



MINISTERIO DE GANADERIA, AGRICULTURA Y PESCA

DIRECCION GENERAL DE SECRETARIA

DEPARTAMENTO DE ADQUISICIONES

Constituyente N° 1476, 1er. sub. - suelo

FAX 2419.86.32

adquisiciones@mgap.gub.uy

Montevideo - Uruguay

PARTE I

PLIEGO PARTICULAR DE LA LICITACIÓN PÚBLICA N° 1/18

OBJETO: Contratación de una Empresa de Comunicación o Agencia de Publicidad para la sensibilización de la opinión pública en el consumo de frutas y verduras producidas en Uruguay.

APERTURA

FECHA: 15 de mayo de 2018

HORA : 13.00

LUGAR : MGAP
Constituyente 1476, 1er. subsuelo
Sala de Sesiones del Departamento de Adquisiciones
Montevideo - Uruguay



LICITACIÓN PÚBLICA

ÍNDICE

1. OBJETO	4
1.1. Objetivos Generales	4
1.2. Objetivos Específicos	4
1.3. Capacidad para contratar - Consorcios	6
1.4. Personal	7
1.5. Funcionamiento Orgánico	7
1.6. Supervisión y Respuesta a Eventos	7
1.7. Recusación del Personal del MGAP	7
1.8. Responsabilidades	7
1.9. Conflictos del Adjudicatario con su personal	8
1.10. Vinculación	9
1.11. Cumplimiento de la ley N° 18.098	9
1.12. Exención de Responsabilidad	10
1.13. Confidencialidad y Reserva	10
1.14. Protección de Propiedad Intelectual	10
2. PLAZO	11
3. INVERSIÓN	11
4. COMUNICACIONES	11
5. ACLARACIONES Y CONSULTAS	11
6. SOLICITUD DE PRÓRROGA DE APERTURA DE LAS OFERTAS	12
7. REQUISITOS PREVIOS A LA PRESENTACIÓN DE LA OFERTA	12
a) Depositar la garantía de mantenimiento de oferta	12
b) Adquirir los pliegos	13
8. PROPUESTA	14
8.1. Lugar y Fecha de Presentación	14
8.2. Contenido	14
8.2.1. SOBRE N° 1 – Antecedentes y Propuesta Publicitaria	14
8.2.2. SOBRE N° 2 - Propuesta económica	16
Precios y Cotización	16
8.3. Cómputo de Plazos	17
9. APERTURA DEL SOBRE N° 1	17
10. ESTUDIO DE OFERTAS (Sobre N°1)	18
10.1. Condiciones de Admisibilidad	18
10.2. Comparación de las ofertas admisibles – criterios de evaluación del Sobre N° 1.	18
18	
11. APERTURA DEL SOBRE N° 2.	19
12. ESTUDIO DE OFERTAS (Sobre N°2)	19
Comparación de las ofertas - criterios de evaluación del Sobre N° 2.	19
13. RESULTADO FINAL	21
14. ADJUDICACIÓN	21
15. CONSTITUCIÓN DE GARANTÍAS	22



LICITACIÓN PÚBLICA

15.1. Garantía de Fiel Cumplimiento del Contrato.....	22
15.2. Garantía de acuerdo a la ley 18.099.....	22
16. FORMAS DE REALIZAR LOS DEPÓSITOS EN GARANTÍA Y SU DEVOLUCIÓN.....	23
17. CUMPLIMIENTO PERSONAL DE LAS OBLIGACIONES.....	24
18. MATERIAL PUBLICITARIO.....	25
19. INCUMPLIMIENTO.....	25
20. MORA AUTOMÁTICA.....	26
21. RESCISIÓN DEL CONTRATO.....	26
22. SANCIONES.....	26
23. FORMA DE PAGO.....	27
24. CESIÓN DE CRÉDITOS.....	27
25. CONDICIONES GENERALES.....	28
26. VALOR DE LOS RECAUDOS.....	29
ANEXO 1. FORMULARIO DE DATOS DE LA ENTIDAD OFERENTE.....	30
ANEXO 2. COMPROMISO DE NO DIVULGACIÓN.....	31
ANEXO 3. PROPIEDAD INTELECTUAL.....	33



LICITACIÓN PÚBLICA

El presente pliego se complementa con las normas constitucionales, legislativas y reglamentarias de la República Oriental del Uruguay, en particular por las disposiciones del **TOCAF 2012, el Pliego de Bases y Condiciones Generales para llamados estatales para la contratación de servicios de agencias de publicidad previsto en el Decreto N° 351/007 de fecha 20 de setiembre de 2007**, el Decreto 500/991 del 27 de setiembre de 1991 y demás normas modificativas, concordantes y correlativas, rigiendo **todos** el presente llamado.

1. OBJETO

Llámase a Licitación Pública para contratación de una Empresa de Comunicación o Agencia de Publicidad para la sensibilización de la opinión pública en el consumo de frutas y verduras producidas en Uruguay.

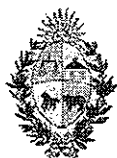
1.1. Objetivos Generales

Nuestro país registra un bajo consumo de frutas y verduras en la dieta ciudadana. Si bien la Organización Mundial de la Salud (OMS) sugiere 400 gramos al día, la mayoría de la población consume solo la mitad e incluso la del quintil más bajo apenas ingiere la cuarta parte. Solo un 25 % de los adolescentes cumple con las cinco porciones diarias recomendadas de frutas y verduras. A consecuencia de esto, y con el fin de promover la integración de productores granjeros destinados al cultivo de frutas y verduras a las cadenas comerciales, a través de esta campaña, se prestará apoyo impulsando su consumo saludable en toda la ciudadanía.

El Ministro de Ganadería, Agricultura y Pesca, Ing. Agr. Tabaré Aguerre expresó que se trata de una campaña con una fuerte articulación interinstitucional. *“Se apunta a promover un cambio de hábito en el consumo de frutas y hortalizas. Los problemas de bajo consumo están asociados a enfermedades crónicas no transmisibles, con costos en el corto plazo sobre las personas y en el largo plazo sobre el sistema de salud. Por otro lado, tenemos un país que produce frutas y verduras con poca proporción de exportación, que tiene en el aumento del mercado interno una oportunidad de generar más trabajo y desarrollo en un sector de la producción nacional que mayoritariamente se integra por pequeños y medianos productores y genera miles de empleos en distintos lugares del país”*

1.2. Objetivos Específicos

- Contratar servicios para la realización de una campaña publicitaria integral de comunicación publicitaria que contemplen las variables publicidad, asesoramiento sobre la identidad institucional y las campañas de difusión y promoción, promoviendo el consumo de frutas y verduras para mejorar los hábitos alimenticios de todas las familias y, por ende, la calidad de vida de los uruguayos, cuidando su salud, previniendo y combatiendo enfermedades. Se tratará, además, de informar y educar acerca de las virtudes de acompañar la



LICITACIÓN PÚBLICA

estacionalidad de frutas y verduras. Será clave el impulso del concepto CANASTA INTELIGENTE para que el público conozca quincenalmente qué productos están en su mejor estado, sabor, valores nutricionales y, también, precio y conveniencia.

- La empresa deberá implementar una campaña de comunicación nacional de medios masivos e intervenciones ciudadanas y podrá ser diseñada de acuerdo al mejor criterio que cada oferente estime pertinente y expresado en función de las herramientas o metodologías de trabajo que resulten más adecuadas para lograr el objetivo propuesto. En su estructuración deberán quedar perfectamente identificadas cada una de las acciones planificadas de comunicación y sus elementos asociados.
- La promoción se centra en dos conceptos: la Promoción del Consumo de Frutas y Verduras y la Canasta Inteligente.

