LLAMADO LPI MOPC Nº: 19/2017

ID Nº: 304.812 – SEPA: PR-L1044-21-LPI-O-1.5.1

OBRA DE RESTAURACIÓN Y PUESTA EN VALOR DEL EDIFICIO HISTÓRICO DEL PUERTO DE ASUNCIÓN

ADENDA N° 1

Por la presente se comunica a las empresas interesadas en presentar ofertas, en el llamado de referencia lo siguiente:

ANEXO C
CRITERIOS DE ELEGIBILIDAD Y CALIFICACIÓN

DONDE DICE:

1. Criterios de Elegibilidad y Calificación				Requisitos de Cumplimiento			Documentación
No.	Tema	Requisito	Entidad Individual	Asociación en participación, Consorcio o Asociación (APCA)			Requisitos de Presentación
				Todas las partes combinadas	**Cada Socio**	**Un Socio**	
1.4 Experiencia							
1.4.2(a)	**Experiencia en construcción de Obras Similares**	Participación como Contratista principal o integrante de un Consorcio o Sub Contratista autorizado en ***3 (tres) contratos*** en los cuales haya ejecutado restauraciones y/o puesta en valor de un edificio de valor patrimonial[1]. (*) **Obs:** Para obras en ejecución a fin de dar cumplimiento a este requisito las mismas deberán contar con acta de recepción provisoria.	Debe cumplir con el requisito.	Debe cumplir con el requisito.	N / A	N / A	Formulario EXP 1.4.2(a)

[1] Edificio de valor Patrimonial de acuerdo a lo establecido en la Ley 5621/16.

Martín Ovando
Especialista en Adquisiciones Senior
Convenio de Préstamo 2419 / OC-PR y 2420 / BL-PR

Lic. Lilian P. Cañete M.

1. Criterios de Elegibilidad y Calificación			Requisitos de Cumplimiento				Documentación
No.	Tema	Requisito	Entidad Individual	Asociación en participación, Consorcio o Asociación (APCA)			Requisitos de Presentación
				Todas las partes combinadas	**Cada Socio**	**Un Socio**	
1.4.2(b)	**Experiencia en construcción - Actividades Clave**	Para los contratos ejecutados en los últimos **10 (Diez) años** de experiencia mínima, demostrar trabajos realizados en la restauración y/o puesta en valor de Edificios de valor Patrimoniales en todos los componentes críticos enumerados a continuación: **a- Experiencia en demoliciones estructurales** **b- Recuperación de fachadas patrimoniales** **c- Recuperación de las estructuras de madera utilizadas como soporte del techo de un edificio Patrimonial con un mínimo de 1.000 m2.** **d- Recuperación de por lo menos tres de los siguientes componentes: muros, aberturas, cimentaciones, arcos, pilares, vigas y revestimientos en un edificio de valor Patrimonial de dos niveles o más.**	a) Debe cumplir con el requisito b) Debe cumplir con el requisito c) Debe cumplir con el requisito d) Debe cumplir con el requisito	a) Debe cumplir con el requisito b) Debe cumplir con el requisito c) Debe cumplir con el requisito d) Debe cumplir con el requisito	N/A N/A N/A N/A	N/A N/A N/A N/A	Formulario EXP-1.4.2(b)

Martín Ovando
Especialista en Adquisiciones Senior
Convenio de Préstamo 2419 / OC-PR y 2420 / BL-PR

Lic. Lilian P. Cañete M.
Coord. Adq. y Contrataciones
UEP-MOPC

DEBE DECIR:

