



**Museu d'Arqueologia
de Catalunya**

Agència Catalana del Patrimoni Cultural

**Plec de prescripcions tècniques
del Servei de Comunicació digital del Museu d'Arqueologia
de Catalunya**

EXP. ACPC-2026-11



**Generalitat
de Catalunya**



1. Objecte del contracte

L'objecte d'aquest contracte és el servei de gestió de la comunicació digital del Museu d'Arqueologia de Catalunya (MAC), gestionat per l'Agència Catalana del Patrimoni Cultural, entesa com la creació, producció, edició i monitorització dels continguts dels diferents canals digitals del Museu.

El servei ha d'incloure les prestacions següents:

1. Disseny i implementació d'un Pla de comunicació digital
2. Gestió de les xarxes socials corporatives
3. Cobertura presencial d'esdeveniments que requereixin emissions o creació de continguts en directe
4. Gestió de l'estratègia de màrqueting de correu electrònic (edició i tramesa de butlletins electrònics).
5. Creació de continguts audiovisuals documentals.
6. Suport en la creació i càrrega de continguts al web www.mac.cat.

L'execució d'aquests serveis s'ha de realitzar en el marc del Pla estratègic del Museu, per tal d'assolir els objectius següents:

- Difondre l'activitat del Museu (ja siguin activitats educatives i culturals, projectes de recerca, etc.) a través dels perfils de xarxes socials.
- Enfortir el posicionament del MAC com a referent de l'arqueologia a Catalunya, reforçar-ne la seva identitat digital a través dels diferents canals.
- Mantenir un univers digital de qualitat a través de la interacció i una conversa activa amb usuaris digitals i seguidors a les xarxes socials.
- Ser presents en l'esfera mediàtica a través de les xarxes socials aportant propostes de valor en l'agenda mediàtica des de l'arqueologia.

El MAC és un museu nacional que té cinc seus visitables –Barcelona com a seu principal, Empúries, Girona, Olèrdola i Ullastret– i gestiona també el Centre d'Arqueologia Subaquàtica de Catalunya (CASC), amb seu a Girona i els Dipòsits Nacionals d'Arqueologia, ubicats a Cervera. La necessitat d'aquest contracte és disposar d'un servei de gestió de la comunicació digital integral en equilibri amb la idiosincràsia del museu i el seu desplegament territorial i de la recerca.

2. Ecosistema i estratègia digital del MAC

El Museu d'Arqueologia de Catalunya, com a museu de caràcter nacional, ha d'acomplir els estàndards que estableix la Llei 17/1990, de museus, i la normativa que la desplega. El seu compromís social l'obliga a desenvolupar tot un conjunt d'accions de comunicació que permetin donar a conèixer la seva tasca. A partir del Pla estratègic i en concret dels Plans d'acció anual, el Museu ha de difondre la seva tasca per tal de generar el màxim retorn social, incrementar el nombre de visitants, posicionar el MAC com a referent en el patrimoni arqueològic i oferir continguts adaptats a diferents perfils de públics.

El Museu d'Arqueologia de Catalunya treballa amb un Pla de Comunicació amb les principals estratègies, articulades a través de diversos canals (físics i digitals) i en els quals s'hi despleguen accions concretes. Les accions de comunicació digital es vehiculen a través del web www.mac.cat, recentment renovat, els perfils corporatius de xarxes socials i l'eina d'*email* màrqueting.



Les xarxes socials i els canals digitals del MAC

Actualment, el MAC compta amb perfils actius a les xarxes socials (@macarqueologia) següents:

- X: 18.443 seguidors
- Instagram: 13.900 seguidors
- Facebook: 14.000 seguidors
- LinkedIn: 606 seguidors
- Tiktok: 1.493 seguidors
- Youtube: 1.910 seguidors

Pel que fa al servei de màrqueting per correu electrònic, el MAC envia mensualment els següents butlletins:

- Informació general (activitats destacades del mes a totes les seus)
- Informació temàtica (agrupada per tipus d'activitats, esdeveniments singulars, etc.)
- Comunicació interna (només adreçada als treballadors del museu)

