Minas, 18 de setiembre de 2025

Arrendamiento de Servicios

PRESENTACIÓN DE PROPUESTAS DE TALLER DE GESTIÓN Y CONSULTORÍA PARA EMPRESAS EN EL ÁREA DE MARKETING

CD 940/2025

Estimado/a oferente:

UTEC en su calidad de Socio Estratégico del Centro Pyme Lavalleja convoca a Empresas Consultoras y/o de capacitación a presentar propuestas para el presente llamado, comprendido en el Plan de Capacitaciones Específico para empresas: **Marketing y Comercialización**.

1. Antecedentes

La Ley de creación de la UTEC (Ley 19.043), de 28 de diciembre de 2012 define entre sus cometidos específicos los siguientes:
Formar profesionales con un perfil creativo y emprendedor, con alto nivel ético y técnico, dotados de fuerte compromiso social y aptos para una inserción crítica y proactiva en el trabajo y la sociedad, con capacidad para la gestión de organizaciones, así como para identificar problemas y proyectar soluciones acordes a cada situación;
Acrecentar, difundir y promover la cultura a través de la investigación y de la extensión y contribuir al estudio de los problemas de interés nacional o regional. Promover la innovación tecnológica y la agregación de valor y calidad a los procesos sociales y técnicos con los que se relacione.
La ley establece también que las acciones de la UTEC se ejecutarán básicamente en los departamentos del interior del país, para lo cual se crearán Instituto Tecnológicos Regionales, que constituyen el eje del accionar de la nueva Universidad.

El Programa de Emprendimientos del Departamento de Innovación y Emprendimiento de UTEC, tiene por objetivo acercar la cultura emprendedora a la población, así como contribuir a desarrollar y potenciar las competencias emprendedoras de nuestros estudiantes y la comunidad en general acercando conocimientos y herramientas necesarias a la hora de emprender.

El Programa de Emprendimientos de UTEC Innova articula con las distintas carreras de la Universidad, acercando lo académico a lo productivo, en todos los Institutos Tecnológicos Regionales y sedes de la universidad.

Los Centros Pymes son un espacio donde las empresas y emprendimientos acceden a una oferta integral de servicios de desarrollo empresarial. Prestan servicios de asistencia técnica, capacitación, orientación a programas, servicios de derivación y estudios económicos territoriales.

La finalidad del Programa es promover el desarrollo económico productivo e innovador con sustentabilidad, equidad social, equilibrio ambiental y territorial.

El modelo se basa en un enfoque sistémico, considerando a la Mipyme desde un enfoque integral, que contempla todas las áreas de la empresa, su vinculación, estado actual y oportunidades de mejora.

Los Centros Pymes apuntan a generar un plan de trabajo específico para cada usuario, el cual, luego de identificar y priorizar las necesidades de apoyo que presentan las empresas y emprendedores, procura cerrar las brechas de competitividad existentes a través de asesorías técnicas y capacitación. Para ello, los Centros ofrecen una serie de talleres y capacitaciones que vienen a fortalecer los conocimientos empíricos y prácticos de los empresarios y las empresarias, apuntando siempre hacia su profesionalización.

En el marco del Centro Pyme se diseñan e implementan actividades de capacitación específicas para el fortalecimiento de las capacidades competitivas de las Mipymes.

Previamente al diseño de las capacitaciones los Centros realizan actividades de identificación, captación y diagnósticos de demandas y necesidades de formación, con el objetivo de avanzar en los procesos de desarrollo empresarial de clientes. Las capacitaciones diseñadas buscan, en todos los casos, la generación de nuevas capacidades en empresarias y empresarios, que les facilite la toma de decisiones a partir de datos, herramientas y nuevas tendencias.

El Centro Pyme incluye en su público objetivo a empresas establecidas formales e informales con deseo de regularizar su situación, ubicadas en distintos sectores de la cadena productiva de la localidad, pero con una visión común de mejora continua de sus procesos.

