

**Expte. nº. CCCB/2024/0004509 // CNM\_2024\_09**

## **PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS PARTICULARES APLICABLE AL ACUERDO MARCO PARA LA SELECCIÓN DE UNA ÚNICA EMPRESA PARA LA PRESTACIÓN DE LOS SERVICIOS DE GESTIÓN PARA LA INSERCIÓN DE PUBLICIDAD INSTITUCIONAL DEL CENTRO DE CULTURA CONTEMPORÁNEA DE BARC**

---

### **1. Definición del objeto del contrato**

El concepto de «publicidad» se encuentra definido en la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad como «toda forma de comunicación realizada por una persona física o jurídica, pública o privada, en el ejercicio de actividad comercial, industrial, artesanal, profesional con el fin de promover de forma directa o indirecta la contratación de bienes muebles o inmuebles, servicios, derechos y obligaciones».

Según la Ley 18/2000, de 29 de diciembre, por la que se regula la publicidad institucional, «La publicidad institucional es un elemento más de la comunicación pública que sirve para intercambiar y compartir información de utilidad para los ciudadanos».

El Centro de Cultura Contemporánea de Barcelona (CCCB) es un consorcio público que tiene entre sus finalidades impulsar todas las formas de expresión artística y de reflexión humanística, así como todos los aspectos incardinados en el proceso de creación, producción y difusión de la cultura. Con esta finalidad, el CCCB ofrece un amplio abanico de ofertas para todas las edades y todos los intereses vinculadas con las líneas de programación del CCCB y con la voluntad de hacer accesible su programa a todos los públicos.

La publicidad de la actividad que se lleva a cabo desde el CCCB permite informar a la ciudadanía de Barcelona, de Cataluña y de España en general sobre las actividades y proyectos que desarrolla el CCCB y que son de interés general para la población .

El presente contrato, promovido por el Servicio de Comunicación y Cultura Digital, tiene por objeto la prestación de servicios de gestión para la inserción de publicidad institucional del Centro de Cultura Contemporánea de Barcelona (CCCB) en los medios de comunicación convencionales.

La inserción de publicidad se hará mediante **campañas multimedia**, esto es, campañas o acciones que se difundan en medio impreso, radio, medio exterior, así como en medios digitales, salvo redes sociales y buscadores. Quedan excluidos los anuncios oficiales y las acciones especiales (marketing de guerrilla, influenciadores, relaciones públicas, etc.), sean o no digitales.

El CCCB planifica sus inserciones para anunciar la programación de la institución. Esta planificación en los medios de comunicación consta de diferentes mensajes y creatividades para informar de las diferentes actividades que se llevan a cabo.

### **2. Especificación del servicio a contratar**

La empresa contratista realizará los siguientes servicios :

**Expte. nº. CCCB/2024/0004509 // CNM\_2024\_09**

a) Hacer de intermediaria y apoyar la negociación para la contratación de los espacios publicitarios planificados previamente por el CCCB, incluidas las acciones de *branded content*. La empresa contratista confirmará o negociará los mejores precios/descuentos para los espacios publicitarios, medios y soportes objeto de esta contratación y que se detallan en la cláusula 4 del presente pliego de prescripciones técnicas y realizará la contratación.

Estos precios/descuentos tendrán que igualar o mejorar la oferta económica presentada en esta licitación.

La contratación de los espacios publicitarios también incluye la tramitación de las inserciones publicitarias puntuales a distintos soportes que no pueden tener planificación previa por su necesidad comunicativa inmediata.

b) Conocer y comunicar las especificaciones técnicas de los materiales a entregar para las diferentes inserciones.

c) Velar por el cumplimiento del calendario planificado y confirmar o responsabilizarse del recibimiento y/o recogida del material gráfico y audiovisual en el Servicio de Comunicación y Cultura Digital del CCCB, para que llegue en tiempo a los respectivos medios.

d) Controlar y realizar el seguimiento de las campañas y las inserciones de publicidad en los medios de comunicación contratados, asegurando que se cumple la planificación acordada con cada uno de los medios.

