



PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS PARA LA CONTRATACIÓN DE UN SERVICIO DE PLANIFICACIÓN, CREATIVIDAD, DISEÑO, REALIZACIÓN Y PRODUCCIÓN DE LA CAMPAÑA DE PUBLICIDAD “48 ANIVERSARIO DE LA CONSTITUCIÓN ESPAÑOLA, LA MÁS LONGEVA DE NUESTRA HISTORIA”.

1. OBJETO DEL CONTRATO

El presente pliego tiene por objeto la contratación de un servicio de planificación, creatividad, diseño, realización y producción de la campaña de publicidad institucional denominada “48 ANIVERSARIO DE LA CONSTITUCIÓN ESPAÑOLA, LA MÁS LONGEVA DE NUESTRA HISTORIA”.

El trabajo a desarrollar tendrá carácter integral e incluirá los siguientes aspectos:

- Planteamiento estratégico en el que se incluyan las acciones que se proponen para la campaña.
- Creatividad, diseño y desarrollo de las piezas publicitarias de difusión de la campaña destinadas a cada soporte: televisión, radio, medios digitales, medios gráficos y publicidad exterior.
- Producción de las piezas de la campaña y acciones de publicidad/comunicación.

La difusión y compra de espacios en medios de comunicación no estarán incluidas en el objeto del presente contrato.

En el caso de las artes finales referidas a trabajos destinados a soportes físicos, no se contemplará en este contrato la producción final o impresión, solo el arte final en formato digital.

2. BRIEFING DE LA CAMPAÑA.

2.1 ANTECEDENTES Y SITUACIÓN ACTUAL

El Real Decreto 204/2024, de 27 de febrero, por el que se desarrolla la estructura orgánica básica del Ministerio de la Presidencia, Justicia y Relaciones con las Cortes, establece, en su artículo 9, que corresponde a la Secretaría de Estado de Relaciones con las Cortes y Asuntos Constitucionales la promoción, difusión y acercamiento de la Constitución a la sociedad española, mediante actuaciones de sensibilización, comunicación, formación y estudio.

El pasado 18 de febrero de 2026, la Constitución Española de 1978 se convirtió en la más longeva de la historia de la democracia española. Un hito de especial relevancia que representa el éxito de un proceso democrático que ha permitido a España superar sus traumas del pasado y proyectarse como una nación democrática, plural y respetuosa con los derechos humanos. Además, la celebración cada 6 de diciembre de la aprobación de la Constitución es una fecha emblemática para todos los españoles y españolas. Por ello, la Secretaría de Estado de Relaciones con las Cortes y Asuntos Constitucionales, en cumplimiento de sus atribuciones, ha desarrollado en los años 2023, 2024 y 2025, tres campañas de publicidad con el objetivo de conmemorar y dar visibilidad a los valores y los derechos y libertades adquiridos a lo largo de los años de vigencia de la Carta Magna y de promover su vigencia.





Siguiendo la línea de lo realizado en años anteriores y destacando el hito de haberse convertido en la más longeva de nuestra historia, en 2026 la Secretaría de Estado de Relaciones con las Cortes y Asuntos Constitucionales continuará con su labor de dar a conocer la Constitución Española y promoviendo sus valores a través de una campaña de publicidad denominada "48 aniversario de la Constitución Española, la más longeva de nuestra historia".

2.2 OBJETIVOS

Se pretende desarrollar una campaña institucional con el fin de promover, difundir y acercar la Constitución a la sociedad española, así como **celebrar el 48 aniversario de su aprobación y destacar que se ha convertido en la más longeva de nuestra historia**. De esta forma, se busca:

- Celebrar la consolidación de la Constitución como la más longeva de nuestra historia, poniendo de relieve su firmeza como pilar del Estado social y democrático de derecho.
- Conmemorar la efeméride y acercar el texto constitucional a la población española, promoviendo sus valores y su vigencia en el momento actual.
- Consolidar la idea de que los derechos de los que disfrutamos hoy, y también aquellos que demandamos, están presentes en la Constitución y existen gracias a ella.
- Contribuir a que la población española perciba la Constitución como algo cercano, que les representa y que es útil. Un instrumento con el que consolidar los derechos que tienen en el presente y ampliar con nuevos derechos que sigan mejorando su vida.
- Sensibilizar a la población española sobre la Constitución como una aliada y una herramienta actual con la que seguir mejorando nuestra convivencia colectiva.

