

PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS

CONSEJERÍA/ORGANISMO CONTRATANTE: Gerencia de Servicios Sociales

CÓDIGO EXPEDIENTE: A2024/008279

TIPO CONTRATO: Servicios

TÍTULO EXPEDIENTE: Campaña de sensibilización del acogimiento familiar

OBJETO DEL CONTRATO: Elaboración y ejecución de un plan de difusión de la campaña de sensibilización para la promoción del acogimiento familiar en Castilla y León, de acuerdo con lo establecido en el PPT y dentro del marco establecido por el FSE+.

TIPO DE TRAMITACIÓN: Ordinaria

PROCEDIMIENTO DE CONTRATACIÓN:
Procedimiento abierto

TRAMITACIÓN ECONÓMICA: Normal

CENTRO DIRECTIVO: Dirección General de Familias, Infancia y Atención a la Diversidad

UNIDAD PROMOTORA: Servicio de Protección a la infancia

JUSTIFICACIÓN DE LA NECESIDAD: En cumplimiento de los principios de necesidad, idoneidad y eficiencia establecidos en el artículo 28 de la LCSP la naturaleza y extensión de las necesidades que pretenden cubrirse mediante la celebración del presente contrato, se encuadran dentro del ámbito de las funciones y competencias atribuidas a este Centro Directivo determinándose con precisión la idoneidad del objeto y contenido del contrato en el Pliego de Prescripciones Técnicas.

El Artículo 70.1.10 del Estatuto de Autonomía de Castilla y León, aprobado por la Ley Orgánica 14/2007, de 30 de noviembre, atribuye a la Comunidad de Castilla y León la competencia exclusiva en materia de asistencia social, servicios sociales y desarrollo comunitario; promoción y atención a las familias, la infancia, la juventud y los mayores; prevención, atención e inserción social de los colectivos afectados por la discapacidad, la dependencia o la exclusión social, y protección y tutela de menores. En su artículo 3, la Ley 14/2002, de 25 de julio, establece que la atención a la infancia se lleva a cabo a través de las acciones de promoción y defensa de sus derechos, de las actuaciones para la prevención de todas las situaciones que interfieran en el normal desarrollo personal y social del niño o adolescente, y en especial las de desigualdad, desprotección, marginación e inadaptación, de la acción de protección en los casos de desamparo y riesgo, y de la intervención de orientación primordialmente educativa y de inserción para con los menores infractores en el marco de la ejecución de las medidas impuestas por los órganos jurisdiccionales y de las medidas y actuaciones administrativas que puedan acordarse.

El ejercicio de la acción protectora de los menores que se encuentran en situación de desprotección se articula en Castilla y León mediante el establecimiento de un sistema de atribución de competencias a distintas administraciones públicas.

Así, el artículo 123 de la citada Ley, establece que la Comunidad Autónoma de Castilla y León es la Entidad Pública competente en su ámbito territorial en materia de atención, protección y tutela de menores, mientras que en su artículo 126, la citada ley establece las funciones que corresponden a las Entidades Locales en relación con la atención y protección a la infancia sin perjuicio de lo dispuesto en la legislación estatal y autonómica reguladora del régimen local y de servicios sociales.

Esta acción de protección se lleva a cabo mediante diferentes instrumentos, medidas, recursos y encontrándose entre ellos el acogimiento familiar, definiéndose como una forma de ejercer la guarda como medida de protección mediante el que se otorga la custodia y atención de un menor a una persona o familia que asume las obligaciones señaladas expresamente en el artículo 173 del Código Civil.



