies, etc.).
- Desenvolupament de materials de marca: creació de peces per comunicar el relat de marca (presentacions institucionals, audiovisuals, documents corporatius, etc.).
- Brand governance i coherència transversal: definició de protocols i guies d'ús per garantir una aplicació coherent de la marca en tots els suports i per a tots els públics (ciutadania, clients, personal intern, proveïdors, etc.).
- Assessorament en comunicació gràfica: traducció de les necessitats de BSM al llenguatge gràfic, supervisió de propostes visuals i suport en la implantació de campanyes i accions comunicatives per assegurar l'alineació amb l'estratègia de marca.

— Lot 4 —

ASSESSORIA D'ACTIUS COMERCIALITZABLES

Aquest lot té com a objectiu establir una col·laboració amb professionals o empreses especialitzades en la identificació, valorització i activació d'actius comercialitzables dins l'ecosistema de BSM. L'objectiu és maximitzar el potencial de generació de valor —econòmic, relacional i reputacional— a través d'aliances estratègiques amb marques i organitzacions afins.

Les empreses adjudicatàries hauran de tenir capacitat per:

- Analitzar l'oferta de serveis, espais, esdeveniments i continguts de BSM per detectar actius susceptibles de ser comercialitzats.

- Donar suport, si escau, en la negociació, formalització i seguiment de les col·laboracions, així com en la mesura d'impacte i resultats.

Es valorarà especialment l'experiència en entorns públics o mixtos, i en sectors com la mobilitat, cultura, esport, turisme o sostenibilitat; la capacitat d'interpretar contextos complexos i multidisciplinaris i l'enfocament innovador i orientat a resultats, amb sensibilitat per la reputació i la responsabilitat corporativa.

Aquestes col·laboracions podran incloure tant el desenvolupament de plans estratègics com el suport operatiu en projectes concrets, amb una visió transversal i integradora de les oportunitats de comercialització d'actius dins l'univers BSM.

Tasques principals:

Els serveis inclosos en aquest lot es podran desplegar en dues fases complementàries:

[Fase de Preparació: Avaluació interna i gestió administrativa]

- Identificació d'actius comercialitzables: anàlisi dels recursos disponibles dins l'ecosistema BSM i selecció d'aquells amb potencial comercial.
- Valoració econòmica dels actius: estimació del valor de cada actiu en base a criteris objectius i comparativa amb referents del mercat.
- Disseny de propostes comercials: elaboració d'ofertes atractives i argumentades per a cada actiu, amb formats que facilitin la seva inclusió en els plecs tècnics dels concursos derivats.
- Suport en la redacció dels plecs tècnics: assessorament en la definició de les condicions tècniques i comercials dels concursos vinculats a la comercialització d'actius.
- Assessorament contractual: elaboració o revisió de contractes clars i comprensibles, que recullin les condicions de les col·laboracions amb tercers.

[Fase d'Execució: Recerca i gestió de la comercialització d'actius]

- Identificació d'actius comercialitzables: recerca activa de marques alineades amb la missió, valors i objectius de BSM, així com amb les necessitats dels seus serveis.
- Gestió de relacions amb marques: comunicació proactiva amb clients potencials, fomentant connexions estratègiques i col·laboracions de valor.
- Seguiment post-contractació: monitoratge del compliment dels acords establerts, incloent la correcta activació de les propostes comercials i la valoració dels resultats. Algunes de les tasques esmentades anteriorment, segons el projecte, poden incloure consultoria, execució i implementació.

4.- RECURSOS HUMANS DESTINATS AL CONTRACTE

L'empresa adjudicatària es compromet a posar tots els mitjans personals i materials que siguin necessaris per a la correcta execució de les tasques a desenvolupar i a facilitar tota la informació i assistència necessària per l'assoliment de resultats.

L'empresa adjudicatària ha de designar un responsable únic per tenir informada la Direcció de Client i Màrqueting Corporatiu BSM.

Hi haurà reunions, a demanda del responsable del contracte i es definirà a cada derivat la periodicitat. Es farà un repàs exhaustiu de cadascuna de les accions i campanyes, així com del calendari de treball, i establir prioritats d'acord amb les necessitats de termini de lliurament de les accions. Es farà també un seguiment dels objectius i els assoliments de cada acció.

Correspon a l'adjudicatari desenvolupar les tasques derivades de l'objecte del contracte i establir les prioritats i el mètode de treball.

La supervisió, avaluació i aprovació dels resultats finals de cada acció el valida i conforma la Direcció de Client i Màrqueting Corporatiu BSM.

