

**EXPEDIENTE Nº S-05642-2022**  
**“Servicios de consultoría de marca: estrategia y desarrollo”**

**Pliego de especificaciones técnicas**

**1.- OBJETO DEL SERVICIO:**

El presente pliego tiene por objeto establecer los términos y condiciones para la contratación de servicios de consultoría y desarrollo creativo de la marca y submarcas de RTVE. Esto implica los siguientes entregables:

1. Revisión y análisis de la marca actual
2. Estrategia de la marca
3. Diseño y desarrollo de la nueva identidad visual y del manual de marca
4. Presentación audiovisual de la nueva identidad de marca
5. Producción de un video comercial de presentación de la Institución
6. Creación y producción Música corporativa
7. Diseño Plan de Comunicación Interna y Externa Nueva Marca RTVE

**2.-DEFINICIÓN DEL SERVICIO (OBJETIVOS GENERALES SERVICIO)**

RTVE precisa la contratación de una empresa con experiencia suficiente en desarrollos de identidad de marca, consultoría estratégica y creativa para llevar a cabo el servicio solicitado.

RTVE persigue con la solicitud del servicio el desarrollo de un nuevo branding:

- Resolver los problemas actuales de la marca
- Reflejar con la marca un salto cualitativo que refleje el proceso de transformación interno que está viviendo RTVE y lo traslade al exterior
- Redefinir un nuevo posicionamiento de la marca RTVE y su proyección internacional y nacional
- Transmitir una imagen de marca como corporación rejuvenecida, vanguardista, ágil, eficaz y abierta,
- Alinear la cultura de empresa hacia la marca como símbolo de cohesión, que aporta valor al trabajo que desarrollan empleados y proveedores.
- Definir las pautas generales para la implantación y aplicación de la marca en los espacios corporativos (oficinas de trabajo, salas de reunión, etc.) y en la señalética de sus recintos.
- Definir la Arquitectura de la Marca, un sistema visual para sus diferentes aplicaciones off, online y on air, en convivencia con los diferentes logos/nombres de ferias y eventos de organización propia así como patrocinadores, colaboradores, etc-
- 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 y que incluya entre otros, la firma electrónica para envío de mails, como plantillas corporativas de power point para presentaciones.

- Sistema visual que recoja las pautas básicas de la comunicación de RTVE en su material de promoción y publicidad: tono de la comunicación, lenguaje entre la marca de RTVE y los nombres o marcas de las ferias que organiza, estilo de imágenes para generar un lenguaje y un territorio único y reconocible, etc.

RTVE persigue con la solicitud del servicio definir cómo debe evolucionar la marca tanto a nivel conceptual como visual de acuerdo al enfoque estratégico de la empresa, a la evolución del sector y a los nuevos hábitos de consumo.

### **3.- DESCRIPCIÓN DE LOS TRABAJOS A REALIZAR POR EL ADJUDICATARIO**

La empresa que resulte adjudicataria del servicio deberá acometer los siguientes trabajos (entregables):

1. Revisión y análisis de la marca y submarcas actuales.
2. Estrategia de la marca
3. Diseño y desarrollo de la nueva identidad visual y del manual de marca con su submarcas.
4. Presentación audiovisual de la nueva identidad de marca
5. Producción de un video promocional de presentación de RTVE Creación
6. Producción Música corporativa
7. Diseño Plan de Comunicación Interna y Externa Nueva Marca RTVE

#### **3.1 Revisión y análisis de la marca y submarcas actuales.**

Se solicita que el adjudicatario realice una revisión y análisis de la actual marca y submarcas de RTVE. Tendrá que realizar un análisis en profundidad para valorar cómo se percibe interna y externamente. Este análisis tiene que contemplar un estudio interno y externo de la marca, así como la de la competencia directa e indirecta.:

##### **3.1.1 Investigación y Análisis de marca y submarca actual (Estudio interno)**

- Análisis DAFO de RTVE:
- Análisis de la percepción de la marca
- Analizar la situación actual de la marca
- Conocer actual definición de misión, valores y objetivos
- Estrategia seguida por RTVE hasta la fecha

La Dirección de Comunicación Corporativa de RTVE pondrá a disposición del adjudicatario la información disponible y el material que considere relevante o que le sea solicitado por el adjudicatario para la realización de este análisis con el fin de agilizar el proceso.

