

PLIEGO DE CLAUSULAS ADMINISTRATIVAS PARA LA CONTRATACIÓN DEL SERVICIO DE CAMPAÑA DE SENSIBILIZACIÓN SOCIAL “Comunidad Gitana y No Discriminación” 2016

PRIMERA.- OBJETO DEL CONTRATO

Constituye el objeto del contrato la prestación de los servicios para la realización de la campaña de sensibilización social “Comunidad gitana y No Discriminación” 2016

El objeto se desglosa en:

- 1) Creatividad de la campaña
- 2) Producción de piezas o acciones
- 3) Presentación Estatal de la campaña
- 4) Difusión de la campaña

SEGUNDA.- FINANCIACIÓN DEL CONTRATO

La prestación de servicios objeto del contrato se financiará con cargo al Programa de Programa de IRPF “*Por solidaridad. Otros fines de interés social*”, del Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad.

TERCERA.- PRECIO DE LA ADJUDICACIÓN

La prestación del servicio se adjudicará por un importe máximo de SETENTA MIL EUROS (70.000 €)_IVA INCLUIDO:

- Valor estimatorio del contrato:
- - o Importe del contrato (base imponible sin prórrogas): 57.851,23 €.
 - o Impuesto de valor añadido (IVA sin prórrogas): 12.148,76€
 - o Importe total (total sin prórrogas): 70.000 €

CUARTA.- FORMA Y PLAZO DE PAGO

La forma de pago de los servicios contratados será a 30 días factura mediante transferencia bancaria. Siendo tomada como fecha de referencia la de la recepción de la factura.

QUINTA.- DURACIÓN DEL CONTRATO

La duración de este contrato se establece desde la fecha del contrato hasta el 31 de diciembre de 2016.

SEXTA.- CAPACIDAD PARA CONTRATAR

Están capacitados para contratar las personas físicas o jurídicas, españolas o extranjeras, que tengan plena capacidad de obrar y no estén afectos por ninguna de las circunstancias que enumera el art. 13 de la Ley 38/2003, de 17 de noviembre, General de Subvenciones, como prohibitivas para contratar, y cuya actividad o finalidad tenga relación directa con el objeto del contrato, según resulte de los estatutos o reglas fundacionales y se acredite debidamente, y disponer de una organización con elementos materiales y personales suficientes para la debida ejecución del contrato.

SEPTIMA.- PRESENTACIÓN DE PROPOSICIONES: LUGAR Y PLAZO DE PRESENTACIÓN, FORMALIDADES Y DOCUMENTACIÓN

Lugar y plazo de presentación: Las proposiciones se presentarán en la oficina de la FSG (Calle Ahijones s/n, 28018 Madrid) en mano, de las 9 a las 14 horas, durante el plazo de veinte días naturales a partir del 7 de JUNIO de 2016

Formalidades: Las proposiciones constarán de un sobre cerrado, en donde se hará constar el contenido, en la forma que se indicará, y el nombre del licitador. Contendrá la siguiente documentación:

SOBRE A: Documentación administrativa y pruebas de solvencia:

- 1.- Documento Nacional de Identidad (persona física) o Número de Identificación Fiscal (si es persona jurídica) o fotocopia compulsada.
- 2.- Escritura de poder, bastanteada y legalizada, en su caso, si se actúa en representación de otra persona.
- 3.- Documentación que acredite su solvencia profesional:

- Currículum acreditativo de la experiencia de la empresa y/o el equipo humano acorde a la ejecución de lo solicitado en las prescripciones técnicas.
- Documentación que acredite que la empresa ha realizado dos o más trabajos similares al licitado por un valor igual o superior a _70.000__euros en los últimos dos años.
- Acreditación de tener implantado en su entidad un sistema de Prevención de Blanqueo de Capitales y Protocolo de transparencia.

4.- Declaración de no estar incurso en prohibiciones de contratar, conforme a la Ley 38/2003 de 17 de noviembre, General de Subvenciones. La declaración responsable comprenderá expresamente la circunstancia de hallarse al corriente del cumplimiento de las obligaciones tributarias y con la Seguridad Social impuestas por las disposiciones vigentes, sin perjuicio de la justificación acreditativa de tal requisito.

5.- Las empresas extranjeras presentarán la declaración de someterse a la jurisdicción de los Juzgados y Tribunales españoles de cualquier orden, para todas las incidencias que, de modo directo o indirecto, pudieran surgir del contrato, con renuncia, en su caso, al fuero jurisdiccional extranjero que pudiera corresponderles.

