



PLIEGO DE CLAUSULAS ADMINISTRATIVAS PARA LA CONTRATACIÓN, POR PROCEDIMIENTO NEGOCIADO MEDIANTE INVITACIÓN, DEL SERVICIO: CAMPAÑA DE SENSIBILIZACIÓN “COMUNIDAD GITANA Y EDUCACIÓN 2015”

PRIMERA.- OBJETO DEL CONTRATO

Constituye el objeto del contrato la prestación de los servicios para la realización de una campaña de sensibilización sobre Comunidad Gitana y Educación.

El objeto se desglosa en:

- 1) Creatividad de la campaña
- 2) Producción de Piezas / Ejecución de Acciones
- 3) Presentación Estatal de la Campaña

SEGUNDA.- FINANCIACIÓN DEL CONTRATO

La prestación de servicios objeto del contrato se financiará con cargo al Programa de IRPF “*Por solidaridad. Otros fines de interés social*”, del Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad y el *Programa Operativo de Lucha contra la Discriminación* del Fondo Social Europeo.

TERCERA.- PRECIO DE LA ADJUDICACIÓN

La prestación del servicio se adjudicará por un importe máximo de __ 70.000__€ (Setenta mil euros):

- Valor estimatorio del contrato:
 - o Importe del contrato (base imponible sin prórrogas): 55.300€.
 - o Impuesto de valor añadido (IVA sin prórrogas): 14.700_€
 - o Importe total (total sin prórrogas): 70.000 €

CUARTA.- FORMA Y PLAZO DE PAGO

En la oferta de los licitadores se entenderá comprendido el importe del Impuesto sobre el Valor Añadido.

La forma de pago de los trabajos será mediante transferencia. Se abonará las facturas los días 15 y 30 de cada mes, a mes vencido desde la entrada de la factura en Administración de la FSG, siempre que la tesorería lo permita.

QUINTA.- DURACIÓN DEL CONTRATO

La duración del contrato se establece entre la fecha de formalización del 1 de abril de 2015, hasta el día 31 de diciembre del 2015.

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 18/2003 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 20 de febrero de 2015.

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, bastanteadada 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 adscrito al proyecto en proyectos similares según prescripciones técnicas).
- 4.- Declaración de no estar incurso en prohibiciones de contratar, conforme a la Ley 28/2003. 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.
- 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:

6.- Ver prescripciones técnica. Anexo II

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

7.- Proposición económica, para optar al concurso para la contratación de los servicios de la campaña de sensibilización.

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:

- Capacidad técnica para la prestación del servicio
- Mejor propuesta creativa.
- Mejor propuesta estratégica.
- Mejor adecuación del presupuesto.

NOVENA. – CONSTITUCIÓN DE LA MESA Y APERTURA DE PLICAS

La mesa de contratación estará integrada del siguiente modo:

- Coordinador: Un Representante del Departamento de Control Interno.
- La Responsable del Área de Medios
- 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 5 días a contar desde el vencimiento del plazo para la recepción de las proposiciones.

DECIMA .- ADJUDICACIÓN DEFINITIVA

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

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

UNDECIMA.- FORMALIZACIÓN DEL CONTRATO

La FSG y el contratista deberán formalizar un contrato mercantil en el plazo de quince días desde la adjudicación.

DUODECIMA- RESOLUCIÓN DEL CONTRATO

El contrato podrá extinguirse por alguna de las causas que queden recogidas en el mismo.

DECIMOTERCERA.- RÉGIMEN JURÍDICO

El contrato que regula las presentes cláusulas tiene naturaleza de contrato mercantil y es un contrato de realización de la asesora y consultoría

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 de 28/2003 y su normativa de desarrollo vigente.

DECIMOCUARTA.- RÉGIMEN JURÍDICO

Aquello licitadores que deseen obtener información adicional respecto de esta licitación, podrán dirigirse a los siguientes datos de contacto.

Lucía Petisco Martín (área de Comunicación FSG)
lucia.petisco@gitanos.org Teléfono: 691 22 77 46

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

En Madrid, a 20 de febrero de 2015.