2. Criterios de Elegibilidad y Calificación			Requisitos de Cumplimiento				Documentación
No.	Tema	Requisito	Entidad Individual	Asociación en participación, Consorcio o Asociación (APCA)			Requisitos de Presentación
				Todas las partes combinadas	**Cada Socio**	**Un Socio**	
1.4 Experiencia							
1.4.2(a)	**Experiencia en construcción de Obras Similares**	***Para Oferente que acrediten contar con Certificado de Calidad (ISO o Similar):*** Participación como Contratista principal o integrante de un Consorcio o Sub Contratista autorizado en ***3 (tres) contratos*** en los cuales haya ejecutado restauraciones y/o puesta en valor de un edificio de valor patrimonial[2] . **Obs:** Para obras en ejecución a fin de dar cumplimiento a este requisito las mismas deberán contar con acta de recepción provisoria. ***Para Oferente que NO acrediten contar con Certificado de Calidad (ISO o Similar):*** Participación como Contratista principal o integrante de un Consorcio o Sub Contratista autorizado en ***5 (cinco) contratos*** en los cuales haya ejecutado restauraciones y/o puesta en valor de un edificio de valor patrimonial[2] . **Obs:** Para obras en ejecución a fin de dar cumplimiento a este requisito las mismas	Debe cumplir con el requisito.	Debe cumplir con el requisito.	N / A	N / A	Formulario EXP 1.4.2(a)

[2] Edificio de valor Patrimonial de acuerdo a lo establecido en la Ley 5621/16

Martín Ovando
Especialista en Adquisiciones Senior
Convenio de Préstamo 2419 / OC-PR y 2420 / SL-PR

R. Cañete M.
Adquisiciones

2. Criterios de Elegibilidad y Calificación			Requisitos de Cumplimiento				Documentación
No.	Tema	Requisito	Entidad Individual	Asociación en participación, Consorcio o Asociación (APCA)			Requisitos de Presentación
				Todas las partes combinadas	Cada Socio	Un Socio	
		deberán contar con acta de recepción provisoria.					
1.4.2(b)	**Experiencia en construcción-Actividades Clave**	Para los contratos ejecutados en los últimos **15 (Quince) años** de experiencia mínima, demostrar trabajos realizados en la restauración y/o puesta en valor de Edificios de valor Patrimoniales en todos los componentes críticos enumerados a continuación: **b- Experiencia en demoliciones estructurales** **b- Recuperación de fachadas patrimoniales** **c- Recuperación de las estructuras de madera utilizadas como soporte del techo de un edificio Patrimonial con un mínimo de 1.000 m2.** **d- Recuperación de por lo menos tres de los siguientes componentes: muros, aberturas, cimentaciones, arcos, pilares, vigas y revestimientos en un edificio de valor Patrimonial de dos niveles o más.**	e) Debe cumplir con el requisito f) Debe cumplir con el requisito g) Debe cumplir con el requisito h) Debe cumplir con el requisito	e) Debe cumplir con el requisito f) Debe cumplir con el requisito g) Debe cumplir con el requisito h) Debe cumplir con el requisito	N/A N/A N/A N/A	N/A N/A N/A N/A	Formulario EXP-1.4.2(b)

Martín Ovando
Especialista en Adquisiciones Senior
Convenio de Préstamo 2419 / OC-PR y 2420 / BL-PR

Lic. Lilian P. Cañete M.
Coord. Adq. y Contrataciones
UEP-MOPC

Sección VII. Especificaciones y Condiciones de Cumplimiento

DONDE DICE:

4.1. PLAN DE ACCION SOCIAL AMBIENTAL (PASA)

La obra ejecutada por el contratista, considerará todas las medidas tendientes a minimizar, evitar y mitigar los impactos sociales y ambientales negativos. Durante la ejecución de los trabajos, la contratista deberá tener en cuenta los puntos aplicables de las Especificaciones Técnicas Ambientales ETAGs vigentes del MOPC. Si como consecuencia de la ejecución de las obras, se observaran irregularidades que causen impactos ambientales negativos en la zona de obra, la contratista se responsabilizará por las acciones correctivas correspondientes identificadas por la Dirección de Gestión Socio Ambiental (DGSA) del MOPC, se entiende por impacto negativo todo el conjunto de alteraciones directas e indirectas provocadas por las actividades humanas sobre el medio físico, biótico, socio-económico, cultural, histórico y antropológico y que resulten costos sociales para el patrimonio público y una disminución de la calidad de vida de la población aledaña a la ejecución de la obra.

