Compra Directa 5342/2019

Llamado a EMPRESAS DE COMUNICACIÓN con la finalidad de implementar nueva estrategia de prevención de ENFERMEDADES TRANSMITIDAS POR VECTORES (DENGUE , ZIKA , CHIKUNGUNHA Y LEISCHMANIASIS) de acuerdo al presente Pliego de Bases y Condiciones.

CHARLA INFORMATIVA OBLIGATORIA:

05/02/2019 HORA 14:00

Sala de Sesiones, 18 de Julio 1892, 1er. piso

PLIEGO DE BASES Y CONDICIONES PARTICULARES

1. MARCO INSTITUCIONAL

1.1 Misión MSP

El Ministerio de Salud Pública (MSP), es el responsable de establecer las políticas y las estrategias para el cumplimiento de las funciones esenciales de salud pública, de modo de asegurar la salud colectiva como un derecho humano básico y un bien público responsabilidad del Estado, orientando el funcionamiento del Sistema Nacional Integrado de Salud de acuerdo a un modelo de atención y gestión basado en los principios de la atención primaria en salud.

1.2 Visión MSP

Promover la salud de la población a través de una estructura institucional transparente, eficaz e integradora, y con vocación de servicio, para el correcto ejercicio de la rectoría de la salud, logrando un modelo de atención basado en la prevención, que promueva en la población el cuidado de su salud y una atención sanitaria (con niveles de excelencia) que contribuya a una mejor calidad de vida.

2. MARCO CONCEPTUAL

Las enfermedades transmitidas por vectores representan más del 17% de todas las enfermedades infecciosas, y provocan cada año más de 700 000 defunciones.
Según la OPS/OMS más de 3900 millones de personas, en más de 128 países, corren el riesgo de contraer dengue, con una estimación de 96 millones de casos al año.

Otras enfermedades, tales como la enfermedad de Chagas y la Leishmaniasis afectan a cientos de millones de personas en todo el mundo.
Muchas de las enfermedades son prevenibles mediante medidas de protección fundamentadas.

Es importante señalar, sin embargo, que el control de vectores es una lucha sin tregua: tanto las enfermedades emergentes como las que ya son viejas conocidas no dejan de exponernos a nuevas amenazas. El reciente brote de la enfermedad por el virus de Zika y la reaparición de la fiebre amarilla, junto con el aumento de los casos de Dengue y el Chikungunya, han puesto de manifiesto, por un lado, la

importancia de asegurar un control de vectores sostenible y, por otro, la necesidad urgente de reforzar la capacidad mundial para hacer frente a estas amenazas.

En la Respuesta mundial para el control de vectores, se priorizan las acciones necesarias a nivel de país sobre la base de cuatro pilares.

En primer lugar, debe reforzarse la acción inter e intrasectorial, ya que el control de las enfermedades de transmisión vectorial es una responsabilidad compartida de todos los miembros de la sociedad; esto requiere lazos de colaboración más allá del sector de la salud.

En segundo lugar, es necesario asegurar la movilización y participación de las comunidades interesadas, para sí reforzar la sostenibilidad y la resiliencia frente a futuros brotes epidémicos.

En tercer lugar, habrá que reforzar la vigilancia y el monitoreo para poder intervenir rápidamente en caso de aumentar las poblaciones de vectores, así como para detectar intervenciones que no estén dando el fruto esperado.

En cuarto lugar, se considera primordial ampliar e integrar las intervenciones de control de vectores, sobre la base de criterios científicos, tratando de maximizar su impacto en las tasas de morbilidad y de minimizar, al mismo tiempo, sus repercusiones en el medio ambiente.

La Respuesta mundial para el control de vectores impulsada por la OPS/OMS establece una serie de objetivos ambiciosos aunque alcanzables; entre otras cosas, prevé reducir, para 2030, la mortalidad atribuible a las enfermedades de transmisión vectorial en al menos un 75% y su incidencia en al menos un 60%, y prevenir las epidemias en todos los países.

3. OBJETO DEL LLAMADO

El MSP llama a compra directa con la finalidad de contratar una empresa de comunicación para implementar una estrategia de prevención de las enfermedades transmitidas por vectores: Dengue, Chikungunya, Zika y Leishmaniasis. Dicha estrategia debe estar centrada en la prevención comunitaria y la disminución de los criaderos de los vectores causantes de estas enfermedades.

