

DIRECTRICES O MODELO DE DICTAMEN TÉCNICO.
(Art 40 inc a) Res DNCP N°4401 y Res DNCP N° 453 Art 12)

Lugar y fecha : 27-09-24

UOC Convocante (*): MITIC

Unidad o área requirente (*): Dirección General de Educación y comunicación para el bienestar

Funcionario o técnico responsable (*): Maria Jose Cubilla

Dependencia y cargo que desempeña (*): Dirección General de Educación y comunicación para el bienestar

- **Justificación técnica que respalda la objetividad, imparcialidad, regularidad y la razonabilidad o proporcionalidad de los requerimientos técnicos solicitados (*).**

Llevando en cuenta la naturaleza de las funciones y objetivos institucionales del Ministerio de Tecnologías de la Información y Comunicación (MITIC), el presente llamado promueve las Políticas Públicas de la difusión de la comunicación gubernamental, apuntando al desarrollo del país a través de futuras inversiones.

En esta oportunidad para la elaboración de los precios referenciales del Llamado “Servicio de Merchandising”, fueron remitidas 7 siete solicitudes de presupuesto a empresas dedicadas al rubro, las cuales son:

- Dynamo
- Xelebra
- Lokapala
- Touche
- Coeficiente
- Leandro Hornos
- Paperclip
- Debroca
- Creadores
- Tabarez
- PM Group
- Garabato



Las empresas que dieron respuesta a nuestra solicitud correcta fueron 3 (tres) y son:

- Leandro Hornos
- Xelebra
- Lokapala
- Garabato

Se adjunta correos electrónicos de solicitud de precios referenciales iniciales.

Con respecto a los 19 ítems solicitados inicialmente y su naturaleza:

En esta ocasión para la elaboración de los precios referenciales los 19 ítems iniciales, fueron considerados el promedio de cuatro presupuestos de empresas dedicadas al rubro, ya que en el Portal de la DNCP no fue posible obtener adjudicaciones anteriores con las mismas especificaciones requeridas.

Habiendo analizado los 19 (diecinueve) ítems y el conjunto de precios promedio, en base a los precios recibidos por parte de los proveedores, se decidió ajustar a ítems a 16 (dieciséis), eliminando así los tres primeros ítems (1, 2 y 3), por considerarse precios muy elevados y no ajustarse a las políticas de ahorro del Estado.

Por otro lado, se menciona el análisis sobre el alcance y la procedencia de este tipo de procesos, tomando en cuenta la Ley 6622/202, en la que se cita cuanto sigue:

“Al respecto, la prohibición de realizar los llamados de publicidad y propaganda que se encuentren fuera de los casos de excepción establecidos en las mismas se aplica taxativamente. Por lo que resulta apropiado analizar los casos de excepción a fin de comprender los límites y alcances de las normas.

Por tanto, tenemos que, la Ley 6622/20, como norma general, engloba que los casos de excepción en los que se puede realizar publicidad estatal son los siguientes:

- 1- Ante situaciones de emergencia como epidemias o catástrofes naturales;
- 2- Catástrofes naturales;
- 3- Publicación de edictos;
- 4- Llamados a licitaciones y concursos de ofertas;
- 5- Difusión de mensajes y campañas permanentes de sensibilización y concienciación para temas vinculados a la salud pública, a la educación y defensa del Estado;
- 6- Los correspondientes procesos electorales; y
- 7- Campañas que promuevan el turismo o a promocionar productos o servicios de empresas del estado en el mercado local.

En las actividades del presente llamado se difundirán mensajes y campañas de sensibilización y concienciación para temas vinculados la feria internacional Osaka; en concordancia con el punto 7 de las excepciones para realizar publicidad estatal.

- **Identificar y justificar de forma expresa si algún requerimiento podría limitar la participación de potenciales oferentes.**

Esta convocatoria se ha diseñado para los oferentes que cuenten con servicios actualizados en el área de merchandising y con un equipo humano preparado y capacitado en el área; llevando en cuenta la complejidad de lo solicitado desde el punto de vista comunicacional y ajustados a los ejes de las campañas a ser difundidas.

- **Si en las bases licitatorias se indica una marca específica u otro derecho intelectual exclusivo, mencionar la justificación que respalda lo solicitado o que no existe otro modo de identificarlo. Se aclara que, en caso de incluirlos, los mismos tendrán carácter referencial.**

El presente proceso de contratación fue elaborado por el Viceministerio de Comunicación, con el fin de dar apertura a los oferentes que deseen participar del concurso de ofertas. De esta manera, se genera imparcialidad y se promueve la competencia justa y equitativa.

En este contexto, se aplican muestras y estándares de calidad que serán criterios de evaluación de las mismas, por lo que es un requisito indispensable.

Firma del técnico o responsable del área requirente (*):

Aclaración (*):

Firma del responsable UOC(*):

Aclaración (*):