

PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS PARA EL SERVICIO DE CONSULTORÍA Y DISEÑO DE NUEVA IDENTIDAD DE MARCA DE CANAL EXTREMADURA

ÍNDICE

1. Introducción	3
2. Objeto del servicio	5
3. Definición del servicio y objetivos del rebranding de Canal Extremadura	6
4. Audiencia objetivo	8
5. Alcance del proyecto	11
5.1 Creación de los equipos de trabajo	12
5.2 Revisión y análisis de la marca actual. Estudio de impacto de marca	14
5.3 Estrategia de marca	15
5.4 Rediseño de la identidad de marca	16
5.4.1 Implementación en medios y plataformas	17
5.4.2 Documentación de la nueva identidad corporativa	21
5.5 Presentación audiovisual de la nueva identidad de marca	22
5.6 Diseño del plan de comunicación interna y externa de la nueva marca	22
6. Implementación de la nueva identidad de marca y plazos de ejecución	24
6.1 Fases de implementación de la nueva identidad de marca	24
6.2 Puesta en marcha del plan de comunicación y promoción externa de la nueva imagen de marca	25
7. Requerimientos específicos	26
8. Seguimiento y ejecución del proyecto	27
8.1 Plazos de ejecución	27
9. Valoración de los proyectos presentados	31
9.1 Boceto de identidad visual	31
9.2 Propuesta técnica concreta	31
10. Propiedad intelectual	32
ANEXO Matriz de seguimiento	33

1. INTRODUCCIÓN

Desde el inicio de sus emisiones, en 2006, Canal Extremadura siempre ha perseguido, como medio de comunicación público innovador, adaptarse a las nuevas tendencias y conectar con el conjunto de habitantes de la región.

En este 2024, una vez que el ente público autonómico ya ha cumplido sus primeros 18 años de emisiones, precisa la apertura de un proceso creativo de renovación de su imagen de marca.

Este pliego de prescripciones técnicas persigue actuar como un briefing para guiar a las empresas candidatas en el proceso de rebranding de Canal Extremadura.

Nuestro objetivo es transformar la imagen y percepción de la marca para que impacte con eficacia en el público de todas las edades, al tiempo que mantenemos la esencia y los valores que han caracterizado a Canal Extremadura desde su nacimiento.

Este documento servirá como una hoja de ruta detallada, asegurando que todos los esfuerzos estén alineados con los objetivos estratégicos del medio.

Importancia del proyecto

Canal Extremadura se enfrenta a un panorama mediático en rápida evolución, donde las preferencias del público y las tecnologías están cambiando a un ritmo acelerado. Este rebranding es crucial para:

- Asegurar que la marca 'Canal Extremadura' sea relevante y atractiva para todas las franjas de edad, adaptada a todas las formas de consumo.
- Posicionar a Canal Extremadura como un líder innovador en el ámbito de los medios públicos, capaz de competir eficazmente en el entorno digital a través de su nueva plataforma OTT y otros canales digitales.
- Reforzar la conexión emocional y la lealtad del público a través de una identidad de marca revitalizada que refleje modernidad, accesibilidad y dinamismo.

Objetivos del rebranding de Canal Extremadura

El rebranding de Canal Extremadura tiene varios objetivos específicos:

- **Rejuvenecer la marca.** Rediseñar la identidad visual y la estrategia de comunicación de la marca para apelar a un público más joven, incorporando elementos visuales modernos y una voz de marca que hable directamente a los intereses y valores de las generaciones más jóvenes, pero sin olvidar el impacto en todas las demás generaciones.

- **Mejorar la presencia digital.** Desarrollar una presencia digital más fuerte y estratégica que aproveche las últimas tendencias en tecnología y redes sociales para mejorar el engagement y la interacción con el público joven.
- **Sostenibilidad y adaptabilidad a largo plazo.** Establecer una identidad de marca que no sólo sea relevante hoy, sino que también tenga la flexibilidad para adaptarse a futuras tendencias y cambios en el panorama mediático.

2. OBJETO DEL SERVICIO

Este pliego pretende establecer los términos y condiciones para contratar un servicio de desarrollo creativo de marca para Canal Extremadura.

Para ello, Canal Extremadura contempla un escenario en el que se deberán llevar a cabo las siguientes acciones:

1. Creación de dos equipos de trabajo (una parte propia de Canal Extremadura y otra formada por profesionales de la empresa licitadora con experiencia en procesos de branding).
2. Consultoría de estrategia de marca.
3. Diseño y despliegue de la nueva identidad visual y del manual de marca.
4. Planteamiento de comunicación interna y externa de la nueva marca.

Esto implica los siguientes entregables:

- Creación de los equipos de trabajo
- Revisión y análisis de la marca actual. Estudio de impacto de marca.
- Estrategia global de marca
- Diseño y desarrollo de la nueva identidad visual y manual de marca de Canal Extremadura.
- Presentación audiovisual de la nueva identidad de marca.
- Diseño de plan de comunicación interna y externa de la nueva marca junto al plan de implementación
- Implementación de la nueva identidad de marca de Canal Extremadura en todos los formatos y soportes demandados

3. DEFINICIÓN DEL SERVICIO Y OBJETIVOS DEL REBRANDING DE CANAL EXTREMADURA

El rebranding de Canal Extremadura se centra en varios objetivos estratégicos diseñados para actualizar y revitalizar la marca, haciéndola más atractiva y relevante para todas las franjas de edad.

Este proceso busca cambiar la percepción visual de la marca y profundizar en cómo interactúa con su audiencia a través de los canales disponibles.

Con este proyecto, Canal Extremadura precisa la contratación de una empresa experta en desarrollos de identidad de marca, consultoría estratégica y creativa para llevar a cabo el proceso de renovación de branding propuesto.

Entre los objetivos que se persiguen con este proceso están.

1. Rejuvenecer la imagen de marca

-Visual y comunicacional. Modernizar la identidad visual de Canal Extremadura para reflejar una imagen más fresca y contemporánea que esté en sintonía con el público más joven, sin olvidar al resto de generaciones. Una imagen de vanguardia y rejuvenecida, adaptada a los códigos visuales actuales.

Esto incluye el desarrollo de un nuevo logotipo, una paleta de colores atractiva, y una tipografía que sea llamativa y efectiva.

-Tono y estilo. Adaptar el tono de comunicación para que sea más dinámico y directo, incorporando un lenguaje que refleje la energía y los valores de los más jóvenes, pero sin olvidar al resto de público de otras generaciones.

El objetivo es crear mensajes que sean inspiradores, inclusivos y que fomenten la participación de la audiencia.

2. Unificación de la marca en todas las plataformas

-Cohesión visual y estratégica. Establecer una coherencia visual y temática en todas las plataformas—televisión, radio y la nueva plataforma OTT—para fortalecer el reconocimiento de la marca entre los usuarios. Alinear la cultura de empresa hacia la marca como símbolo de cohesión.