El servicio comprenderá:

- La metodología de trabajo que contemple la planificación, diseño, ejecución y seguimiento de la campaña publicitaria y las acciones a desarrollarse en el período de contratación, así como la evaluación del impacto producido por las mismas en la población.
- La realización de la estrategia creativa, diseño, redacción y producción de materiales y eslogan que formen parte de la campaña. La confección de la estrategia de medios para los diferentes períodos previstos en base a las temporadas primavera - verano y otoño – invierno, reevaluando la estrategia previo a los períodos correspondientes.
- La estrategia publicitaria que estará sustentada en el uso de medios de comunicación masivos e impersonales y directos y personalizados, así como de toda la técnica publicitaria que permita dirigir favorablemente la respuesta del usuario potencial, ante el estímulo de la estrategia competitiva.
- El asesoramiento profesional para el logro de una buena comunicación con la opinión pública y para la formulación de estrategias de comunicación.
- El suministro de informes acerca de los costos según los horarios y los medios a utilizarse.
- Todo lo necesario para resolver la planificación de la campaña, la contratación de espacios en medios de comunicación, así como toda producción de instrumentos comunicacionales (gráficas, vía pública, cartelería, folletería, publicidad rodante, intervenciones, talleres, otros.)
- El trabajo de la empresa adjudicataria sobre la identidad corporativa de productores granjeros uruguayos, diseño y elaboración de la pauta publicitaria.
- La estrategia deberá contemplar otras alternativas de comunicación y difusión además de los medios masivos prensa, radio y televisión. Se intenta abarcar la variable sensibilización a través de estrategias de cercanía con el público objetivo.



LICITACIÓN PÚBLICA

- De la campaña anterior mantendrá la página en "Facebook" denominada "Mejor de Estación" y se realizará un fuerte flujo de mensajes en las redes sociales.
- Materiales específicos para eventos y ferias puntuales (v.gr. Trabajo con niños en la Rural del Prado, etc.).

Público Objetivo

- Familias Uruguayas,
- Sector comercial y de Servicios del rubro "Alimentación",
- Escuelas y Liceos públicos y privados del país,
- Puntos de venta (supermercados y ferias).

Mensaje a transmitir

- Mejorar los hábitos alimenticios de todas las familias uruguayas,
- Informar y educar acerca de las virtudes de acompañar la estacionalidad de frutas y verduras.
- Concepto de "CANASTA INTELIGENTE" para que el público conozca quincenalmente qué productos están en su mejor estado, sabor, valores nutricionales, precio y conveniencia.

1.3. Capacidad para contratar - Consorcios

Por el solo hecho de presentarse en el presente llamado se considera que el oferente se encuentra en condiciones de contratar con el Estado conforme a lo establecido por el Art. 46 del TOCAF.

En caso que se presente un consorcio o empresas que manifieste la intención de consorciarse, no se requerirá en oportunidad de la presentación de la oferta que el mismo esté inscripto ni publicado (ley 16.060 de 4/9/89). La inscripción y la publicación será obligatorio realizarlas en nuestro país y le será exigida a los adjudicatarios para el perfeccionamiento del contrato, de acuerdo a lo previsto por el Art. 69 del TOCAF. En la instancia de apertura se requerirá adjuntar a la oferta:

- a) Acta que exprese la intención de consorciarse, con certificación notarial de firmas, detalle de los servicios que tomará a su cargo cada integrante del consorcio, así como las proporciones con que participará cada uno.
- b) Toda la información requerida en este pliego por cada uno de los miembros integrantes del consorcio.
- c) Designación de uno de los miembros como responsable autorizado para contraer obligaciones y recibir instrucciones para y en representación de todos y cada uno de los miembros integrantes del consorcio. Se deberá determinar la forma de facturación del consorcio, identificando la cuota parte que facturará cada integrante en caso que no se defina una única firma para facturar.
- d) Constancia en el Acta de intención que cada uno de sus integrantes será solidariamente responsable para con la Administración de todas y cada una de las obligaciones contraídas en el marco del llamado.



LICITACIÓN PÚBLICA

e) Expresar la indivisibilidad de las obligaciones contraídas ante la Administración y la no modificación del acta o contrato, sin la previa autorización de ésta.

1.4. Personal

El adjudicatario mantendrá asegurado al personal en el Banco de Seguros del Estado, contra riesgos cubiertos por la Póliza de Accidentes de Trabajo y Enfermedades Profesionales conforme a la legislación vigente y deberá contar con un Técnico o Idóneo en Administración o Contador quién controlará el cumplimiento de las obligaciones tributarias y laborales de la empresa.

1.5. Funcionamiento Orgánico

La Administración estará facultada para transmitir las instrucciones y/o pautas que estime indispensables, a efectos de un eficiente y regular cumplimiento de los cometidos, así como analizar y evaluar su marcha y resultado.

A tales efectos el Ministerio de Ganadería, Agricultura y Pesca, en adelante MGAP, designará un funcionario que lo representará y atenderá todos los asuntos de carácter técnico y administrativo ante quien se planteará por escrito cualquier reclamo o divergencia que se entienda del caso.

Dicho funcionario podrá delegar en personal sometido a su jerarquía, las funciones de control de los trabajos.

1.6. Supervisión y Respuesta a Eventos

El adjudicatario deberá designar un supervisor externo que oficie de nexo entre la Administración y la empresa adjudicataria, verificando el fiel cumplimiento de los cometidos.

1.7. Recusación del Personal del MGAP

El contratista no podrá recusar al representante del MGAP encargado de la inspección y vigilancia del cumplimiento del contrato, ni exigir que se designe otro para reemplazarlo.

Cuando se considere perjudicado con los procedimientos empleados, podrá reclamar fundadamente a la Administración sin que por ello se interrumpa el servicio.

1.8. Responsabilidades

La empresa adjudicataria será la única y absoluta responsable de la supervisión, conducta, labor y actuación de su personal.



LICITACIÓN PÚBLICA

La potestad disciplinaria será desempeñada siempre y exclusivamente por dicha empresa, tanto resultare de la conducta personal o funcional, faltas, accidentes, omisiones, indemnizaciones, etc., así como roturas, desgastes y daños producidos por la inexperiencia, desidia, falta de cuidado, daño intencional del citado personal, quedando la Administración totalmente desvinculada y exenta de todo tipo de responsabilidad con respecto al mismo o frente a terceros.

La empresa adjudicataria será asimismo la única responsable, liberando al MGAP por cualquier accidente de su personal aun cuando ocurra por desperfectos o fallas de los bienes o elementos de su propiedad. Los gastos que se ocasionen por los actos imputables a la empresa serán de cargo de la misma, pudiendo el MGAP debitarlo de las facturas o del depósito de la garantía.

La empresa deberá adoptar todos los medios de resguardo y seguridad laboral previstos por la ley y su reglamentación.

En caso de que la empresa contratada interrumpiera momentáneamente la ejecución de las obligaciones contraídas, el MGAP quedará facultado a contratar otra empresa en forma directa para suplir dicho incumplimiento hasta que se continúe y/o su finalización, siendo la totalidad de los gastos extraordinarios que se ocasionen, de cuenta del adjudicatario, sin perjuicio de las sanciones que pudieren corresponder.

La Empresa adjudicataria asumirá total responsabilidad por el cuidado y conservación de los bienes confiados a su atención, siendo responsable patrimonialmente de cualquier, deterioro, destrucción, extravío, sustracción o cualquier otra circunstancia que implique perjuicio a la Administración, producido como consecuencia de su actividad u omisión, sin perjuicio de las acciones administrativas, penales y/o civiles que el Estado pudiera ejercitar.

La responsabilidad de cualquier orden que pudiera derivarse de la ejecución del contrato frente a terceros, a su propio personal o a la Administración y/o funcionarios permanentes o temporales contratados por ésta, será de cargo de la entidad adjudicataria. También serán de su cuenta y cargo todas y cada una de las erogaciones presentes o futuras inherentes al giro de su actividad y que por cualquier concepto se originen como consecuencia de la prestación del servicio. La adjudicataria se obliga a resarcir al MGAP ante una eventual condena económica (individual o solidaria) que pudiera derivarse de esta contratación.

1.9. Conflictos del Adjudicatario con su personal

En caso de medidas gremiales de cualquier tipo, la empresa adjudicataria deberá tomar las providencias necesarias a fin de cumplir con el contrato en los términos y condiciones contratadas.



LICITACIÓN PÚBLICA

1.10. Vinculación

La contratación que se efectúe con la empresa proveedora no implica relación de subordinación o dependencia laboral ni vínculo funcional de especie alguna entre el MGAP y el personal a cargo de la adjudicataria, condición que desde ya aceptan los proponentes.