Para prevenir y mitigar estos impactos, el país cuenta con las leyes y normativas ambientales tendientes a prevenir y mitigarlos. Asimismo, el BID también cuenta con sus Políticas y Salvaguardias ambientales y sociales que deben ser atendidas en todas las etapas del ciclo de los proyectos que financia.

La Contratista deberá cumplir con las normas ambientales nacionales, y municipales. Asimismo, dará cumplimiento a los programas y estrategias propuestas en el Plan de Gestión Ambiental, a través de la elaboración e implementación del Plan de Acción Socio ambiental (PASA).

Además, los trabajos del componente social se realizan en función a las directrices establecidas en el Plan Director de Reasentamiento Involuntario (PDRI) del Programa, guía de criterios que orientan la gestión social en la cual quedan establecidas las acciones orientadas a mitigar, minimizar y/o compensar los impactos ocasionados por el desplazamiento y/o afectación de las personas en el área de realización de las obras, asegurando que el proceso de preparación y ejecución sea participativo e iguale o mejore las condiciones de vida de cada afectado con la implementación del proyecto. Las principales acciones del ámbito social guardan relación con el relacionamiento y acompañamiento a la población afectada en coordinación con las entidades vinculadas al caso.

La contratista deberá establecer un canal abierto de comunicación con los involucrados, brindar información clara y oportuna, y responder a las preocupaciones e inquietudes que pudieran surgir a lo largo de la implementación de las obras.

4.2. PLAN DE COMUNICACIÓN

La contratista deberá preparar el plan de Comunicación. El comunicador de la contratista deberá comunicar desde el inicio hasta el fin de tus trabajos: descripción de los trabajos y actividades a realizar durante todo el periodo de obras, cronogramas previstos, agenda de actividades socioculturales, entre otros.

Martín Ovando

...ian P. Cañete M.
...ntrataciones

Se deberá mantener un proceso activo de divulgación pública, informando a la población sobre el desarrollo de las obras. Cabe destacar que todos los materiales deberán contener el logo de la institución.

Productos de Comunicación

Materiales audiovisuales

1. Timelapse. Material de al menos 4 minutos de seguimiento audiovisual, que registre la evolución y avance hito por hito de las obras. Es la memoria de la obra, desde una perspectiva histórica y técnica, que sirva de registro y consulta para futuros proyectos.
2. Material audiovisual de al menos 4 minutos sobre la historia del edificio histórico.
3. 2 (dos) audiovisuales sobre avance de las obras, mínimo 90 segundos. Incluyendo filmaciones áreas con dron, que facilite la visualización de los trabajos a realizar en el techo del edificio.
4. Material audiovisual de hasta 60 segundos sobre la obra culminada.
5. Material audiovisual de rendición de cuentas de al menos 2 minutos.

Materiales impresos

1. Diseño e impresión de al menos 50 afiches de tamaño 90 X 60 cms, papel ilustración mate, 240 grs. full color.
2. Diseño e impresión de 500 folletos (dípticos, trípticos, desplegables, etc), en papel ilustración mate de al menos 180 grs, full color.
3. Diseño e impresión de 500 invitaciones de tamaño 12 x 21 cms.
4. Diseño e impresión de volantes en hoja ilustración mate de 115 grs., full color, 16 X 21,5 cms.
5. Diseño e impresión a color de 50 (cincuenta) revistas en formato libro, además de copia en digital en 100 (cien DVDs) del resumen de las obras e intervención realizada