Esta medida de protección tiene un carácter prioritario frente al acogimiento residencial, en especial para los niños de 0 a 6 años, en tanto que se le proporciona una atención desde la familia, como entorno natural normalizado y más propicio para el cuidado, la formación y la socialización del menor, desde la vinculación afectiva y la atención integral del menor.
Corresponde a la Comunidad Autónoma de Castilla y León, como Entidad Pública competente en su ámbito territorial en materia de atención, protección y tutela de menores, y de acuerdo con lo establecido en el artículo 125.4 apartados d) y e) de la Ley 14/2002, de 25 de julio, de Promoción, Atención y Protección a la Infancia en Castilla y León.#

DETALLE PRESUPUESTARIO

Anualidad	Aplicación presupuestaria	Centro Gestor	Presupuesto sin IVA	IVA	Presupuesto total
2024	G/231B05/64100/0	0921	124.177,42 €	26.077,26 €	150.254,68 €
2025	G/231B05/64100/0	0921	124.177,42 €	26.077,26 €	150.254,68 €
2026	G/231B05/64100/0	0921	124.177,42 €	26.077,26 €	150.254,68 €
2027	G/231B05/64100/0	0921	124.177,42 €	26.077,25 €	150.254,67 €
TOTAL					601.018,71 €

PLAZOS DEL CONTRATO

DURACIÓN DEL CONTRATO: El plazo de duración total del contrato será durante 6 meses al año, desde el 1 de julio de 2024 o desde la fecha de formalización del contrato, en el año 2025, 2026 y hasta el 31 de diciembre de 2027.

PRÓRROGAS CONVENCIONALES: Sí

DURACIÓN DE LA PRÓRROGA: El contrato podrá ser objeto de una o varias prórrogas, sin que la duración total del contrato, incluidas las posibles prórrogas supere los cinco años.

PLAZOS PARCIALES: No

REVISIÓN DE PRECIOS

REVISIÓN DE PRECIOS: No





PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS QUE HAN DE REGIR LA CONTRATACIÓN DE LOS SERVICIOS PARA LA ELABORACIÓN Y EJECUCIÓN DEL PLAN DE DIFUSIÓN DE UNA CAMPAÑA DE SENSIBILIZACIÓN PARA LA PROMOCIÓN DEL ACOGIMIENTO FAMILIAR EN LA COMUNIDAD DE CASTILLA Y LEÓN, COFINANCIADO POR LA UNIÓN EUROPEA, CON CARGO AL FONDO SOCIAL EUROPEO PLUS (FSE+) DE CASTILLA Y LEÓN 2021-2027.

1.- Objeto del presente contrato.

El objeto de contrato consiste en la elaboración y ejecución de un plan de difusión de la campaña de sensibilización para la promoción del acogimiento familiar, así como la captación de familias que puedan ofrecerse para ser acogedoras de menores protegidos en la Comunidad Autónoma de Castilla y León, de acuerdo con lo establecido en este pliego de prescripciones técnicas y dentro del marco establecido por el Fondo Social Europeo Plus.

El 24 de junio de 2021 se aprobó el Reglamento (UE) 2021/1060 del Parlamento Europeo y del Consejo por el que se establecen las disposiciones comunes relativas al Fondo Europeo de Desarrollo Regional, al Fondo Social Europeo Plus, al Fondo de Cohesión, al Fondo de Transición Justa y al Fondo Europeo Marítimo, de Pesca y de Acuicultura, así como las normas financieras para dichos Fondos y para el Fondo de Asilo, Migración e Integración, el Fondo de Seguridad Interior y el Instrumento de Apoyo Financiero a la Gestión de Fronteras y la Política de Visados.

En el nuevo período de financiación 2021-2027, con cargo al Fondo Social Europeo Plus (en adelante FSE+), tendrá en cuenta que las prioridades, objetivos específicos y las actuaciones previstas en el Programa del FSE+ 2021-2027 de Castilla y León se encuentran en coherencia con los objetivos y líneas estratégicas que se orientan desde los diferentes documentos programáticos vinculados a la aplicación de la política de cohesión europea, así como con las principales estrategias estatales y regionales en vigor.

Desde la programación de FSE+ 2021-2027, se establecen cinco grandes retos a abordar, entre los que encontramos el Reto 5: Fortalecer el sistema de protección a la infancia a través del refuerzo del sistema de protección social, desarrollando actuaciones de apoyo y acompañamiento o mentoring, con especial atención a los menores protegidos y/o en situación de vulneración social.