A més a més, a través del servei de màrqueting per correu electrònic, el MAC envia amb una periodicitat irregular, en funció de les necessitats:

- Convocatòries i notes de premsa
- Actualitat sobre temes de recerca i educació

Amb l'objectiu de reforçar la presència digital del Museu d'Arqueologia de Catalunya (MAC) i apropar el patrimoni arqueològic a un públic ampli i divers, es considera imprescindible la contractació d'un servei especialitzat en la creació de continguts audiovisuals documentals. Aquest servei s'emmarca dins de l'estratègia de comunicació digital del museu, amb especial incidència en la gestió i dinamització del canal oficial de Youtube.

Els continguts audiovisuals permeten comunicar de manera atractiva, accessible i pedagògica les activitats, exposicions, recerques i col·leccions del MAC. A més, contribueixen a la divulgació científica, a la fidelització de l'audiència i a la projecció del museu com a referent cultural en l'àmbit digital. Aquest servei és clau per consolidar una estratègia de comunicació digital efectiva, que posicioni el MAC com un agent actiu en la difusió cultural i científica a través de formats contemporanis i canals digitals.

A més, per arribar a un públic jove, el Museu aposta per continguts diferenciats també a través de Tiktok, xarxa social preferent dels usuaris d'entre 16 i 30 anys. En aquest sentit, la creació de contingut divulgatiu i de servei públic, però vetllant per la notorietat del museu, serà clau en el desplegament del Pla de comunicació digital i les seves accions associades.

Públic objectiu

Les accions comunicatives es dirigeixen a un públic objectiu format per persones adultes interessades en la cultura, el patrimoni i l'arqueologia. No obstant això, hi ha campanyes dirigides a segments de públic com ara el familiar, la comunitat educativa i el públic especialitzat (comunitat científica i universitària). Des de fa uns anys, el MAC treballa també per arribar al públic jove —d'entre 18 i 35 anys—.



Pel que fa als atribuïts geogràfics, el públic al qual s'ha d'adreçar la comunicació digital del museu és en primera instància a la població que viu a les localitats de cadascuna de les seus (Barcelona, Girona, Empúries, Ullastret i Olèrdola), en segona línia el públic de proximitat de les comarques on se situen les seus, com també a la resta de Catalunya.

Per tot plegat, s'utilitzaran els atributs bàsics que descriuen el Museu d'Arqueologia de Catalunya a l'hora de comunicar: amabilitat, humanisme, esperit de col·laboració, rigor acadèmic i professional, innovació i creativitat. També tindran en compte les grans orientacions estratègiques del Museu d'Arqueologia de Catalunya: un museu inclusiu i socialment responsable; obert, popular i amatent als interessos i necessitats dels seus públics; segur, confortable i socialment accessible; innovador, atractiu i inspirador; contribuir decididament al coneixement, conservació i difusió del patrimoni arqueològic català; centrat a Catalunya però obert al món i eficient, transparent i sostenible. Qualsevol contingut redaccional haurà de ser sensible a criteris de gènere, identitat i solidaritat.

3. Descripció del servei

L'adjudicatari del servei haurà de complir les tasques següents:

Disseny i implementació d'un Pla de comunicació digital, coordinació i assessorament tècnic

Desenvolupament d'un Pla de comunicació digital anual que identifiqui les necessitats comunicatives del MAC i en conseqüència proposi estratègies i accions, en sintonia amb el Pla d'acció anual del Museu. El document es treballarà conjuntament entre l'adjudicatari i l'equip tècnic del museu, i serà un document obert que s'anirà adaptant en funció de l'avaluació periòdica que se'n derivi. El document ha de contenir:

- Valoració de l'activitat de les xarxes socials i proposta de millora amb l'objectiu de reforçar la imatge de marca MAC i incrementar l'*engagement*.
- Definició d'objectius a mig i llarg termini i mesures operatives per assolir-los.
- *Benchmark* amb la "competència" local.
- Establiment del format d'expressió, llenguatge a utilitzar, establir el caràcter del contingut en funció dels públics diana definits, la metodologia per aportar valor a la informació, la forma de donar protagonisme a l'usuari i de transmetre confiança en la institució.
- Definició de les bones pràctiques en relació a la sostenibilitat, l'accessibilitat i la perspectiva de gènere.
- Proposta d'una estructura de continguts tenint en compte l'agenda d'activitats educatives i culturals, les exposicions temporals, la col·lecció, esdeveniments singulars, el dia a dia del museu, l'agenda mediàtica arqueològica (i també general per adequar-ne continguts i buscar-ne sinergies), etc.
- Definició i estructura dels continguts de creació audiovisual: entrevistes, reportatges, documentals, nous formats.
- Definició d'un protocol per abordar possibles crisis reputacionals.
- Avaluació del Pla amb indicadors quantitatius i qualitats, i proposta d'informes periòdics.



Pel que fa a l'assessorament tècnic i la coordinació, es preveu una trobada mensual en línia, d'una hora de durada, en la que participaran representants de totes les seus i centres de recerca del MAC. La comunicació d'indicacions concretes pel que fa al dia a dia, esdeveniments puntuals, canvis i alteracions d'esdeveniments, imatges o continguts de comunicació immediata, es produiran de forma telefònica a través de les eines de missatgeria electrònica més habituals i que s'acordin entre l'equip del museu i l'adjudicatari. També es preveu una reunió mensual (entremig de les reunions amb totes les seus), en aquest cas de seguiment de les accions, amb la durada màxima d'1 hora.

Elaboració d'un Pla de comunicació digital, coordinació i assessorament tècnic	Total hores setmanals/mensuals	Total hores anuals
Disseny del Pla de comunicació		50 h
Coordinació	2 h / mes	24 h
Total		74 h

Servei de gestió de xarxes socials corporatives

- Gestió dels perfils corporatius del MAC a les xarxes socials (X, Instagram, Facebook, LinkedIn, Tiktok i Youtube). Monitorització, seguiment de l'abast de les publicacions, interacció amb altres usuaris, escolta activa, etc.
- Creació de continguts per difondre l'activitat del museu, per tal de complir els esmentats en els punts 2 i 3 d'aquest plec tècnic. Preparar continguts per informar sobre l'oferta d'activitats i exposicions, l'activitat general del MAC i, en definitiva, de tots aquells aspectes institucionals que puguin ser d'interès pels públics objectius del MAC i pel públic en general. Adaptar el contingut per cada xarxa social específica i estar alerta de les tendències (*trends*) de cadascuna d'elles per sumar-s'hi amb contingut del museu. Aquesta tasca inclou la redacció de textos, la realització de fotografies, la creació de vídeos, i el disseny de plantilles i adaptacions específiques. La freqüència de publicació ha de ser la següent:

Xarxes socials	Freqüència de publicació
X	3-4 publicacions / setmana
Instagram (feed)	3-4 publicacions / setmana
Instagram (stories)	3-4 publicacions / setmana
Facebook	3-4 publicacions / setmana
Tiktok	3 publicacions / setmana
LinkedIn	1 publicació / setmana

Per a la creació d'aquest contingut es preveu el desplaçament de l'adjudicatari a les diverses seus del MAC.

- Creació de continguts (text, imatges, vídeos) per a campanyes de publicitat.
- Disponibilitat per publicar informacions d'última hora relacionades amb l'activitat del museu (ja sigui cancel·lació d'activitats, alteració d'horaris, causes de força majors, etc.).



- Elaboració d'un calendari editorial (de creació i publicació). La periodicitat es pactarà amb l'adjudicatari un cop assumeixi el servei, així com les eines digitals a utilitzar, el calendari de validació i revisió.
- Elaboració d'informes de resultats mensuals i anuals. Anàlisi dels resultats i propostes de millora per als mesos següents d'execució.
- Indexació del material audiovisual generat de manera periòdica a l'equip del museu. Enviament anual de l'arxiu de contingut digital (imatges i vídeos).

