



PLEC DE PRESCRIPCIONS TÈCNIQUES PER A LA CONTRACTACIÓ DELS SERVEIS D'ATENCIÓ AL VISITANT, GESTIÓ DE LES ACTIVITATS DIDÀCTIQUES I EDUCATIVES I PROMOCIÓ TURÍSTICA DE L'ESPAI MAMMUTHUS, LA CANONJA.

1.- ANTECEDENTS

L'Espai Mammuthus és un centre d'interpretació del jaciment de la Barranc de la Boella, de la prehistòria i l'evolució Humana. Es troba ubicat a la finca del Mas de l'Hort de l'Abeurador, al nucli urbà de la Canonja, concretament al camí Vell de la Canonja a Reus, que mena al jaciment del Barranc de la Boella. La finca integra l'edifici corresponent al Mas, un edifici inclòs al Catàleg de Béns a protegir del POUM de la Canonja, i un gran hort exterior annex. Compta, davant mateix, amb una àmplia zona d'aparcament.

Mammuthus es planteja com un espai de referència per al coneixement i educatiu, que ens trasllada a la prehistòria per entendre el nostre passat com a humans en base a la recerca i descobertes fetes al jaciment del Barranc de la Boella, un jaciment referent internacional per conèixer com eren i vivien les primeres poblacions humanes que van arribar a Europa ara fa 1 milió d'anys i la seva evolució, així com un model per al coneixement dels orígens i evolució de l'espècie humana al continent europeu, i per tant, de nosaltres mateixos com a humans.

La recerca i intervencions arqueològiques a l'esmentat jaciment formen part de diversos projectes de recerca liderats per l'Institut Català de Paleoecologia Humana i Evolució Social (IPHES-CERCA), un centre de recerca de la Xarxa CERCA de Centres de Recerca de Catalunya.

La rellevància que el jaciment està adquirint en l'entorn però també a nivell nacional i internacional, juntament amb l'interès del municipi de la Canonja per posar en valor el seu patrimoni, i de poder disposar d'un equipament cultural amb capacitat d'atracció turística, han estat factors determinants per a impulsar el procés de valorització del jaciment, a través de la creació d'un espai d'interpretació relacionat amb el jaciment.

El procés de posada en valor del Barranc de la Boella a partir de la seva museïtzació ha comptat amb el cofinançament, amb el nom d'Operació "Mamut", pel Projecte d'Especialització i Competitivitat Territorial (PECT) "TurisTIC en família", un instrument per augmentar la competitivitat territorial dins l'estratègia de recerca i innovació per a l'especialització intel·ligent de Catalunya (RIS3CAT), que identifica com àmbit sectorial líder les indústries basades en l'experiència i prioritza la inversió en la conservació, protecció, foment i desenvolupament del patrimoni natural i cultural.

L'edifici on s'ubica l'espai mammuthus, ha estat rehabilitat a nivell arquitectònic. Les dependències adscrites al servei que es licita es contenen a l'annex I del present plec de condicions tècniques. L'equipament museogràfic de l'espai i altres elements estructurals resten inventariats a l'annex II.

2.- OBJECTE DEL CONTRACTE

L'objecte del present contracte és la prestació del servei d'informació i atenció al visitant; de



gestió, coordinació, disseny, promoció i execució de les activitats didàctiques i de difusió, promoció turística i comercialització de l'equipament Mammuthus.

El servei és de titularitat municipal i, per tant, restarà sota control de l'Ajuntament de la Canonja i comptarà amb el suport de la Comissió de Seguiment, integrat per membres d'aquest ajuntament i de l'IPHES-CERCA.

3.- DESCRIPCIÓ DELS SERVEIS A CONTRACTAR

a.- Informació i atenció al públic visitant.

- Realitzar els serveis d'informació, vigilància, acollida, recepció i atenció al públic en l'equipament objecte del contracte, segons detall orientatiu d'horaris en l'apartat 5 d'aquest plec.
- Proporcionar al visitant tota la informació relativa als continguts, itineraris, serveis, temps d'espera i a les activitats que es realitzen en l'equipament objecte del contracte. També sobre l'organització dels accessos en l'espai exterior annex a l'edifici.
- Realitzar el control d'accés segons entrades concertades a través del servei de tiqueting i de la venda presencial. Regulació del flux i cues de visitants.
- Gestionar el servei de consigna i la botiga: control d'existències, reposició, exposició, venda i la seva comptabilització informatitzada.
- Mantenir i reposar els materials de difusió de l'equipament facilitats per l'Ajuntament de la Canonja: publicacions, cartells, programes de mà a tots els espais estipulats de l'equipament.
- Realitzar, durant els horaris d'obertura al públic, l'atenció telefònica i telemàtica, sigui informativa o destinada a la venda d'entrades presencial, l'atenció a la petició i recollida de reserves que es facin per part de les persones usuàries, així com la gestió dels corresponents pagaments i comprovants.
- Realitzar el control del públic.
- Efectuar sondejos i enquestes directes i indirectes durant l'obertura de l'equipament sobre el perfil de les persones visitants, qualitat, satisfacció de la visita, entre altres, així com la seva tabulació posterior, a fi efecte d'avaluar l'impacte socioeconòmic de l'equipament.
- Gestionar les reclamacions, queixes i suggeriments formulats pels visitants mitjançant els fulls corresponents.
- Atendre les necessitats derivades de les activitats que es poden desenvolupar a l'equipament: exposicions, conferències, congressos, jornades i altres activitats.
- Difondre i promocionar esdeveniments culturals i/o activitats organitzades per l'Ajuntament de la Canonja i prestar, si escau, el servei d'informació turística del municipi.
- Gestió de possibles serveis turístics: rutes i visites guiades, etc, que es puguin establir en un futur.
- Informar de les incidències en el funcionament de les instal·lacions i subministraments de l'equipament a la persona coordinadora de l'empresa contractista.
- Canalitzar visites de proveïdors, així com recepció i redireccionament de correspondència, documentació i mercaderies.
- Evacuació de l'equipament en cas d'emergència.
- Vetllar i complir les normes higiènicosanitàries i de seguretat.
- Atendre el servei des de mitja hora abans de l'obertura de l'equipament al públic fins a mitja hora després, sempre degudament uniformats. Durant aquest temps es



supervisarà l'espai i la museografia, els materials de difusió i el marxandatge, així com les instal·lacions en general.

b.- Coordinació, creació i promoció d'activitats.

- L'adjudicatari serà responsable de la coordinació, creació i promoció de les visites, activitats didàctiques i complementàries destinades al públic en general i en especial a les escoles.
- Conceptualització, disseny, producció i desenvolupament d'un programa d'activitats didàctiques (veure annex III), visites i propostes complementàries. Contempla:
 - Activitats educatives per escoles: per a grup classe adaptada a diferents nivells educatius curriculars. Ofertades en dies lectius.
 - Activitats dirigides a les famílies: enfocades a públic infantil però amb participació dels adults. Preferentment caps de setmana, festius i temporada d'estiu.
 - Visites guiades per a públic en general, familiar i escolar.
 - Altres activitats complementàries: públics especialitzats, persones amb discapacitat, activitats de temporada, monogràfiques, etc.
- Realitzar la conceptualització i execució de les activitats didàctiques, visites i propostes complementàries sota la supervisió de la Comissió de Seguiment. L'IPHES-CERCA realitzarà l'assessorament i supervisió de continguts en aquells aspectes relatius al jaciment del Barranc de la Boella i la prehistòria, en general.
- Revisar i actualitzar les activitats de manera periòdica per tal d'adaptar-les a l'avaluació efectuada i a les demandes de la societat i de la comunitat educativa que es considerin adients.
- Planificar, organitzar i coordinar les tasques que portin a terme l'equip d'informació i de monitoratge de les activitats didàctiques i visites objecte del contracte, així com efectuar l'avaluació dels serveis prestats i propostes de millora.
- Garantir la formació adequada de l'equip d'informació, de monitoratge de les activitats didàctiques i visites en relació a la temàtica i activitats a desenvolupar. Amb el suport de la Comissió de Seguiment.
- Formar al personal en la logística de l'equipament.
- Avaluar el programa d'activitats: elaboració de memòria anual del treball que inclogui dades quantitatives (nombre d'activitats realitzades, tipologia, nombre de persones visitants/participants, etc.) i dades qualitatives (resultats sondejos i enquestes de valoracions, febleses i fortaleces, millores, etc.), formació, incidències i altres aspectes que es considerin.
- Facilitar tota la informació relacionada amb les tasques objecte del contracte que li sigui sol·licitada, en la forma i termini que se li requereixi.
- Gestionar la pàgina web i les diferents xarxes socials de l'Espai Mammuthus, de manera coordinada amb l'Ajuntament de la Canonja.

c.- Execució de les activitats/material didàctic.

- L'adjudicatari efectuarà l'execució del programa d'activitats didàctiques, visita guiada i propostes complementàries.
- Garantir que els continguts s'adeqüen, en tot moment, al perfil i tipus de públic al qual s'adreça. Aquests estaran supervisats per la Comissió de Seguiment.
- Dissenyar, preparar, mantenir i adquirir, al seu càrrec, el material d'ús pedagògic de suport a les activitats didàctiques.
- El material fungible per a la realització de les activitats didàctiques seran sempre a càrrec de l'adjudicatari.



- Vetllar per la protecció dels drets de l'infant, l'aprenentatge i la qualitat educativa que respecti els seus interessos i necessitats, en un context participatiu i de confiança, que respecti la diversitat i la igualtat
- Garantir que el material estigui a punt a l'hora d'iniciar el taller, visita o activitat i ordenar l'espai després de l'activitat.
- Al finalitzar les visites i/o tallers es realitzaran enquestes qualitatives, per tal de conèixer la valoració del servei i el grau de satisfacció de les persones usuàries.
- Informar de les incidències en la prestació del servei, i de les queixes i suggeriments dels participants, als responsables que corresponguin
- Totes les activitats es realitzaran per defecte en català, si bé s'haurà de garantir la prestació en castellà i anglès.
- Les activitats es realitzaran durant l'horari d'obertura. Per indicació de l'Ajuntament de la Canonja o per iniciativa de l'adjudicatari, es podran allargar més enllà de l'hora de tancament de l'equipament.
- L'empresa adjudicatària assegurarà que totes les activitats estiguin conduïdes pel nombre de persones educadores necessari per garantir la seguretat de l'alumnat i les persones visitants, així com el correcte funcionament de l'activitat.
- El personal responsable del servei haurà de ser-hi present amb una antelació mínima de 15 minuts abans de l'inici de l'activitat, per preparar l'espai, el material i l'equipament necessari. Marxarà sempre després d'haver acomiadat a tots els usuaris i de deixar tot el material i l'equipament emmagatzemat als espais habilitats.
- Tots els materials i equips a càrrec de l'empresa adjudicatària necessaris per a l'execució de les tasques objectes del servei hauran de complir, en la mesura del possible, criteris de sostenibilitat i respecte mediambiental: origen reciclat, eficiència energètica, menys toxicitat i contaminants...
- En els crèdits de qualsevol material didàctic s'haurà de fer constar el copyright de l'Ajuntament de la Canonja i l'aval científic de l'IPHES.
- Tots els materials educatius, les activitats, i altres productes o materials didàctics i de suport generats, dissenyats o adaptats per l'adjudicatari en virtut d'aquest contracte són propietat de l'Ajuntament de la Canonja i no es podran realitzar o utilitzar fora de l'àmbit d'actuació de Mammuthus.
- La documentació del material de les activitats i materials que elabori o adquireixi l'empresa adjudicatària durant l'execució del contracte serà lliurada en format físic i/o digital a l'Ajuntament de la Canonja a la finalització del contracte. Aquest serà el titular en exclusiva de tots els drets de propietat intel·lectual, amb la salvaguarda dels drets morals de les persones autores, dels continguts i materials creats com a conseqüència d'aquest contracte, tant pel que fa a la seva reproducció, com a la seva difusió, transformació i comunicació pública, fins que entrin a domini públic, i per a tots els països del món, en llengua catalana, castellana, anglesa i francesa, amb independència del suport físic o digital.
- L'empresa adjudicatària es responsabilitzarà del control d'existències, de l'emmagatzematge en els espais establerts, i de la reposició i disponibilitat del material didàctic i/o dossiers pedagògics, així com de tot el material i equipament necessari per al desenvolupament de les activitats.
- L'empresa adjudicatària i la Comissió de Seguiment realitzaran reunions periòdiques de revisió, planificació, coordinació i actualització dels continguts dels materials educatius per proposar millores raonades segons criteris establerts per ambdues parts.

d.- Màrqueting, comercialització i posicionament.

L'estratègia de màrqueting, comercialització i posicionament, es realitzarà en coordinació amb l'Ajuntament de la Canonja, amb les següents característiques:



- Definir l'estratègia de màrqueting en base al pla de màrqueting existent que figura a l'annex IV del present plec. Revisió i adaptació.
- Definir l'estratègia de comercialització. Disseny de pla relacionat amb les accions de màrqueting i els públics existents.
- Desenvolupar estratègies de comunicació amb el públic objectiu.
- Definir l'estratègia de publicitat i de relació amb mitjans de comunicació i la seva execució.
- Presència als canals d'intermediació turística.
- Presència en els catàlegs on line i off line dels principals operadors turístics de la Costa Daurada.
- Establiment de sinergies amb altres equipaments i agents turístics i culturals.
- Gestió de la comunicació off i on line, web, noves tecnologies i social media, respectant els criteris comunicatius de l'Ajuntament de la Canonja.
- Promocionar i coordinar la comunicació i la publicitat de totes les activitats de Mammuthus.
- Coordinació amb les estratègies de promoció de l'Agència Catalana de Turisme, l'Agència Catalana de Patrimoni Cultural i el Patronat de Turisme de la Diputació de Tarragona.
- Coordinació amb oficines de turisme vinculades a les marques Catalunya Experience, Costa Daurada i la Ruta del Císter, i amb la de ciutats properes com Tarragona o Reus.

e.- Gestió de la botiga.

La botiga és una activitat complementària a l'activitat principal de Mammuthus, que ha de ser garantida per l'adjudicatari del servei. L'Ajuntament indicarà a l'adjudicatari els productes que han de ser objecte de venda a la botiga i aprovarà els seus preus de venda, que tindran la consideració de preus privats.

L'adjudicatari tindrà, amb caràcter general i no exhaustiu, les següent obligacions:

- Gestionar els proveïdors i compres dels productes, i posteriorment la seva venda.
- Fer un seguiment de l'estoc i de les vendes, garantint l'adequada reposició d'existències a la botiga.
- Portar una comptabilitat informàtica diferenciada per a l'activitat de la botiga.
- Presentar a l'Ajuntament, amb caràcter mensual, els resultats de vendes de la botiga especificant la relació dels productes que s'han venut i l'import total cobrat (sense IVA), indicant la diferència amb el seu cost d'adquisició (sense IVA). Aquesta diferència es considerarà benefici brut.
- L'adjudicatari podrà efectuar propostes de venda d'altres productes no indicats per l'Ajuntament, amb els respectius preus, sent necessària l'aprovació municipal.
- En cas que es posi en funcionament un servei de fotografia i/o àudio-guia als visitants, l'adjudicatari estarà obligat a la seva gestió.
- Deducir l'import corresponent al 50% del benefici brut obtingut en aquest període, de la factura que ha d'abonar l'Ajuntament per la prestació global del servei.

4.- FUNCIONS ESPECÍFIQUES

a) Coordinació/promoció

- Portar a terme les tasques de gestió, coordinació, promoció i posicionament de l'equipament des de l'espai que a aquest efecte assigni i habiliti l'Ajuntament de la



Canonja. Durant el seu horari, puntualment, s'encarregarà de l'obertura de l'equipament per atendre visites d'operaris de manteniment, reunions de tècnics o altres necessitats o demandes per part de l'Ajuntament de la Canonja.

- Elaborar i proposar el calendari i tipologia d'activitats didàctiques destinades als diferents públics.
- Coordinar-se i coordinar el personal tècnic de l'equipament.
- Confeccionar mensualment per a la Comissió de Seguiment estadístiques de visitants.
- Presentar trimestralment a l'Ajuntament de la Canonja i la Comissió de Seguiment en el format que es determini, el report dels mails i altres gestions efectuades per la difusió de les activitats.
- Atenció telefònica, telemàtica i/o presencial de sol·licituds de grups i visitants que requereixi concertació prèvia. Cal establir els mecanismes perquè aquesta atenció pugui ser resolta durant l'obertura dels equipaments.
- Seguiment i comprovació del pagament de les activitats didàctiques a l'equipament.
- Creació, manteniment, actualització d'enquestes de valoració.
- Facilitar durant el primer mes del curs lectiu a l'Ajuntament de la Canonja, la Base de dades actualitzada dels contactes amb les escoles i instituts utilitzada per a efectuar la difusió de les activitats, amb detall de: escoles, professors de contacte, mail, telèfon, adreça i altres dades que siguin sol·licitades.
- Creació, control, arxiu i inventari del material de difusió de l'equipament (fungible, tríptics, etc...).
- Confeccionar la liquidació mensual de la recaptació i l'ingrés l'Ajuntament de la Canonja.
- Col·laborar amb l'Ajuntament de la Canonja i la Comissió de Seguiment per respondre dades de qüestionaris relacionats amb les tasques objecte del contracte.
- Executar les activitats didàctiques en els casos en que sigui necessari per qüestions de calendari, o pel correcte funcionament del servei.
- Assumir aquelles tasques que li siguin encomanades pel Pla d'Emergències Municipal. Actuar d'acord amb aquests o el que s'estableixi davant qualsevol situació d'emergència, tenint en compte l'organització i control en l'evacuació de les persones

b) Informació i atenció al públic visitant

- Obertura i tancament dels equipaments, en els horaris establerts i especials.
- Activar i desactivar els sistemes de vigilància i seguretat dels equipaments, els punts d'informació, així com de funcionament de la museografia i tenir cura de les instal·lacions.
- Acol·lir i informar als visitants dels temes relacionats amb la temàtica específica de l'exposició i altres serveis que s'ofereixen a l'equipament.
- Atenció telefònica, telemàtica i/o presencial de sol·licituds de grups i persones visitants que requereixi concertació prèvia i establir els mecanismes perquè aquesta atenció pugui ser resolta durant l'obertura dels equipaments en casos especials o quan la tipologia de la programació ho requereixi
- Fer el seguiment de les activitats de l'equipament, fent-ne l'enregistrament en fotografia i/o vídeo, si escau, en els horaris en que presten el servei, incloses les incidències, si s'escau.
- Saber en tot moment la quantitat de persones visitants del centre, i periòdicament fer control de les sales d'exposicions, durant l'horari del servei.
- Canalitzar les consultes provinents de les persones visitants que no siguin habituals a la persona coordinadora de l'equipament.
- Revisar el correcte funcionament de totes les instal·lacions, elements i dispositius de l'exposició i de l'equipament (inclosos serveis) abans de la seva obertura al públic,



durant i després del tancament i atendre'n els usuaris en les demandes puntuals de servei. Informar al coordinador de les possibles incidències.

- Efectuar rondes periòdiques de control, durant període d'obertura dels equipaments per garantir el correcte funcionament de tots els espais, elements i dispositius a disposició dels visitants i usuaris dels equipaments.
- Col·laborar i facilitar les actuacions dels industrials derivades de les tasques de manteniment correctiu i preventiu de les instal·lacions i activitats.
- Atendre tasques complementàries pel bon funcionament de les activitats del centre segons les indicacions de l'Ajuntament de la Canonja. A títol enunciatiu i no exhaustiu: neteja ocasional dels espais interior i exterior, buidatge de papereres, reposició de materials, etc...
- Assumir aquelles tasques que li siguin encomanades pel Pla d'Emergències Municipal. Actuar d'acord amb aquests o el que s'estableixi davant qualsevol situació d'emergència, tenint en compte l'organització i control en l'evacuació de les persones

c) Educació /activitats didàctiques

- Executar les activitats didàctiques, visites i activitats complementàries previstes al programa d'activitats, adreçades a grups escolars, al públic familiar i altres públics.
- Preveure possibles incidències i avisar als ens i/o persones implicades a cada activitat o visita, en cas d'anul·lació, retard o canvis que afectin la visita de l'equipament.
- Facilitar a les persones participants de les activitats el material promocional que li sigui lliurat a aquest fi.
- Col·laborar en la difusió i promoció de les activitats educatives i visites guiades, ja sigui de manera presencial, al moment de realitzar l'activitat, de manera virtual, o a través de les xarxes socials, seguint els criteris i pautes que es fixin.
- Donar suport al servei d'atenció i informació al visitant si la programació ho requereix.
- Atendre tasques complementàries pel bon funcionament de les activitats de l'equipament.
- Avaluar el servei i proposar accions de millora en els continguts, horaris, i activitats que suposin una millora de les activitats.
- Informar de les incidències en la prestació de les activitats al coordinador i als responsables que s'indiquin.
- Assumir aquelles tasques que li siguin encomanades pel Pla d'Emergències Municipal. Actuar d'acord amb aquests o el que s'estableixi davant qualsevol situació d'emergència, tenint en compte l'organització i control en l'evacuació de les persones.

5.- HORARI DEL SERVEI.

Sense perjudici de l'obligació d'atendre el servei des de mitja hora abans de l'obertura de l'equipament al públic fins a mitja hora després, establerta a la clàusula 3.1. últim apartat, amb caràcter general, el calendari i els horaris d'obertura de Mammuthus, són els següents:

HORARI D'HIVERN

Del 16 de setembre (inclòs) al 14 de juny (inclòs):

Dilluns tancat

De dimarts a divendres, de 10 a 14 h

Dissabtes, de 10 a 18:30 h, inclosos els festius.

Diumenges i festius, de 10 a 15 h.



Dies de tancament: 1 i 6 de gener, 25 i 26 de desembre.

HORARI D'ESTIU

Del 15 de juny (inclòs) al 15 de setembre (inclòs):

Dilluns tancat.

De dimarts a diumenge, de 10 a 18:30 h.

L'accés al públic es tancarà 30 minuts abans del tancament del recinte.

Es podran concertar activitats fora de l'horari de servei en els següents casos:

- A petició de l'Ajuntament
- Per a la celebració d'activitats o esdeveniments de tercers
- En el marc de la programació pròpia d'activitats

No obstant els horaris d'obertura abans establerts, l'Ajuntament de la Canonja podrà adaptar aquests en funció de les necessitats del servei.

6.- MITJANS PERSONALS/ POSICIONS A COBRIR

L'adjudicatari ha d'aportar el personal amb la qualificació i perfil professional adequats per la prestació del servei, així com proveir el personal suplent necessari amb idèntica qualificació per cobrir possibles absències, baixes i permisos de forma immediata.

L'adjudicatari, haurà d'acreditar la titulació i experiència del personal contractat mitjançant títols, currículum i certificats de les empreses indicant les tasques realitzades.

Qualsevol incorporació o canvi en la composició de l'equip es comunicarà a l'Ajuntament de la Canonja, adjuntant la documentació relativa al compliment dels requisits de perfil i qualificació professional.

Tot el personal ha de conèixer i parlar correctament les dues llengües oficials, català i castellà. El personal que efectui activitats en llengua estrangera haurà de tenir els coneixements i el nivell d'idioma adequat.

L'equip de treball estarà compost pels perfils i titulacions que es detallen a continuació:

- **Posició de coordinació i comercialització (Director de programes).**
 - Un treballador a jornada completa, amb un total de 1.695 hores anuals segons conveni col·lectiu.
 - Titulació universitària de grau superior o equivalent
 - Nivell C1 de català o equivalent, coneixement de l'anglès (acreditar nivell B1).
 - Perfil: un mínim de dos anys d'experiència acreditada en promoció i coordinació d'activitats de lleure cultural i educatiu. Capacitat de lideratge i treball en equip.
- **Posició d'informació, atenció al visitant i botiga (Informadors).**
 - Dos treballadors a jornada completa, amb un total de 1.695 hores anuals per cada treballador, segons conveni col·lectiu.
 - Titulació de batxillerat, formació professional de grau superior o equivalent.
 - Nivell C1 de català o equivalent, coneixement de l'anglès (acreditar nivell B1).



- Perfil: experiència acreditada en tasques d'atenció al públic.
- **Posició de guia, monitoratge i d'educador/a (Tallerista).**
- En horari d'hivern:
 - a) De dimarts a divendres, en horari d'obertura del centre, dos talleristes.
 - b) Dissabtes, diumenges i festius, en horari d'obertura del centre, un tallerista.
- En horari d'estiu: En horari d'obertura del centre, un tallerista.
S'ha previst a l'estudi econòmic una borsa d'hores per cobrir possibles diferències de hores de prestació del servei per talleristes entre anualitats.
- Titulació de batxillerat, formació professional de grau superior o equivalent.
- Nivell C1 de català o equivalent, coneixement de l'anglès (acreditat nivell B1).
- Perfil: experiència acreditada en la realització d'activitats relacionades amb l'objecte del contracte.

El personal haurà de tenir especial cura amb el tracte amb les persones usuàries, així com una bona presència, educació i aspecte correcte.

L'adjudicatari queda obligat a substituir el personal que la direcció tècnica de l'Ajuntament manifesti per escrit que no reuneix la qualificació professional necessària per prestar el servei.

L'adjudicatari queda obligat a substituir, en cas de petició per escrit de l'Ajuntament, aquell personal adscrit al servei en que es produeixi qualsevol incidència professional relacionada amb la seva actitud o comportament, envers al públic o personal tècnic de l'Ajuntament, que pugui perjudicar al correcte funcionament del servei.

Atès que es tracta de serveis a temps parcial, s'admet que una mateixa persona pugui ocupar llocs de treball diferents.

L'empresa adjudicatària haurà de presentar abans de l'inici del servei, declaració responsable relativa a les obligacions establertes a la Llei 26/2015 de 28 de juliol, de modificació del sistema de protecció a la infància i a l'adolescència, indicant que disposarà durant tota la vigència del contracte, de les certificacions que acrediten que les persones que prestaran el servei no han estat condemnades per sentència ferma per algun delicte contra la llibertat i indemnitat sexual.

7.- ÀREA, BÉNS, INSTAL·LACIONS I MATERIALS AFECTES AL SERVEI

Per a la correcta gestió i manteniment de Mammuthus, l'Ajuntament de la Canonja mantindrà un inventari de tots els elements de l'equipament, tant de caràcter estructural com els que formen part de la museografia. Aquest inventari consta a l'annex II del present plec de condicions, i es mantindrà actualitzat permanentment.

L'adjudicatari no alienarà ni gravarà béns o instal·lacions que hagin de revertir a l'Ajuntament de la Canonja.

L'adjudicatari respondrà dels danys i perjudicis de qualsevol classe que, per prestació defectuosa del servei o negligència del personal al seu càrrec, puguin ocasionar els visitants.

L'objecte del contracte es desenvoluparà en l'equipament ubicat al Camí Vell de Reus núm.



37, que compta amb accessos a través d'aquest carrer.

Els espais objecte del present contracte queden delimitats en l'annex I. L'Ajuntament de la Canonja podrà fer ús de qualsevol espai per fer altre tipus d'activitats esporàdiques, prèvia comunicació a l'adjudicatari.

L'Ajuntament de la Canonja podrà accedir a les seves dependències sense que sigui necessària la presència de l'adjudicatari.