1.11. Cumplimiento de la ley N° 18.098

La retribución de los trabajadores de la empresa adjudicataria asignados al cumplimiento de dichas tareas, respetará los laudos salariales establecidos por los Consejos de Salarios. El incumplimiento por parte de la empresa adjudicataria en el pago de las retribuciones antes mencionadas, será causal de rescisión del contrato, por responsabilidad imputable del adjudicatario.

El MGAP se reserva el derecho de exigir a la empresa contratada, la documentación que acredite el pago de salarios y demás rubros emergentes de la relación laboral, así como los recaudos que justifiquen que está al día en el pago de la póliza contra accidentes de trabajo, y de las contribuciones de seguridad social, como condición previa para el pago de los servicios prestados.

En la oferta deberá asimismo constar el compromiso de comunicar al Ministerio de Ganadería, Agricultura y Pesca, en caso de que éste se lo requiera, los datos personales de los trabajadores afectados a la prestación del servicio, a efectos de que se puedan realizar los controles correspondientes.

A los efectos de lo establecido en el inciso primero del artículo 4 de la Ley 18.251, el MGAP queda facultado a exigir a la empresa contratada la exhibición de los siguientes documentos:

- A.** Declaración nominada de historia laboral (Art. 87 de la Ley 16.713, de 3/9/1995) y recibo de pago de cotizaciones al organismo previsional; y
- B.** Planilla de Control de Trabajo, recibo de haberes salariales y en su caso, convenio colectivo aplicable.

Asimismo, podrá requerir los datos personales de los trabajadores comprendidos en la prestación del servicio a efectos de realizar los controles que estime pertinentes.

No será necesario presentar el certificado que acredite situación regular de pagos de las contribuciones a la seguridad social a la entidad previsional que corresponda (Art. 663 de la Ley 16.170 de 28/12/1990) ni la constancia del Banco de Seguros del Estado que acredite la existencia del seguro de accidentes de trabajo y enfermedades profesionales si constaren vigentes en el R.U.P.E. de acuerdo a lo preceptuado por el art. 25 del Dec. N° 155/013.-



LICITACIÓN PÚBLICA

El MGAP queda facultado a efectuar, de los pagos debidos al adjudicatario en virtud del contrato, las retenciones previstas en el Art. 4 de la Ley 18.098 de 12/01/2007 y en el Art. 5 de la Ley 18.251 de 06/01/2008.

1.12. Exención de Responsabilidad

La Administración podrá desistir del llamado en cualquier etapa de su realización. Dicha decisión no generará derecho alguno de los participantes a reclamar gastos, honorarios o indemnizaciones por daños y perjuicios.

1.13. Confidencialidad y Reserva.

La empresa adjudicataria y sus empleados deberán mantener en tal carácter las informaciones, datos, documentos o piezas calificadas como secretos, confidenciales o reservados, de acuerdo con las normas legales o reglamentarias vigentes. A tales efectos, por resolución ministerial N° 1188 de fecha 26 de diciembre de 2016 fueron declarados reservados los estudios de similar naturaleza al realizado sobre la Imagen y Posicionamiento del MGAP generados en la Unidad de Comunicación Organizacional y Difusión.

Su no cumplimiento será considerado falta grave y causal de rescisión del contrato, con pérdida del depósito de garantía de fiel cumplimiento del contrato en concepto de multa, sin perjuicio de las acciones por daños y perjuicios civiles, así como acciones penales que puedan corresponder.

En el momento de la adquisición del pliego el oferente deberá suscribir una declaración de confidencialidad cuyo texto figura como **ANEXO 2**.

1.14. Protección de Propiedad Intelectual.

Será de exclusiva responsabilidad del adjudicatario, el uso de cualquier tipo de propiedad intelectual. Toda cantidad que el adjudicatario tuviera que abonar para poder hacer uso de los respectivos derechos, será de su exclusivo cargo. Asimismo, será de su exclusiva responsabilidad, cualquier sanción o indemnización que fuere generada por el incumplimiento de lo que antecede.

Serán de propiedad del MGAP y deberán ser entregados, todos los originales editables y copias de grabaciones, filmes, tapes, avisos, impresos, diseño de material de empaque, de logotipos, de sellos, de slides y demás producciones, ejecutados durante la vigencia del contrato a fin que pueda ser utilizados para otros productos que se desprendan de la gestión del MGAP en torno a la campaña.



LICITACIÓN PÚBLICA

Para el caso de que alguna o todas las producciones involucren Derechos de Autor, el adjudicatario se obliga a cumplir de su total cuenta y cargo, con todas las formalidades y gestiones requeridas por las normas que regulan la propiedad intelectual y a entregar al MGAP los comprobantes respectivos.

La entrega de las producciones, documentos y demás bienes intangibles indicados en los párrafos precedentes, conforme se indica en el Capítulo 17 de este pliego, será condición para que MGAP proceda a realizar el último pago al adjudicatario.

Además, la empresa oferente deberá incorporar a su propuesta la declaración prevista en el **ANEXO 3** de este pliego asumiendo los compromisos y responsabilidades allí establecidos.

2. PLAZO

El plazo del contrato será de dos (dos) años, contados a partir de la notificación de la resolución de adjudicación y una vez que la misma haya quedado firme o hasta tanto se agote el monto total adjudicado.

3. INVERSIÓN

El monto total de inversión previsto para la contratación objeto de este llamado asciende a treinta millones de pesos moneda nacional (\$30:000.000).

4. COMUNICACIONES

Todas las comunicaciones deberán dirigirse por escrito al Departamento Adquisiciones del MGAP, sito en Constituyente 1476 o al correo electrónico: adquisiciones@mgap.gub.uy.

El MGAP podrá realizar todas las comunicaciones que estime convenientes vía fax o por correo electrónico conforme a los datos proporcionados por el Registro Único de Proveedores del Estado (R.U.P.E.) (Arts. 13 y 14 del Decreto N° 155/013 de fecha 21 de mayo de 2013). Estas comunicaciones constituyen medios de notificación personales y auténticos y tendrán plena validez a todos los efectos.

5. ACLARACIONES Y CONSULTAS

Los interesados podrán solicitar aclaraciones o consultas específicas derivadas de la interpretación de los Pliegos hasta 7 (siete) días hábiles antes de la fecha establecida para el acto de apertura de ofertas y las mismas deben identificar claramente el oferente que las formula, el número y el objeto del llamado y los puntos sobre los que recae la consulta.

La Administración responderá las interrogantes en un plazo máximo de 48 (cuarenta y ocho horas) a partir de su presentación.



LICITACIÓN PÚBLICA

Las condiciones del llamado también incluirán las consultas que formulen los oferentes, conjuntamente con las respuestas dadas por el Departamento de Adquisiciones, las que serán parte integrante de este pliego.

6. SOLICITUD DE PRÓRROGA DE APERTURA DE LAS OFERTAS

Cualquier proveedor podrá solicitar prórroga del Acto de Apertura de Ofertas. La misma se presentará por escrito en el Departamento Adquisiciones del MGAP o al correo electrónico: adquisiciones@mgap.gub.uy, con una anterioridad no inferior a 5 (cinco) días hábiles de la fecha de apertura establecida en este pliego. La prórroga será resuelta por la Administración según su exclusivo criterio. La solicitud de prórroga se considerará denegada si la Administración no se hubiera expedido 48 horas antes del término límite fijado para la apertura de las ofertas.

En caso de disponerse la prórroga de la Apertura deberá comunicarse, además, personalmente a quienes hayan adquirido los pliegos y publicarse la nueva fecha para conocimiento de los interesados en el sitio web de Compras y Contrataciones Estatales.

7. REQUISITOS PREVIOS A LA PRESENTACIÓN DE LA OFERTA

El oferente deberá:

a) Depositar la garantía de mantenimiento de oferta.

Los oferentes deberán constituir una garantía de mantenimiento de oferta conforme a lo establecido en el Capítulo 16 de "FORMAS DE REALIZAR LOS DEPÓSITOS EN GARANTÍA Y SU DEVOLUCIÓN" por la **suma de pesos uruguayos trescientos mil (\$ 300.000)** hasta el día hábil inmediato anterior al previsto para la apertura de las ofertas, en el Departamento de Tesorería del Organismo, sito en la calle Constituyente 1476, Segundo Subsuelo, en el horario de 9:30 a 15:00 horas.

