

## PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS

### SERVICIO PARA EL DISEÑO, CREACIÓN Y ADAPTACIÓN A DISTINTOS FORMATOS DEL MATERIAL PUBLICITARIO DE LAS DISTINTAS CAMPAÑAS DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL DE LA CONSEJERÍA DE SOSTENIBILIDAD Y MEDIO AMBIENTE.

EXPEDIENTE DE CONTRATACIÓN : CONTR-2025-18151

#### 1. OBJETO DEL CONTRATO

##### 1.1. Definición del objeto

El objeto del presente contrato es la prestación del servicio consistente en el **diseño, creación, producción y adaptación del material publicitario** que resulte más adecuado para cada uno de los medios en los que se efectúe la inserción de las distintas campañas de comunicación institucional.

Todos los trabajos de diseño deberán ajustarse en todo momento a las directrices, indicaciones y criterios establecidos por la Dirección General de Comunicación Social, adaptándose adecuadamente al Manual de Identidad Corporativa de la Junta de Andalucía, aprobado mediante Decreto 218/2020, de 21 de diciembre y accesible desde <https://www.juntadeandalucia.es/identidad>. Asimismo, debe ajustarse a lo estipulado en el artículo 58 de la Ley 12/2007, de 26 de noviembre, para la promoción de la igualdad de género en Andalucía, con respecto a la utilización de un uso no sexista del lenguaje y la transmisión de una imagen de igualdad entre hombres y mujeres libre de estereotipos sexistas.

Asimismo, al objeto de garantizar el derecho a la información y accesibilidad para las personas mayores o con discapacidad sensorial, auditiva y visual, de la actividad publicitaria que se realiza y difunde por la Administración de la Junta de Andalucía, en los mensajes que se emitan a través de medios audiovisuales se deberá incorporar el uso de la locución de los mensajes escritos que aparezcan en pantalla y la subtitulación o sobreimpresión de los mensajes hablados. Estos procedimientos se realizarán con arreglo a las normas técnicas establecidas para cada caso.

Se pretende contratar los trabajos relacionados seguidamente de acuerdo con los objetivos operativos que se pretendan alcanzar en las diversas campañas de comunicación y el público objetivo destinatario de las mismas.

##### 1.2. Medios y canales

El material publicitario deberá estar adaptado para su difusión en los siguientes medios:

- **PRENSA:** digital e impresa
- **RADIO:** emisoras regionales y locales
- **TELEVISIÓN:** canales regionales y locales
- **REDES SOCIALES:** Facebook, Twitter, YouTube, Instagram y otras plataformas digitales que puedan determinarse



MANUEL MUÑOZ SANCHEZ		24/02/2026 09:39:20	PÁGINA: 1 / 18
VERIFICACIÓN	NJyGwjNS3H1Qb59Yzm4a4V3N8RYJB7	<a href="https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/">https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/</a>	



### 1.3. Modalidad de prestación

El servicio se prestará mediante **precios unitarios** y **en función de las necesidades** que vayan surgiendo durante la vigencia del contrato, ejecutándose mediante encargos específicos para cada campaña de comunicación.

## 2. TRABAJOS A REALIZAR

Para cada campaña de comunicación que se encargue, el contratista deberá realizar los siguientes trabajos de acuerdo con los objetivos operativos que se pretendan alcanzar y el público objetivo destinatario de las mismas:

### 2.1. Estrategia creativa

Desarrollo de la estrategia creativa que incluirá:

- Análisis del briefing proporcionado por el responsable del contrato designado por la Administración.
- Definición de concepto creativo alineado con los objetivos operativos de la campaña
- Identificación y análisis del público objetivo destinatario
- Propuesta de tono, estilo y línea creativa
- Presentación de la estrategia para su aprobación previa a la producción

### 2.2. Creación de piezas principales

Desarrollo de las piezas creativas principales que constituyan el núcleo de cada campaña, incluyendo:

- Conceptualización visual y verbal
- Desarrollo de copy y mensajes clave (trabajo de redactar y definir los textos estratégicos que acompañan a una pieza visual y los conceptos principales que se quieren comunicar)
- Diseño gráfico de elementos principales
- Storyboards o guiones cuando proceda

### 2.3. Producción y adaptación a formatos

Producción y adaptación del material creativo a los formatos convencionales necesarios según las especificaciones técnicas que se faciliten para cada campaña (orientativamente, según documento disponible en <https://ficheros.juntadeandalucia.es/s/HAbKjnZ5xs42A40>).

