Licitación Pública Nacional Nº 28/2012 para la "Contratación de Agencias Publicitarias para la emisión de Publicidad y Propaganda en Emisoras de Radios para la Justicia Electoral"

ADDENDA Nº 1/2012
AL PLIEGO DE BASES Y CONDICIONES

El Responsable de la Unidad Operativa de Contratación (UOC) de la Justicia Electoral se dirige a Uds. en ocasión de comunicar cuanto sigue:

Sobre el análisis del Pliego de Bases y Condiciones de la **Licitación Pública Nacional Nº 28/2012 para la "Contratación de Agencias Publicitarias para la emisión de Publicidad y Propaganda en Emisoras de Radios para la Justicia Electoral",** y de acuerdo a las disposiciones de la Ley Nº 2051/03 De Contrataciones Públicas y del Decreto Reglamentario Nº 21909/03, pone a conocimiento de los potenciales oferentes y de los interesados en general, las modificaciones introducidas en el Pliego de Bases y Condiciones que pasan a formar parte del mismo, y es como sigue:

Dentro de la Sección II. Criterios de Evaluación y Requisitos de Calificación

Esta sección complementa las Instrucciones a los Oferentes (IAO). Contiene los criterios que la Convocante utilizará para evaluar una oferta y determinar si un Oferente cuenta con las calificaciones requeridas. Ningún otro factor, método o criterio se utilizará.

1. Criterios de Evaluación (IAO 34)

- Se verificará primeramente la presentación de los documentos de carácter sustancial:

A- Formulario de Oferta debidamente completado y firmado. El oferente deberá cotizar todos los ítems indicados en la planilla de precios.
B- Garantía de Mantenimiento de Oferta debidamente extendida
C- Documentos que acrediten la identidad del oferente y representación suficiente del firmante de la oferta.
D- Declaración Jurada de no hallarse comprendido en las inhabilidades del Art. 40 y la Declaratoria de integridad del Art. 20 (Res. 330/07).

- Una vez verificada la documentación y analizada la pertinencia de cada uno de los documentos sustanciales mencionados, en caso de que alguno de los oferentes omita la presentación de los mismos o la presente en forma irregular las ofertas serán descalificadas.

Para la presente Contratación se tendrá en cuenta un "Sistema de Puntuación", <u>de conformidad a la Excepción prevista e indicado</u> en el 4° párrafo del Artículo N° 26 de la Ley N° 2051/03 de Contrataciones Públicas donde menciona: "En la evaluación de las ofertas en ningún caso podrán utilizarse mecanismos de puntos o porcentajes, excepto cuando se trate de servicios en los que se demuestre la conveniencia de aplicar dichos mecanismos de evaluación, de acuerdo con los lineamientos establecidos en el reglamento".

Econ. Ulises Martínez
Unidad Operativa de Contrataciones
Director

- Posteriormente se verificará que se haya proveído la documentación que avale el cumplimiento de los criterios técnicos, legales y financieros conforme a los requisitos de calificación.
- En concordancia a lo establecido anteriormente, se tendrá en cuenta los siguientes puntos:
  - **Organización y Experiencia**
  - **Calificaciones de la firma**
  - **Composición del Equipo**
  - **Instalaciones e infraestructura**
  - **Descripción del enfoque, metodología y plan de actividades para Ejecución del trabajo.**

CRITERIOS PARA LA EVALUACIÓN:

A. EVALUACIÓN DE LA CALIDAD DE LA PROPUESTA:

	FACTORES	PUNTAJE MÁXIMO ELEGIBLE	OFERENTE Puntos
1.	**G.1 Estudio de Mercado previo para definición del mensaje central de la campaña.**	30	
	(5 puntos por cada uno hasta un máximo de 30 puntos), según lo indicado en la Sección III Suministros requeridos, numeral 3 Especificaciones Técnicas.		
2.	**G.2 Pre-testeo en campo de la campaña a desarrollar.**	20	
	(5 puntos por cada uno hasta un máximo de 20 puntos), según lo indicado en la Sección III Suministros requeridos, numeral 3 Especificaciones Técnicas.		
3.	**G.3– Información sobre mediciones de audiencia y Planificación de medios para la campaña.**	15	
	(5 puntos por cada uno hasta un máximo de 15 puntos), según lo indicado en la Sección III Suministros requeridos, numeral 3 Especificaciones Técnicas.		
4.	**G.4- Desarrollo e implementación de la campaña.**	15	
	(5 puntos por cada uno hasta un máximo de 15 puntos) según lo indicado en la Sección III Suministros requeridos, numeral 3 Especificaciones Técnicas.		
5.	**G.5– Estudios de impactos posteriores a la campaña desarrollada.**	20	
	(5 puntos por cada uno hasta un máximo de 20 puntos) según lo indicado en la Sección III Suministros requeridos, numeral 3 Especificaciones Técnicas.		
PUNTAJE TOTAL CALIDAD DEL SERVICIO		**100**	

B. EVALUACIÓN DEL COSTO DE LA OFERTA:

Se asignará un puntaje de "100" a la propuesta del Costo de la Oferta más baja, y puntajes inversamente proporcionales a sus respectivos precios de las demás ofertas.

PUNTAJE TOTAL DEL COSTO DE LA OFERTA = (Costo de la Oferta más baja) / (Costo de la Oferta de c/u de las demás Ofertas)*100

C. EVALUACIÓN COMBINADA:

El puntaje total se obtendrá sumando los puntajes ponderados relativos al **PUNTAJE TOTAL CALIDAD DEL SERVICIO** y el **PUNTAJE TOTAL DEL COSTO DE LA OFERTA.**

PUNTAJE TOTAL DE EVALUACIÓN COMBINADA = 0,60*(Puntaje Total de Calidad del Servicio) + 0,40*(Puntaje Total del Costo de la Oferta).

Se tendrá en cuenta para la **EVALUACIÓN FINAL**, lo solicitado en el inciso **C. EVALUACIÓN COMBINADA, DONDE SE OBTENDRA EN MAYOR MEDIDA EL PORCENTAJE DE LA CALIDAD DEL SERVICIO EN COMPARACIÓN AL COSTO DE OFERTA.**

Poder Judicial
Unidad Operativa de Contrataciones
Director

2. Requisitos para Calificación Posterior (IAO 36)

Después de determinar la oferta evaluada como la más baja, la Convocante efectuará la calificación posterior del Oferente de conformidad con lo establecido en la Cláusula 36 de las IAO, empleando únicamente los requisitos aquí estipulados. Los requisitos que no estén incluidos en el siguiente texto no podrán ser utilizados para evaluar las calificaciones del Oferente.

(a) **Capacidad financiera**

Con el objetivo de calificar la situación financiera actual del oferente, se consideraran los siguientes índices para todos los Ítems:

1. *Ratio de Liquidez: activo corriente / pasivo corriente*
   Deberá ser igual o mayor que 1, en promedio, en los 3 últimos años (2009, 2010 y 2011).
2. *Endeudamiento: pasivo total / activo total*
   No deberá ser mayor a 0,80 en promedio, en los 3 últimos años (2009, 2010 y 2011).
3. *Rentabilidad: Porcentaje de utilidad después de impuestos o pérdida con respecto al Capital*
   El promedio en los últimos 3 años (2009, 2010 y 2011), no deberá ser negativo

(b) Experiencia y Capacidad Técnica

❖ *El Oferente deberá proporcionar evidencia documentada que demuestre sus referencias comerciales en el mercado publicitario, determinado por un listado de empresas con quienes opera con los datos de las mismas para la verificación.*

(c) *Margen de Preferencia para Productos Nacionales*

Se aplicara de acuerdo a la vigencia de la Ley N°4558/11; donde menciona en su Artículo 2° Dispóngase que las Contrataciones que realice el Estado Paraguayo, por vía de procesos de carácter nacional, se establezca un margen de preferencia del 20% (veinte por ciento), a favor de los productos y servicios de origen nacional.