En este punto cabe reseñar, como se especificará en apartados siguientes, que esta cohesión vendrá definida por la estrategia de marca que se decida adoptar, valorando opciones que van desde una unificación bajo una única marca, a la creación de marcas independientes para, por ejemplo, la nueva plataforma OTT.

En cualquier caso, la imagen de marca resultante de este proceso de diseño de identidad visual deberá de mantener una coherencia que permita asociar todos los elementos presentes en Canal Extremadura.

-Manual de identidad corporativa. Desarrollar un Manual de Identidad Corporativa que recoja las pautas de uso de la identidad visual y su implementación en todos los materiales y elementos susceptibles de ser identificados con la marca. Definir las pautas generales para la implantación y aplicación de la marca en los espacios corporativos.

3. Posicionamiento competitivo y liderazgo en el mercado

-Diferenciación. Posicionar a Canal Extremadura como medio de comunicación innovador en el contenido digital y multimedia de la región.

-Relevancia cultural y social. Asegurar que la marca sea vista como un referente cultural y social que refleje la diversidad y la riqueza cultural de Extremadura.

-Salto cualitativo. Reflejar el salto cualitativo que persigue Canal Extremadura con la implementación de nuevos portales, como la plataforma OTT, y la apuesta por los medios digitales, sin menoscabo de seguir apostando por la oferta en televisión y radio.

4. Flexibilidad

Desarrollar una marca que no sólo sea relevante en la actualidad, si no que tenga la flexibilidad suficiente para mantenerse en tendencia durante años.

4. AUDIENCIA OBJETIVO

Una de las razones fundamentales de la elaboración de este Pliego de Prescripciones Técnicas previo al proceso de rebranding de la marca Canal Extremadura es establecer y definir los rasgos que identifican al público que consideramos objetivo.

Este proceso implica no sólo identificar a los grupos demográficos clave, sino también entender sus comportamientos, preferencias y expectativas.

Este enfoque nos permitirá desarrollar una marca y estrategias de contenido que se alineen con sus intereses y estilos de vida.

1. Características demográficas

-Edad. Pese a que Canal Extremadura es un medio público global para toda la región, con un enfoque heterogéneo en cuanto a su audiencia objetivo, es cierto que el proceso de replanteamiento de marca pretende centrarse, principalmente, en un público entre 16 y 50 años.

Este rango abarca tanto a adolescentes como a adultos, incluyendo estudiantes universitarios y jóvenes profesionales. Público que, hoy en día, puede sentirse excluido de la propuesta y los valores de marca de Canal Extremadura.

-Ubicación Aunque el enfoque principal está en Extremadura, también se considerará la diáspora de Extremadura en otras partes de España y potencialmente en el extranjero.

2. Comportamientos y hábitos de consumo de medios de la audiencia objetivo

-Plataformas digitales. Alta predisposición a utilizar dispositivos móviles y plataformas digitales para consumir contenido. Preferencia por el streaming, las redes sociales y las aplicaciones dedicadas para noticias y entretenimiento.

-Multitarea. Tendencia a consumir múltiples formas de medios simultáneamente, como navegar por internet mientras ven televisión o escuchan la radio.

-Interacción y participación. Buscan oportunidades para interactuar con el contenido.

3. Preferencias de Contenido

-Formatos cortos y dinámicos. Preferencia por contenido que sea breve, visualmente atractivo y fácilmente consumible, como videos cortos, infografías y podcasts.

-Autenticidad y relevancia. Contenidos que reflejen sus realidades, intereses y preocupaciones, como la cultura joven, la tecnología, la educación, el empleo, y la sostenibilidad.

-Inclusividad y diversidad. Expectativa de que los medios representen una amplia gama de perspectivas y voces, reflejando la diversidad de la sociedad actual.

4. Valores y expectativas

-Transparencia y credibilidad. Alta valoración de la honestidad y la transparencia en la presentación de noticias y contenido informativo.

-Innovación y creatividad. Atracción hacia marcas que muestran innovación, creatividad y que se arriesgan con nuevos formatos y enfoques en la producción de contenido.

-Responsabilidad social. Un fuerte interés en marcas que demuestran compromiso con cuestiones sociales y ambientales.

5. Engagement y fidelización

-Interactividad. Esperan que la marca fomente la participación a través de contenido interactivo.

-Fidelización. Buscan construir relaciones a largo plazo con marcas que constantemente les ofrezcan valor, tanto en forma de entretenimiento como de información y educación.

6. Comunicación y marketing

-Canales preferidos. Uso intensivo de redes sociales como Instagram, Twitter, YouTube y TikTok para la comunicación y el engagement.

-Mensajería personalizada. Esperan que la comunicación sea personalizada y relevante para sus intereses y comportamientos de consumo.

7. Mensajes clave

El desarrollo de mensajes clave y la definición de tonos y estilos de comunicación apropiados son cruciales para garantizar que la nueva marca de Canal Extremadura se alinee con el público más joven.

Los mensajes deben diseñarse para informar, entretener y establecer una conexión con la audiencia, fomentando una relación duradera, saludable y participativa con la nueva imagen de marca.

La nueva imagen de marca debe de posicionar a Canal Extremadura como una fuente de contenido creativo, fresco y vanguardista.

En este sentido, una de las líneas fundamentales que se debe de perseguir con esta nueva identidad de marca es el fomento de la participación entre los jóvenes, haciendo que se sientan parte del proceso creativo de Canal Extremadura.

Además, se debe de reforzar el compromiso de Canal Extremadura con la comunidad autónoma, destacando el papel en la promoción de la cultura, las tradiciones y los eventos locales.

La nueva marca que proyectará Canal Extremadura deberá basarse en un lenguaje sencillo, directo y coloquial que evite jergas complicadas y hable directamente a la audiencia. Se buscará emplear un tono que les inspire y les motive a tomar acción con nuestra oferta.

La definición de este público objetivo no supone, de ninguna manera, dejar de lado los valores y características de la audiencia actual, del público más mayor. Por lo que la identidad visual resultante y los valores de marca deberán ser identificables y coherentes, también, para este segmento de población.

La propuesta de estrategia de marca deberá recoger también consejos para emplear este tipo de mensajes, así como líneas y principios que deben de regir la programación de contenidos, en todas las plataformas, para poder conectar con el público objetivo.

5. ALCANCE DEL PROYECTO

El proyecto de rebranding de Canal Extremadura abarca varias facetas de la marca, desde la identidad visual y la estrategia de comunicación hasta la integración de los cambios a través de todas las plataformas y puntos de contacto con el público, pasando por la redefinición de la planificación de contenidos.

Como se mencionaba anteriormente, Canal Extremadura contempla un escenario en el que se deberán llevar a cabo las siguientes acciones:

1. Creación de dos equipos de trabajo (Una parte propia de Canal Extremadura y otra formada por profesionales de la empresa licitadora con experiencia en procesos de branding)
2. Consultoría de estrategia de marca.
3. Diseño y despliegue de la nueva identidad visual y del manual de marca.

