

PLIEGO DE CLAÚSULAS ADMINISTRATIVAS PARA LA CONTRATACIÓN DE AGENCIA DE PUBLICIDAD PARA LA CAMPAÑA DE SENSIBILIZACIÓN “COMUNIDAD GITANA Y NO DISCRIMINACIÓN 2017” – Expediente C-0022-2017

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 2017”

El objeto se desglosa en:

- 1) Creatividad de la campaña
- 2) Producción y Distribución de piezas / acciones
- 3) Lanzamiento estatal de la campaña
- 4) Difusión de la campaña

Todas las propuestas deberán respetar y englobar lo determinado en el briefing adjunto al final del pliego (Anexo 2) para realizar una valoración de proveedores en cumplimiento de los principios de transparencia, concurrencia, igualdad y competitividad.

SEGUNDA.- FINANCIACIÓN DEL CONTRATO

La prestación de servicios objeto del contrato se financiará con cargo al Programa 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 80.000 €. Importe del contrato en número 80.000 € (importe de contrato en letras Ochenta Mil euros):

- Valor estimatorio del contrato:
- - o Importe del contrato (base imponible sin prórrogas): 66.115,70 €.
 - o Impuesto de valor añadido (IVA sin prórrogas): 13.884,29 €
 - o Importe total (total sin prórrogas): 80.000 €

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 será de UN AÑO, entrando en vigor en la fecha de su firma.

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 11 de mayo de 2017.

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 80.000 euros (iva incluido) 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 Anexo II- Briefing).
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 de 28/2003 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 de la campaña de sensibilización social “Comunidad Gitana y No discriminación 2017” de la Fundación Secretariado Gitano.

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 80.000 € Euros (Ochenta Mil Euros), IVA incluido.

Lugar, fecha y firma.

BRIEFING CAMPAÑA DE SENSIBILIZACIÓN 2017

La Fundación Secretariado Gitano (FSG) es una ONG dedicada a la promoción y a la mejora de las condiciones de vida de la comunidad gitana. Una de sus líneas de trabajo es la sensibilización social. El año pasado iniciamos un nuevo ciclo de campañas (2016-2018) bajo el paraguas de la defensa de derechos, centrado en reivindicar la igualdad de trato y la defensa del **derecho a la no discriminación** de las personas gitanas. Queremos profundizar en ese ciclo de campañas de manera progresiva, manteniendo el foco en la lucha contra la discriminación, abordándolo desde ópticas diferentes.

1. EL PROBLEMA: LA DISCRIMINACIÓN

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, con brechas muy importantes en educación, vivienda, empleo o salud. Su situación se ve agravada por un **trato discriminatorio** y por actitudes de **rechazo social** profundamente arraigadas. Algunas de ellas son especialmente graves y condicionan su vida, como la negación de alquiler de una vivienda, las dificultades para acceder a una entrevista de trabajo o la segregación escolar. Otras evidencian un rechazo cotidiano y generalizado como impedir el acceso a lugares de ocio, controles policiales injustificados, ser tratados como potenciales ladrones cuando entran en un centro comercial, etcétera. Estas actitudes racistas y de intolerancia privan a las personas de los principios fundamentales de igualdad y no discriminación.

Muchas de estas situaciones no se denuncian –muchas personas tienen asimilado el rechazo en su día a día y otras desconfían a la hora de denunciar-, son invisibles para las autoridades, que fallan en dar respuestas de protección y garantías. Los poderes públicos tienen obligación de erradicarlas y garantizar el derecho a la no discriminación. Según el Informe EU-MIDIS II de 2016, en el caso

de España, "el 51% de las personas gitanas entrevistadas se han sentido discriminadas en algún momento durante los últimos cinco años. Sólo el 6% informaron o denunciaron la discriminación". "El 83% no conoce ninguna organización que pueda asistir a las víctimas de discriminación y el 62% no sabe que exista una legislación que prohíba la discriminación por origen étnico".

No sólo no existe **presión social** ante los casos de discriminación, sino que se justifican o se mira para otro lado ante el racismo contra los gitanos. Un racismo apoyado en el desconocimiento, los estereotipos y prejuicios y que se refuerza desde algunos medios de comunicación. Igual que otras causas sociales (violencia de género, movimiento LGTB, bullying...) están concitando gran respaldo social entre gran parte de la población española, buscamos que ese respaldo incluya también el rechazo a la discriminación hacia los gitanos.

Combatir toda forma de discriminación debería convertirse en un reto visible y claro de los poderes públicos y de la sociedad, dado que es un derecho fundamental. La igualdad es un reto pendiente. Avanzar en esta materia mejorará la sociedad, la hará más digna y más justa, más intercultural y cohesionada.

2. OBJETIVO

Objetivo general. Sensibilizar a la sociedad sobre los efectos de la discriminación a las personas gitanas, consiguiendo que la audiencia pueda ponerse en la piel de quienes sufren un rechazo cotidiano persistente; y hacer sentir la injusticia de la discriminación.

Otros objetivos:

- Continuar visibilizando la discriminación hacia las personas gitanas con el fin de promover un cambio de actitud en la audiencia.
- Posicionar a la FSG como entidad de referencia en la lucha contra la discriminación y ampliar el apoyo a la lucha contra la discriminación hacia la comunidad gitana y ampliar la base social de la Fundación.

- Conseguir ampliar la base social de la Fundación, el apoyo y la colaboración de personas, empresas e instituciones.