Gestión de Prensa

1. **Gacetillas de Prensa**. Elaboración de al menos dos gacetillas de prensa por semana, y cuando fuere necesario elaboración diaria. (Estas gacetillas deberán enviarse a la unidad de comunicación de Reconversión Urbana para su aprobación y posteriormente, la empresa podrá remitirla a los medios masivos de comunicación).
2. **Gestión de espacios en MMC.** Para comunicar los hitos en el proceso de construcción, la empresa deberá elaborar un Plan de Medios para gestionar la aparición en medios masivos y alternativos de los voceros de RU y la empresa, para comunicar estos logros, identificando las etapas necesarias o estratégicas. El Plan de medios deberá ser aprobado por la unidad de comunicación de RU.
3. **Clipping de MMC**. La empresa deberá elaborar un clipping de medios masivos de comunicación, de forma diaria, y remitir diariamente a los actores involucrados, así como documentar las publicaciones en formato pdf y registro físico sobre las obras de restauración del edificio.

Martin Ovando
Especialista en Adquisiciones Senior
Convenio de Préstamo 2419 / OC-PR y 2499 / BL-PR

Lic. Lilian P. Cañete M.
Adq. y Contrataciones

Eventos

1. Organizar al menos 2 visitas dirigidas a formadores de opinión, decisores y otros actores.
2. Apoyar los talleres a ser realizados por la Fiscalización.
3. Organizar presentaciones y paneles el para sector público, empresas y universidades.

Observación: Todos los productos serán trabajados en forma conjunta con la coordinación de RU y la unidad de comunicación.

DEBE DECIR:

4.1. PLAN DE ACCION SOCIAL AMBIENTAL (PASA)

La obra ejecutada por el contratista, considerará todas las medidas tendientes a minimizar, evitar y mitigar los impactos sociales y ambientales negativos. Durante la ejecución de los trabajos, la contratista deberá tener en cuenta los puntos aplicables de las Especificaciones Técnicas Ambientales ETAGs vigentes del MOPC. Si como consecuencia de la ejecución de las obras, se observaran irregularidades que causen impactos ambientales negativos en la zona de obra, la contratista se responsabilizará por las acciones correctivas correspondientes identificadas por la Dirección de Gestión Socio Ambiental (DGSA) del MOPC, se entiende por impacto negativo todo el conjunto de alteraciones directas e indirectas provocadas por las actividades humanas sobre el medio físico, biótico, socio-económico, cultural, histórico y antropológico y que resulten costos sociales para el patrimonio público y una disminución de la calidad de vida de la población aledaña a la ejecución de la obra.

Para prevenir y mitigar estos impactos, el país cuenta con las leyes y normativas ambientales tendientes a prevenir y mitigarlos. Asimismo, el BID también cuenta con sus Políticas y Salvaguardias ambientales y sociales que deben ser atendidas en todas las etapas del ciclo de los proyectos que financia.

La Contratista deberá cumplir con las normas ambientales nacionales, y municipales. Asimismo, dará cumplimiento a los programas y estrategias propuestas en el Plan de Gestión Ambiental, a través de la elaboración e implementación del Plan de Acción Socio ambiental (PASA). El mismo deberá incluir un cronograma desglosado de las actividades a ser implementadas en el PASA durante el desarrollo de la Obra, que servirá de base para la elaboración de los informes mensuales de avance y pagos correspondientes.

Además, los trabajos del componente social se realizan en función a las directrices establecidas en el Plan Director de Reasentamiento Involuntario (PDRI) del Programa, guía de criterios que orientan la gestión social en la cual quedan establecidas las acciones orientadas a mitigar, minimizar y/o compensar los impactos ocasionados por el desplazamiento y/o afectación de las personas en el área de realización de las obras, asegurando que el proceso de preparación y ejecución sea participativo e iguale o mejore las condiciones de vida de cada afectado con la implementación del proyecto. Las principales acciones del ámbito social guardan relación con el relacionamiento y acompañamiento a la población afectada en coordinación con las entidades vinculadas al caso.