D. Isidro Rodríguez Hernández
Director de la Fundación Secretariado Gitano

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 por concurso tramitado para la adjudicación del contrato de servicio de Campaña de Sensibilización “Comunidad Gitana y Educación 2015”

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.....70.000. Euros (Setenta Mil Euros), IVA incluido.

Lugar, fecha y firma.

CAMPAÑA FSG 2015 COMUNIDAD GITANA Y EDUCACIÓN

ANTECEDENTES:

La Fundación Secretariado Gitano es una ONG dedicada a la promoción integral de la comunidad gitana, con programas de ámbito estatal y de gran impacto en áreas como el empleo (programa *Acceder*) o la educación (programa *Promociona*).

Tras una serie de campañas dedicadas a la Imagen social (2004/05) y el Empleo (2007), en 2009 decidimos convertir la **Educación** en el eje de nuestras acciones de sensibilización, a través de una doble estrategia: impulsar el programa de orientación educativa *Promociona*, que persigue que el alumnado gitano acabe la Educación Secundaria Obligatoria y continúe estudiando; y lanzar campañas de sensibilización dirigidas principalmente a la comunidad gitana.

Tras una investigación (GFK, 2009) que permitió testar los mensajes destinados a diferentes públicos, lanzamos tres campañas sobre educación sucesivas, financiadas por el programa IRPF “*Por solidaridad. Otros fines de interés social*”, del Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad y el *Programa Operativo de Lucha contra la Discriminación* del Fondo Social Europeo:

- “De mayor quiero ser...” 2010-2011;
- “Gitanos con estudios, gitanos con futuro” 2012-2013;
- Asómate a tus sueños (2013-2014)

El eje del discurso que hemos mantenido con estas campañas se ha basado en enfatizar los beneficios prácticos de la educación y vincularlos con el futuro profesional de los jóvenes gitanos, así como buscar un enfoque positivo y motivacional: acabar la ESO para cumplir sueños, ejercer la profesión con la que sueñas...

Para ello nos hemos dirigido directamente a la comunidad gitana, primero a los niños más pequeños y sus familias y, posteriormente, a los estudiantes de Secundaria.

A través de presentaciones públicas nos hemos dirigido también a las administraciones públicas para acercarles la realidad de la situación en educación de la comunidad gitana. Un

mensaje que apela a su responsabilidad para contribuir a mejorar las alarmantes cifras de desigualdad que arrojan los estudios.

Asimismo, hemos logrado visibilizar a jóvenes estudiantes gitanos que están en las aulas y pueden servir de referentes para otros. Los medios de comunicación se han hecho eco de las piezas y las presentaciones locales y han trasladado historias de vida de estos jóvenes gitanos a sus audiencias.

Y AHORA EN 2015...

Queremos desarrollar una nueva campaña que cierre el ciclo de las acciones de sensibilización sobre Educación (2010/2015) y que logre **impacto social** para poner la atención de la opinión pública y los responsables políticos sobre un problema (el abandono prematuro de las aulas de la población gitana) al que no sólo tiene que hacer frente la comunidad gitana.

Objetivos generales:

- Poner el foco en la gravedad del problema (el altísimo % de abandono de las aulas de los jóvenes gitanos) y reclamar soluciones.
- Continuar sensibilizando a la comunidad gitana sobre la importancia de terminar la ESO y continuar estudiando. Y especialmente este año, poner el foco en la situación de las chicas gitanas.

Objetivos secundarios:

- Hacer llegar la campaña al resto de la comunidad educativa (especialmente el profesorado)
- Lograr la implicación de las administraciones públicas con el fin de que impulsen políticas educativas que beneficien al alumnado gitano que sufre esta situación de desventaja (p.ej. Educación compensatoria)
- Difundir la campaña en el ámbito europeo, como una buena práctica o experiencia
- Fortalecer el vínculo Campaña - Programa *Promociona*

PROBLEMA ESPECÍFICO: Aunque se ha logrado un gran avance de la población gitana española en las últimas décadas en materia de educación, en términos generales, la mayoría de los jóvenes gitanos no termina sus estudios obligatorios. El 64% abandona las aulas sin el título de Secundaria (Estudio Alumnado Gitano en Secundaria, 2012).

