



**PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS PARA LA
CONTRATACIÓN DE UNA CENTRAL DE MEDIOS DE
PUBLICIDAD PARA LA DIFUSIÓN DE LAS CAMPAÑAS
DE PUBLICIDAD Y ACCIONES PUBLICITARIAS DE LA
FUNDACIÓN ICO**

17 de enero de 2018

PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS PARA LA CONTRATACIÓN DE UNA CENTRAL DE MEDIOS DE PUBLICIDAD PARA LA DIFUSIÓN DE LAS CAMPAÑAS DE PUBLICIDAD Y ACCIONES PUBLICITARIAS DE LA FUNDACIÓN ICO

1. CONSIDERACIONES GENERALES

El presente pliego tiene por objeto la contratación de una empresa, que será la encargada de realizar la planificación estratégica y la compra y/o contratación de los espacios, en medios de comunicación y demás soportes publicitarios, necesarios para la difusión de las campañas de publicidad, y de cuantas acciones publicitarias sean requeridas por la Fundación ICO, en el ejercicio de su actividad.

Las acciones publicitarias de la Fundación ICO se dirigen a:

- Difundir la naturaleza, estrategia y actividades del Museo ICO: programa de exposiciones temporales y actividades complementarias (talleres, conferencias, programas educativos, etc.) con el fin de incrementar su difusión y conocimiento.

El objeto del contrato incluye la prestación de los siguientes servicios:

- Planificación de la estrategia de medios más adecuada, en términos de eficiencia de los soportes y eficacia presupuestaria, para lograr una mayor y mejor cobertura de todas las campañas de publicidad y acciones publicitarias que realice la Fundación ICO teniendo en cuenta los diferentes públicos objetivos de cada acción.
- Adquisición, compra o contratación de los espacios, soportes y medios necesarios para la difusión y ejecución de las campañas y acciones publicitarias que la Fundación ICO realice a lo largo del año, conforme a las instrucciones dadas por la propia Fundación.
- Contratación de espacios publicitarios aislados, al margen de las campañas de publicidad definidas anteriormente, en función de las necesidades definidas por la Fundación ICO.
- Control de las campañas: la empresa adjudicataria realizará un seguimiento y control de las campañas y acciones publicitarias. La empresa realizará un seguimiento continuo de la publicidad ordenada, comprobando su aparición en los medios de comunicación, verificando el cumplimiento de los objetivos propuestos, y alertará de los posibles desvíos, con el fin de subsanarlos en el menor tiempo posible.
- Realización de una memoria detallada a la finalización de cada campaña de publicidad, en la que se incluyan los resultados cuantitativos y cualitativos de la misma, así como las incidencias que se hayan producido durante su desarrollo.

Para llevar a cabo la planificación y compra de los espacios publicitarios para el desarrollo de las campañas de publicidad y de las diferentes acciones que la Fundación ICO lleve a cabo en el tiempo de duración del contrato objeto del presente procedimiento se tendrán en cuenta las siguientes consideraciones:

1.1. Objetivos

Las acciones y campañas de publicidad tienen los siguientes objetivos:

- Incrementar el conocimiento del Museo ICO y de las actividades que realiza entre el público general y especialmente entre las personas y colectivos que demandan ofertas de ocio cultural.
- Consolidar e incrementar el conocimiento del Museo ICO y de las actividades que realizan entre el público específico interesado en el arte y específicamente en la arquitectura como disciplina artística.
- Impulsar el posicionamiento de marca del Museo ICO, como única institución cultural especializada en la difusión y conocimiento de la arquitectura.
- Difusión de las actividades complementarias que desarrolla destinadas a familias, centros educativos, etc.

1.2. Público objetivo

El público objetivo a considerar para la planificación y compra de los espacios publicitarios de las principales acciones publicitarias previstas por la Fundación ICO serán los siguientes:

- Acciones del Museo ICO: sociedad en general, instituciones culturales, profesionales de la arquitectura y comunidad educativa.

La Fundación ICO se reserva el derecho de redefinir el público objetivo atendiendo a las necesidades detectadas a lo largo del período de contratación.

1.3. Previsión de actuaciones a realizar

La Fundación ICO realizará previsiblemente las siguientes acciones publicitarias:

- **Campañas de 3 exposiciones del Museo ICO con dos oleadas:** inauguración y clausura

Los soportes a utilizar serán: Medios escritos generalistas y especializados, exterior e internet.