Martin Ovando
Especialista en Adquisiciones Senior

Lic. Lilian P. Cañete M.
Adq. y Contrataciones
MOPC

La contratista deberá establecer un canal abierto de comunicación con los involucrados, brindar información clara y oportuna, y responder a las preocupaciones e inquietudes que pudieran surgir a lo largo de la implementación de las obras.

Método De Medición

El "Plan e Implementación del PASA" se medirá por Global (gl).

Forma De Pago

Será pagado de acuerdo con el precio unitario contractual correspondiente al Ítem "Plan e Implementación del PASA", en 16 (diez y seis) cuotas mensuales iguales, contra entrega y aprobación del informe social y ambiental mensual, incluido en el Certificado de Obra. El precio y pago incluye la provisión de materiales, mano de obra y todo lo que sea necesario para la ejecución del servicio.

4.2. PLAN DE COMUNICACIÓN

La contratista deberá preparar el plan de Comunicación. El comunicador de la contratista deberá informar desde el inicio hasta el fin de tus trabajos: descripción de los trabajos y actividades y plazos, que se realizará durante todo el periodo de obras, con cronogramas previstos, agenda de actividades socioculturales, entre otros.
Se deberá mantener un proceso activo de divulgación pública, informando a la población sobre el desarrollo de las obras. Cabe destacar que todos los materiales deberán contener el logo de la institución.

El Plan de Comunicación deberá incluir un cronograma desglosado de las actividades a ser implementadas durante el desarrollo de la Obra, que servirá de base para la elaboración de los informes mensuales de avance y pagos correspondientes.

El Plan de Comunicación deberá contener como mínimo el desglose de los siguientes productos:

Productos de Comunicación
Materiales audiovisuales

1. Timelapse. Material de al menos 4 minutos de seguimiento audiovisual, que registre la evolución y avance hito por hito de las obras. Es la memoria de la obra, desde una perspectiva histórica y técnica, que sirva de registro y consulta para futuros proyectos.
2. Material audiovisual de al menos 4 minutos sobre la historia del edificio histórico.
3. 2 (dos) audiovisuales sobre avance de las obras, mínimo 90 segundos. Incluyendo filmaciones áreas con dron, que facilite la visualización de los trabajos a realizar en el techo del edificio.
4. Material audiovisual de hasta 60 segundos sobre la obra culminada.
5. Material audiovisual de rendición de cuentas de al menos 2 minutos.

Lic. Lilian P. Cañete M.
Coord. Adq. y Contrataciones
UEP-MOPC

Martín Ovando
Especialista en Adquisiciones Senior

Materiales impresos

1. Diseño e impresión de al menos 50 afiches de tamaño 90 X 60 cms, papel ilustración mate, 240 grs. full color.
2. Diseño e impresión de 1000 folletos (dípticos, trípticos, desplegables, etc), en papel ilustración mate de al menos 180 grs, full color.
3. Diseño e impresión de 500 invitaciones de tamaño 12 x 21 cms., full color.
4. Diseño e impresión de volantes en hoja ilustración mate de 115 grs., full color, 16 X 21,5 cms.
5. Diseño e impresión a full color de 100 (cien) revistas en formato libro, además de copia en digital en 100 (cien) DVDs del resumen de las obras e intervención realizada.