2.3 PÚBLICO OBJETIVO

La campaña se dirige **a la población general** (de 16 años en adelante).

Las piezas deben interpelar a toda clase de público, desde quienes vivieron y recuerdan la aprobación de la Constitución hasta los más jóvenes.

2.4 CRITERIOS QUE DEBEN ORIENTAR LA CREATIVIDAD DE LA CAMPAÑA Y MENSAJES

Se espera una creatividad cuya **originalidad** permita destacarse entre la gran marea de mensajes publicitarios, sin olvidar el carácter institucional de la campaña.

El mensaje del eslogan deberá ser impactante y original, deberá poner de manifiesto el valor de la Constitución Española, su contribución a nuestra democracia y su importancia para garantizar tanto los derechos y libertades de los que ya disfrutamos como aquellos que están por venir, así como su condición de Constitución más longeva de nuestra historia, reflejo de la estabilidad institucional y de la continuidad de nuestro marco de convivencia democrática. Y deberá hacerlo interpelando a las diferentes generaciones a las que va dirigida esta campaña.

También es importante que se adapte a los diferentes soportes publicitarios que consume la totalidad del público objetivo al que se dirige. El lenguaje debe ser claro y cercano.





Se utilizará en todo momento lenguaje inclusivo y se apostará por la diversidad, con atención específica a las personas con discapacidad.

Tanto la creatividad como el diseño deberán tener en cuenta que el material, además de en castellano, deberá traducirse a las lenguas cooficiales del Estado.

3. SERVICIOS A CONTRATAR

La empresa adjudicataria diseñará y producirá los contenidos de la campaña a difundir descritos a continuación y los entregará en los soportes y formatos indicados (ver anexo I) para su posterior entrega a los medios de comunicación que deberán difundirlos:

- Diseño de una estrategia de comunicación que permita identificar las acciones que se desarrollen a lo largo del contrato. Se pretende establecer un concepto global, que quedará reflejado en el "claim" y en cada una de las piezas de la propuesta.
- Desarrollo de la estrategia y el concepto global propuestos, adaptados al objetivo de comunicación, teniendo en cuenta que el periodo previsto de difusión de la campaña será aproximadamente de una semana y se desarrollará entre los días 26 de noviembre y 10 de diciembre de 2026.
- Diseño y producción de las piezas destinadas a cada soporte: televisión, radio, medios digitales, medios gráficos y publicidad exterior:
 - SPOT PARA TELEVISIÓN Y MEDIOS DIGITALES
Un spot con una duración de 60", así como uno o varios teasers para lanzar en los días previos al aniversario de la Constitución, y las correspondientes adaptaciones del spot y los teasers a 30" y 15" para televisión, internet y redes sociales, locutados en castellano y doblado a todas las lenguas cooficiales, además de incluir subtítulos en castellano y resto de lenguas cooficiales. Todas las versiones deberán ser interpretadas en lengua de signos e incluir audiodescripción.
 - CUÑA DE RADIO
Una cuña de 30" para radio y audio online streaming en castellano, así como en todas las lenguas cooficiales.
 - OTRAS PIEZAS PARA MEDIOS DIGITALES
 - Diseño de *banner*, *megabanner*, *robapáginas*, anuncios gráficos y de texto para redes sociales y buscadores, "hashtag", en castellano y en las distintas lenguas cooficiales.
 - Se realizarán creatividades adaptables a todos o algunos de los formatos o subformatos siguientes, en función de las necesidades de la campaña y del plan de medios:
 - Formato Display non video premium: formatos como wallpaper, expandibles como robapáginas, banner, medio banner, megabanner, rascacielos, etc. Formatos flotantes como interstitial, layer, etc.