Esto implica los siguientes entregables:

- Creación de los equipos de trabajo
- Revisión y análisis de la marca actual. Estudio de impacto de marca.
- Estrategia global de marca
- Diseño y desarrollo de la nueva identidad visual y manual de marca de Canal Extremadura.
- Presentación audiovisual de la nueva identidad de marca.
- Diseño de plan de comunicación interna y externa de la nueva marca junto al plan de implementación

En este sentido, Canal Extremadura aboga por tres escenarios diferentes:

- **Unificación bajo una marca global.** Integrar todos los servicios bajo una sola marca coherente que represente tanto la televisión como la radio y la nueva plataforma OTT. Este enfoque unificado debe facilitar una experiencia de marca cohesiva y sin fisuras en todos los puntos de contacto con el usuario.
- **Rejuvenecer la marca actual a nivel visual,** manteniendo el mismo nombre para todos los medios actuales (Televisión y Radio) y creando un nuevo nombre para la plataforma OTT.
- **Crear una marca uniforme** que aglutine a televisión y radio **y una marca independiente para la nueva plataforma OTT.**

Canal Extremadura busca, con este proceso de rebranding, realizar, primeramente, un estudio de impacto de marca que sitúe el posicionamiento actual, al tiempo que

aporte una base sólida que permita tomar decisiones de calado, como, por ejemplo, el nombre o los nombres que se elegirán, así como toda la identidad visual resultante.

Una vez determinado el nombre (o nombres) por el que se apostará para la nueva imagen de marca, se deberán de ejecutar los siguientes trabajos:

- Revisión y análisis de la marca actual. Estudio de impacto de marca.
- Estrategia de marca
- Diseño y desarrollo de la nueva identidad visual y manual de marca de Canal Extremadura.
- Presentación audiovisual de la nueva identidad de marca.
- Diseño de plan de comunicación interna y externa de la nueva marca

5.1 Creación de los equipos de trabajo

Para organizar el proceso creativo y operativo del proceso de rebranding de Canal Extremadura, se crearán dos equipos de trabajo, uno interno y otro externo, que se encargarán de tomar decisiones, validar y evaluar las fases por las que pasará todo el proyecto.

El equipo externo lo integrarán los profesionales que la empresa adjudicataria seleccione para este proyecto, según los requerimientos de experiencia y formación de Canal Extremadura en este pliego. El equipo interno estará formado por profesionales de Canal Extremadura. Ambos equipos, externo e interno, formarán una comisión mixta que será la encargada de validar cada fase entregable del proyecto de rebranding.

El objetivo es crear un equipo especializado en branding corporativo con experiencia en proyectos similares que trabajará junto al equipo que designe Canal Extremadura. Este equipo de trabajo liderará la consultoría de marca y la estrategia resultante.

Una vez definida y validada la estrategia de marca, se desarrollará un libro de estilo a partir de las directrices de Canal Extremadura, desplegando el nuevo sistema visual y diseñando las piezas gráficas de off-air, digital y video branding en coordinación con el equipo interno de Canal Extremadura.

El equipo externo de trabajo estará formado por los siguientes profesionales:

1. Coordinador del proyecto. Esta figura será responsable de coordinar todas las acciones dependientes del equipo externo de trabajo perteneciente a la empresa licitadora.

Será la persona que coordine las acciones demandadas, que incluyen el estudio de impacto de marca, el diseño de estrategia de marca y la nueva identidad visual, así como la estrategia de comunicación para posicionarla en el mercado transmitiendo y comunicando la misión, la visión y los valores para que la marca conecte con el público objetivo.

También deberá de seguir, coordinar y velar por el cumplimiento de todos los entregables, así como el reporting de cada una de las fases a las personas responsables del equipo de trabajo de Canal Extremadura.

Deberá de acreditar una experiencia mínima de 7 años en proyectos de branding empresarial y diseño de grandes marcas.

Además, deberá contar, como mínimo, con alguna de estas titulaciones: Grado en Marketing, Grado en Publicidad y Relaciones Públicas o Grado en Comunicación.

2. Director creativo. Responsable del desarrollo de la identidad visual de la nueva marca, trabajará estrechamente con el equipo de diseño interno para garantizar la coherencia visual en todos los puntos.

Deberá acreditar una experiencia mínima de 5 años en proyectos de branding empresarial y diseño de grandes marcas.

Además, deberá contar, como mínimo, con alguna de estas titulaciones: Grado en Bellas Artes, Grado en Diseño Gráfico, Grado en Comunicación Audiovisual, o Grado en Publicidad y Relaciones Públicas.

3. Copy creativo. Será el responsable de crear y desplegar la identidad verbal, naming, storytelling y messaging de la nueva marca.

Además, deberá de hacer el reporting oportuno de su trabajo al coordinador del proyecto.

Deberá de acreditar una experiencia mínima de 5 años en proyectos de identidad corporativa, branding y diseño de grandes marcas.

Además, deberá contar, como mínimo, con alguna de estas titulaciones: Grado en Periodismo, Grado en Publicidad y Relaciones Públicas o Grado en Comunicación.

4. Diseñador gráfico especializado en branding. Deberá de conceptualizar, juntamente con los diseñadores especialistas en motion y en off-air, el branding y el sistema gráfico de la nueva marca, así como hacer el reporting oportuno al coordinador del proyecto.

Esta figura debe acreditar un mínimo de 5 años de experiencia con proyectos de identidad corporativa, branding y diseño de grandes marcas.

Además, deberá contar, como mínimo con la titulación de Grado en Diseño Gráfico

5. Equipo de diseño gráfico especializado en motion graphics y off-air. Deberán de desarrollar un libro de estilo a partir de las directrices del coordinador del proyecto, así como de los profesionales designados Canal Extremadura. Desplegarán un sistema gráfico completo de la nueva identidad visual, además de diseñar piezas gráficas de off-air, digital y video branding de las marcas en coordinación con Canal Extremadura.

El número de personas pertenecientes a este equipo lo determinará la propia empresa adjudicataria, que deberá de asegurar que el personal seleccionado es el suficiente para garantizar los entregables en tiempo y forma.

6. Equipo de investigación y análisis de marca. Serán los responsables de definir y desarrollar el estudio de impacto y penetración de la marca actual de Canal Extremadura, fundamental para la toma posterior de decisiones estratégicas del resto miembros del equipo externo.

Deberán de dar el reporting necesario al coordinador del proyecto para su posterior verificación y valoración por parte de Canal Extremadura.

El número de personas pertenecientes a este equipo lo determinará la propia empresa adjudicataria, que deberá de asegurar que el personal seleccionado es el suficiente para garantizar los entregables en tiempo y forma.

5.2 Revisión y análisis de la marca actual. Estudio de impacto de marca

Una vez constituido el equipo de trabajo, comenzarán a desarrollarse las diferentes fases de implementación.

Esta primera parte del proyecto es fundamental para comprender el punto de partida, así como las acciones que, posteriormente, definirán el proyecto de la nueva identidad de marca.