8.- MITJANS MATERIALS

Elements aportats per l'Ajuntament

L'Ajuntament de la Canonja cedeix per a l'execució del contracte, pel treball de coordinació i informació:

- Tres ordinadors de sobretaula.
- Dues impressores d'ús administratiu.
- Telefonia fixa i internet.
- Mitjans oportuns per realitzar la gestió de les entrades.

D'ús obligatori per part de l'adjudicatari:

- Marca i logotip de Mammuthus.
- Web del Mammuthus.

Altres materials:

- Projecte museogràfic
- Pla de màrqueting

L'Ajuntament de la Canonja facilitarà les claus i codis d'accés als equipaments en que l'empresa adjudicatària hagi de prestar el servei. La recepció d'aquestes claus i codis són personals i intransferibles, el receptor/a es fa responsable de la seva correcta utilització i es compromet a respectar la confidencialitat.

L'adjudicatari es responsabilitza del bon ús dels equipaments i bens cedits per la prestació del servei i es farà càrrec de les despeses que es puguin generar per pèrdua o pel mal ús.

L'Ajuntament informarà a l'adjudicatari de qualsevol canvi relatiu a l'equipament tècnic i instal·lacions que es pugui produir en els centres on l'empresa adjudicatària prestarà els seus serveis, per tal de garantir una bona prestació del mateix.

Elements que ha d'aportar l'empresa adjudicatària

L'adjudicatari haurà de disposar de la càmera de fotografia/vídeo per efectuar els enregistraments de les activitats. Els documents que confeccioni els haurà de facilitar a l'Ajuntament en el format que li sigui sol·licitat.

9.- GESTIÓ DELS COBRAMENTS.

L'empresa adjudicatària gestionarà els cobraments derivats de la prestació del servei, amb les eines que siguin facilitades al respecte per l'ajuntament, i amb els imports que es determinin a les ordenances fiscals municipals.



10.- MANTENIMENTS.

Els costos de manteniment i de neteja de l'equipament seran a càrrec de l'Ajuntament de la Canonja. El contractista assumirà els costos de manteniment derivats d'un mal ús de les instal·lacions.

11.- CONSUMS QUE ANIRAN A CÀRREC DE L'AJUNTAMENT.

- Consum elèctric.
- Consum d'aigua.
- Telefonia fixa i internet.

12. CONDICIONS GENERALS DE PRESTACIÓ DEL SERVEI.

L'empresa adjudicatària prestarà el servei tenint en compte les següents pautes:

- Prestar el servei amb continuïtat i garantir la substitució de les absències del personal assignat al servei.
- Portar un control diari de presència dels seus treballadors/es, mitjançant el fitxador que habilitarà l'Ajuntament i que reflectirà les hores treballades. Es deixarà constància de les incidències en el servei i s'informarà de les substitucions si correspon.
- L'empresa adjudicatària presentarà una factura mensual per import d'una dotzena part de l'import anual d'adjudicació.
- El coordinador/a haurà de disposar de telèfon mòbil a càrrec de l'adjudicatari. Aquest haurà d'estar operatiu tots els dies en que hi hagi alguna activitat objecte d'aquest contracte.
- Els treballadors/es es coordinaran amb el coordinador que a la seva vegada es coordinarà amb el responsable corresponent. Amb aquest fi, l'empresa adjudicatària designarà un màxim responsable del servei que serà l'interlocutor per resoldre les qüestions relacionades amb la prestació d'aquest, haurà d'estar disponible fins i tot en festius, tenir experiència en la funció i plena capacitat resolutiva.
- El personal de l'empresa adjudicatària anirà identificat com a persona educadora/monitora/tallerista mentre realitzi les activitats programades. L'empresa aportarà la indumentària d'acord amb la marca de l'equipament i el disseny facilitat per l'Ajuntament, sense perjudici del compliment de l'article 312 f) de la Llei 9/2017, de 8 de novembre, de contractes del sector públic. Aquest vestuari anirà a càrrec de l'empresa adjudicatària.
- Garantir la formació i reciclatge periòdic del personal adscrit al servei, entenent per reciclatge l'adequació de coneixements i tècniques per a la funció a desenvolupar segons l'evolució dels conceptes propis de les seves tasques. Amb el suport de la Comissió de Seguiment.
- El personal de l'empresa adjudicatària mantindrà un tracte respectuós amb les persones usuàries, ciutadania en general, i amb els treballadors/es de l'Ajuntament de la Canonja, així com amb les empreses, i personal vinculat a les activitats que tinguin lloc a l'equipament.
- El personal dependrà única i exclusivament de l'empresa adjudicatària. En cap cas ni circumstància, l'existència d'aquest contracte suposarà cap relació laboral entre l'Ajuntament i l'adjudicatari o els seus treballadors.
- Sotmetre's en tot moment a les indicacions i observacions que li dicti l'Ajuntament de la Canonja i/o la Comissió de Seguiment.



- Elaborar tota la documentació relativa a la prestació del servei objecte d'aquest contracte en llengua catalana.
- Disposar de les assegurances, al seu càrrec, necessàries per a cobrir els riscos propis i de tercers que en puguin produir en l'exercici de la seva activitat, dins o fora de l'equipament. L'assegurança haurà de cobrir els possibles accidents de les persones usuàries. Amb caràcter previ a l'adjudicació, s'haurà d'aportar un compromís de subscripció de les assegurances, i compromís de mantenir-les vigents durant la prestació del servei.

13.- MODIFICACIÓ DEL SERVEI

Els horaris de prestació del serveis, d'obertura de l'equipament, el nombre total d'hores i d'activitats a realitzar poden experimentar variacions en funció dels canvis en la programació.

El nombre total d'hores i activitats pot modificar-se segons la programació de cada temporada.

Aquests canvis no requeriran la tramitació d'una modificació del contracte, sinó únicament de la notificació per escrit a l'adjudicatari que està obligat a acceptar-los.

Només es tramitarà una modificació del contracte en cas que l'import final del servei hagi d'excedir l'adjudicat. La forma i condicions de tramitació es detallaran al plec de clàusules administratives.

14.- PREVENCIÓ DE RISCOS LABORALS

L'empresa adjudicatària resta obligada a aportar l'acreditació de la modalitat organitzativa preventiva. Així mateix, resta obligada a complir les prescripcions de planificació preventiva en cas de concurrència empresarials que es determina al plec de clàusules administratives.

En cas de ser requerida, l'empresa adjudicatària lliurarà a l'Ajuntament de la Canonja la valoració de riscos laborals dels llocs de treball corresponents als serveis objecte del contracte així com els certificats de formació i informació i de vigilància de la salut dels seus treballadors/es degudament signats.

L'Ajuntament de la Canonja lliurarà a l'adjudicatari el Pla d'Emergències dels equipaments on es desenvolupi l'activitat. L'adjudicatari està obligat a divulgar aquest document entre tot el seu equip de treball destinat a cada espai.

L'adjudicatari actuarà d'acord amb el que preveuen els documents anteriors davant de qualsevol situació d'emergència, tenint en compte les tasques que li siguin encomanades pel que fa a l'organització i control en l'evacuació de les persones.

L'empresa adjudicatària facilitarà als seu personal, si escau, els EPIS personals en aplicació de la Llei de Prevenció de Riscos Laborals vigent.

L'empresa adjudicatària, així com tots els treballadors/es que aquesta assigni als serveis demanats per l'Ajuntament, està obligada a complir amb els preceptes de la Llei de Prevenció de Riscos Laborals vigent i amb els protocols de treball que a tal fi estableixi l'Ajuntament de la Canonja.



Ajuntament de
la Canonja

18.- VALORACIÓ DELS SERVEIS.

S'adjunta un estudi econòmic que figura a l'annex V del present plec, corresponent a la valoració del serveis.

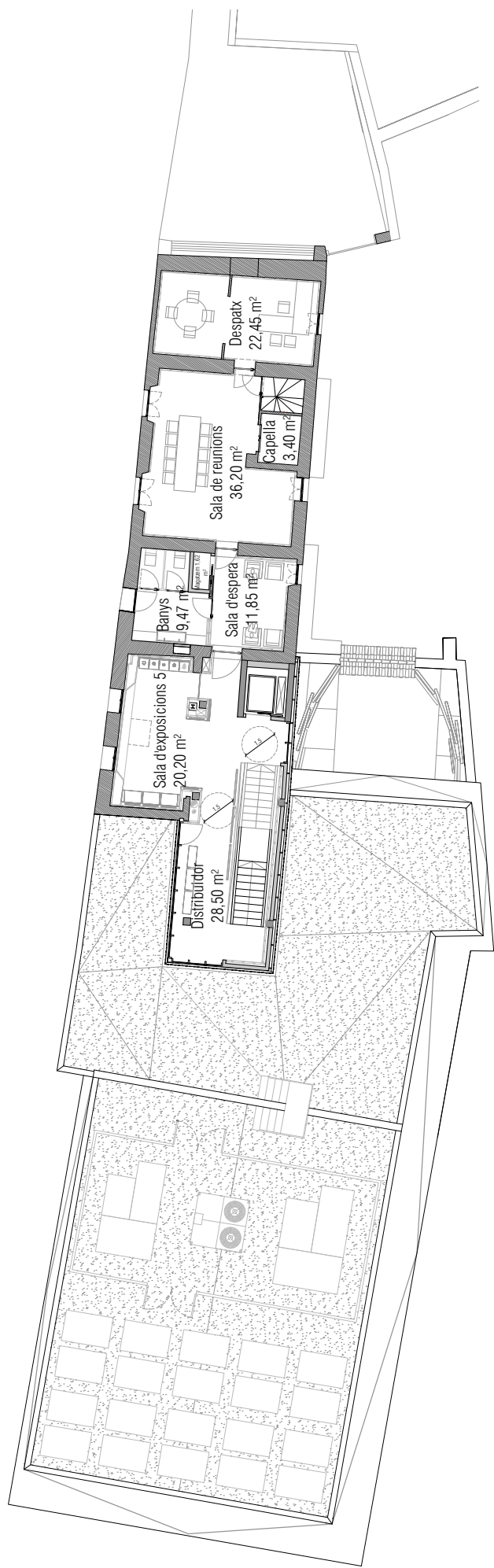
La Canonja, a data de signatura electrònica.



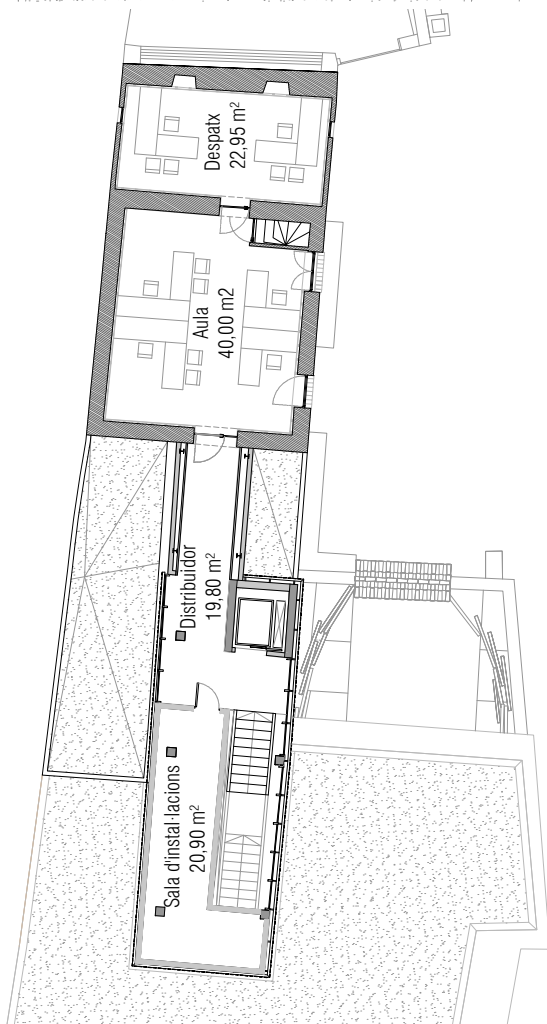
Ajuntament de
la Canonja

ANNEX I.- DEPENDÈNCIES ADSCRITES AL SERVEI. PLANOLS.

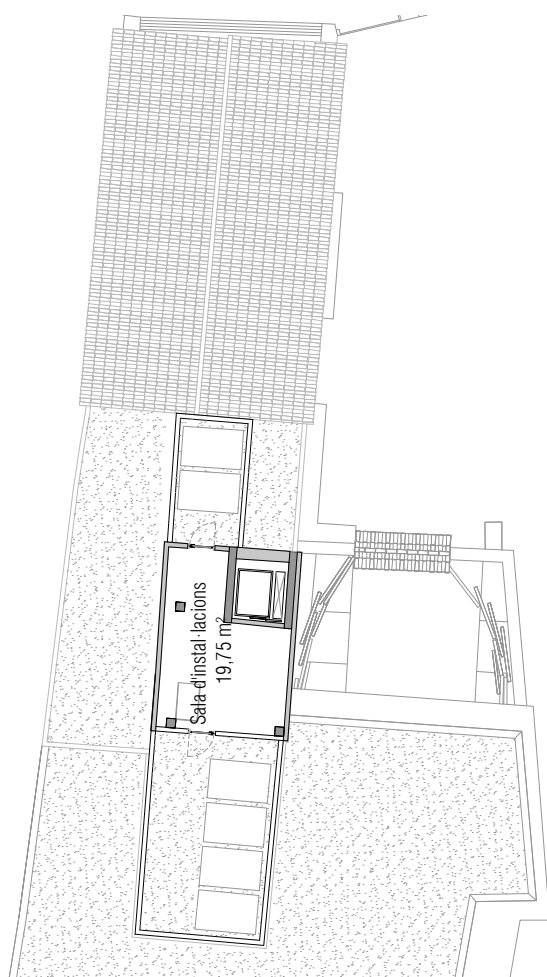




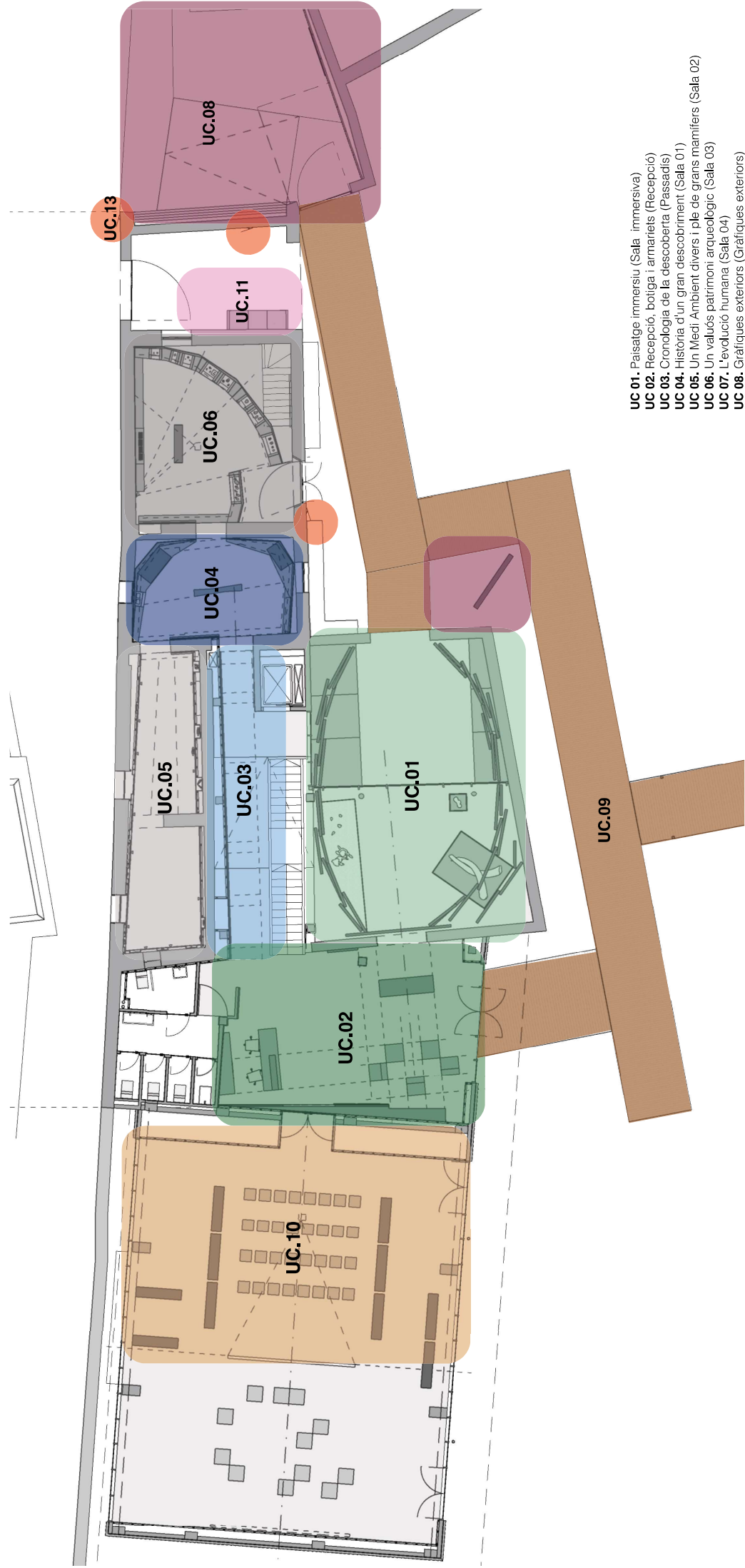
PLANTA PRIMERA



PLANTA SEGONA



PLANTA COBERTA



- UC 01. Paisatge immersiu (Sala immersiva)
- UC 02. Recepció, botiga i armariets (Recepció)
- UC 03. Cronologia de la descoberta (Passadís)
- UC 04. Història d'un gran descobriment (Sala 01)
- UC 05. Un Medi Ambient divers i ple de grans mamífers (Sala 02)
- UC 06. Un valuos patrimoni arqueològic (Sala 03)
- UC 07. L'evolució humana (Sala 04)
- UC 08. Gràfiques exteriors (Gràfiques exteriors)
- UC 09. Moduls exteriors (Jardí)
- UC 10. Sala d'actes (Sala d'actes)
- UC 11. Armariets exteriors mòxiles
- UC 12. Senyalètica (múltiples ubicacions)
- UC 13. Senyalètica patrimoni

Planta esc. 1/150



- UC 01. Paisatge immersiu (Sala immersiva)
- UC 02. Recepció, botiga i armariets (Recepció)
- UC 03. Cronologia de la descoberta (Passadís)
- UC 04. Història d'un gran descobriment (Sala 01)
- UC 05. Un Medi Ambient divers i ple de grans mamífers (Sala 02)
- UC 06. Un valuos patrimoni arqueològic (Sala 03)
- UC 07. L'evolució humana (Sala 04)
- UC 08. Gràfiques exteriors (Gràfiques exteriors)
- UC 09. Moduls exteriors (Jardí)
- UC 10. Sala d'actes (Sala d'actes)
- UC 11. Armariets exteriors mòxilles
- UC 12. Senyalètica (múltiples ubicacions)
- UC 13. Senyalètica patrimoni

Planta esc. 1/100



Ajuntament de
la Canonja

ANNEX II.- EQUIPAMENT MUSEOGRÀFIC I ALTRES ELEMENTS.



INVENTARI EQUIPAMENT MAMMUTHUS (MAS DE L'ABEURADOR)

MOBILIARI

PLANTA BAIXA	
HALL	
Paperera model Riga Inox, marca Mobles 114, o equivalent, acer inoxidable 25x25xh49cms (20L de capacitat) construïda amb xapa plegada d'acer inoxidable (304), tapa d'acer pintada al epoxi acabat plata i base d'ABS. Els cossos es fabriquen en acer inoxidable AISI 304L (certificat en 10204 paràgraf 4) de 0.8 mm de gruix. La cara exterior té un acabat polit i setinat i la cara interior presenta un acabat matisat. En la part interior del cos es fixen unes anses d'acer zincat que serveixen per a sostenir la bossa de plàstic, facilitant, també, la seva retirada. El suport de les anses és d'injecció d'ABS de color negre. La base de la paperera està fabricada en ABS de color negre. Una cara interior reticulada i nerviada dona rigidesa i una cara exterior, llisa, amb 4 cavitats per a col·locar 4 topalls de goma anti-lliscants. Les tapes de les papereres, situades en la part superior, són de xapa d'acer d'1.2 mm de gruix. Compleix amb la norma UNEEN ISO 9001:2008.	2 unitats
Paraigüer model RIGA de MOBLES 114, o equivalent, de 25x25x49h cm. El cos es fabrica en acer inoxidable AISI 304L (certificat en 10204 paràgraf 4) de 0.8 mm de gruix. La cara exterior té un acabat polit i setinat i la cara interior presenta un acabat matisat. La base del paraigüer està fabricada en ABS de color negre. Una cara interior reticulada i nerviada dona rigidesa i una cara exterior, llisa, amb 4 cavitats per a col·locar 4 topalls de goma anti-lliscants. Els separadors de paraigüers estan fabricats amb dos tubs d'acer inoxidable poliment i setinat de 8 mm de diàmetre, col·locats en creu. Compleix amb la norma UNE-EN ISO 9001:2008	2 unitats
Paperera model Basic Ø21 x h 32 cm (10L), o equivalent, fabricada en acer inoxidable AISI304. Base i anella superior ABS cromat.	1 unitat
Poste separador d'espais, de 90cm d'alçada, amb cinta retractil de 2,5 metres de llarg, color negre.	6 unitats
Cadires Taulell informació, model Flex Executive Andreu World, ref. SO1859, acabat amb material Costa Rica 4236 Cat.L1. Estructura d'alumini polit.	2 unitats
SALA D'ACTES	
Cadira model DELTA 430, marca Figueras, entapissada, amb braços i estructura de 4 peus de tub i xapa d'acer pintat color Sable Grey 100, seient i respall entapissats en teixit Lisboa color 805. Seient abatible de forma automàtica. Inclou junta d'unió entre cadires.	150 unitats
Taula USM Haller de 200x75xh74 cms. Sobre de resina sintètica laminada acabat gris perla. Estructura amb peus metàl·lics acabat cromat. Faldó lateral i frontal de Screen acabat antracita.	2 unitats
Cadira giratòria model Physix Studio, marca Vitra, o equivalent, de malla TrioKnit d'una peça acabat a escollir. Bastidor flexible i braços de poliamida color negre, peu de 5 radis d'alumini acabat negre. Regulació alçada amb pistó pneumàtic. Rodes toves per a terra dur. Norma DIN 68877.	4 unitats
Paperera model Riga Inox, marca Mobles 114, o equivalent, acer	1 unitat



inoxidable 25x25xh49cms (20L de capacitat) construïda amb xapa plegada d'acer inoxidable (304), tapa d'acer pintada al epoxi acabat plata i base d'ABS. Els cossos es fabriquen en acer inoxidable AISI 304L (certificat en 10204 paràgraf 4) de 0.8 mm de gruix. La cara exterior té un acabat polit i setinat i la cara interior presenta un acabat matisat. En la part interior del cos es fixen unes anses d'acer zincat que serveixen per a sostenir la bossa de plàstic, facilitant, també, la seva retirada. El suport de les anses és d'injecció d'ABS de color negre. La base de la paperera està fabricada en ABS de color negre. Una cara interior reticulada i nerviada dona rigidesa i una cara exterior, llisa, amb 4 cavitats per a col·locar 4 topalls de goma anti-lliscants. Les tapes de les papereres, situades en la part superior, són de xapa d'acer d'1.2 mm de gruix. Compleix amb la norma UNEEN ISO 9001:2008.	
PLANTA PRIMERA	
SALA D'ESPERA	
Butaca amb braços model Nube, marca STUA, o equivalent. Estructura de varilla d'acer 14mm cromat. Carcassa, seient i braços injectats d'una sola peça. Recoberta d'espuma i entapissada amb teixit Divina Melange combinat 2 colors.	2 unitats
Tauleta auxiliar independent, model NUBE, marca STUA, o equivalent. Potes fabricades en varilla d'acer 14mm cromat i sobre de 40mm. en aglomerat lacat color blanc, de mides 70 ample x 70cm. de profunditat.	1 unitat
Paperera model Riga Inox, marca Mobles 114, o equivalent, acer inoxidable 25x25xh49cms (20L de capacitat) construïda amb xapa plegada d'acer inoxidable (304), tapa d'acer pintada al epoxi acabat plata i base d'ABS. Els cossos es fabriquen en acer inoxidable AISI 304L (certificat en 10204 paràgraf 4) de 0.8 mm de gruix. La cara exterior té un acabat polit i setinat i la cara interior presenta un acabat matisat. En la part interior del cos es fixen unes anses d'acer zincat que serveixen per a sostenir la bossa de plàstic, facilitant, també, la seva retirada. El suport de les anses és d'injecció d'ABS de color negre. La base de la paperera està fabricada en ABS de color negre. Una cara interior reticulada i nerviada dona rigidesa i una cara exterior, llisa, amb 4 cavitats per a col·locar 4 topalls de goma anti-lliscants. Les tapes de les papereres, situades en la part superior, són de xapa d'acer d'1.2 mm de gruix. Compleix amb la norma UNEEN ISO 9001:2008.	1 unitat
SALA DE REUNIONS	
Taula model Drone, marca Forma 5, o equivalent, 420x120xh73,9 cm. Rectangular amb cantells arrodonits. Sobre de melamina acabat a escollir 25mm de gruix, norma UNE-EN 312. Estructura amb columnes metàl·liques Ø80mm de 3mm de gruix, arriostrades amb travessers de 50x30mm d'1,5mm de gruix acabat a escollir. Inclou 2 top acces.	1 unitat
Cadira model Kabi Swivel, marca Akaba, o equivalent, 67x67xh84 cm. Estructura piramidal d'alumini de 4 radis amb gir. Amb braços metàl·lics pintats. Seient i respall entapissats amb teixit grup B.	14 unitats
Paperera model Basic Ø21 x h 32 cm (10L), o equivalent, fabricada en acer inoxidable AISI304. Base i anella superior ABS cromat.	1 unitat
Penjador model Mirac, marca Mobles 114, o equivalent, dimensions Ø30xh192 cm base de fosa de ferro i tub d'alumini plata amb 10 penjadors de llautó cromats.	2 unitats