Plataforma de Contenidos en Línea

La plataforma de Contenidos en Línea desarrollada por ANDE provee una serie de cursos en diferentes dimensiones de los Servicios de Desarrollo Empresarial. Cada curso cuenta con recursos teóricos en formato PDF y videos animados, así como actividades prácticas para empresas y cuestionarios de evaluación de los diferentes aprendizajes.
Estos contenidos son de acceso libre (mediante matriculación sin costo en la plataforma) y se proponen como una herramienta a ser incorporada en el asesoramiento que los Centros Pymes brindan a empresas y emprendimientos.

Actualmente, los cursos disponibles son:
- Recursos Humanos
- Marketing y Comunicación
- Finanzas
- Economía Circular y Gestión Ambiental
- Salud y Seguridad en el Trabajo
- Ventas y Comercialización
- Logística
- Planificación Estratégica

En este marco, se prevé la contratación de especialistas en finanzas para brindar asesoramiento individual a empresas que ya completaron satisfactoriamente dichos contenidos virtuales. El enfoque del asesoramiento estará orientado a la puesta en práctica de lo aprendido en la plataforma virtual, tomando como punto de partida esos contenidos para profundizarlos, con el fin de que cada empresario/a aplique los aprendizajes a las particularidades de su negocio.

2. *Objetivo general, actividades específicas, perfil, duración y supervisión*

2.1 Objetivo general:

A través de las **asistencias técnicas** se busca empoderar a los participantes con los conocimientos, habilidades y herramientas necesarias para desarrollar e implementar estrategias de marketing digital efectivas, que optimicen la presencia online de sus empresas, incrementen la interacción con su público objetivo, y maximicen el rendimiento de sus campañas, a través del diagnóstico, análisis, planificación, y el uso avanzado de tecnologías y técnicas de marketing digital

La población objetivo de la capacitación son **Propietarios, Gerentes y encargados de marketing de micro, pequeñas y medianas empresas de Lavalleja**, que necesitan estrategias efectivas de marketing digital para aumentar la visibilidad y las ventas de sus productos o servicios, así como campañas publicitarias y uso de herramientas de automatización, y que hayan culminado exitosamente el curso en línea correspondiente.

Objetivos específicos:

- Proveer a los participantes de un entendimiento profundo de las estrategias avanzadas de SEO y SEM, marketing de contenido, y publicidad en redes sociales.
- Capacitar a los participantes en el uso de herramientas de CRM, plataformas de marketing automation, y análisis de datos para mejorar la toma de decisiones basada en métricas clave.
- Ayudar a los participantes a desarrollar, planificar e implementar campañas de marketing digital efectivas y adaptadas a las necesidades específicas de sus negocios.
- Mantener a los participantes informados sobre las últimas tendencias, mejores prácticas y cambios regulatorios en el campo del marketing digital.
- Identificar acciones estratégicas.

Contenidos:

Previo al comienzo de la ejecución de la actividad, **será imprescindible que la Empresa participante haya completado exitosamente el curso de "Marketing y Comunicación" en el portal de cursos en línea.**

El Centro Pyme de Lavalleja será responsable de comprobar que la empresa o emprendimiento a asesorar haya completado el curso correspondiente, previo al inicio de la consultoría.

Las empresas recibirán horas de asistencia individual de **5 a 10 horas de asesoramiento individual**, dependiendo de la categoría a la que el Centro Pyme correspondiente le asigne.

Categoría 1 (5 horas):

1. **Diagnóstico y Análisis**
    - Estudio de mercado y análisis competitivo.
    - Análisis de rendimiento de campañas anteriores.
    - Creación de ofertas atractivas para productos o servicios
    - Configuración de una cuenta publicitaria en plataformas como Google Ads o Facebook Ads.
    - Evaluación de la presencia en redes sociales y SEO.

    Entregable: Plantilla con recomendaciones y buenas prácticas para el análisis de rendimiento de campañas previas con métricas clave, análisis de resultados, identificaciones de áreas de mejora y lecciones aprendidas.

