

**PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS PARA LA
CONTRATACIÓN POR PROCEDIMIENTO ABIERTO
SIMPLIFICADO DE LOS SERVICIOS DE ELABORACIÓN DE LA
IDEA CREATIVA, EL DISEÑO Y LA PRODUCCIÓN DE PIEZAS
DE LA CAMPAÑA PUBLICITARIA DE TURISMO DE CASTILLA-
LA MANCHA**

EXPTE Nº 53-ICLM2018

1.- OBJETO PRINCIPAL DEL CONTRATO.

La contratación de los servicios que corresponden a la elaboración de la idea creativa, el diseño y producción de las diferentes piezas y elementos creativos que se utilizarán en una campaña nacional bajo el claim “*Castilla-La Mancha es mucho más*” para posicionar a Castilla-La Mancha como destino turístico de gran riqueza natural, monumental y enogastronómica para atraer viajeros de toda España.

2.- FINALIDAD DE LA CAMPAÑA PUBLICITARIA.

Castilla-La Mancha es una región del interior de España aún muy desconocida como destino turístico. En el imaginario colectivo esta Comunidad Autónoma queda asociada a la imagen de *llanura, de viñedo y campos sembrados de cereal*. También queda estereotipada como una *tierra de paso* a Andalucía y Levante.

Si bien estos inputs son ciertos, Castilla-La Mancha quiere mostrar que es mucho más que todo esto: es bosque frondoso, es montaña abrupta, es humedales, es naturaleza inalterada por la mano del ser humano (23% de espacios naturales protegidos), es diversidad en sus ecosistemas (monte mediterráneo, hayedos, humedales, campos de cultivo, valles y ríos...), es patrimonio monumental recuperado y puesto en valor, es gastronomía de vanguardia y tradición -una de las mejores de España-, es artesanía de diseño innovador y es una tierra de fiestas y festivales únicos.

Castilla-La Mancha también es un destino turístico que ofrece servicios turísticos de excepción, con establecimientos de excelente calidad en sus instalaciones y en su atención al viajero; un lugar en el que el viajero encuentra también bodegas de vinos excepcionales y de arquitectura única, que son en sí mismas un recurso turístico de primer orden.

Es además una región en la que practicar deportes de aventura, turismo ornitológico, ecoturismo, turismo de salud y bienestar... donde descubrir un patrimonio monumental **inédito y sorprendente** y un lugar especial donde celebrar reuniones y eventos, por la excelencia de sus comunicaciones y por la cercanía con Madrid.

Castilla-La Mancha es tradición, sí, es molinos de viento y Quijote, también, pero es mucho más que eso. **Huyendo de imágenes estereotipadas**, Castilla-La Mancha se propone **romper tópicos** como destino turístico y brindar una imagen que vaya más allá de ellos.

3.- CONTENIDO DE LAS PROPUESTAS TÉCNICAS A PRESENTAR.

Las empresas que liciten deberán presentar propuestas creativas de diseño para los siguientes elementos de la campaña:

1. Una propuesta de spot de televisión de 20 segundos de duración en castellano. La presentación de las propuestas de creatividad deberán realizarse en formato vídeo u otro medio que proporcione niveles similares de comprensión y calidad.
2. Propuesta de dos cuñas de radio de 20 y 30 segundos de duración respectivamente. La presentación de las propuestas de creatividad deberán realizarse en texto o grabación.
3. Una propuesta para medios escritos a formato página y una propuesta para medio exterior formato mupi.
4. Propuesta de estrategia creativa en internet para formatos display y video online.

4.- TRABAJOS A REALIZAR POR LA EMPRESA ADJUDICATARIA.

La empresa adjudicataria asumirá a su cargo:

1. TELEVISIÓN: Producción de un spot de televisión de 20 segundos de duración. Se realizará la adaptación mediante subtítulos para discapacitados sensoriales en caso de que la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha lo estime conveniente. Así mismo, se realizará una versión en inglés.
El adjudicatario se hará cargo de realizar las copias de emisión/distribución digital para los diferentes canales que se definirán en el plan de medios, así como en formato MP4.
2. CINE: Adaptación del spot de televisión a cine.