Las distintas campañas podrán incluir:

#### 2.3.1. Audio

- **Cuña de radio:** de aproximadamente 25 segundos, en formato WAV o MP3 de alta calidad



MANUEL MUÑOZ SANCHEZ		24/02/2026 09:39:20	PÁGINA: 2 / 18
VERIFICACIÓN	NJyGwjNS3H1Qb59Yzm4a4V3N8RYJB7	<a href="https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/">https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/</a>	



### 2.3.2. Audiovisual

- **Spot de televisión:** de aproximadamente 30 segundos, en formatos técnicos aptos para emisión en televisión (según especificaciones de cada canal)
- **Spot para redes sociales:** de aproximadamente 30 segundos, optimizado para plataformas digitales (formatos cuadrado 1:1, vertical 9:16 y horizontal 16:9)

### 2.3.3. Gráfica

- **Piezas para prensa:** en formatos digitales e impresos según especificaciones de cada medio
- **Piezas para redes sociales:** adaptadas a las dimensiones y características de cada plataforma

### 2.3.4. Digital

- **Banners dinámicos:** en formatos vertical y horizontal, en los tamaños estándar requeridos
- **Banners estáticos:** en formatos vertical y horizontal, en los tamaños estándar requeridos

## 2.4. Archivado y entrega de materiales

- Entrega de todos los archivos editables originales (Adobe Illustrator, Adobe Photoshop, Adobe Premiere, Adobe After Effects, archivos máster de vídeo, etc.)
- Organización y nomenclatura clara de archivos
- Documentación técnica de las piezas creadas
- Cesión completa para posteriores adaptaciones fuera del ámbito de este contrato

## 2.5. Derechos y permisos

Se incluyen en el servicio todos los derechos nacionales e internacionales y permisos necesarios para la realización y utilización de las diferentes piezas creativas, incluyendo:

- Derechos de autor sobre música y composiciones musicales
- Derechos de imagen de modelos, actores y personas que aparezcan
- Derechos sobre fotografías, ilustraciones y material gráfico
- Copyright sobre cualquier elemento de terceros utilizado
- Cualquier otro derecho necesario

## 3. PLANIFICACIÓN Y PLAZOS DE EJECUCIÓN

### 3.1. Estructura temporal del servicio

Los trabajos para cada campaña se estructurarán en fases sucesivas con plazos máximos de ejecución, contabilizados en días laborables desde la fecha de recepción del briefing o desde la aprobación de la fase anterior, según corresponda.



MANUEL MUÑOZ SANCHEZ		24/02/2026 09:39:20	PÁGINA: 3 / 18
VERIFICACIÓN	NJyGwjNS3H1Qb59Yzm4a4V3N8RYJB7	<a href="https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/">https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/</a>	



Junta de Andalucía

### 3.2. Plazos máximos por fase

#### FASE 1: Estrategia creativa

**Plazo máximo:** 10 días laborables desde la recepción del briefing

**Trabajos incluidos:**

- Análisis del briefing
- Desarrollo del concepto creativo
- Definición de público objetivo y tono
- Elaboración de documento de estrategia creativa
- Presentación para aprobación

**Entregable:** Documento de estrategia creativa y presentación del concepto

#### FASE 2: Creación de piezas principales

**Plazo máximo:** 15 días laborables desde la aprobación de la estrategia creativa

**Trabajos incluidos:**

- Conceptualización visual y verbal
- Desarrollo de textos y mensajes (copy)
- Diseño de piezas principales
- Elaboración de storyboards para piezas audiovisuales
- Presentación para aprobación

**Entregable:** Diseños principales, storyboards y propuestas de copy

#### FASE 3: Producción y adaptación a formatos

**Plazo máximo:** 20 días laborables desde la aprobación de las piezas principales

**Trabajos incluidos:**

- Producción de todas las piezas aprobadas (audio, audiovisual, gráfica, digital)
- Grabación de locuciones
- Producción audiovisual (rodaje, edición, postproducción)
- Diseño final de todas las piezas gráficas y digitales
- Adaptación a todos los formatos requeridos
- Control de calidad técnica

**Entregable:** Todas las piezas finalizadas en los formatos especificados

**Nota:** En caso de campañas que requieran producciones audiovisuales complejas con rodaje, este plazo podrá ampliarse hasta un máximo de 25 días laborables, previa comunicación y justificación.