Armari model Plus, marca Forma 5, o equivalent, 90x42,5x74 cm tot portes. Trassera, terra, laterals, portes i sostre construïts en melamina 19mm acabat a escollir. Inclou 1 prestatge interior 25 mm de gruix acabat a escollir.	2 unitats
Butaca amb braços model Nube, marca STUA, o equivalent. Estructura de varilla d'acer 14mm cromat. Carcassa, seient i braços injectats d'una sola peça. Recoberta d'espuma i entapissada amb teixit Divina Melange combinat 2 colors.	2 unitats
Tauleta auxiliar independent, model NUBE, marca STUA, o equivalent. Potes fabricades en varilla d'acer 14mm cromat i sobre de 40mm. en aglomerat lacat color blanc, de mides 70 ample x 70cm. de profunditat.	1 unitat
DESPATX	
Cadira giratòria model SENTIS de FORMA 5, o equivalent. Respatller de malla compost per un marc de poliamida rectangular reforçada amb fibra de vidre al 30%, de manera trapezoidal de 570 mm d'altura i 470 mm d'ample per la seva base, reduint-se l'ample fins a aconseguir 430 mm en el seu extrem superior. L'amplària mitjana del marc és de 40 mm. Aquest marc proporciona suport a una malla tècnica transpirable. Incorpora, en opció, regulació lumbar, que proporciona un correcte suport de l'esquena en qualsevol postura de treball. La regulació lumbar asimètrica presenta vèrtexs arrodonits i curvatura convexa amb braços regulables. Format per estructura de partícules de fusta injectada en motlle metàl·lic amb un gruix mitjà de 14 mm i mecanitzada per a allotjar braços i mecanisme. Es sobre-injecta una capa d'escuma flexible de poliuretà sobre el suport de fusta i posteriorment s'entapissa. Aquesta escuma té un gruix mitjà de 45 mm i una densitat de 68 kg/cm3. Es remata amb carcassa de polipropilè de 3 mm de gruix per la seva part inferior. Braços regulables 1D en altura amb estructura de polipropilè i reposabraços de poliuretà. Dimensions: 250 x 90 mm. Inclou mecanisme trasla que regula la profunditat del seient de la cadira. El mecanisme Sincro Atom conjuga el moviment de rotació del respatller respecte al seient situant el seu centre de gir per sobre de la superfície del seient, molt pròxim al maluc de l'usuari, assegurant d'aquesta manera un acompanyament perfecte durant el moviment de reclinació. 5 posicions de bloqueig. Regulació de l'altura del seient mitjançant maneta per a l'ajust òptim de l'usuari. Adapta la duresa del mecanisme al pes de l'usuari de manera automàtica i assegura un funcionament perfecte en usuaris de 45 i 110 Kg. La fixació del suport s'acciona mitjançant maneta: cap a dins permet el moviment i per a fixar el suport cal tirar cap a fora. Base Star de poliamida amb un diàmetre de 64 cm. Amb 5 braços de secció trapezoidal amb vèrtexs arrodonits. Amb roda de doble rodadura tova 50 mm, per paviment dur. Compleix la norma UNE-EN 1335-1:2001, UNE-EN 1335- 2:2009 i UNE-EN 1335-3:2009.	2 unitats
Taula model F25, de Forma 5, o equivalent, 160x80x74cm sobre de melamina gruix 19mm acabat blanc. Estructura de pòrtics metàl·lics soldats, tub quadrat 50x50mm, cantonades a inglet, acabat blanc amb epoxi 100 micres.	2 unitats
Ala per a taula F25 100x56x74cms. Estructura per una banda recolzada a pòrtic de la taula i l'altra 1 pòrtic metàl·lic soldat, tub quadrat 50x50mm, cantonades a inglet, acabat blanc amb epoxi 100 micres. Sobre de melamina acabat blanc 19 mm de gruix.	2 unitats



Buc 3 calaixos 43x53xh59 cm de melamina. acabat a escollir. Calaix interior metàl·lic antibolcada, amb pany i rodes. Inclou safata portallapissos.	2 unitats
Armari model Plus, marca Forma 5, o equivalent, tot portes 90x42,5xh74 cm. Trassera, terra, laterals, portes i sostre construïts en melamina 19mm acabat a escollir. Inclou 1 prestatge interior 25mm de gruix acabat a escollir.	2 unitats
Paperera model Basic Ø21 x h 32 cm (10L), o equivalent, fabricada en acer inoxidable AISI304. Base i anella superior ABS cromat.	2 unitats
Penjador model Mirac, marca Mobles 114, o equivalent, dimensions Ø30xh192 cm base de fosa de ferro i tub d'alumini plata amb 10 penjadors de llautó cromats.	1 unitat
PLANTA SEGONA	
VESTÍBUL	
Banc model Aero, marca Sellex, o equivalent, autoportant sense respall 125x50xh39cms. 2 places, acabat en alumini anoditzat. Format per perfils d'alumini extrusionat amb superfície lleugerament estriada, tancaments laterals d'acer inoxidable.	2 unitats
Paperera model Riga Inox, marca Mobles 114, o equivalent, acer inoxidable 25x25xh49cms (20L de capacitat) construïda amb xapa plegada d'acer inoxidable (304), tapa d'acer pintada al epoxi acabat plata i base d'ABS. Els cossos es fabriquen en acer inoxidable AISI 304L (certificat en 10204 paràgraf 4) de 0.8 mm de gruix. La cara exterior té un acabat polit i setinat i la cara interior presenta un acabat matisat. En la part interior del cos es fixen unes anses d'acer zincat que serveixen per a sostenir la bossa de plàstic, facilitant, també, la seva retirada. El suport de les anses és d'injecció d'ABS de color negre. La base de la paperera està fabricada en ABS de color negre. Una cara interior reticulada i nerviada dona rigidesa i una cara exterior, llisa, amb 4 cavitats per a col·locar 4 topalls de goma anti-lliscants. Les tapes de les papereres, situades en la part superior, són de xapa d'acer d'1.2 mm de gruix. Compleix amb la norma UNEEN ISO 9001:2008.	1 unitat
Capçal de cinta separadora d'espais, amb cinta separadora de 2,5 metres de llarg, de color negre i accessori per fixació a ambdós costats de l'escala d'accés a planta segona	2 unitats
AULA	
Cadira apilable amb braços tancats model KABI, marca AKABA, o equivalent, de quatre potes. Estructura de tub d'acer de 20mm de diàmetre pintat en pols, color a escollir segons mostrari Carcassa de polipropilè acabat color a escollir. Compleix la norma UNE ISO 14006:2011	22 unitats
Taula model F25, marca Forma 5, o equivalent, 160x67xh74cms. Sobre de melamina acabat blanc gruix 19mm. Estructura de pòrtics metàl·lics soldats, tub quadrat 50x50mm, cantonades a inglet, acabat blanc amb epoxi 100 micres. Amb faldó.	1 unitat
Armari model Plus, marca Forma5, o equivalent, tot portes 90x42,5xh74 cm. Trasera, terra, laterals, portes i sostre construïts en melamina 19mm. acabat a escollir. Inclou 1 prestatge interior gruix 25mm. acabat a escollir	2 unitats
Paperera model Basic Ø21 x h 32 cm (10L), o equivalent, fabricada en	1 unitat



acer inoxidable AISI304. Base i anella superior ABS cromat.	
Penjador model Mirac, marca Mobles 114, o equivalent, dimensions Ø30xh192 cm base de fosa de ferro i tub d'alumini plata amb 10 penjadors de llautó cromats.	1 unitat
DESPATX	
Cadira giratòria model SENTIS de FORMA 5, o equivalent. Respatller de malla compost per un marc de poliamida rectangular reforçada amb fibra de vidre al 30%, de manera trapezoidal de 570 mm d'altura i 470 mm d'ample per la seva base, reduint-se l'ample fins a aconseguir 430 mm en el seu extrem superior. L'amplària mitjana del marc és de 40 mm. Aquest marc proporciona suport a una malla tècnica transpirable. Incorpora, en opció, regulació lumbar, que proporciona un correcte suport de l'esquena en qualsevol postura de treball. La regulació lumbar asimètrica presenta vèrtexs arrodonits i curvatura convexa amb braços regulables. Format per estructura de partícules de fusta injectada en motlle metàl·lic amb un gruix mitjà de 14 mm i mecanitzada per a allotjar braços i mecanisme. Es sobre-injecta una capa d'escuma flexible de poliuretà sobre el suport de fusta i posteriorment s'entapissa. Aquesta escuma té un gruix mitjà de 45 mm i una densitat de 68 kg/cm ³ . Es remata amb carcassa de polipropilè de 3 mm de gruix per la seva part inferior. Braços regulables 1D en altura amb estructura de polipropilè i reposabraços de poliuretà. Dimensions: 250 x 90 mm. Inclou mecanisme trasla que regula la profunditat del seient de la cadira. El mecanisme Sincro Atom conjuga el moviment de rotació del respatller respecte al seient situant el seu centre de gir per sobre de la superfície del seient, molt pròxim al maluc de l'usuari, assegurant d'aquesta manera un acompanyament perfecte durant el moviment de reclinació. 5 posicions de bloqueig. Regulació de l'altura del seient mitjançant maneta per a l'ajust òptim de l'usuari. Adapta la duresa del mecanisme al pes de l'usuari de manera automàtica i assegura un funcionament perfecte en usuaris de 45 i 110 Kg. La fixació del suport s'acciona mitjançant maneta: cap a dins permet el moviment i per a fixar el suport cal tirar cap a fora. Base Star de poliamida amb un diàmetre de 64 cm. Amb 5 braços de secció trapezoidal amb vèrtexs arrodonits. Amb roda de doble rodadura tova 50 mm, per paviment dur. Compleix la norma UNE-EN 1335-1:2001, UNE-EN 1335- 2:2009 i UNE-EN 1335-3:2009.	2 unitats
Taula model F25, de Forma 5, o equivalent, 160x80xh74cm sobre de melamina gruix 19mm acabat blanc. Estructura de pòrtics metàl·lics soldats, tub quadrat 50x50mm, cantonades a inglet, acabat blanc amb epoxi 100 micres.	2 unitats
Ala per a taula F25 100x56xh74cms. Estructura per una banda recolzada a pòrtic de la taula i l'altra 1 pòrtic metàl·lic soldat, tub quadrat 50x50mm, cantonades a inglet, acabat blanc amb epoxi 100 micres. Sobre de melamina acabat blanc 19 mm de gruix.	2 unitats
Buc 3 calaixos 43x53xh59 cm de melamina. acabat a escollir. Calaix interior metàl·lic antibolcada, amb pany i rodes. Inclou safata porta-llapissos.	2 unitats
Armari model Plus, marca Forma 5, o equivalent, tot portes 90x42,5xh74 cm. Trassera, terra, laterals, portes i sostre construïts en melamina 19mm acabat a escollir. Inclou 1 prestatge interior 25mm de gruix acabat a escollir.	2 unitats



Ajuntament de
la Canonja

Paperera model Basic Ø21 x h 32 cm (10L), o equivalent, fabricada en acer inoxidable AISI304. Base i anella superior ABS cromat.	2 unitats
Penjador model Mirac, marca Mobles 114, o equivalent, dimensions Ø30xh192 cm base de fosa de ferro i tub d'alumini plata amb 10 penjadors de llautó cromats.	1 unitat



CORTINES I ESTORS

PLANTA BAIXA	
SALA D'ACTES	
Cortina enrotllable de teixit Screen al 1% de mides 204 x 362 cm. alt amb accionament a motor. M/E. Costat sud.	1 unitat
Cortina fixa de teixit Screen al 1% de mides 77 x 220 cm. alt amb velcro. Costat sud.	2 unitats
Cortina enrotllable de teixit Screen al 1% de mides 120 x 362 cm. alt amb accionament a motor. M/D. Costat sud.	1 unitat
Cortina enrotllable de teixit Screen al 1% de mides 210 x 362 cm. alt amb accionament a motor. M/E. Costat sud.	1 unitat
Cortina enrotllable de teixit Screen al 1% de mides 307,5 x 362 cm. alt amb accionament a motor. M/D. Costat sud.	1 unitat
Cortina enrotllable de teixit Screen al 1% de mides 222,5 x 362 cm. alt amb accionament a motor. M/E. Costat sud.	1 unitat
Cortina enrotllable de teixit Screen al 1% de mides 204 x 362 cm. alt amb accionament a motor. M/E. Costat sud.	1 unitat
Cortina fixa de teixit Screen al 1% de mides 77 x 220 cm. alt amb velcro. Costat sud.	2 unitats
Cortina enrotllable de teixit Screen al 5% de mides 199 x 362 cm. alt amb accionament a motor. M/D. Costat nord.	1 unitat
Cortina enrotllable de teixit Screen al 5% de mides 225 x 362 cm. alt amb accionament a motor. M/D. Costat nord.	1 unitat
Cortina enrotllable de teixit Screen al 5% de mides 212 x 362 cm. alt amb accionament a motor. M/E. Costat nord.	1 unitat
Cortina enrotllable de teixit Screen al 5% de mides 307 x 362 cm. alt amb accionament a motor. M/D. Costat nord.	1 unitat
Cortina enrotllable de teixit Screen al 5% de mides 324 x 362 cm. alt amb accionament a motor. M/D. Costat nord.	1 unitat
Subministrament i col·locació de comandament 4 canals. Costat nord.	2 unitats
Tablet de control de sistema de Cortines i estors.	1 unitat
Cortina tradicional amb teixit ignífug Tapaluz, fruncit al 80% i amb accionament amb riell d'alumini motoritzat (motor mecànic), de mides 7,35 metres de llarg i 3,65 metres alçada. Color marró fosc.	4 unitats
PLANTA PRIMERA	
DESPATX	
cortina enrotllable de teixit Screen al 5% de mides 110 x 140 cm. alt amb accionament a Cadena. M/D Caiguda per davant.	1 unitat
SALA DE REUNIONS	
Subministrament i col·locació de cortina enrotllable de teixit Screen al 5% de mides 128 x 180 cm. alt amb accionament a Cadena. M/D Caiguda per davant.	1 unitat
Subministrament i col·locació de cortina enrotllable de teixit Screen al 5% de mides 130 x 180 cm. alt amb accionament a Cadena. M/D Caiguda per davant.	2 unitats
PLANTA SEGONA	
AULA	



Ajuntament de
la Canonja

Subministrament i col·locació de cortina enrotllable de teixit Screen al 5% de mides 122 x 140 cm. alt (mida teixit) amb accionament a Cadena. M/D Caiguda per davant.	1 unitat
Subministrament i col·locació de cortina enrotllable de teixit Screen al 5% de mides 90 x 140 cm. alt amb accionament a Cadena. M/D Caiguda per davant.	1 unitat



MUSEOGRAFIA

UC 01	PAISATGE IMMERSIU	
UC 01.01	CAIXES DE LLUM	
01.01.01	182,3x163,9cm (C1)	1,00
01.01.02	182,3x182,3cm (C2-3-5-8-9-10-13-14-16-18-19-27-29)	13,00
01.01.03	134,9x134,9cm (C4-12-17)	3,00
01.01.04	182,3x140cm (C6)	1,00
01.01.05	123,9x123,9cm (C7)	1,00
01.01.06	182,3x205,1cm (C11)	1,00
01.01.07	136,3x136,3cm (C15)	1,00
01.01.08	153,2x182,3cm (C10-22)	2,00
01.01.09	170x182,3cm (C21)	1,00
01.01.10	107,9x211,5cm (C23)	1,00
01.01.11	167,4x200,8cm (C24)	1,00
01.01.12	134,9x200cm (C25)	1,00
01.01.13	123,9x182,5cm (C26)	1,00
01.01.14	180x181,8cm (C28)	1,00
01.01.15	130x219,7cm (C30)	1,00
01.01.16	180x176,9cm (C31)	1,00
01.01.17	110x181,8cm (C32)	1,00
01.01.18	180x182,3cm (C33-36)	2,00
01.01.19	134,9x110,2cm (C34)	1,00
01.01.20	130x130cm (C35)	1,00
01.01.21	360x85cm (C37)	1,00
UC 01.02	VITRINES	
01.02.01	Vitrina amb defenses de mamut	1,00
01.02.02	Vitrina amb fèmur de mamut	1,00
01.02.03	Gràfica - Defenses 200x15cm	1,00
01.02.04	Gràfica - Fèmur 69x15cm	1,00
UC 01.03	ESCENOGRAFIA	
01.03.01	Plataforma de terra	1,00
01.03.02	Reproducció científica d'escena de hominins	1,00
01.03.03	Reproducció d'indústria lítica	4,00
UC 02	RECEPCIÓ, BOTIGA I ARMARIETS	
UC 02.01	MÒDUL PARET D'ENTRADA	
02.01.01	Mòdul Pantalla	1,00
02.01.02	Mòdul Taquilles	1,00



UC 02.02	MÒDULS ILLES	
02.02.01	Amb mòdul superior (Altura 124cm i Base 70x70cm)	3,00
02.02.02	Amb mòdul superior (Altura 100cm i Base 70x70cm)	2,00
UC 02.03	MÒDUL GRAN PARET	
02.03.01	Mòdul porta	1,00
02.03.02	Mòdul armari	1,00
UC 02.04	MÒDUL TAULELL I ARMARI	
	Taulell	1,00
	Armari	1,00
UC 02.05	MÒDUL ARMARIETS CARRETS DE NENS	
	Mòdul armariets carrets de nens	1,00
UC 03	LA DESCOBERTA _ Passadís	
UC 03.01	MÒDUL PARET	
03.01.01	Paret	1,00
03.01.02	Il·luminació - LED encastat superior	11,20
03.01.03	Il·luminació - LED encastat inferior	11,20
03.01.04	Gràfica	1,00
UC 03.02	MÒDUL SOSTRE	
03.02.01	Mòdul sostre	1,00
UC 03.03	MÒDUL GRÀFIQUES	
03.03.01	Gràfica escala	1,00
03.03.02	Gràfica paret	1,00
03.03.03	Il·luminació	1,60
UC 04	HISTÒRIA D'UN GRAN DESCOBRIMENT _ Sala 01	
UC 04.01	MÒDUL INTRODUCCIÓ	
04.01.01	Mòdul introducció	1,00
04.01.02	Il·luminació	1,75
04.01.03	Gràfica	1,00
UC 04.02	CONTEXTUALITZACIÓ GEOLÒGICA	
04.02.01	Mòdul per a contextualització geològica	1,00
UC 04.03	PARETS PERIMETRALS	



04.03.01	Parets perimetrals	1,00
04.03.02	Vitrina amb compartiment per a gel de sílice	1,00
04.03.03	Suport per objecte	1,00
04.03.04	Il·luminació	12,00
04.03.05	Gràfica superior pantalles Alçada 32cm	12,00
04.03.06	Cartel·la 58x10cm	1,00
UC 05	ENTORN I FAUNA _ Sala 02	
UC 05.01	MÒDUL INTRODUCCIÓ	
05.01.01	Mòdul introducció (Alçada 220cm, Ample 92cm i profunditat màxima 35)	1,00
05.01.02	Mòdul introducció (203cm d'ample x 90cm d'alt i 35cm de profunditat màxima)	1,00
05.01.03	Il·luminació	0,92
05.01.04	Gràfica	1,00
UC 05.02	PARETS PERIMETRALS	
05.02.01	Extradossat	1,00
05.02.02	Gràfica (298x252cm)	1,00
05.02.03	Gràfica (541x252cm)	1,00
05.02.04	Gràfica (646x351cm)	1,00
05.02.05	Gràfica (666x351cm)	1,00
05.02.06	Gràfica (446x252cm)	1,00
05.02.07	Mòdul vitrina + pantalla (Alçada 109, Ample 105 i profunditat màxima 27cm)	1,00
05.02.08	Mòdul vitrina + pantalla (Alçada 69, Ample 105 i profunditat màxima 27cm)	2,00
05.02.09	Mòdul vitrina + pantalla (Alçada 69, Ample 95 i profunditat màxima 13cm)	3,00
05.02.10	Mòdul vitrina + pantalla (Alçada 69, Ample 105 i profunditat màxima 17cm)	1,00
05.02.11	Mòdul vitrina + pantalla (Alçada 69, Ample 105 i profunditat màxima 13cm)	7,00
05.02.12	Il·luminació	7,00
05.02.13	Suport per objecte	14,00
05.02.14	Got altaveu	11,00
05.02.15	Fixació de reproducció	5,00
05.02.16	Reproducció de peça exposada en vitrina	5,00
UC 06	TECNOLOGIA _ Sala 03	
UC 06.01	MÒDUL INTRODUCCIÓ	



06.01.01	Mòdul introducció (Alçada 310cm, Ample 140cm+84cm (porta) i profunditat màx. 35)	1,00
06.01.02	Mòdul introducció (178cm d'ample x 90cm d'alt i 35cm de profunditat màx.)	1,00
06.01.03	Il·luminació	2,24
06.01.04	Gràfica	1,00
UC 06.02	PARETS PERIMETRALS	
06.02.01	Parets perimetrals	1,00
06.02.02	Il·luminació - LED encastat	11,00
06.02.03	Il·luminació - focus Nozze Downlight	18,00
06.02.04	Gràfica - Forex negre de 3mm impressió directa, superior pantalles, Alçada 40cm)	11,00
06.02.05	Gràfica - Metacrilat 20 mm, gràfica gravada, perfil de LED (185cm d'alt x 50cm d'ample)	5,00
06.02.06	Gràfica - Forex negre de 3mm impressió directa (48x15cm)	3,00
06.02.07	Gràfica - Forex negre de 3mm impressió directa (33x15cm)	1,00
06.02.08	Gràfica - Forex negre de 3mm impressió directa (68x15cm)	2,00
06.02.09	Gràfica - Forex negre de 3mm impressió directa (58x15cm)	1,00
06.02.10	Gràfica - Forex negre de 3mm impressió directa (88x15cm)	1,00
06.02.11	Gràfica - Forex negre de 3mm impressió directa (112x15cm)	1,00
06.02.12	Gràfica - Suport per objecte	1,00
UC 06.03	MÒDUL CONSTRUCCIÓ D'UNA EINA LÍTICA	
06.03.01	Pantalla projecció	1,00
06.03.02	Faristol	1,00
06.03.03	Il·luminació (Tira de LED flexible)	6,00
06.03.04	Reproducció d'eina lítica	6,00
06.03.05	Gràfica - Duratrans 150x35cm)	1,00
06.03.06	Calaix inferior per equip d'aire condicionat	1,00
UC 07	EVOLUCIÓ HUMANA _ Sala 04	
UC 07.01	MÒDUL HOMINITZACIÓ	
07.01.01	Mòdul hominització	1,00
07.01.02	Il·luminació - 2 punts de llum LED	6,00
07.01.03	Gràfica - Forex blanc de 5mm impressió directa (305x175cm)	1,00
07.01.04	Gràfica - Vinil impres fixat a vidre (23x106cm)	1,00
UC 07.02	MÒDUL 3 ESPÈCIES	
07.01.01	Mòdul 3 espècies	3,00
UC 07.03	MÒDUL FABRICADORS D'EINES	



07.03.01	Mòdul frabricadors d'eines	5,00
07.03.02	Reproducció d'eina lítica	5,00
UC 07.04	MÒDUL MORPHING	
07.04.01	Mòdul morphing	2,00
UC 07.05	MÒDUL INTRODUCCIÓ	
07.05.01	Mòdul introducció	1,00
07.05.02	Il·luminació - Tira e LED	0,92
07.05.03	Gràfica - Forex blanc de 3mm impressió directa (92x40cm)	1,00
UC 07.06	MÒDUL IMPORTÀNCIA BARRANC DE LA BOELLA	
07.06.01	Mòdul importància Barranc de la Boella	3,00
07.06.02	Gràfica - Forex blanc de 8mm impressió directa (150x230cm)	3,00
UC 07.07	SEIENT	
07.07.01	Seient	1,00
UC 07.08	MÒDUL LA IMPORTÀNCIA DEL FOC	
07.08.01	Mòdul la importància del foc	1,00
UC 08	GRÀFIQUES EXTERIORS	
UC 08.01	GRÀFICA GENERAL EDIFICI	
08.01.01	Gràfica general edifici	1,00
UC 08.02	GRÀFICA ENTRADA RECINTE	
08.02.01	Gràfica entrada recinte	1,00
UC 08.03	GRÀFICA ENTRADA EDIFICI	
08.03.01	Gràfica entrada edifici	1,00
08.03.02	Il·luminació - Tira de LED	6,00
UC 09	MÒDULS EXTERIORS _ Jardí	
UC 09.01	PASSAREL·LA DESCOBERTA	
	Passarel·la descoberta	141,00
UC 09.02	PASSAREL·LA CENTRAL SEMICOBERTA	
	Passarel·la central semicoberta h=387cm	43,00
UC 09.03	ESPAI TALLER	
	Pèrgola h=312cm	68,00



	Il·luminació pèrgola	8,00
	Armari exterior	1,00
	Gràfica - Forex imprès 5mm (535x240cm)	1,00
	Faristol	2,00
UC 10	SALA D'ACTES	
UC 10.01	SALA D'ACTES	
10.01.01	Pantalla elèctrica	1,00
UC 11	ARMARIETS EXTERIORS MOTXILLES	
UC 11.01	ARMARIETS EXTERIORS MOTXILLES	
11.01.01	Armariets exteriors motxilles	1,00
UC 12	SENYALÈTICA	
UC 12.01	GRÀFICA GENERAL EDIFICI	
12.01.01	Placa senyalització	18,00
12.01.02	Placa horaris	1,00
UC 13	SENYALÈTICA PATRIMONI	
UC 13.01	SENYALÈTICA PATRIMONI	
13.01.01	Senyalètica patrimoni	1,00
AV 14	PRODUCCIONS AUDIOVISUALS	
AV 14.01	PAISATGE IMMERSIU	
14.01.01	Morphing d'evolució geogràfica	1,00
14.01.02	Audio ambient	1,00
AV 14.02	SALA D'ACTES	
14.02.01	Vídeo d'introducció	1,00
AV 14.03	LA DESCOBERTA _ Passadís	
14.03.01	Audio ambient	1,00
AV 14.04	HISTÒRIA D'UN GRAN DESCOBRIMENT _ Sala 01	
14.04.01	Text d'àmbit, mapes i imatges	1,00
14.04.02	Audiovisual contextualització geogràfica	1,00
14.04.03	Audiovisual contextualització geològica	1,00
14.04.04	Primeres publicacions	1,00



14.04.05	Investigació arqueològica (excavació) - Text	1,00
14.04.06	Investigació arqueològica (excavació) - Interactiu	1,00
14.04.07	Investigació arqueològica (laboratoris) - Text	1,00
14.04.08	Investigació arqueològica (laboratori) - Interactiu	1,00
14.04.09	Interactiu IPHES - Text	1,00
14.04.10	Interactiu IPHES	1,00
14.04.11	Publicacions digitals	1,00
AV 14.05	ENTORN I FAUNA _ Sala 02	
14.05.01	Text d'àmbit	1,00
14.05.02	Interactius / Cartel·les animals	14,00
14.05.03	Audio animals	11,00
AV 14.06	TECNOLOGIA _ Sala 03	
14.06.01	Text d'àmbit	1,00
14.06.02	Mapa	1,00
14.06.03	Pantalles vitrines - Fabricació d'eines	9,00
14.06.04	Pantalles vitrines - Fabricació d'eines	1,00
14.06.05	Audiovisual - Construcció d'una eina lítica	6,00
AV 14.07	EVOLUCIÓ HUMANA _ Sala 04	
14.07.01	Text d'àmbit	1,00
14.07.02	Morphing evolutiu	2,00
14.07.03	Magic Wall importància Barranc de la Boella	1,00
14.07.04	Magic Wall importància Barranc de la Boella	1,00
14.07.05	Magic Wall importància Barranc de la Boella	1,00
14.07.06	Interactiu 3 espècies	3,00
14.07.07	Interactiu 3 espècies	3,00
14.07.08	Magic Wall Hominització / Cladogram - Mapa	1,00
14.07.09	Interactiu Fabricadors d'eines	5,00
14.07.10	Audiovisual Importància del foc	1,00
AV 15	EQUIPAMENT AUDIOVISUAL I MULTIMÈDIA	
AV 15.01	PAISATGE IMMERSIU	
15.01.01	Reproductors - Subministrament de reproductor multimèdia HD	1,00
15.01.02	Audio - Subministrament d'altaveu actiu	2,00
15.01.03	Altres - Subministrament d'adaptador Ethernet - RS232	1,00
AV 15.02	RECEPCIÓ, BOTIGA I ARMARIETS	
15.02.01	Pantalles - Subministrament de pantalla de 55"	2,00
15.02.02	Pantalles - Subministrament de pantalla de 19"	1,00