MINISTERIO DE LA PRESIDENCIA, JUSTICIA Y RELACIONES CON LAS CORTES

- Formatos rising stars como billboard, filmstrip, portrait, slider, sidekick, pushdown, etc.
- Formato Display video instream: formatos lineales como preroll, midroll y postroll, así como a formatos no lineales como overlay, companion, etc.
- Formatos Audio online streaming: formatos como audio preroll, audio instream, formatos integrados sincronizables, etc.
- Formatos para TV conectada, display video.

En medios digitales se tendrá en cuenta que, a la hora de la producción, se necesitarán piezas en formato horizontal y vertical (para vídeos en instagram reels o tiktok), en castellano y traducido/doblado a todas las lenguas cooficiales, además de incluir subtítulos en castellano y resto de lenguas cooficiales. Todas las versiones deberán ser interpretadas en lengua de signos e incluir audiodescripción.

○ MEDIOS GRÁFICOS Y EXTERIOR

Producción para su difusión de los siguientes formatos:

- Página, media página y faldón para medios gráficos
- Lonas
- MUPIS: mueble urbano de presentación de información.
- OPIS: objeto publicitario iluminado.

Los artes finales para medios gráficos y exterior deberán incluir los retoques fotográficos en alta resolución que fueran necesarios.

Todos los contenidos realizados para este contrato se entregarán con versiones en castellano y lenguas cooficiales.

Las adaptaciones necesarias para el cumplimiento del plan de medios que se apruebe para la difusión de la campaña correrán a cargo de la agencia adjudicataria del contrato de difusión que corresponda, no obstante, la empresa adjudicataria de este contrato deberá facilitar todas las artes finales necesarias para posibilitar estas adaptaciones, así como la subida de las distintas piezas a las plataformas necesarias para su difusión en medios y las versiones en distintos formatos y duración del spot para su adaptación a redes sociales.

Correrá a cargo de la empresa adjudicataria la obligación de subir los masters de spots a la plataforma de gestión de contenidos publicitarios que se determine para su emisión en TV.

Todos los materiales que sean destinados a su difusión en Internet, incluidos aquellos que vayan a publicarse en la página web, deberán cumplir lo dispuesto en el Real Decreto 1494/2007, de 12 de noviembre, por el que se aprueba el Reglamento sobre las condiciones básicas para el acceso de las personas con discapacidad a las tecnologías, productos y servicios relacionados con la sociedad de la información y medios de comunicación social. Dichos materiales deberán alcanzar el nivel mínimo de accesibilidad determinado en las prioridades 1 y 2 de la Norma UNE 139803:2004(Accesibilidad AA). Se deberá velar por el cumplimiento del principio de neutralidad tecnológica, asegurando que portales y aplicaciones Web puedan ser utilizados con los navegadores y sistemas operativos más extendidos en cliente. Por último, se deberá velar por disponer de la máxima usabilidad, cumpliendo con la accesibilidad.





3.1 USO DE LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL

La utilización de la inteligencia artificial en la producción de las creatividades no podrá ser superior al 15% del total. Esta limitación afecta exclusivamente a la parte creativa.

Se prohíbe la utilización de inteligencia artificial para los servicios de traducción, locución en lenguas cooficiales e interpretación en lengua de signos. Estos servicios deberán ser realizados por profesionales cualificados que garanticen los estándares de calidad y responsabilidad exigidos.

En lo que respecta a la producción de los vídeos, estos deberán realizarse por profesionales del sector, estando prohibido el uso de inteligencia artificial para sustituir a los profesionales que deban intervenir en dicha producción (actores, figurantes, etc...).