Este estudio deberá de ofrecer una visión exhaustiva de la situación actual de la marca Canal Extremadura, para determinar la percepción que de ella se tiene a nivel interno y externo, analizando cuestiones como:

- Debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades (Análisis DAFO).
- Análisis de percepción de marca.
- Análisis de la situación actual de marca.
- Percepción existente sobre Canal Extremadura.
- Grado de conocimiento sobre la oferta de Canal Extremadura en las diferentes plataformas en las que está presente.
- Sentimiento de orgullo de pertenencia o de rechazo de los extremeños y de la plantilla sobre Canal Extremadura.

- Valoración sobre los servicios informativos.
- Valoración sobre la programación en televisión.
- Valoración sobre la programación en radio.
- Valoración sobre la presencia de Canal Extremadura en redes sociales y el interés que despierta entre los más jóvenes.
- Valoración sobre la presencia de contenidos 'A la Carta' de Canal Extremadura en web y aplicaciones.
- ...

Además, será necesario llevar a cabo un análisis competitivo y de tendencias del mercado, que proporcionará una perspectiva amplia sobre el entorno en el que Canal Extremadura opera y competirá tras el rebranding. Para ello, será necesario abordar los siguientes puntos.

- **Benchmarking competitivo.** Identificar y analizar directamente a competidores clave dentro del sector de medios de comunicación públicos y privados en Extremadura y a nivel nacional. Estudiar sus estrategias de marca, posicionamiento en el mercado, innovaciones...
- **Tendencias del sector.** Investigar las últimas tendencias en medios de comunicación y branding, incluyendo digitalización, personalización de contenidos, estrategias de engagement en redes sociales y desarrollo tecnológico. Esto ayudará a anticipar cambios y adaptar la estrategia de marca para mantener la relevancia y competitividad de Canal Extremadura.

Canal Extremadura aportará al adjudicatario la información necesaria sobre la misión, visión y valores, así como las líneas maestras a seguir a nivel estratégico, definidas en el Plan Estratégico de Canal Extremadura.

Para este estudio, la empresa adjudicataria deberá de hacer una serie de entrevistas. En su oferta, deberá establecer el sistema de muestreo y el sistema de análisis escogido, así como el número de entrevistas a realizar.

Además, será fundamental realizar una investigación y análisis de la competencia, especialmente entre las radios y televisiones autonómicas de nuestro país, para tratar, en especial, sus procesos de renovación de marca y el impacto generado. En este punto se deberá analizar las tendencias del sector, especialmente las alineadas para este proceso de rebranding.

Con toda esta información, la empresa adjudicataria deberá de entregar un informe de evaluación de marca exhaustivo y con consideraciones sólidas, que permita afrontar la toma de decisiones para las siguientes fases de este proceso de rebranding y como base para la nueva propuesta.

5.3 Estrategia de marca

A partir del informe anterior, la empresa adjudicataria deberá realizar un informe con una propuesta de estrategia de marca que será la base para la nueva identidad visual.

En este punto, y tal y como se mencionaba al inicio de este apartado, el informe deberá de contener una propuesta para Canal Extremadura en la que se tome partido por una de las siguientes opciones:

- Unificación bajo una marca global. Integrar todos los servicios bajo una sola marca coherente que represente tanto la televisión como la radio y la nueva plataforma OTT. Este enfoque unificado debe facilitar una experiencia de marca cohesiva y sin fisuras en todos los puntos de contacto con el usuario. En esta opción, se pueden barajar cambios sobre el nombre actual, como abreviaturas, siglas...
- Rejuvenecer la marca actual a nivel visual, manteniendo el mismo nombre para todos los medios actuales (Televisión y Radio) y creando un nuevo nombre para la plataforma OTT.
- Crear una marca uniforme que aglutine a televisión y radio y una marca independiente para la nueva plataforma OTT.

La elección de una opción u otra deberá de estar suficientemente motivada y justificada y deberá de ser refrendada por el equipo de trabajo, externo e interno, antes de continuar con el proyecto.

El informe de estrategia de marca resultante deberá definir, además, los siguientes conceptos:

- Posicionamiento esperado de la marca o marcas
- Propuesta de valor. Articular una propuesta de valor clara y convincente que destaque los beneficios y características únicas de la nueva marca o de las nuevas marcas de Canal Extremadura. Qué hace diferente y atractiva la nueva propuesta de Canal Extremadura con respecto a otros medios.
- Valores de la nueva marca o de las nuevas marcas.
- Personalidad de la marca o de las nuevas marcas.
- Tres propuestas, a modo de boceto, de la nueva identidad visual (logotipos, tipografías, colores, sistemas de diseño...) de la marca o marcas globales, así como de la identidad visual de los servicios informativos (al menos de Informativos EXN y Deportes).

5.4 Rediseño de la identidad de marca

Una vez validado el informe de estrategia de marca, y definida la nueva identidad de Canal Extremadura, se diseñará la nueva identidad visual. Esta incluye:

Logotipo y elementos de marca. Creación de un nuevo logotipo o de nuevos logotipos, o adaptación del existente, y elementos visuales que busquen impactar en la audiencia más joven. Se deberán de diseñar e incluir variaciones para uso en diferentes medios y aplicaciones. Se deberá entregar, además, los nuevos logotipos y elementos de marca de los servicios informativos (Extremadura Noticias, Deportes, El Tiempo, Asamblea e Informativos Especiales).

Paleta de colores. Desarrollo de una paleta de colores atractiva que sea flexible para uso digital y tradicional y que refleje los valores de marca que se pretenden conseguir con este proyecto de rebranding.

Tipografía. Selección de tipografías que complementen la estética y sean legibles en todas las plataformas, desde pantallas pequeñas de móviles hasta grandes formatos publicitarios. Las tipografías elegidas deberán de ser complementarias entre sí, estableciendo diferentes niveles jerárquicos.

Imágenes y estilo visual. Definición de un estilo gráfico que se alinee con el nuevo tono de marca y sea adecuado para el público objetivo de este rebranding, que mantenga una sintonía perfecta entre el nuevo logotipo, los colores de marca elegidos, así como las diferentes tipografías. En este sentido, se deberá de aportar propuestas para los diferentes contenidos, para que las diferentes identidades visuales que partan de la marca principal tengan coherencia y transmitan, de manera uniforme, los valores que se persiguen con este rebranding.

5.4.1 Implementación en medios y plataformas

En la propuesta presentada por la empresa adjudicataria, se deberá considerar la planificación para implementar la nueva imagen visual en los espacios de la marca o marcas de Canal Extremadura.

Medios tradicionales. Aplicación de la nueva identidad visual en medios tradicionales como televisión, radio y material impreso.

Servicios informativos. La nueva imagen de marca deberá traer aparejada una nueva identidad visual y gráfica para los servicios informativos de Canal Extremadura. Esto incluye: Informativos EXN, Deportes, El Tiempo, Asamblea e Informativos Especiales (El Foro, Elecciones, Avances Especiales...)