2. **Planificación y Estrategias**
    - Desarrollo de estrategias avanzadas de SEO y SEM.
    - Planificación de marketing de contenido: creación, distribución y promoción.
    - Estrategias de publicidad en redes sociales (Facebook, Instagram, LinkedIn, Twitter, etc.).
    - Planificación de campañas de email marketing y automatización.

    Entregable: Guía con recomendaciones y oportunidades de aplicación de estrategias para marketing en redes sociales aplicadas a la empresa. Se recuerda trabajar en base a la caja de herramientas disponible en cursos en línea: ¿Cómo planificar la comunicación de mi emprendimiento?, ¿Qué red social es adecuada para mi emprendimiento? Algunos tips para gestionar las diferentes vías de comunicación, Herramientas útiles para gestionar la comunicación en tu emprendimiento.

Categoría 2 (10 horas)

1. **Digitalización**
    - Implementación de herramientas de CRM (Customer Relationship Management).
    - Utilización de plataformas de marketing automation (HubSpot, Marketo, etc.).
    - Análisis de datos y métricas clave mediante herramientas como Google Analytics, SEMrush, etc.
    - Integración de chatbots y sistemas de atención al cliente automatizados.

    Entregable: Ficha con recomendaciones y buenas prácticas para la incorporación u optimización de CRM en la empresa

2. **Desarrollo**
    - Uso de nuevas herramientas y tecnologías.
    - Técnicas avanzadas de marketing digital.
    - Análisis de datos y optimización de campañas.
    - Actualización sobre tendencias y mejores prácticas en marketing digital.

    Entregable: Ficha con recomendaciones y buenas prácticas para la incorporación u optimización del Plan de marketing digital con herramientas y tendencias aplicadas a la empresa. Se recuerda trabajar en base a la caja de herramientas disponible en cursos en línea: ¿Cómo planificar la comunicación de mi emprendimiento?, ¿Qué red social es adecuada para mi emprendimiento?, Algunos tips para gestionar las diferentes vías de comunicación, Herramientas útiles para gestionar la comunicación en tu emprendimiento.

Resultados esperados

Se espera que las temáticas se desarrollen con un enfoque aplicado, presentando ejemplos prácticos y casos de éxito o buenas prácticas en la aplicación de conceptos y herramientas presentadas. Estos ejemplos deben ser cercanos al perfil de los participantes en la asistencia técnica.
Todos los materiales, herramientas, especificaciones, diseños, informes, y otros documentos preparados por el consultor para la empresa asesorada en el marco de la asistencia técnica pasarán a ser de propiedad de ésta.
Cada empresa participante deberá recibir, como mínimo, un entregable de consultoría, dependiendo del módulo o temática abordado durante el proceso de trabajo.

Metodología

Se propone trabajar desde el enfoque de generación de capacidades, orientado a la acción y a los métodos de aprendizaje por experiencia, de modo de desarrollar e incrementar las competencias personales.
La metodología en todos los casos incluirá las siguientes instancias:

i. Consultoría individual, cada empresa dispondrá de 5 o 10 horas de consultoría de forma de poder generar su plan de mejora e implementación en las áreas dispuestas por el llamado de forma conjunta entre el/la consultor/a y la mipyme con el seguimiento del equipo técnico del Centro Pyme. Se priorizará la implementación de forma presencial de este componente.

La asistencia técnica implica el trabajo conjunto del/la consultor/a con la empresa, exigiéndole su participación activa en cada paso del proceso, de forma que que comprenda su negocio y su situación, se comprometa con los resultados que se vayan obteniendo y se apropie de las distintas herramientas brindadas en la consultoría.
El/la consultor/a cumplirá con las actividades, resultados y tiempos establecidos en el plan de trabajo presentado.
Reportará su trabajo al/la Asesor/a del Centro Pyme, quien supervisará las acciones desarrolladas, validará los documentos a ser entregados y acompañará en el seguimiento de los clientes.
En caso de presentar un plan de trabajo que incluya actividades virtuales, es responsabilidad del/ consultor/a el proveer de la plataforma on-line necesaria para el desarrollo de la consultoría (Skype, Zoom o similar), facilitarles a los participantes los datos necesarios para su participación, así como la capacitación previa sobre la forma de trabajo. En este caso se deberá indicar en la propuesta las condiciones necesarias para que las empresas puedan participar sin problemas de las consultorías, en particular las características del acceso a internet necesario.