SOBRE B: criterios sujetos a juicio de valor:

1. Propuesta de Campaña (ver prescripciones técnicas- Briefing). Anexo II
2. Cumplir con un objeto Social: Ser empresa de Inserción o Centro Especial de Empleo, o tener contratado a personas pertenecientes a colectivos con dificultades de integración social.
3. Acciones de apoyo institucional y/o económico para el cumplimiento de los proyectos dirigidos a la promoción de la integración de la Comunidad Gitana (trabajos pro bono, donación...)

SOBRE C: criterios no sujetos a un juicio de valor:

- 1- Proposición económica.

OCTAVA.- CRITERIOS QUE HAN DE SERVIR DE BASE PARA LA ADJUDICACIÓN

Los criterios que servirán de base para la adjudicación del concurso por orden decreciente de importancia serán los siguientes:

- Mejor propuesta creativa..... 60 puntos
- Mejor propuesta estratégica..... 30 puntos
- Mejor adecuación del presupuesto..... 6 puntos
- Ser empresa de Inserción o Centro Especial de Empleo, o tener contratado a personas pertenecientes a colectivos con dificultades de integración social..... 2 puntos.

- Acciones de apoyo institucional y/o económico para el cumplimiento de los proyectos dirigidos a la promoción de la integración de la Comunidad Gitana (trabajos pro bono, donación.....)..... 2 puntos

NOVENA.- INFORMACIÓN ADICIONAL

Aquellas personas jurídicas o físicas que estuvieran interesados en participar y/o que deseen recibir información adicional o alguna aclaración respecto de la presente contratación, podrán dirigirse para solicitar dicha información, con al menos 3 días de antelación al vencimiento del plazo de presentación de ofertas, a la siguiente dirección:

Persona de contacto

Lucía Petisco

Tlf 691 22 77 46 lucia.petisco@gitanos.org

DECIMA.- CONSTITUCIÓN DE LA MESA Y APERTURA DE RÉPLICAS

La mesa de contratación estará integrada del siguiente modo:

- Coordinador: Un Representante del Departamento de Control Interno.
- La Responsable del Área de Legal.
- Dos representantes del Área de Comunicación.

Calificados previamente los documentos presentados en tiempo y forma, la Mesa procederá a la apertura de las proposiciones presentadas por los licitadores y las elevará, con el acta y la propuesta que estime pertinente, que incluirá en todo caso la ponderación de los criterios indicados en este pliego de cláusulas al órgano de contratación que haya de efectuar la adjudicación del contrato.

El órgano de contratación, previos los informes técnicos oportunos, adjudicará el contrato dentro del plazo máximo de 10 días a contar desde el vencimiento del plazo para la recepción de las proposiciones.

UNDECIMA.- ADJUDICACIÓN DEFINITIVA

El órgano de contratación, recibida la documentación y propuesta de la Mesa de Contratación y evaluados los informes técnicos correspondientes en su caso, dictará resolución adjudicando el contrato a la proposición más ventajosa.

La adjudicación, una vez acordada, será notificada a todos los participantes en la licitación.

Los participantes de la licitación tendrán el plazo de tres días desde la notificación para mostrar su disconformidad con la adjudicación realizada.

DUODECIMA.- FORMALIZACIÓN DEL CONTRATO

La FSG y el contratista deberán formalizar un contrato privado en el plazo de quince días naturales desde la adjudicación definitiva. La FSG se reserva la facultad de solicitar al adjudicatario, previo a la firma del contrato, justificantes de estar al corriente del pago de sus cuotas de la Seguridad Social así como certificación de la Agencia Tributaria de encontrarse al corriente del pago de sus obligaciones fiscales.

DECIMOTERCERA.- EJECUCIÓN DEL CONTRATO

El contrato se ejecutará con sujeción a las cláusulas del mismo y de acuerdo con las instrucciones que para su interpretación diere al contratista la Entidad contratante. El/los contratista/s serán responsables de la calidad técnica de los trabajos que desarrolle y de las prestaciones o servicios realizados, así como de las consecuencias que se deduzcan para la FSG o para terceros de las omisiones, errores, métodos inadecuados o conclusiones incorrectas en la ejecución del contrato.