Este requisito será imprescindible para la aceptación de la propuesta.

Las garantías de mantenimiento de oferta deberán constituirse con una vigencia mínima de cien veinte (120) días hábiles contados a partir de la fecha de apertura de las ofertas.

Para el estudio de las ofertas y adjudicación definitiva por parte del ordenador competente, se dispondrá de un plazo máximo de noventa (90) días hábiles contabilizados a partir de la fecha de apertura de las ofertas, durante los cuales el oferente deberá mantenerla válida.



LICITACIÓN PÚBLICA

El plazo de vigencia del mantenimiento de oferta será prorrogado automáticamente por períodos de treinta (30) días hábiles, siempre que el oferente no desista en forma expresa de su propuesta, por escrito, ante el Departamento Adquisiciones del MGAP, con una antelación mínima de cinco (5) días hábiles a la fecha de expiración del plazo original o de las prórrogas. No se podrán establecer cláusulas que condicionen el mantenimiento de la oferta en forma alguna o que indiquen otros plazos; en caso contrario el MGAP desestimaré la oferta presentada.

No se aceptarán garantías de mantenimiento por montos ni por plazos de vigencia inferiores a los establecidos.

La garantía podrá ser ejecutada:

- a) Cuando el oferente desista de su oferta durante su período de mantenimiento.
- b) Cuando el adjudicatario no constituya en tiempo y forma la garantía de fiel cumplimiento del contrato, cuando corresponda.
- c) Cuando el adjudicatario se niegue a notificarse del acto administrativo de adjudicación.

Cuando se hayan rechazado todas las ofertas, se procederá a la devolución de las garantías de mantenimiento de oferta constituidas.

Al adjudicatario se le devolverá su garantía de mantenimiento de oferta una vez que se haya perfeccionado el contrato en los términos del Capítulo 14 de "ADJUDICACIÓN" y se hubiere constituido la garantía de fiel cumplimiento del contrato.

Adjudicada una propuesta y perfeccionado el contrato, se procederá a la devolución de las garantías de mantenimiento de oferta a los restantes oferentes.

La devolución de la garantía de mantenimiento de oferta se hará efectiva en la Tesorería del MGAP o en la Contaduría General de la Nación, según corresponda, previa tramitación en el Departamento Adquisiciones.

Si el oferente no resultare adjudicatario de la licitación y hubiera constituido la garantía en efectivo, deberá adquirir el estado de "ACTIVO" en el RUPE, tal como surge de la Guía para Proveedores del RUPE, a la cual podrá accederse en www.comprasestatales.gub.uy bajo el menú Proveedores/RUPE/Manuales y videos y haber registrado una cuenta bancaria para que la Administración proceda a su devolución.

b) Adquirir los pliegos.



LICITACIÓN PÚBLICA

8. PROPUESTA

8.1. Lugar y Fecha de Presentación

Las propuestas deberán ser entregadas exclusivamente en el **Departamento de Adquisiciones, calle Constituyente N° 1476, Primer Subsuelo**, de la ciudad de Montevideo, antes del horario de apertura de la licitación.

En todos los casos que se presenten ofertas y hasta la hora fijada para la apertura de las mismas, la Administración expedirá el correspondiente recibo que acredite la recepción de los sobres y demás documentos que se acompañen.

No se recibirán propuestas presentadas con posterioridad a la fecha y hora de apertura.

8.2. Contenido

Las ofertas deberán presentarse por escrito, en original y 3 (tres copias), redactadas en forma clara y precisa, firmadas por el oferente o su representante, en 2 (dos) sobres cerrados como se dirá en cuyo exterior deberá indicarse la denominación de la entidad oferente, el número de sobre y que contiene la propuesta para la Licitación que se trata y la fecha y hora de apertura. En caso que la Propuesta contenga material audiovisual solo podrá ser agregado mediante CD no regrabable (no DVD), con el número de copias requeridas.

En caso de resultar diferencias entre el original de la oferta y las copias, se tomará por válido el original y en caso de diferencias entre el soporte digital y el escrito valdrá éste último.

Toda cláusula imprecisa, ambigua, contradictoria u oscura a criterio de la Administración se interpretará en el sentido más favorable a ésta. No se tendrán en cuenta aquellas ofertas que no contemplen las exigencias indicadas en el presente pliego de condiciones.

8.2.1. SOBRE N° 1 – Antecedentes y Propuesta Publicitaria

El sobre N° 1 contendrá la información general, antecedentes y trayectoria de la empresa concursante y la propuesta publicitaria.

➤ Identificación de la Entidad Oferente

- Conforme al **ANEXO 1**
- Denominación de la entidad oferente o de las consorciadas o grupos con intención de consorciarse, indicando el porcentaje de participación de cada una y las



LICITACIÓN PÚBLICA

documentaciones correspondientes de acuerdo al Capítulo 1.3. de "Capacidad para contratar- Consorcios"

- Las personas jurídicas proponentes deberán indicar los nombres de los titulares que las componen en caso de ser cooperativas, sociedades comerciales personales o sociedades de responsabilidad limitada y sus representantes autorizados en caso de no figurar en el RUPE.

En caso de ser sociedades anónimas se deberán adjuntar la nómina de los integrantes de los directorios si no estuvieran activos aún en el RUPE.

- Deberán presentarse los currículums vitae de cada una de las personas citadas y de los cargos ejecutivos de primer nivel de las mismas.

- Domicilio constituido conforme al ANEXO 1. Los oferentes estarán obligados a los efectos legales a constituir domicilio en el país. Este requisito deberá ser cumplido aún por las firmas que no tengan establecida casa en el país.

- La firma y contrafirma de los titulares del oferente, si son personas físicas o del o los representantes, tratándose de personas jurídicas.

➤ Estructura de la Agencia

- Número de empleados con copia de los currículums vitae, títulos certificados, equipo directivo y principales accionistas.

- Soporte tecnológico.

- Datos de empresas vinculadas y controladas o controlantes.

- Servicios que ofrece y cualquier otro dato que se estime de utilidad.

➤ Cartera de clientes

- Cuentas ganadas y perdidas en los últimos tres años.

- Lista completa de clientes y marcas para las que actualmente trabajan.

➤ Antecedentes de trabajos

- Información sobre los últimos trabajos audiovisuales y gráficos (video, book, audio, etc.), de clientes con similares características al solicitado, y/o servicios similares a los solicitados en el llamado, que sean considerados por la agencia como los mejores trabajos realizados por la misma en los cinco últimos años, previos a la apertura de la presente licitación.

- Detalle de los sistemas de control de pautas que utiliza la Agencia, software y herramientas de gestión de medios sindicados del mercado (por ejemplo: Ibope, Mediametría, Buró de Radios, entre otros).

- Detalle de cuáles serían las cinco (o hasta diez), razones por las cuales se elegiría a su Agencia y no a otra.

➤ Servicios.

- Información de la interrelación de los servicios de otras empresas del grupo, si las hubiere.

- Información sobre antecedentes y experiencia de atención de cuentas de la Administración convocante. O de cuentas que por diversos factores se consideren equiparables al servicio requerido en el presente llamado.

- Detalle de la integración del equipo asignado a la Atención de la cuenta.

- Metodología de trabajo a aplicar y servicios que se brindarán.

➤ Propuesta técnica



LICITACIÓN PÚBLICA

Incluirá la propuesta publicitaria con la presentación de la Estrategia (incluyendo plan de medios si hubiere) y creatividad.

La propuesta escrita deberá detallar la forma de llevar a cabo el proceso creativo o comunicacional de la campaña conforme a los Objetivos generales y específicos del objeto de este llamado.

De presentarse soportes audiovisuales se espera un nivel de acabado del tipo "animatic" o "maqueta".

La empresa oferente deberá presentar con la propuesta la declaración prevista en el **ANEXO 3** de este pliego asumiendo los compromisos y responsabilidades allí establecidos.

➤ Presentación oral

La Comisión Asesora de Adjudicaciones señalará la fecha de exposición individual de la propuesta publicitaria de cada oferente.