Correspon a l'empresa adjudicatària del present contracte la direcció i supervisió creativa, per la qual cosa es requereix que l'empresa aportï la infraestructura necessària i els perfils professionals adequats per dur-les a terme i donar servei a encàrrecs que es facin de forma simultània.

4.1.- Horari de prestació del servei

Quan les necessitats així ho requereixin, el servei ha de donar cobertura de dilluns a divendres en horari de 9.00h a 17.00h.

Donada les característiques de la comunicació i la urgència i poca previsió de les necessitats derivades, pot ser necessari donar cobertura dels serveis sol·licitats en caps de setmana i/o festius en horari de 9h a 21h.

4.2.- Lloc de prestació del servei

Les entitats contractants podran sol·licitar en qualsevol moment que part dels serveis sol·licitats es duguin a terme des de les seves pròpies dependències de manera presencial.

5.- IDIOMA

Les peces de comunicació i accions de màrqueting hauran de ser com a mínim en català. BSM determinarà cada campanya o peça en quins idiomes s'haurà de traduir, podent-se demanar fins a 4 idiomes diferents.

La empresa adjudicatària serà responsable de les traduccions i adaptacions als diferents idiomes així com garantir la correcció ortogràfica i gramatical a tots els idiomes amb una empresa oficial de traduccions.

Així mateix, l'empresa contractista assumeix l'obligació de destinar a l'execució del contracte els mitjans i el personal que resultin adients per assegurar la correcció lingüística de les prestacions objecte del servei.

6. PECES A ENTREGAR

Una vegada finalitzat el projecte s'hauran d'entregar les arts finals i les peces en obert i ben empaquetades amb tots els links inclosos.

En el cas de les peces audiovisuals també s'hauran d'entregar sempre tots els vídeos en brut.

7. TARGETS A IMPACTAR

Es definirà en funció de la necessitat de cada lot.

En general: ciutadania, clientela, Ajuntament de Barcelona, treballadores i treballadors de BSM i entitats col·laboradores.

8.- CONFIDENCIALITAT I PROPIETAT INTEL·LECTUAL

Compliment de les obligacions legals que es deriven de la Llei orgànica 3/2018 de protecció de dades de caràcter personal i garantia dels drets digitals, i del reglament que la desenvolupa, així com també de la resta de l'ordenament jurídic que sigui d'aplicació.

Les empreses licitadores s'obliguen a vetllar pel compliment de la legislació vigent aplicable, i especialment pel que fa referència a la protecció de dades de caràcter personal.

8.1.- Clàusula de propietat intel·lectual

La propietat intel·lectual dels treballs fets a l'empareda d'aquest contracte pertany a les entitats contractants, de forma exclusiva. Els productes o subproductes derivats no es poden emprar sense la deguda autorització prèvia.

L'accés a la informació o productes protegits per la propietat intel·lectual necessaris per desenvolupar el treball no es poden emprar sense la deguda autorització prèvia.

L'empresa contractada accepta expressament que els drets d'explotació dels productes derivats d'aquest plec correspon única i exclusivament a la Direcció de cadascuna de les entitats contractants.

8.2.- Clàusula de confidencialitat

L'empresa contractada s'obliga a no difondre i a guardar el més absolut secret de tota la informació a la qual tingui accés en compliment del present contracte, i a subministrar-la només a personal autoritzat per la Direcció de les entitats contractants.

8.3.- Clàusula de protecció de dades de caràcter personal

Atesa la naturalesa particular de la informació inclosa en els arxius que resideixen en les instal·lacions informàtiques de la de les entitats contractants, i a les quals es considera que el personal de l'empresa adjudicatària pot tenir accés, és d'obligat compliment tot allò indicat en la Llei orgànica Llei orgànica 3/2018 de protecció de dades de caràcter personal i garantia dels drets digitals.

Queda estrictament prohibit tot mal ús, còpia en suport magnètic, òptic o paper, cessió a tercers, transferència, divulgació oral o escrita de la informació dels arxius de la de les entitats contractants que puguin fer els tècnics de l'adjudicatària. També està estrictament prohibida qualsevol alteració, esborrat o alta d'informació d'arxius de la Direcció de les entitats contractants i sense l'autorització del seu personal intern.

Seguint el principi de subsidiarietat, l'adjudicatari es responsabilitza directament i absolutament de qualsevol de les actuacions que facin els seus operadors, i accepta qualsevol responsabilitat civil o penal que se'n pugui derivar.