15.02.03	Reproductors - Subministrament de reproductor multimèdia 4K	2,00
15.02.04	CPU - Subministrament de CPU Intel	1,00
15.02.05	Altres - Subministrament d'impressora de tiquets	1,00
15.02.06	Tablet per operativa de la museografia	1,00
AV 15.03	SALA D'ACTES	
15.03.01	Projectors - Subministrament de projector	1,00
15.03.02	Reproductors - Subministrament de reproductor multimèdia HD	1,00
15.03.03	Audio - Subministrament d'altaveu actiu	2,00
15.03.04	Altres - Subministrament d'adaptador Ethernet - RS232	1,00
AV 15.04	LA DESCOBERTA _ Passadís	
15.04.01	Reproductors - Subministrament de reproductor multimèdia HD	1,00
15.04.02	Audio - Subministrament de mini amplificador d'àudio	1,00
15.04.03	Audio - Subministrament d'altaveu	2,00
15.04.04	Altres - Subministrament d'adaptador Ethernet - RS232	1,00
AV 15.05	HISTÒRIA D'UN GRAN DESCOBRIMENT _ Sala 01	
15.05.01	Pantalles - Subministrament de pantalla de 55"	2,00
15.05.02	Pantalles - Subministrament de pantalla de 32"	8,00
15.05.03	Pantalles - Subministrament de film tàctil 32"	8,00
15.05.04	Pantalles - Subministrament de pantalla de 40" tàctil	2,00
15.05.05	Pantalles - Subministrament de pantalla de 40"	2,00
15.05.06	Pantalles - Subministrament de reproductor multimèdia 4K	2,00
15.05.07	Pantalles - Subministrament de CPU Intel	12,00
AV 15.06	ENTORN I FAUNA _ Sala 02	
15.06.01	Pantalles - Subministrament de pantalla de 32"	1,00
15.06.02	Pantalles - Subministrament de film tàctil 32"	1,00
15.06.03	Pantalles - Subministrament de pantalla de 22" multitouch	14,00
15.06.04	Reproductors - Subministrament de reproductor multimèdia HD	11,00
15.06.05	CPU - Subministrament de CPU Intel	15,00
15.06.06	Audio - Subministrament d'altaveu personal + suport	11,00
AV 15.07	TECNOLOGIA _ Sala 03	
15.07.01	Projectors - Subministrament de projector	1,00
15.07.02	Pantalles - Subministrament de pantalla de 27"	5,00
15.07.03	Pantalles - Subministrament de film tàctil 27"	5,00
15.07.04	Pantalles - Subministrament de pantalla de 27"	1,00
15.07.05	Pantalles - Subministrament de pantalla de 24"	6,00



15.07.06	Pantalles - Subministrament de film tàtil 24"	6,00
15.07.07	Reproductors - Subministrament de reproductor multimèdia HD	1,00
15.07.08	CPU - Subministrament de CPU Intel	12,00
15.07.09	Audio - Subministrament d'altaveu actiu	2,00
15.07.10	Sensors - Subministrament de sensor capacitiu USB	6,00
15.07.11	Altres - Subministrament d'adaptador Ethernet - RS232	1,00
AV 15.08	EVOLUCIÓ HUMANA _ Sala 04	
15.08.01	Projectors - Subministrament de projector	4,00
15.08.02	Projectors - Subministrament de projector	1,00
15.08.03	Pantalles - Subministrament de pantalla de 49"	3,00
15.08.04	Pantalles - Subministrament de pantalla de 32" multitouch	3,00
15.08.05	Pantalles - Subministrament de pantalla de 32"	3,00
15.08.06	Pantalles - Subministrament de film tàtil 32"	1,00
15.08.07	Pantalles - Subministrament de pantalla de 27"	5,00
15.08.08	Pantalles - Subministrament de film tàtil 27"	5,00
15.08.09	Reproductors - Subministrament de reproductor multimèdia HD	1,00
15.08.10	CPU - Subministrament de CPU Intel	18,00
15.08.11	Audio - Subministrament d'altaveu actiu	2,00
15.08.12	Audio - Subministrament d'altaveu direccional	7,00
15.08.13	Sensors - Subministrament de sensor capacitiu USB	121,00
15.08.14	Sensors - Subministrament de sensor de presència	2,00
15.08.15	Altres - Subministrament d'adaptador Ethernet - RS232	1,00
AV 15.09	ALTRES	
15.09.01	Control - Subministrament d'unitat de control	1,00
15.09.02	Control - Subministrament de switch 48P 1U	3,00
15.09.03	Control - Subministrament de rack	1,00
15.09.04	Altres - Subministrament de SAI	1,00
15.09.05	Instal·lació equipament AV i posada en funcionament	1,00
IL 16	IL·LUMINACIÓ	
IL 16.01	IL·LUMINACIÓ	
16.01.01	Il·luminació gràfica general edifici	2,00
16.01.02	Il·luminació gràfica entrada recinte	1,00
16.01.03	Il·luminació amb projector d'enfocament	19,00
16.01.04	Il·luminació amb banyador de paret	31,00
16.01.05	Il·luminació encastrada en sostre	7,00
16.01.06	Rail electrificat	58,00
16.01.07	Instal·lació il·luminació	1,00

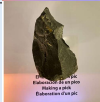


AD 17	ADEQUACIÓ ESPAIS - ALTRES	
AD 17.01	PAVIMENT PER A CAIXES DE LLUM	
17.01.01	Paviment per a caixes de llum (AQUESTA PARTIDA ESTÀ MAL SUMADA)	1,00
AD 17.02	ENVÀ EN ACCÉS A BANYS	
17.02.01	Envà en accés a banys	5,31
AD 17.03	REVESTIMENT PARETS	
17.03.01	Pintat tipus VIROC	2,58
AD 17.04	FILTRES PER A FINESTRES	
17.04.01	Filtre solar	16,80
17.04.02	Vinil opac per a finestres (COMPTE, AQUESTA PARTIDA NO SUMA)	9,50
AD 17.05	IL·LUMINACIÓ	
17.05.01	Il·luminació museogràfica general planta primera	2,00
17.05.02	Il·luminació manteniment planta primera	6,00
AD 17.06	MEGAFONIA	
17.06.01	Micròfon megafonia	1,00
17.06.02	Mòdul amplificació	1,00
17.06.03	Altaveu interior	9,00
17.06.04	Altaveu exterior	1,00
17.06.05	instal·lació megafonia	1,00
AD 17.07	VIGILÀNCIA	
17.07.01	Arcs de control de sortida	2,00
AD 17.08	INSTAL·LACIONS	
17.08.01	Preses de corrent i dades	1,00
AD 17.09	ALTRES	
17.09.01	Retirada de fals sostre del passadis, refer intal·lació i producció d'estructura de reforç per instal·lacions	1,00
17.09.02	Treballs de excavacio amb maquina retroexcavadora per rebaix de la zona de la pasarela	1,00
17.09.03	Transport de les terres de l'excavació al abocador amb camio banyera	1,00
17.09.04	Treballs de canalització del enlluimenat electric, canalització del agua del reg	1,00



Ajuntament de
la Canonja

17.09.05	Modificació d'arquetes d'instal·lacions per adaptarles a la pasarela	2,00
17.09.06	Reforç estructural del armari de la botiga per aguantar l'apacat de xapes d'acer	1,00
17.09.07	Reforç de la paret del passadis per subjectar panell grafic	1,00
17.09.08	Reforç de la paret de la sala 2 per muntatge d'emplafonat de DM i adaptacio de les vitrines	1,00
17.09.09	Reforç de caixes de llum exterior per evitar moviment amb el vent	1,00
17.09.10	Lamina solar finestres	1,00
17.09.11	Pintura plastica color gris	1,00
17.09.12	Vinils sobre finestres	1,00
17.09.13	Cortina negre 280x200	1,00

Referència	Material	Cartel·la	Mesures (en mm)	Valor	Imatge
Sala 2	Fauna	Molar de mamut (<i>Mammuthus meridionalis</i>)	330 x 240 x 100	250	
Sala 2	Fauna	Dent de castor	720 x 250 x 200	150	
Sala 2	Fauna	Os llarg digerit per un hiènid	87 X 22 X10	150	
Sala 2	Fauna	Mandíbula de rinoceront (<i>Stephanorhinus hundsheimiensis</i>)	260 x 100 x 45	200	
Sala 2	Fauna	Mandíbula de cervol rosegada per carnívors	100 X 50 X 7	200	
Sala 3	Lítica	El·laboració d'un Chopper	100 x 83 x 37 cm	150	
Sala 3	Lítica	El·laboració d'un Pic	160 x 87 x 63 cm	150	
Sala 3	Lítica	El·laboració d'una Ascla retocada	57 x 34 x 15 cm	100	
Sala 4	Lítica	Chopper	113 x 90 x 51	200	
Sala 4	Lítica	Bifaç	155 x 85 x 31	200	
Sala 4	Lítica	Punta mosteriana	115 x 56 x 20	200	
Sala 4	Lítica	Làmina	195 x 34 x 12	250	
Sala 4	Lítica	Destral pedra polida	98 x 40 x 20	250	
Sala 1	Llibre	Reus y su entorno en la prehistoria	23x18x7	20	

ID d'Actiu	Classe d'Actiu	Tipus d'Actiu	Hardware	Marca	Model	Non comercial segons fabricant	S.O.	Núm. de Serie	CPU	RAM	HD	Descripció d'ús
PC0267	Hardware	Equip d'usuari	Shuttle XPC	DH410		Shuttle Inc	Windows 10 PRO	DH41000301M19F00810	Intel i3-10100 CPU 3.60 GHz	8 GB	240 GB	Ordinador
PA0146	Hardware	Equip d'usuari	iiYama	ProLite XB2481HS		iiYama		1135814110804				Pantalla
CO0001	Hardware	Equip d'usuari	Mitel	6865i		Mitel		3CNWN230681325S				Telèfon Ext. 2811
AL0016	Hardware	Equip d'usuari	Logitech	K120		Logitech		2149SC30LL18				Teclat
AL0017	Hardware	Equip d'usuari	Logitech	810-002182		Logitech		H5148HB				Ratolí
TA0010	Hardware	Equip d'usuari	Samsung Galaxy	SM_X200		Samsung Electronics Co.		R8YVW9046SSM		4 GB	64 GB	Tablet
AL0018	Hardware	Equip d'usuari	EPSON	M267D		EPSON		X7AV320692				Impressora Tickets
CO0002	Hardware	Comunicacions	Teldat	TLDPM0081		Teldat		848/38640				
CO0003	Hardware	Comunicacions	MitraStar	Router Smart Wifi (HGU) GPT-2741GNAC		MitraStar		CCEDDCDA4078				Router Movistar
CO0004	Hardware	Comunicacions	Huawei	HG5240H		Huawei Technologies Co.		48575443FB84D24A				ONT Movistar
CO0005	Hardware	Comunicacions	Aruba	DH410		HPE Aruba Networking						Switch
AL0001	Hardware	Altres	Dahua			Dahua Technology						Càmeres
CO0006	Hardware	Equip d'usuari	Mitel	6865i		Mitel		3CNWN2306B131BL				Telèfon Ext. 2810
AL0002	Hardware	Altres	EPSON	EB-L630U		EPSON		1862545243				Projector
AL0003	Hardware	Altres	Barco	ClickShare C10		Barco		2300883234703020050				Presentador sense fil
AL0004	Hardware	Altres	Purelink	PT-SW-41E		Purelink		S230602863B17				Selector automàtic HDMI
AL0005	Hardware	Altres	Behringer	X Air XR16		Behringer		RE01860527				Mesclador
AL0006	Hardware	Altres	LDSystem	U508 CS4		LDSystem		RE01870527				Sistema de conferència sense fil, Centralaleta
AL0007	Hardware	Altres	LDSystem	U508 CS4		LDSystem		RE01890527				Sistema de conferència sense fil, Mic 1
AL0008	Hardware	Altres	LDSystem	U508 CS4		LDSystem		RE01890527				Sistema de conferència sense fil, Mic 2
AL0009	Hardware	Altres	LDSystem	U508 CS4		LDSystem		RE01890527				Sistema de conferència sense fil, Mic 3
AL0010	Hardware	Altres	LDSystem	U508 CS4		LDSystem		RE01900527				Sistema de conferència sense fil, Mic 4
AL0011	Hardware	Altres	Line 6	V75EU		Line 6		(21) DS30M7001001083				Sistema sense fil de mà
AL0012	Hardware	Altres	Line 6	V75HSEU		Line 6		(21) DS30M6946001298				Sistemes sense fil de diadema
PA0147	Hardware	Equip d'usuari	LG	86UN640 UHD		LG Corporation		402MANICB695				TV
AL0013	Hardware	Altres	Barco	ClickShare C10		Barco		1862545249				Presentador sense fil
PA0148	Hardware	Equip d'usuari	Traulux	TX90		Traulux		TX869023CH90180000058				TV
PC0268	Hardware	Equip d'usuari	Traulux	PC-OPS		Traulux	Windows 11	155104X23CLO101				PC
AL0014	Hardware	Equip d'usuari	Logitech	K295		Logitech		2348SY001A88				Teclat
AL0015	Hardware	Equip d'usuari	Logitech	M220		Logitech		2347LZDP2K8				Ratolí



ANNEX III.- TIPOLOGIA D'ACTIVITATS DIDÀCTIQUES/EDUCATIVES.

Escoles:

- Taller d'excavació: arqueòleg/a per un dia.

Durada: 45 minuts aprox.

Activitat: realització d'una excavació arqueològica: excavació i recuperació del material en el sediment, descripció, classificació...

Materials: tipus de sorral on no hi haurà sediment sinó material alternatiu net i fàcilment repostable. Superfície mínima de 6 m2. Rèpliques de material arqueològic distribuït.

- Taller elaboració eines i projectils/supervivència a la prehistòria

Durada 45 minuts aprox.

Activitat: demostració de talla d'eines lítiques i experimentació en la seva producció. Demostració de l'evolució de les diferents eines i tècniques de cacera durant la prehistòria. Demostració encesa de foc i experimentació en la seva producció. Llançament amb propulsor, llança...

Materials: sílex i matèries primeres similars, percussors de pedra, fusta o banya. Llucs o tronquets primers, materials llenyosos. Rèpliques de material arqueològic corresponent a diferents tipus d'eines i projectils.

- Taller ornaments i pintura rupestre

Durada 45 minuts aprox.

Activitat: Demostració de diferents tècniques de pintura i gravat. Demostració de diferents elements ornamentals. Experimentació amb pigments i tècniques de pintura i gravat. Realització de la pròpia pintura o gravat i/o d'un element ornamental amb petxines o similar

Materials: pigments naturals, suport lític (plaqueta o similar), petxines i cargolets, denes, etc...



Ajuntament de
la Canonja

ANNEX IV.- ESTRATÈGIA DE MÀRQUETING

Contracte:

SERVEIS RELATIUS AL PLA DE MÀRQUETING I COMUNICACIÓ DE L'ESPAI D'INTERPRETACIÓ DEL JACIMENT PREHISTÒRIC DEL BARRANC DE LA BOELLA.

Expedient: 2021/04

3r LLIURABLE: Pla final integrat de màrqueting i comunicació, amb les actuacions concretes a executar.

Data: 1 d'octubre de 2021



L'objecte d'aquest contracte de servei està cofinançat pel Fons Europeu de Desenvolupament Regional (FEDER) de la Unió Europea, en el marc del Programa Operatiu FEDER de Catalunya 2014-2020. Objectiu d'inversió en creixement i ocupació. Aquest contracte de servei està emmarcat dins la iniciativa d'intervenció coordinada PECT "TurisTIC en família", operació "Mamut". El PECT "TurisTIC en família" està orientat a la innovació en turisme, contribuint de forma transversal als eixos prioritaris 1 "Potenciar la recerca, el desenvolupament tecnològic i la innovació" i 6 "Conservar i protegir el medi ambient i promoure l'eficiència dels recursos". Específicament, l'operació "Mamut" contribueix, dins l'eix 6, als objectius específics 6.3.1 i 6.3.2, dins la prioritat d'inversió 6.3 "La conservació, la protecció, el foment i el desenvolupament del patrimoni natural i cultural".

la Guerrilla

En entregables anteriors hem analitzat el marc del projecte, hem aprofundit en les nostres debilitats i potencialitats, en els diferents mercats i públics als quals ens adrecem, hem fixat objectius... És hora de concretar-ho en actuacions concretes que ens permetin convertir-nos en el que aspirem a ser.

La proposta d'accions que plantejem s'organitza a l'entorn de diferents **línies de treball:**

1. Accions generals:

Accions bàsiques per a la posada en marxa de l'espai d'interpretació.

2. Accions de promoció:

Accions per donar la màxima difusió a l'apertura del centre. Accions per despertar complicitats al territori. Etc.

3. Accions de captació:

Per a la captació activa de visitants i adaptades als diferents perfils de públics.

4. Accions de fidelització:

Per aconseguir que els nostres públics repeteixin la seva visita i que aquells que ens visiten es converteixin en prescriptors.

5. Accions de control, seguiment i avaluació del pla:

Accions per comprovar el grau en què s'assoleixen els objectius inicials, adquirir aprenentatges, tant a partir dels errors com de les bones pràctiques, i garantir la qualitat i la solidesa del projecte.

la Guerrilla

També hem vist els diferents segments als quals dirigirem les nostres actuacions, que podem resumir al següent quadre:

PÚBLIC FINAL	MITJANS DE COMUNICACIÓ	MICE	INSTITUCIONS / PRESCRIPTORS / PROFESSIONALS DEL TURISME
PRINCIPAL: • Famílies • Escoles SECUNDARI: • Públic general • Públic especialitzat • Públic sènior • Públic amb necessitats específiques d'accessibilitat	Periodistes i informadors especialitzats en cultura, oci i turisme, així com els especialitzats en història i arqueologia, ja sigui per a TV, ràdio, diaris o revistes especialitzades, ja siguin impreses o digitals.	Empreses del sector MICE (Meetings, Incentives, Conventions and Exhibitions). Àrees de Turisme de Negocis d'institucions turístiques (Costa Daurada, Agència Catalana de Turisme, etc.).	Ajuntaments veïns, diputació, patronats de turisme, agències públiques de turisme i cultura. Empreses turístiques, productors locals, agents turístics del nostre entorn... Museus, centres d'interpretació, espais museogràfics... Espais relacionats amb la prehistòria de la nostra àrea d'influència.

A continuació, desenvoluparem les accions generals i de promoció que proposem, així com les de captació i fidelització que plantejem per a cadascun d'aquests públics. I conclourem amb les accions de control, seguiment i avaluació del pla.

Accions generals de comunicació

ACCIONS OFFLINE

1. Desenvolupament de la identitat corporativa

Mammuthus disposa ja d'una identitat corporativa. És important recollir aquesta en un manual d'identitat corporativa que defineixi aplicacions de la marca, tipografies, colors, convivència amb d'altres marques... Per tal d'assegurar-nos que es fa un ús coherent i consistent de la mateixa allà on aparegui la marca.

Es tracta ara de desenvolupar-la, implementant-la més enllà de l'àmbit museogràfic amb elements bàsics com:

- **Papereria corporativa:** targetes de visita, carpetes (per entregar informació a les escoles, a empreses del món MICE, etc.), plantilles per a documents (Word, Power Point, etc.).
- **Uniformes:** tant pels treballadors del centre d'interpretació i també per a tots aquells professionals que "itinerin", com per exemple els responsables de l'execució dels tallers que visiten les escoles.

la Guerrilla

2. Senyalització

2.1. Lona de façana “Pròximament”

Les obres del centre avancen. Tot i que encara queda un temps fins a la seva inauguració, aprofitem la façana del centre per comunicar què hi estem fent al Mas de l'Hort de l'Abeurador mitjançant la instal·lació d'una lona. No només perquè ho vegin els veïns i veïnes de la Canonja, sinó perquè es tracta d'un lloc de pas amb força visibilitat.

2.2. Senyalització urbana:

No només per assegurar-nos de que els qui ens busquen ens troben, sinó també per fer-nos visibles davant de qui encara no ens coneix.



2.3. Senyalització turística a les principals vies d'accés:

La Canonja és un municipi amb excel·lents comunicacions: l'AP7, la ctra. nacional, l'autovia T-11... Serà important disposar d'un senyal identificador en aquelles vies en què sigui possible per tal de donar difusió a l'equipament.



la Guerrilla

3. Reportatge fotogràfic

És fonamental. Per a les nostres xarxes socials, per a les notes de premsa, pels dossiers i fulletons de promoció... necessitarem material fotogràfic i de qualitat.

- De les nostres instal·lacions: mas, jardins, auditori, etc.
- De l'espai museogràfic: sales, detalls, atmosferes creades...
- I del nostre espai "viscut": una sessió de fotos de gent gaudint de l'experiència de visita (nens fent una activitat, visita familiar, una parella sènior, algú amb cadira de rodes... Fotos ben planificades, amb actings estudiats per explicar tot el que volem dir, i realitzades amb l'espai tancat al públic.

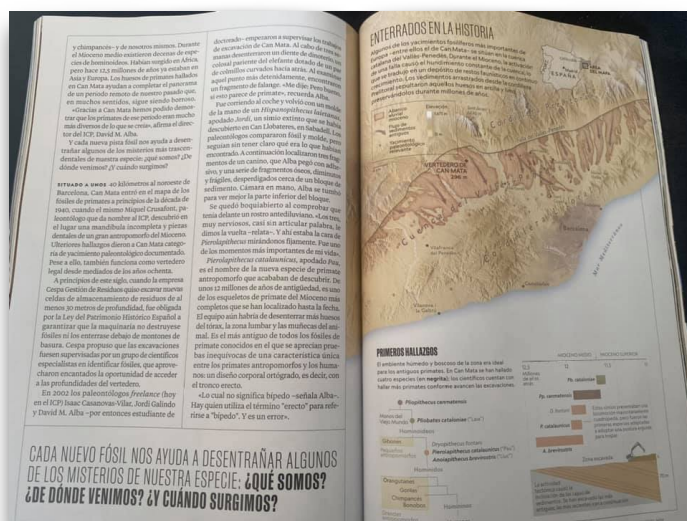
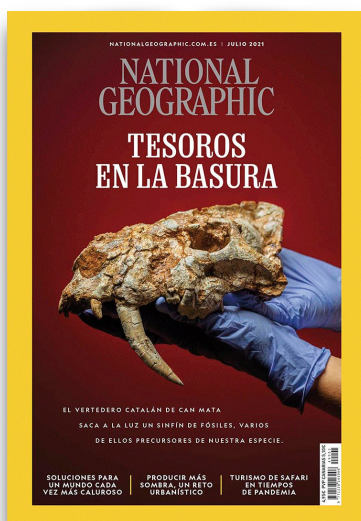
Un material que ens donarà molt de joc per a totes les accions de comunicació de les què parlarem a continuació.

4. Gabinet de premsa

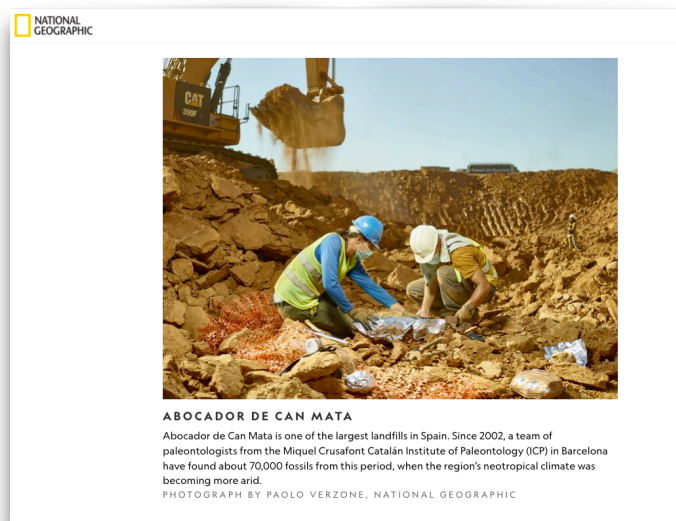
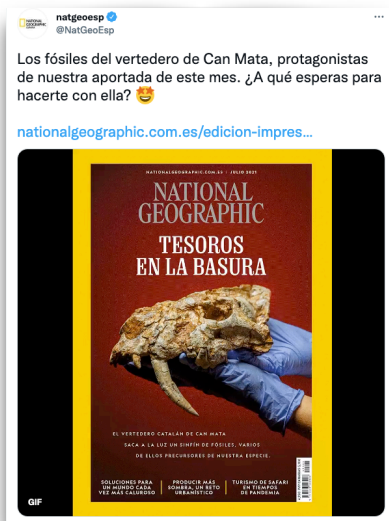
Ja sigui intern o extern, és important que hi hagi una persona que doni a conèixer l'existència del centre als mitjans de comunicació, així com les accions puntuals que es posin en marxa, convocant als mitjans, enviant les corresponents notes de premsa, proposant i organitzant rodes de premsa sobre esdeveniments rellevants (inauguració, descobertes importants, notícies que es generin...), generant events noticiables que despertin l'interès dels mitjans, etc..

Podem fer publicitat tradicional (pagada). I haurem de fer-la, especialment durant el llançament del centre d'interpretació. Però una interessant alternativa a aquesta és la anomenada "publicitat blanca", és a dir, aquelles aparicions a mitjans de comunicació massiva que no han estat pagades ni contractades. Per això, més que publicitat es considera relacions públiques. Unes aparicions que donen més credibilitat als nostres missatges.

Per ser presents com a "publicitat blanca", hem d'alimentar als mitjans amb tot tipus d'accions notòries: articles d'interès, notes de premsa, entrevistes, etc.



la Guerrilla



Ex. Article sobre el jaciment de Can Mata (Els Hostalets de Pierola) a la revista National Geographic (versió impresa, digital i xarxes socials).

Cal recordar, però, que el fet de no haver de pagar per les aparicions comporta un desavantatge: la falta de control sobre aquestes i sobre els detalls de la seva emissió.

5. Botiga del centre d'interpretació

A banda de la venda d'entrades, els museus monetitzen l'experiència presencial a través de la cafeteria, els events especials, el lloguer d'espais i la seva botiga.

El marxandatge serveix als museus per potenciar la seva imatge de marca: oferint articles que portin els signes distintius del centre fan que els visitants l'associïn a un record agradable, que sempre estaran disposats a compartir amb amics o familiars, propiciant que el boca a orella sigui una bona font de visites.

L'oferta de productes de la botiga haurà de ser conseqüent amb els valors del projecte: innovació, qualitat, sostenibilitat, creativitat / disseny...

A banda de proporcionar un record de l'experiència al centre, l'oferta de la botiga haurà d'incloure també elements que estimulin la curiositat dels visitants, el joc, la informació i la divulgació del coneixement / educació.