MANUEL MUÑOZ SANCHEZ		24/02/2026 09:39:20	PÁGINA: 4 / 18
VERIFICACIÓN	NJyGwjNS3H1Qb59Yzm4a4V3N8RYJB7	<a href="https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/">https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/</a>	



#### FASE 4: Entrega final y archivado

**Plazo máximo:** 3 días laborables desde la aprobación de todas las piezas

**Trabajos incluidos:**

- Organización de todos los archivos
- Preparación de archivos editables
- Elaboración de documentación técnica
- Recopilación de documentación de derechos y licencias
- Entrega organizada de todos los materiales

**Entregable:** Entrega completa de la campaña con todos sus archivos y documentación

#### 3.3. Plazo máximo total por campaña

**Campaña estándar completa:** 48 días laborables máximo (desde briefing hasta entrega final)

**Campaña con producción audiovisual compleja:** 53 días laborables máximo

Estos plazos se entienden sin incluir los períodos de revisión y aprobación por parte del órgano de contratación.

#### 3.4. Suspensión de plazos

Los plazos de ejecución se suspenderán durante:

- Los períodos de revisión y aprobación por parte del órgano de contratación (máximo 5 días laborables por fase, salvo que se indique otro plazo)
- Los períodos en los que el adjudicatario esté a la espera de información o documentación solicitada al responsable del contrato designado por la Administración.
- Circunstancias de fuerza mayor debidamente justificadas

#### 3.5. Adaptaciones de campañas existentes

Cuando se trate de adaptaciones de campañas ya creadas (por ejemplo, para nuevas fechas, actualizaciones menores o formatos adicionales):

**Plazo máximo:** 10 días laborables desde el encargo

Este plazo incluye las adaptaciones necesarias y la entrega de archivos finales y editables.

#### 3.6. Control y seguimiento de plazos

- El adjudicatario deberá comunicar cualquier circunstancia que pueda afectar al cumplimiento de los plazos con la mayor antelación posible
- Se establecerán puntos de seguimiento en cada fase para verificar el avance de los trabajos
- El incumplimiento injustificado de los plazos máximos establecidos dará lugar a la aplicación de las penalidades previstas en el pliego de cláusulas administrativas particulares



MANUEL MUÑOZ SANCHEZ		24/02/2026 09:39:20	PÁGINA: 5 / 18
VERIFICACIÓN	NJyGwjNS3H1Qb59Yzm4a4V3N8RYJB7	<a href="https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/">https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/</a>	



### 3.7. Calendario de trabajo

- Los plazos se cuentan en días laborables (de lunes a viernes, excluyendo festivos nacionales y de la Comunidad Autónoma de Andalucía)
- El cómputo de plazos se iniciará al día siguiente de la recepción del briefing o de la notificación de aprobación, según corresponda

## 4. ESPECIFICACIONES TÉCNICAS GENERALES

### 4.1. Estándares de calidad

Todas las piezas deberán cumplir con los más altos estándares profesionales de calidad técnica exigibles en cada medio:

#### 4.1.1. Audio

- Calidad broadcast profesional
- Ausencia total de ruidos, distorsiones o defectos técnicos
- Niveles de audio normalizados según estándares profesionales
- Mezcla y masterización profesional

#### 4.1.2. Vídeo

- Resolución mínima Full HD (1920x1080 píxeles)
- Calidad broadcast para televisión
- Corrección de color profesional
- Estabilización de imagen cuando sea necesario
- Audio sincronizado perfectamente
- Subtitulado cuando se requiera

#### 4.1.3. Gráfica

- Resolución apropiada para cada medio:
  - Impresión: mínimo 300 dpi
  - Pantalla: resolución óptima según dispositivo
- Gestión correcta de perfiles de color (CMYK para impresión, RGB para digital)
- Tipografías legibles y bien aplicadas
- Composición equilibrada y profesional

#### 4.1.4. Digital

- Optimización para carga rápida en web
- Adaptación responsive para diferentes dispositivos
- Compatibilidad con principales navegadores
- Peso de archivo optimizado sin pérdida de calidad visual



MANUEL MUÑOZ SANCHEZ		24/02/2026 09:39:20	PÁGINA: 6 / 18
VERIFICACIÓN	NJyGwjNS3H1Qb59Yzm4a4V3N8RYJB7	<a href="https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/">https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/</a>	



#### 4.2. Formatos de entrega estándar

El contratista deberá entregar las piezas en los siguientes formatos, sin perjuicio de formatos adicionales que puedan requerirse en cada encargo:

##### 4.2.1. Audio

- **Archivos máster:** WAV sin comprimir (48kHz, 24 bits mínimo)
- **Archivos de distribución:** MP3 alta calidad (320 kbps)
- Versiones con y sin locución (cuando corresponda)
- Pistas separadas (música, locución, efectos) cuando se solicite