Las fechas previstas de las exposiciones temporales que se realizarán en el Museo ICO en 2018 son las siguientes:

- Joaquín Vaquero Palacios. La belleza de lo descomunal. Asturias, 1954-1980
Del 14 de febrero al 6 de mayo de 2018
- En el tiempo. Carlos Cánovas
Del 30 de mayo al 9 de septiembre de 2018
- Diébédo Francis Kéré
Del 3 de octubre de 2018 al 20 de enero de 2019

No obstante, y con independencia de lo especificado anteriormente, la Fundación ICO se reserva el derecho a modificar el número, cuantía, calendario y soportes a

contratar de las campañas de publicidad, ante la aparición de nuevas prioridades o la modificación de los objetivos estratégicos.

2. CONDICIONES GENERALES

La Fundación ICO ejecutará normalmente sus acciones publicitarias a través de campañas cuya estructura y composición dependerá de las necesidades publicitarias y de las creatividades disponibles en cada momento.

La Central de Medios adjudicataria del contrato realizará un Plan de Medios para la contratación de los espacios publicitarios, adecuado al briefing y aplicando los precios y descuentos ofrecidos en el Anexo II del Pliego de Condiciones Generales y cumpliendo con las condiciones generales que figuran a continuación y con las condiciones específicas que se detallan para cada medio.

La compra de espacios publicitarios debe contar con la aprobación expresa de la Fundación ICO, reservándose el derecho a realizar cuantas modificaciones estime necesarias para la adecuada consecución de los objetivos establecidos para cada campaña.

- 2.1. Formatos:** Los precios y descuentos sobre tarifas ofertados por las empresas se aplicarán a cualquier formato publicitario seleccionado por la Fundación ICO, compatible con el medio del que se trate.
- 2.2. Selección de soportes:** La empresa adjudicataria deberá efectuar, a solicitud de la Fundación ICO, el plan de medios óptimo para cada una de las campañas de publicidad.

La Fundación se reserva la posibilidad de elegir los soportes a utilizar en cada campaña por razones de idoneidad y política presupuestaria.

Para la selección de los soportes a incluir en cada campaña se deberá tener en cuenta que el reparto ha de ser proporcional a los datos de audiencia, tirada, difusión y/o usuarios de cada medio proporcionados por las fuentes de medición oficiales.

Para todos los casos se tendrá en cuenta la naturaleza de la acción publicitaria, se definirá el público objetivo al que va dirigido la campaña y se seleccionarán los soportes más adecuados.

3. CONDICIONES ESPECÍFICAS PARA PRENSA

- 3.1. Selección de soportes:** el Plan de Medios podrá incluir inserciones en diarios de tirada nacional, suplementos semanales asociados a diarios, revistas periódicas de ocio y especializadas en arte, arquitectura, fotografía y urbanismo.
- 3.2.** Todos los medios que se seleccionen, tanto diarios como revistas y/o suplementos deberán disponer de datos oficiales de difusión y/o audiencia.
- 3.3.** En cada campaña podrá establecerse un calendario para distribuir los impactos de manera adecuada a las necesidades específicas de cada acción.

4. CONDICIONES ESPECÍFICAS PARA INTERNET

4.1. Selección de soportes: para la elección de soportes de internet se tendrán en cuenta las siguientes especificaciones:

4.1.1. Se planificarán soportes que por su cobertura y/o especificidad, contribuyan a potenciar y acercar el conocimiento de las acciones de la Fundación ICO y el Museo ICO entre el público objetivo, como portales generalistas, buscadores o medios de comunicación digitales especializados en arte, arquitectura, urbanismo, fotografía y formación/becas.

4.1.2. Los soportes seleccionados han de poder acreditar datos de audiencia (Comscore).

4.2. Al igual que en prensa escrita, en cada campaña podrá definirse un calendario de impactos adecuado a las necesidades de la acción.

5. CONDICIONES ESPECÍFICAS PARA SOPORTES EXTERIORES

5.1. Objetivo: las acciones en exterior estarán dirigidas a completar la difusión únicamente de las acciones de publicidad de las exposiciones del Museo ICO en el área metropolitana de la ciudad de Madrid.

6. MÁS INFORMACIÓN

Para cualquier información adicional sobre este Pliego de Prescripciones Técnicas deberán dirigirse a:

Alicia Gómez Gómez
Fundación ICO
Paseo del Prado, 4, 9ª Planta
28014 – Madrid
alicia.gomez@ico.es

En Madrid, a 17 de enero de 2018