Artículo 3° A los efectos de la imposición del margen de preferencia son considerados productos y servicios de origen nacional a:

c) En obras viales, construcciones, servicios de mantenimiento, transporte, seguros, consultoría y otros en general cuando el personal del prestador en más del 70 % (setenta por ciento) sea de Nacionalidad Paraguaya, a fin de dar cumplimiento a las disposiciones vigentes.

(d) *Criterio para desempate de ofertas*

❖ *El criterio a ser considerado por el Comité Evaluador para el eventual desempate de ofertas se podrá determinar por lo siguiente:*

Planificación de pautas publicitarias que utilice a los medios radiales con mayor medición de audiencia.

Experiencia en el Servicios de Agencias Publicitarias. (Formulario N° 10).

Referencias comerciales.

(e) MUESTRAS:

❖ Durante la Presentación de Ofertas se deberán Entregar "Muestras" de los materiales Publicitarios a fin de ser verificados por el Comité de Evaluación y los técnicos designados por la Institución, a fin de poder verificar In Situ los:

- 10 (diez) trabajos de creación y producción de originales de publicidad en Emisoras de Radio.

(f) Inspecciones y Pruebas en la etapa de evaluación

❖ Que para la verificación de los Servicios a ser prestados serán necesario la aprobación de la Convocante para la aceptación de los MATERIALES FINALES propuestos por el Oferente, en concordancia a solicitado en el PBC del Llamado de referencia". Si la convocante no está de acuerdo con los MATERIALES FINALES presentados, el Oferente tendrá 24 hs. para poder realizar y ajustar los cambios a fin de adecuarse al material adjudicado y solicitado. Se realizara la verificación de los Servicios a ser prestados, así como también será necesario dar la aprobación final de los materiales propuestos por el Oferente Adjudicado, en concordancia a solicitado en el PBC del Llamado de referencia. Si la convocante no está de acuerdo con los MATERIALES FINALES presentados, el Oferente tendrá 24 hs. para poder realizar y ajustar los cambios a fin de adecuarse al material adjudicado y solicitado.

Econ. Ulises Martínez
Unidad Operativa de Contrataciones
Director

Nota1: Conforme las disposiciones del Decreto 7781/06, para las Contrataciones con Organismos de la Administración Central, el Oferente que resulte adjudicado, deberá contar con una cuenta corriente y/o caja de ahorro habilitada en un Banco de plaza, o en su defecto, hallarse en condiciones de poder habilitar una cuenta corriente y/o caja de ahorro a su nombre, a fin de poder hacer efectivo el Pago Directo a Proveedores y Acreedores vía acreditación en cuenta bancaria.

Nota 2: Conforme a lo previsto por la Ley de Presupuesto del año en curso los adjudicatarios de los contratos resultantes de los procesos mencionados, deberán inscribirse en el Sistema de Información de Proveedores del Estado, como requisito previo a la emisión del Código de Contratación respectivo, **no siendo la inscripción una exigencia para participar en el proceso.**

Dentro de la Sección III. Suministros Requeridos

1. Especificaciones Técnicas

"Resumen de las Especificaciones Técnicas. *Los Bienes deberán cumplir con las siguientes Especificaciones Técnicas y Normas:*

ITEMS	DESCRIPCION	ESPECIFICACIÓN TECNICA MINIMA SOLICITADA
1	Publicidad y Propaganda en Emisoras de Radio, incluido todos los servicios solicitados s/ Especificaciones Técnicas.	**Se detalla más abajo**

Servicios de Desarrollo de Campaña de comunicación, Creatividad, Producción, Realización de Materiales de publicidad y Difusión en medios masivos de comunicación

I. OBJETIVO DE LOS SERVICIOS

La prestación de servicios publicitarios para la comunicación con mensajes de contenido simple, de modo a llegar a la ciudadanía de manera clara y práctica, a los efectos de difundir los alcances de la INSCRIPCIÓN EN EL REGISTRO CIVICO PERMANETE, Y LA DIFUSIÓN DE LAS ELECCIONES GENERALES DEL 2013. El Servicio servirá para concientizar a los paraguayos residentes en el país y en el extranjero a la inscripción para poder tener derecho a votar. La Justicia Electoral realizará la divulgación del proceso indicando la posibilidad que tiene el ciudadano o ciudadana de elegir a su candidato de su preferencia mediante el voto.