Plataformas digitales. Hay que asegurar que la identidad visual y la estrategia de marca se extiendan de manera efectiva a todas las plataformas digitales, incluyendo la página web, redes sociales y la nueva plataforma OTT.

Contenido multimedia. Desarrollo de contenido visual y audiovisual que utilice la nueva identidad visual y estrategia de marca, incluyendo vídeos, podcasts y otros formatos.

Patrimonio. Señalética exterior e interior de edificios, personalización de oficinas, redacciones, salas de reuniones, estudios fijos y sets móviles para programas exteriores.

Medios técnicos. Unidades móviles y otros vehículos, micrófonos, ropa corporativa y de seguridad, equipamiento técnico visible (cámaras, grúas, maletas...) marcaje exterior de portátiles y móviles, lanyards.

Aplicaciones en pantalla para TV, radio, web y redes sociales. Animación de logos, moscas y demás elementos de continuidad.

En este sentido, y como punto de partida, este es el listado de medios en los que se debe de implementar la nueva imagen de marca:

-Genérico

- Vídeo reel de la nueva marca o marcas
- Desarrollo de todas las piezas del sistema gráfico de la nueva marca o marcas
- Manual de aplicación de marca

-Continuidad TV / Motion

- Mosca
- Animación logo entrada de la nueva marca o marcas
- Animación logo salida de la nueva marca o marcas
- Aperturas promo (formatos 16:9 - 9:16 - 5:4)
- Cierres promo (formatos 16:9 - 9:16 - 5:4)
- Cuerpo de promo (formatos 16:9 - 9:16 - 5:4)
- Sumarios
- Sumario modular (2-3 programas)
- Sobreimpresiones/Lowerthirds
- Sistema modular moscas/infos sobre pantalla
- Separador especificidades técnicas y de servicio
- Firma copyright Canal Extremadura
- Separadores ida a publicidad

- Separadores vuelta de publicidad
- Soporte patrocinios
- Next coming
- Cortinillas

-Identidad visual y gráfica de informativos EXN, Deportes, El Tiempo, Asamblea y programas informativos especiales

- Cabeceras (informativos EXN, deportes, El Tiempo, Asamblea y programas informativos especiales)
- Cabeceras de secciones, sumario... (informativos EXN, deportes, El Tiempo, Asamblea y programas informativos especiales)
- Sistema de rotulación (informativos EXN, deportes, El Tiempo, Asamblea y programas informativos especiales)
- Ráfagas (informativos EXN, deportes, El Tiempo, Asamblea y programas informativos especiales)
- Fondos
- Grafismos especiales (informativos EXN, deportes, El Tiempo, Asamblea y programas informativos especiales)
- Ventanas, dobles ventanas, triples ventanas y otros elementos de realización (informativos EXN, deportes, El Tiempo, Asamblea y programas informativos especiales)
- Mapas de visualización de datos
- Iconografía
- Grafismos para representaciones numéricas
- Bucles para vidis
- Sintonías (informativos EXN, deportes, El Tiempo, Asamblea y programas informativos especiales)

Canal Extremadura aportará a la empresa adjudicataria la relación detallada de todos los elementos visuales y gráficos necesarios para conformar la nueva identidad visual y gráfica de los servicios informativos.

-Márketing y branding off-air

- Piezas de Branding
- Rollups genérico de la nueva marca o marcas
- Photocall de la nueva marca o marcas
- Póster genérico de canal y de cada marca (si las hubiese)
- Coche corporativo

- Micrófonos (espuma/cubos)

-Campana presentación de la nueva marca

- Soporte publicitario en autobuses urbanos
- Vallas publicitarias
- Marquesinas de autobuses
- Lona para colocar en la fachada del edificio de Canal Extremadura
- Vinilos para las ventanas del edificio de Canal Extremadura

-Publicidad digital

- Material Display
- Imágenes markets app's para Android e iOS
- Promo vertical y horizontal
- Promo de audio

-Medios digitales

- Web
 - Menú cabecera web (desktop/tableta/móvil)
 - Módulos de directos (tv, radio, señal especial)
 - Thumbnails de programas
 - Pack de imágenes web de programas que van asociadas al branding, como informativos de tv y radio, deportes, programas de radio, Asamblea, El Tiempo...
- Apps (móvil y tablets) para todas las marcas
 - Icono de escritorio
 - Splash (pantalla de inicio)
 - Cabecera
 - Menú
 - Imágenes para los markets de iOS/Android
- Redes sociales (Instagram/X/Facebook/TikTok/Youtube/Twitch)
 - Avatares
 - Portadas
 - Plantillas de IG Stories
 - Highlights de IG
 - Thumbnails de YouTube
 - Grafismo animado para vídeo (Formatos: 16:9, 5:4, 9:16)

- Aperturas
- Cierres
- Texto sobreimpresionado
- Mosca
- HBBTV
 - Logos en menú lanzadera
- Apps para Smart TV (Plataforma OTT)
 - Avatar
 - Splash
 - Cabecera
 - Imágenes promocionales para los markets (Samsung, LG, Apple TV...)
 - Módulo directo (Todas las marcas)

-Otros entregables:

- Un claim que acompañe a todo lo que significa el rebranding
- Música corporativa

Este listado es meramente orientativo, pudiendo, Canal Extremadura, añadir nuevos elementos de diseño necesarios para implementar la marca en otros medios o expandirla a otros programas y espacios de la empresa.

IMPORTANTE. La empresa adjudicataria deberá de integrar todo el sistema visual y gráfico que se genere en los sistemas de grafismo y de continuidad utilizados en Canal Extremadura en el momento de la prestación del servicio.

Canal Extremadura aportará toda la información relacionada a los sistemas en los que se deberá de integrar la nueva identidad visual, así como los programas informativos en los que se deberá expandir la nueva imagen.

5.4.2 Documentación de la nueva identidad corporativa

La empresa adjudicataria deberá generar una guía de estilo que establezca las pautas de aplicación de la nueva marca en: print / digital / textil / señalética / video/ espacios, etc.

Para ello, se deberá de entregar a Canal Extremadura la documentación necesaria para poder trabajar con los elementos de la marca. Esta documentación debe de incluir:

Manual de identidad corporativa. Se deberá realizar un manual de identidad visual corporativa en el que se recoja todos los aspectos fundamentales de la nueva identidad visual. Deberá documentar aspectos técnicos relacionados con la construcción de los logotipos, las versiones (color, monocromo...) los colores de marca, tipografías, tamaños, iconografía... y ejemplos de uso que permitan a la plantilla de Canal Extremadura trabajar adecuadamente con los elementos de esta nueva identidad de marca, junto a los usos incorrectos que se deben evitar.

Este manual deberá ser lo más extenso posible, debiendo recoger los usos correctos e incorrectos de la nueva identidad visual completa (incluida la de informativos), además de supuestos y combinaciones posibles de tipografías, colores, logotipos...

