

Agència Catalana del Patrimoni Cultural

**Plec de prescripcions tècniques
del Servei de Gestió de Xarxes Socials de la Direcció
General de Patrimoni Cultural**

EXP. ACPC-2026-1028



**Generalitat
de Catalunya**

1. OBJECTE DEL CONTRACTE

L'objecte del contracte és la prestació dels serveis de gestió de les xarxes socials de Patrimoni gencat, gestionades per l'Agència Catalana del Patrimoni Cultural.

El servei ha d'incloure les prestacions següents:

- Gestió dels perfils de xarxes socials de Patrimoni gencat

L'execució d'aquests serveis s'ha de realitzar en el marc del pla de comunicació de Patrimoni, per tal d'assolir els següents objectius:

- Comunicar l'activitat, projectes, campanyes i identitat de la Direcció General del Patrimoni Cultural i de l'Agència Catalana del Patrimoni Cultural a través dels perfils de xarxes socials.
- Dinamització i creixement de la comunitat de seguidors, així com del coneixement de la marca a l'entorn digital.
- Millora de la qualitat de la relació amb els seguidors a xarxes socials amb una millora de la interacció.
- Generació de dinàmiques i aliances amb perfils d'interès amb presència a les xarxes socials.

2. PLA DE COMUNICACIÓ DE PATRIMONI

L'Agència Catalana del Patrimoni Cultural (ACdPC) és una entitat de dret públic, amb personalitat jurídica pròpia, creada per la Llei 7/2011, de 27 de juliol, de mesures fiscals i financeres que té per missió gestionar el patrimoni cultural de la Generalitat de Catalunya.

Segons els Estatuts de l'ACdPC, les seves funcions principals són fomentar l'ús del patrimoni cultural i dels equipaments prestant especial atenció a l'educació, el turisme cultural, i la creació de vincles amb la comunitat; dinamitzar el patrimoni cultural mitjançant la cooperació entre agents públics i privats; facilitar la participació de la ciutadania en la gestió i la promoció del patrimoni cultural; i la transferència de coneixement en tots els àmbits del patrimoni cultural.

La necessitat d'impulsar la gestió professional de les xarxes socials i el desplegament d'un pla integral de comunicació s'emmarca en els objectius i orientacions estratègiques de l'Estratègia 2030 del Patrimoni Cultural de Catalunya, que situa la socialització, la protecció i la governança del patrimoni com a eixos centrals de l'acció pública. En un context en què el patrimoni cultural -material, immaterial i natural- constitueix un element fonamental de la identitat col·lectiva, de la cohesió social i de la transmissió de valors, la comunicació esdevé una eina clau per apropar-lo a la ciutadania, fer-lo comprensible i vivencial i reforçar el seu paper com a espai de participació, innovació i inclusió. Cal disposar de la capacitat per exercir i assumir aquesta estratègia comunicativa de manera efectiva, amb l'objectiu de guanyar visibilitat davant la ciutadania i informar de forma més unificada sobre les accions, serveis i recursos que

provenen del Departament de Cultura. En l'actualitat, la difusió del patrimoni cultural constitueix un repte que cal afrontar per tal de situar el patrimoni en el centre del discurs públic i cultural del país.

Les xarxes socials i els canals digitals representen avui el principal espai de relació, intercanvi i construcció de relats col·lectius, i ofereixen una oportunitat decisiva per fidelitzar i atreure nous públics als museus, arxius, monuments i jaciments, tot aprofitant el potencial de les noves tecnologies per generar experiències culturals més properes, interactives i accessibles. En aquest sentit, la gestió estructurada i coordinada de la comunicació permet articular un relat comú i coherent entre els diferents equipaments i serveis patrimonials, potenciar la difusió del coneixement i de la recerca, sensibilitzar sobre la importància de la conservació i la responsabilitat compartida i reforçar el lideratge institucional de la Direcció General del Patrimoni Cultural i de l'Agència Catalana del Patrimoni Cultural.

Ahora, un pla de comunicació i una estratègia digital unificada contribueixen a incrementar la visibilitat del patrimoni, ampliar-ne l'abast social, millorar l'accessibilitat als seus continguts, consolidar el vincle emocional i cívic de la ciutadania amb el seu llegat cultural i optimitzar l'ús dels recursos públics mitjançant una gestió eficient, transversal i avaluada.

Per tot això, la implantació d'un model professionalitzat de gestió de xarxes socials i comunicació no només respon a una necessitat operativa, sinó que constitueix una peça estratègica indispensable per fer del patrimoni un bé viu, compartit i projectat cap al futur, en plena coherència amb els principis i reptes definits per l'Estratègia 2030.