##### **3.1.2 Investigación y Análisis- Estudio Externo**

Análisis de competencia: identificación y análisis de radiotelevisiónes nacionales e internacionales (las de servicio público) para definir el nuevo posicionamiento de la marca

Tendencias del sector: su identificación conseguirá tener claramente definido hacia donde se podría activar la marca de RTVE

Análisis de factores de elección y percepción de la marca a través de una investigación ad hoc para RTVE Se requiere dos tipos de investigación combinadas entre sí:

#### 3.1.2.1 Investigación Cuantitativa:

1. Percepción existente sobre la televisión pública española y concretamente sobre RTVE.
2. Percepción existente sobre la radio pública española y concretamente sobre RNE (sería importante medir las diferencias entre las valoraciones de RTVE y RNE).
3. Grado de conocimiento y valoración sobre los productos ofrecidos por RTVE.
4. Sentimientos de orgullo de pertenencia o de rechazo de los españoles sobre los servicios de RTVE.
5. Valoraciones sobre la posibilidad de que RTVE se convierta en un canal de referencia internacional en el mundo de habla hispana.
6. Valoraciones sobre los nombres y las gráficas más relevantes de RTVE.
7. Valoraciones sobre los servicios informativos de RTVE diferenciados por los distintos canales que los ofrecen (1, 2, 24H, desconexiones territoriales, web...)
8. Valoraciones sobre los contenidos ofrecidos por los diferentes canales de RTV

Se requiere una propuesta de estudios cuantitativo para extrapolar los datos de factores de elección, importancia de atributos y la percepción de la actual marca que sirva como fundamento de la estrategia de marca. Se compondrá de un mínimo de 3.000 encuestas a nivel nacional.

#### 3.1.2.2 Investigación cualitativa:

Se requiere una propuesta de mínimo 6 reuniones de Grupo (FOCUS GROUP) con un mínimo 12 participantes para desarrollo de entrevistas cualitativas en diferentes ciudades de España (Madrid –Barcelona y Valencia preferiblemente 2 grupos por ciudad), que completarán los datos de percepción de la marca RTVE y sus submarcas en los diferentes públicos, así como sus expectativas.

Toda la información recopilada, extrapolada de las investigaciones cuantitativas y cualitativas, por el adjudicatario servirá para el desarrollo del estudio comparativo en el que se reflejarán las diferencias entre el análisis racional de la marca y las valoraciones de percepción de la misma.

### 3.1.3 Informe de Evaluación

Con las investigaciones y análisis realizadas el punto 3.1.1 y el punto 3.1.2, la empresa adjudicataria tendrá que realizar el informe que recoja toda la información recabada en los dos procesos de análisis que muestre las conclusiones y recomendaciones estratégicas para desarrollar el nuevo branding.

Este informe servirá como base a la propuesta de la nueva marca con explicaciones sólidas a las conclusiones basadas en las investigaciones internas y externas.

La empresa adjudicataria podrá ampliar las investigaciones para conseguir un informe óptimo, siempre y cuando tenga la autorización previa de RTVE. Se valorará en la puntuación técnica la presentación de otro tipo de investigaciones (Escuchas digitales o entrevistas en profundidad)

### 3.2 Estrategia de la Marca

Una vez finalizado la revisión de marca y análisis del sector, el adjudicatario definirá la estrategia de marca que tendrá la definición de:

- Posicionamiento
- Valores y Esencia
- Personalidad y atributos diferenciales con la competencia.
- Propuesta de valor en las interacciones que enriquezcan la experiencia del espectador.

Una vez que se tenga finalizado el análisis (punto 3.1) con su informe y se haya desarrollado la nueva estrategia se realizará una presentación al equipo directivo de RTVE.

### **3.3 Identidad Corporativa: Diseño y desarrollo de la nueva identidad Visual y del manual de Marca**

El diseño de la nueva identidad visual deberá contemplar la definición de los elementos contenidos en el logotipo y texto que configuran la marca.

Con la revisión y análisis de la marca actual y la estrategia definida y aprobada, el adjudicatario deberá diseñar y definir la nueva identidad visual.

Se solicitará al adjudicatario, la presentación de:

- Al menos una de las líneas debe seguir una línea disruptiva con respecto a la marca actual de RTVE, totalmente nueva acompañada de un racional o argumentario que la justifiquen. Esta opción podría modificar los atributos actuales del logo, y cambiar cualquier parámetro que se considere necesario.

- Al menos una de las líneas debe seguir una línea evolutiva de restyling de la marca actual, menos transgresora, con su racional y argumentario justificando las correcciones y evoluciones propuestas. Posibilidad de ajustar o modificar cualquiera de los parámetros actuales (tipografía, color, texto, etc.) pero que mantenga parte de la esencia y se entienda como una evolución. Deberá estar acompañada de un argumentario que justifiquen.

Las líneas creativas presentadas deberán venir acompañadas de varios ejemplos con el desarrollo de la ARQUITECTURA DE MARCA.