Documentación complementaria. Elaboración de documentación relativa a nuevas prácticas de programación y de comunicación, tanto externa como interna, para tratar de impactar, con la nueva imagen de marca, en el público objetivo que persigue Canal Extremadura. Esta documentación capacitará a la plantilla de Canal Extremadura a adoptar nuevos flujos de trabajo y nuevas formas de comunicación que consolidarán el impacto perseguido con la redefinición de la imagen de marca.

Formatos. Los recursos visuales que se generen para la nueva identidad visual de Canal Extremadura deberán de ser facilitados en formatos compatibles con los sistemas de edición y engines de grafismo que Canal Extremadura utilice o tenga planificado utilizar en el corto plazo en sus sistemas de producción de informativos y continuidad.

Será de utilidad la creación de proyectos colaborativos en herramientas que permitan, a la organización de Canal Extremadura, intervenir durante el proceso de diseño de la nueva identidad visual.

5.5 Presentación audiovisual de la nueva identidad de marca

Una vez desarrollada y documentada la nueva identidad visual, será necesario realizar una pieza animada que sirva de presentación y lanzamiento del rebranding de Canal Extremadura. La duración máxima de esta pieza deberá de ser de 2 minutos y apoyará la difusión de la nueva identidad a través de la web, redes sociales y medios de comunicación.

Además, también se requerirá la creación de una pieza audiovisual explicativa de la nueva imagen de marca para usar como promoción interna y externa.

5.6 Diseño del plan de comunicación interna y externa de la nueva marca

Una vez definida la nueva identidad visual de marca de Canal Extremadura, junto a la estrategia de marca elegida, será necesario establecer acciones para comunicar los cambios

Comunicación interna. Planificación y ejecución de una campaña de comunicación interna para asegurar que toda la plantilla de Canal Extremadura esté alineada con el nuevo branding.

Comunicación externa. Será necesario plantear el desarrollo de una estrategia de comunicación externa que introduzca la nueva marca a la audiencia, utilizando técnicas de publicidad y marketing. Esta estrategia es fundamental para impactar en la audiencia, consiguiendo que la nueva imagen de marca de Canal Extremadura se interiorice lo antes posible en la ciudadanía extremeña. En este sentido, la empresa adjudicataria deberá presentar un plan de medios exhaustivo que incluya diferentes tipos de acciones publicitarias, tanto above the line (medios tradicionales como periódicos, radios, televisión...) como below de line (medios digitales, patrocinios...)

6. IMPLEMENTACIÓN DE LA NUEVA IDENTIDAD DE MARCA Y PLAZOS DE EJECUCIÓN

6.1 Fases de implementación de la nueva identidad de marca

Una vez se haya establecido la estrategia de marca y la nueva identidad visual de Canal Extremadura, se deberá de trabajar en su paulatina implementación.

En función de la estrategia de marca que se adopte, los plazos de implementación de la nueva identidad visual de Canal Extremadura serán diferentes.

Estas fases de implementación serán coordinadas por Canal Extremadura, siendo necesario que la empresa adjudicataria aporte una propuesta de ejecución junto al material necesario para llevarlas a cabo.

Las diferentes propuestas que considera Canal Extremadura para renovar su imagen de marca pasan por las siguientes opciones:

Opción 1: Unificar bajo una marca global. En este caso, se establecerían las siguientes fases de implementación:

1. Implementación de la nueva marca a la OTT
2. Implementación de la nueva marca en plataformas digitales
3. Implementación de la nueva marca en patrimonio y medios técnicos
4. Implementación de la nueva marca en medios lineales (televisión y radio), elementos de continuidad y página web corporativa y de noticias.

Opción 2: Rejuvenecer la marca actual a nivel visual y crear una marca para la plataforma OTT. En este caso, las fases de implementación serían las siguientes:

1. Implementación de la nueva marca en la plataforma OTT y plataformas digitales.
2. Implementación de la nueva marca en medios lineales (televisión y radio).
3. Implementación de la nueva marca en la página web corporativa y de noticias.
4. Implementación de la nueva marca en patrimonio y medios técnicos.

Opción 3: Crear una nueva marca uniforme para televisión y radio y una marca independiente para la plataforma OTT. En este último caso, las fases de implementación serían las siguientes:

1. Implementación de la nueva marca en la plataforma OTT y plataformas digitales
2. Implementación de la nueva marca en medios lineales (televisión y radio)
3. Implementación de la nueva marca en la página web corporativa y de noticias.
4. Implementación de la nueva marca en patrimonio y medios técnicos

6.2 Puesta en marcha del plan de comunicación y promoción externa de la nueva imagen de marca

De cara a la promoción externa de la nueva imagen de marca de Canal Extremadura, será necesario que la empresa adjudicataria diseñe e implemente un plan de comunicación en diferentes medios.

Este plan debe de contener acciones a diferentes en medios above the line y below the line y debe buscar maximizar la expansión de la nueva marca para que impacte en el conjunto de la ciudadanía extremeña.

Como mínimo, Canal Extremadura demandará un primer conjunto de acciones comunicativas, durante el primer mes desde la implementación de la nueva identidad de marca y visual en diferentes medios. Después, y durante el resto del contrato, se realizarán todas las acciones comunicativas de recuerdo de la nueva imagen de marca precisas.

La empresa adjudicataria debe diseñar este plan de comunicación externa, eligiendo los medios publicitarios más efectivos y justificando la elección, junto a un calendario con el timing de las acciones a realizar y el coste de implementación en cada plataforma publicitaria. Canal Extremadura deberá verificar que este plan es adecuado, pudiendo reclamar cuantas iteraciones precise, siempre ajustado al precio máximo destinado para este fin.

7. REQUERIMIENTOS ESPECÍFICOS

-Paleta de colores

Se deberán elegir colores primarios que representen vitalidad y modernidad, con un énfasis en tonos que funcionen bien en formatos digitales y tradicionales.

Además, se deberán escoger colores complementarios que se utilizan en menor medida para destacar áreas específicas de contenido o para llamadas a la acción.

-Tipografías

- **Principal.** Usar una fuente moderna y accesible que sea fácil de leer tanto en pantallas pequeñas como en grandes formatos. La tipografía debe ser flexible para uso en titulares y cuerpo de texto. Se deberá de justificar el uso de esta tipografía, así como la elección de una fuente que sea con o sin serifa.
- **Secundaria.** Una tipografía complementaria que pueda utilizarse para citas o información destacada, proporcionando un contraste estético, así como jerarquía visual. Se deberá de justificar el uso de esta tipografía, así como la elección de una fuente que sea con o sin serifa.

-Estilo gráfico

Diseños limpios y minimalistas que faciliten la comprensión del mensaje y sean atractivos para todo el público, especialmente para el público joven.

8. SEGUIMIENTO Y EJECUCIÓN DEL PROYECTO

El adjudicatario asignará al coordinador de proyecto de marca como interlocutor responsable de hacer el seguimiento de los trabajos encargados y de velar por la correcta ejecución del servicio.

La interlocución se hará con el responsable del servicio que designe Canal Extremadura, creando un comité de dirección del servicio. Este comité realizará reuniones semanales en las que se evaluará el trabajo realizado por el equipo.