4. MATERIALES DE LA CAMPAÑA

La empresa adjudicataria, una vez finalizado el plazo de duración del servicio, deberá facilitar a la Secretaría de Estado de Relaciones con las Cortes y Asuntos Constitucionales, los materiales relacionados en el Anexo I de este pliego, obligatoriamente en formato USB, según lo previsto en el apartado 3 anteriormente desarrollado. Además, deberá facilitar todos los materiales producidos en soporte electrónico.

Las adaptaciones de la creatividad a las lenguas cooficiales deberán realizarse a través de traducciones juradas, adaptadas al lenguaje publicitario requerido (no siendo válidas las traducciones juradas que por su literalidad pierdan sentido en el contexto publicitario de las distintas creatividades), que gestionará y asumirá la empresa adjudicataria.

5. SEGUIMIENTO Y CONTROL DE LA EJECUCIÓN

Sin perjuicio del poder de dirección que corresponde a la empresa contratista, la Secretaría de Estado de Relaciones con las Cortes y Asuntos Constitucionales podrá impartir aquellas instrucciones que se consideren oportunas para el normal desarrollo del servicio, participando en los procesos de producción audiovisual y efectuando las sugerencias y correcciones que estime necesarias para mejorar los objetivos de la campaña y lograr un mayor impacto de la misma.

La dirección funcional y técnica de los trabajos corresponde a la entidad contratante, que 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 esta contratación.

La agencia adjudicataria será responsable de la calidad técnica de los servicios prestados, así como de las consecuencias que se deriven para la Secretaría de Estado de Relaciones con las Cortes y Asuntos Constitucionales o para terceros de las omisiones, errores, métodos inadecuados o conclusiones incorrectas en la ejecución del contrato.

También será responsable, a todos los efectos, de las consecuencias derivadas del incumplimiento o cumplimiento defectuoso de sus obligaciones durante el contrato.





6. EQUIPO DE TRABAJO

Con el fin de facilitar la correcta ejecución del contrato y su seguimiento, la empresa adjudicataria deberá destinar a una persona coordinadora técnica. Su labor comprenderá, entre otras, la interlocución entre la empresa adjudicataria y la Administración, trasladando las indicaciones e instrucciones necesarias para llevar a cabo las tareas encomendadas, la coordinación y distribución del trabajo y la supervisión del correcto desempeño por parte de este. Esta persona deberá estar disponible para la celebración de reuniones presenciales o virtuales a requerimiento del responsable del contrato. Las reuniones presenciales podrán celebrarse en la sede de la Administración Contratante. El resto de las personas componentes del equipo participarán en la ejecución del contrato en función de las necesidades que genere cada una de las actuaciones a desarrollar.

La empresa adjudicataria pondrá a disposición de la Secretaría de Estado de Relaciones con las Cortes y Asuntos Constitucionales un equipo humano que incluya, como mínimo los siguientes perfiles, con una experiencia mínima acreditada de 3 años:

- 1 director/a de cuentas.
- 1 director/a creativo/a.
- 1 planificador/a estratégico/a (planner).
- 1 director/a de arte senior.
- 1 redactor/a copy senior.
- 1 ejecutivo/a de cuentas senior.
- 1 director/a de producción digital, audiovisual y gráfica.
- 1 técnico/a artefinalista.

La empresa adjudicataria prestará un servicio de asesoramiento permanente en materia de comunicación e intervenciones publicitarias, analizando y recomendando las piezas, formatos y acciones más eficaces y notorias, e incluyendo la orientación sobre los medios más adecuados para la campaña en función de la creatividad aprobada.

7. PROPIEDAD INTELECTUAL, INDUSTRIAL Y COMERCIAL

El Ministerio de la Presidencia, Justicia y Relaciones con las Cortes será propietario de la creatividad desarrollada en esta campaña, así como de todos los conceptos, slogans e ideas que integran la misma, reservándose el formato original de producción y la facultad de llevar a cabo cuantas reproducciones y modificaciones considere conveniente para su difusión, exhibición o cualquier otra forma de divulgación, cediendo la empresa adjudicataria todos los derechos de propiedad sobre la campaña de referencia.

