Ayuntamiento de Pamplona
Iruñeko Udala

JOSE MARTIN ABAURREA SAN JUAN
Sesió n celebrada el 26/04/2017
Original firmado electrónicamente

BRIEFING PARA:

**"DISEÑO DE IMAGEN CORPORATIVA Y PLAN DE COMUNICACIÓN DE LA POLICÍA MUNICIPAL DE PAMPLONA-IRUÑEKO UDALTZAINGOA**".

---

**PLANTEAMIENTO GENERAL:**

El Ayuntamiento de Pamplona ha elaborado el Plan Director de la Policía Municipal de Pamplona 2017-2021. (Hay posibilidad de solicitar el documento previa firma de una cláusula de confidencialidad)

Este Plan Director establece un nuevo modelo policial, que se define como Policía de Proximidad Estratégica.

Para ello, el Plan Director desarrolla las siguientes Líneas Estratégicas:

- LE I: Modelo de Policía Relaciones con la Ciudadanía.
- LE II: Relaciones internas, participación y clima laboral.
- LE III: Perfil profesional, formación y cobertura de los puestos de trabajo.
- LE IV: Policía de Mediación y Convivencia Social.
- LE V: Innovación y nuevas tecnologías.

Se hace necesario dotar a la Policía Municipal de Pamplona de una nueva imagen corporativa (se adjunta imagen actual) y de un plan de comunicación que permita transmitir a la Ciudadanía una nueva imagen de la Policía Municipal de Pamplona, acorde con los nuevos valores del nuevo modelo de policía que desarrolla el Plan Director, y de una Policía Local moderna.

**OBJETIVOS A ALCANZAR**

En consecuencia, el objetivo del presente contrato es realizar una imagen corporativa y un plan de comunicación para la Policía Municipal de Pamplona.

La imagen que debe transmitirse de la Policía Municipal de Pamplona, de acuerdo con el nuevo Plan Director ha de ser:

- **Policía Municipal de Pamplona:** enraizada, querida y respetada en Iruñea, en Pamplona. Ha de tener un elemento diferenciador en el hecho de ser "de Pamplona". La Policía Municipal de Pamplona está presente y es un elemento "que no puede faltar" en todos los eventos importantes que ocurren en la Ciudad: San Fermines (Txupianzo, encierros, procesiones, mulillas...), fiestas populares, Navidades (Cabalgata, Olentzero, nochevieja), pruebas deportivas, eventos

26/04/2017 11:41:53
ALBERTO GIL PEREZ-NIEVAS
Original firmado electrónicamente

culturales, grandes acontecimientos (ascensos de Osasuna a Primera División etc...)

- **Policía Municipal de Proximidad Estratégica:** policía proxima a la Ciudadanía, que apuesta por unas políticas de **confianza** en la ciudadanía, en la **cogestión** junto con vecinos y vecinas y tejido asociativo de la ciudad, que permite la **participación vecinal** en la definición de los problemas, que apuesta por la **convivencia,** que incorpora la **mediación policial como herramienta de trabajo,** así como la **gestión policial de la diversidad** (que acepta la diversidad –cultural, religiosa, sexual, étnica...- como un valor, implicación en delitos de odio, en la integración de colectivos desfavorecidos o susceptibles de sufrir algún tipo de discriminación, etc.).

- **Policía próxima y mediadora con la ciudadanía,** que muestra una actitud **proactiva,** de **servicio, alenta el establecimiento de redes de colaboración con el tejido asociativo y vecinal, desde comerciantes, vecinos, asociaciones, centros educativos...**

- **Policía Preventiva:** no sólo actúa cuando el delito ya se ha producido, sino que es una policía de prevención, mediadora, en cuestiones convivencia, **preocupada por la convivenvia.**

- **Policía efectiva,** que logra resultados en la persecución del delito y de la infracción.

- **Ayudar a la alineación** de la visión de la estructura de mando con la estrategia de la Dirección y el modelo de PMP definido. Converger en objetivos y visión de la organización.

- **Policía TRANSPARENTE y DEMOCRÁTICA**: transparente en la gestión y que actúa conforma a los principios generales de la acción administrativa: eficacia, eficiencia, jerarquía, descentralización, desconcentración y coordinación. Y también conforme al principio de Transparencia y Buena Administración.

- **Policía MODERNA,** perfectamente integrada en el Siglo XXI, y en lo que a la gestión pública implica el uso de las nuevas tecnologías.

La presente asistencia técnica tiene que permitir, en consecuencia, desarrollar una Imagen Corporativa, un Plan de Comunicación y, en su caso, un Plan de Medios, que transmita los anteriores valores.