También serán tareas de este comité:

- Analizar y valorar el funcionamiento del servicio.
- Hacer un seguimiento de las tareas encargadas, ver su estado y revisar los plazos de ejecución.
- Valorar las necesidades del servicio y ajustar el volumen del equipo de acuerdo con las mismas.
- Resolver discrepancias en facturación o cualquier otro aspecto del servicio.
- Aprobar semanalmente las tareas realizadas.
- Dinamizar las reuniones de planificación y demostración del trabajo realizado por el equipo asignado al servicio.
- Hacer un seguimiento de las tareas asignadas, ver su estado y revisar los plazos de ejecución.
- Valorar las necesidades del servicio y ajustar el volumen del equipo de acuerdo con las mismas.

8.1 Plazos de ejecución

La empresa adjudicataria propondrá el programa y el calendario que considere óptimo para el desarrollo del servicio.

A modo recordatorio, la empresa adjudicataria deberá de aportar a Canal Extremadura, en el plazo indicado, los siguientes entregables:

- Creación de los equipos de trabajo
- Revisión y análisis de la marca actual. Estudio de impacto de marca.
- Estrategia de marca
- Diseño y desarrollo de la nueva identidad visual y manual de marca de Canal Extremadura.
- Presentación audiovisual de la nueva identidad de marca.
- Diseño de plan de comunicación interna y externa de la nueva marca junto al plan de implementación

Se establecen las siguientes fases de ejecución:

FASE	ENTREGABLES	PLAZO MÁXIMO	VALIDACIÓN
Fase 1	Creación de los equipos de trabajo	1 semana computado desde la formalización del contrato.	Se validará que el equipo de trabajo corresponda a lo demandado en el siguiente pliego y ofertado por la empresa adjudicataria en su oferta técnica.
Fase 2	Revisión y análisis de la marca actual. Estudio de impacto de marca.	2 semanas computado desde la finalización de la Fase 1	Se validarán los resultados obtenidos, pudiendo, Canal Extremadura, demandar nuevos estudios que complementen el informe.
Fase 3	Diseño de la nueva estrategia de marca de Canal Extremadura	4 semanas computados desde la finalización de la Fase 2	Se validará la propuesta de estrategia de marca presentada por la empresa adjudicataria, pudiéndose demandar las iteraciones necesarias.
Fase 4	Diseño y desarrollo de la nueva identidad visual y manual de marca de Canal Extremadura.	6 semanas computado desde la finalización de la Fase 3	Se validará la propuesta de identidad visual de marca presentada por la empresa adjudicataria, pudiéndose demandar las iteraciones necesarias.

Fase 5	<p>Presentación audiovisual de la nueva identidad de marca.</p> <p>Implementación de la nueva identidad de marca en plataforma OTT</p> <p>Diseño de plan de comunicación interna y externa de la nueva marca junto al plan de implementación.</p>	3 semanas computado desde la finalización de la Fase 4	Se validarán las acciones comunicativas propuestas para promocionar la nueva imagen de marca, así como todos los recursos necesarios entregables para expandir la nueva marca en la plataforma OTT de Canal Extremadura
Fase 6	<p>Implementación de la nueva identidad de marca en TV y resto de medios demandados</p> <p>Implementación de la nueva identidad de marca de los servicios informativos de Canal Extremadura</p>	4 semanas computado desde la finalización de la Fase 5	Se validará que la implementación de la nueva marca en los sistemas gráficos y de continuidad de Canal Extremadura es la correcta, pudiéndose empezar a emitir la nueva identidad en la continuidad de TV y en los servicios informativos.

La propuesta de ejecución que presenten las empresas candidatas deberá de contener un cronograma con las diferentes tareas a desarrollar en cada fase entregable del proyecto.

Al término de cada una de las fases entregables, se realizará, por parte de Canal Extremadura, una evaluación para verificar si se ha realizado correctamente el entregable demandado y poder seguir avanzando en el proyecto. Si así lo pidiese, Canal Extremadura podrá pedir las iteraciones necesarias para poder validar cada entregable y poder seguir avanzando en el proyecto.

Para validar la estrategia de marca, la empresa adjudicataria deberá de entregar un informe exhaustivo que justifique su propuesta, basado en datos cuantitativos y cualitativos, haciendo referencia al estudio de impacto de marca elaborado con antelación.

En cuanto a la nueva identidad visual, la empresa adjudicataria ofrecerá las versiones de los nuevos elementos gráficos (logotipos, tipografías, ejemplos de uso, colores...) Una vez validada la propuesta, se procederá a la elaboración del correspondiente manual de identidad visual corporativa que, de manera extensa, recogerá todos los usos de la nueva marca, tanto a nivel global como de los servicios informativos.

La periodicidad de las reuniones del equipo de trabajo interno y externo se acordarán entre la empresa adjudicataria y Canal Extremadura, estableciendo un mínimo semanal de dos reuniones, principalmente entre las fases 2 y 6 del proyecto.

Las iteraciones deberán de acordarse en las reuniones que establezcan el equipo externo e interno, así como el plazo de entrega de estas. En lo posible, estas iteraciones no deberán suponer una merma de tiempo en los plazos máximos de entrega especificados en cada fase.

9. VALORACIÓN DE LOS PROYECTOS PRESENTADOS

9.1 Boceto de identidad visual

De cara a la valoración técnica y creativa de las propuestas, se solicitará a las empresas concurrentes la entrega de un boceto de rediseño del logotipo de Canal Extremadura, así como una paleta de colores y propuesta de tipografía.

Este boceto servirá para realizar una valoración de la idea creativa que proponen y formará parte de las valoraciones sujetas a juicios de valor.

Se trata de una propuesta creativa previa para la valoración de las empresas y no es vinculante, pudiendo cambiar o iterar a otra propuesta una vez realizado el estudio de impacto de marca y la definición de estrategia de marca consensuada con Canal Extremadura.

9.2 Propuesta técnica concreta

Las empresas candidatas deberán de entregar en su oferta técnica la siguiente documentación:

- Relación de personal adscrito al proyecto, junto a sus CVs
- Propuesta técnica para la realización del estudio de impacto de marca
- Propuesta técnica para el diseño de la estrategia de marca y la nueva identidad visual
- Relación exhaustiva en los entregables en cada una de las fases
- Boceto de identidad visual
- Propuesta de plan de comunicación interna y externa de la nueva marca
- Matriz de seguimiento

La propuesta técnica de los licitadores deberá de contar con una extensión máxima de 30 páginas (a 1 cara), incluida la matriz de seguimiento, adjunta en el presente Pliego como Anexo 1, con fuente Arial 10 e interlineado sencillo. En esta propuesta se pueden incluir todos los enlaces de interés (a otros trabajos, portfolios CVs, PDFs...) que cada empresa candidata considere relevante para su valoración técnica.