La empresa adjudicataria cederá al Ministerio de la Presidencia, Justicia y Relaciones con las Cortes los derechos de imagen y propiedad intelectual de terceros que pudieran concurrir en los contenidos, imagen, locución, música y demás elementos que intervengan en la realización de esta campaña por tiempo indefinido, para su difusión a través de los distintos medios de comunicación, incluidos los informáticos y telemáticos. Será a cargo de la empresa adjudicataria, la contratación de dichos





derechos para cualquier medio o formato de difusión, incluidos o no, en los medios iniciales previstos por dicho periodo. Asimismo, el Ministerio de la Presidencia, Justicia y Relaciones con las Cortes dispondrá de dichos derechos para usos didácticos, demostrativos no comerciales, en cualquier soporte y sin límite de tiempo, incluido Internet.

Las cesiones de derechos mencionadas serán válidas para su utilización por la Secretaría de Estado de Relaciones con las Cortes y Asuntos Constitucionales o por terceros expresamente autorizados por la Secretaría de Estado de Relaciones con las Cortes y Asuntos Constitucionales.

Será obligación de la adjudicataria responder legal y económicamente de las reclamaciones, demandas o cualquier otra pretensión contenciosa ejercitada por terceros en relación con el objeto del contrato, incluyendo las que pudieran surgir sobre la originalidad de la creatividad, los eslóganes que en ella se contengan o el empleo de cualquier otro elemento que la componen (música, imágenes, prescriptores u otros).

En relación con cada uno de los trabajos creados, elaborados y desarrollados para la Secretaría de Estado de Relaciones con las Cortes y Asuntos Constitucionales dentro de la campaña, la empresa adjudicataria garantizará que todos los materiales han sido concebidos específica y exclusivamente para la Secretaría de Estado de Relaciones con las Cortes y Asuntos Constitucionales, sin incorporar contenidos en los que existan derechos propios o de terceros, por lo que su uso no infringirá ningún derecho ni constituirá competencia desleal.

La empresa adjudicataria deberá entregar a la Secretaría de Estado de Relaciones con las Cortes y Asuntos Constitucionales todos los materiales elaborados, tanto en formato papel como en soporte electrónico o cualquier otro en el que puedan contenerse. De la misma forma, deberán entregarse las piezas máster, en alta resolución y en formato editable. Si como parte de la campaña se idearan programas de ordenador, aplicaciones informáticas, microsites, etc. deberán ser entregados tanto en código objeto como en código fuente, así como la documentación preparatoria, técnica y manuales de uso, en su caso.

La entidad adjudicataria queda obligada a presentar, a requerimiento de la Secretaría de Estado de Relaciones con las Cortes y Asuntos Constitucionales, cuanta documentación sea necesaria para probar las autorizaciones pertinentes y vigencia de las mismas. En caso de que la persona titular originaria de los derechos de imagen revocara su consentimiento para el uso en los términos establecidos en los párrafos anteriores, la entidad adjudicataria deberá facilitar a la Secretaría de Estado de Relaciones con las Cortes y Asuntos Constitucionales, en tiempo útil y sin coste alguno, un contenido equivalente para su incorporación a la campaña o bien indemnizar a la Secretaría de Estado de Relaciones con las Cortes y Asuntos Constitucionales por el coste que ésta deba asumir, internamente o por pago a terceros, para conseguir ese contenido equivalente.