El órgano de contratación exigirá la subsanación por el/los contratista/s de los defectos, insuficiencias técnicas, errores materiales, omisiones e infracciones de preceptos legales o reglamentarios que le sean imputables, en el menor tiempo posible y con la diligencia debida.

DECIMOCUARTA.- RESOLUCIÓN DEL CONTRATO

El contrato podrá extinguirse por alguna de las causas de resolución de la contratación mercantil recogidas en el ordenamiento jurídico español y que quedarán detalladas en el contrato.

DECIMOQUINTA.- RÉGIMEN JURÍDICO

El contrato que regula las presentes cláusulas tiene naturaleza de contrato privado.

El órgano de contratación ostenta la prerrogativa de interpretar el contrato y resolver las dudas que ofrezca su cumplimiento, siendo sus acuerdos a este respecto inmediatamente ejecutivos y los litigios que puedan surgir en su aplicación serán competencia de los tribunales de Madrid.

En lo no regulado expresamente en este Pliego, este contrato se regirá por Ley 38/2003, de 17 de noviembre, General de Subvenciones y su normativa de desarrollo vigente.

Tiene carácter contractual, además de este pliego, todos los documentos que formen parte de la oferta aceptada de los adjudicatarios.

ANEXO I.- MODELO DE PROPOSICIÓN.

El abajo firmante D....., , mayor de edad, con DNI núm., y domicilio a efectos de notificaciones en....., en nombre propio (o en representación de....., con CIF núm.), habiendo conocido la convocatoria del procedimiento abierto por concurso tramitado para la adjudicación del contrato la realización de un asesoramiento y consultoría para el desarrollo y la implantación de un Sistema de Gestión de la FSG y su certificación ISO 9001, del Programa de Mantenimiento y funcionamiento de la FSG de la Subvención a entidades del Tercer Sector, de la Secretaría de Estado de Servicios Sociales e Igualdad, del MSSSI.

Y HACE CONSTAR:

1º Que cumple todas y cada una de las condiciones exigidas en el Pliego de Cláusulas para la adjudicación del contrato.

2º Que acepta plenamente todas las cláusulas del Pliego y todas las demás obligaciones que se deriven si resulta adjudicatario del contrato.

3º Que se compromete a la ejecución del contrato en cuestión en el precio de..... Euros (en cifra y letra), IVA incluido.

Lugar, fecha y firma.

ANEXO 2.- BRIEFING (PRESCRIPCIONES TÉCNICAS)

BRIEFING CAMPAÑA SENSIBILIZACIÓN FSG 2016

La Fundación Secretariado Gitano (FSG) es una ONG dedicada a la promoción de la comunidad gitana y a la mejora de sus condiciones de vida. Una de sus líneas de trabajo es la sensibilización social, con el fin de contribuir a mejorar la imagen de la comunidad gitana.

Desde 2004 hemos desarrollado campañas y acciones de sensibilización social con el objetivo de luchar contra los estereotipos y prejuicios e incidir en temas clave como el acceso al empleo o el derecho a la educación.

- **Campañas:** [Cónocelos antes de Juzgarlos](#) (2004-2005); [Tus prejuicios son las voces de otros](#) (2005-2006); [El empleo nos hace iguales](#) (2007-2008); "[De mayor quiero ser...](#)" 2010-2011; "[Gitanos con estudios, gitanos con futuro](#)" 2012-2013; [Asómate a tus sueños](#) (2013-2014) y [Leonor Deja la Escuela](#) (2015).
- **Otras acciones de sensibilización más puntuales:** [Prejuicios Absurdos](#) (2011); [Payo Today](#) (2014); [#YoNoSoyTrapacero](#) (2015); [#TelebasuraNoEsRealidad](#) (2016).

En 2016 queremos lanzar una nueva campaña de sensibilización social, iniciando un nuevo ciclo de campañas con el foco en la defensa de los derechos de la comunidad gitana.

1. EL PROBLEMA

La comunidad gitana (unas 750.000 personas en España) es uno de los grupos sociales más vulnerables. En términos generales vive en situaciones de desigualdad y falta de oportunidades (en empleo, educación, vivienda...) que no sólo no se corrigen sino que se perpetúan, vulnerándose derechos

fundamentales que deberían protegerse. Esta falta de oportunidades se ve agravada por un **trato discriminatorio** y por actitudes de **rechazo social** que atentan directamente contra el *derecho a la no discriminación*. El racismo se refleja en múltiples manifestaciones: no alquilar una vivienda, impedir el acceso a una discoteca, dificultades en la contratación laboral, segregación escolar, controles policiales injustificados...), que reflejan **el rechazo social** generalizado a la comunidad gitana.