2.2 Perfil requerido:

- Se solicita a instituciones de capacitación y/o equipos de consultores/as con experiencia en facilitación de procesos de capacitación a empresas, a presentar propuestas para el dictado de la capacitación indicada.
- Se podrán postular Consultores/as y empresas de Capacitación del extranjero siempre que están radicados en zonas cercanas a la localidad.

2.3 Supervisión del servicio:

Docente encargado con funciones de gestión del programa de emprendimientos y coordinador del Centro Pyme de Lavalleja

2.4 Duración del servicio:

La duración de la consultoría es **de 50 horas de asistencias individuales** a desarrollarse para empresas del departamento de Lavalleja. **Cada empresa podrá recibir un máximo de 5 o 10 horas**, dependiendo de la asignación realizada por el equipo del Centro Pyme correspondiente. Por tanto, **de cada consultoría participarán un mínimo de 5 empresas y un máximo de 10 empresas.**

En los casos en que la consultoría se efectúe bajo restricciones que impidan su ejecución en modalidad presencial, los participantes podrán participar de ella en forma remota.

Se realizará una instancia inicial entre el/la consultor/a y el equipo técnico del Centro en el cual se proporcionará información sobre la situación de las empresas de forma de asegurar que se cuenta con los elementos necesarios para asesorar adecuadamente a los clientes en el plazo previsto para el proceso.

La vigencia de la contratación será desde el inicio efectivo de las actividades hasta el **23/11/2025.**

Los días y horarios serán acordados previamente con UTEC. Estarán sujetos a la disponibilidad de los participantes. UTEC notificará la fecha con una anticipación mínima de 5 días hábiles a la fecha de comienzo del mismo.

UTEC podrá adjudicar parcialmente los ítems.

2.5 Cuadro de codificación:

Código SICE	Nombre	Cantidad máxima	Variante	UDM	Valor máximo*
35420	CONTRATACION DE SERVICIOS PROFESIONALES	50	Asistencia técnica individual presencial y/o virtual	Horas	$ 1.513

**los valores máximos son más IVA en caso de corresponder.*

Documentación a presentar:

Nro.	Documentación	Tipo
1	**CV** del o los especialistas que brindaran el servicio	**Excluyente Oferta**
2	**Propuesta técnica**: i. Antecedentes de la institución y experiencia en el trabajo con empresas especialmente Mipymes, destacándose las actividades formativas y con características similares a las de esta convocatoria. ii. Formación y experiencia del equipo docente asignado a las actividades previstas (por medio de currículum vitae, máximo 2 páginas por docente). Se valorará el desempeño en consultorías afines a la temática, y formación en aspectos motivacionales individuales y de trabajo en equipo, coaching,	**Excluyente Oferta**

	didáctica, metodología, manejo de conflictos, etc. iii. Propuesta de actividades en base a los objetivos y pautas planteados, indicando: 1. Contenidos – módulos y desarrollo. 2. Programa de trabajo y plan de clases. 3. Metodología a aplicar. 4. Bosquejo de materiales y presentación que se utilizarán durante la capacitación. 5. Docentes asignados a cada tema. 6. Resultados esperados en el público objetivo.	
3	**Propuesta económica,** detallada en formato Excel.	**Excluyente Oferta**
4	**Plazo de mantenimiento de la oferta:** El plazo no podrá ser menor a 30 días calendario a partir de la fecha de la apertura de las mismas, prorrogable automáticamente por períodos sucesivos de 30 días, salvo que mediare comunicación escrita por parte del oferente, no accediendo a la renovación antedicha, lo que deberá comunicarse con una antelación no inferior a los 10 (diez) días hábiles antes del vencimiento del período de vigencia o sus prórrogas. En caso que no detallarse en la oferta cuál es el plazo de mantenimiento, se considerará que el mismo es de 30 días calendario.	**Excluyente Oferta**
5	**Precio:** Los precios deberán ser en precios unitarios, en caso de no especificar el impuesto se considerará impuestos incluidos.	**Excluyente Oferta**
6	**Anexo I** - Formulario de identificación del oferente	**Excluyente en Adjudicación**