##### 4.2.2. Vídeo

- **Archivos máster:**
  - Formato sin comprimir o compresión mínima (ProRes, DNxHD o similar)
  - Resolución Full HD (1920x1080) o superior
  - Frame rate según especificaciones de emisión
- **Archivos de distribución:**
  - MP4 (codec H.264) para televisión
  - Formatos optimizados para cada red social (MP4, MOV)
  - Diferentes relaciones de aspecto: 16:9, 1:1, 9:16
- **Archivos de proyecto:** editables para futuras modificaciones
- **Subtítulos:** archivo SRT cuando sea requerido

##### 4.2.3. Gráfica

- **Archivos nativos editables:**
  - Adobe Illustrator (.ai) para diseños vectoriales
  - Adobe Photoshop (.psd) para diseños con mapa de bits
  - Adobe InDesign (.indd) para maquetaciones
  - Capas organizadas y nombradas
- **Archivos de distribución:**
  - PDF de alta calidad (para impresión y digital)
  - JPEG en diferentes resoluciones
  - PNG con transparencia cuando sea necesario
  - EPS para casos específicos

##### 4.2.4. Animaciones y banners

- **Archivos fuente editables:**
  - Adobe Animate (.fla)
  - Adobe After Effects (.aep)
  - Archivos de proyecto organizados



MANUEL MUÑOZ SANCHEZ		24/02/2026 09:39:20	PÁGINA: 7 / 18
VERIFICACIÓN	NJyGwjNS3H1Qb59Yzm4a4V3N8RYJB7	<a href="https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/">https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/</a>	



• **Archivos de distribución:**

- HTML5 (preferente para banners web)
- GIF animado
- MP4 para animaciones de vídeo
- Diferentes tamaños según especificaciones IAB o requerimientos específicos

**4.3. Organización y nomenclatura de archivos**

Todos los archivos deberán entregarse con una estructura ordenada y nomenclatura clara:

- Carpetas organizadas por tipo de pieza y formato
- Nombres de archivo descriptivos y sin caracteres especiales
- Versionado claro cuando existan múltiples versiones
- Inclusión de archivo README o documento explicativo de la estructura

**4.4. Documentación técnica**

Cada entrega deberá incluir documentación técnica que especifique:

- Características técnicas de cada pieza
- Software y versiones utilizadas
- Tipografías empleadas (incluidas las fuentes cuando sea posible)
- Paleta de colores (códigos RGB, CMYK, Pantone)
- Instrucciones especiales para edición o uso
- Créditos de elementos de terceros utilizados

**5. REUNIONES Y COORDINACIÓN**

**5.1. Reuniones de coordinación**

Se contemplarán las siguientes reuniones de coordinación:

- **Reunión de arranque (kick-off):** Al inicio de cada campaña (opcional, según necesidad)
- **Presentación de estrategia creativa:** Presencial o telemática
- **Presentación de piezas principales:** Presencial o telemática
- **Seguimiento de producción:** Según necesidad
- **Reuniones extraordinarias:** Cuando cualquiera de las partes lo considere necesario

**5.2. Interlocutores**

El adjudicatario designará un interlocutor único que actuará como responsable del proyecto y punto de contacto principal con el responsable del contrato designado por la Administración.



MANUEL MUÑOZ SANCHEZ		24/02/2026 09:39:20	PÁGINA: 8 / 18
VERIFICACIÓN	NJyGwjNS3H1Qb59Yzm4a4V3N8RYJB7	<a href="https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/">https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/</a>	



### 5.3. Aprobaciones

- Todas las aprobaciones se formalizarán por escrito (correo electrónico válido)
- La Administración dispondrá de al menos 5 días laborables para aprobar o solicitar modificaciones en cada fase

## 6. REQUISITOS DE CALIDAD Y CONTROL

### 6.1. Sistema de gestión de calidad

El contratista deberá implementar un sistema de control de calidad que garantice:

- Revisión técnica de todas las piezas antes de su entrega
- Verificación del cumplimiento de especificaciones técnicas
- Pruebas de funcionamiento (especialmente en banners y elementos interactivos)
- Revisión ortográfica y lingüística de todos los textos
- Verificación de licencias y derechos sobre elementos utilizados

### 6.2. Criterios de calidad

Todas las piezas entregadas deberán cumplir los siguientes criterios mínimos de calidad:

#### 6.2.1. Calidad técnica

- Ausencia de defectos técnicos (pixelación, ruido, distorsión, etc.)
- Correcta resolución y formato según especificaciones
- Niveles técnicos apropiados (audio, color, etc.)
- Compatibilidad con los sistemas de reproducción/publicación