Con relación a la visibilidad, durante el plazo que duren las obras deberá realizar:

Gestión de Prensa

1. **Gacetillas de Prensa**. Elaboración de al menos dos gacetillas de prensa por semana, y cuando fuere necesario elaboración diaria. (Estas gacetillas deberán enviarse a la unidad de comunicación de Reconversión Urbana para su aprobación y posteriormente, la empresa podrá remitirla a los medios masivos de comunicación).
2. **Gestión de espacios en MMC.** Para difundir los hitos en el proceso de construcción, la empresa deberá elaborar un Plan de Medios para gestionar la aparición en medios masivos y alternativos de los voceros de RU y la empresa, para comunicar estos logros, identificando las etapas necesarias o estratégicas. El Plan de medios deberá ser aprobado por la unidad de comunicación y la coordinación técnica de RU.
3. **Clipping de MMC.** La empresa deberá elaborar un clipping de medios masivos de comunicación, de forma diaria, (impresos y digitales) y remitir diariamente a los actores involucrados, así como documentar las publicaciones en formato pdf y registro físico sobre las obras de restauración del edificio.
4. **Gestión de la Comunicación Institucional**

1. Generación de contenidos para la página web del programa y del MOPC.
2. Elaboración de al menos 1 (uno) flyer por semana para su difusión en la fan page de Reconversión Urbana y el MOPC. (durante toda la ejecución del proyecto)
3. Diseñar la estrategia del proyecto para redes sociales, con el fin de promover una escucha y participación activa, a ser presentado dentro del Plan de Comunicación.

Eventos

1. Organizar al menos 2 visitas dirigidas a formadores de opinión, decisores y otros actores.
2. Apoyar los talleres a ser realizados por la Fiscalización.
3. Organizar presentaciones y paneles el para sector público, empresas y universidades.

Lic. Lilian P. Cañete M.
Coord. Adq. y Contrataciones
UEP-MOPC

Martín Ovando
Especialista en Adquisiciones Senior
Convenio de Préstamo 2419 / OC-PR y 2420 / BL-PR

Campaña de Comunicación

1. Análisis situacional
2. Objetivos
3. Estrategia
4. Presupuesto
5. Implementación- Vehiculización

Ámbito
La campaña en medios a nivel nacional.

Medios
- Pautaje en radios y televisión de mayor rating en el momento de la campaña en la franja horaria de máxima audiencia para el público objetivo definido.

- Al menos 10 publicaciones/entrevistas/artículos en los medios de prensa más importantes del país.

- Al menos 10 entrevistas en medios radiales de alto rating en la franja horaria de máxima audiencia del público objetivo.

- Al menos 10 entrevistas en medios televisivos de alto rating en la franja horaria de máxima audiencia del público objetivo.

Medios Digitales

1. Generación de contenidos de la campaña para la página web del programa y del MOPC.
2. Incluir contenidos de campaña para redes sociales, con mayor orientación a la interacción y aumento de likes o alcance según el KPI (Key Performance Indicator) elegido.
3. PR digital o relaciones públicas que mantengan la buena reputación en internet, con planes de comunicación y monitoreo de la marca.
4. Campaña online con piezas correspondientes a redes sociales del programa, especialmente Facebook y twitter. En el caso de Facebook ads con post promocionados y anuncios.

Observación: Todos los productos serán trabajados en forma conjunta y aprobados con la coordinación de RU y la unidad de comunicación, previa difusión.

Método De Medición
El "Plan e Implementación del Plan de Comunicación" se medirá por Global (gl).

Lic. Lilian P. Cañete M.
Coord. Adq. y Contrataciones
UEP-MOPC

Martín Ovando
Especialista en Adquisiciones Senior
Convenio de Préstamo 2419 / OC-PR y 2420 / BL-PR

Forma De Pago

Será pagado de acuerdo con el precio unitario contractual correspondiente al Ítem "Plan e Implementación del Plan de Comunicación", en 16 (diez y seis) cuotas mensuales iguales, contra entrega y aprobación del informe comunicación mensual, incluido en el Certificado de Obra. El precio y pago incluye la provisión de materiales, mano de obra y todo lo que sea necesario para la ejecución del servicio.

Martín Ovando
Especialista en Adquisiciones Senior
Convenio de Préstamo 2419 / OC-PR y 2420 / BL-PR

Lic. Lilian P. Cañete M.
Coord. Adq. y Contrataciones
UEP-MOPC