4. PRINCIPALES ACTIVIDADES A DESARROLLAR INCLUIDAS EN EL CONTRATO REQUERIDO

El contrato solicitado comprende la realización de las siguientes actividades, que serán desarrolladas coordinadamente con el área de Zoonosis y Vectores de la División Epidemiología, y el Departamento de Comunicación y Salud del Ministerio de Salud Pública.

a) Analizar toda la información específica proporcionada por el MSP y la División Epidemiología – Zoonosis y Vectores) y preparar un diagnóstico de la situación coyuntural de la comunicación, observando fortalezas y debilidades. Este producto será el insumo para planificar las acciones a emprender.

b) Proponer - según las necesidades previstas - acciones de comunicación sugeridas, el desarrollo de la campaña y su puesta en práctica en un cronograma de trabajo. Deberá definir y contemplar los diversos públicos objetivos, en relación con la finalidad de cada acción recomendada, y los medios de difusión más convenientes para llegar a ellos que aseguren una adecuada cobertura y segmentación si fuese necesario. Deberá incluir una estimación detallada de los recursos económicos necesarios para desarrollar cada una de las acciones de comunicación recomendadas.

c) Se deberá tener en cuenta las campañas realizadas por este ministerio y proponer una nueva propuesta, de acuerdo a la realidad sanitaria regional y del país. De igual manera se planteará la estrategia de difusión a través de los medios de comunicación, tales como: radio, televisión, cine, sitio web, vía pública, exteriores, redes sociales y otras que se entienda conveniente y oportuno proponer, constituyéndose en los soportes del Plan de Comunicación. Todas las creaciones formarán parte del contrato y formarán parte del patrimonio del MSP.

d) Diseñar, redactar y adaptar, para cada etapa sugerida de la estrategia, los textos y los diferentes bocetos originales para cada uno de los medios sugeridos: radio, redes sociales, prensa, cartelería, folletería etc., es decir, todo lo que es usualmente admitido como agregado de valor creativo.

e) Coordinar, supervisar y controlar la calidad de la realización y producción de los

materiales propuestos para cada acción comunicativa, a partir de su aprobación por parte de la División Epidemiología y el Departamento de Comunicación y Salud del MSP. etc. Los trabajos de impresión gráfica serán realizados a través del convenio de fortalecimiento institucional MSP-IMPO. Los demás trabajos serán realizados por el proveedor, presentando a los efectos la factura correspondiente, teniendo parte el MSP en la observación del proceso de selección de la productora.

f) En caso de ser necesario, diseñar y Proponer el Plan de Medios Asociado y los soportes para cada acción publicitaria incluida en la estrategia de Comunicación, con la debida justificación técnica basada en la investigación comparativa de medios, tales como conocimiento y evaluación de audiencias por medios electrónicos, caracteres de los medios, lugares y tamaños más idóneos, cobertura neta, cobertura útil, costo y frecuencia de impactos, etc. Asimismo, para la ejecución de las mismas la agencia presentará, para su aprobación por parte del Departamento de Comunicación y Salud una propuesta de desarrollo de pauta, con la correspondiente metodología que la respalde, para su ejecución en los diversos medios de comunicación sugeridos a utilizar de acuerdo con el plan correspondiente.

g) Efectuar un seguimiento de las acciones publicitarias emprendidas y dispuestas por el MSP y contratadas en los medios de comunicación, debiendo informar documentalmente y en períodos quincenales sobre lo realizado y los controles efectuados.

h) Mantener con la contraparte institucional reuniones quincenales de seguimiento y puesta a punto de lo realizado y planificación de futuras acciones de comunicación.

i) Evaluación de las acciones publicitarias y de toda otra tarea encomendada, debiendo emitir en cada caso el informe respectivo.

j) Sugerir la corrección de los posibles desajustes que se constaten y de ser necesario elaborará y propondrá nuevas acciones, en función de los resultados de las evaluaciones que se practique.

k) Proporcionar los asesoramientos que le sean requeridos en todos aquellos

asuntos vinculados a la comunicación ministerial específica y que por su naturaleza y puntualidad temporal no se encuentren comprendidos en la estrategia de comunicación proyectada, para las distintas actividades, acciones y políticas ministeriales tales como auspicios de eventos de diversa índole, coproducciones privadas en medios, participación en medios de comunicación nuevos, eventos especiales, u otros.

5. ANTECEDENTES DEL OFERENTE

Identificación: nombre de la empresa, constitución, vigencia y representación de la misma, así como su domicilio legal.