10. PROPIEDAD INTELECTUAL

La nueva identidad visual de Canal Extremadura, así como todo lo relativo a la nueva estrategia de marca implementada, estarán protegidos por derechos de propiedad intelectual y serán propiedad exclusiva de Canal Extremadura.

Canal Extremadura ostentará, por tanto, con carácter de exclusividad y con facultad de cesión exclusiva a terceros, la totalidad de los derechos de explotación (entre los que se encontrarían, a título enunciativo, los derechos de fijación, reproducción, distribución, transformación, comunicación pública y puesta a disposición) sobre el resultado de las colaboraciones o entregas que pueda llevar a cabo el contratista, así como sobre las obras derivadas que puedan realizarse conteniendo las mismas.

Canal Extremadura podrá realizar esta explotación en cualquier país o territorio del mundo y sin limitación en cuanto al número de explotaciones, directamente o a través de terceros, durante el tiempo máximo de protección que reconoce la legislación vigente, tanto en su totalidad como de forma parcial o fragmentada, a través de cualquier medio de explotación, incluido televisión, Internet, satélite y cable, explotaciones informáticas, televisión de pago, video a la carta, explotación videográfica, distribución o comunicación pública de la obra en cualquier soporte o formato, procedimiento técnico o sistema de transmisión, de conformidad con lo dispuesto en el Real Decreto Legislativo 1/1.996 de 12 de abril, por el que se aprueba el Texto Refundido de la Ley de Propiedad Intelectual.

Se tomarán medidas para registrar y proteger la propiedad intelectual asociada a la nueva marca, incluyendo patentes, marcas registradas y derechos de autor, tanto a nivel nacional como internacional según sea necesario.

Se establecerán acuerdos de confidencialidad con todos los socios y proveedores implicados en este proceso de rediseño de marca, para proteger la propiedad intelectual y la información sensible.

Canal Extremadura será la responsable del tratamiento y gestión de patentes de marca, pudiendo delegar esta tarea administrativa en la empresa adjudicataria.

ANEXO 1: MATRIZ DE SEGUIMIENTO DE CRITERIOS SUJETOS A JUICIO DE VALOR

CONCEPTO	PROPUESTA ADJUDICATARIA	PÁGINA MEMORIA
1. CALIDAD TÉCNICA DE LA PROPUESTA		
<p>Descripción particularizada del Servicio</p> <p>Explicación y definición de las actuaciones que llevará a cabo el contratista para la ejecución del servicio, con relación al diseño de estrategia de marca, los recursos entregados con la nueva identidad visual, las mejoras propuestas para implementar la marca en diferentes formatos (además de los exigidos) y aquellas propuestas que lleven la nueva estrategia de marca hacia otras áreas de Canal Extremadura, como propuestas para la elaboración de contenidos, mejoras en los servicios informativos, gestión publicitaria....</p>		

<p>Calidad de recursos para la Investigación de Marca</p> <p>Se valorará la adecuación de las personas propuestas en esta fase de Investigación de la Marca (definida en el Pliego de Prescripciones Técnicas como Fase 2), así como el nivel de descripción de los perfiles profesionales del equipo que vaya a desarrollar este trabajo de investigación, encuestas y estudios de estadísticas utilizados.</p>		
<p>Calidad de la propuesta respecto a la difusión</p> <p>Descripción del plan de comunicación. Se valorará el detalle y la idoneidad de las acciones de comunicación de la nueva marca, tanto de manera interna como externa. Se valorará la descripción de una propuesta de medios y soportes a utilizar coherentes con el proyecto de rediseño de marca, así como el análisis en cuanto a alcance e impacto en el público objetivo.</p>		

2. PLANIFICACIÓN PARA EL DESARROLLO DE LOS TRABAJOS		
<p>Acciones y medidas frente a desfases</p> <p>Se valorará la identificación de riesgos en la entrega fuera del tiempo demandado en cada fase, el planteamiento de soluciones a estos desfases y la presentación de medidas o planes de contingencias frente a imprevistos producidos en el transcurso de la prestación del servicio, así como las medidas correctivas y planes de mejora propuestos.</p>		
3. MEJORAS SUJETAS A JUICIO DE VALOR		
<p>Mejoras sobre el equipo técnico de trabajo en el desarrollo del proceso de diseño de nueva estrategia de marca y de diseño de identidad visual</p> <p>Descripción de las herramientas y medios técnicos que se utilizarán para llevar a cabo el proceso de diseño de nueva estrategia de marca y nueva identidad visual (definidos en el Pliego de Prescripciones Técnicas como Fases 3 y 4), como softwares de procesamiento de imagen, de</p>		

<p>diseño vectorial, de diseño 3D, de edición de vídeo, etc. Se valorará el nivel de detalle y la adecuación a la propuesta en cuanto a la incorporación de herramientas y recursos innovadores.</p>		
<p>4. DESARROLLO DE METODOLOGÍA PROPUESTA PARA EL SERVICIO</p>		
<p>Propuesta de Identidad Visual</p> <p>Boceto presentado de rediseño del logotipo de Canal Extremadura, así como una paleta de colores y propuesta de tipografía, con el fin de valorar el estilo visual y creativo de cada una de las empresas candidatas.</p>		
<p>Personal adicional al mínimo exigido en el pliego del contrato para el diseño de la estrategia de marca y nueva identidad visual</p> <p>Mejoras propuestas sobre el equipo de trabajo externo, para llevar a cabo la estrategia de marca y el diseño de la nueva identidad visual de marca de Canal Extremadura (definidas en el Pliego de Prescripciones Técnicas como Fases 3 y 4). Estas mejoras incluyen: mayor número de profesionales adscritos al proyecto, superior formación y experiencia de los profesionales a la demandada u</p>		

<p>otros perfiles no demandados y que podrían ser interesantes para el desempeño del proyecto.</p>		
<p>5. PLAN DE FORMACIÓN</p>		
<p>Formación complementaria</p> <p>Serán valorables cursos, jornadas, seminarios u otras acciones formativas directamente relacionadas con la actividad objeto del contrato. Se otorgará hasta 5 puntos para las propuestas de formación complementaria a la plantilla de Canal Extremadura sobre identidad de marca, diseño gráfico, estrategias de marca, comunicación, análisis de impacto de marca, etc. que se oferte al margen del plan formativo exigido sobre la nueva identidad de marca a la plantilla de Canal Extremadura.</p> <p>Estas acciones deben de desarrollarse durante el plazo de ejecución del contrato e irán destinadas a capacitar, como mínimo, a los profesionales dependientes de los departamentos de medios digitales, desarrollo de negocio y realización. Por cada 10 horas de formación sobre los temas relacionados, se otorgarán 1 puntos. La asignación de puntos máxima se otorgará en función de la amplitud de</p>		

<p>los contenidos de la formación a impartir y del diseño de la actuación formativa y su potencial capacidad para propiciar mejoras en la práctica profesional de los trabajadores adscritos a la ejecución del contrato por la vía de facilitar conocimientos prácticos relevantes, herramientas o una adecuada actualización de los conocimientos generales de éstos</p>		
--	--	--