Ante este reto planteado, en el ámbito de Castilla y León, uno de los objetivos específicos seleccionados para abordar la prioridad de inversión 7 de Garantía Infantil, es el objetivo específico ESO4.11. Mejorar la igualdad y la oportunidad del acceso a unos servicios de calidad, sostenibles y asequibles, incluidos los servicios que promueven el acceso a la vivienda y a una atención centrada en las personas, incluida la asistencia sanitaria; modernizar los sistemas de protección social, también fomentando el acceso a la protección social, con especial atención a los menores y los grupos desfavorecidos; mejorar la accesibilidad, también para personas con discapacidad, la efectividad y la resiliencia de los sistemas de asistencia sanitaria y de los servicios de cuidados de larga duración.

2.- Actuaciones a desarrollar por la empresa adjudicataria.

Elaboración y ejecución del plan de difusión de las diferentes piezas de la campaña de sensibilización, que abarcará tanto el ámbito local como el regional, pero siempre centrado en la sensibilización del acogimiento familiar y la captación de familias acogedoras en el ámbito del territorio de la Comunidad de Castilla y León.



Las actuaciones a desarrollar por la empresa adjudicataria, incluidas en el objeto del contrato, se deben desglosar por años, de acuerdo al plazo de duración del contrato, que será durante 6 meses al año, desde el 1 de julio de 2024 o desde la fecha de formalización del contrato, en el año 2025, 2026 y hasta el 31 de diciembre de 2027, que comprenderán:

- Elaboración de un cronograma, para cada una de las anualidades, en el que se detallan las actuaciones que se van a desarrollar para la difusión de la campaña que abarcará tanto el ámbito regional, como local, pero siempre centrado en la sensibilización del acogimiento familiar y la captación de familias acogedoras en el ámbito territorial de la Comunidad de Castilla y León.
 - ✓ Los espacios publicitarios en los que se van a realizar la difusión de las piezas.
 - ✓ Número de inserciones que se van a realizar en cada uno de los espacios publicitarios.
 - ✓ Precio por unidad de cada una de las inserciones.
 - ✓ Precio total de las inserciones por cada espacio publicitario.
 - ✓ Plazo temporal en el que se va a desarrollar cada actuación.
- Desarrollo de las propuestas innovadoras para la difusión que aporte la empresa adjudicataria, para cada una de las anualidades de ejecución del contrato.
- Descripción y elaboración de material publicitario (merchandising) para su difusión en el desarrollo de las actividades, para cada uno de los años de ejecución de la campaña.
- Posicionamiento y traslado a cada una de las redes sociales, web y plataformas digitales en las que la Consejería de Familia e Igualdad de Oportunidades tiene presencia.
- Seguimiento de los espacios publicitarios y de proximidad local, de la entrega de material publicitario, y de las actuaciones llevadas a cabo en medios de comunicación y redes sociales para alcanzar la máxima difusión posible.

Los **espacios publicitarios** donde se desarrollará el plan de difusión tendrán en cuenta todas las provincias de la Comunidad Autónoma de Castilla y León, con especial incidencia en los municipios de más de 20.000 habitantes, entre los que pueden destacar:

- Televisiones.
- Medios gráficos.
- Cines y teatros.
- Internet y redes sociales.
- Radios.
- Publicidad Exterior.
- Cualquier otro medio susceptible de generar el efecto buscado con la campaña.

Se priorizarán **espacios de proximidad local** de la Comunidad de Castilla y León, como pueden ser:

- Asociaciones de vecinos.
- Federaciones de AMPAS.
- Empresas de sectores representativos.





- Asociaciones empresariales.
- Colegios Profesionales.
- Federaciones y entidades deportivas.
- Cualquier otro medio susceptible de generar el efecto buscado con la campaña.

3. Obligaciones de la empresa adjudicataria, en relación con la ejecución del contrato.

La empresa adjudicataria de la elaboración y ejecución del plan de difusión de las piezas de la campaña de sensibilización, tendrá las siguientes obligaciones:

- Adaptación de las piezas de la campaña de sensibilización que resulten necesarias para su inserción en los diferentes medios publicitarios previstos, así como las establecidas para adaptarse a las exigencias del FSE+.
- Adaptación de las actuaciones contenidas en el cronograma presentado, a los plazos establecidos como fecha de fin de la ejecución del proyecto. La reducción de los plazos de ejecución no supondrá en ningún caso la eliminación de las actuaciones a realizar, sino que requerirá una reorganización de las mismas.
- Contratación de los espacios publicitarios y espacios de proximidad local: las empresas adjudicatarias realizarán la intermediación y la contratación de los espacios según las planificaciones y directrices específicas de la campaña. Ordenarán a los medios las inserciones previstas y facilitarán al responsable de la campaña toda la información que se solicite y en la forma en que ésta les indique.
- Elaboración de material publicitario (merchandising) para su difusión en el desarrollo de las actividades.
- Seguimiento y control de la campaña y de todo tipo de acciones publicitarias antes mencionadas: la empresa adjudicataria hará un seguimiento continuo de la publicidad ordenada, comprobando su aparición en los medios de comunicación y otros soportes contratados, de la entrega de material publicitario (merchandising), y aportando los resultados de este seguimiento, mediante los estudios de audiencia y procedimientos
- Realización de una memoria anual detallada del plan de difusión de la campaña en la que se incluya todos los resultados cuantitativos y cualitativos de la misma así como las incidencias que se hayan producido durante la realización de la campaña, y una memoria final al terminar la ejecución del contrato.

4. Piezas de la campaña de sensibilización.

Las piezas para la ejecución y elaboración del plan de difusión de la campaña de sensibilización serán proporcionadas por la Gerencia de Servicios Sociales, a la entidad adjudicataria.

5. Plazo de ejecución de la campaña.

El plan de difusión se llevará a cabo durante 6 meses al año desde el 1 de julio de 2024 o desde la fecha de adjudicación del contrato, en los años 2025, 2026 y hasta el 31 de diciembre de 2027, con posibilidad de prórroga, sin perjuicio, que las actuaciones de difusión de las piezas de la campaña



se puedan desarrollar posteriormente a esta fecha, cuando así se haya contratado por la empresa adjudicataria y los medios de difusión, de acuerdo al cronograma previsto.

La empresa adjudicataria se compromete a la adecuación, inicio y ejecución del plan de difusión de las actuaciones contenidas en el cronograma presentado, reorganizándolas o adaptándolas.

La Gerencia de Servicios Sociales se reserva el derecho de modificar el contenido y número de acciones a realizar en función de los intereses específicos que puedan surgir a lo largo del desarrollo de la campaña y durante el periodo de ejecución de la misma, sin que las citadas modificaciones alteren el equilibrio económico contractual del adjudicatario.

6. Derechos de propiedad intelectual e industrial.

La Gerencia de Servicios Sociales es la titular de las piezas objeto de la campaña, y cederá a la empresa adjudicataria los siguientes derechos, para el uso de las piezas a los fines y en el tiempo de ejecución de la campaña:

- Derecho de reproducción en forma gráfica incluido el material visual y audiovisual, sonoro y/o en cualquier otra forma o tipos de soporte, por cualquier tipo de procedimiento, analógico, digital u otros.
- Derecho de comunicación pública, en concreto, su representación y ejecución por todos los medios y procedimientos a partir de soportes sonoros y/o audiovisuales, su emisión, por cualquier medio de retransmisión y de difusión actualmente existentes.
- Derecho de transformación, en concreto, la actualización, la traducción, adaptación, arreglo, y cualquier otra modificación de su forma que pueda derivar en otra obra o creación.
- Derecho de distribución y explotación.

Será obligación de la empresa adjudicataria responder legal y económicamente de las reclamaciones o demandas ejercidas por terceros en relación al objeto del contrato.

La Gerencia de Servicios Sociales podrá ceder las piezas de la campaña a otras entidades o administraciones, que considere oportuno, para su utilización.

7. Régimen de obligaciones y requisitos de información, comunicación y visibilidad.

1. La empresa adjudicataria, se someterá a las obligaciones y requisitos de información, comunicación y visibilidad, establecidas en el FSE+. A tal efecto, deberá atenerse a lo siguiente:
 - a) Cumplir con los requisitos de visibilidad, transparencia y comunicación establecidos en los artículos 46 a 50, y en el anexo IX del Reglamento (UE) 2021/1060 del Parlamento Europeo y Del Consejo, y demás normativa de aplicación en materia de información y comunicación a los posibles beneficiarios y al público en general, sobre la participación de los Fondos Europeos.
 - b) Cumplir con los requisitos que en materia de igualdad de oportunidades, medio





ambiente e innovación social se establezcan en el Reglamento (UE) 2021/1060, el Reglamento (UE) 2021/1057 y cualesquiera otras normas comunitarias o nacionales.