La Agencia concursante dispondrá como mínimo de una hora y como máximo dos para la correspondiente presentación.

8.2.2. SOBRE Nº 2 - Propuesta económica

Precios y Cotización

Deberá contener el monto de la contraprestación en efectivo que constituirá el precio a abonar por la Administración en **moneda nacional**, en forma anual, discriminado conforme a la planilla que se indica a continuación:

Planilla de Cotización

	MONTO \$	IVA \$	TOTAL \$
Honorarios de inversión en Medios			
Honorarios de inversión en Producción			
Honorarios Profesionales de la Agencia			
TOTALES			

Los Honorarios Profesionales de la Agencia cotizados, será igual al Precio Mensual del servicio multiplicado por 12.



LICITACIÓN PÚBLICA

Se da por entendido que la cantidad establecida en la propuesta como precio, ha sido formulada teniendo en cuenta que en el monto cotizado están comprendidos los costos de toda la infraestructura para cumplir con el contrato.

Los precios se indicarán en condiciones de pago a los 30 días de conformada la factura.

No se admitirán ofertas que incluyan paramétrica de actualización alguna.

El oferente deberá establecer, para el caso que la Administración opte por el pago contado, una tasa de descuento por pronto pago. En caso que los oferentes omitan la referencia a la "tasa de descuento pronto pago", se considerará que aquéllos cotizaron "cero %" el valor de la misma.

8.3. Cómputo de Plazos

Todos los plazos indicados por el proponente en su oferta serán computados en **días hábiles**, salvo indicación en contrario.

9. APERTURA DEL SOBRE N° 1

El acto de apertura de los sobres N° 1, se llevará a cabo el día...15... de mayo de 2018, a la hora 13, en la Sala de Sesiones del Departamento de Adquisiciones en la calle Constituyente N° 1476, Primer subsuelo (Montevideo – Uruguay), cualquiera sea el número de propuestas recibidas.

Se realizará en acto público y previo a la apertura se anunciarán los nombres de todos los proponentes cuyas ofertas fueron recibidas y del número de sobres presentados. Si en ese momento algún oferente o representante autorizado deseara manifestar alguna discrepancia podrá hacerlo, dejándose constancia detallada en el Acta que a tales efectos se labre por la Administración.

Abierto el sobre N° 1 no podrá introducirse modificación alguna en las propuestas, pudiendo no obstante los presentes formular las manifestaciones, aclaraciones o salvedades que deseen.

Los sobres N° 2 de cada oferente, no serán abiertos en ese acto, quedando depositados en el Departamento de Adquisiciones, para su apertura, si



LICITACIÓN PÚBLICA

correspondiere, luego de cumplido el proceso de evaluación y precalificación de los sobres N° 1.

10. ESTUDIO DE OFERTAS (Sobre N°1)

10.1. Condiciones de Admisibilidad

En cuanto a las **condiciones de admisibilidad de las ofertas**, las mismas resultan del presente pliego y de toda la normativa vigente. Evaluadas desde el punto de vista jurídico-formal se rechazarán todas las que no se ajusten.

10.2. Comparación de las ofertas admisibles – criterios de evaluación del Sobre N° 1.

Las ofertas admitidas que cumplieron las especificaciones requeridas en el presente llamado y la normativa aplicable, serán evaluadas y comparadas, sobre un total de 80 puntos, teniendo en cuenta los siguientes factores y ponderación:

FACTOR	PONDERACIÓN
ANTECEDENTES, hasta, <i>A efectos de la evaluación técnica de los antecedentes se tendrán en cuenta las siguientes consideraciones:</i>	16 puntos
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Planificación estratégica, hasta..... 	4 puntos
<i>Se calificará el éxito en campañas publicitarias y/o promocionales.</i>	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Creatividad, hasta..... 	4,8 puntos
<i>Se calificarán los comerciales presentados, las campañas realizadas, los premios internacionales recibidos y las soluciones estratégicas dadas que ilustren su creatividad.</i>	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Experiencia de las empresas, hasta..... 	4 puntos
<i>Se calificará la antigüedad de la empresa, los méritos, el listado actual de clientes con nombre, dirección y teléfono de contacto y el listado de clientes de los últimos 3 años.</i>	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Atención de la cuenta, hasta..... 	2,4 puntos
<i>Se calificará el personal y la metodología de trabajo.</i>	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Infraestructura, hasta..... 	0,8 puntos
<i>Se calificará la capacidad y el soporte tecnológico de la empresa.</i>	



LICITACIÓN PÚBLICA

PROPUESTA PUBLICITARIA, hasta.....	64 puntos
<i>A efectos de la evaluación de la propuesta publicitaria se tendrán en cuenta las siguientes consideraciones:</i>	
✓ Estrategia de comunicación, hasta..... <i>Se calificará el conocimiento del tema y la claridad en la presentación y la pertinencia y creatividad en la solución estratégica.</i>	19,2 puntos
✓ Creatividad, hasta..... <i>Se calificarán las piezas publicitarias, ideas, sugerencias y soluciones creativas.</i>	22,4 puntos
✓ Medios, hasta..... <i>Se calificarán la estrategia, distribución, costo PBR, soportes, sistema de negociación.</i>	9,6 puntos
✓ Equipo de trabajo propuesto, hasta.....	6,4 puntos
✓ Presupuestos, hasta..... <i>Se calificará la distribución del presupuesto global.</i>	6,4 puntos

Para asignar una puntuación a cada factor de evaluación el oferente deberá presentar la documentación probatoria y fehaciente que corresponda.

El puntaje de las propuestas del sobre N° 1 será la sumatoria del obtenido en cada uno de los factores evaluados. La Administración establecerá un orden de prelación resultante del orden decreciente de los puntajes obtenidos.

Las ofertas que hayan obtenido 56 o más puntos integrarán la nómina de las empresas preseleccionadas para la apertura del sobre N° 2 con la Propuesta Económica.

Conforme al Art. 13 del Decreto N° 351/007 del 20 de setiembre de 2007 los oferentes tendrán un plazo de 5 días para efectuar las consideraciones que les merezca el procedimiento y el informe de la Comisión Asesora de Adjudicaciones.

11. APERTURA DEL SOBRE N° 2.

Se procederá a la apertura de los sobres N° 2, en acto público en el lugar, fecha y hora que se determine por la Administración una vez que el acto administrativo con el resultado de la evaluación del sobre N° 1 hubiere quedado firme.

12. ESTUDIO DE OFERTAS (Sobre N°2)

Comparación de las ofertas - criterios de evaluación del Sobre N° 2.

Las propuestas económicas admitidas que cumplan con las especificaciones exigidas en el presente pliego y surjan del sobre N° 2, serán evaluadas y comparadas, sobre un total de 20 puntos.



LICITACIÓN PÚBLICA

FACTOR	PONDERACIÓN
<p>PRECIO, hasta, <i>La propuesta de menor monto recibirá el total del puntaje; las demás recibirán el puntaje en forma inversamente proporcional al monto de su propuesta económica.</i></p>	<p>20 puntos</p>

La Administración establecerá un orden de prelación de las propuestas económicas, resultante del orden decreciente de los puntajes obtenidos.



LICITACIÓN PÚBLICA

13. RESULTADO FINAL.

El puntaje total de las propuestas será la sumatoria de los puntajes obtenidos en el Sobre N° 1 (Antecedentes y Propuesta publicitaria) y en el Sobre N° 2 (Propuesta económica)

La Administración establecerá un orden de prelación de las ofertas, resultante del orden decreciente de los puntajes totales obtenidos.

14. ADJUDICACIÓN

La Administración se reserva el derecho de adjudicar esta licitación en forma total o parcial, según determine la Autoridad competente, en mérito a los criterios de evaluación previstos y la disponibilidad financiera del Organismo.

Asimismo, podrá:

- a) rechazar todas las ofertas;
- b) dividir la adjudicación por razones fundadas entre varios proponentes;
- c) adjudicar una cantidad menor del total.

Las obligaciones y derechos del adjudicatario serán los que surgen de los pliegos, de su oferta y de las normas jurídicas aplicables.

