

## **PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS PARA LA CONTRATACIÓN DE UN SERVICIO DE CREATIVIDAD PARA CAMPAÑAS Y ACCIONES DE COMUNICACIÓN Y PUBLICIDAD DE AYUNTAMIENTO DE ZARAGOZA**

### **1. OBJETO**

La finalidad de este concurso es la **contratación de servicios especializados de creatividad** para cubrir campañas y acciones a realizar por Ayuntamiento de Zaragoza.

### **2. TRABAJOS A REALIZAR**

1. **Desarrollo de un concepto creativo básico** para cada acción según la estrategia y objetivos recogidos en el briefing entregado por la Dirección de Comunicación.
2. Realización de una **pieza básica de campaña** (por ejemplo, cartel para mupi) en la que se materializará la creatividad y diseño específico de la acción.
3. Realización de las **adaptaciones** en los diferentes soportes de campaña.
4. Realización de los diferentes **artes finales** para la producción de los materiales gráficos, anuncios, etc.
5. Los medios piezas y soportes necesarios se concretarán según cada acción y sus objetivos, por ejemplo: anuncios prensa, cuñas radio, spot televisión, vallas, mupis, autobuses y exterior en general, medios electrónicos (banner) y nuevos soportes tecnológicos de comunicación, audiovisuales, carteles, folletos, manuales y publicaciones y material gráfico en general. La Dirección de Comunicación remitirá en **briefing**, que en ocasiones necesitará de un **contrabriefing**.
6. El público potencial al que irán dirigidas las campañas será la población de Zaragoza estableciendo las segmentaciones según objetivos. También puede establecerse públicos a nivel nacional en acciones puntuales.
7. Diseño, creatividad y conceptualización de acciones de marketing directo y urbano (street marketing) y la realización de las distintas piezas de cada acción.

### **3. OBLIGACIONES DEL ADJUDICATARIO**

Serán obligaciones del adjudicatario:

1. **Diseñar y componer los anuncios** ajustándose a las pautas que establezca la Dirección de Comunicación de Ayuntamiento de Zaragoza:

- Propuesta de claim y línea creativa a partir del Briefing.
- Propuesta de varias líneas gráficas, si se solicita expresamente.
- Redacción texto y trabajos de copy.

Se consideran incluidas la posible realización de fotografías, ilustraciones y alquiler de fotos para creatividades básicas. En campañas más complejas que requieran trabajos de mayor envergadura se presupuestarán a parte.

2. **La producción de material impreso:** carteles, folletos y publicaciones en general, así como los spots y audiovisuales **no se contemplan en este pliego.**

3. **Aportar el personal técnico, equipo y medios precisos para la buena ejecución del contrato.** Todo el personal necesario para cumplir las obligaciones que se deriven del contrato tendrá el título facultativo o experiencia profesional adecuada a su cometido y dependerá exclusivamente de la empresa contratista.

4. Presentar las propuestas creativas **explicando los criterios y posicionamiento** de cada campaña o acción, en relación con la estrategia marketing y comunicación indicada en el briefing. Algunas campañas, que por su complejidad o magnitud lo requieran, deberán ir acompañadas de un contrabriefing.

5. La realización de cuantas **propuestas, modificaciones o ajustes fueren necesarios** para la adecuada adaptación de la creatividad a los objetivos de campaña.

6. El desarrollo gráfico de la creatividad deberá contener los elementos necesarios de identidad corporativa de Ayuntamiento para que sean identificados con la institución.

7. La creación y composición deberá tener en cuenta, en los casos que se determinen la convivencia o asociación a la marca Zaragoza o/y otros logotipos de empresas o instituciones.

8. Todas las piezas deben entregarse en modo de arte final, listas para su publicación o emisión siguiendo los requisitos solicitados por cada medio o soporte:

- *JPG o PDF (u otros archivos que se soliciten) para publicaciones impresa y publicidad exterior con respeto a sangres y resolución.*
- *Cuñas de radio grabadas y entregadas en Mp3.*
- *Story board/animatic para televisión*
- *Banner en formatos internet flash.swf y gif*

Eventualmente, el Ayuntamiento solicitará que se le envíen los archivos originales con los que fueron maquetadas las creatividades.

9. El envío de los originales aprobados a la empresa de compra de medios o encargada de la producción indicadas por Ayuntamiento, en las fechas establecidas.

10. La adjudicataria comprobará que los artes finales realizados concuerdan con los originales aprobados, haciéndose responsable, en caso de error, del coste de los anuncios, audiovisuales, etc. o de su repetición, así como de la reimpresión de materiales gráficos (folletos, carteles, etc.) que hubiere que realizar para subsanar dicho error.

11. La Dirección de Comunicación establecerá los plazos de los diferentes trabajos. La adjudicataria deberá dar respuesta a las necesidades urgentes del cliente en un plazo de 5 horas para adaptaciones.

12. La adjudicataria designará un único interlocutor encargado de coordinar las relaciones entre empresa y Ayuntamiento.

#### **4. PROPIEDAD DE LOS TRABAJOS**

Los originales confeccionados en el marco de este contrato pasarán a ser propiedad del Ayuntamiento de Zaragoza, que podrá utilizarlos en cuantas acciones desee, sin límite de tiempo (con el límite de los derechos de modelos fotos y música). Este punto sobre propiedad y confidencialidad se desarrolla más ampliamente en el apartado de cláusulas administrativas.

#### **5. COORDINACIÓN Y GESTIÓN**

La Dirección de Comunicación de Ayuntamiento de Zaragoza será quién gestione y coordine este contrato.

El Ayuntamiento será quién tenga la capacidad de autorizar cualquier alteración de las condiciones en que se desarrollen los trabajos especificados en este pliego. Cualquier circunstancia imprevista, deberá ser comunicada y, en su caso, aprobada por esta entidad.

**En cualquier momento puede ser requerida información relativa al estado, gestión y grado de ejecución los trabajos encargados.**



**Mercedes Gracia Aldaz**  
**Directora de Comunicación**  
**I.C. de Zaragoza a 6 de septiembre de 2012**