Al mercat existeixen actualment línies de producte de qualitat que podem integrar a la botiga: peluixos de mamut Wild Republic, figures de mamífers prehistòrics de Schleich, llibres infantils sobre prehistòria, llibres d'assaig, etc. A banda de tot aquest producte ja existent, però, haurem de crear material promocional de qualitat sobre el qual aplicar la nostra marca:

- **Material de venda:** samarretes, tote bags, kits d'excavació, postals, llàpissos, clauers, punts de llibre, imants, pòsters, etc.
- **Material gratuït:** pòsters, bosses per a regals promocionals, bolígrafs, lanyards, etc.

la Guerrilla

D'altra banda, tenint en compte les característiques del projecte, on es vol **promocionar un territori** a partir d'aquest equipament, es podrà valorar la inclusió i promoció a la botiga de productes de proximitat i de qualitat del territori, **establint aliances de reciprocitat amb el teixit local**.

La botiga. També online?

Creiem interessant valorar la possibilitat de què la botiga del centre estigui també online. No només pels recursos econòmics que pot generar pel nostre projecte, sinó també per les possibilitats de portar la marca Mammuthus i la difusió de la recerca desenvolupada al jaciment més enllà del nostre territori més proper.

Són pocs encara els museus estatals que han fet el pas de posar les seves botigues online: Museo del Prado, Museo Thyssen - Bornemisza, Museo Arqueológico Nacional, Museu Egipci de Barcelona, Museo Guggenheim de Bilbao, Museo Nacional de Ciencias Naturales, entre pocs més.

Alguns d'ells, fins i tot han apostat pel social commerce, venent els seus productes a xarxes socials com Instagram o Facebook. O a plataformes com Amazon.

Però donats els resultats (i alguns impulsats també per la situació generada per la pandèmia, que ha fet minvar les visites presencials, i per tant, els ingressos generats per la botiga física), de ben segur que es convertirà en una tendència a l'alça.

Accions generals de comunicació

ACCIONS ONLINE

5. Creació d'un lloc web

El lloc web de l'espai serà un dels pilars del projecte, doncs serà on confluiran tots els nostres esforços de difusió i promoció.

No es tracta de "disposar d'un lloc web" sinó de **SER-HI** a la web. La nostra presència a Internet ha de respondre també a una estratègia. Si en el terreny presencial volem ser un espai obert, social i participatiu, en el terreny digital també haurem de ser-ho, buscant narratives que no siguin una rèplica de l'experiència presencial (com ara els catàlegs en línia o les exposicions virtuals) i apostant per formes més dinàmiques. Un espai vivencial, també online, que convidi a la participació i a la interacció.

El públic ja no només s'acosta als museus i centres d'interpretació de manera presencial. També ho fa utilitzant diferents plataformes i llenguatges. Una tendència

la Guerrilla

que la pandèmia ha accentuat, provocant que museus i centres d'interpretació creesin o reconfiguessin el seu contingut digital per mantenir l'interès del públic.

Aprofitem que som un centre de nova creació per néixer sense les limitacions d'institucions més consolidades. Estiguem oberts a activitats en streaming, a la creació de comunitats online, a experiències digitals de pagament... a maneres de gaudir del centre més innovadores.

Un lloc web atractiu, de navegació intuïtiva, amb continguts engrescadors, amb possibilitat d'ampliació dels continguts de la visita, amb continguts i recursos d'interès pels nostres diferents públics (famílies, escoles, públic especialitzat, públic general...), publicacions i descarregables, amb informació útil per organitzar la visita (horaris, com arribar-hi, accessibilitat...), i apartats importants com:

- Compra d'entrades (amb opció d'incloure codi promocional).
- Activitats / Agenda
- Educació
- Recerca (públic especialitzat / investigadors)
- Sala de premsa
- Events corporatius
- Professionals del turisme
- Butlletí
- Botiga
- Accessibilitat
- Promocions / Destacats
- I després, què vols fer? Amb propostes per completar el dia amb més experiències a l'entorn de la Canonja. Organitzat per tipologia de públic (en família, en parella, etc.) o per tipologia d'activitat (prehistòria, sol i platja, natura, etc.). Amb links a pàgines externes per aconseguir més informació. **Veure annex final “Mapa d'actius turístics a l'entorn de Mammuthus”.**
- Links a les nostres xarxes socials

És interessant que els continguts del web ofereixin alguna cosa diferent a l'experiència de visita física. Han d'utilitzar-se o bé com a complement de visita o bé com a “ganxo” que animi a l'usuari a visitar el centre físic.

Un web amb un domini recordable: mammuthus.cat, .com, .es, .org. (No oblidem, en la mesura del possible, comprar els dominis amb errors d'escriptura per redirigir-los i no perdre a ningú pel camí! Per ex.: mammuthus.cat, mamutus.cat, mamuthus.cat).

Un web resposiu, que s'adapti a qualsevol dispositiu des d'on es visualitzi.

Un web viu, amb un gestor de continguts que permeti l'actualització de continguts de la plataforma. Si el nostre web és una plataforma viva, rica i canviant, donem “excuses” als nostres públics per tornar-hi i tenim més possibilitats de captar-los i fidelitzar-los.

Un web pensat per optimitzar el nostre posicionament SEO: amb continguts ben indexats, accessibles, amb un bon ús de paraules clau, enllaços de confiança...

ACCIONS GENERALS

OFFLINE

1. Desenvolupament de la identitat corporativa
2. Senyalització
3. Reportatge fotogràfic
4. Gabinet de premsa
5. Botiga del centre d'interpretació

ONLINE

6. Web

Quadre resum de les accions generals de comunicació.

Públic final - Accions de promoció

ACCIONS OFFLINE

1. Presència de marca

Sembla una obvietat, però és important recordar-ho: no podem desaprofitar cap ocasió per donar a conèixer el centre. Allà on l'IPHES faci una conferència, allà on el "Mamut de foc" estigui exposat abans d'un espectacle de foc fora de la Canonja, als esdeveniments realitzats a la Canonja oberts a públic de fora (Festival de Màgia Impossible, Surt a la fresca, etc.), als tallers que el personal de l'IPHES fa a les instal·lacions de les escoles... Mammuthus ha de ser-hi present. Com? S'haurà d'analitzar cas a cas: a través d'un roll up, de flyers pels assistents, del logotip en un programa de mà, d'una samarreta corporativa del personal que hi participa, etc.

2. Publicitat exterior

2.1. Tanca publicitària a l'AP7:

L'AP7 és una via estratègica per ubicar-hi una tanca publicitària. Les tanques de carretera generen una gran notorietat de marca i una a l'AP7 constituiria un "aparador" de Mammuthus obert tot el dia, 365 dies l'any, visible a tot tipus de públic.

la Guerrilla



Serà molt important, però, a l'hora de contractar aquest suport, parar atenció a aspectes com el **recorregut de visió**, la **situació** (respecte al trànsit, distància i orientació) o la **“competència”** (si la tanca conviu amb d'altres, perd protagonisme).

2.2. Bici-mupi:

Una acció promocional de gran visibilitat i notorietat:



- Un suport original
- Amb una molt bona relació cost-benefici
- De fàcil implementació
- De fàcil accés (permet accedir a llocs difícils d'arribar-hi amb d'altres mitjans: passejos marítims, zones peatonals, places, parcs...)
- Ecofriendly (bicicletes elèctriques). Molt afí amb els nostres valors.

la Guerrilla

Una acció que s'adapta molt bé als nostres objectius en cada estadi del projecte. Per ex.:

- **Llançament:** accions de promoció adreçades al públic nacional (a Tarragona ciutat + Barcelona ciutat).
- **Mesos d'estiu:** accions de captació de turistes nacionals i internacionals tant presents al litoral més proper (zones turístiques de platja: Cambrils, Salou, Vila-seca, la Pineda Platja).

Uns bici-mupis conduïts per informadors que poden distribuir flyers informatius durant les aturades. I que poden fer recorreguts per zones on es troba el nostre target (per ex., per parcs freqüentats per famílies).

3. Campanya de publicitat general:

En la mesura dels nostres recursos, i donat l'ampli ventall de públics als quals ens adrecem, serà important la realització d'una campanya de publicitat a nivell nacional per donar a conèixer l'existència de Mammuthus en mitjans generals: premsa generalista, revistes especialitzades afins al target i ràdio.

4. Fulletons promocionals

4.1. Fulletó promocional Mammuthus

Un fulletó promocional (exclusivament del centre Mammuthus) i en diferents idiomes per a la seva distribució a la nostra àrea d'influència: hotels, càmpings, equipaments culturals, oficines de turisme, etc. de Salou, Cambrils, Reus, Tarragona, Vila-seca, la Pineda Platja.

4.2. Fulletó promocional “Escapada”

Un fulletó promocional per a la seva distribució FORA de la nostra àrea d'influència (per ex., a la ciutat de Barcelona), on es promoció el centre Mammuthus juntament amb la seva interessant oferta complementària. **Una peça amb l'objectiu de posicionar Mammuthus com l'escapada perfecta pel turisme nacional** (excursió completa d'un dia sense pernoctació / escapada de cap de setmana).

TEMÀTICA PRINCIPAL:
Mammuthus

OFERTA COMPLEMENTÀRIA

- Tarragona
- Reus
- PortAventura World
- Salou
- Cambrils
- Vila-Seca, la Pineda Platja

la Guerrilla

5. Accions especials:

Accions orientades a assolir un alt grau de notorietat i arribar al màxim nombre de persones i diversitat de públics durant la campanya de llançament.

5.1. Rac1 en directe des de Mammuthus

Programa especial de Rac1 (emissora líder a Catalunya amb gairebé 1 milió d'oients), des de les instal·lacions de Mammuthus.

Es tractaria de convidar un programa com “El món a RAC1”, amb 743.000 oients, o bé el “Via lliure”, amb 638.000 el dissabte i 568.000 el diumenge, a realitzar el programa des de Mammuthus: recorregut per l'espai museogràfic, entrevistes, regal d'entrades per als oients, regals especials per als X primers oients en desplaçar-se a les instal·lacions de Mammuthus, etc.

5.2. “Viatja a la prehistòria” - acció promocional amb TMB o FGC

El transport públic és un lloc de gran afluència de persones i varietat de perfils. A la notorietat i impacte de fer una acció al metro de Barcelona (TMB) o als Ferrocarrils de la Generalitat, es suma una afinitat temàtica: viatgers urbans que, ara, poden també viatjar també a la prehistòria a Mammuthus.

Exemples de possibles accions a realitzar (de les 3 proposades, se'n triaria 1):

a) Immersió en l'experiència de visita que tindran si visiten Mammuthus, vinilant l'interior d'un vagó



Ex. Paris Museum Train. Aliança amb SNCF, els ferrocarrils francesos, per promoure la visita als 4 museus per on passava la línia de tren on s'ha desenvolupat l'acció. 2021.

la Guerrilla



Ex. Paris Versailles Train. Aliança entre la línia regional frances ERE i el Palau de Versailles. 2012.

b) “Viatja a la prehistòria amb Mammuthus”



Retolació de l'exterior d'un tren de FGC per convidar als usuaris a viatjar a la prehistòria tot visitant el centre Mammuthus.



Retolació de l'intercanviador entre la L3 i la L5 del metro de Barcelona a l'estació de Diagonal, al costat de la cinta transportadora, tot reforçant el concepte de “viatge al passat”.

la Guerrilla

c) “Túnel del temps”

Immersió en l'experiència de visita que tindran si visiten Mammuthus. Vinilat de l'Espai Mercè Sala, del metro de Barcelona. Una “sala d'exposicions” situada en el passadís de connexió entre els dos vestíbuls de la L5 de l'estació de Diagonal.



5.3. Events especials al jardí de Mammuthus

Es tracta d'aprofitar el poder d'atracció del nostre espai exterior, el jardí del Mas de l'Hort de l'Abeurador, per a la creació d'events que atreguin nous públics per a Mammuthus.

Per ex.: *Nits de food & cinema* a l'estiu, als jardins del Mas.

6. Jornades de Portes Obertes

Amb motiu de la inauguració, el primer diumenge de mes, amb motiu de les festes majors de la Canonja, del Dia Internacional dels Museus... Les Jornades de Portes Obertes ens permetran captar nous visitants i, en algunes ocasions, ser notícia. Aprofitem-ho!

Públic final - Accions de promoció

ACCIONS ONLINE

7. Màrqueting digital

Garantir una presència forta a Internet és fonamental. Aquest haurà de ser un punt fonamental dintre del nostre pla de màrqueting.

No només perquè ens ajuda a definir i conèixer la nostra audiència (Quins són els nostres públics? Quins comportaments tenen?...). Sinó també perquè té una inversió més baixa en relació al màrqueting tradicional i ens proporciona resultats reals i mesurables.

Quines accions haurà de contemplar aquest màrqueting digital?

7.1. SEO:

El posicionament natural als cercadors o SEO, segueix sent la principal entrada de visites a un lloc web.

Punts per treballar un bon posicionament SEO:

- **Generació de contingut periòdicament al web** amb les paraules clau per les quals ens interessa posicionar-nos per tal que Google detecti moviment i no ens penalitzi.
- **Estratègia de linkbuilding:** Generar enllaços cap a la nostra pàgina web des del màxim nombre de pàgines web i xarxes socials amb l'objectiu d'incrementar la nostra rellevància. Aconseguir que parlin de nosaltres i ens linkin és molt important, no només perquè porta visitants cap al nostre web, sinó també perquè millora el nostre posicionament a cercadors.
- **Inclusió de botons de xarxes socials** que ens permetin compartir el contingut del web i, d'aquesta manera, fomentar les visites.
- **Meta-descripcions:** Edició de tots els arxius que es pugin al web, per exemple imatges, incloent com a descripcions els temes relacionats amb aquestes imatges per tal de que Google pugui rastrejar-los bé.
- **Directrius E-A-T de Google: Expertise (Experiència), Authoritativeness (Autoritat) i Trustworthiness (Fiabilitat / Confiança).** Aquestes directrius, publicades per Google ara ja fa uns anys, expliquen els criteris aplicats pels evaluadors humans de la companyia per mesurar la qualitat dels resultats de cerca de Google. Volen ajudar-nos

la Guerrilla

a comprendre què busca Google en una pàgina web. Dit t'una altra manera: l'E-A-T és important pel SEO, i tenir-lo en compte ajudarà a un millor posicionament a Google. La nostra pàgina no és de temàtica YMYL (*Your Money or Your Life*: salut, finances, seguretat personal...), on Google és molt estricte amb l'aplicació d'aquests criteris. No som YMYL però sí treballem amb contingut científic. I aquí novament és important l'E-A-T. Com treballar-lo? Algunes recomanacions: mantinguem el contingut actualitzat, no publiquem articles de forma anònima, citem les fonts, tinguem experts com a fonts del contingut, incloem informació de contacte i d'atenció al client, linquem a d'altres articles que haguem escrit i que complementin la informació, liquem a fonts fiables fora del nostre lloc... Una altra recomanació és també **crear una pàgina a Wikipedia del centre d'interpretació**. En definitiva, treballem per demostrar la nostra experiència, reputació i valors a Google.

- **Velocitat de càrrega:** Assegurar-nos de que el web es carregui ràpidament és important, no només per evitar una taxa de rebot alta, sinó perquè la velocitat és un tema que, des de maig de 2021, ha guanyat més pes en l'algoritme de Google.

7.2. Publicitat a Internet a webs i blogs afins al nostre target.

Com per exemple:

- diaris d'àmbit local i comarcal (Diari de Tarragona, Diari Més...)
- seccions d'oci, cultura, escapades, turisme... de diaris d'àmbit nacional
- webs d'oci generals (timeout.es, descobrir.cat, surtdecasa.cat...)
- portals de plans en família: sortirambnens.com, mammaproof.org, saposyprincesas.com, etc.

7.3. Google Ads (abans, Google Adwords):

Inversió mensual durant els mesos anteriors i posteriors al llançament del centre amb l'objectiu de generar trànsit al nou web. Pagament a cost per clic: només pagarem pels clics realitzats per visitar el web.

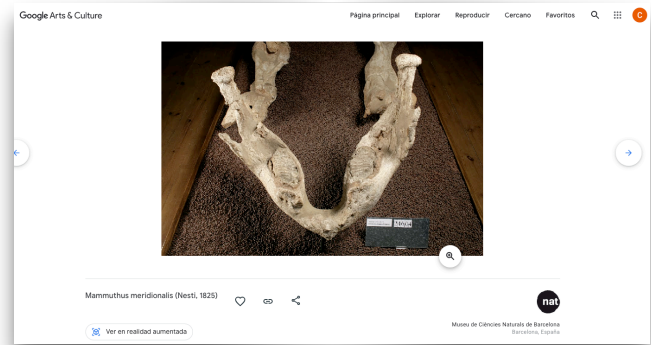
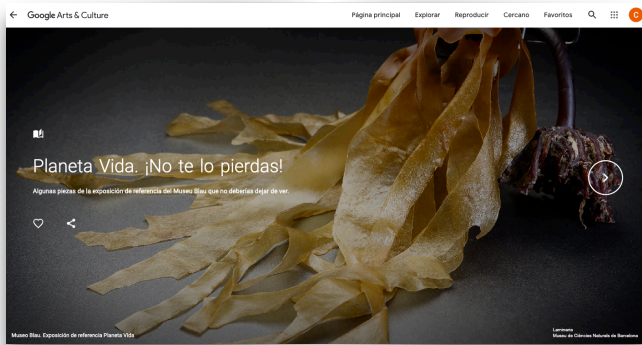
7.4. Trànsit directe:

El nostre objectiu ha de ser treballar molt bé el branding per tal que la gent ens busqui escrivint directament al navegador el nostre lloc web.

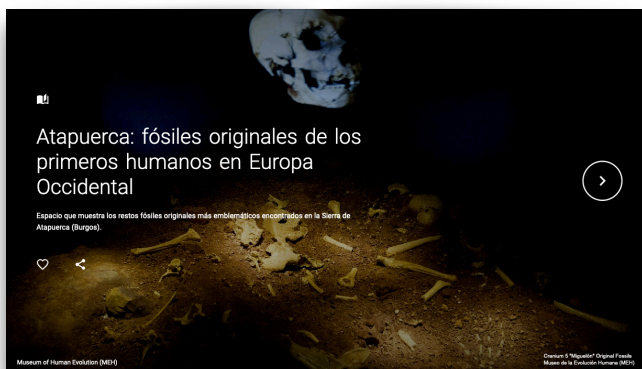
la Guerrilla

7.5. Google Arts & Culture

"Google Arts & Culture" és una plataforma digital de Google (abans anomenada "Google Art Project") per oferir la possibilitat d'explorar d'aprop l'art, la història i les meravelles del món. Disposa d'un lloc web i d'una aplicació gratuïta per Android i per a iOS.



Exemple 1 - Museu de Ciències Naturals de Barcelona



Exemple 2 - Museo de la Evolución Humana (MEH)

7.6. Presència a Xarxes Socials

Les xarxes socials ens ofereixen una oportunitat d'establir un diàleg constant, variat i ric amb tot tipus de públics. D'apropar-nos als nostres visitants d'una manera diferent. Ens permeten arribar a més gent que a la que arribaríem mitjançant campanyes de publicitat convencional i atrauen nous sectors de públic al museu.

A les xarxes, però, hem de ser-hi per convicció, no simplement per seguir una tendència a l'alça i imitar el que fan d'altres institucions culturals. La nostra presència a les xarxes socials ha de respondre a un pla de comunicació estructurat, un programa de desenvolupament i uns objectius clars a complir.

la Guerrilla

Caldrà comptar amb un **pla de dinamització** per mantenir activa la presència del centre a les xarxes. On es defineixi, per exemple, la tipologia de temes sobre els quals es parlarà. Està bé que hi hagi diversitat de temes i posts, però no hem d'entrar a parlar de temes que no estiguin directament vinculats amb la nostra activitat. També hem de ser curosos amb el llenguatge, el to i l'estil utilitzat a les nostres xarxes.

Hem de ser conscients, que les xarxes socials impliquen temps i dedicació. No parlem d'immediatesa, però sí de ser constants i professionals.

Les xarxes socials són una via més de l'usuari per posar-se en contacte amb nosaltres. I de la mateixa manera que l'atendríem al taulell d'informació del centre, o que respondríem a un mail amb una petició d'informació, hem de contestar també a les consultes que ens arribin mitjançant les xarxes socials. I fer-ho de forma professional.

Les xarxes socials ens permeten interactuar amb els nostres públics i també ens ofereixen una bona oportunitat per saber què es diu del centre. Estem parlant de com controlar els canals de comunicació que obrirem per comunicar-nos amb els nostres usuaris. Però no podem oblidar que la gent parlarà sobre nosaltres a les xarxes socials en particular i a Internet en general, per la qual cosa serà important monitoritzar o controlar la presència de Mammuthus a la xarxa per tal de conèixer l'opinió dels usuaris: fent un seguiment i analitzant les valoracions a Google, els comentaris a blogs, les publicacions a mitjans digitals, les aparicions a xarxes socials al marge de les nostres, etc.

Per fer totes aquestes tasques i gestionar la presència de Mammuthus a Internet, caldrà disposar d'un Community Manager.

Estratègia en xarxes socials:

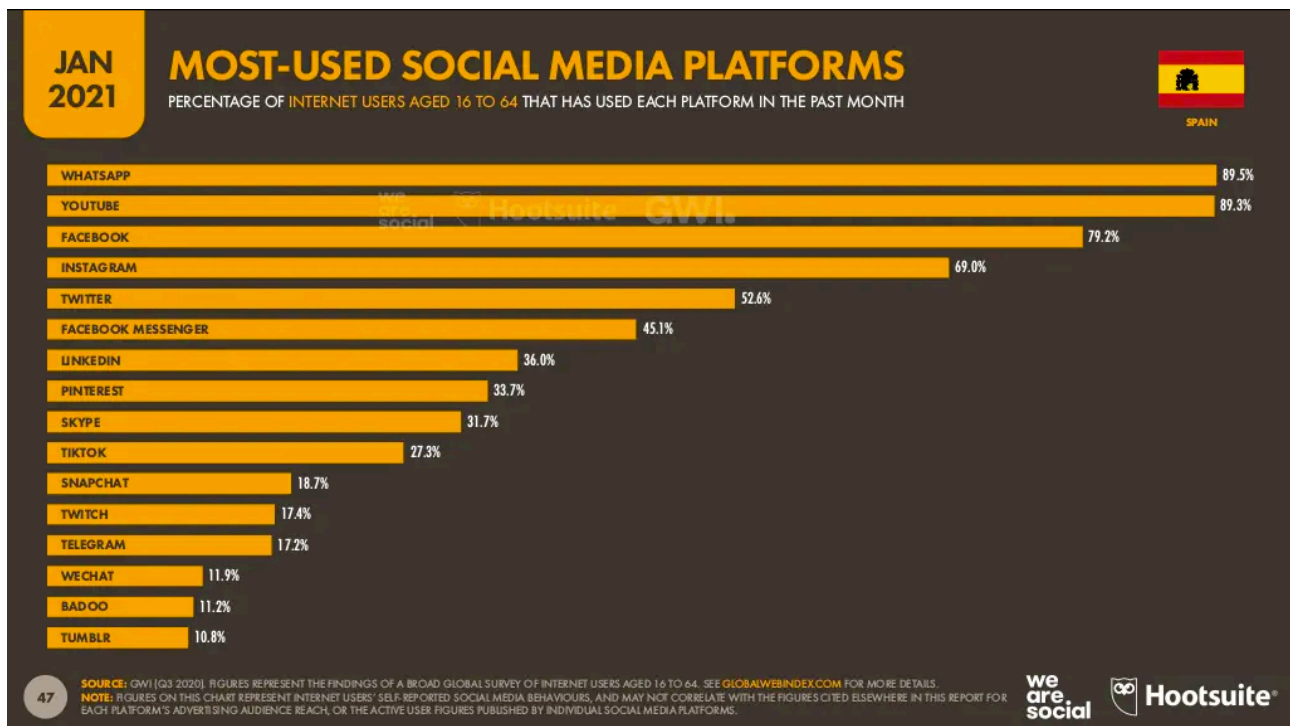
Tractant-se d'un centre de nova creació sense web ni presència a xarxes socials, no entrarem a fer una tasca d'anàlisi de la nostra reputació online, de la pàgina web, l'estratègia de màrqueting en xarxes socials, el posicionament online actual, etc., etc. perquè partim de zero.

Quins són els nostres objectius?

- Posicionar la marca a les xarxes socials i treballar la seva notorietat.
- Augmentar (crear!) la nostra massa crítica / followers que comparteixin el nostre contingut.
- Generar engagement entre el públic i la nostra marca a través d'un bon pla de continguts que ens permeti:
 - ✓ Generar notorietat de marca.
 - ✓ Construir un vincle positiu amb els nostres seguidors.
 - ✓ Potenciar la viralització dels nostres continguts per arribar així a un públic encara més ampli.
- Generar trànsit cap al web de Mammuthus.
- Aconseguir "conversions": que els seguidors de les nostres xarxes es converteixin en visitants del centre.

la Guerrilla

En quines xarxes socials volem estar presents?



Cada xarxa social té el seu rol, les seves característiques, els seus avantatges i desavantatges. És per això, que els continguts que preparem per a les xarxes socials hauran d'adaptar-se a les particularitats de cadascuna d'elles.

Treballar-les en conjunt ens ajudarà a arribar a un ventall el més ampli possible dels nostres públics.

En quines volem estar presents?

FACEBOOK

Tot i les fluctuacions en nombre d'usuaris dels darrers anys, Facebook segueix sent una xarxa social de referència i ens permet generar un important trànsit d'audiència de valor per a la marca cap al nostre lloc web.

Instagram

És una de les xarxes socials amb major creixement. I la més visual de totes les xarxes en les què volem tenir presència. Requereix un ús de la imatge molt cuidat.

la Guerrilla

A diferència de Facebook, Instagram no permet generar trànsit cap al nostre lloc web amb publicacions al timeline, però és una xarxa social a incloure dintre de la nostra estratègia de Màrqueting a Xarxes socials donat el seu important creixement i que permet apropar la marca a la nostra audiència.

Sí que permet incloure la URL al nostre perfil.



És una gran font d'informació. Els seus usuaris l'utilitzen per mantenir-se al dia sobre aquells temes del seu interès.



És el segon cercador del món per darrera de Google. Ser-hi en aquesta xarxa millora el nostre posicionament i té un gran poder de viralització. Si optimitzem els textos i les paraules clau que acompanyen els nostres vídeos, ajudem a que Google ens indexi millor.



Xarxa social de caire més laboral i professional. Interessant perquè ens permet compartir continguts amb professionals del nostre sector.

L'ús que farem d'aquesta xarxa social estarà enfocat als objectius de posicionar i prestigiar el jaciment del Barranc de la Boella, les troballes que s'hi han fet i la recerca que s'hi desenvolupa.