A efectos de la adjudicación, el oferente que resulte seleccionado, deberá haber adquirido el estado de "ACTIVO" en el RUPE, tal como surge de la Guía para Proveedores del RUPE, a la cual podrá accederse en www.comprasestatales.gub.uy bajo el menú Proveedores/RUPE/Manuales y videos.

Si al momento de la adjudicación, el proveedor que resulte adjudicatario no hubiese adquirido el estado de "ACTIVO" en RUPE, se le otorgará un plazo de 2 días hábiles contados a partir del día siguiente a la notificación de la adjudicación, a fin de que el mismo adquiera dicho estado, bajo apercibimiento de adjudicar este llamado al siguiente mejor oferente en caso de no cumplirse este requerimiento en el plazo mencionado.

El contrato se perfeccionará con la notificación al oferente del acto de adjudicación dictado por el ordenador competente, previo cumplimiento de lo dispuesto en el artículo 211, literal B) de la Constitución de la República.

La no concurrencia en tiempo y forma para notificarse del acto de adjudicación hará incurrir en mora de pleno derecho al adjudicatario y la Administración podrá dejarlo sin efecto y hacer efectiva la consiguiente responsabilidad iniciando las acciones y realizando los procedimientos que entendiere del caso.



LICITACIÓN PÚBLICA

15. CONSTITUCIÓN DE GARANTÍAS

15.1. Garantía de Fiel Cumplimiento del Contrato

Dentro de los 5 días hábiles siguientes a la notificación de la adjudicación y cuando el monto total adjudicado supere el 40% del tope de la licitación abreviada establecido en el Art. 33 del TOCAF, el adjudicatario deberá constituir una garantía equivalente al 5% del monto de la adjudicación, en alguna de las formas que se señalan en el Capítulo 16 de "FORMAS DE REALIZAR LOS DEPÓSITOS EN GARANTÍA Y SU DEVOLUCIÓN"

Deberá ser emitida con las cláusulas que contemplen su vigencia hasta el cumplimiento total de las obligaciones que ampara y depositarse en el Departamento de Tesorería del MGAP, sito en Constituyente 1476, Segundo Subsuelo, de Montevideo, en el horario de 9:30 a 15:00.

Será devuelta una vez verificado el cumplimiento de todas las obligaciones contraídas.

15.2. Garantía de acuerdo a la ley 18.099.

Se deberán garantizar los riesgos emergentes del incumplimiento de las obligaciones y responsabilidades consagradas en la ley N° 18.099 mediante la constitución de una garantía específica de un diez por ciento (10%) del total de la cotización anual en alguna de las modalidades a que se refiere la cláusula siguiente.

El plazo para presentar o depositar esta garantía será de cinco días hábiles siguientes a la notificación de la adjudicación, excepto en el caso de consorcios en que este plazo será de veinte días hábiles.

Esta garantía será devuelta AL AÑO de finalizada la relación contractual de la adjudicataria con el MGAP, previo cumplimiento por parte de la empresa de la presentación de la documentación que se detalla:

- Listado del personal que se hubiese desempeñado que aún se encuentre en la Planilla de la empresa.
- Certificado contable que indique que la empresa se encuentra al día con los aportes de seguridad social de los trabajadores que figuren en el listado citado y que se les ha abonado los rubros salariales, indemnizatorios, compensatorios y/o diferenciales que correspondieren a cada uno hasta el presente.
- Póliza del B.S.E. por accidentes y enfermedades profesionales, recibo de pago al día y nómina de trabajadores que hubiesen prestado servicios para el MGAP y que aún revistan en la empresa.



LICITACIÓN PÚBLICA

16. FORMAS DE REALIZAR LOS DEPÓSITOS EN GARANTÍA Y SU DEVOLUCIÓN

La Administración se reserva el derecho de aceptar o rechazar unilateralmente los documentos que constituyan garantías.

Las garantías se constituirán a la orden del MGAP y solo se admitirán las siguientes:

- a. **Fianza o Aval bancario** de un banco establecido en esta plaza financiera, con firmas certificadas por escribano público.
- b. **Póliza de Seguro de fianza** emitida por el Banco de Seguros del Estado u otra Compañía de Seguros, que cuente con la autorización del Poder Ejecutivo y haya sido habilitada por la Superintendencia de Servicios Financieros del Banco Central del Uruguay para emitir dichas pólizas.
- c. **Valores Públicos** de la República Oriental del Uruguay. En caso de constituir la garantía mediante valores públicos en una moneda diferente a la establecida en el pliego, se determinará la equivalencia de las monedas considerando el tipo de cambio vendedor vigente en la Mesa de Cambios del Banco Central del Uruguay, el último día hábil anterior a la fecha de la caución.
- d. **Efectivo.** Se considerará como depósito en efectivo el realizado mediante letra de cambio pagadera a la vista.

Se podrá integrar la garantía en más de una de las modalidades indicadas siempre que todas ellas sean constituidas a nombre del MGAP y que cubran la cantidad exigida en cada caso.

La garantía respectiva se constituirá siempre en la moneda de la Oferta, con excepción de los Valores Públicos.

Para cualquiera de estas formas, las garantías estarán a disposición de la Administración y los contratos originados por éstas, deberán contener cláusulas que establezcan que no será necesario trámite alguno o discusión para hacer efectivo su cobro.

El documento justificativo de la constitución de garantía deberá contener necesariamente el número de la licitación y el organismo que realiza el llamado.

Las garantías deberán ser constituidas por:

- a) el oferente



LICITACIÓN PÚBLICA

- b) en el caso de firmas extranjeras, directamente por el oferente o por su representante.

Las empresas consorciadas legalmente o que manifiesten su intención de consorciarse mediante acta notarial en el caso de presentarse la garantía de mantenimiento de la oferta, podrán constituir garantía por separado y la suma de las garantías deberá cubrir el monto solicitado. Indicarán la denominación de las empresas integrantes y la denominación del consorcio constituido o a constituirse, dejando establecido expresamente que son solidariamente responsables, o una sola garantía donde se indique la denominación de las empresas integrantes y el nombre del consorcio constituido o a constituirse.

A fin de asegurar la ejecución de las garantías la Administración deberá comunicar cada incumplimiento del oferente, adjudicatario o contratista al asegurador, a través de comunicaciones y/o resoluciones que apliquen sanciones o rescindan el contrato, según las condiciones establecidas en las pólizas de seguros y en los artículos 634 a 692 del Código de Comercio.

La devolución de la garantía se realizará de oficio o a solicitud de parte, en los casos que corresponde conforme a los Capítulos 7 de "REQUISITOS PREVIOS A LA PRESENTACIÓN DE LA OFERTA" literal a) y 15 de "GARANTÍA DE FIEL CUMPLIMIENTO DE CONTRATO" mediante nota dirigida al Departamento Adquisiciones.

Al disponerse la devolución de la garantía, se deducirán previamente las cantidades a que hubiere lugar, ya sea por daños y perjuicios o multas, de acuerdo con las responsabilidades en que pudiera haber incurrido el oferente, adjudicatario o contratista, según el caso.

Las resoluciones que dispongan la rescisión del contrato o el cobro de multas a deducirse de la garantía, serán notificadas a la empresa aseguradora o institución que corresponda disponiéndose la intimación de pago y/o cumplimiento del contrato a la empresa contratista.

17. CUMPLIMIENTO PERSONAL DE LAS OBLIGACIONES

La empresa adjudicataria deberá cumplir por sí las obligaciones asumidas. Sólo podrá verificarse la cesión del contrato a solicitud fundada y con el consentimiento por escrito del organismo contratante, previa demostración de que el cesionario brinda las mismas seguridades de cumplimiento, registrándose el hecho en el RUPE.

En todos los casos el cesionario deberá probar que tiene capacidad para contratar con el Estado y que reúne los requisitos exigidos para contratar con el mismo.



LICITACIÓN PÚBLICA

También se requerirá la autorización del organismo contratante para subcontratar total o parcialmente.

18. MATERIAL PUBLICITARIO

Todo el material presentado por la empresa adjudicataria será de propiedad del MGAP.

Los demás participantes tendrán un plazo de 30 días a contar de la notificación de la resolución de Adjudicación para el retiro de sus materiales, vencido el cual el MGAP definirá su destino final.