Per tal d'assolir aquest objectiu, resulta imprescindible mantenir una comunicació en l'àmbit digital de qualitat, a través dels perfils corporatius de xarxes socials.

Les xarxes socials de Patrimoni gencat

Actualment, Patrimoni compta amb perfils actius en tres xarxes socials:

- Twitter / X: 29.218 seguidors
- Instagram: 58.646 seguidors
- Facebook: 22.030 seguidors

Patrimoni gencat també compta amb un canal de Youtube, que s'actualitza de forma interna segons necessitats, amb 4.420 subscriptors.

Públic objectiu

La comunicació es dirigeix a un públic objectiu format per persones adultes interessades en la cultura i el patrimoni –material, immaterial i natural-. Hi ha, però, campanyes específiques que estan dirigides a un segment de públic familiar, al públic escolar, i també al públic especialitzat (investigadors, arxivers i centres de recerca). Patrimoni, a més, es planteja també la necessitat de créixer en nous segments d'edat i créixer en el nombre seguidors i públics a museus, monuments, jaciments i arxius.

Pel que fa als valors amb què s'ha de produir aquesta comunicació, els definits al pla de comunicació són els següents: Servei Públic, Comunicació clara, Credibilitat i transparència, Respecte i reconeixement, Diversitat, Coratge i Creativitat.

3. DESCRIPCIÓ DEL SERVEI

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

Servei de gestió de xarxes socials:

- Serveis de gestió de comunitats (*community management*) i gestió de mitjans socials per als perfils socials de Patrimoni gencat (Instagram, Facebook i Twitter).
- **Creació de continguts** adequats i originals per promocionar, divulgar, explicar les tasques i activitats de la Direcció General del Patrimoni Cultural i de l'Agència Catalana del Patrimoni Cultural a través dels perfils de xarxes socials. Els continguts s'hauran d'adaptar a les característiques de les diferents xarxes socials i hauran de seguir una estratègia comunicativa basada en les línies de comunicació i l'estratègia general de Patrimoni gencat (segons l'establert al punt 2 d'aquest mateix Plec de Prescripcions Tècniques). Aquesta tasca inclourà tant la redacció de textos, realització de fotografies i vídeos i preparació de dissenys.

Freqüència de publicació:

- Instagram:
 - Stories: entre 2 i 4 publicacions setmanals i/o reshares entre setmana i 1- 2 els caps de setmana.
 - Feed: 3 posts/carrussel a la setmana
 - Reels: entre 2 i 3 al mes (inclou documentació i edició de vídeo).
 - X:
 - Publicacions: entre 2 i 3 diàries entre setmana i 1-2 els caps de setmana.
 - Fils: Entre 1 i 3 elaborats a la setmana.
 - Facebook: entre 1 i 3 posts a la setmana.
 - TikTok (@gencat)
 - Generar contingut per a l'elaboració d'2 vídeos a l'any segons els criteris de la Direcció General que té les competències en gestió de les xarxes socials de la Generalitat de Catalunya.
-
- **Monitorització** i escolta activa a les diferents xarxes socials: seguiment i interacció amb perfils d'interès; resposta de mencions, comentaris i missatges directes; detecció d'oportunitats d'interacció amb publicacions de tercers, etc. Aquest seguiment s'haurà de realitzar diàriament en el cas de dies laborables.
 - Gestionar la **reputació** de Patrimoni gencat a les xarxes, vetllar per la seva imatge digital i protegir-la. En constant diàleg amb l'àrea de Marca i Comunicació de la Direcció General del Patrimoni Cultural i de l'Agència Catalana del Patrimoni Cultural, hauran de detectar possibles crisis de reputació.
 - Identificar **oportunitats i noves tendències i/o funcionalitats** a les xarxes socials en relació al món del patrimoni cultural i les organitzacions de l'àmbit de Patrimoni gencat. En aquest sentit, en aquells casos que ho requereixin, caldrà estudiar la idoneïtat de la seva aplicació a Patrimoni i l'adaptació de l'estratègia en aquest sentit (per exemple, amb la incorporació d'algun nou canal en detriment o no d'un altre).

