

# GUGGENHEIM BILBAO

## PLIEGO DE CONDICIONES TÉCNICAS QUE RIGE LA CONTRATACIÓN DEL SERVICIO DE SEGUIMIENTO Y ANÁLISIS DE NOTICIAS DEL MUSEO GUGGENHEIM BILBAO

El objetivo de este Pliego es determinar las especificaciones necesarias, en cuyo marco, el contratista deberá prestar el servicio de seguimiento, recopilación, envío, archivo y análisis de las noticias difundidas por los medios de comunicación en relación con el Museo Guggenheim Bilbao (en adelante, el Museo).

### ALCANCE

El contratista deberá prestar un servicio riguroso y de calidad, basado en el conocimiento de los medios de comunicación online y offline, así como en los medios técnicos y humanos necesarios para el desarrollo del trabajo descrito. El contratista deberá cubrir el seguimiento y análisis de noticias, según lo expuesto en el presente Pliego, garantizando, como mínimo las siguientes prestaciones:

#### 1. Seguimiento diario y clasificación de noticias

**1.1 Seguimiento diario y clasificación de prensa impresa, suplementos y revistas españolas,** comprendiendo las noticias relativas al Museo, a otras sedes de la Red Guggenheim, y a otras entidades culturales de interés (museos, galerías, artistas, arquitectura, diseño, instituciones culturales, etc.). Las noticias serán clasificadas diariamente en los temas y subtemas definidos por el Museo. Estos temas y subtemas podrán modificarse o ampliarse a lo largo de la vigencia del contrato.

El Museo facilitará de forma habitual links o pdfs publicados principalmente en medios locales, para su inclusión y correcta clasificación en la plataforma por parte del contratista (etiquetando medio y periodista), quien deberá procurar los datos de audiencia y tarifas publicitarias de los mismos sin coste adicional.

Se valorará el número de ediciones controladas para el seguimiento en prensa diaria, el número de suplementos y revistas, especialmente las revistas de diseño, arte, decoración, arquitectura, ocio, tendencias, moda y belleza, y estilo de vida.

El Museo podrá solicitar también de forma puntual el rastreo de noticias relacionadas con un tema concreto sin coste adicional.

**1.2 Seguimiento diario y clasificación de prensa internacional impresa,** incluyendo la selección de noticias relativas al Museo en prensa diaria y revistas de, como mínimo, los siguientes países: Reino Unido, Francia, Alemania, Portugal, Italia y Estados Unidos; así como su clasificación en los temas y subtemas a definir por el Museo. La clasificación de estas noticias se realizará diariamente.

# GUGGENHEIM BILBAO

Se valorará el seguimiento de prensa en otros países de interés para el Museo, así como de aquellas noticias relativas a la actividad de otros museos, galerías, artistas, arquitectura, diseño o instituciones culturales a nivel internacional.

El Museo facilitará de forma habitual links o pdfs publicados en otros países para su inclusión y correcta clasificación en la plataforma por parte del contratista (etiquetando país, medio y periodista), quien deberá procurar los datos de audiencia y tarifas publicitarias de los mismos sin coste adicional.

Puntualmente, y en torno a una exposición (máximo 3 veces al año), el Museo podrá solicitar el seguimiento de países adicionales durante un periodo que no excederá los 4 meses. Asimismo, el Museo podrá solicitar también de forma puntual el rastreo de noticias relacionadas con un tema concreto sin coste adicional.

## **1.3 Seguimiento diario de noticias** relativas al Museo en cadenas de **televisión y radio en España** y clasificación de las mismas en los temas y subtemas a definir por el Museo.

Se valorará el número de televisiones nacionales y autonómicas, de radios nacionales y sus desconexiones autonómicas, y de televisiones y radios locales controladas, con especial interés en el número de programas analizados en EITB.

El Museo facilitará de forma puntual archivos de TV y radio emitidos en otros países para su inclusión y correcta clasificación en la plataforma por parte del contratista (etiquetando país, medio y periodista), quien deberá procurar los datos de audiencia y tarifas publicitarias de los mismos sin coste adicional.

## **1.4 Seguimiento de la presencia del Museo en medios digitales y en redes sociales.**

El contratista deberá realizar un seguimiento de la presencia del Museo en medios digitales y en las redes sociales en las que el Museo tiene perfiles, a las que se añadirá Tik Tok, valorándose la amplitud de medios y redes online analizados, su audiencia y cobertura geográfica.

A los efectos del análisis contratado, la empresa contratista deberá presentar certificados oficiales de audiencias. Los datos de audiencia de prensa, televisión, radio y medios online deberán provenir exclusivamente de fuentes oficiales. En el caso de la prensa escrita y la radio, se deberá recurrir al Estudio General de Medios (EGM) como fuente válida, y en el caso de TV y medios online deberá presentarse los certificados de Kantar y GFK, respectivamente.