#### 6.2.2. Calidad creativa

- Concepto creativo claro y coherente
- Mensaje comprensible y memorable
- Diseño profesional y atractivo
- Adecuación al público objetivo
- Coherencia con la identidad institucional

#### 6.2.3. Calidad de ejecución

- Acabado profesional
- Atención al detalle
- Corrección ortográfica y gramatical
- Adecuación a los códigos del medio

### 6.3. Inspección y verificación

El órgano de contratación se reserva el derecho a:



MANUEL MUÑOZ SANCHEZ		24/02/2026 09:39:20	PÁGINA: 9 / 18
VERIFICACIÓN	NJyGwjNS3H1Qb59Yzm4a4V3N8RYJB7	<a href="https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/">https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/</a>	



- Inspeccionar el proceso de trabajo en cualquier fase
- Solicitar correcciones de defectos técnicos o de calidad
- Rechazar piezas que no cumplan los estándares exigidos
- Solicitar modificaciones cuando las piezas no se ajusten a las especificaciones

#### 6.4. Subsanación de defectos

El contratista deberá subsanar sin coste adicional:

- Errores técnicos en las piezas entregadas
- Defectos de calidad imputables al contratista
- Incumplimientos de las especificaciones técnicas
- Errores en archivos editables que impidan su uso

Plazo de subsanación: según urgencia, normalmente entre 2-5 días laborables.

### 7. PROPIEDAD INTELECTUAL Y DERECHOS

#### 7.1. Titularidad de los trabajos

Todos los trabajos creativos realizados al amparo de este contrato, incluyendo conceptos, diseños, textos, imágenes, vídeos y cualquier otro elemento, serán propiedad exclusiva de la Consejería de Sostenibilidad y Medio Ambiente.

#### 7.2. Cesión de derechos de explotación

El contratista cede al órgano de contratación, con carácter exclusivo y para todo el mundo, los derechos de explotación sobre todos los trabajos realizados, incluyendo:

- Reproducción
- Distribución
- Comunicación pública
- Transformación
- Cualquier otra forma de explotación

#### 7.3. Derechos sobre elementos de terceros

El contratista será responsable de obtener y asumir el coste de todos los derechos, licencias y autorizaciones necesarias sobre elementos de terceros utilizados en las piezas creativas:

##### 7.3.1. Derechos musicales

- Derechos de autor sobre composiciones musicales
- Derechos de fonograma sobre grabaciones
- Derechos de sincronización para su uso con imagen
- Licencias de bibliotecas musicales (stock music)
- Derechos sobre música original creada específicamente



MANUEL MUÑOZ SANCHEZ		24/02/2026 09:39:20	PÁGINA: 10 / 18
VERIFICACIÓN	NJyGwjNS3H1Qb59Yzm4a4V3N8RYJB7	<a href="https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/">https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/</a>	



### 7.3.2. Derechos de imagen

- Cesión de derechos de imagen de modelos, actores y figurantes
- Autorización para el uso publicitario e institucional
- Consentimiento informado de personas reconocibles

El contratista deberá disponer de los contratos firmados con todas las personas que aparezcan en las piezas.

### 7.3.3. Derechos sobre fotografías e ilustraciones

- Licencias de uso de fotografías de bancos de imágenes (stock photos)
- Derechos sobre fotografías creadas específicamente para la campaña
- Derechos sobre ilustraciones de terceros
- Derechos sobre elementos gráficos de diseño

### 7.3.4. Otros derechos

- Tipografías: licencias adecuadas para uso comercial y web
- Software: licencias legales de todos los programas utilizados
- Clips de vídeo: licencias completas de bancos de vídeo
- Efectos visuales: derechos sobre plugins o recursos utilizados
- Elementos 3D: licencias sobre modelos 3D de terceros
- Cualquier otro elemento protegido por derechos de propiedad intelectual

### 7.4. Documentación acreditativa

El contratista deberá entregar junto con cada campaña:

- Relación completa de todos los elementos de terceros utilizados
- Copia de las licencias adquiridas
- Contratos de cesión de derechos de imagen firmados
- Documentación de licencias musicales (SGAE, AIE u otras entidades)
- Facturas de compra de elementos de stock cuando proceda
- Declaración responsable de titularidad de derechos

### 7.5. Garantías y responsabilidades

El contratista garantiza que:

- Dispone de todos los derechos necesarios sobre los trabajos entregados
- Los trabajos no infringen derechos de terceros
- Ha obtenido todas las licencias y autorizaciones necesarias
- Los derechos cedidos están libres de cargas y gravámenes

El contratista será responsable y mantendrá indemne al órgano de contratación frente a:

- Cualquier reclamación de terceros por vulneración de derechos



MANUEL MUÑOZ SANCHEZ		24/02/2026 09:39:20	PÁGINA: 11 / 18
VERIFICACIÓN	NJyGwjNS3H1Qb59Yzm4a4V3N8RYJB7	<a href="https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/">https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/</a>	



Junta de Andalucía

- Costes derivados de licencias no obtenidas o insuficientes
- Daños y perjuicios causados por infracción de derechos de propiedad intelectual

## 8. CONFIDENCIALIDAD

### 8.1. Obligación de confidencialidad

El contratista se compromete a mantener la más estricta confidencialidad sobre:

- Toda la información recibida del órgano de contratación
- Datos sobre campañas futuras o en desarrollo
- Estrategias de comunicación institucional
- Cualquier información sensible o no pública

### 8.2. Alcance

La obligación de confidencialidad:

- Se extiende a todo el personal del contratista y colaboradores
- Permanece vigente durante la ejecución del contrato
- Se mantiene después de la finalización del contrato

### 8.3. Excepciones

No se considerará incumplimiento de confidencialidad:

- La información que sea de dominio público
- La información que deba revelarse por imperativo legal
- La información autorizada expresamente para su difusión

### 8.4. Uso de la información

El contratista se compromete a:

- Utilizar la información exclusivamente para la ejecución del contrato
- No difundir, reproducir ni comunicar información confidencial
- No utilizar información para beneficio propio o de terceros
- Implementar medidas de seguridad para proteger la información

## 9. ENTREGAS Y PRESENTACIONES

### 9.1. Formato de entregas

Todas las entregas se realizarán de forma organizada y profesional:



MANUEL MUÑOZ SANCHEZ		24/02/2026 09:39:20	PÁGINA: 12 / 18
VERIFICACIÓN	NJyGwjNS3H1Qb59Yzm4a4V3N8RYJB7	<a href="https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/">https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/</a>	



### 9.1.1. Soporte de entrega

- Transferencia digital mediante:
  - Plataforma de transferencia de archivos (WeTransfer, Google Drive, OneDrive, etc.)
  - Servidor FTP si se proporciona
  - Soporte físico (disco duro externo, USB) cuando se solicite

### 9.1.2. Organización de archivos

- Estructura de carpetas clara y lógica:

/NOMBRE\_CAMPAÑA\_2026/ /01 ESTRATEGIA\_CREATIVA/ /02\_PIEZAS\_PRINCIPALES/ /03\_RADIO/  
/Editables/ /Finales/ /04\_TELEVISION/ /Editables/ /Finales/ /05\_REDES\_SOCIALES/ /Editables/  
/Finales/ /06\_GRAFICAS/ /Editables/ /Finales/ /07\_BANNERS/ /Editables/ /Finales/  
/08\_DOCUMENTACION/

### 9.1.3. Nomenclatura de archivos

Ejemplo de nomenclatura clara:

- CampañaXXX\_Spot\_TV\_30s\_Master.mov
- CampañaXXX\_Cuñia\_Radio\_25s\_Final.mp3
- CampañaXXX\_Banner\_300x250\_Dinamico.html
- CampañaXXX\_Grafica\_Instagram\_1080x1080.jpg

### 9.1.4. Documento de entrega

Cada entrega incluirá un documento índice (README o similar) que contenga:

- Listado completo de archivos entregados
- Descripción de cada pieza
- Especificaciones técnicas resumidas
- Instrucciones especiales si las hubiera
- Información de contacto para consultas

## 9.2. Presentaciones

Las presentaciones de estrategia creativa y piezas principales se realizarán mediante:

### 9.2.1. Formato de presentación

- Presentación visual (PowerPoint, Keynote, PDF)
- Exposición oral clara y estructurada
- Duración adecuada (normalmente 30-45 minutos)
- Espacio para preguntas y debate



MANUEL MUÑOZ SANCHEZ		24/02/2026 09:39:20	PÁGINA: 13 / 18
VERIFICACIÓN	NJyGwjNS3H1Qb59Yzm4a4V3N8RYJB7	<a href="https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/">https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/</a>	



### 9.2.2. Contenido de presentación de estrategia

- Resumen del briefing y objetivos
- Análisis del público objetivo
- Concepto creativo propuesto
- Justificación de la estrategia
- Referentes visuales o moodboard
- Plan de ejecución