El tipo de mensaje debe ser informativo y motivacional. El mensaje debe ser capaz de hacer entender que cada ciudadano es pieza fundamental para decidir. Debe ser elaborado en un lenguaje comprensible y adecuado para que la ciudadanía tenga conocimiento de su poder de decisión en el primer ejercicio de la democracia participativa que tenemos en el marco de la Constitución Nacional.

II. ACTIVIDADES DEL OFERENTE

La prestación de servicios de creatividad, producción, realización de piezas de publicidad y difusión en medios de comunicación, a ser ofertada deberá incluir:

- Desarrollo de campaña informativa y concienciación para fomentar la participación ciudadana. A través de la misma, se considerará como aspecto primordial, la convocatoria a los ciudadanos electores de la República, que conformen el Registro Cívico Permanente se hallen habilitados para votar en la cita mencionada.
- Estrategia y desarrollo del plan de medios total, incluyendo, niveles de cobertura para todo el territorio nacional, niveles de frecuencia planificados y el costeo actual total para Emisoras de Radios.

Poder Judicial – Tribunal Superior de Justicia Electoral – Unidad Operativa de Contrataciones
Roberto Ulises Martínez
Director

III. RESULTADOS ESPERADOS

Elaboración de la Estrategia Comunicacional para el proceso electoral, como así también la elaboración de Piezas publicitarias para su posterior difusión en los medios determinados por el oferente que técnicamente aseguren la mayor difusión de la campaña, el costeo completo de la producción y realización de las piezas creativas y la implementación de las mismas en Plan de Medios definido, y el control de la emisión de la publicidad requerida.

En todos los casos, la Justicia Electoral a través del o la representante de la Dirección General de Administración y Finanzas, coordinará los trabajos de comunicación publicitaria, de manera a lograr los objetivos de la campaña publicitaria.

El Oferente deberá tener por lo menos 3 (tres) años de actividad en el ramo (servicios de publicidad).

Deberá contar dentro del equipo de trabajo compuesto, por el Director Creativo, el Especialista de Arte, Diseñador, Ejecutivo de Cuentas, Director de Medios, Planner. Ejecutivo de RR.PP, Director de Proyecto (Investigación Mercado), Director de Campo (Inv. Merc)

Encuestas e Investigación de Mercado

El OFERENTE deberá comprobar fehacientemente suficiente capacidad para la realización de los estudios de Mercado y encuestas de acuerdo a la planificación estratégica para el desarrollo de la campaña, a través de la conformación del Staff de recursos humanos que participarán del Proyecto, detallando el Curriculum para los cargos de Director de Proyecto y/o Director de Campo, que deberán ser profesionales con titulo en Comunicación Social o Sicología o Relaciones Públicas y con comprobada experiencia en interrelaciones con medios de comunicación, actores políticos y la sociedad civil.

Medición de Medios

Así mismo, deberá disponer y comprobar que posee la información de medición de medios actualizada y vigente, realizada por Empresas especializadas en el mercado local, detallando todos los servicios contratados que dispone al respecto, considerando que estos, elementos son de principal relevancia incorporados al desarrollo general del plan de medios para la difusión.

IV. PLAZO Y LUGAR DE TRABAJO

-Plazo: El Plan General de comunicación, el desarrollo del Plan de medios incluyendo la pauta, y el costeo total del mismo como así también las piezas finales ya producidas para materiales radiofónicos (jingles). deben estar terminadas y aprobadas, por la Justicia Electoral para su inmediata difusión, en el plazo de 5 (cinco) días a partir de la fecha de la firma del Contrato con el oferente adjudicado.