19. INCUMPLIMIENTO

Para el caso que la empresa contratada no diera cumplimiento total o parcial a las obligaciones contraídas o a cualquiera de las condiciones establecidas en el pliego, el MGAP podrá descontar de la factura el monto total o parcial correspondiente al contrato no cumplido y/o declarar rescindido el mismo, sin responsabilidad de clase alguna y sin perjuicio de las demás medidas judiciales o extrajudiciales que pudieren corresponder.

A vía de ejemplo, se considerarán incumplimientos al contrato, las siguientes situaciones:

- El no cumplimiento de las condiciones establecidas en el presente pliego y en la propuesta aceptada por la Administración.
- Acciones, actitudes o comportamiento del personal de la empresa adjudicataria o de empresas subcontratadas que se consideren inadecuadas, reñidos con la moral o buenas costumbres o inapropiadas para el tipo de servicio solicitado. Estas actitudes pueden además traer aparejada la solicitud de relevo del empleado involucrado.
- El no proporcionar al personal de la empresa, los medios o equipos, establecidos en la propuesta.

En todos los casos el MGAP dejará constancia escrita de las irregularidades y enviará una comunicación a la Empresa.



LICITACIÓN PÚBLICA

20. MORA AUTOMÁTICA

El adjudicatario incurrirá en mora de pleno derecho sin necesidad de interpelación judicial o extrajudicial alguna por el sólo vencimiento de los términos o por hacer o no hacer algo contrario a lo estipulado.

21. RESCISIÓN DEL CONTRATO

El MGAP podrá rescindir unilateralmente el contrato en los siguientes casos, entre otros:

- 1) Reiteración de incumplimientos o por un incumplimiento grave, conforme lo previsto en el artículo 70 del TOCAF.
- 2) Incumplimiento en el pago de obligaciones tributarias y seguros que correspondan: El MGAP podrá exigir a la empresa adjudicataria que acredite que se encuentra al día en el pago de las leyes sociales vigentes, aportaciones fiscales, seguro de salud que correspondiere, así como que el personal se encuentra asegurado contra accidentes de trabajo, conforme a las disposiciones vigentes. En caso que se configure incumplimiento de las obligaciones citadas, el MGAP podrá rescindir el contrato, perdiendo la firma adjudicataria el depósito de garantía de fiel cumplimiento del contrato en su caso, sin perjuicio de poder accionar por los daños y perjuicios ocasionados por dicho incumplimiento.
- 3) Incursión en fraude o grave negligencia, en la etapa de perfeccionamiento del contrato o en la de su ejecución.

Para todas las causas previstas anteriormente, la rescisión no dará derecho al adjudicatario a indemnización alguna y será llevada a cabo con pérdida de la garantía de fiel cumplimiento de contrato, sin perjuicio de las multas, acciones civiles, penales y comunicaciones al R.U.P.E. que pudieran corresponder.

22. SANCIONES

La falta de cumplimiento o la demora en el cumplimiento de cualquiera de las obligaciones podrán dar mérito a la aplicación de las siguientes, no siendo las mismas excluyentes:

a) Advertencia o Apercibimiento

b) Multas. Se graduarán de acuerdo a su gravedad, reincidencia y consecuencias y su importe podrá ser entre un 10% (diez por ciento) y un 100% (cien por ciento) del precio del contrato. En este caso, el MGAP queda facultado para retener el importe de las mismas de las sumas que tuviera que percibir el adjudicatario por el contrato o por cualquier otro compromiso contractual que



LICITACIÓN PÚBLICA

mantenga con el Organismo, otorgando el adjudicatario su consentimiento para ello por el solo hecho de presentarse a la licitación.

Las sanciones dispuestas precedentemente se aplicarán sin perjuicio de la comunicación al R.U.P.E.

En todos los casos la sanción guardará relación con el monto del contrato, la entidad de la infracción y el perjuicio resultante para los intereses del Estado.

23. FORMA DE PAGO

El valor del contrato se abonará al adjudicatario por el Sistema Integrado de Información Financiera de la Contaduría General de la Nación (S.I.I.F. de C.G.N.) en moneda nacional, de la siguiente forma, una vez conformada la factura correspondiente y siempre que se haya comprobado el cumplimiento de la contratación en perfectas condiciones, de todo lo cual se cerciorará la Administración:

- I. El primer pago será del 30 % del precio total y se abonará bajo condición que se presente, a la Administración, el Proyecto de la campaña con el Plan de medios completo.
- II. El segundo pago será del 30 % del precio total y se abonará una vez ejecutado el primer semestre de la campaña publicitaria aprobada, a satisfacción de la Administración.
- III. El saldo, es decir el 40% restante, se abonará una vez ejecutada el resto de la campaña publicitaria aprobada, a satisfacción de la Administración y bajo condición que se hubieren entregado a la misma todos los materiales publicitarios conforme al Capítulo 18 de este pliego.

Será indispensable que se adjunte a la respectiva factura el detalle de las publicidades efectivamente realizadas.

24. CESIÓN DE CRÉDITOS

Quien resulte adjudicatario en el procedimiento de contratación, no podrá ceder los créditos emergentes salvo que cedente y cesionario, en el documento de cesión de crédito, reconozcan y acepten expresamente que:

- a) El MGAP no consiente la respectiva cesión a los efectos de oponer luego al cesionario todas las excepciones que tuviere respecto del cedente, antes o después de la notificación de la cesión.
- b) El MGAP no consiente la respectiva cesión a los efectos de oponer a las partes de dicho contrato cualquier observación derivada de defectos que se constataren en el documento de cesión de crédito.



LICITACIÓN PÚBLICA

c) A los efectos previstos en los anteriores literales a) y b) no es necesario que el MGAP, una vez notificado de la correspondiente cesión, comunique su oposición a la misma en los términos de los artículos 1759 y 1760 del Código Civil y 564 y 565 del Código de Comercio.

Las Cesiones de Crédito deberán presentarse en la División Contabilidad y Finanzas del MGAP.

No se aceptarán Cesiones de Créditos futuros ni de facturas que no estén debidamente conformadas.

Una vez que un crédito fue cedido no se aceptarán notas de crédito o cambio de facturas del mismo, si no es por expresa solicitud del MGAP.

Estando las Facturas priorizadas en el SIIF, las mismas se considerarán pagas, lo que será informado y notificado al cedente y cesionario en forma inmediata.

Las Cesiones de Crédito que se presenten deberán incluir la siguiente cláusula: *“El Ministerio de Ganadería, Agricultura y Pesca se reserva la prioridad sobre la cesionaria de hacer efectivo el cobro de multas y realizar descuentos del monto de la cesión, ocasionados por incumplimientos de la empresa cedente.”*

Cuando se configure una Cesión de Crédito, según los artículos 1757 y siguientes del Código Civil, la existencia y el cobro de los créditos dependerá y se hará efectivo, en la forma y en la medida que sean exigibles según este pliego y por el cumplimiento del contrato.

25. CONDICIONES GENERALES.

Por el solo hecho de presentar una oferta se entiende que:

1. El proponente conoce, acepta y se somete a las condiciones que resultan del presente pliego y las demás normas aplicables en la materia, a los Tribunales de la República, así como, a las comunicaciones y circulares que la Administración curse informando sobre aclaraciones, consultas y modificaciones al pliego.
2. Conforme al Art. 494 de la Ley N°16.226 de 29 de octubre de 1991 la publicidad y propaganda de los organismos del Estado será producida y realizada por empresas, músicos actores, locutores y creativos uruguayos agregándose que las piezas publicitarias correspondientes a campañas promocionales oficiales que se difundan fuera del país, también se ajustarán a lo dispuesto.
3. Que serán de su exclusivo cargo, los costos de cualquier especie, ocasionados o derivados de la preparación, formulación y presentación de la oferta y todos los



LICITACIÓN PÚBLICA

trámites derivados de la misma o relacionados con el presente llamado aun cuando ésta quedare sin efecto, no generando derecho a reclamo alguno.

4. La(s) firma(s) adjudicataria(s) deberá(n) adoptar las medidas que considere necesarias a los efectos de cumplir con las obligaciones en los plazos y en la forma estipulada.