Muchas situaciones de discriminación de la que están siendo objeto los gitanos y gitanas en España no se denuncian, son invisibles para las autoridades, que tienen la obligación de erradicar la discriminación del ámbito público y privado. Este racismo se apoya y refuerza desde el debate público y mediático con argumentos que crean un clima negativo en torno a la imagen de la comunidad gitana.

2. OBJETIVOS DE LA CAMPAÑA

- **Objetivo principal:** Sensibilizar a grupos amplios de la sociedad con el fin de visibilizar **la discriminación y el rechazo social** hacia las personas gitanas y la ausencia de reproche social. Visibilizar que existe la discriminación y que se vulnera el derecho a la no discriminación de la comunidad gitana
- Otros objetivos:
 - o Recordar a los poderes públicos su obligación de diseñar y ejecutar políticas que combatan la discriminación y con el fin de que funcionen correctamente los mecanismos anti discriminación.
 - o Posicionar a la FSG como referente en la lucha contra la discriminación, ampliando su base social.

3. MENSAJES CLAVE

- Existe un fuerte rechazo social hacia la comunidad gitana que se traduce en actos de discriminación cotidianos que influyen negativamente en la vida de las personas gitanas.
- Es necesario el reproche social ante los casos de discriminación para construir una sociedad más igualitaria.

- Las autoridades públicas tienen la obligación de poner en marcha medidas efectivas que combatan las múltiples formas de discriminación.
- La discriminación hacia la comunidad gitana atenta contra los principios y valores del conjunto de la sociedad y a la esencia de nuestra convivencia

4. PUBLICOS DESTINATARIOS

1. Sectores amplios de la sociedad. Personas que se informan a través de medios de comunicación; internautas con perfiles en redes sociales. Llegaremos a este público a través de la comunicación directa (digital) y a través del altavoz de los medios de comunicación.
2. Poderes públicos. Representantes de administraciones estatales y autonómicas (Gobierno, Ministerio Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad, Ministerio de Educación, Ministerio de Empleo...); partidos políticos, instituciones implicadas en la lucha contra la Discriminación.

ENFOQUES: Conviene evitar enfoques criminalizadores. Recomendable buscar la empatía y fundamental contribuir a ofrecer una imagen diversa y justa de la comunidad gitana

5. ¿QUÉ NECESITAMOS? Una propuesta estratégica y creativa para la campaña de sensibilización de 2016. La propuesta debe incluir:

- **Creatividad**
- **Producción de piezas o Acciones de Sensibilización.**
 - o Traducción al inglés de las piezas principales.
 - o Producción de material para su difusión a las 53 sedes territoriales de la FSG
- **Estrategia de Difusión de la Campaña** con el fin de conseguir el mayor impacto posible en los públicos. Nota: No se destinará presupuesto para compra de espacios publicitarios. La FSG contará con sus propios medios para

la difusión de la campaña (trabajadores y voluntariado) y sus propias herramientas de difusión online (web, boletines, perfiles en RRSS...). No obstante, se pueden reforzar con Plan de RRSS (externo) si la campaña lo requiere.

- **Adaptación y producción de piezas para públicos específicos** (a valorar)
 - o **Acción de Incidencia Política.** Piezas para presentar la campaña ante poderes públicos y otros actores implicados en la defensa de derechos.
 - **Acción con potenciales donantes de la FSG.**

CALENDARIO:

- Recepción de propuestas: 26 de Junio de 2016
- Fecha para recibir a agencias que deseen presentar personalmente: 27 de junio
- Adjudicación provisional: 1 de julio
- Adjudicación definitiva: 7 de julio
- Presentación de campaña: Otoño 2016 (a definir fecha)

Presupuesto: La campaña está financiada por el Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad, dentro del programa IRPF, "Por Solidaridad, Otros Fines de Interés Social" y cofinanciada por del Fondo Social Europeo. Cuenta con un presupuesto (**IVA incluido**) de 70.000 €. Todas las piezas se cerrarán con el logotipo de la FSG y los financiadores (MSSSI, Ministerio de Empleo, Fondo Social Europeo)