¿QUÉ NECESITAMOS DE LA AGENCIA?

Buscamos una propuesta estratégica-creativa que pueda responder (a través de diferentes piezas o acciones) al enfoque que planteamos pero que lleve el mensaje a diferentes públicos, con piezas o canales adaptados.

ENFOQUE: Educación como Derecho

Público Objetivo Principal: Sociedad General, Poderes Públicos.

Otros Públicos: Comunidad Gitana (chicos y especialmente chicas de 12 a 16 años y sus familias) y resto de Comunidad educativa (profesorado, centros escolares...)

Eje de la comunicación/ mensajes: La lucha contra el abandono prematuro de las aulas ha de ser una prioridad. El reto de la juventud gitana es terminar Secundaria y continuar formándose.

- Mensaje para la sociedad general y poderes públicos: Enfatizar que la sociedad española y sobre todo las autoridades públicas deben ser más sensibles hacia la situación educativa de los jóvenes gitanos. Denunciar la desigualdad y hacer visible el problema; remarcar que la educación es un derecho que no está garantizado y reclamar soluciones (políticas y acciones específicas, refuerzo de la compensatoria, defensa de la educación pública de calidad...).
- Mensaje para chicos y especialmente **chicas gitanas** (12-16 años) y sus familias. Poner el foco en la necesidad de que las chicas gitanas terminen la Secundaria y continúen estudiando para lograr un futuro mejor. Mostrar que hay muchas chicas gitanas que lo están haciendo. Reflejar (con sutileza) las barreras específicas que dificultan la promoción educativa de las chicas.
- Mensaje para resto de la **comunidad educativa** (profesorado y centros educativos): en su conjunto: enfatizar la necesidad de que apoyen y confíen en las capacidades de los jóvenes gitanos e impulsen el cambio que ya se está produciendo.

OTRAS CONSIDERACIONES

- Valorar idoneidad de continuar usando el lema paraguas de todas las campañas de educación: "Gitanos con estudios, Gitanos con futuro" / "Gitanas con estudios, gitanas con futuro"
- Continuar con un enfoque de campaña que sea veraz, realista, esperanzador, generador de sinergias (empresas, medios de comunicación, artistas...).
- Continuar impulsando la imagen positiva de la comunidad gitana.
- Posibilidad de aprovechar la red de la FSG: Estamos presentes en las principales capitales de toda España. Trabajamos con 1.500 estudiantes a través del programa *Promociona* de la FSG, y en colaboración con 400 centros educativos.

ESTRATEGIA DE DIFUSIÓN:

- Tener en cuenta el nuevo Portal de Campañas para la difusión web.
- Lanzamiento de la campaña en Madrid en un acto estatal y posteriormente presentaciones territoriales de carácter autonómico / local.

CALENDARIO 2015

- Concurso Búsqueda Agencia: Febrero 2015
- Trabajo con agencia: Marzo, Abril, Mayo 2015
- Presentación Estatal: Junio 2015
- Presentaciones Autonómicas / Locales: Octubre 2015

PRESUPUESTO

Subvención procedente del programa IRPF "Por solidaridad. Otros fines de interés social" del Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad, cofinanciado por el Fondo Social Europeo: 70.000 € **(IVA incluido)**

El presupuesto incluye todas las fases de la campaña: creatividad, producción de piezas, acciones, y evento de presentación (exclusivamente estatal).

No destinamos presupuesto a compra de espacios publicitarios.

Contacto para cualquier consulta técnica:

Lucía Petisco, Área de Comunicación lucia.petisco@gitanos.org

Tlf.: 691 22 77 46 ó 606 460321

Fundación Secretariado Gitano www.gitanos.org

C/ Ahijones s/n Madrid Tel.: 91 422 0968