Un cop signat el contracte d'adjudicació, i abans que s'iniciï el servei, el personal de l'adjudicatari que portarà a terme el servei objecte d'aquest contracte haurà de ser clarament advertit sobre aquests temes, com també qualsevol tècnic que es pugui incorporar a la prestació d'aquest servei posteriorment.

La Direcció de les entitats contractants es reserva el dret d'establir qualsevol tipus de marcatge dels seus fitxers, de manera que les seves característiques es puguin constituir com a prova que possibiliti localitzar l'origen i els responsables de les eventuais cessions.

8.4.- Condicions especials d'execució – ús d'IA i garanties d'originalitat

De conformitat amb l'article 202 de la LCSP, és necessari l'establiment al plec de clàusules particulars de les següents condicions especials d'execució comú per tots els lots:

En aquest sentit, aquestes condicions especials d'execució seran les que s'aplicaran en tot cas a l'execució dels contractes basats. La condició d'homologat no obliga a cap operador econòmic a complir amb aquestes condicions. Igualment, aquestes condicions especials d'execució son obligacions essencials del contracte (ex lege, 221.1 LCSP)

Clàusula de condició especial d'execució sobre l'ús responsable de la intel·ligència artificial i la protecció de la propietat intel·lectual

ODS associat a la condició especial d'execució: ODS 9 – Indústria, innovació i infraestructura

1. Objecte de la condició especial d'execució: de conformitat amb el que estableix l'article 202 de la Llei 9/2017, de 8 de novembre, de Contractes del Sector Públic, s'estableix com a condició especial d'execució de caràcter tecnològic i ètic que l'empresa adjudicatària garanteixi un ús responsable, transparent i jurídicament segur de les eines d'intel·ligència artificial en la prestació dels serveis objecte del contracte.

Atesa la naturalesa dels serveis objecte d'aquest acord marc, vinculada als serveis de màrqueting, disseny gràfic, estratègia de marca i desenvolupament de continguts, les empreses homologades hauran de garantir que qualsevol ús d'eines d'intel·ligència artificial generativa o sistemes automatitzats utilitzats durant l'execució del contracte compleixi els següents principis:

- Garantir que els continguts generats mitjançant intel·ligència artificial no vulnerin drets de propietat intel·lectual o industrial de tercers, incloent drets d'autor, drets d'imatge o marques registrades;
- Assegurar que els continguts finals lliurats a l'entitat contractant siguin originals o disposin de les corresponents llicències d'ús, evitant la reproducció o adaptació no autoritzada d'obres protegides;
- Garantir que l'ús de sistemes d'intel·ligència artificial no impliqui la incorporació de dades confidencials o informació estratègica de l'entitat contractant en plataformes externes sense autorització expressa;
- Informar, quan sigui procedent, de l'ús d'eines d'intel·ligència artificial en la generació de continguts o materials vinculats al contracte.

Així mateix, les empreses homologades que executin els contractes basats assumiran la responsabilitat de verificar que els materials produïts (incloent peces creatives, continguts audiovisuals, elements gràfics, textos o conceptes de campanya) poden ser utilitzats i explotats per l'entitat contractant sense risc jurídic associat a drets de tercers.

La finalitat d'aquesta clàusula és garantir un ús ètic, transparent i legalment segur de la intel·ligència artificial en la contractació pública, especialment en sectors creatius i de comunicació.

2. Mitjà d'acreditació i control del compliment: per tal d'acreditar el compliment d'aquesta condició especial d'execució, l'empresa adjudicatària haurà d'aportar al responsable del contracte:

- Una **declaració responsable** sobre l'ús d'eines d'intel·ligència artificial en l'execució del contracte, especificant els tipus d'eines utilitzades, si escau;
- Una **garantia expressa** d'originalitat i disponibilitat dels drets de propietat intel·lectual dels materials lliurats en el marc del contracte;
- Un **informe de verificació** de drets d'ús dels materials produïts (imatges, tipografies, música, elements gràfics o audiovisuals), indicant les fonts o llicències corresponents, quan sigui aplicable.

El responsable del contracte podrà requerir, durant l'execució del contracte, informació addicional o documentació acreditativa relativa a:

- L'origen dels continguts creatius,
- Les llicències d'ús associades als materials utilitzats,
- Els procediments interns de control de qualitat i verificació jurídica aplicats per l'empresa.

