museoPICASSOmálaga

PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS PARA LA CONTRATACIÓN DE LOS SERVICIOS DE PLANIFICACIÓN, GESTIÓN DE COMPRA DE MEDIOS, SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN DE LAS DIFERENTES CAMPAÑAS DE PUBLICIDAD DE LA PROGRAMACIÓN 2027 DEL MUSEO PICASSO MÁLAGA.
PROCEDIMIENTO ABIERTO. TRAMITACIÓN GENERAL.
EXP. 2187

ÍNDICE

CLÁUSULA 1ª.- OBJETO DEL CONTRATO

CLÁUSULA 2ª.- SERVICIOS A CONTRATAR Y ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

CLÁUSULA 3ª.- DURACIÓN

CLÁUSULA 4ª.- PRESUPUESTO Y FACTURACIÓN

CLÁUSULA 5ª.- CRITERIO DE ADJUDICACIÓN

CLÁUSULA 6ª.- INCIDENCIAS

CLÁUSULA 1°.- OBJETO DEL CONTRATO

El presente pliego tiene por objeto la regulación de la contratación del servicio de publicidad consistente en la planificación, contratación, producción derivada, seguimiento y evaluación de las campañas en los espacios y soportes de medios online u offline, de carácter nacional e internacional, necesarios para la difusión de las campañas publicitarias del Museo Picasso Málaga (en adelante MPM).

La difusión del MPM está orientada a reflejar la dimensión, labor, calidad y notoriedad del museo creando una opinión e imagen favorable hacia la institución a la vez que incentivar la participación en la variedad de actividades derivadas de la programación cultural y educativa.

En la adjudicación del presente concurso se requiere:

- Maximizar el impacto al público objetivo en los distintos ámbitos geográficos de acción.

- Aumentar la notoriedad de marca.

- Aumentar la rentabilidad de la inversión publicitaria.

- Detectar y asesorar sobre aquellos medios y soportes idóneos para ello.

El contrato excluye:

- El diseño[1] gráfico de campaña y posterior adaptación de artes finales así como de los demás elementos relativos a la creatividad.

CLAUSULA 2°- SERVICIOS A CONTRATAR Y ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

Ejecución de las campañas de publicidad corporativa y refuerzo del comodato (1 y 7), las exposiciones temporales 2, 4 y 5 del programa expositivo de 2027, las exposiciones itinerantes e instalaciones menores 3 y 6, así como la programación de actividades culturales y acciones de los departamentos de Educación y Tienda respectivamente (8).

Los servicios a ejecutar: planificación, contratación, producción (en los casos requeridos), seguimiento, evaluación y consultoría.

1. La planificación y la contratación

La agencia será responsable de diseñar las planificaciones derivadas de cada campaña publicitaria.

En la planificación se deberá considerar que el MPM cuenta en la actualidad con el apoyo en publicidad de tres grupos editoriales miembros protectores del MPM: Diario Sur, Grupo Joly y La Opinión de Málaga. Además de Fundación AENA con el espacio publicitario en el aeropuerto de Málaga - Costa del Sol.

La agencia planificará e incluirá las bolsas de Diario Sur, Grupo Joly y La Opinión de Málaga, según las indicaciones del personal del MPM. La inversión de estas bolsas será asumida directamente por el MPM y por lo tanto quedará fuera del importe de la que esta contratación es objeto.

---

[1] Consultar cláusula 2ª apartado dos.

El acuerdo con Fundación AENA no se planificará desde la entidad adjudicataria.

Los representantes del MPM, una vez analizadas las propuestas, podrán efectuar aquellas modificaciones que consideren oportunas sobre las planificaciones presentadas.

La agencia responderá a cuantas consultas técnicas sean requeridas por el MPM.

Antes del lanzamiento de cada campaña el MPM confirmará las acciones que se incluirán y las fechas en las que deberá ejecutarse cada contratación/inserción publicitaria previo consenso con la agencia.

La agencia deberá presentar a la confirmación de cada planificación su consiguiente plan de facturación mensual[2].

La compra y publicación de espacios publicitarios de cada campaña debe contar siempre con la aprobación expresa del MPM.

La Gerencia del MPM designará para el presente contrato un gestor que será quien supervise la correcta ejecución. El nombramiento del gestor será oportunamente comunicado a la empresa adjudicataria una vez se haya formalizado el contrato.

2. La producción de materiales

La gráfica de las diferentes campañas será desarrollada por el MPM en función de cada uno de los contenidos a difundir. Así como el diseño, los artes finales y/o piezas audiovisuales.

El arte final y el material audiovisual requeridos serán entregados a la agencia con la necesaria antelación por parte del gestor del MPM.

El requerimiento del material deberá realizarse por parte de la agencia con al menos 7 semanas de antelación a la fecha de su entrega.

La agencia adjudicataria estará encargada de hacer llegar a tiempo el material publicitario necesario a cada medio, así como de velar por la correcta publicación o emisión del mismo en términos de calidad y de correcta ubicación, reproducción o emisión de dicho material.

La producción de materiales para soportes que se requieran (como por ejemplo el material de medios de exterior) será gestionada y asumida por la empresa adjudicataria y deberá figurar como concepto diferenciado en el presupuesto y facturación de cada campaña.

Toda aquella producción de material de difusión de la marca MPM deberá ser previamente aprobada por el MPM pudiendo requerir así pruebas de color o de material.