### 9.2.3. Contenido de presentación de piezas

- Piezas principales diseñadas
- Storyboard animado o animatic del spot (cuando proceda)
- Propuestas de copy
- Referencias musicales
- Adaptaciones previstas a diferentes formatos
- Plan de producción

### 9.3. Archivo final del proyecto

Al finalizar cada campaña, se entregará un archivo completo que incluya:

- Todos los archivos finales en sus formatos de distribución
- Todos los archivos editables organizados
- Documentación técnica completa
- Documentación de derechos y licencias
- Memoria final del proyecto (opcional, si se solicita)

Este archivo deberá mantenerse accesible por el contratista durante al menos 1 año tras la finalización de la campaña para posibles consultas o recuperación de archivos.

## 10. COORDINACIÓN Y COMUNICACIÓN

### 10.1. Interlocutores

#### 10.1.1. Por parte del contratista

- **Interlocutor principal:** Director de cuentas o responsable de proyecto
  - Responsable de la comunicación diaria
  - Coordinación del equipo interno
  - Seguimiento de plazos y entregas
- **Interlocutor creativo:** Director creativo
  - Responsable de decisiones creativas
  - Presentaciones estratégicas
  - Resolución de cuestiones creativas



MANUEL MUÑOZ SANCHEZ		24/02/2026 09:39:20	PÁGINA: 14 / 18
VERIFICACIÓN	NJyGwjNS3H1Qb59Yzm4a4V3N8RYJB7	<a href="https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/">https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/</a>	



Junta de Andalucía

### 10.1.2. Por parte del órgano de contratación

Se designará un responsable técnico del contrato que actuará como:

- Punto de contacto principal
- Aprobador de las entregas
- Transmisor de briefings y especificaciones

### 10.2. Canales de comunicación

- **Comunicaciones ordinarias:** correo electrónico
- **Comunicaciones urgentes:** teléfono
- **Reuniones:** presenciales o por videoconferencia
- **Transferencia de archivos:** plataformas digitales seguras
- **Aprobaciones:** por escrito (correo electrónico válido)

### 10.3. Periodicidad de comunicaciones

- Comunicación fluida durante todo el proceso de cada campaña
- Reuniones de seguimiento según necesidad
- Informes de estado para proyectos complejos (si se solicitan)
- Disponibilidad para atender consultas en horario laboral

### 10.4. Tiempos de respuesta

El contratista se compromete a:

- Responder consultas ordinarias en 24 horas laborables
- Atender urgencias el mismo día (en horario laboral)
- Proporcionar seguimiento proactivo del estado de los trabajos

## 11. OBLIGACIONES ESPECÍFICAS DEL CONTRATISTA

Además de las obligaciones generales establecidas en este pliego, el contratista deberá:

### 11.1. En relación con la ejecución del servicio

1. Ejecutar los trabajos con la máxima calidad profesional conforme a los estándares del sector publicitario
2. Cumplir estrictamente las especificaciones técnicas establecidas
3. Respetar los plazos acordados para cada encargo
4. Asignar recursos suficientes y adecuados a cada proyecto
5. Mantener actualizados los conocimientos técnicos y creativos
6. Adaptarse a nuevos formatos o plataformas que puedan surgir



MANUEL MUÑOZ SANCHEZ		24/02/2026 09:39:20	PÁGINA: 15 / 18
VERIFICACIÓN	NJyGwjNS3H1Qb59Yzm4a4V3N8RYJB7	<a href="https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/">https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/</a>	



**11.2. En relación con la calidad**

7. Implementar controles de calidad antes de cada entrega
8. Realizar revisiones técnicas exhaustivas
9. Verificar la corrección ortográfica y gramatical de todos los textos
10. Asegurar la coherencia entre todas las piezas de una misma campaña
11. Subsanan errores o defectos sin coste adicional

**11.3. En relación con la documentación**

12. Entregar toda la documentación especificada en este pliego
13. Mantener organizada y actualizada la documentación de proyectos
14. Facilitar archivos en los formatos requeridos
15. Proporcionar documentación técnica clara y completa

**11.4. En relación con derechos y licencias**

16. Obtener todos los derechos necesarios sobre elementos de terceros
17. Garantizar la titularidad o licencia legal de todos los elementos utilizados
18. Entregar documentación acreditativa de derechos y licencias
19. Asumir la responsabilidad por posibles infracciones de derechos

**11.5. En relación con la coordinación**

20. Designar y mantener interlocutores cualificados
21. Atender reuniones de coordinación
22. Mantener comunicación fluida y proactiva
23. Informar con antelación de cualquier incidencia que pueda afectar a plazos