9 . EQUIP DE TREBALL BASIC NECESSARI ASSIGNAT

Els licitadors hauran d'aportar una declaració en la que es comprometin, en cas de ser adjudicatària, a l'adscripció dels mitjans personals per a l'execució del contracte, a efectes de l'article 76.3 de la LCSP, que es concretin en cadascun dels derivats.

En tot cas, els professionals proposats hauran de comptar amb la titulació adient per executar els treballs que són objecte d'aquest Acord Marc d'acord amb la documentació tècnica que s'incorpora i amb la descripció dels treballs.

Seràn admeses les titulacions que, en el marc dels treballs a desenvolupar i que són descrits en la documentació tècnica que integra l'Acord Marc i que es desprenen de les actuacions pròpies dels mateixos, es corresponguin amb

les indicades, tot i que puguin diferir en nomenclatura, per motius de titulacions homologades en l'àmbit europeu o bé per la nova denominació que pugui haver assignat el nou pla de carreres universitàries.

L'equip mínim s'especificarà en cada un dels derivats. A títol merament orientatiu i no limitatiu, sense implicar que els que s'enumeren a continuació es sol·licitin posteriorment. Es podran sol·licitar alguns dels següents dels perfils.

Lot 1: Agències d'estratègia, conceptualització i desenvolupament de campanyes creatives

- a. Perfil d'**Executiu/va de compte** amb una antiguitat mínima acreditada de 5 anys d'experiència. Tasques de seguiment, supervisió i implementació de les diferents peces creatives, gestió de la campanya, gestió pressupostària.
- b. Perfil de **Copywriter** amb una antiguitat mínima acreditada de 5 anys d'experiència. Tasques de conceptualització i creació de continguts i storytelling.
- c. Perfil de **Dissenyador** amb una antiguitat mínima acreditada de 5 anys d'experiència. Tasques de conceptualització i disseny de peces creatives i campanyes.
- d. Perfil de **Responsable de compte senior** amb una antiguitat mínima acreditada de 8 anys d'experiència. Ha de dur a terme les tasques de gestió i coordinació amb els diferents referents de BSM i l'empresa adjudicatària. Així com la supervisió, gestió i coordinació d'equips, així com la gestió econòmica i contractual.
- e. Perfil de **Director/a creatiu** amb una antiguitat mínima acreditada de 8 anys d'experiència. Han de fer la tasca de conceptualització, creació, producció creativa a nivell d'art de les campanyes i peces digitals.
- f. Perfil de **Director/a estratègic** amb una antiguitat mínima acreditada de 10 anys d'experiència. Han de fer la tasca de conceptualització, creació, producció creativa a nivell d'art de les campanyes i peces digitals.

Lot 2: Estudis de disseny de peces gràfiques i adaptacions

- a. Perfil d'**Executiu/va de compte** amb una antiguitat mínima acreditada de 5 anys d'experiència. Tasques de seguiment, supervisió i implementació de les diferents peces creatives, gestió de la campanya, gestió pressupostària.
- g. Perfil de **Copywriter** amb una antiguitat mínima acreditada de 5 anys d'experiència. Tasques de conceptualització i creació de continguts i storytelling.
- b. Perfil de **Dissenyador** amb una antiguitat mínima acreditada de 5 anys d'experiència. Tasques de conceptualització i disseny de peces creatives i campanyes.
- c. Perfil de **Responsable de compte senior** amb una antiguitat mínima acreditada de 8 anys d'experiència. Ha de dur a terme les tasques de gestió i coordinació amb els diferents referents de BSM i l'empresa adjudicatària. Així com la supervisió, gestió i coordinació d'equips, així com la gestió econòmica i contractual.
- d. Perfil de **Director/a creatiu** amb una antiguitat mínima acreditada de 10 anys d'experiència. Han de fer la tasca de creació, producció creativa a nivell d'art de les campanyes i peces digitals.

Lot 3: Agències de branding i desenvolupament estratègic de marca

- e. Perfil d'**Executiu/va de compte** amb una antiguitat mínima acreditada de 5 anys d'experiència. Tasques de seguiment, supervisió i implementació de les diferents peces creatives, gestió de la campanya, gestió pressupostària.
- h. Perfil de **Copywriter** amb una antiguitat mínima acreditada de 5 anys d'experiència. Tasques de conceptualització i creació de continguts i storytelling.
- i. Perfil de **Dissenyador** amb una antiguitat mínima acreditada de 5 anys d'experiència. Tasques de conceptualització i disseny de peces creatives i campanyes.
- f. Perfil de **Responsable de compte senior** amb una antiguitat mínima acreditada de 8 anys d'experiència. Ha de dur a terme les tasques de gestió i coordinació amb els diferents referents de BSM i l'empresa adjudicatària. Així com la supervisió, gestió i coordinació d'equips, així com la gestió econòmica i contractual.
- g. Perfil de **Director/a creatiu** amb una antiguitat mínima acreditada de 8 anys d'experiència. Han de fer la tasca de conceptualització, creació, producció creativa a nivell d'art de les campanyes i peces digitals.
- h. Perfil de **Director/a estratègic** amb una antiguitat mínima acreditada de 10 anys d'experiència. Han de fer la tasca de conceptualització, creació, producció creativa a nivell d'art de les campanyes i peces digitals.