## **2. Informes**

### **2.1 Revistas de prensa diaria**

El contratista será responsable del envío diario, vía email, antes de las 9:30 horas (antes de las 10:00h sábados, domingos y festivos nacionales), de un clipping que recogerá las noticias del Museo aparecidas en medios (prensa, radio, TV, online), así como las principales noticias protagonizadas por otros museos.

Diariamente, una persona de la empresa contratista se encargará de la revisión y el filtrado de las noticias, asegurando un orden coherente de las informaciones, en función del protagonismo

# GUGGENHEIM BILBAO

del Museo y la importancia del medio, y evitando la repetición de la misma noticia publicada en las distintas ediciones regionales/comarcales del mismo medio (todos estos impactos regionales/comarcales sí se tendrán en cuenta, sin embargo, en el recuento y clasificación de impactos para los informes).

En la revista de prensa se agruparán las noticias por temática.

El envío se realizará desde una dirección de email atendida por personas, y el Museo podrá solicitar la modificación de la revista de prensa.

En el caso de las noticias online, la revista deberá adjuntar un link al texto de la noticia, no siendo suficiente el titular, e incluirá los impactos en las principales cabeceras que cuentan con muros de pago en España, Reino Unido, Francia e Italia.

La inclusión en la revista de prensa de las noticias procuradas por el Museo al contratista deberá realizarse idealmente el mismo día, siendo el plazo máximo de tres días. Así mismo, se informará al Museo una vez la noticia esté disponible en la plataforma de la empresa contratista.

## **2.2 Informe de redes diario**

El contratista será responsable del envío diario, vía email, antes de las 9:30h (antes de las 10:00h sábados, domingos y festivos nacionales), de un informe de las publicaciones más relevantes sobre el Museo en X, que se seleccionarán en función de la autoridad de la fuente por su número de seguidores y el protagonismo del Museo, evitando repeticiones idénticas de la misma publicación. Una persona realizará el filtrado para asegurar la coherencia, relevancia y orden del informe.

## **2.3 Informes mensuales de redes**

Envío de informes mensuales con la valoración cuantitativa y cualitativa de la presencia del Museo Guggenheim Bilbao en las redes sociales en las que actualmente el Museo tiene cuentas, incluyendo asimismo Tik Tok.

## **2.4 Informes trimestrales e informe anual**

Envío de cuatro informes trimestrales con la valoración cuantitativa y cualitativa de la presencia del Museo Guggenheim Bilbao en medios nacionales e internacionales offline y online, que permitan evaluar los resultados de las acciones de comunicación del Museo. Estos informes incluirán también los impactos en redes sociales recogidos en los informes mensuales de redes, valorados en términos de audiencia y valoración económica.

Puntualmente, el Museo solicitará informes adicionales para periodos concretos, que indicarán el número de impactos por tipo de medio, países y temáticas, incluyendo la valoración económica y audiencia impactada.

Todos los datos reflejados en cada uno de los informes deberán estar verificados, de manera que quede asegurada la consistencia entre los informes parciales y el anual.

# GUGGENHEIM BILBAO

El informe anual, que deberá ser entregado antes del 15 de febrero del año siguiente, detallará al menos, los siguientes parámetros para cada uno de los países objeto de análisis: número de referencias por medio, temas y subtemas más relevantes, exposiciones, valoración económica y audiencia impactada.

El informe anual deberá incluir también los impactos en redes sociales y su valoración económica y en términos de audiencia, así como un análisis comparativo de los impactos en medios online internacionales del Museo y de cada uno de los principales museos españoles (Prado, Reina Sofía, Thyssen, IVAM, MACBA, MUSAC, Picasso, Dalí, etc.) y extranjeros (Centro Pompidou, Tate Modern, MOMA, National Gallery de Londres, Louvre, Metropolitan, etc.).

## DESARROLLO DEL SERVICIO

Para la prestación del servicio, el contratista deberá poner a disposición del Museo una plataforma a la que el Museo podrá acceder al seguimiento a través de internet en cualquier momento y desde cualquier lugar, mediante un nombre de usuario y una clave personal. La plataforma será totalmente adaptable (responsive), garantizando una experiencia de usuario óptima en cualquier tipo de dispositivo. La información estará disponible en el portal web proporcionado por el contratista, el cual estará diseñado específicamente para el Museo en base a las necesidades y características particulares, a través de una interfaz intuitiva y alineada con su identidad corporativa.

Por otra parte, el Museo utiliza la herramienta Augure para la gestión de la comunicación. El contratista deberá garantizar la integración de todas las noticias en Augure, incorporando igualmente las noticias de medios internacionales no incluidos en la base de datos del proveedor de press clipping, clasificando de forma separada el nombre del medio y el titular e identificando también el nombre del periodista.

Además, la empresa contratista será responsable de conservar todo el historial de impactos del Museo (desde su apertura) durante toda la vigencia del contrato. Una vez finalizado el contrato, el historial se mantendrá accesible durante un período mínimo de seis meses adicionales, y la exportación del mismo se hará teniendo en cuenta la clasificación de noticias que el Museo ha realizado durante el tiempo que ha durado el contrato.