Servei de gestió de xarxes socials corporatives	Total hores setmanals	Total hores anuals
	29,5 h setmanals	1.534 h anuals

Cobertura presencial d'esdeveniments que requereixin emissions o creació de continguts en directe

- Quatre cobertures al mes d'esdeveniments i activitats de les seus del MAC, per tal de crear contingut audiovisual *in situ*, adaptat a cada xarxa social en línia amb l'estratègia de comunicació marcada.
- Les cobertures es definiran en les reunions de comunicació mensuals. En funció del calendari, es preveu la possibilitat que la freqüència mensual variï, però el còmput total anual serà de 48 cobertures durant l'any complet d'execució d'aquest contracte.
- Les cobertures poden ser en l'horari habitual d'obertura del museu (inclosos els caps de setmana).

Cobertura presencial d'esdeveniments	Total hores mensuals	Total hores anuals
	6 h	72 h anuals

Servei de Màrqueting per correu electrònic

Les accions d'*email* màrqueting es realitzen a través de la plataforma Acrelia, la qual n'és titular l'Agència Catalana del Patrimoni Cultural. L'adjudicatari tindrà accés al perfil del MAC per editar, maquetar i enviar els bulletins, i vetllarà pel compliment de la Llei orgànica 3/2018, de 5 de desembre, de protecció de dades personals i garantia dels drets digitals, a l'hora de gestionar la base de dades de subscriptors. Les tasques específiques del servei són les següents:

- Gestió de les trameses de comunicació a través del butlletí electrònic del MAC. El present plec preveu la tramesa de 12 butlletins mensuals, 6-10 butlletins temàtics a l'any (com ara, la Nit dels Museus, les Jornades Europees de Patrimoni, les Jornades d'Arqueologia, Casals d'estiu, Activitats d'estiu, Activitats de Nadal, Setmana de la Ciència, etc.), enviament a mitjans de comunicació (entre 10 i 15 a l'any convocatòries i notes de premsa), invitacions a esdeveniments (entre 3 i 5 a l'any) i 12 trameses del butlletí intern del Museu. La informació de cada tramesa es pactarà amb l'equip del museu. L'adjudicatari s'encarregarà de la redacció de textos, maquetació del contingut (text i imatge), la segmentació i l'enviament.
- Gestió de la base de dades de subscriptors (revisió de la base de dades, dels grups d'enviament i la segmentació, donar d'alta i baixa subscriptors).



- Anàlisi de resultats i elaboració d'informes periòdics, a pactar entre el museu i l'adjudicatari, i propostes de millora del servei, si s'escau.

Servei de màrqueting per correu electrònic	Total hores mensuals	Total hores anuals
	4 h mensuals	48 h anuals

Si per qüestions externes al Museu, la plataforma de servei de màrqueting per correu electrònic canvia, l'adjudicatari utilitzarà la nova eina en qüestió, amb la possibilitat de fer formacions específiques si no en té experiència.

Creació de continguts audiovisuals documentals a Youtube

- Gestió del canal de Youtube del museu. Auditoria inicial: anàlisi dels continguts actuals, proposta de reordenació i presentació d'aquests, eliminació si cal, creació de llistes de reproducció i altres tasques anàlogues.
- Concepció i redacció del guió de cada vídeo, en coordinació amb l'equip del museu.
- Gravació de les imatges i sons, tant en espais interiors com exteriors, incloent entrevistes, visites guiades, etc.
- Edició i muntatge del material audiovisual, amb criteris professionals de narrativa, estètica i accessibilitat.
- Publicació i optimització del contingut al canal de YouTube del MAC, amb l'aplicació de bones pràctiques en SEO audiovisual.
- Adaptació del contingut per altres xarxes socials (Reels, Tiktok)
- La periodicitat establerta és d'un vídeo mensual, en total, 12 vídeos l'any. Cadascun tindrà una durada d'entre 15 i 20 minuts. Hi haurà un equilibri en la representació de cada seu i centre de recerca, es publicarà mínim un vídeo de cada seu/centre de recerca a l'any i es gravarà *in situ*.