3. El seguimiento y evaluación de las campañas

Una vez aprobados los planes de medios la agencia procederá a la reserva, compra de espacios, seguimiento del desarrollo de la misma y pagos a los soportes hasta la finalización de la campaña, así como el cierre de campaña.

La empresa adjudicataria realizará y compartirá con el MPM el seguimiento de las campañas, incluidos los soportes de los miembros protectores del MPM anteriormente citados, con el fin

[2] Consultar cláusula 2ª apartado uno.

de verificar el cumplimiento de objetivos, la aparición de las inserciones e impactos en los distintos medios, etc., realizando y presentando así mismo, un análisis de los resultados.

Los informes de seguimiento de las campañas se realizarán mensualmente y a su finalización. Posteriormente se requerirá un informe de cierre anual.

El MPM se reserva el derecho a solicitar cualesquiera otros informes o datos de seguimiento cuando así lo estime necesario para la valoración de la correcta marcha de la inversión.

CLÁUSULA 3ª.- DURACIÓN

La prestación del servicio comenzará el 1 enero de 2026 y llegará a su término el 31 de diciembre de 2026, independientemente de las campañas que hayan comenzado y/o continúen, respectivamente, en el ejercicio previo o posterior a los plazos de este contrato.

CLÁUSULA 4ª.- PRESUPUESTO Y FACTURACIÓN

La agencia procederá a contratar directamente la difusión de las campañas en los medios y soportes publicitarios que se establezcan como definitivos tras la aprobación por parte del MPM de la inversión que corresponde según el presupuesto del MPM para 2027 que se fijará en el Pliego de Cláusula Jurídicas Particulares. En esta cifra se incluyen los costes de exhibición, producción, colocación y los honorarios de la agencia por la prestación del servicio que se licita.

Las campañas previstas en el precio de la licitación y el porcentaje (estimado) destinado a cada una de ellas son las siguientes:

- *Corporativa y comodato* (1) — 1 enero / 31 diciembre — **51,76 % inversión**
- *Munch-Picasso* (2) — 1 enero / 28 febrero — **10,30 % inversión**
- *John Akomfrah* (3) — 15 abril / 12 septiembre — **1,51 % inversión**
- *Picasso grabador* (4) — 11 junio / 7 noviembre — **11,56 % inversión**
- *Rothko, Picasso, Goya* (5) — 28 octubre / 31 diciembre — **12,06 % inversión**
- *Reflejos (Jaén)* (6) — por definir — **2,76 % inversión**
- *Campaña de verano (7) – 15 junio / 15 septiembre – 7,54 %*
- Actividades, Educación, Tienda, otros (8) — 1 enero / 31 diciembre — **2,51 % inversión**

NOTA: las campañas que indican su comienzo el 1 de enero son una continuación de campañas que comenzaron durante ejercicio anterior al que compete la duración de este contrato, al igual que las que tienen por fecha límite el 31 de diciembre continuarán en el ejercicio siguiente, tal y como se indica en la claúsula 3ª.

Al cierre de la planificación se presentará la previsión de facturación mensual para su control. El importe de las contrataciones realizadas en los diferentes soportes publicitarios gestionados por la agencia se facturará mensualmente, adjuntando a su factura la factura del proveedor de la agencia y los justificantes de documentación acreditativa de la emisión/difusión realizada.

Todos los pagos se producirán previa emisión de factura por el adjudicatario, que será abonada por el Museo a 30 días de la recepción de la misma una vez se haya procedido a su aprobación y firma por parte del técnico y Gerencia, en el Registro Contable de la Fundación Museo Picasso Málaga, siendo la fecha de efecto el 30 del mes correspondiente.

La facturación derivada de la planificación realizada en los medios protectores, se realizará directamente entre el MPM y el medio protector.

CLÁUSULA 5ª.- CRITERIOS DE ADJUDICACIÓN

Los criterios de adjudicación valorarán la idoneidad según aspectos económico y técnicos.

La propuesta económica valorará el gasto requerido por el servicio prestado en la gestión de la inversión publicitaria.

En la valoración del criterio técnico se requerirá la presentación de un proyecto de memoria de cada una de las campañas para evaluar la idoneidad en la línea de la estrategia de difusión del MPM. Asimismo, se puntuará la asignación de personal por parte de la agencia a la cuenta del museo. El personal asignado estará disponible para la atención y seguimiento que el MPM requiera.

CLÁUSULA 6ª.- INCIDENCIAS

La empresa adjudicataria deberá informar sistemáticamente al gestor del contrato del desarrollo de las acciones, anticipándose, en la medida de lo posible, a las probables incidencias que pudieran producirse a lo largo del desarrollo del contrato y comprobando que se han cumplido todos y cada uno de los aspectos de la oferta contratada.

En Málaga, a 09 de noviembre de 2026.

Responsable de Promoción, Difusión y Desarrollo de Públicos MPM

Fundación Museo Picasso Málaga

Fdo.: Sixto Martín García

Conforme el Delegado del Consejo Ejecutivo MPM

25720516F DAVID OSCAR NAVAS (R: G93040335)

Firmado digitalmente por 25720516F DAVID OSCAR NAVAS (R: G93040335)
Fecha: 2026.11.10 13:07:27 +01'00'

Fdo.: David O. Navas Márquez