3. Recepción de las ofertas:

Lugar recepción de ofertas: Las propuestas deberán ser presentadas en formato electrónico, mediante el envío a la siguiente dirección: postulaciones.compras@utec.edu.uy

Se requiere que el oferente identifique claramente el número y objeto del presente llamado

APERTURA DE OFERTAS	
Fecha:	**24/09/2025**
Hora:	**17:00**

4. *Identificación de la empresa:*

El oferente deberá incluir en su oferta los datos Razón social y RUT de la empresa, asimismo deberá informar si su empresa se encuentra inscripta en el RUPE y si se encuentra en estado ACTIVO.

5. Forma de pago:

Plazo de pago: 45 días de fecha de factura, la fecha de factura deberá corresponder o ser posterior al día de la recepción y aceptación por parte de UTEC de los servicios correspondientes. Se deberá adjuntar informe de cierre de capacitación y la entrega de los productos acordados a Centros Pymes y empresas/emprendimientos participantes.

Se deberán facturar las horas prácticas que efectivamente sean implementadas.

UTEC se reserva el derecho a suspender o posponer la actividad en caso de que no fueran dadas las condiciones necesarias para su implementación.

6. De la forma de cotizar:

La cotización deberá ser en pesos uruguayos, modalidad plaza.
En caso de discrepancias entre la cotización ingresada manualmente por el oferente en la Tabla de Cotización del sitio web de Compras y Contrataciones Estatales, y la oferta ingresada como archivo adjunto en dicho sitio (en caso de que se desee adjuntar un archivo), se le dará valor al primero.

Valores máximos:

- En caso de horas de asistencia técnica individual el costo máximo unitario es de **$ 1.513 más IVA** (pesos uruguayos mil quinientos trece más IVA), esto considera cada hora con la empresa a asesorar, esto incluye: además de las horas de docencia directa, horas de reuniones de coordinación del equipo docente, costos de administración de la entidad de capacitación, y cualquier otro no considerado.

6.1 Viáticos:

Los viáticos aplicaran únicamente en el caso de que el asesor se encuentre a más de 50km de la localidad a dictar la capacitación o asesoramiento técnico. Para estos casos se aplicará los valores definidos en la normativa de viáticos vigente en UTEC. Solo se reconocerán gastos asociados a alojamiento (hoteles) y traslado. En todos los casos, se reconocerán viáticos de hasta dos personas por equipo consultor.

7. Mora y Sanciones:

El proveedor adjudicado caerá en mora de pleno derecho sin necesidad de gestión o interpelación judicial o extrajudicial de especie alguna por la sola falta de cumplimiento de cualquiera de las obligaciones asumidas por el mismo, derivada de su oferta, adjudicación o contrato, ya sea vencimiento de los plazos, términos acordados, o por la realización de cualquier acto o hecho que se traduzca en hacer o no hacer algo contrario a lo establecido en la relación comercial.

8. Incumplimientos:

Se considerará incumplimiento a las condiciones del contrato, la contravención total o parcial a las cláusulas de las presentes Bases o a la normativa aplicable. Sin perjuicio de ello, se considerará incumplimiento, a consideración de UTEC, la obtención de resultados insatisfactorios respecto del objeto de la contratación. UTEC realizará durante la ejecución de la contratación y al cierre de la misma una evaluación de la performance del proveedor que pasará a integrar el sistema de información de proveedores de UTEC.