3. MENSAJES PRINCIPALES

Mensaje principal: Las personas gitanas reciben un trato diferente y peor por el hecho de ser gitanas. La discriminación daña su dignidad y dificulta el ejercicio de sus derechos. Ponerse en la piel de las personas gitanas para conocer cómo el rechazo social condiciona sus vidas es el primer paso para combatirlo.

Otros mensajes:

- Es necesario un mayor reproche social y que podamos sentir la injusticia de la discriminación para así construir una sociedad más igualitaria y tolerante y justa.
- Las autoridades públicas tienen la obligación de combatir la discriminación contra las personas gitanas. Únete y ayúdanos a seguir luchando contra la discriminación que sufren las personas gitanas.

4. ESTRATEGIAS A CONSIDERAR

- Continuar con la estrategia de apostar por una campaña original y muy creativa para lograr **gran notoriedad mediática** y en redes sociales, convirtiendo la campaña en noticia y amplificando así el mensaje.
- Proponemos que la estrategia de sensibilización se aborde de manera **progresiva a lo largo del ciclo:**
 - o Si en **2016** con “El Tatuaje Que Más Duele” visibilizamos la discriminación y el profundo rechazo arraigado en la sociedad, utilizando un símil con el tatuaje...
 - o En **2017** queremos que la audiencia sea capaz de ponerse en la piel de las personas gitanas, conectar con elementos emotivos y lograr la empatía del espectador. Continuaríamos apoyándonos y

profundizando en historias personales reales que permitan describir la discriminación cotidiana y sus efectos.

- o En **2018**, puede ser el momento de cerrar el ciclo explicando a la audiencia cómo detener la discriminación (un "Tú puedes pararlo"). (Ver documento de Estrategia de Sensibilización Social 2016-2018)
- Deseamos apoyarnos en las sedes territoriales de la FSG para la difusión. La campaña también se difundirá en inglés en el ámbito europeo.
- Necesitamos incorporar en alguna pieza la captación de contactos de potenciales socios o donantes (personas físicas o empresas), que puedan sumarse a la lucha contra la discriminación.

5. DESTINATARIOS Y CANALES DE DIFUSIÓN

- Sectores amplios de la sociedad. Sectores de la sociedad española que apuesten por la igualdad, DDHH, sociedad tolerante... que se informan a través de medios de comunicación o redes sociales. Llegaremos a este público a través del impacto de la campaña en medios de comunicación tradicionales, digitales y redes sociales.
- Medios de Comunicación y líderes de opinión. Estrategia específica de Difusión (portavocías, dossier prensa...).
- Sedes de la FSG. Buscamos una acción que permita aprovechar el potencial de sedes y equipos de la FSG (54 sedes, 700 trabajadores, 600 voluntarios).
- Otros actores y públicos cercanos a la FSG:
 - ONG, activistas, socios, voluntarios, financiadores, etcétera. Vía mailing, canales corporativos y perfiles en RRSS.
 - Públicos extranjeros, Vía mailing, canales corporativos y a través de presentaciones en instituciones europeas.

6. ¿QUÉ NECESITAMOS?

Una propuesta estratégica y creativa y un desglose presupuestario que incluya:

- **Creatividad**

- **Producción de piezas/acciones.** (valorar estas piezas en función de la estrategia de campaña o proponer otras)
 - o Piezas audiovisuales
 - o Cartelería o pieza decorativa (presupuestar 1.000-3.000 unidades)
 - o Producción de *merchandising* de bajo coste por unidad para repartir en mano (chapa, pegatina o marcapáginas... 3000-10.000 unidades)
 - o Envío de material para su difusión a 54 sedes de la FSG.
 - o Adaptación de las piezas a los canales de comunicación más masivos (RRSS..., nuevos medios, adaptación a móviles, mail... etcétera)
 - o Adaptación de gráfica de campaña para mailing a potenciales socios, donantes
- **Estrategia de Difusión de la campaña y Estrategia en RRSS.**
 - o **Difusión estatal.** No contamos con presupuesto para plan de medios. La FSG cuenta con herramientas de difusión online (web gitanos.org, [portal de campañas](#), boletines, perfiles en RRSS – Facebook, Twitter, Instagram, Youtube, LinkedIn-) y una base de datos de periodistas y medios de comunicación a nivel estatal.
 - o **Difusión territorial.** Las sedes de la FSG cuentan con contactos de periodistas a nivel regional o local y algunas gestionan sus perfiles en redes sociales.

7. CALENDARIO:

- Recepción de propuestas y fecha para recibir agencias que deseen presentar personalmente: **30 de mayo** de 2017
- Adjudicación provisional: Antes del 13 junio 2017.
- Presentación de campaña: **Otoño 2017** (a definir fecha)

8. PRESUPUESTO Y CONCURSO:

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 80.000 €. Todas las piezas deben estar firmadas con el logotipo de la FSG y los financiadores (MSSSI, Ministerio de Empleo, Fondo Social Europeo)

9. DOCUMENTOS DE INTERÉS:

- Estrategia de Sensibilización Social 2016-2018 (Solicitar vía mail)
- Informes anuales sobre Discriminación y Comunidad Gitana y Discriminación 2015. Descargar [aquí](#).

Personas de contacto de la FSG

Lucía Petisco

Área de Comunicación

Fundación Secretariado Gitano

www.gitanos.org

Tlfno.: 691 22 77 46

lucia.petisco@gitanos.org

Benjamín Cabaleiro

Responsable Área Comunicación

Fundación Secretariado Gitano

benjamin.cabaleiro@gitanos.org