Aquí, la informació que publiquem haurà de tenir una presentació més formal, corporativa, professional i institucional.

la Guerrilla

Categories de posts:

Com hem dit abans, cada xarxa social té les seves especificitats i els continguts s'hauran d'adaptar a cadascuna d'elles. Però podem resumir les categories de posts:

- **Mammuthus.cat:** Difusió del contingut del web.
- **Mammuthus:** Detalls de l'espai museogràfic, detalls de l'entorn, càpsules de promoció dels tallers que realitzem (fabricació d'eines lítiques, tir amb arc, fer foc, etc.), fragments dels
- **Activitats:** jornades de portes obertes, conferències, tallers, concerts, events en els què participem, etc.
- **Actualitat:**
 - ✓ **Notícies científiques,** tant del jaciment del Barranc de la Boella com de l'IPHES en general.
 - ✓ **Novetats del centre d'interpretació:** nous tallers, espais o serveis, ampliació de l'oferta, etc.
 - ✓ **De l'excavació** al jaciment.
 - ✓ **"Parlen de nosaltres":** posts, articles, notícies... que parlin de nosaltres.
 - ✓ **"Ens visiten":** escoles i instituts que passen pel centre per fer una visita o activitat, visita de personalitats, institucions, empreses...
- **Informació general:** una forma ràpida i directa de comunicar horaris, dies d'apertura, descomptes especials, etc.
- **Recursos:** propis o externs, webs d'interès, etc.
- **Recomanacions:** novetats bibliogràfiques (assaig, novel·la...), cinema, exposicions...
- **Sabies què?:** Anècdotes curioses vinculades als nostres continguts. Per ex., que els nostres mamuts... no eren peluts!
- **Promocions**
- **Call to action:** Sortejos i promocions amb crides a etiquetar-nos i a compartir els nostres posts o contingut que parli de nosaltres. Quan els usuaris comparteixen les seves fotos a les seves xarxes socials ens ajuda a donar-nos a conèixer i a tenir una altra perspectiva diferent. Compartir és créixer!
- **Fauna:** posts individuals sobre fauna.
- **Troballes realitzades al Barranc de la Boella:** posts individuals de cada peça.
- **Dia mundial...:** Les celebracions internacionals són una bona ocasió per fer promocions concretes i crides a visitar-nos, tot aprofitant hashtags de gran notorietat i visibilitat. Alguns exemples: Dia Internacional dels Museus, Nit dels Museus, Setmana de la Ciència, Dia Internacional de les Famílies, Dia Mundial dels Docents, Dia Internacional de la Gent Gran, Dia Internacional de les Persones amb Discapacitat, etc. També pot ser interessant per parlar de temes concrets vinculats a nosaltres. Alguns exemples: Dia Internacional dels Arxius, Dia Mundial del Medi Ambient, Dia Internacional de la Diversitat Biològica, Dia Internacional de la Dona, Dia Internacional de les Persones Migrants, Setmana Europea de la Conservació - Restauració, etc.

És important dedicar temps i recursos a generar contingut de qualitat, acompanyat tant d'imatges com de vídeo. Tot aquest material que generem no serà d'un sol ús, sinó que constituirà un interessant fons que podrem compartir de manera cíclica.

la Guerrilla

Petites càpsules de vídeo de temes com:

- Què trobaràs a Mammuthus? Una invitació a venir.
- Com s'excava?
- I després? Què passa un cop s'extrau una peça?
- Disciplines científiques que intervenen en la recerca una vegada realitzat el treball de camp.
- Mètodes per conèixer l'antiguitat d'una resta arqueològica.
- Què ens revelen els fòssils?
- Breu presentació de peces concretes trobades al Barranc de la Boella
- Etc.

Generar material interessant i de qualitat és la clau de l'engagement i de la viralització!

Hashtags a utilitzar:

Si volem impulsar els nostres posts perquè arribin a d'altres persones que no ens coneixen i no ens segueixen, és interessant que incloguem hashtags que tinguin un alt índex de popularitat. Així, exposem el nostre missatge a tots els que parlen sobre aquest tema i busquen missatges rellevants sobre aquest tema.

#Mammuthus és un hashtag imprescindible. A partir d'aquí, i en funció del tema sobre el què parlem, us proposem un seguit de hashtags que tenen un alt percentatge d'ús.

IMPORTANT: No cal utilitzar-los tots, sinó combinar-los en funció de les necessitats de cada post i de la disponibilitat d'espai.

Hashtags genèrics:

#LaCanonja
#BarrancDeLaBoella
#laBoella
#Tarragona
#CostaDaurada
#CatalunyaExperience
#Catalunya

#Escapada
#TurismeFamiliar
#AmbNens
#SortirAmbNens
#CapDeSetmana
#ActivitatsFamiliars
#EnFamilia

#IPHES
#PECT
#turisTICenfamilia

la Guerrilla

Hashtags complementaris:

#fòssil
#queixal
#cèrvid
#mamut
#paleontologia
#pleistocè
#fauna
#arqueologia
#curiositats
#mamífers
#divulgació
#educació
#eines
#jaciment
#evolucióhumana
#InnovacióEducativa

Comptes a etiquetar:

És interessant aprofitar els followers de comptes més grans vinculats al nostre i etiquetar-los en aquells posts que considerem rellevant per tal de cridar la seva atenció, i la dels seus followers, afavorir al seu retweet i ampliar la difusió del nostre missatge.

Per exemple:

@lacanonja
@costadauradatur
@catexperience

I els comptes dels nostres “veïns turístics”:

@reuspromocio
@visitsalou
@cambrilsturisme
@lapinedaplatja
@portaventura_ES

Calendarització del contingut de xarxes socials

Tant important com crear contingut de qualitat, és important disposar d'un pla establert per compartir el contingut en les diferents xarxes per obtenir el màxim impacte.

Per tant, amb periodicitat quinzenal / mensual, caldrà definir una graella de les diferents publicacions a compartir en les diferents xarxes socials.

la Guerrilla

Publicitat pagada en xarxes socials:

Si volem arribar a un públic nou i específic de manera ràpida, no podem basar tota la nostra estratègia en xarxes socials en una estratègia orgànica. Haurem d'apostar també per publicitat de pagament: Facebook Ads, Twitter Ads i Instagram Ads.

- Creació de diverses creativitats, amb diferents continguts i imatges, amb l'objectiu d'optimitzar la campanya i potenciar els anuncis que tinguin una millor conversió.
- Creació de diverses campanyes segons objectius i segments del target:
 - ✓ Aconseguir nous followers per als nostres perfils a xarxes socials.
 - ✓ Generar trànsit cap al nostre web.
 - ✓ Promocionar un post concret de les nostres xarxes.

Campanyes segmentades en funció dels interessos de l'audiència (arqueologia, educació, història, en família, mares i pares, etc.).

7.7. Presència a Minube.com



Plataforma / App / Xarxa social de viatges on els viatgers comparteixen experiències, opinions i fotos d'altres usuaris. Els viatgers visiten aquesta xarxa social buscant inspiració: busquen on anar o bé què fer, veure i viure en el lloc on tenen pensat d'anar.

És interessant per les categories que ofereix, com ara: Museos para los más peques, Para escaparse con la familia, De interés cultural (en una determinada zona), De interés turístico (en una determinada zona), etc.

Suggereix als usuaris que estan buscant informació sobre una determinada ciutat quins lloc i activitats hi ha a prop (que potser no tenien en ment).

7.8. Estratègia d'àudio online:

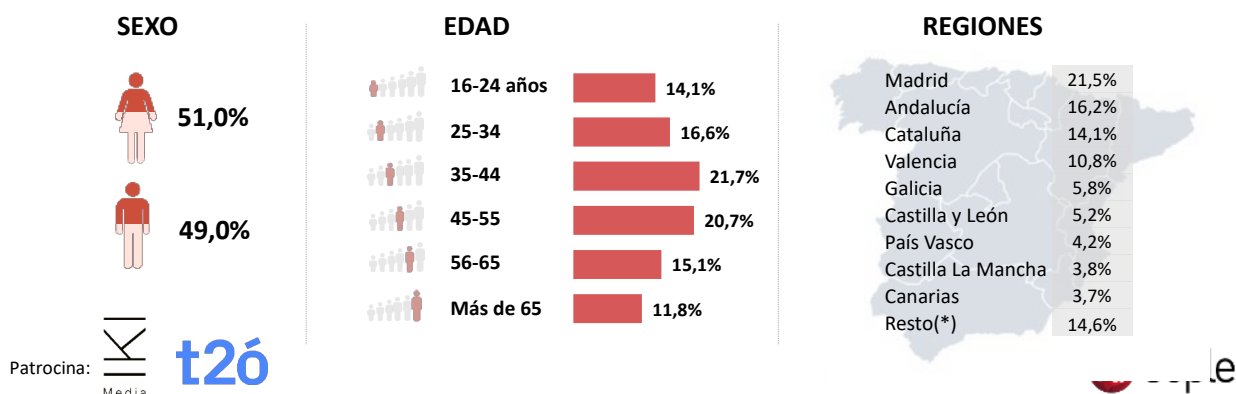
a) Campanya d'àudio online:

L'àudio digital ja està superant la ràdio tradicional. Aprofitem el seu cost econòmic!

Qui escolta àudio online?

Segons l'Estudi Anual d'Àudio Online realitzat per IAB Spain al 2020, un 60% de les persones majors de 16 anys declaren haver escoltat àudio online durant el darrer mes. D'ells, gairebé el 70% escolten continguts a diari.

la Guerrilla



On ens escolten? A ràdio en directe (streaming), música a la carta, música en línia, ràdio online en diferit (onDemand), agregadors, pod-cast, audioprensa, audiollibres... Les possibilitats s'han multiplicat. Aprofitem aquesta nova manera d'arribar al nostre target!

- No és saltable (sense skip)
- Impacte a audiències fins i tot amb adblockers.
- Alta notorietat de l'impacte
- Format exclusiu: l'àudio no competeix amb d'altres impactes.
- Auditable.

És segmentable:

- Per perfils de públic (població general, mares i pares, etc.)
- Geogràficament (Catalunya en general, províncies, municipis...)

És seqüenciable temporalment. Per exemple, podem fer campanya de dijous a diumenge, en aquelles setmanes o mesos en què ens interressi.

Possibilitat d'incloure un píxel d'atribució per quantificar les persones que han anat a la pàgina web després d'escoltar l'àudio.

Possibilitat de fer retargeting

Que les persones que ens han escoltat vegin més endavant un banner al mòbil o al seu ordinador, lincable al web de campanya.

Una manera de tenir un segon impacte i de portar trànsit al web del centre!

b) Podcast:

El món digital ens exigeix estar en constant aprenentatge, analitzant les tendències de consum de mitjans i també entenent els formats, moments de consum i tipologies de contingut que estan tenint més èxit.

Dintre d'aquest sector de l'àudio online que dibuixàvem a l'apartat anterior, el podcast és una tendència clau que en els darrers anys ha anat creixent i guanyant adeptes.

la Guerrilla

On s'escolten? Mentres es fan tasques de casa, durant els desplaçaments, mentre es fa exercici, mentre es navega per Internet... No només s'escolta àudio en directe, sinó que el 80% dels oients escolten continguts d'àudio online en diferit. Perquè aquest és un dels factors determinants de l'escolta d'àudio online: *"l'escolto com i on vull"*.

En quant al contingut, la tendència en el món del podcast és que el mercat s'obrirà més a la història, la ficció, l'art, la societat i la cultura. Es crearà més contingut més divers per atendre una audiència cada vegada més àmplia.

Podcasts amb entrevistes, diàlegs, monogràfics, conferències... Podcasts que ens summergeixin en l'experiència de visita. Podcasts que es puguin escoltar abans, durant o després de la visita. La creació de **podcasts Mammuthus** podria ser **un recurs de gran valor**, en especial per un dels nostres públics principals: l'escolar.

PÚBLIC FINAL	MITJANS DE COMUNICACIÓ	MICE	INSTITUCIONS / PRESCRIPTORS / PROFESSIONALS DEL TURISME
ACCIONS DE PROMOCIÓ			
OFFLINE			
1. Presència de marca			
2. Publicitat exterior: tanca publicitària AP7, bici mupi.			
3. Campanya de publicitat general			
4. Fulletó promocional pel territori (hotels, càmpings, equipaments culturals, etc.). Fulletó promocional "Escapada"			
5. Accions especials: Racl en directe des de Mammuthus, Viatja a la prehistòria (TMB o FGC), events especials (nits de food & cinema).			
6. Jornades de portes obertes.			
ONLINE			
7. Màrqueting digital: SEO, publicitat online, Google Ads, trànsit directe, Google Arts & Culture, estratègia en xarxes socials, minube.com, estratègia d'àudio online			

Quadre resum de les accions de promoció.

Públic final - Accions de captació

FAMÍLIES

1. Suplement Criatures, del diari Ara

El magazín “Criatures”, del diari Ara, és una publicació adreçada a pares i mestres amb consells sobre embaràs, criança i educació, que inclou propostes d'activitats a realitzar en família.

Per tant, es tracta d'un suport interessant per aparèixer-hi, ja sigui en forma de publicitat pagada o bé com a proposta d'activitat familiar.

2. Col·laboració amb el Club Super 3

2.1. Avantatges pels socis

El carnet del Super3, el canal infantil de TV3, ofereix múltiples avantatges per als seus socis. Oferir una entrada gratuïta a Mammuthus als seus portadors, ens obriria la porta a rebre la visita de més membres de la seva família.

2.2. InfoK

L'InfoK és el programa informatiu del Super3 adreçat al públic més jove. La inauguració del centre d'interpretació Mammuthus pot ser, sens dubte, una notícia d'interès per aquest canal.

2.3. “La megakedada”

Les activitats i promocions del Club Super 3 ens obren la porta a plantejar al canal moltes opcions. I si organitzem una gran “quedada” dels súpers a Mammuthus? Un dia exclusiu pels súpers a les nostres instal·lacions?

3. Publicitat a portals d'activitats en família

Com hem recollit a l'apartat “Màrqueting digital”, serà interessant aparèixer als portals de plans en família com ara sortirambnens.com, mammaproof.org, saposyprincesas.com, etc. Ja sigui com a fitxa o com a recomanació o banner destacat.

4. Regal de vals de visita mitjançant les escoles

El 2019 van participar en els nostres tallers un total de 3.500 alumnes. ¿I si a cada alumne participant als tallers l'obsequiem amb entrades gratuïtes, o bé un val de descompte o un val 2 x 1 per visitar Mammuthus amb la seva família?

5. Albergs Xanascat

Xanascat és la xarxa jove d'albergs de Catalunya. Una xarxa amb una clara vocació familiar, amb programes com "Vacances en família", adreçat a famílies amb fills i filles menors de 18 anys. L'objectiu del programa es promoure la descoberta de Catalunya en família i viure experiències enriquidores plegats, entre molts d'altres.

La xarxa disposa de 3 albergs a la nostra àrea d'influència:

- Altafulla
- Coma-ruga
- L'Espluga de Francolí

Aprofitem-ho per fer difusió del nostre centre mitjançant fulletons als esmentats albergs i per aparèixer a les propostes d'experiències que es recullen online a: xanascat.gencat.cat!

6. Costa Daurada - Activitats en família

Com veurem més endavant amb més detall, el Patronat de Turisme de la Diputació de Tarragona és un partner estratègic del projecte per molts motius.

Serà bàsic pel projecte entrar a formar part del seu producte Turisme Familiar, tant pel que fa a continguts online al web costadaurada.org (propostes d'activitats, agenda, webApp Costa Daurada Trip & Kids, experiències, idees de viatge, etc.) tant pel que fa a les seves accions offline (fulletons, fires, events, etc.).

7. Accions de Màrqueting Digital específiques per a famílies

Com hem vist a l'estratègia digital, Internet ens permet segmentar la nostra audiència i dissenyar campanyes de publicitat específicament adreçades al públic familiar, adequant el nostre missatge i la nostra oferta a aquest col·lectiu, tant a xarxes socials com a publicitat en àudio online.

PÚBLIC FINAL	MITJANS DE COMUNICACIÓ	MICE	INSTITUCIONS / PRESCRIPTORS / PROFESSIONALS DEL TURISME
ACCIONS DE CAPTACIÓ			
FAMÍLIES			
1. Publicitat o contingut a Suplement Criatures, diari Ara. 2. Col·laboració amb Club Super 3 (TV3): avantatges pels súpers, aparició a l'InfoK coincidint amb la inauguració, "la megakedada" (un dia exclusiu pels súpers...) 3. Publicitat a portals d'activitats en família 4. Regal de vals de visita per a 4 persones via escoles. 5. Albergs Xanascot - web + fulletó als albergs zona d'influència: Altafulla, Coma-ruga i L'Espluga de Francolí 6. Costa DauradaCo - Activitats en família 7. Accions de MKT digital específiques per a famílies (xarxes socials i àudio online).			

Quadre resum de les accions de captació adreçades a FAMÍLIES.

Públic final - Accions de captació

ESCOLES

1. Presentació personal a les escoles amb les què ja tenim contacte

Tenim contacte amb 40 escoles, amb 20 d'elles de manera estable. Aprofitem aquesta relació més propera per presentar-los personalment el projecte i fer-los arribar informació sobre el mateix.

NOTA: De cara a la calendarització de les accions, serà important tenir en compte els timings de les escoles pel que fa a l'organització de les seves sortides. Per tant, haurem de presentar-los el projecte abans de la finalització del curs escolar previ a la inauguració del centre.

2. Emailing nacional

Serà important generar una base de dades depurada de les escoles del país per tal d'iniciar una comunicació amb aquelles escoles amb les quals encara no tenim contacte.

Realitzarem un emailing a totes elles per traslladar-los informació sobre el projecte i convidar-les a saber més sobre el nostre projecte educatiu.

3. Visita guiada i esmorzar per a mestres

Convidem als mestres a conèixer en profunditat el nostre centre i la nostra oferta organitzant unes "portes obertes" específiques per a ells. ¿I si els convidem a participar en un "focus group" informal en acabar la visita perquè percebin que la seva veu ens interessa? Convidem-los a un esmorzar distès on conèixe'ls millor. Què necessiten? En què els podem ajudar? Què voldrien trobar?

4. Regal d'entrades

És possible que alguns mestres vulguin conèixe'ns però no puguin participar a les nostres portes obertes. I si els reservem unes entrades perquè puguin venir i viure en primera persona l'experiència de visita, sols o en família? Assegurem-nos de que, quan vinguin, tinguin la millor experiència de visita!

5. Suplement Criatures, del diari Ara

Com en el cas del públic familiar, el magazín “Criatures”, del diari Ara, serà una suport interessant per arribar a aquest segment del públic.

6. Acció informativa cases colònies àrea d'influència

Com hem comentat en entregables anteriors, moltes escoles poden arribar al centre no com a activitat complementària lectiva, sinó com a activitat complementària de lleure a través de cases de colònies de Tarragona. Les cases de colònies acostumen a oferir a les escoles que fan una estada amb elles un ventall d'activitats realitzables a l'entorn. Poden ser, doncs, **prescriptores del nostre centre**.

Contactem amb les cases de colònies per presentar-los el centre i els seus atractius. Parlem amb elles per ajustar la nostra oferta a les seves necessitats. Fem-los arribar dossiers informatius en format digital que puguin reenviar a les escoles, així com fulletons promocionals que puguin tenir a l'abast del públic a les seves instal·lacions.

7. Accions de Màrqueting Digital específiques per a mestres i educadors

Com hem vist a l'estratègia digital, les xarxes socials ens permeten segmentar la nostra audiència i dissenyar campanyes de publicitat específicament adreçades a mestres i educadors, adequant el nostre missatge i la nostra oferta a aquest col·lectiu estratègic.

8. Apartat “Educació” del web de Mammuthus.

Un excel·lent aparador del nostre **programa didàctic, innovador i de qualitat**, així com de la nostra **proposta de tallers i d'activitats veritablement diferenciadora** envers la competència. Un espai on seduir a mestres i educadors, traslladant-los tot el potencial de la visita al centre.

9. Accions futures: presència al SIMO?

Encara hem d'inaugurar el centre i rodar el nostre projecte, però hem de tenir la vista posada en l'horitzó. Si som capaços de generar experiències d'aprenentatge innovadores, ¿per què no traslladar-les a futures edicions del SIMO, el Salón Internacional de Tecnología e Innovación Educativa? Podria ser un gran altaveu per al nostre projecte, fent-lo accessible al conjunt de l'estat en les seves formes presencial i online.

ACCIONS DE CAPTACIÓ

ESCOLES

1. Presentació personal a les escoles amb les què ja tenim contacte.
2. Emailing nacional
3. Visita guiada i esmorzar
4. Regal entrades
5. Publicitat o contingut al Suplement Criatures, diari Ara.
6. Acció informativa cases colònies àrea d'influència
7. Accions de MKT digital específiques per a mestres (xarxes socials).
8. Apartat "Educació" del web de Mammuthus.
9. En un futur: tenim experiències innovadores que traslladar a events com la fira SIMO?

Quadre resum de les accions de captació adreçades a ESCOLES.

Públic final - Accions de captació

SÈNIORS

1. Presència a portals de turisme especialitzat.

Com veurem més endavant amb més detall, és important fer accions de comunicació adreçades als portals de turisme especialitzat en Turisme Sènior, per tal de que la nostra oferta aparegui en aquestes plataformes.

2. Accions de Màrqueting Digital específiques per a sèniors

Com hem vist a l'estratègia digital, Internet ens permet segmentar la nostra audiència i dissenyar campanyes de publicitat específicament adreçades al públic sènior,

adequant el nostre missatge i la nostra oferta a aquest col·lectiu, tant a xarxes socials com a publicitat en àudio online.

PÚBLIC FINAL	MITJANS DE COMUNICACIÓ	MICE	INSTITUCIONS / PRESCRIPTORS / PROFESSIONALS DEL TURISME
ACCIONS DE CAPTACIÓ SÈNIOR 1. Presència a portals de turisme especialitzat. 2. Accions de MKT digital específiques per a sèniors (xarxes socials i àudio online).			

Quadre resum de les accions de captació adreçades a SÈNIORS.

Públic final - Accions de captació

PÚBLIC AMB NECESSITATS ESPECÍFIQUES D'ACCESSIBILITAT

1. Presència a portals de turisme especialitzat.

Com en el cas dels sèniors, és important fer accions de comunicació adreçades als portals de turisme especialitzat en Turisme Accessible, per tal de que la nostra oferta sigui present en aquestes plataformes.

2. Accions de Màrqueting Digital per donar a conèixer la nostra aposta per l'accessibilitat i la inclusió

Dintre de la proposta de continguts a compartir en xarxes socials haurem d'incloure la publicació de posts que donin a conèixer al públic general la nostra aposta per l'accessibilitat i la inclusió.

3. Accions informatives amb associacions i fundacions vinculades amb l'accessibilitat i la inclusió.

Serà interessant la creació i distribució d'un kit informatiu per a associacions i fundacions que agrupin aquest col·lectiu, per tal que puguin fer-lo arribar als seus membres.

4. Apartat "Accessibilitat" del web de Mammuthus.

On es transmeti que l'accessibilitat, en el seu sentit més ampli (física, visual, auditiva i/o cognitiva) és un punt clau en el nostre projecte.

PÚBLIC FINAL	MITJANS DE COMUNICACIÓ	MICE	INSTITUCIONS / PRESCRIPTORS / PROFESSIONALS DEL TURISME
ACCIONS DE CAPTACIÓ PÚBLIC AMB NECESSITATS ESPECÍF. ACCESSIBILITAT 1. Presència a portals de turisme especialitzat. 2. Accions de MKT digital adreçades a públic general per donar a conèixer la nostra aposta per per l'accessibilitat i la inclusió. 3. Accions informatives amb associacions i fundacions vinculades amb l'accessibilitat i la inclusió. 4. Apartat "Accessibilitat" del web de Mammuthus.			

Quadre resum de les accions de captació adreçades a PERSONES AMB NECESSITATS ESPECÍFIQUES D'ACCESSIBILITAT.

Públic final - Accions de fidelització

GENERALS

1. Newsletter

Una manera d'establir una relació continuada amb els nostres públics i mantenir-los al dia dels tallers, activitats o notícies de Mammuthus. Una manera de visualitzar que el centre va més enllà d'un espai museogràfic fixe: és un espai viu i dinàmic on passen coses, on es comparteixen experiències i on es genera coneixement. ¿I si els primers en assabentar-se de les nostres novetats / descobertes són els subscriptors del newsletter, un pas per endavant del web, xarxes socials, etc.?

2. Construcció d'una base de dades

Per poder complir amb el punt anterior, necessitarem captar els mails dels nostres visitants, ja sigui durant la visita presencial, ja sigui donant-se d'alta a través d'un formulari al nostre web. ¿I si aprofitem aquesta captació de dades per recollir més informació sobre ells i poder crear un perfil dels nostres visitants? ¿I si aprofitem també per fer-los la marca Mammuthus encara més propera i tenir detalls amb ells, com per exemple, felicitar-los l'aniversari amb un descompte o una invitació? ¿O bé obsequiar-los amb un detall en la pròxima visita (per ex., regal d'un element de marxandatge tot presentant un cupó promocional a la recepció)?

3. Activitats i experiències generadores de valor

Com hem comentat en entregables anteriors, l'**existència d'un programa didàctic de qualitat, tant per famílies com per escoles, i la generació d'una proposta de tallers i d'activitats veritablement diferenciadora envers la competència** (jornades experimentals, talks amb investigadors, tarda d'excavació per a nens i nenes al jaciment, etc.) pot convertir-se en un dels punts forts del projecte i en un motiu de repetició de la visita i de fidelització dels nostres públics.

Però si aspirem a ser un espai obert, social i participatiu... ¿Perquè no obrim les nostres portes a noves narratives, a establir connexions entre disciplines, a establir ponts entre passat, present i futur, a parlar de temes tant vinculats a la prehistòria i al mateix temps tant vinculats a l'actualitat com gènere, migracions, ecologia, sostenibilitat...?

Generem activitats que vagin més enllà de l'espai museogràfic. Aprofitem la sala d'actes, el jardí exterior, l'amfiteatre... per obrir la porta a tallers, conferències, recorreguts inèdits, propostes artístiques, etc. que generin notícies atractives pels

la Guerrilla

mitjans de comunicació, que connectin amb nous públics, i que donin peu a que els qui ja ens coneixen tornin a visitar-nos.



Ex. d'activitat innovadora: "Llàgrimes d'Àngel". Itinerari per les sales del romànic del Museu Nacional d'Art de Catalunya des de la dansa, la música i el cant.