Lot 4: Assessoria d'actius comercialitzables

- a. Perfil **Expert sènior en valoració**: Professional amb més de 10 anys d'experiència en modelatge d'avaluació o anàlisi. Experiència en gestió de grans volums de dades, coordinació amb diferents equips del client, presentació de resultats a un públic ampli i presa de decisions estratègiques en avaluacions i anàlisi.
- b. Perfil **Expert sènior en vendes**: Professional amb més de 10 anys d'experiència liderant i dissenyant campanyes estratègiques de vendes i desenvolupant relacions amb clients corporatius, desenvolupament de negoci, gestió de clients, planificació estratègica i venda d'actius comercialitzables i aliances.
- c. Perfil de **Líder de projecte** amb una antiguitat mínima acreditada de 8 anys d'experiència. Executiu amb una llarga trajectòria en la direcció de projectes comercials amb institucions públiques, responsable de coordinar equips, garantir l'execució eficient i assegurar que els objectius estratègics es compleixin amb èxit.
- d. Perfil **Líder de valoració** amb una antiguitat mínima acreditada de 5 anys d'experiència. Professional expert en anàlisi financera i modelatge de valor d'actius, encarregat d'avaluar el rendiment econòmic de la comercialització d'actius i oferir criteris tècnics que orientin la presa de decisions comercials.
- e. Perfil **Líder de vendes** amb una antiguitat mínima acreditada de 5 anys d'experiència. Executiu amb experiència en assessorament d'actius comercialitzables i aliances corporatives, que impulsa la captació de socis, negocia acords comercials i maximitza el valor dels actius mitjançant estratègies de comercialització efectives.

Per cada treball, es convocarà un procediment derivat amb les empreses que resultin homologades, d'acord amb allò previst al PCP.

10. REQUERIMENTS MÍNIMS

Lot 1: Agències d'estratègia, conceptualització i desenvolupament de campanyes creatives

Les empreses que licitin per homologar-se al LOT 1 hauran de complir amb els requeriments que tot seguit s'indiquen, ja que es considera que els mateixos són imprescindibles per poder dur a terme les tasques que formen el LOT.

- L'agència haurà de garantir la correcció ortogràfica, gramatical, semàntica i d'estil de totes les peces de comunicació per un professional o empresa especialitzada.
- L'agència s'encarregarà de tractar i editar les fotografies que inclogui a les comunicacions. El preu de compra/realització de totes les fotografies, il·lustracions o altres recursos gràfics estaran inclosos als pressupostos dels derivats.
- L'agència cedirà tots els drets d'autor, imatge, música, models, fotografia i altres de forma universal, per a tots els formats i mitjans per un període de temps indefinit.
- L'agència estarà disposada, en tot moment, a treballar de forma paral·lela i conjunta amb altres proveïdors en el cas que sigui necessari.
- Un cop finalitzat l'encàrrec, l'agència ha d'enviar els originals (arts finals i arxius oberts), a la Direcció de Client i Màrqueting Corporatiu BSM.
- Inclusió dels logos institucionals segons la normativa a tots els suports de comunicació (els trobareu en els enllaços següents):
 - Tots els manuals d'identitat gràfica:
 - <http://ajuntament.barcelona.cat/normativagrafica/>
 - En concret el de comunicació:
 - <http://ajuntament.barcelona.cat/normativagrafica/>
(Capítol 5)

Lot 2: Estudis de disseny de peces gràfiques i adaptacions

Les empreses que licitin per homologar-se al LOT 2 hauran de complir amb els requeriments que tot seguit s'indiquen, ja que es considera que els mateixos són imprescindibles per poder dur a terme les tasques que formen el LOT.

- L'agència haurà de garantir la correcció ortogràfica i gramatical de totes les peces per un professional o empresa especialitzada.
- L'agència s'encarregarà de tractar i editar les fotografies que inclogui als dissenys. El preu de compra/realització de totes les fotografies, il·lustracions o altres recursos gràfics estaran inclosos als pressupostos dels derivats.