Titulares: nombre del o de los propietarios, directores, creativos, administradores que van a trabajar en las demandas requeridas por este llamado, durante el período estipulado en el contrato, dejando constancia que no existen impedimentos legales para celebrar contratos con el MSP.

Estructura organizativa: Se incluirá un organigrama funcional, cantidad de empleados y su distribución por áreas, con detalles de nombres de los directores de cuentas, creativos publicitarios, directores de arte, etc. Soporte tecnológico disponible. Capacitación y experiencia del personal asignado.

Méritos acreditados por la agencia y capacitación de los integrantes de la misma.

Antecedentes: deben estar referidos a trabajos realizados para su difusión en el país o en el extranjero, excluyéndose por tanto los trabajos desarrollados por los socios o representantes del exterior con los cuales eventualmente pudieran estar vinculados.

Se valorará especialmente la experiencia de trabajo demostrable en materia de temas sensibles de salud a nivel nacional y/o de emergencia sanitaria.

Antigüedad: fecha de iniciación de actividades en nuestro medio.

Equipo de trabajo: nombres, cargos, currículum vitae y metodología de trabajo del personal que se asignará, destacando si se trata de residentes en el país o si pertenecen a empresas o agencias del exterior con las cuales el oferente esté vinculado como socio o representante. En caso de resultar adjudicataria, la empresa no podrá sustituir ninguna de las personas incluidas en la nómina originalmente asignada, sin conocimiento y conformidad del MSP. Se prestará especial atención al equipo asignado a esta propuesta y su experiencia de trabajo en temas sensibles de salud a nivel nacional y/o de emergencia sanitaria.

6. Aclaraciones:

Las solicitudes de aclaración podrán ser formuladas mediante comunicación escrita, dentro del plazo de 3 días previos a la apertura, vía mail a: mdandrea@msp.gub.uy
No se realizará prórroga

7. PRECIO Y COTIZACIÓN

Las propuestas serán recibidas únicamente en línea. Los oferentes deberán ingresar sus ofertas (económica y técnica completas) en el sitio web www.comprasestatales.gub.uy. **No se recibirán ofertas por otra vía**.
La documentación electrónica adjunta de la oferta se ingresará en archivos con formato (.pdf), sin contraseñas ni bloqueos para su impresión o copiado. Cuando el oferente deba agregar en su oferta un documento o certificado cuyo original solo exista en soporte papel, deberá digitalizar el mismo (escanearlo) y subirlo con el resto de su oferta. En caso de resultar adjudicatario, deberá exhibir el documento o certificado original, conforme a lo establecido en el artículo 48 del TOCAF.
El formulario de identificación del oferente debe estar firmado por el titular, o representante con facultades suficientes para ese acto. En tal caso, la representación debe estar debidamente respaldada en el Registro Único de Proveedores del Estado (RUPE) con los datos de representantes y documentación de poderes ingresados y al menos verificados en el sistema
Incluir información sobre presentación de garantías o muestras si corresponde.
La creatividad deberá cotizarse en línea y en Moneda Nacional, debiéndose incluir en el precio, el Impuesto al Valor Agregado (I.V.A.). En el caso que esta información no surja de la propuesta, se considerará que el precio cotizado comprende dicho Impuesto.
Producción, medios (radio y redes): se deberá cotizar aparte de lo anterior, dentro del monto máximo de hasta $ 1.500.000.

Creatividad: Limite de la compra directa: $471.000 (pesos uruguayos cuatrocientos setenta y un mil), I.V.A. incluido.

8. MANTENIMIENTO DE LA OFERTA

Las ofertas serán válidas y obligarán al oferente por el término de 120 días a contar desde el día siguiente al de la apertura de las mismas, a menos que, antes de expirar dicho plazo la Administración ya se hubiera expedido respecto a ellas.

El vencimiento del plazo establecido precedentemente no liberará al oferente, salvo que medie notificación escrita a la Administración manifestando su decisión de retirar la oferta y falta de pronunciamiento de esta última en el término de 10 días hábiles perentorios.

No se podrán establecer cláusulas que condicionen el mantenimiento de la oferta en forma alguna o que indiquen otros plazos; en caso contrario, la Administración a su exclusivo juicio podrá desestimar la oferta presentada.

De no recibirse aquélla en el lapso señalado, la oferta podrá ser desestimada.