Por otra parte, ninguna pieza de las campañas creadas para la Secretaría de Estado de Relaciones con las Cortes y Asuntos Constitucionales, ni juntas ni por separado, podrán ser utilizadas por la empresa adjudicataria, productoras audiovisuales, imprentas, técnicos, profesionales, o cualquier otro proveedor que intervenga en el diseño y realización de la campaña ni incluirlas en sus presentaciones comerciales, creativas o de cualquier naturaleza, páginas web, RRSS o cualquier otro medio de difusión, salvo que cuenten con la autorización expresa y por escrito de la Secretaría de Estado de





Relaciones con las Cortes y Asuntos Constitucionales. La campaña tampoco podrá ser presentada a certámenes y festivales de ningún tipo sin dicha autorización expresa.

INFORME DE FIRMA, no sustituye al documento original | C.S.V. : GEN-4cee-2ea6-89f6-7ba3-5d0f-c201-d17c-a1fd | Puede verificar la integridad de este documento en la siguiente dirección: <https://run.gob.es/hsbIF8yLcR>





Anexo I

MATERIALES DE LA CAMPAÑA

SOPORTE	CANTIDAD
MASTER	
Master spot en todas sus versiones de formato y duración e idiomas (castellano y lenguas cooficiales, además de interpretación en lengua de signos y audiodescripción)	2
Master cuña radio en todas sus versiones e idiomas (castellano y lenguas cooficiales)	2
ARTES FINALES CAMPAÑA	
USB con spot en todas sus versiones de formato y duración, cuña y artes finales en ALTA RESOLUCIÓN (bien identificado, tanto el USB como los archivos que contiene): <ul style="list-style-type: none">Las artes finales gráficas deberán enviarse en formato vectorial, multicapa, editable (PSD o AI).El spot deberá adjuntarse en ALTA RESOLUCIÓN en todas sus versiones de formato y duración, locutado y subtulado en castellano y todas las lenguas cooficiales, además de interpretación en lengua de signos y audiodescripción en formato MP4.La cuña deberá adjuntarse locutada en castellano y en todas las lenguas cooficiales en formato MP3.	2
USB con spot en todas sus versiones de formato y duración, cuña y artes finales en BAJA RESOLUCIÓN (bien identificado, tanto el USB como los archivos que contiene): <ul style="list-style-type: none">Las artes finales deberán enviarse en formato PDF o JPG de BAJA RESOLUCIÓN, en castellano y todas las lenguas cooficiales.El spot deberá adjuntarse en BAJA RESOLUCIÓN en todas sus versiones de formato, en castellano y todas las lenguas cooficiales, además de interpretación en lengua de signos y audiodescripción.La cuña deberá adjuntarse en castellano y en todas las lenguas cooficiales, en formato MP3.	2
USB con las distintas artes finales de la campaña para medios digitales, con los materiales en castellano y en todas las lenguas cooficiales (y, en su caso, interpretación en lengua de signos y audiodescripción) tanto en .pdf y .jpg como en formatos editables (bien identificado, tanto el USB como los archivos que contiene). En su caso, se añadirán las adaptaciones a los distintos formatos de redes sociales (FaceBook, X [Twitter], TikTok, Instagram, YouTube), en sus distintos formatos de anuncios (Feed, historias, noticias, etc), tanto para imagen como para vídeo, así como el resto de contenidos descargables y de fácil viralización en formatos comunes y accesibles. Todo ello deberá presentarse en castellano y en las distintas lenguas cooficiales.	2
USB con las distintas artes finales de la campaña para medios gráficos y publicidad exterior en castellano y en todas las lenguas cooficiales, tanto en pdf y jpg como en formatos editables (bien identificado, tanto el USB como los archivos que contiene)	2
USB con un menú de contenido que distinguirá los materiales disponibles de la campaña para su entrega a medios de comunicación en la presentación de la campaña: el spot en formato MP4 y la cuña de radio en MP3 en castellano y en todas las lenguas cooficiales (y, en su caso, interpretación en lengua de signos y audiodescripción), la gráfica (adaptaciones a página, media página y faldón) en PDF o JPG, exterior y las adaptaciones a las gráficas para medios digitales en formatos display de cada uno de los elementos.	20