Cronograma de difusión:

-Propaganda en medios masivos de comunicación social: Prensa Radial, desde la aprobación de los materiales radiofónicos (jingles). Terminados y aprobados hasta el 31 de Diciembre de 2012.

-Lugar de Trabajo: El diseño de los trabajos deberá ser realizado en los locales del oferente adjudicado, el cual podrá ser visitado por representantes de la Justicia Electoral en el momento que esta así lo disponga, durante la evaluación de las ofertas y la ejecución del Contrato.

Econ. Ulises [illegible]
Unidad Operativa de Contrataciones
Director

V. ASPECTOS GENERALES

a) La Convocante podrá rechazar la propuesta presentada, obligándose el Oferente a rediseñar otras opciones, hasta que La Convocante esté conforme y autorice la publicación correspondiente.
b) Durante la vigencia del Contrato el Oferente está obligado a modificar el original de la pieza Creativa hasta las veces si así lo requiriera la Convocante.
c) Un juego del original (spot u otro) del producto autorizado para su publicación será entregado a la Convocante, para disponer de él de la manera más conveniente, inclusive, posterior al término del contrato, sin costo adicional para la Convocante.
d) El Contratista es responsable que las piezas entregadas son de su creación y originalidad y ante situaciones de litigios por plagio asume toda la responsabilidad al respecto.

1. **Diseños, originales, logo y slogan**:

Podrá requerirse la creación de un distintivo de campaña publicitaria, como logo, frase o slogan con el que se identifique la ciudadanía. Dicho distintivo será el que se utilice a nivel de prensa radial previsto en el presente.

2. **Materiales de Emisoras de Radio**:

a) El oferente deberá desarrollar **10(Diez)** materiales comerciales para radio con sus respectivos libretos y jingles, los que tendrán una duración máxima de 30 segundos siempre atendiendo que se ajuste a los requerimientos técnicos que permitan la adecuada transmisión del mensaje. El mensaje deberá ser claro y directo.

b) Los jingles y comerciales de radio emitidos para el interior del país podrán tener mensajes en el idioma guaraní (jopará), debiendo realizarse como mínimo 5(cinco) materiales de este tipo.

c) Los espacios a ser contratados deben ser en radios AM y FM de cobertura nacional y departamental ó que la Convocante solicite de acuerdo a las necesidades institucionales, tanto en programas noticiosos como en espacios para jóvenes y adultos (segmento amplio). Incluirán emisoras de Asunción, Gran Asunción como así las principales emisoras del interior del país, debidamente habilitadas por el Ente Regulador (CONATEL) con programaciones emitidas de Lunes a viernes, fines de semana y feriados.

VI. PRESENTACIÓN DE LA OFERTA

Las ofertas deberán estar acompañadas de muestras de materiales elaborados en los medios de Emisoras de Radio.

ADEMAS LOS POTENCIALES OFERENTES DEBERAN CUMPLIR COMO MINIMO CON LOS SIGUIENTES REQUISITOS:

Calificaciones de la firma

Además de cumplir con los requisitos del llamado establecido en el pliego de bases y condiciones.
Listado de Empresas y marcas más importantes dentro de su cartera de clientes.
Deberá poseer experiencia en la realización de trabajos similares (los últimos 3 (TRES) años como requerimientos mínimos).

OBJETIVOS Diagnosticar áreas a mejorar.

- Lograr una comunicación integral, para una mayor participación electoral en el Registro Cívico Permanente y para las Elecciones Generales 2013.
- Establecer procedimientos y mecanismos a seguir para todas las comunicaciones, con el fin de padronizar un estilo y tono de comunicación.

TACTICAS

- Desarrollo de una campaña de comunicación masiva para los electores. La misma debe transmitir y crear una conciencia de participación.

PASOS A SEGUIR

- Estudio de Mercado previo para definición del mensaje central de la campaña publicitaria.
- Pre-testeo en campo de la campaña publicitaria a desarrollar.
- Información sobre mediciones de audiencia y Planificación de medios para la campaña publicitaria.
- Desarrollo e implementación de la campaña publicitaria.
- Estudios de impacto posteriores a la campaña desarrollada.