Creació de continguts audiovisuals documentals	Total hores mensuals	Total hores anuals
Auditoria inicial	4 h (1 sola vegada)	4 h
Guió, gravació, edició, publicació vídeos	7,5 h / mes	90 h
Total		94 h

Suport en la creació i càrrega de continguts al web www.mac.cat

- Redacció de textos i càrrega dels continguts de les activitats de la programació cultural del MAC a través del gestor Adobe Experience Manager.
- Possibilitat de publicar entre 5 i 10 publicacions al mes, gestió d'altres i baixes d'activitats visibles al web, si l'equip del Museu ho demana.

Es tracta d'un servei de suport a l'equip del MAC en moments puntuals. Si finalment no es realitza el servei, les hores es destinaran a altres tasques previstes en aquest plec i s'acordarà entre l'adjudicatari i el Museu.

Suport en la creació i càrrega de continguts al web www.mac.cat	Total hores mensuals	Total hores anuals
	4 h	48 h

4. Organització del servei

L'empresa adjudicatària destinarà el personal necessari per a la realització de les tasques esmentades, durant el temps que duri l'adjudicació. Així mateix, l'empresa adjudicatària disposarà d'efectius suficients, que compleixin els requeriments previstos en els plecs, per tal de cobrir possibles absències de forma immediata.

Es requereix personal amb la disponibilitat necessària per oferir una atenció planificada a les tasques previstes. S'hauran d'organitzar especialment els dies previs als grans esdeveniments del museu, com són les exposicions, inauguracions, cicles de conferències, activitats singulars, així com d'altres situacions especials que el MAC determini. El proveïdor del servei haurà de preveure la cobertura de dies de vacances, permisos i altres circumstàncies.

Per necessitats comunicatives, algunes de les cobertures hauran de realitzar-se fora de l'horari laboral habitual o en cap de setmana o festiu. En aquests casos, el proveïdor del servei haurà de preveure comptar amb els recursos per assumir-ho. L'empresa adjudicatària inclourà en la planificació de xarxes socials comunicats en relació a esdeveniments puntuals o de caràcter sobrevingut que tinguin caràcter d'avís institucional o d'urgència.

En cas que l'adjudicatari consideri necessari substituir algun dels efectius habituals destinats al servei, ho comunicarà per escrit al museu amb la suficient antelació i sempre amb un mínim de 48 h. En cas que el canvi afecti de forma permanent a un membre de l'equip, caldrà que la persona substituïda compleixi uns requisits de formació i experiència similars als valorats en l'oferta inicial de l'empresa.

L'empresa adjudicatària serà responsable de tenir el personal a càrrec seu en condicions legals. En cap cas aquest personal no tindrà vinculació jurídica o laboral amb el MAC o amb l'Agència Catalana del Patrimoni Cultural.

4.1. Requisits del personal destinat al servei

D'acord amb l'article 76.2 LCSP, les empreses licitadores o candidates han de comprometre's a dedicar o adscriure a l'execució del contracte els mitjans personals necessaris per al correcte desenvolupament del contracte que es descriuen a continuació. Un equip que, com a mínim, haurà d'estar integrat amb els següents perfils professionals:

- Un Coordinador/a (cap de projecte), responsable de l'execució del contracte que haurà de disposar de la formació mínima següent: almenys una llicenciatura o grau en història, comunicació o equivalent i acreditar una experiència en la gestió i supervisió de projectes de comunicació en línia, de més de 3 anys.
- Un Gestor/a (Community manager), encarregat/da de l'estratègia i els continguts de les xarxes socials que haurà de disposar d'una formació mínima següent: almenys una llicenciatura o grau en història, comunicació o equivalent i almenys un màster o postgrau en comunicació digital, gestió de xarxes socials i tecnologies de la informació i la comunicació i haurà d'acreditar experiència específica reconeguda de més de 3 anys com a community manager.
- Un Redactor/a / copy sènior, encarregat/da de crear i orientar campanyes i la redacció de textos, que haurà de disposar d'una formació mínima següent: almenys una llicenciatura o grau en història, comunicació o equivalent i almenys un màster o postgrau en comunicació digital, gestió de xarxes socials i



tecnologies de la informació i la comunicació, i patrimoni cultural, i haurà d'acreditar experiència específica reconeguda de més de 3 anys com a redactor/copy.