- Realització de **cobertures d'actes de la Direcció General de Patrimoni Cultural i/o de l'Agència Catalana del Patrimoni Cultural**. Aquestes cobertures poden estar dedicades tant a esdeveniments propis, com a activitats on hi col·laborin, com per realitzar documentació i altres accions comunicatives (gravacions de vídeo, entrevistes, fotografia) que impliquin un desplaçament. La feina a realitzar en cadascuna d'aquestes cobertures variarà i sempre es pactarà amb anterioritat amb l'àrea de Marca i Comunicació, i poden incloure la realització de publicacions a les xarxes socials en directe des de l'esdeveniment, realització de fotografies, enregistrament de vídeos per a editar un reel, etc. Les cobertures s'adaptaran a les necessitats comunicatives del moment i, excepte en casos excepcionals, es comunicaran amb una antelació mínima de tres dies laborables.
- Realització de **reunions periòdiques**, presencials o telemàtiques, amb l'àrea de Marca i Comunicació per traçar l'execució de l'estratègia i el calendari de continguts i cobertures.
- Elaboració d'un **calendari editorial** amb la periodicitat pactada entre l'empresa que assumeixi el servei i el servei de Marca i Comunicació (setmanal, quinzenal, mensual, etc.) i que serà enviat amb l'antelació suficient per a la seva revisió i aprovació.
- Elaboració **d'informes de resultats** mensuals.

Servei de gestió de xarxes socials	Total hores setmanals	Total hores anuals
	35 h setmanals	1.800 h anuals

4. ORGANITZACIÓ DEL SERVEI

L'empresa contractista destinarà el personal i material necessari per a la realització de les tasques esmentades, durant el temps que duri el contracte. Així mateix, l'empresa contractista 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. El proveïdor del servei haurà de preveure la cobertura de dies de vacances, permisos i altres circumstàncies.

Les empreses hauran d'establir en la seva oferta una persona assignada al contracte o una responsable de l'equip. El/la responsable de l'equip haurà d'assumir les tasques de supervisió de tot l'equip implicat en les tasques, així com la interlocució amb la Direcció General de Patrimoni Cultural i l'Agència Catalana del Patrimoni Cultural.

En cas que el contractista consideri necessari substituir algun dels efectius habituals destinats al servei, ho sol·licitarà per escrit al servei de Marca i Comunicació de la DGPC i de l'ACdPC, acompanyat d'una justificació, amb la suficient antelació i sempre amb un mínim de 48 h. El responsable del contracte haurà d'autoritzar sempre aquest canvi.

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. Si afecta de forma permanent l'única persona assignada al contracte o el responsable de l'equip assignat, la notificació s'haurà de fer amb una antelació mínima d'una setmana i caldrà que la persona substituïda compleixi també les condicions mínimes marcades en aquests plecs, a més d'uns requisits de formació i experiència similars als valorats per a aquesta figura a l'oferta inicial.

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 contractista serà responsable de tenir el personal a càrrec seu en condicions legals. En cap cas aquest personal no tindrà vinculació jurídica o laboral amb la Direcció General de Patrimoni Cultural o amb l'Agència Catalana del Patrimoni Cultural.

4.1. Requisits del personal adscrit al servei

D'acord amb l'article 76.2 LCSP, l'empresa contractista haurà d'adscriure a l'execució del contracte els mitjans personals que es descriuen a continuació:

- Totes les persones de l'equip hauran d'estar en possessió del nivell C1 de català.
- Una persona que compti, com a mínim, amb llicenciatura o grau en l'àmbit del periodisme, comunicació, publicitat o màrqueting.
- Si l'empresa adscriu una única persona a l'execució del contracte, els anteriors requisits hauran de ser assumits per aquesta persona.

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 de la DGPC i de l'ACdPC 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. En cas que s'hagin de produir modificacions, l'empresa ho haurà de comunicar a l'ACdPC per a la seva aprovació segons l'establert al punt 4 d'aquest Plec de Prescripcions Tècniques.

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'ACdPC i que aquesta última es considera exempta de tota responsabilitat derivada de l'incompliment d'aquelles obligacions. No obstant això, l'ACdPC 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 l'àrea de Marca i Comunicació de l'ACdPC, i en concordança amb les línies estratègies i l'estratègia comunicativa del Patrimoni Cultural de Catalunya. La persona o equip assignat al servei desenvoluparan la seva tasca en contínua comunicació amb la persona designada com a responsable de la Comunicació de l'ACdPC, que supervisarà i aprovarà els continguts previstos en tots els casos.

Les reunions de coordinació es realitzaran de manera setmanal o quinzenal, 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. A banda d'aquestes trobades cada una o dues setmanes, a petició tant de l'ACdPC com de l'adjudicatari/a 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 de l'ACdPC amb una antelació mínima de tres dies laborables.

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), i fer ús de la guia de comunicació clara de la Generalitat de Catalunya.

5. 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 i un apartat de conclusions o recomanacions.
- b. 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).
- c. Una memòria final en finalitzar el contracte que reculli un resum dels resultats assolits en aquest període.

6. 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 de l'ACdPC. 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.