El adjudicatario debe establecer las pautas para establecer una Arquitectura de Marca y un Sistema de Nomenclatura que recoja la interacción y el lenguaje que debe establecerse entre la marca RTVE y las marcas de todas las cadenas de TVE, emisoras de RNE, las webs de RTVE.es, el Instituto de Formación de RTVE, y la Orquesta y coro u otros servicios de RTVE que pudieran requerir de identidad propia. Además, debe recoger un sistema jerárquico con unas pautas predefinidas para identificar submarcas, áreas de actividad, espacios y otros..., que en ocasiones conviven con la marca principal y compiten entre sí

Así mismo el adjudicatario deberá testar esta propuesta con test internos y externos con el fin de ratificar con certeza que traslada el concepto y los atributos que la agencia ha definido en su personalidad y aprobados por RTVE. Con la opción aprobada, ratificada y consensuada como apuesta de nueva identidad de RTVE, se procederá al desarrollo en profundidad de la arquitectura de marca y del manual de identidad corporativa.

La previsión de aplicaciones de la nueva marca de RTVE es múltiple, ya que se serán necesarias pautas de aplicación o desarrollo de plantillas master para su implementación en:

**Materiales de comunicación impresos:** Photocall genéricos o traseras, escenarios y elementos corporativos para eventos. Cartelería, folletos, flyers, publicaciones editoriales. Soportes de papelería (sobres, carpetas, papel de carta, tarjetas de visita, cuadernos, bolígrafos...)

**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.

**Formatos:** RTVE deberá recibir manuales de uso y los ficheros de cada uno de los logos y aplicaciones en formato vectorial (.ai). Las animaciones en formato .avi o .mov y proyectos Adobe After Effects para aquellos elementos que puedan cambiar en el futuro. Para aplicaciones de papelería Photoshop por capas o InDesign.

La nueva marca de RTVE tendrá un desarrollo de diseño que será objeto de otro expediente en:

**Aplicaciones en pantalla para TV, Radio, Web y RRSS:** animación de logos, moscas y demás elementos de continuidad: cortinillas, pathfinders con y sin imagen, tickers, relojes, estamos viendo, a continuación, etc... Convivencia entre logos internos (según arquitectura, incluidos institucionales y casos especiales) y externos (partners). Rotulación, ráfagas, cortinillas, sinfines, cabeceras y cierres, publimoscas y hashtags, sintonías y tipografías. Banners. Imagen unificada de intranet, web corporativa y centro de marca. Nota de prensa, newsletter, firma email, plantilla y fondos para presentaciones, fondos de pantalla (dispositivos).

Por lo que es necesario que la nueva marca de RTVE sea factible su desarrollo en las anteriores aplicaciones.

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

Se proporcionará al adjudicatario un índice del manual de marca a desarrollar que recogerá la definición y uso de la identidad visual corporativa y definirá las pautas de implementación en los diferentes materiales susceptibles de su aplicación.

Este índice se cerrará con el adjudicatario, pudiendo sufrir los ajustes necesarios e incluso se podrían fijar un número de plantillas en algunos materiales

El adjudicatario debe incluir en el manual propuesta de acciones y recomendaciones estratégicas relacionadas con la correcta difusión de la marca a través de los diferentes medios de comunicación on line y off line.

### **3.4 Presentación audiovisual de la nueva identidad de marca**

RTVE requiere al adjudicatario la producción de una pieza animada cuyo foco principal sea la presentación y el lanzamiento de la nueva identidad visual de RTVE

Duración máxima: 1 minuto y medio. Esta presentación apoyará la difusión de la nueva identidad a través de la web corporativa, RRSS, medios de comunicación. Será la pieza audiovisual que refuerce el cambio de imagen y de posicionamiento de la marca en la nueva etapa.

### **3.5 Producción de un video promocional de presentación de RTVE**

Será una pieza explicativa y presentará la nueva imagen de manera emocional, para presentaciones internas o externas. Debe ser una pieza que funcione por sí misma.

### **3.6 Creación y Producción Música Corporativa**

Dentro de los múltiples elementos que harán reconocible la nueva identidad visual de RTVE se encuentra su identidad sonora o audio branding. Es necesario, por tanto, la creación de un universo sonoro alrededor de las comunicaciones de RTVE, que sirva de apoyo a la transmisión de su nueva personalidad de marca y a sus nuevas características.

De este modo, la empresa que resulte adjudicataria deberá crear el nuevo espacio sonoro de la marca RTVE, proponiendo ritmos, instrumentos, acordes, fondos musicales... y, una vez aprobado, deberá proponer el desarrollo de un tema musical completo que se convertirá en la música corporativa de RTVE.