9. CRITERIOS DE EVALUACION DE OFERTAS

La selección de las ofertas presentadas se hará entre aquellas que cumplan con las especificaciones requeridas en este llamado, adjudicándose a la que se considere más ventajosa para los intereses de la Administración, teniendo en cuenta los siguientes factores:

Se efectuará una instancia de calificación de oferentes a partir de sus antecedentes generales y específicos.

La adjudicación recaerá en aquella empresa que, cumpliendo con todos los requisitos expuestos, obtenga el mayor puntaje.

La Administración se reserva el derecho de adoptar un criterio de comparación que permita tener en consideración diferencias en la incidencia en la fórmula de ajuste, antecedentes del servicio ofertado.

La Administración podrá considerar como factor preponderante para el rechazo de las ofertas los antecedentes de los oferentes en cuanto a la conducta comercial asumida por éstos en el cumplimiento de contrataciones anteriores con el MSP u otros organismos públicos.

La falta de información suficiente para hacer un juicio fundado de una oferta podrá significar el rechazo de la misma.

CRITERIO EVALUACION PROPUESTA TÉCNICA	Puntaje
1. Antecedentes del Oferente relacionadas a campañas sanitarias	**Máximo 100 puntos Mínimo a superar 65 puntos.**
1.1 Antecedentes Generales	**Total 40 puntos**
1.1.1. Experiencia desarrollada en el mercado publicitario y detalle de la actividad realizada en el asesoramiento a empresas o instituciones similares en porte y alcance al MSP	Hasta 15 puntos
1.1.2 Estructura organizativa. Metodología de trabajo. Atención de cuentas. Recursos humanos y materiales. Personal asignado a la cuenta.	Hasta 15 puntos
1.1.3. Personal asignado a la propuesta y experiencia	Hasta 10 puntos
1.2 Antecedentes Específicos: Dos Campañas publicitarias desarrolladas en los últimos 12 meses, seleccionados por el oferente, vinculadas con el área de la salud a nivel nacional.	**Total 60 puntos**
1.2.1 Antecedentes específicos en salud en temas sensibles o de emergencia sanitaria	Hasta 20 puntos
1.2.2 Objetivos. Congruencia entre los planes propuestos y las necesidades de comunicación del Ministerio.	Hasta 15 puntos
1.2.3 Soluciones creativas desarrolladas para cada caso.	Hasta 15 puntos
1.2.4 Plan de medios utilizado con su argumentación. Evaluación de los resultados obtenidos en forma demostrable.	Hasta 10 puntos

10. ADJUDICACIÓN

10.1. El MSP adjudicará la compra directa a la oferta que considere más conveniente, previo estudio de las mismas y con el asesoramiento de la Comisión Asesora de Adjudicaciones cuando corresponda, y sin perjuicio de la aplicación del Instituto de Mejora de Oferta y/o Negociación.

10.2. El Ministerio de Salud Pública se reserva el derecho de rechazar todas las ofertas.

10.3. Una vez culminado el procedimiento de compra, se notificará por medio fehaciente al oferente que resulte adjudicatario y al resto de los oferentes la correspondiente resolución que adjudica el proveedor a contratar.

10.4. La notificación de la resolución de adjudicación constituirá a todos los efectos legales el contrato correspondiente a que refieren las disposiciones de este Pliego, siendo las obligaciones y derechos del contratista las que surgen de las normas jurídicas aplicables, los Pliegos, y su oferta.

10.5. Toda la producción generada en el marco de la adjudicación que resultare de este procedimiento, será propiedad del MSP.

11. CAUSALES DE RESCISIÓN

El contrato podrá rescindirse por simple decisión unilateral de la Administración en caso de incumplimiento de cualquiera de las obligaciones asumidas por el proveedor por causa que le sea imputable**.**

Además la Administración podrá rescindir el contrato, en los siguientes casos, que se enumeran a título enunciativo:

1. Declaración de quiebra, concurso, liquidación o solicitud de concordato.
2. Incumplimiento del suministro en el plazo estipulado.
3. Mutuo acuerdo entre la Administración y el adjudicatario.

La rescisión del contrato se notificará mediante telegrama colacionado u otro medio fehaciente dirigido al oferente.

13. CESION DE CONTRATO

Queda expresamente prohibida la cesión de contrato.

14. CESIÓN DE CRÉDITO

No se admitirá la cesión de créditos.

15. FORMA DE PAGO

El pago se realizará a través del SIIF dentro de los 60 días (sesenta días) de la presentación de la factura respectiva, la que deberá estar debidamente conformada.