e) Presentar los resultados a través de una plantilla Excel (anexo al presente pliego de prescripciones técnicas) acompañada de un informe con gráficos e interpretaciones que permitan valorar la eficacia de la campaña contratada. Cada una de las campañas tendrá que tener su propio Excel e informe. Este documento deberá contener la evaluación final de la campaña en la que quedarán recogidas las posibles incidencias, cambios o reconducciones de la campaña o inserciones, y todos los resultados cuantitativos. El cierre de la campaña, que consistirá en la entrega de los comprobantes de cada inserción y los resultados de las mismas, deberá presentarse, como muy tarde, en el plazo de 20 días hábiles después de la finalización del último impacto de campaña.

f) Celebrar reuniones bimensuales con el equipo del CCCB para corregir o revisar las campañas y las inversiones de la publicidad contratada.

**3. Requerimientos técnicos, humanos y tecnológicos necesarios**

La empresa contratista, a fin de garantizar la gestión de la planificación y control de las campañas, deberá tener disponibles, como mínimo, las siguientes fuentes de medición o estudios básicos:

- OJD y PGD: para las tiradas y difusiones de los soportes impresos.
- EGM- Barómetro : para las audiencias.
- Kantar Media o JP Media: para las audiencias de televisión y el control de las campañas de televisión, y otros soportes.
- Geomex : para las audiencias de exterior.
- Comscore o GFK: para las audiencias de los soportes digitales.
- Auditsa : para el control de las campañas de radio.

**Expte. nº. CCCB/2024/0004509 // CNM\_2024\_09**

Si durante la vigencia de este contrato alguna de estas fuentes desapareciese, debería sustituirse por otra equivalente acreditada por el mercado.

Habrà que aportar los documentos acreditativos conforme disponen de las fuentes de medición mínimas requeridas.

La empresa contratista debe disponer, en propiedad o en alquiler, de *adserver*s para la gestión de las campañas digitales.

La empresa contratista, además, debe poner a disposición del CCCB un equipo de trabajo que tenga experiencia demostrada en la planificación y seguimiento de campañas, sobre todo regionales, comarcales y locales.

El equipo o persona que la empresa contratista ponga a disposición del CCCB debe demostrar que, desde la fase inicial hasta su inserción final en los medios y su posterior análisis, puede encargarse y seguir la planificación de medios.

La empresa contratista debe contar dentro de su estructura de los perfiles profesionales que permitan ofrecer el servicio solicitado; por eso se requerirá como mínimo los siguientes: un gestor/a de cuentas-planificador de medios, un/a analista de datos, y gestor/a de facturación. Las funciones de las que quedan descritas de la siguiente forma:

- **Gestor/a de cuentas:** con una experiencia mínima contrastada de 5 años en el trabajo en central de medios. Será la persona encargada de la intermediación o interlocución con el responsable del contrato y los medios de comunicación y de velar por el cumplimiento de la planificación previa establecida por el CCCB.
- **Analista de datos:** con una experiencia mínima contrastada de 3 años en el trabajo de análisis de datos en una central de medios. Será la persona encargada de pedir a cada medio, soporte o plataforma los comprobantes de las diferentes acciones contratadas; enviar estos comprobantes junto con el informe de resultados de la campaña al equipo de publicidad del CCCB, en el tiempo pactado. Los informes se presentarán según se acuerde previamente con el CCCB.
- **Gestor de facturación:** será la persona encargada de emitir en tiempo y forma las facturas correspondientes a las acciones ya efectuadas; será el contacto con el equipo de facturación del servicio de comunicación del CCCB para resolver cualquier incidencia respecto a las facturas.