PODER JUDICIAL Tribunal Superior de Justicia Electoral UNIDAD OPERATIVA DE CONTRATACIONES
Econ. Ulises Martínez
Unidad Operativa de Contrataciones
Director

OBJETIVO DE LOS SERVICIOS DE PUBLICIDAD

Desarrollar la prestación de servicios publicitarios con mensajes de contenido simple, de modo a llegar a la ciudadanía, a los efectos de difundir el objetivo principal que comprende la motivación de participación.

ACTIVIDADES DE LA FIRMA

I. LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS DE PUBLICIDAD a ser ofertada deberá incluir: la creatividad, diagramación, planificación de medios, costeo de movilización en vehículos y tráfico de materiales a los medios, producción y supervisión de los mismos, estrategias de RR.PP, según el siguiente detalle:

a) Prensa Radiales.

II. Diseño y producción de campaña publicitaria. Entiéndase por **diseño** al trabajo de alta calidad de realización de spots publicitarios para Emisoras de Radio.

RESULTADOS ESPERADOS

A) Investigación de mercado, encuestas en cada departamento del país (3 muestras).
B) Diseño de campañas publicitarias con estándares de alta calidad, acordes a las necesidades de la Institución, de difusión, elaborado y aprobado.
C) Diseño y Producción de Materiales que contemplen la difusión requerida en el medio solicitado, según el siguiente detalle:

- Prensa Radiales.

D) Plan de Medios y Costeo completo de la difusión a ser realizada (costo de tiempo de aire y costo de Espacios en Emisoras de Radios), avalado por los datos obtenidos de la investigación de Medición de Medios realizado por empresas especializadas, localmente.

Dentro de la Sección I Datos de la Licitación (DDL), se tendrá lo siguiente:

B. Contenido de los Documentos de la Licitación	
IAO 7.1	Para **aclaraciones de las ofertas,** solamente, la dirección de la Convocante es: Atención: *Econ. Ulises Martínez Responsable de la Unidad Operativa de Contratación* Dirección: *Eusebio Ayala Nº 2759 e/ Sta. Cruz de la Sierra – Bloque Administrativo.* Ciudad: *Asunción , Paraguay* *Teléfono: 021- 6180434* *Fax: 021- 6180464* Dirección de correo electrónico: ulisesm@tsje.gov.py **La fecha y hora límites para realizar consultas es**: *15 de Octubre de 2012 hasta las 13:00 HS.*
D. Presentación y Apertura de Ofertas	
IAO 23.1	**Para propósitos de la presentación de las ofertas, la dirección de la Convocante es:** ***Econ. Ulises Martínez Responsable de la Unidad Operativa de Contratación*** **Dirección:** ***Eusebio Ayala Nº 2759 e/ Sta. Cruz de la Sierra – Bloque B Administrativo.*** **Ciudad:** ***Asunción , Paraguay*** ***Teléfono: 021- 6180434*** ***Fax: 021- 6180464*** **Dirección de correo electrónico: ulisesm@tsje.gov.py** **La fecha límite para presentar las ofertas es:** ***Fecha: 22 de Octubre de 2012*** **Hora:** ***desde las 7:00 hasta las 07:30 Hs. a.m.***
IAO 26.1	**La apertura de las ofertas tendrá lugar en**: Dirección: *Eusebio Ayala Nº 2759 e/ Sta. Cruz de la Sierra – Bloque B Administrativo.* Ciudad: *Asunción , Paraguay* *Teléfono: 021- 6180434* *Fecha:* ***22 de Octubre de 2012*** *Hora:* ***08:00 a.m.***

La presente comunicación formará parte del Pliego de Bases y Condiciones de la presente Licitación Pública Nacional de referencia.

Sin otro particular, aprovecha la ocasión para saludarlo muy atentamente

Econ. Ulises Martínez
Director de la Unidad Operativa de Contrataciones