Incumplimientos subsanables o parciales: En caso de incumplimientos subsanables o parciales del contrato por parte del adjudicatario, la Administración procederá en primera instancia a apercibir y en segunda instancia podrá aplicar multas y, luego de reiteradas faltas por incumplimiento, UTEC podrá rescindir el contrato.

Incumplimientos graves: En casos graves y en forma fundada, UTEC podrá rescindir el contrato, sin perjuicio de las actuaciones que pueda promover la Administración por daños y perjuicios causados como consecuencia del incumplimiento.

9. Causales de rescisión:

UTEC podrá rescindir el contrato en los siguientes casos:

➢ Cuando el adjudicatario o terceras partes subcontratadas vinculadas al cumplimiento del objeto de éste llamado, verifiquen alguna de las situaciones previstas en la Ley N° 18.387 de 23 de octubre de 2008 (Declaración Judicial del Concurso y Reorganización Empresarial).

➢ Cuando UTEC verifique un incumplimiento en una o más de las condiciones estipuladas en el presente Pliego, anexos y documentos explicativos, descriptivos o compromisos específicos acordados entre UTEC y el adjudicatario, que merezca, a su criterio, la calificación de grave.

➢ Cuando el contratista no cumpliera con las fechas fijadas o no cumpliera con sus obligaciones en la forma prevista.

➢ Los bienes y/o servicios no se encontrasen ejecutados con arreglo al contrato y se hubiera otorgado plazo al adjudicatario para subsanar los defectos, sin que lo haya hecho.

➢ El adjudicatario resulte culpable de fraude, grave negligencia o contravención a las obligaciones estipuladas en el contrato.

Asimismo, las partes podrán rescindir el contrato por mutuo acuerdo. Las causales mencionadas precedentemente se enumeran a título enunciativo, pudiendo UTEC evaluar otras causales de rescisión.

10. Impuestos:

Todos los gravámenes existentes o que puedan existir en el futuro en relación con esta contratación serán de cargo del contratado. Sin perjuicio de ello, la UTEC operará como agente de retención de los tributos (actuales o futuros) que correspondan por su cuenta y orden. Por consiguiente, la UTEC operará como agente de retención del Impuesto al Valor Agregado, debiendo retener el 60% y del Impuesto a la Renta de Personas Físicas, expidiendo los resguardos correspondientes. El contratado deberá acreditar encontrarse al día en el cumplimiento de sus obligaciones tributarias y previsiones cada vez que la UTEC o la Supervisora lo requieran. Queda establecido que, no existiendo subordinación laboral entre las mismas, el contratado es responsable ante los organismos recaudadores de las obligaciones tributarias inherentes a la situación jurídica emergente de este contrato.

11. Aceptación:

Por el sólo hecho de presentarse al llamado, se entenderá que el oferente conoce y acepta sin reservas los términos y condiciones establecidos en la presente solicitud de cotización.

12. Consultas:

Las consultas que pudieran surgir con respecto al presente llamado deberán enviarse por correo electrónico a la dirección: compras.itre@utec.edu.uy.

Anexo I - Formulario de identificación del Oferente

Compra Directa 940/2025

Razón Social de la Empresa: _____

Nombre Comercial de la Empresa: _____

R. U. T.: _____

Fecha de inicio de operaciones en Uruguay _____

Calidad de Oferente:

- Responsable principal y final de la oferta ☐
- Integrante del consorcio de oferentes para la presente oferta ☐(si corresponde)

Domicilio a los efectos de la presente compra directa:

Correo electrónico: _____

Calle: _____

Localidad: _____

Teléfono: _____Fax: _____

Socios, dueños o Integrantes del Directorio de la Empresa:

Nombre y Apellido	**Documento**	**Fecha de nacimiento**	**Cargo**

Declaro estar en condiciones legales de contratar con el Estado conforme al Art. 46 del TOCAF.

FIRMA/S: _____

Aclaración de firmas: _____