- L'agència cedirà tots els drets d'autor, imatge, música, models, fotografia i altres de forma universal, per a tots els formats i mitjans per un període de temps indefinit.
- L'agència estarà disposada, en tot moment, a treballar de forma paral·lela i conjunta amb altres proveïdors en el cas que sigui necessari, ja es tracti d'estudis, centrals de mitjans, agències d'esdeveniments, agències de màrqueting digital, productores, estudis de so, etc.
- L'agència s'haurà de coordinar amb la central de mitjans que la Direcció de Comunicació que l'Ajuntament designi, si aquest fos el cas.
- Un cop finalitzada la campanya, l'agència ha d'emplenar les diferents fitxes tècniques de la campanya i enviar-les, juntament amb els originals de campanya (arts finals i arxius oberts), a la Direcció de Client i Màrqueting Corporativa de BSM.
- Inclusió dels logos institucionals segons la normativa a tots els suports de comunicació (els trobareu en els enllaços següents):
 - Tots els manuals d'identitat gràfica:
 - <http://ajuntament.barcelona.cat/normativagrafica/>
 - En concret el de comunicació:
 - [http://ajuntament.barcelona.cat/normativagrafica/ \(Capítol 5\)](http://ajuntament.barcelona.cat/normativagrafica/(Capitol5))

Lot 3: Agències de branding i desenvolupament estratègic de marca

Les empreses que licitin per homologar-se al LOT 3 hauran de complir amb els requeriments que tot seguit s'indiquen, ja que es considera que els mateixos són imprescindibles per poder dur a terme les tasques que formen el LOT.

- L'agència haurà de garantir la correcció ortogràfica, gramatical, semàntica i d'estil de tots els textos que s'incloguin a les produccions audiovisuals per un professional o empresa especialitzada.
- L'agència s'encarregarà de tractar i editar les fotografies, videos i so que inclogui les produccions audiovisuals. El preu de compra/realització de totes les fotografies, altres recursos gràfics, dietes i desplaçaments estaran inclosos dins els pressupostos dels derivats.
- L'agència cedirà tots els drets d'autor, imatge, música, models, fotografia i altres de forma universal, per a tots els formats i mitjans per un període de temps indefinit.
- L'agència estarà disposada, en tot moment, a treballar de forma paral·lela i conjunta amb altres proveïdors en el cas que sigui necessari.
- Un cop finalitzat l'encàrrec, l'agència ha d'enviar els originals (arts finals i arxius oberts), i peces en brut dels rodatges a la Direcció de Client i Màrqueting Corporativa de BSM.
- Inclusió dels logos institucionals segons la normativa a tots els suports de comunicació (els trobareu en els enllaços següents):
 - Tots els manuals d'identitat gràfica:
 - <http://ajuntament.barcelona.cat/normativagrafica/>
 - En concret el de comunicació:
 - [http://ajuntament.barcelona.cat/normativagrafica/ \(Capítol 5\)](http://ajuntament.barcelona.cat/normativagrafica/(Capitol5))

Lot 4: Assessoria d'actius comercialitzables

Les empreses que licitin per homologar-se al LOT 4 hauran de complir amb els requeriments que tot seguit s'indiquen, ja que es considera que els mateixos són imprescindibles per poder dur a terme les tasques que formen el LOT.

- La consultora s'encarregarà de recollir, analitzar i sintetitzar totes les dades necessàries per a la valoració i comercialització dels actius dels diferents negocis, incloent informació econòmica, de mercat, d'impacte i de retorn sobre inversió, presentant-les de manera clara i comprensible.
- La consultora haurà de lliurar tots els informes, presentacions i documents en formats oberts i editables (per exemple, Word, Excel, PowerPoint o equivalents) així com en formats finals (PDF o presentacions visuals) per a ús intern i extern.
- La consultora cedirà tots els drets sobre els continguts creats en el marc de l'encàrrec, incloent informes, gràfics, estudis de mercat i presentacions, per a tots els formats i mitjans i per un període de temps indefinit.
- La consultora haurà de ser capaç de treballar de manera paral·lela i coordinada amb altres proveïdors o departaments interns quan sigui necessari, facilitant la integració dels seus informes amb altres eines i processos.

Barcelona,

Sra. Lena Mataró i Rey
Cap d' Àrea Màrqueting, Marca i Partnerships
Barcelona de Serveis Municipals, S.A.