**4.- Tipologías de soportes y medios objeto de contratación.****4.1. Medios impresos****Prensa general y deportiva**

- Ara
- El Mundo
- El País
- El Periódico de Cataluña
- El Punt Avui
- La Vanguardia
- Otra prensa general de ámbito catalán y español
- Sport
- Otra prensa deportiva de ámbito catalán y español

**Expte. nº. CCCB/2024/0004509 // CNM\_2024\_09**

- Prensa económica de ámbito catalán y español
- Prensa gratuita de ámbito catalán y español
- Prensa de ámbito internacional

**Prensa comarcal y local**

- La Opinión de Zamora
- Diario de Tarragona
- El Segre
- Otra prensa comarcal y local de ámbito catalán

**Revistas y suplementos. Generalistas y especializados**

- Bonart
- Caimán Cuadernos de Cine
- Cinemanía
- El Culturista
- Exit
- JotDown
- Mercurio
- Mondosonoro
- Neo2
- Nuevo
- Panenka
- Rockdelux
- SoFilm
- Teatro BCN
- Tendencias del mercado del arte
- Otras revistas y suplementos de ámbito catalán, estatal e internacional
- Otras revistas especializadas editadas por los colegios profesionales, ferias comerciales y similares.

**4.2 Medios digitales****Webs de noticias y televisión**

- vilaweb.cat
- 20minutos.com
- elnacional.cat
- diario.es
- Otras webs de noticias de ámbito catalán y español
- Webs de CCMA

**Webs de las asociaciones**

- Webs de la ACPC
- Webs de la APPEC
- Webs del AMIC

**Otras webs sectoriales**

- Marea
- Masdearte
- Núvol
- Surt de casa
- Teatron
- TotBCN

**Expte. nº. CCCB/2024/0004509 // CNM\_2024\_09**

- Otras webs culturales, de estilo de vida, viajes, ocio, familia
- Otras webs de ámbito catalán
- Otras webs de ámbito es pañol
- Otras webs de ámbito internacional

**Móviles y otros dispositivos**

**4.3 Medios radiofónicos**

- Catalunya Radio
- Catalunya Informació
- Resto de emisoras de la CCMA
- Flash FM y Flaixbac
- Rac 1
- SER Cataluña
- Otros radios de ámbito catalán
- SER
- Onda Cero
- Otras radios de ámbito es pañol
- Radios de ámbito internacional
- Podcast de emisoras convencionales
- Radio Primavera Sound
- Y otras radios exclusivamente digitales, podcast y otros formatos digitales

**4.4 Medios exteriores**

- Autobuses urbanos Barcelona ciudad
- Cine
- Piso en paradas autobús y mobiliario urbano exterior
- Opis Ferrocarriles de la Generalitat
- Opis metro Red Metropolitana Barcelona Paper
- Opis metro Red Metropolitana Barcelona Digital
- Tranvías de Barcelona
- Otros soportes similares de ámbito local y comarcal
- Otros soportes similares de ámbito catalán y español.

LA JEFA DEL SERVICIO DE COMUNICACIÓN  
Y CULTURA DIGITAL

LA SUBDIRECTORA-GERENTE

**Expte. nº. CCCB/2024/0004509 // CNM\_2024\_09**



## Metadades del document

<b>Núm. expedient</b>	CCCB/2024/0004509
<b>Tipus documental</b>	Plec de clàusules o condicions
<b>Títol</b>	PPT aplicable a l'acord marc per a la selecció d'una única empresa per a la prestació dels serveis de gestió per a la inserció de publicitat institucional del CCCB als mitjans de comunicació convencionals (ESP)

## Signatures

<b>Signatari</b>		<b>Acte</b>	<b>Data acte</b>
Mònica Muñoz-Castanyer Gausset (TCAT)	Cap Servei Comunicació i Cultura Digital	Signa	24/10/2024 14:26
Pilar Soldevila Garcia (TCAT)	Subdirectora - Gerent	Signa	24/10/2024 16:48

## Validació Electrònica del document

<b>Codi (CSV)</b>	<b>Adreça de validació</b>	<b>QR</b>
50df95cc7ce8198be416	<a href="https://seuelectronica.diba.cat">https://seuelectronica.diba.cat</a>	