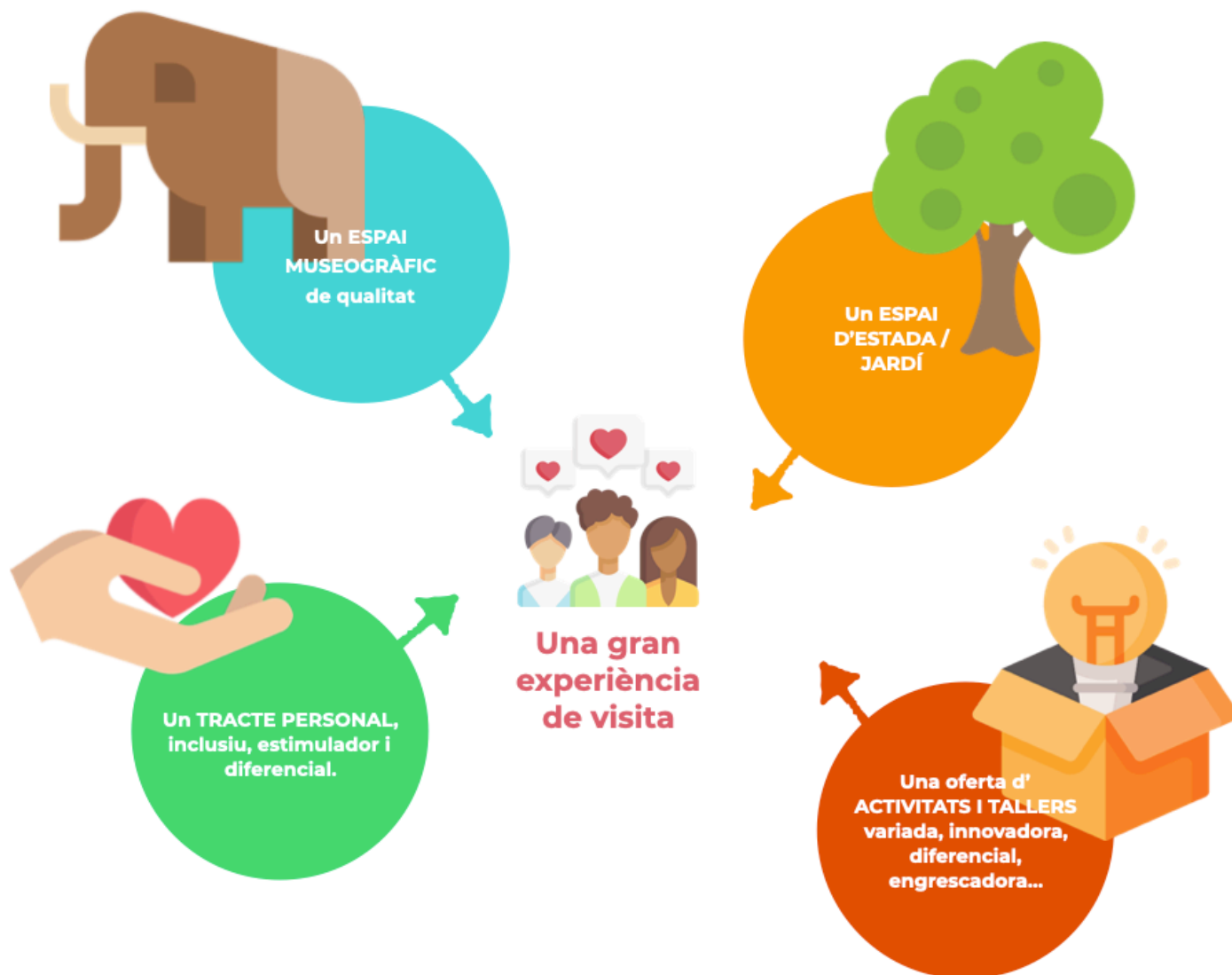


Ex. d'activitat innovadora: "Prehistoria: un enigma moderno", del Centre Pompidou. Una exposició temporal destinada a posar el focus sobre la relació entre l'art modern i contemporani i el concepte de prehistòria, creant un diàleg entre obres modernes i peces icòniques provinents del Paleolític i Neolític.

la Guerrilla

4. Generar una gran experiència de visita.

Generar una gran experiència de visita és un dels objectius bàsics recollits pel pla de màrqueting i comunicació. No només per a les escoles, que seràn les gran repetidores. Sinó també per a les famílies i pels turistes individuals. Un repte que passa per la combinació de 4 elements fonamentals. **Cuidem-los tots!!!**



5. En un futur: “Amics del Mammuthus”?

Un programa de fidelització Mammuthus. Una fita a l'horitzó: portar al nostre públic al màxim nivell de relació amb el nostre centre. Un públic amb un nivell d'assistència molt elevat, que difon informació molt positiva sobre nosaltres i és el nostre màxim prescriptor.

Públic final - Accions de fidelització

ESCOLES

6. Escolta activa als mestres

L'IPHES té una gran experiència en didàctica i socialització. I una àmplia trajectòria de divulgació donant suport al món educatiu. Fem ben visible aquest suport! Volem conèixer les necessitats de mestres i educadors i obrir la porta a les seves propostes. Volem que se sentin acompanyats, tant dintre com fora de Mammuthus!

7. Creació d'una comunitat de mestres online

¿I si reservem un espai del nostre web per a la creació d'una **comunitat virtual per a mestres i educadors**? Un espai on trobar i investigar noves formes de treballar a l'entorn de prehistòria i educació. Som capaços d'innovar també aquí? Traslladant a les escoles propostes innovadores per treballar la prehistòria a l'aula? Un espai virtual on els mestres també puguin trobar-se, co-crear i compartir les seves experiències? Un espai de suport i col·laboració entre mestres, educadors i Mammuthus?

Exemples d'activitats:

- Taller: Sabem què han fet des de les escoles que hem visitat. I si els convidem a que ho expliquin a la resta? Quines pràctiques educatives innovadores vinculades a la prehistòria han dut a terme als seus centres?
- Trobada online amb docents per parlar de les activitats educatives del centre i projectar-ne de noves.
- Educació especial. Com podem treballar els continguts amb infants amb necessitats especials?

Un vehicle per a la fidelització de les escoles que ens permetria construir vincles de confiança, col·laboració i suport amb ells. Escoltar, debatre, crear, fer, experimentar i compartir... i crear comunitat.

PÚBLIC FINAL

MITJANS DE COMUNICACIÓ

MICE

INSTITUCIONS / PRESCRIPTORS /
PROFESSIONALS DEL TURISME

ACCIONS DE FIDELITZACIÓ

GENERALS

1. Newsletter
2. Construcció d'una base de dades.
3. Activitats i experiències generadores de valor.
4. Generar una gran experiència de visita.
5. En un futur: "Amics del Mammuthus"?

ESCOLES

6. Escolta activa als mestres per conèixer les seves necessitats i obrir la porta a les seves propostes. Acompanyament, tant dintre com fora de Mammuthus.
7. Creació d'una comunitat de mestres online.

Quadre resum de les accions de FIDELITZACIÓ.

Mitjans de comunicació

ACCIONS

Aquest és un públic fonamental per a nosaltres, doncs de la capacitat que tinguem per seduir-lo se'n derivarà la repercussió mediàtica del nostre projecte, i per tant, arribar d'una manera directa i veraç al nostre públic final.

1. Gabinet de premsa

Com hem dit a l'inici d'aquest document, és important que hi hagi una persona que doni a conèixer l'existència del centre als mitjans de comunicació, així com les accions puntuals que es posin en marxa, convocant als mitjans, enviant les corresponents notes de premsa, proposant i organitzant rodes de premsa sobre esdeveniments rellevants (inauguració, descobertes importants, notícies que es generin...), generant events noticiables que despertin l'interès dels mitjans, etc..

2. Confecció d'una agenda de mitjans

Per tal de poder fer totes les tasques descrites a l'apartat anterior, caldrà confeccionar una agenda de mitjans, amb totes les dades de contacte actualitzats.

3. Apartat “Sala de premsa” del web de Mammuthus

Un espai que doni accés a tots els dossiers de premsa generats, així com a tots els comunicats sobre el centre d'interpretació.

Un espai on els mitjans de comunicació disposin també d'imatges de qualitat per a la seva difusió.

I finalment, un espai amb les dades de contacte del responsable de premsa del centre, per poder coordinar l'accés a Mammuthus per a filmacions, realització de sessions fotogràfiques o de reportatges.

PÚBLIC FINAL

MITJANS DE COMUNICACIÓ

MICE

INSTITUCIONS / PRESCRIPTORS /
PROFESSIONALS DEL TURISME

1. Gabinet de premsa: notes de premsa, reportatges, etc.
2. Confecció d'una agenda de mitjans, amb totes les dades de contacte actualitzats.
3. Apartat "Premsa" del web de Mammuthus.

Quadre resum de les accions adreçades als MITJANS DE COMUNICACIÓ.

MICE

ACCIONS

El Mas de l'Hort de l'Abeurador ofereix un espai nou i molt atractiu per al sector del MICE. Donem-lo a conèixer!

1. Alta de l'espai en portals especialitzats

Venuesplace.com, eventoplus.com... són algunes de les plataformes especialitzades en events i en posar en contacte empreses, organitzadors d'events, espais singulars i proveïdors de serveis per a events.

Mitjançant una quota anual, aquests portals permeten accions com: disposar d'una completa fitxa de l'espai online al seu directori, aparèixer a la "Guía de espacios singulares" (Grupo Eventoplus), als newsletters adreçats a la seva base de dades, publicar notes de premsa, assistir a la inauguració de l'espai i produir un reportatge, etc.

2. Establiment d'un vincle de comunicació amb els portals de MICE

Invitació a la inauguració per conèixer l'espai i les seves possibilitats, comunicació de novetats rellevants... És important que aquests portals estiguin al dia del nostre potencial com a espai singular.

3. Apartat “Events corporatius” del web de Mammuthus

Una secció que trasmeti tot el potencial de Mammuthus com a espai singular per a la realització d'events corporatius. Amb imatges, descripció de les instal·lacions, dades de contacte de la persona responsable del lloguer d'espais, etc.

4. Inclusió de l'espai a l'oferta de Turisme de Negocis a les institucions turístiques

Com veurem en el següent apartat, institucions com el Patronat de Turisme de la Diputació de Tarragona o l'Agència Catalana de Turisme seran aliats essencials per posicionar-nos en aquest sector, tot entrant a formar part del seu producte Turisme de Negocis (Costa Daurada Convention Bureau i Catalunya Convention Bureau, respectivament).

PÚBLIC FINAL	MITJANS DE COMUNICACIÓ	MICE	INSTITUCIONS / PRESCRIPTORS / PROFESSIONALS DEL TURISME
		- Alta de l'espai en portals especialitzats: venuesplace.com, eventoplus.com... - Establiment d'un vincle de comunicació: Invitació a la inauguració per conèixer l'espai i les seves possibilitats, comunicació de novetats rellevants, etc. - Apartat “Events corporatius” del web de Mammuthus. - Inclusió de l'espai a l'oferta de Turisme de Negocis de les institucions turístiques (Costa Daurada, Agència Catalana de Turisme, etc.).	

Quadre resum de les accions adreçades al sector MICE.

INSTITUCIONS / PRESCRIPTORS / PROFESSIONALS DEL TURISME

ACCIONS

Com veurem en el següent apartat, institucions com el Patronat de Turisme de la Diputació de Tarragona o l'Agència Catalana de Turisme seran aliats essencials per posicionar-nos en aquest sector, tot entrant a formar part del seu producte Turisme de Negocis (Costa Daurada Convention Bureau i Catalunya Convention Bureau, respectivament).

1. Acompanyament estratègic de Costa Daurada - Patronat de Turisme de la Diputació de Tarragona

Ho hem dit al llarg de tot el projecte: el Patronat de Turisme de la Costa Daurada és un partner estratègic del projecte per molts motius, i el seu acompanyament serà essencial per ajudar a **definir, posicionar i consolidar Mammuthus dintre del sector**.

Com a producte de Turisme Familiar, de Turisme Cultural, de Turisme de Negocis, de Turisme d'Escapades, com a proposta d'oci... Amb l'assessorament del Patronat Mammuthus podrà lligar una proposta que sigui atractiva, rellevant i diferenciadora per a cadascuna d'aquestes oportunitats de negoci.

- Acompanyament del Patronat en la definició i comercialització d'un producte turístic. Realització de pont amb agències de viatges.
 - ✓ Turisme cultural: Presentació d'agents clau, com ara la plataforma Civitatis.
 - ✓ Turisme sènior: Presetació d'agents clau? Per ex., Club de Vacaciones, El Corte Inglés, Imsero...
 - ✓ Turisme accessible: Presentació d'agents clau?
- Presència de Mammuthus als mitjans online del Patronat.
 - ✓ Què fer? Activitats de Turisme Familiar.
 - ✓ Què fer? Activitats de Cultura.
 - ✓ Oci: Agenda
 - ✓ Webapp Costa Daurada Trip & Kids: Propostes de vacances i experiències amb nens.
 - ✓ Experiències: Idees de Viatge
 - ✓ Etc.
- Presència de Mammuthus en aquelles accions i events on sigui possible (fulletons, fires, etc.).
- Costa Daurada Convention Bureau: Integració del centre com a espai singular dintre de l'oferta del Patronat orientada a l'organització d'events corporatius.
- Enllaç per connectar iniciatives, públics i atractius TurisTIC en família.

la Guerrilla

2. Aliança amb l'Ajuntament de la Canonja.

L'aliança constant i consistent IPHES + Ajuntament de la Canonja ha estat un punt clau del projecte. Com dèiem al primer lliurable, compartir visió, reptes i entusiasme és bàsic per dur a terme amb èxit un projecte d'aquesta dimensió i abast. I comptem de manera molt especial amb l'Ajuntament de la Canonja per aprofitar totes les ocasions que sorgeixin per visibilitzar i promocionar el centre. Com ara:

- **Festes Majors d'estiu i d'hivern:** Pàgina o mòdul publicitari al programa.
- **Surt a la fresca:** Aquest esdeveniment, realitzat les nits de juliol al jardí del Mas de l'Hort de l'Abeurador, pren ara més rellevància que mai. Amb una afluència de 180 persones cada divendres (720 persones en total), ens obre la porta a múltiples opcions: horari especial d'apertura de Mammuthus fins les 22.30 h (hora d'inici de les activitats), roll up informatiu + flyer promocional a l'abast dels assistents, entrega de vals 2 x 1 o de descomptes especials en presentar l'entrada en el moment d'accedir al recinte, etc.
- **Festival de Màgia Impossible:** Novament, una gran ocasió per a la promoció de Mammuthus, ja que hi passen habitualment unes 1.000 persones. A més de les accions comentades al punt anterior, potser es podria plantejar que un dels escenaris de l'event fos, en la seva propera edició, el Mas de l'Hort de l'Abeurador.
- **Jornada de Portes Obertes per a la ciutadania de la Canonja.** Mammuthus és un motiu d'orgull més per als canongins i canongines, i volem que se'l sentin com a propi. Obrim-los-hi les seves portes en una jornada lúdica i festiva exclusiva per a ells!

3. Acord de col·laboració amb els municipis de la nostra àrea d'influència

Tarragona, Reus, Cambrils, Salou, Vila-Seca, la Pineda Platja... Són un potent centre d'atracció turística a tocar de la Canonja. No ens consideren "competència" de la seva destinació (encara!): no som una destinació de shopping, ni un pol de restauració, ni d'oci nocturn... No suposem cap "amença" al seu negoci turístic.

Per contra, som un excel·lent complement de la seva oferta turística: una alternativa al sol i platja per a les tardes d'estiu, una activitat indoor perfecta per dies de pluja, una activitat familiar... I, sobretot, una activitat totalment diferent a les que ofereixen als seus visitants. Així com una novetat en el sector turístic, cultural i de l'oci. Activem un acord de col·laboració amb aquests municipis per aportar visitants en les dues direccions:

- **Des de Mammuthus:** donant difusió a l'oferta complementària al centre (fulletó promocional "Escapada", distribució de fulletons específics de cada destinació, etc.
- **Des dels diferents municipis:** donant a conèixer el centre des de les seves respectives oficines de turisme (fulletó promocional Mammuthus + continguts per a les seves pàgines web des d'on linkar a la nostra, facilitats per a l'acció promocional amb un bici-mupi al seu municipi, etc.).

la Guerrilla

4. Presència a fires de Turisme (de la mà d'institucions)

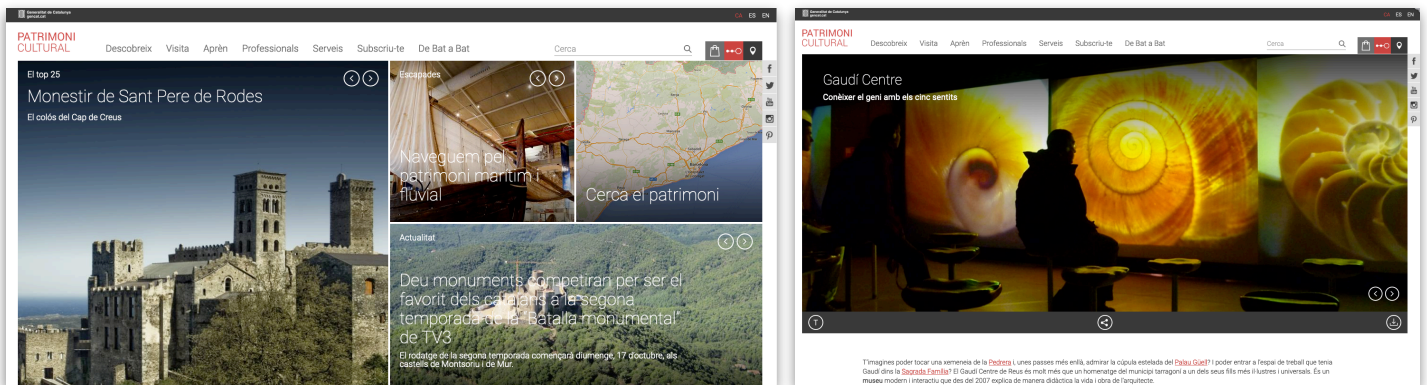
De la mà d'institucions com el Patronat de Turisme de la Diputació de Tarragona o bé de l'Agència Catalana de Turisme, i com a part de l'oferta que integra els seus diferents productes (Turisme Familiar, Convention Bureau, etc.), serà important per a nosaltres ser presents a les diferents fires de turisme: saló B-Travel, el Mercat d'Escapades de Catalunya, IBTM World, etc.

5. Col·laboració amb l'Agència Catalana de Patrimoni Cultural

L'Agència Catalana de Patrimoni cultural també serà un molt bon aliat per al nostre projecte, doncs s'han mostrat oberts a incloure Mammuthus dintre dels seus canals de comunicació i promoció.

Algunes de les accions comentades en un primer intercanvi d'impressions han estat:

5.1. Presència al **web patrimoni.gencat.cat** (fitxa de producte, amb links, etc.)

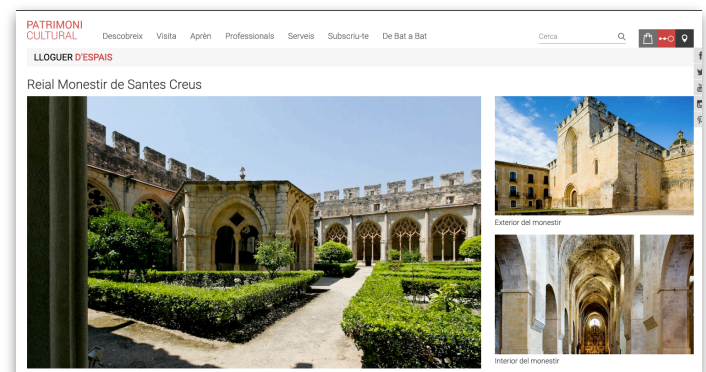


5.2. Possibilitat de **vendre entrades** a través del seu portal (si es volgués).

5.3. Aparèixer a les seves **proposades d'escapades**.

5.4. Visibilitzar la possibilitat de **llogar Mammuthus espai singular**.

Vols llogar aquest espai?



la Guerrilla

- 5.5. Aparèixer en sels seus **redaccionals a les revistes Sapiens i Descobrir Catalunya.**
- 5.6. Possibilitat d'aparèixer al **web visitmuseum.gencat.cat.**
- 5.7. Etc.

Per concretar i desenvolupar amb més profunditat aquestes vies de col·laboració, caldrà una petició "oficial" de l'IPHES.

6. Col·laboració amb l'Agència Catalana de Turisme

Novament, un potent aliat pel projecte. La col·laboració amb l'ACT inclou accions com:

- 6.1. Presència al **web de turisme de Catalunya: catalunya.com**

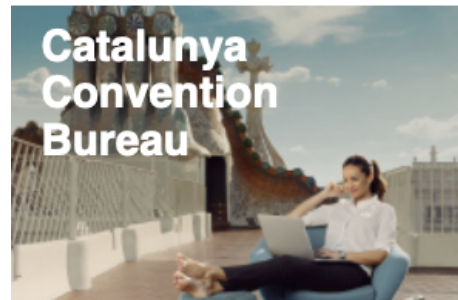


- 6.2. Possibilitat de **vendre entrades** a través del portal d'experiències experience.catalunya.com, la plataforma Ecommerce de l'ACT (si es volgués).



la Guerrilla

6.3. Possibilitat de gaudir del servei “Hola!”, el Servei d’atenció a empreses i entitats turístiques de Catalunya, mitjançant l’**afiliació a algunes de les seves “Marques turístiques”**. A través d’aquests programes, Mammuthus es beneficiaria de totes les activitats, avantatges, dades d’intel·ligència de mercat, formacions, accions de promoció conjunta, etc. engegades per l’ACT vinculades a temàtiques concretes. Les marques més indicades per a Mammuthus serien:



Per concretar i desenvolupar amb més profunditat aquestes vies de col·laboració, caldrà una petició directa de l'IPHES. Els requisits per afiliar-se són: que Mammuthus estigui legalment constituït, així com disposar d'un web en diferents idiomes.

7. Aliança temàtica amb d'altres jaciments, museus i centres d'interpretació de la nostra àrea d'influència.

Aquest sector mereix una especial atenció per la possibilitat de generar aliances temàtiques. Ho hem comentat en documents anteriors: ¿I si en comptes de competir amb d'altres centres que tracten la prehistòria som capaços de **generar aliances temàtiques** amb ells, com ara un “**Pack Orígens**”? Un passaport per viatjar a la prehistòria que permeti als usuaris visitar Mammuthus + Coves de l'Espluga + Centre d'Interpretació de l'Art Rupestre (Montblanc) + MNAT (Tarragona). Una entrada conjunta amb validesa durant un any a partir de la primera visita, per ex.?

8. Establiment d'un vincle de comunicació amb sectors estratègics del món turístic

Ho apuntàvem a l'hora de parlar de les accions de captació: establir vincles amb sectors estratègics del món turístic serà clau a l'hora d'arribar a sectors molt específics del nostre target. Per exemple, amb portals, agents clau del sector del turisme cultural, del turisme sènior, o del turisme accessible.

la Guerrilla

Turisme Cultural: De la mà del Patronat, entrar en contacte amb agents clau, com ara la plataforma Civitatis.

Turisme Sènior: Entrar en contacte amb agents com Club de Vacaciones, El Corte Inglés, Imsero...

Turisme Accessible: Creació i distribució d'un kit informatiu per a portals per a persones amb discapacitat, (com ara Discapnet.es, de la Fundación ONCE), així com per a associacions que agrupin aquest col·lectiu. Distribució del kit informatiu també a les principals agències de viatges especialitzades en turisme accessible. Entre d'altres:

- Accesitravel: <https://www.accesitravel.com/>
- Triana Viajes - Turismo accesible: <https://trianaviajesaccesibles.com/>
- Viajeros sin límite: <https://www.viajerosinlimite.com/>
- Vavava: <http://vavava.org/>
- Travel Xperience: <https://www.travel-xperience.com/>

PÚBLIC FINAL	MITJANS DE COMUNICACIÓ	MICE	INSTITUCIONS / PRESCRIPTORS / PROFESSIONALS DEL TURISME
			1. Acompanyament estratègic del Patronat de Turisme de la Costa Daurada. Presència als seus mitjans online. Presència en aquelles accions i events on sigui possible (fulletons, fires, etc.). Integració en el Costa Daurada Convention Bureau (CDCB). Enllaç per connectar iniciatives, públics i atractius TurisTIC en família. 2. Aliança amb l'Ajuntament de la Canonja. 3. Acord de col·laboració amb els municipis de la nostra àrea d'influència: Tarragona, Reus, Cambrils, Salou, Vila-Seca, la Pineda Platja. 4. Presència a fires de Turisme (de la mà d'institucions) 5. Presència a la plataforma de l'Agència Catalana de Patrimoni Cultural 6. Agència Catalana de Turisme: presència a la seva plataforma + alta al Servei Hola! i les seves marques turístiques. 7. Aliança temàtica amb altres jaciments, museus i centres d'interpretació de la nostra àrea d'influència. 8. Establiment d'un vincle de comunicació amb sectors estratègics del món turístic (portals, agents clau turisme cultural / sènior / accessible.)

Quadre resum de les accions adreçades a institucions, prescriptors i professionals del Turisme.

Accions de control, seguiment i avaluació del pla

Com dèiem a l'inici d'aquest document, es tracta d'accions per comprovar el grau en què s'assoleixen els objectius inicials, adquirir aprenentatges, tant a partir dels errors com de les bones pràctiques, i garantir la qualitat i la solidesa del projecte.

Serà important establir **mecanismes que permetin recollir informació per al seguiment del pla. Entre d'altres:**

1. Anàlisi dels visitants:

D'on venen? Com ens han conegut? Què esperen de nosaltres? Les expectatives s'adeqüen a l'experiència real?

A l'apartat "Indicadors d'avaluació" del segon entregable s'estableixen diferents mètodes per disposar d'aquesta valuosa informació.

2. Anàlisi de les xarxes socials:

On són els nostres seguidors? Quins són els continguts que més connecten amb ells? Com responen a les nostres crides a l'acció?

Com comentàvem a l'apartat de 2.5. Xarxes Socials del present document, caldrà que el Community Manager del projecte analitzi tant les xarxes socials pròpies com la reputació online del projecte en general, tot monitoritzant i controlant la presència de Mammuthus a la xarxa per tal de conèixer l'opinió que els nostres públics tenen de nosaltres: fent un seguiment i analitzant les valoracions a Google, els comentaris a blogs, les publicacions a mitjans digitals, les aparicions a xarxes socials al marge de les nostres, etc.

3. Anàlisi de la nostra web:

Quantes visites rep el nostre lloc web? Les persones que ens visiten, com hi interactuen? Quàntes pàgines visiten? Quanta estona s'hi queden? Què els interessa o ignoren del nostre web? Què és el que realment volen del nostre lloc web?

Analitzar les dades que Google Analytics ens ofereix del nostre web ens permetrà comprendre els nostres visitants i oferir-los el que busquen a les nostres pàgines. No només perquè accedeixin a un web optimitzat, sinó perquè romanguin en ell i l'utilitzin. I perquè hi tornin.

4. Anàlisi de les promocions engegades:

Quines tenen més èxit? Quin tipus de públic ens aporten? En què es transformen?

5. Establir vincles entre els increments de visitants i les accions engegades

per tal disposar d'informació sobre la rendibilitat de les diferents accions del pla.

PÚBLIC FINAL	MITJANS DE COMUNICACIÓ	MICE	INSTITUCIONS / PRESCRIPTORS / PROFESSIONALS DEL TURISME
ACCIONS DE CONTROL, SEGUIMENT I AVALUACIÓ DEL PLA			
1. Anàlisi dels visitants 2. Anàlisi de les xarxes socials 3. Anàlisi de la nostra web 4. Anàlisi de les promocions engegades 5. Establir vincles entre els increments de visitants i les accions engegades			

Quadre resum de les accions de control, seguiment i avaluació del pla.