El trabajo resultante deberá poder simplificarse en un claim sonoro o expresión audible que sea única, reconocible y potente, que identifique a la marca RTVE y que transmita de forma concisa y eficaz su nueva identidad. Se trata de 5 o 6 notas pegadizas y memorables que de forma instantánea recreen en la mente de los espectadores la imagen de RTVE.

Tanto el tema musical completo como el claim sonoro serán de creación y producción original y pasarán a ser propiedad exclusiva de RTVE, que podrá utilizarla en todos sus medios y formatos para cualquier comunicación: televisión, radio, web, aplicaciones móviles, redes sociales, ruedas de prensa, eventos corporativos, preestrenos, espacios internos, etc. Y todo ello sin limitación geográfica alguna, facilitando así su difusión en cualquier país del mundo. Una vez aprobada, la música corporativa deberá ser entregada y adaptada en diferentes extensiones con formato mp4: claim sonoro (5 o 6 notas reconocibles), 10 segundos, 20 segundos, 30 segundos, 1 minutos y 3 minutos.

### **3.7 Diseño Plan Comunicación y Marketing Interna y Externa**

Se requerirá al adjudicatario del diseño un plan de comunicación interna para hacer partícipes a los trabajadores de RTVE de la Nueva Marca

Asimismo, se requerirá al adjudicatario del diseño de un plan de comunicación externa para la promoción de la nueva marca de RTVE

## **4. EQUIPO DE TRABAJO MÍNIMO REQUERIDO PARA EL PROYECTO**

- Un director del proyecto con un mínimo de 10 años de experiencia en proyectos de identidad corporativa, branding, diseño de logotipos, etc.
- Responsable de Investigación: con un mínimo de 5 años de experiencia en trabajos de investigación y auditorías de marcas.
- Dos técnicos con un mínimo de experiencia de 5 años en proyectos similares o con experiencia en al menos 3 grandes proyectos de desarrollo de identidad de marca.
- Un técnico en diseño gráfico/publicidad con mínimo de experiencia de 3 años en proyectos similares

El adjudicatario se compromete a mantener los recursos con el nivel de conocimientos y cualificación asociados a los servicios definidos en el pliego para el perfecto cumplimiento del proyecto durante todo el periodo de ejecución del mismo. Es necesario que el equipo sea capaz de identificar, valorar y priorizar iniciativas.

Se incluirán los CV ciegos del equipo propuesto. Si por cualquier circunstancia sobrevenida, los recursos propuestos en la oferta técnica no fueran los que finalmente vayan a ejecutar el contrato, el licitador deberá proponer nuevos recursos con experiencia igual o superior a los inicialmente propuestos informando a la Unidad de RTVE responsable de este contrato, antes de su inicio.

Se valorará otras propuestas de mejora en la composición de equipo en la oferta técnica.

## **5. - PROGRAMA Y CALENDARIO DE TRABAJO PROPUESTO**

El adjudicatario propondrá el programa y el calendario que considere óptimo para el desarrollo del servicio. Este calendario tendrá que estar finalizado a las 6 semanas de la firma de contrato.:

1. Revisión y análisis de la marca y submarcas actuales.
2. Estrategia de la marca
3. Diseño y desarrollo de la nueva identidad visual y del manual de marca con sus submarcas.
4. Diseño Plan de Comunicación Interna y Externa Nueva Marca RTVE. Correspondiente al punto 7 de los entregables

Debe contemplar detalle con óptico-cronograma de las diferentes, tareas a desarrollar en cada uno de los conceptos que se integran en el servicio.

Deben señalarse los hitos principales durante el transcurso del servicio.

## **6. EJERCICIO DISEÑO LOGO RTVE**

Se solicita a la empresa concurrente un boceto de rediseño del logo de RTVE, que muestre el camino de la idea creativa que proponen. Esto formará parte de valoración en la puntuación de las empresas concurrentes.

Se trata de una propuesta creativa para su valoración. Este desarrollo del logo no es vinculante

## **7. PRESENTACIÓN ORAL**

RTVE se reserva la posibilidad de pedir a las empresas concurrentes una presentación oral de las ofertas en las instalaciones de RTVE de Madrid.

## **8.- PROPIEDAD INTELECTUAL**

RTVE ostentará, 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 ser realizadas conteniendo las mismas. RTVE 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.

## **9.- DOCUMENTACIÓN**

Se entregará a las empresas concurrentes la siguiente documentación para que puedan preparar adecuadamente su oferta:

1. Memoria Servicio Público RTVE
2. Manual Identidad RTVE
3. Breve Historia Identidad Visual Corporativa

Para ello deberán rellenar el Acuerdo de Confidencialidad publicado junto con los pliegos y seguir las instrucciones para que se les entregue esta documentación.