**11.6. En relación con la confidencialidad y uso de información**

24. Mantener confidencialidad sobre toda la información recibida
25. No utilizar información para fines distintos a la ejecución del contrato
26. Extender las obligaciones de confidencialidad a todo el personal y colaboradores
27. Implementar medidas de seguridad para proteger la información

**11.7. En relación con la normativa**

28. Cumplir la normativa vigente en materia de publicidad
29. Cumplir la normativa de protección de datos (RGPD)
30. Respetar los derechos de propiedad intelectual
31. Cumplir la normativa sectorial aplicable (publicidad institucional, etc.)

**11.8. En relación con aspectos éticos y sociales**

32. Evitar estereotipos discriminatorios en las piezas creativas



MANUEL MUÑOZ SANCHEZ		24/02/2026 09:39:20	PÁGINA: 16 / 18
VERIFICACIÓN	NJyGwjNS3H1Qb59Yzm4a4V3N8RYJB7	<a href="https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/">https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/</a>	



- 33. Promover la igualdad de género y la diversidad
- 34. Garantizar representación inclusiva cuando sea posible
- 35. Seguir criterios de publicidad responsable

## 12. CRITERIOS DE SOSTENIBILIDAD Y RESPONSABILIDAD SOCIAL

Sin perjuicio de lo que pueda establecerse en el pliego administrativo, se recomienda que el contratista considere los siguientes criterios en la ejecución del servicio:

### 12.1. Sostenibilidad ambiental

- Minimizar el impacto ambiental de las producciones (desplazamientos, consumos energéticos, residuos)
- Utilizar proveedores locales cuando sea posible y razonable
- Considerar alternativas sostenibles en las producciones (iluminación LED, transporte eficiente, etc.)
- Gestión responsable de residuos en rodajes y sesiones fotográficas

### 12.2. Responsabilidad social en los contenidos

- Promover valores de igualdad, diversidad e inclusión
- Evitar estereotipos de género, edad, raza, orientación sexual o cualquier otra condición
- Representación diversa de la sociedad en casting y contenidos
- Uso de lenguaje inclusivo y no sexista
- Evitar perpetuar roles tradicionales limitantes

### 12.3. Accesibilidad

- Considerar la accesibilidad en las piezas cuando sea posible:
  - Subtítulos en vídeos
  - Contraste adecuado en piezas gráficas
  - Textos legibles (tamaño, tipografía)
  - Alternativas textuales a contenidos visuales cuando sea relevante

### 12.4. Ética publicitaria

- Mensajes veraces y no engañosos
- No utilización de técnicas publicitarias manipuladoras
- Respeto a la dignidad de las personas
- Cumplimiento de códigos de autorregulación publicitaria

### 12.5. Identificación de publicidad institucional

Todas las piezas creativas deberán incluir, cuando proceda y según las especificaciones que se proporcionen:

- Logotipo institucional oficial
- Elementos de identidad corporativa



MANUEL MUÑOZ SANCHEZ		24/02/2026 09:39:20	PÁGINA: 17 / 18
VERIFICACIÓN	NJyGwjNS3H1Qb59Yzm4a4V3N8RYJB7	<a href="https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/">https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/</a>	



Junta de Andalucía

- Menciones legales requeridas
- Disclaimers cuando sean necesarios
- Información de financiación si procede (fondos europeos, etc.)

#### 12.6. Adaptaciones futuras

Los archivos editables entregados deberán permitir:

- Cambios de textos
- Actualización de información (fechas, datos, etc.)
- Cambios de logotipos o elementos institucionales
- Adaptaciones menores a nuevos formatos
- Traducción a otros idiomas (si procede)

El contratista deberá estructurar los archivos de forma que estas adaptaciones puedan realizarse de manera sencilla por terceros.

#### 12.7. Propiedad de materiales auxiliares

Los materiales brutos o auxiliares generados durante la producción (fotografías no seleccionadas, tomas alternativas de vídeo, bocetos intermedios, etc.) serán también propiedad del órgano de contratación, que podrá solicitar su entrega si lo considera necesario.

**El Jefe del Servicio de Comunicación, Documentación y Publicaciones**

Manuel Muñoz Sánchez



MANUEL MUÑOZ SANCHEZ		24/02/2026 09:39:20	PÁGINA: 18 / 18
VERIFICACIÓN	NJyGwjNS3H1Qb59Yzm4a4V3N8RYJB7	<a href="https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/">https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/</a>	