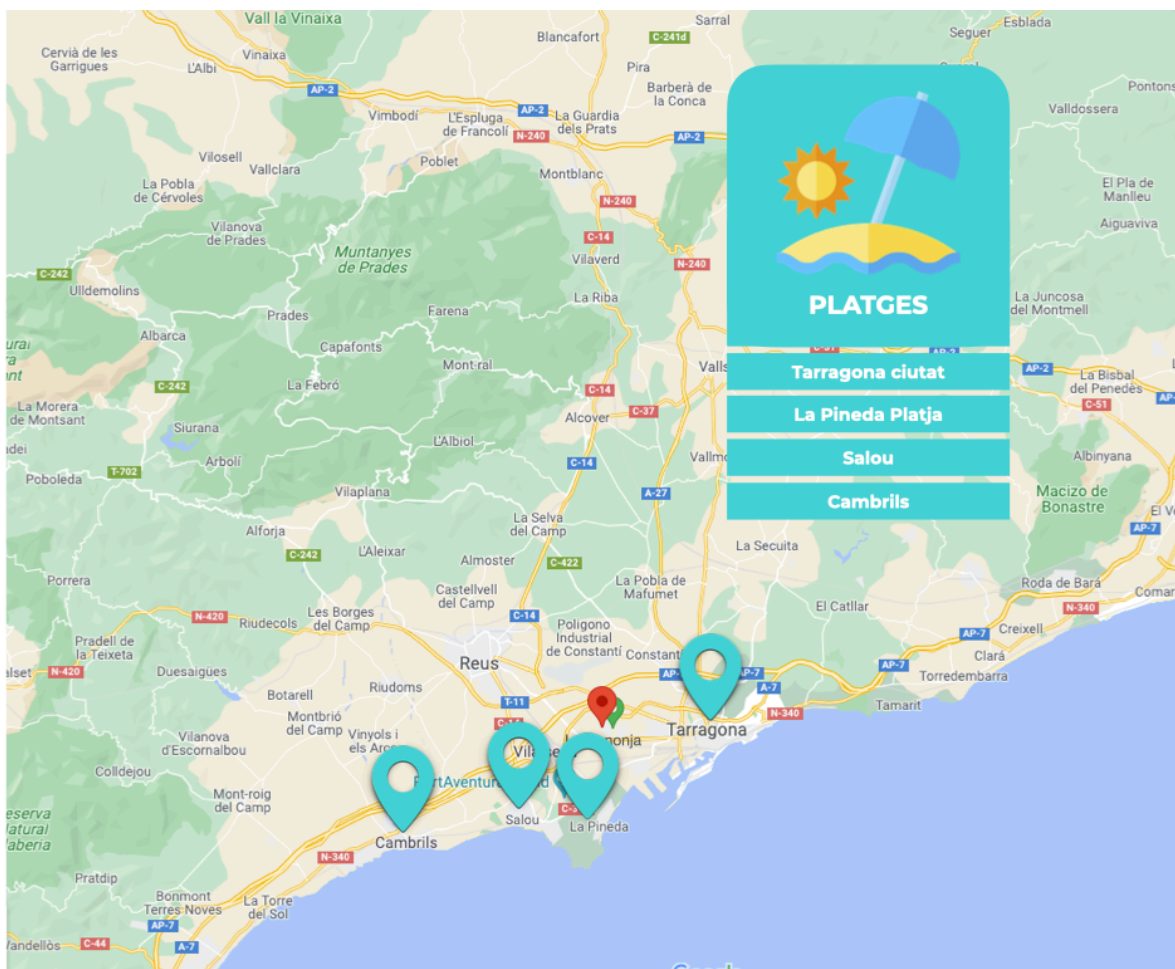
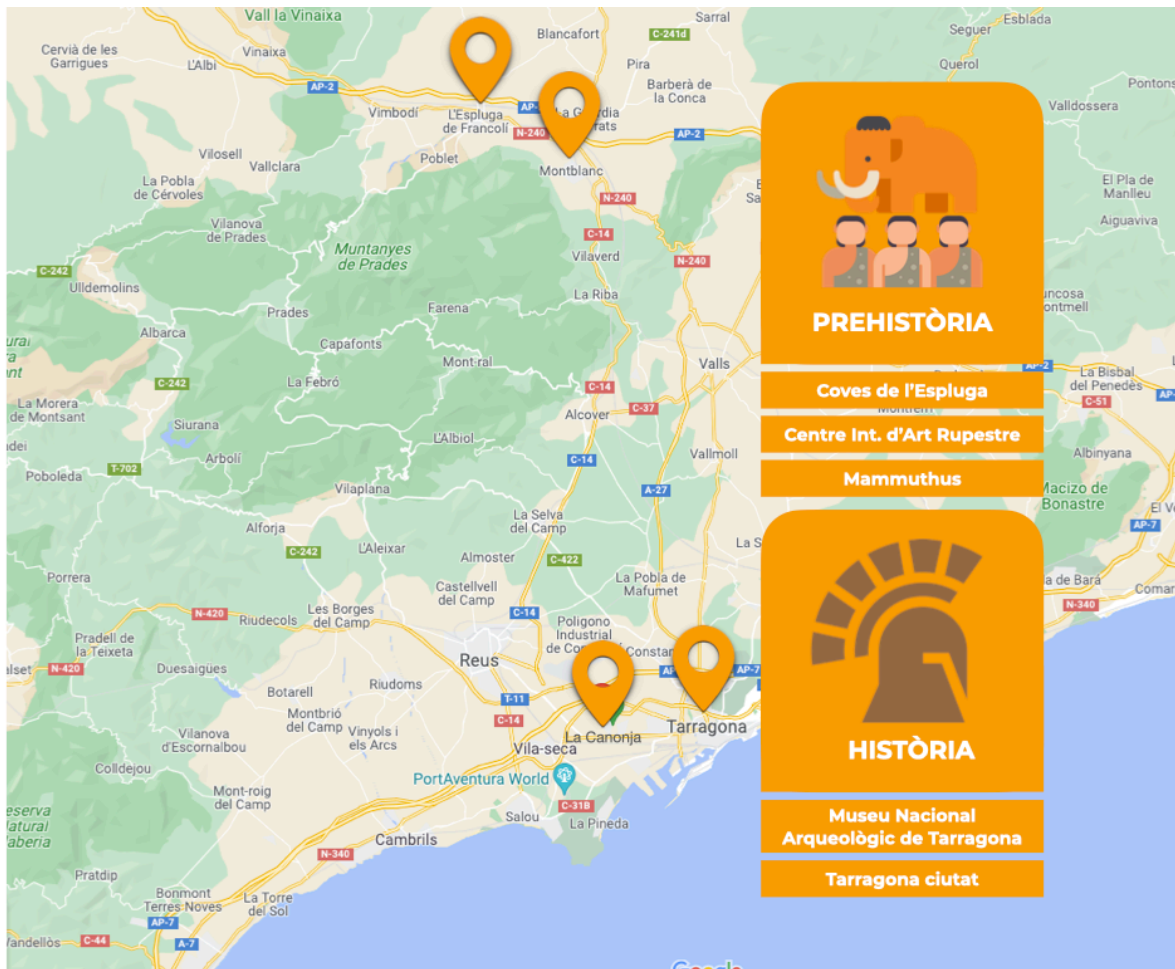
Calendarització de les accions

Un cop concretades les dates de finalització de les obres de l'espai museogràfic serà important la creació d'una línia temporal que ens permeti estructurar totes les accions anteriors i garantir que treballem de manera segmentada els nostres públics i treiem el màxim profit de la **calendarització de les accions**.

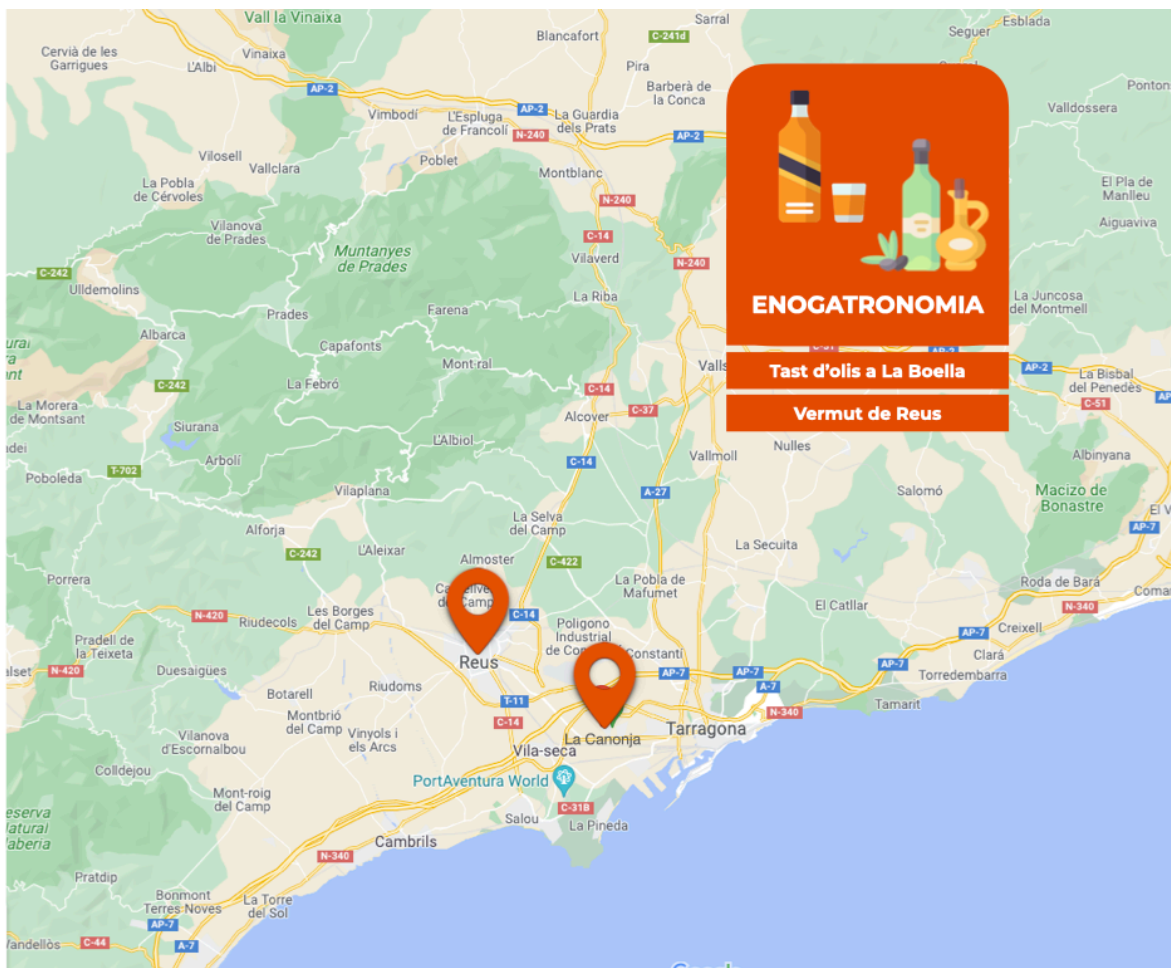
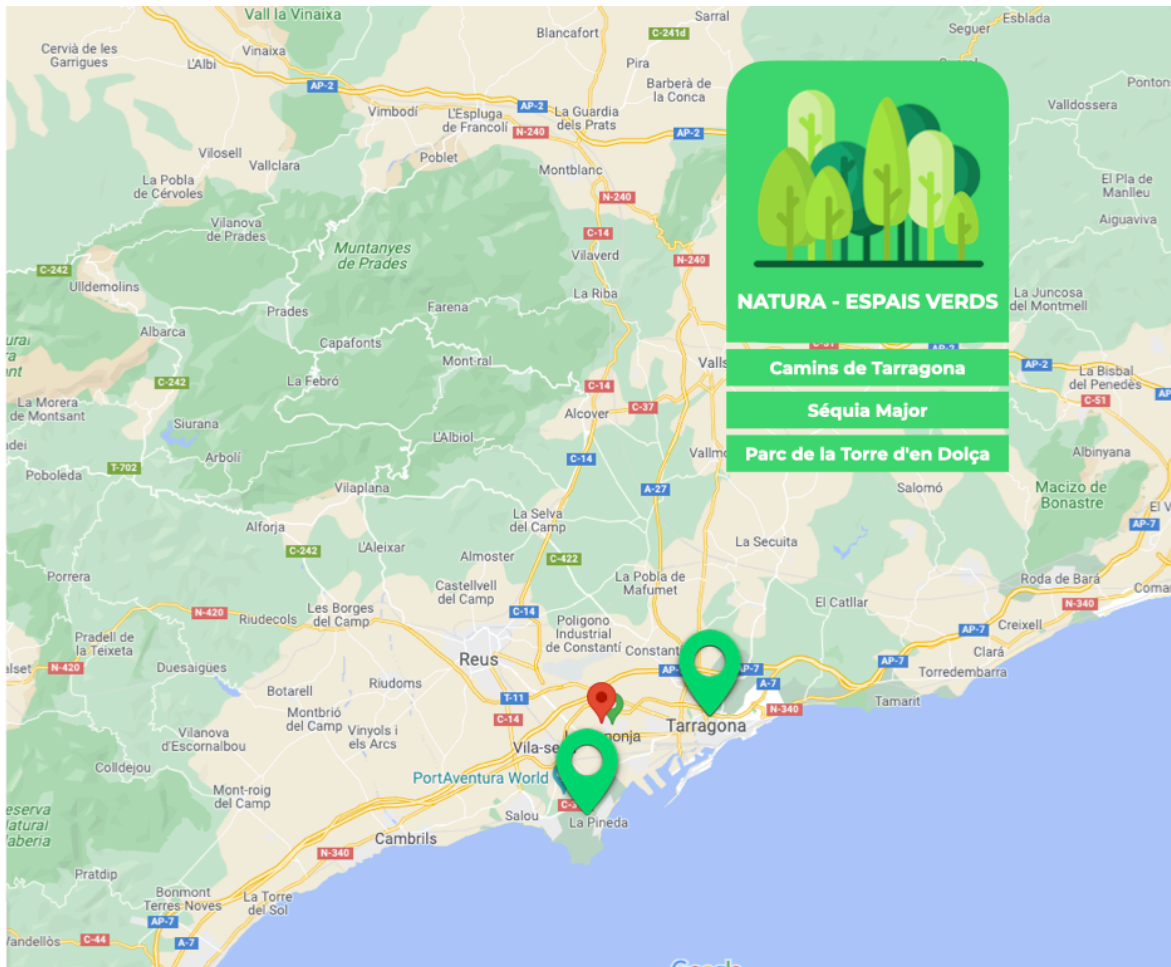
Es tracta d'optimitzar les nostres accions per aprofitar les oportunitats que ens ofereix cada moment de l'any (curs escolar, períodes vacacionals de Setmana Santa, estiu i Nadal, escapades de cap de setmana, etc.), amb l'objectiu final d'**assolir un fluxe de visitants continuat durant tot l'any**.

ANNEX: Mapes d'actius turístics

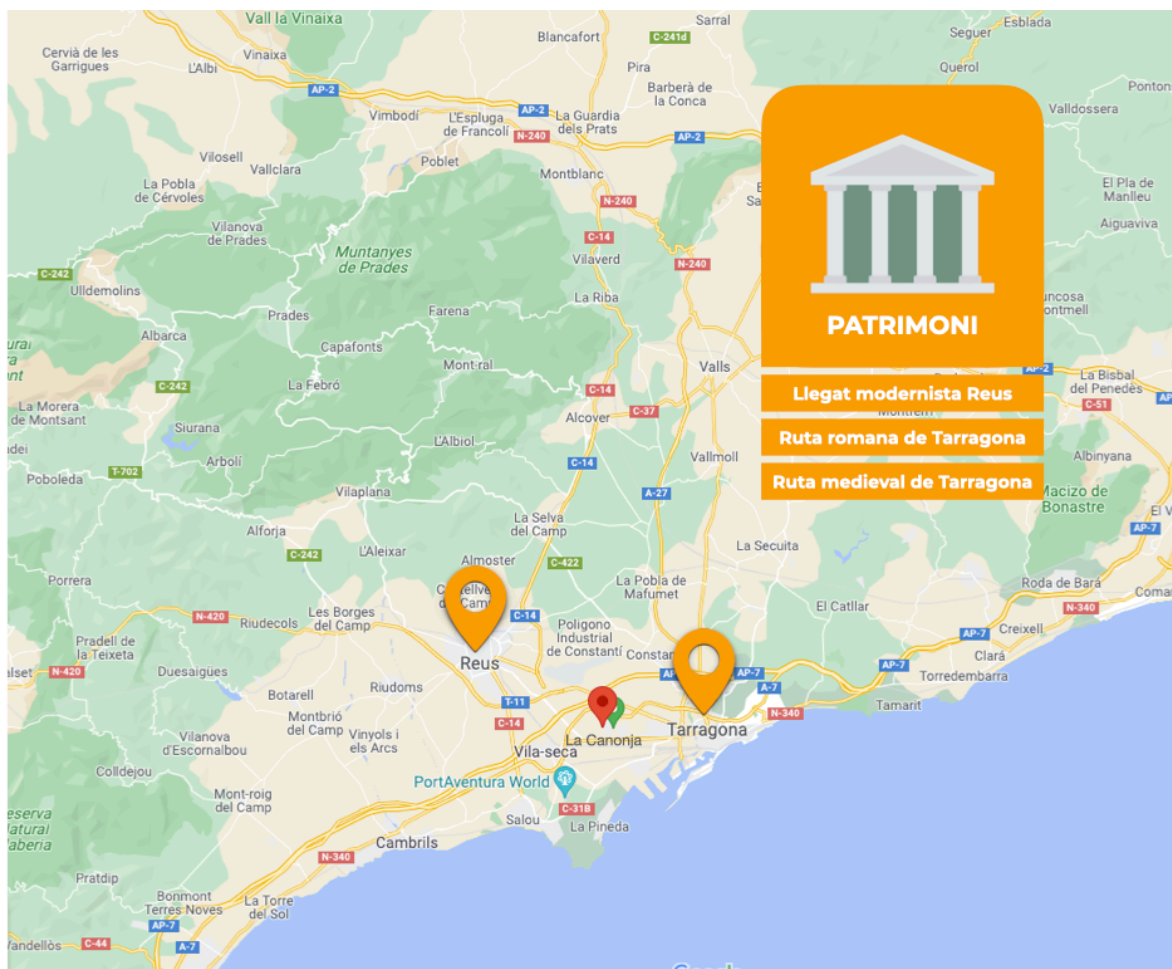
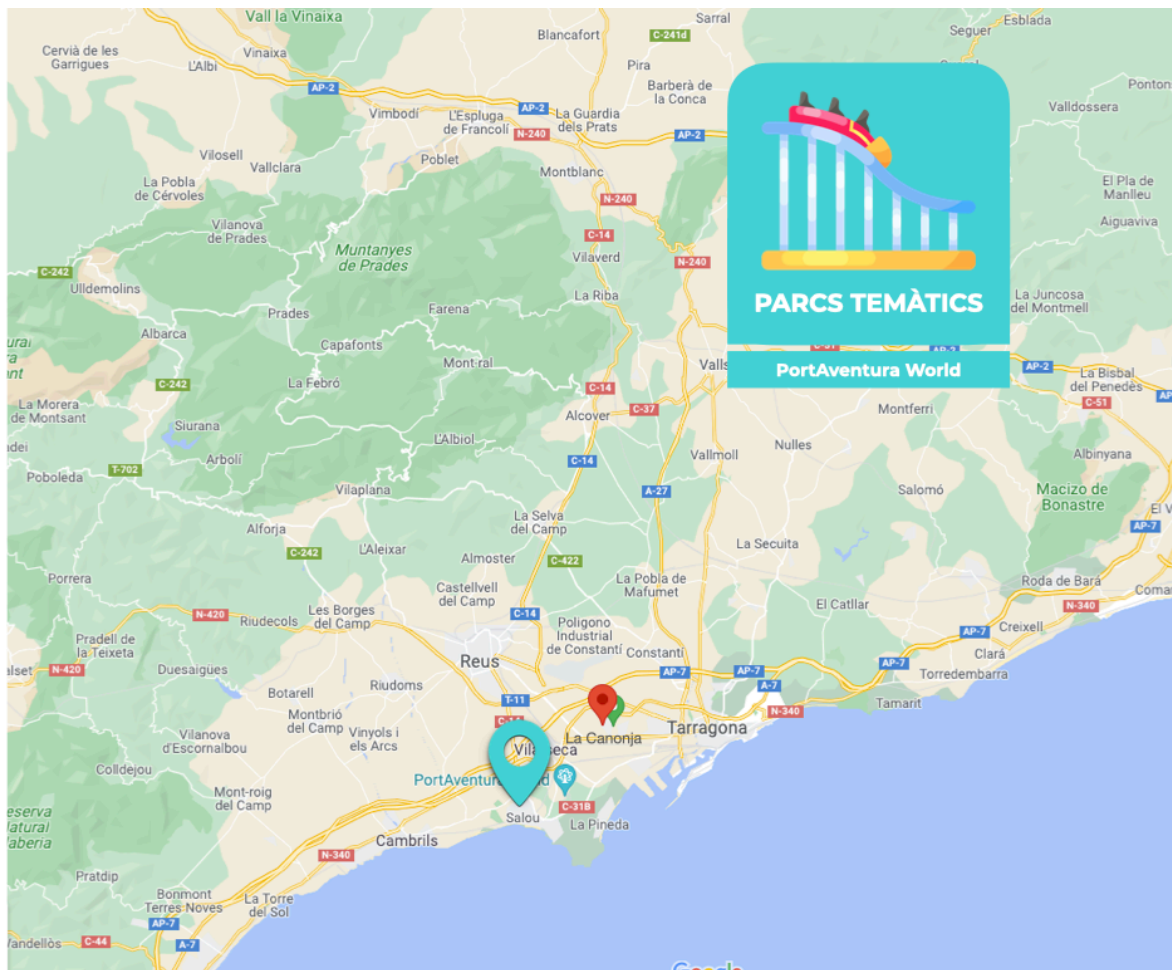
la Guerrilla



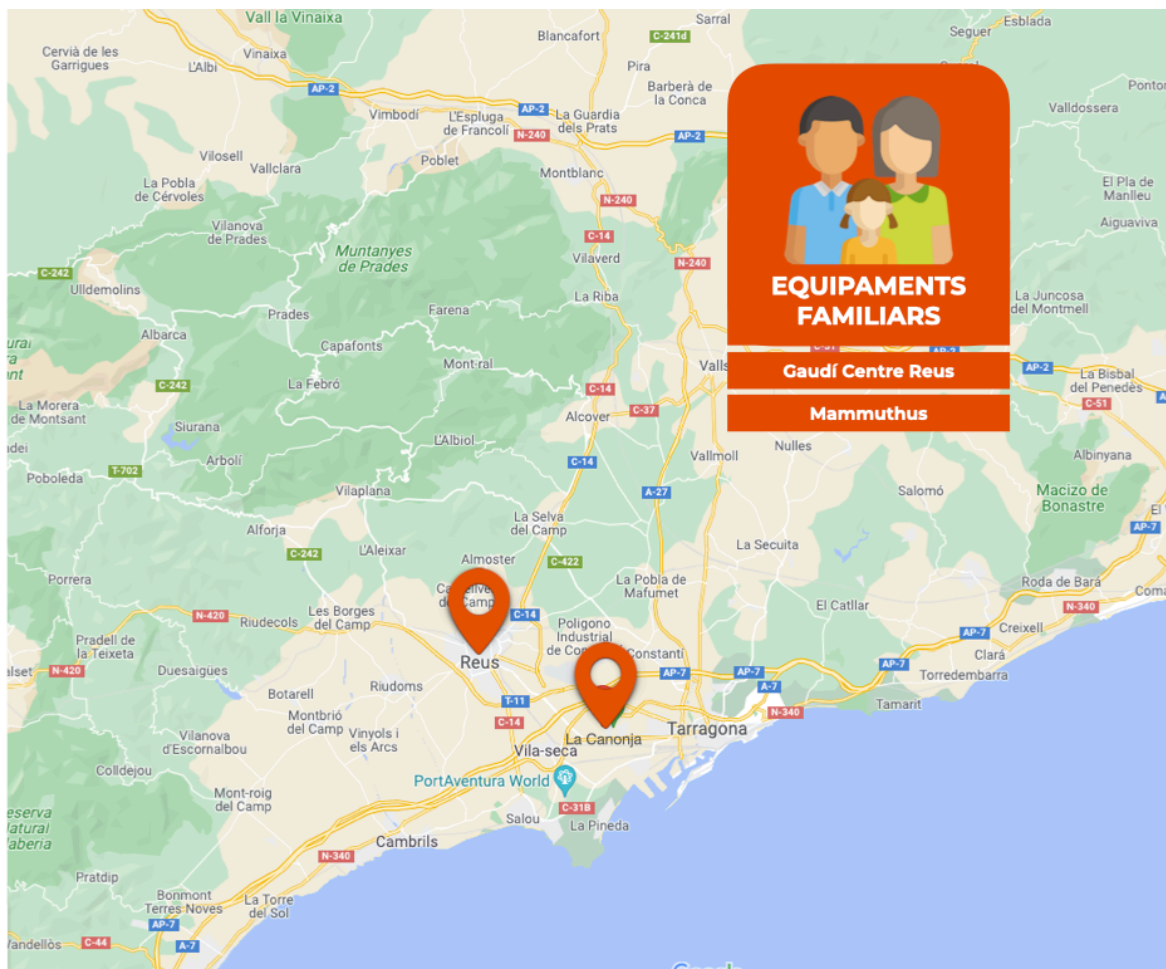
la Guerrilla



la Guerrilla



la Guerrilla



la Guerrilla

www.losdelaguerrilla.com



Ajuntament de
la Canonja

ANNEX V.- ESTUDI ECONÒMIC

PRESSUPOST GENERAL DEL SERVEI								
I.-	PERSONAL	Hores/any	Import/hora	ANY 2024	ANY 2025	ANY 2026	ANY 2027	TOTAL
	Director/a de programes	1.695,00	14,48	24.543,60	25.402,63	26.291,72	27.343,39	103.581,33
	Informador/a	3.390,00	10,44	35.391,60	36.630,31	37.912,37	39.428,86	149.363,13
	Talleristes	2.445,00	12,87	31.467,15	32.568,50	33.708,40	35.056,73	132.800,78
	Altres c.salarials i incidències (10%)			9.140,24	9.460,14	9.791,25	10.182,90	38.574,52
	Seguretat Social (33%)			33.179,05	34.340,32	35.542,23	36.963,92	140.025,52
	Totals			133.721,64	138.401,90	143.245,96	148.975,80	564.345,30
II.-	DESPESES OPERATIVES							
	Revisions mèdiques personal			300,00	309,00	318,27	327,82	1.255,09
	Formació			600,00	618,00	636,54	655,64	2.510,18
	Vestuari			2.000,00	2.060,00	2.121,80	2.185,45	8.367,25
	Telefonia mòbil			750,00	772,50	795,68	819,55	3.137,72
	Fotografia i vídeo			1.000,00		1.060,90		2.060,90
	Imprevistos			300,00	309,00	318,27	327,82	1.255,09
	Materials			2.500,00	2.575,00	2.652,25	2.731,82	10.459,07
	Totals			7.450,00	6.643,50	7.903,71	7.048,09	29.045,29
III.-	TOTAL COST DIRECTE			141.171,64	145.045,40	151.149,67	156.023,89	593.390,59
IV.-	COSTOS GENERALS (11%)			15.528,88	15.954,99	16.626,46	17.162,63	65.272,96
V.-	BENEFICI INDUSTRIAL (11%)			15.528,88	15.954,99	16.626,46	17.162,63	65.272,96
VI.-	IMPORT DE LICITACIÓ			172.229,40	176.955,38	184.402,59	190.349,14	723.936,52
VII.-	IVA (21%)			36.168,17	37.160,63	38.724,54	39.973,32	152.026,67
VIII.-	TOTAL COST			208.397,57	214.116,01	223.127,14	230.322,47	875.963,19

* S'estima un increment del 3,5% en despeses de personal els anys 2025 i 2026 i un 4% a l'any 2027.

* S'estima un increment del 3% anual, en les despeses operatives