- Com a mínim una persona de l'equip ha de tenir el títol C2 de català i la resta el C1.

Correspon exclusivament a l'empresa la selecció del personal que, acreditant els requisits de titulació i experiència exigits en els plecs, formarà part de l'equip de treball adscrit a l'execució del contracte, sense perjudici de la verificació per part del MAC i de l'ACPC del compliment d'aquells requisits.

L'empresa procurarà que existeixi estabilitat en l'equip de treball, i que les variacions en la seva composició siguin puntuals i obeeixin a raons justificades, en ordre a no alterar el bon funcionament del servei i l'estil dels continguts redaccionals, informant en tot moment als responsables del museu.

En relació amb els treballadors destinats a l'execució d'aquest contracte, l'empresa assumeix l'obligació d'exercir de manera real, efectiva i contínua, el poder de direcció inherent a tot empresari. En particular, assumirà la negociació i el pagament dels salaris, la concessió de permisos, llicències i vacances, les substitucions dels treballadors en els casos de baixa o absència, les obligacions legals en matèria de Seguretat Social, inclòs l'abonament de cotitzacions i el pagament de prestacions, quan procedeixi, les obligacions legals en matèria de prevenció de riscos laborals, l'exercici de la potestat disciplinària, així com quants drets i obligacions es deriven de la relació contractual entre empleat i ocupador, si s'escau.

L'empresa vetllarà especialment perquè els treballadors adscrits a l'execució del contracte desenvolupin la seva activitat sense extralimitar-se en les funcions exercides respecte de l'activitat delimitada en els plecs com a objecte del contracte.

L'empresa assumeix l'obligació de contractar el personal per dur a terme el servei de difusió previst al present Plec. Aquest personal rebrà un salari apropiat a les seves capacitacions acadèmiques i competències. L'adjudicatari ha de complir escrupolosament les obligacions derivades de la legislació laboral i de la Seguretat Social respecte del personal al seu servei, cosa que vol dir que aquest no té cap mena de relació jurídic-laboral amb l'ACPC i que aquesta última es considera exempta de tota responsabilitat derivada de l'incompliment d'aquelles obligacions. No obstant això, l'ACPC sol·licitarà a l'empresa, quan ho cregui oportú, l'exhibició dels contractes amb la retribució salarial escaient a la formació i experiència dels treballadors; a més dels documents acreditatius de l'afiliació i la cotització a la Seguretat Social del personal contractat.

4.2. Desenvolupament del servei

El desenvolupament d'aquest servei es realitzarà sota la direcció i supervisió de la direcció del MAC, o la persona a qui es delegui, i en concordança amb les línies estratègies de la institució i l'estratègia comunicativa de la institució. La persona o equip assignat al servei desenvoluparan la seva tasca en contínua comunicació amb la persona designada com a responsable de la comunicació del MAC, que supervisarà i aprovarà els continguts previstos en tots els casos.

Les reunions de coordinació general es realitzaran cada mes, preferentment de forma telemàtica i tindran la durada necessària per a articular els continguts i formats pels



diferents canals previstos, així com la preparació d'accions de comunicació que tinguin característiques de singulars. En aquestes reunions hi assistiran representants de totes les seus del MAC. Entre una reunió mensual i una altra, es realitzarà una reunió de seguiment entre la persona responsable de la comunicació del MAC i l'empresa adjudicatària. A banda d'aquestes trobades, a petició tant del MAC com de l'adjudicatari del servei, es podran realitzar les reunions que es considerin necessàries i sempre que s'exposin els motius suficients per fer-ho.