5. Serán de su cuenta los riesgos de la obligación hasta su cumplimiento efectivo.

26. VALOR DE LOS RECAUDOS

Se fija el precio del presente pliego en la suma de \$3.500 (tres mil quinientos pesos uruguayos), debiendo el interesado realizar el pago, en la Tesorería del MGAP sita en la calle Constituyente 1476, Segundo Subsuelo en el horario de 9:30 a 15:00 horas. Con el comprobante de pago respectivo se retirarán los pliegos en el Departamento Adquisiciones.

La no adquisición de los pliegos por el oferente o en su caso por el representante, será causal de rechazo automático de la oferta.

En el momento de la adquisición del pliego particular, el oferente tendrá acceso a información confidencial que proporcione el MGAP a efectos de confeccionar su oferta, debiéndose suscribir una declaración de confidencialidad cuyo texto figura como **ANEXO 2**.



LICITACIÓN PÚBLICA

ANEXO 1. FORMULARIO DE DATOS DE LA ENTIDAD OFERENTE

Licitación Pública N°1/18 con el Contratación de una Empresa de Comunicación o Agencia de Publicidad para la sensibilización de la opinión pública en el consumo de frutas y verduras producidas en Uruguay.

Quien suscribe titular de la C.I.N°....., en su calidad de..... y en nombre y representación de quien se dirá, se compromete a cumplir con la contratación solicitada por el Ministerio de Ganadería, Agricultura y Pesca y ofrecidos en su propuesta, con sujeción a todas las especificaciones del pliego declarando que las conoce y se obliga a cumplirlas encontrándose en condiciones legales de contratar con organismo.

DENOMINACIÓN DE LA ENTIDAD:

NOMBRE COMERCIAL DE LA EMPRESA:

R.U.T. :

DOMICILIO CONSTITUIDO:

FIRMA.....

ACLARACIÓN DE FIRMA.....



LICITACIÓN PÚBLICA

ANEXO 2. COMPROMISO DE NO DIVULGACIÓN

En la ciudad de Montevideo, el día de del año dos mil, el Sr./Sra., titular de la cédula de identidad N°, en representación de la empresa, R.U.T. N° (según certificado que se adjunta), declara que asume el presente Compromiso de No Divulgación, que se regirá, en general, por la normativa vigente y la Política de Seguridad de la Información del Ministerio de Ganadería, Agricultura y Pesca (MGAP) y en particular, por las estipulaciones que siguen:

PRIMERO: ALCANCE DEL COMPROMISO.-

1.- El presente Compromiso comprende toda información o conocimiento a que la empresa firmante tuviera acceso o se genere en virtud de su participación como oferente y su vinculación con el MGAP como adjudicatario en el marco de la Licitación Pública N°1/2018.

2.- Este Compromiso no abarcará aquella información que:

- a) fuera de dominio público o entrara al dominio público por motivos ajenos a la empresa firmante;
- b) deba ser revelada por imperio de la ley o de un proceso judicial, en cuyo caso se deberá comunicar esta situación al MGAP, con la suficiente antelación a los efectos de que ésta pueda tomar todas las medidas pertinentes para asegurar su no divulgación y que se limite el uso de la información revelada estrictamente para el propósito que la ley o la orden judicial requieran.

SEGUNDO: OBLIGACIONES PRINCIPALES.-

Sin que implique una enumeración taxativa, se establecen las siguientes obligaciones principales que deberá cumplir la empresa firmante:

- a) no divulgar a terceros, directa o indirectamente la información o conocimiento objeto del presente Compromiso, conforme a lo dispuesto en la cláusula anterior, sin el previo consentimiento expreso y por escrito de MGAP;
- b) aplicar las correspondientes medidas de seguridad que sean razonables y prudentes para proteger la información referida; en particular, aquella que se califique como secreta, reservada o confidencial, atendiendo, sin limitarse a ello, a las disposiciones de seguridad del MGAP que se le instruyan a la empresa firmante;
- c) utilizar la información comprendida en el presente Compromiso, solamente para el fin establecido, quedando prohibido a la empresa firmante, todo uso o reproducción para su beneficio propio o de terceros, así como todo retiro de la misma de los locales del MGAP, ya sea en soporte papel, electrónico, vía fax o e-mail, o por cualquier otro medio;
- d) advertir a su personal –ya sea dependiente o contratado- y a toda persona a la que se revele la información comprendida en la cláusula primera, con la debida autorización, de la obligación de no divulgación asumida y de los términos del presente Compromiso; y
- e) reportar inmediatamente al MGAP toda divulgación de información no autorizada de la que tuviera conocimiento en virtud de su vínculo con la misma;

TERCERO: RESPONSABILIDAD.-

La empresa firmante será responsable de toda violación del presente Compromiso, sea que tal violación ocurra como resultado de una acción u omisión, tanto propia como de cualquier persona que hubiera adquirido la información comprendida en el presente instrumento por o a través de la empresa firmante, sin el previo consentimiento expreso y por escrito del MGAP.

El MGAP se reserva el derecho de auditar y controlar el cumplimiento de las obligaciones asumidas en virtud del presente Compromiso, así como de supervisar actividades que involucren el manejo de información secreta, reservada o confidencial.



LICITACIÓN PÚBLICA

CUARTO: SANCIÓN POR INCUMPLIMIENTO.-

En caso de incumplimiento del presente Compromiso, el MGAP queda plenamente facultada para disponer las medidas legales y reglamentarias que por derecho correspondan. Asimismo, el incumplimiento será considerado falta grave de conformidad con lo estipulado en la Política de Seguridad de la Información, facultando al MGAP a rescindir el vínculo con la empresa firmante, sin perjuicio de aplicar las sanciones e interponer las acciones civiles y penales que por derecho le correspondiere.

QUINTO: PROPIEDAD DE LA INFORMACIÓN.-

La empresa firmante declara, reconoce y acepta que toda la información objeto de este Compromiso a la que tenga acceso en virtud de su vinculación con el MGAP no es de su propiedad, quedándole vedada toda forma de divulgación ajena a la finalidad para la cual la misma fue obtenida.

Asimismo, la empresa firmante cede en forma ilimitada y exclusiva, a favor del MGAP, los derechos patrimoniales sobre la información en cuya generación o desarrollo pudiera intervenir en virtud de su vínculo con el MGAP, siendo la misma la única autorizada para decidir sobre su divulgación, así como para ejercer los derechos morales sobre las mismas.

Firma.....

Aclaración.....

C.I. N°.....



LICITACIÓN PÚBLICA

ANEXO 3. PROPIEDAD INTELECTUAL

Ley N° 9.739 del 17 de diciembre de 1937 con sus modificaciones introducidas por la ley N° 17.606 del 10 de enero de 2003 y demás correlativas y concordantes.

En la ciudad a los días del mes de del año 20..., (nombre/s y demás datos personales)....., en caso de resultar autor/es, colaborador/es o productor/es de creaciones en el cumplimiento de la Contratación de una Empresa de Comunicación o Agencia de Publicidad para la sensibilización de la opinión pública en el consumo de frutas y verduras producidas en Uruguay objeto del procedimiento de Licitación Pública N° 1/2018 realizado por el Ministerio de Ganadería, Agricultura y Pesca, se manifiesta:

- I) Conocer la ley 9.739 del 17 de diciembre de 1937 y sus modificativas, correlativas y concordantes.
- II) Ceder libre de obligaciones y gravámenes, en favor del MGAP, quien en tal concepto adquiere, todos los derechos de propiedad intelectual y conexos derivados de las creaciones intelectuales resultantes del cumplimiento del contrato.
- III) Autorizar, en señal de tradición, al MGAP, a ejercer los derechos cedidos a su vista y paciencia, colocándolo en su mismo grado y prelación.
- IV) Responder por la existencia y legitimidad de los derechos cedidos.
- V) Eximir al MGAP de toda responsabilidad resultante por la aplicación, contravención o violación de la ley 9.739 en el cumplimiento del contrato a cuyo llamado se presenta.
- VI) Autorizar al MGAP a refundar, copiar, extractar, adaptar, compendiar o reproducir en cualquier forma, las creaciones intelectuales referidas.

Firma y contrafirma de titular o representante legal del autor