- c) Aceptar su inclusión en una lista pública de operaciones, que será objeto de publicación de acuerdo con el artículo 49 Reglamento (UE) 2021/1060.
 - d) Conservar los documentos originales o copias debidamente compulsadas o bien en soportes de datos comúnmente aceptados, en especial versiones electrónicas de documentos originales o documentos existentes únicamente en versión electrónica; justificativos de la actuación realizada y la aplicación de los fondos recibidos, en tanto puedan ser objeto de las actuaciones de comprobación y control. La disponibilidad de los documentos se ajustará a lo dispuesto en el artículo 82 del Reglamento (UE) 2021/1060.
 - e) Especificar en las memorias, publicaciones, anuncios u otros medios de difusión online, oral o escrita que se realicen y utilicen respecto a las actividades realizadas, que estos cuentan con la cofinanciación de la Gerencia de Servicios Sociales y del Fondo Social Europeo Plus, y cumplir las normas de publicidad, información y comunicación.
 - f) Facilitar cuantos datos les sean solicitados por la Gerencia de Servicios Sociales y someterse a las actuaciones de comprobación que pudiera efectuar la Gerencia de Servicios Sociales, la autoridad de gestión, la autoridad de certificación, los organismos intermedios, y la autoridad de auditoría, y las actuaciones de control financiero de la Intervención General de la Junta de Castilla y León, aportando cuanta información les sea requerida durante la ejecución del contrato.
2. En toda la publicidad que se realice de las actuaciones, así como en los posibles soportes que se elaboren para la realización de las mismas, se hará constar el carácter público de su financiación y por ello, todo documento relacionado con la ejecución de una operación y que se destine al público o a los participantes, incluirá una referencia a la ayuda recibida en el marco de los Fondos Sociales Europeos Plus.

8. Directrices sobre publicidad institucional.

La elaboración y ejecución de la campaña de sensibilización para la promoción del acogimiento familiar debe ajustarse a lo largo de todo el proceso a lo establecido en la normativa de la Junta de Castilla y León, y que se relaciona a continuación:

- LEY 4/2009, de 28 de mayo, de Publicidad Institucional de Castilla y León, con especial referencia a lo establecido en el artículo 8.5.
- ACUERDO 110/2020, de 30 de diciembre, de la Junta de Castilla y León, por el que se establecen los criterios objetivos, las reglas de programación y las directrices vinculantes para los órganos de contratación de la Administración de la Comunidad de Castilla y León en materia de publicidad institucional.
- ACUERDO 143/2022, de 23 de junio, de la Junta de Castilla y León, por el que se modifica el Acuerdo 110/2020, de 30 de diciembre, por el que establecen los criterios objetivos, las reglas



de programación y las directrices vinculantes para los órganos de contratación de la Administración de la Comunidad de Castilla y León en materia de publicidad institucional.

La empresa adjudicataria debe adoptar medidas de difusión del carácter público de la financiación por la Junta de Castilla y León, las cuales consistirán en la inclusión de la imagen institucional de la Junta de Castilla y León en los elementos materiales que correspondan a la actividad subvencionada, como, entre otros, carteles, materiales impresos, medios electrónicos o audiovisuales o menciones realizadas en los medios de comunicación, así como en cualquier tipo de soporte impreso, según lo establecido en el Acuerdo 27/2020, de 4 de junio, de la Junta de Castilla y León, por el que se establecen directrices sobre difusión de la identidad corporativa de la Administración de la Comunidad de Castilla y León y en la Instrucción 1/2020, de la Dirección de Comunicación, para el cumplimiento de dicho acuerdo. La imagen institucional se adecuará a lo establecido en el Decreto 119/2003, de 16 de octubre, por el que se aprueba la Identidad Corporativa de la Junta de Castilla y León.