El contractista haurà d'aportar el material, programari i maquinària necessària per a la seva execució.

Pel que fa a l'horari, l'equip haurà de tenir disponibilitat de dilluns a divendres entre 9 a 18 h i, de forma excepcional, fora d'aquest horari i caps de setmana amb la flexibilitat necessària per realitzar la cobertura dels esdeveniments previstos. Les cobertures, excepte en casos excepcionals, es comunicaran per part del MAC amb una antelació mínima de tres dies laborables. En relació amb els caps de setmana i períodes de vacances es garantiran guàrdies per mantenir la contínua prestació del servei i atenció als usuaris digitals.

L'equip humà es podrà ampliar i millorar en la proposta tècnica de l'empresa sol·licitant. En tot cas haurà de ser capaç d'elaborar els continguts, tant per capacitat com per mitjans tecnològics disponibles.

Els continguts hauran de complir les normes ortogràfiques i gramaticals del català fixades per l'Institut d'Estudis Catalans (IEC).

L'empresa adjudicatària es compromet a preservar la confidencialitat de les dades i la custòdia d'usuaris i contrasenyes dels perfils del Museu en les eines i plataformes digitals derivades dels serveis prestats especificats en aquest plec.

5. Propietat i drets intel·lectuals

L'adjudicatari cedeix en exclusiva al Museu els drets de reproducció, distribució, comunicació pública i transformació dels continguts i materials que es derivin de l'objecte del contracte, incloses les fotografies que es realitzin, per qualsevol modalitat d'explotació, per a tots els països del món, amb independència del recurs, físic o digital, i fins que els drets passin a domini públic, sense perjudici dels drets morals que pugui ostentar en la seva condició d'autor la persona física creadora. L'adjudicatari podrà fer ús o divulgació d'aquests documents sempre que sigui per usos de comunicació i promoció de les activitats i amb l'autorització documentada del responsable del centre gestor.

Totes les dades originades en virtut d'aquest plec s'hauran de poder consultar des de l'adjudicatari i des del Museu. Aquestes dades hauran d'estar en disposició de l'equip gestor del centre, en el format i condicions que s'estipuli en cada cas, en un banc de dades informatitzat, subjecte a la normativa vigent de protecció de dades.

6. Documentació a presentar periòdicament

L'empresa contractista haurà d'entregar en format digital els documents següents amb l'objectiu de fer un seguiment i una valoració dels serveis efectuats:



- a) Informe mensual dels serveis realitzats amb un resum dels principals indicadors a totes les xarxes socials (seguidors, impressions, abast, interaccions, tipus i número de publicacions), un resum de les accions amb millors i pitjors resultats, els resultats dels butlletins enviats i un apartat de conclusions o recomanacions. El mateix informe mensual haurà d'incloure un apartat sobre els resultats de butlletins enviats durant el mes analitzat, així com el número de subscriptors de les diferents llistes al final del període analitzat. Si per calendari és possible, l'adjudicatari entregarà el document abans de la reunió mensual per poder-ho valorar a la trobada.
- b) Pla de comunicació anual amb una estratègia i unes accions vinculades en línia amb el Pla d'acció anual del Museu.
- c) Un informe anual a entregar durant el mes de gener de l'any següent on es reculli l'evolució dels principals indicadors durant tot l'any (o el període de temps durant el qual ha prestat l'empresa en l'any anterior en cas de no ser un exercici complet). L'arxiu d'imatges i vídeos generats de l'any anterior, per incloure'l a l'arxiu digital del Museu.
- d) Una memòria final en finalitzar el contracte que reculli un resum dels resultats assolits en aquest període.

7. Prestació del servei

La prestació dels serveis es realitzarà a les instal·lacions de l'adjudicatari tret de les reunions o cobertures que es realitzin en algun dels espais del MAC. Sempre que sigui possible es prioritzaran les reunions telemàtiques. Els mercats dominants seran Catalunya i Espanya, sense que s'excloquin accions concretes per emissors de la resta d'Europa.