Para ello, debe tenerse en cuenta que existe previsión de desarrollar a futuro las siguientes acciones:

- Nueva uniformidad, pasando del amarillo al azul claro, en el canesú de los polos, igualando la imagen al resto de Policías Locales de Navarra. (adjuntar imágenes)
- Renovación de la página web de policía municipal.
- Diseño y puesta en marcha de una APP, que permita la realización de diversos trámites y el acceso a información de interés.
- La puesta en marcha de perfiles en RRSS.
- Un nuevo "photocall" para la sala de conferencias y ruedas de prensa.

**PRESUPUESTO: 8.500 euros +IVA**

**ENCARGO: Plan Estratégico de Identidad Gráfica, Comunicación y Publicidad, que incluya:**

1. Creatividad: logo, claim y MIC (manual de identidad corporativa).

2. Plan de comunicación. Tanto a nivel interno como externo.

3. Ejercicio de simulación de un Plan de Medios con un gasto simulado máximo de hasta 20.000 euros+IVA. El objetivo de esta simulación, que en ningún caso implicará una obligatoriedad de inversión o gasto de las citadas cantidades por parte del Ayuntamiento de Pamplona, es evaluar la capacidad de gestión y creatividad a la hora de llevar a efecto el plan de comunicación. Las tarifas sobre las que trabajar en este ejercicio teórico serían las siguientes:

   - Inserciones posibles sin que ninguna de ellas sea obligatoria:

     - Prensa: tanto inserciones en papel como banners:
       - Diario de Noticias: Tarifas oficiales con un 20% de descuento.
       - Diario de Navarra: Tarifas oficiales con un 20% de descuento.
       - Gara: Tarifas oficiales con un 20% de descuento.

     - Radios (cuñas de 20 segundos)
       - Cope: Tarifas oficiales con un 20% de descuento.
       - SER: Tarifas oficiales con un 20% de descuento.
       - Onda Cero: Tarifas oficiales con un 20% de descuento.
       - Euskalerria Irratia: Tarifas oficiales con un 20% de descuento.

     - Televisión (inserciones de 20 segundos)
       - Navarra TV: Tarifas oficiales con un 20% de descuento.

   - Producciones posibles sin que ninguna de ellas sea obligatoria:
     - Spot: 2.000 euros.
     - Cuña: 250 euros.
     - Video Corporativo: 4.000 euros

- Acciones on line posibles sin que ninguna de ellas sea obligatoria:
    - Website: 900 euros.
    - Microsite: 700 euros.
    - Newsletter: 200 euros.
    - Banner: 80 euros.
    - Creación y gestión de redes sociales: 1.200 euros

- Otras posibles acciones sin que ninguna de ellas sea obligatoria::
    - Creación de evento: 6.000 euros
    - Diseño de Stand: 3.000 euros
    - Exposiciones: 1.500 euros

Acciones complementarias no definidas:

- Su diseño y valoración correrán a cargo de los licitadores. Las tarifas siempre deberán tomar como referencia los precios de mercado reales

**MATERIALES FINALES A ENTREGAR:**

Los materiales finales que se entregarán y que deberán respetar en todos los casos la perspectiva de género, son los siguientes:

1.- Documento con diseño de logo y claim (bilingüe).

2.- Manual de Identidad Corporativa con la nueva imagen adaptada (bilingüe) a los siguientes soportes:

En un documento:

- Página Web.
- Redes Sociales.
- Nuevos uniformes (se adjunta parte del catálogo).
- Gráfica para prensa.
- Photocall. Adaptaciones hasta una dimensión máxima de 3x5 metros.
- Papelería de oficina. Incluyen tanto atestados como instancias judiciales (se adjuntan modelos).
- Imagen para adaptar a presentaciones Power Point.
- Imagen adaptable para rotulación en vehículos patrulla. Hay que tener en cuenta que el parque móvil de Policía Municipal incluye turismos, furgones pequeños y grandes, y también motos y bicicletas.
- Imagen para las dependencias policiales. En las dependencias abiertas al público se debería mostrar la imagen corporativa.

- Cartelería indicadora de los diferentes despachos y unidades. Se trata de una chapa de aluminio que lleva un vinilo pegado con la denominación de la oficina en castellano y en euskera (tienen que ir al mismo tamaño). La chapa metálica mide 25 x 25 cm. (se adjuntan fotos).

En USB: Ejemplos de cómo se insertaría el logo y el claim cerrando

- Videos o fotos que se envían a los medios.
- Cuña radiofónica

3 - Documento con un Plan de Comunicación para dar a conocer la nueva imagen. Debe incluir:

- DAFO.
- Definición de objetivos.
- Definición de públicos.
- Acciones propuestas
- Herramientas de evaluación

4 - Documento con una simulación de Plan de Medios con un gasto máximo de 20.000 euros.

**CALENDARIO:** El contrato se adjudicará el 22 de junio.