3. RADIO: Producción de dos cuñas de radio de 20 y 30 segundos de duración en formato MP3.
4. MEDIOS GRÁFICOS: Producción de los artes finales para medios gráficos (prensa escrita, revistas y publicidad exterior) y desarrollo de las adaptaciones que se soliciten para los diferentes soportes que se aprueben en el plan de medios.
5. INTERNET Y REDES SOCIALES: Adaptación del spot para el formato video online para las plataformas de televisión a la carta y sites que se establezcan en el plan de medios y para publicar en las redes sociales de Castilla-La Mancha.
Adaptación de las gráficas a formatos display (megabanner, robapáginas, banner...)
6. La modificación de las creatividades si fuere necesario y de acuerdo siempre con las peticiones o precisiones de La Fundación, a quien se deberá someter el resultado para su aprobación.
7. La producción de los elementos necesarios para la presentación de la campaña a los medios de comunicación.

***Música:** se solicita que las piezas incluyan la canción que determine la Fundación Impulsa Castilla-La Mancha de la artista castellano-manchega Rozalén. Al efecto, la Fundación, se proveerá de las autorizaciones necesarias para su difusión durante el tiempo de duración de la campaña.

5.- PLAZO DE EJECUCIÓN.

El contrato entrará en vigor en el momento de su firma y se extenderá hasta la completa finalización de los trabajos, de la siguiente forma:

- **Con fecha 14/01/2019, y como fecha límite, la adjudicataria deberá presentar los master de video y radio, artes finales, adaptaciones y demás elementos de creatividad aprobados.**

6.- DERECHOS DE PUBLICACIÓN, IMAGEN Y DIFUSIÓN.

Tal y como se especifica expresamente en el Pliego de Condiciones Administrativas del presente proceso, la Fundación Impulsa Castilla-La Mancha será la propietaria de la creatividad desarrollada en esta campaña, así como de todos los conceptos e ideas que integran la misma, reservándose el formato original de producción y la facultad de llevar a cabo cuantas reproducciones considere convenientes para su difusión, exhibición o cualquier otra forma de

divulgación, incluso con medios telemáticos e informáticos, cediendo la empresa adjudicataria todos los derechos de propiedad sobre la campaña de referencia, con carácter exclusivo.

La Fundación Impulsa Castilla-La Mancha podrá autorizar la utilización de las imágenes, locución, música y demás elementos de la campaña a través de terceras personas, físicas o jurídicas, tanto nacional como internacional, que deberán hacer referencia expresa de esta cesión de derechos.

El adjudicatario no podrá utilizar, ni para sí ni para terceros, dato alguno sobre el trabajo contratado, ni publicar total o parcialmente su contenido sin autorización expresa por escrito de la Fundación Impulsa Castilla-La Mancha.

La empresa adjudicataria asumirá todas las responsabilidades que pudieran resultar de la utilización de las imágenes y otros elementos creativos en la realización de la campaña, y que pudieran derivarse de eventuales derechos de propiedad intelectual, industrial o de marcas, cuya titularidad correspondiera a terceras personas o entidades ajenas al presente contrato.

7.- SEGUIMIENTO Y CONTROL DE LOS TRABAJOS.

La Fundación coordinará la realización de los trabajos, y comprobará el correcto cumplimiento por parte de la empresa adjudicataria, de todas las obligaciones que asume a través de la presente contratación.

Toledo, 9 de noviembre de 2018

**FUNDACIÓN IMPULSA
CASTILLA - LA MANCHA**

C.I.F.: G-45418985

**C/. Río Cabriel, N° 12
45007 TOLEDO**

Fdo. Gabriel González Mejías

Director Gerente Fundación Impulsa Castilla-La Mancha.