UNIVERSIDAD DE LA REPÚBLICA

FACULTAD DE MEDICINA

HOSPITAL DE CLÍNICAS DR. "MANUEL QUINTELA"

PLIEGO PARTICULAR

CONCESIÓN DE USO DE ESPACIOS PARA LA INSTALACIÓN, OPERACIÓN Y MANTENIMIENTO DE UN "SISTEMA INTEGRAL DE COMUNICACIÓN DIGITAL"

(HOSPITAL DIGITAL MEDIA)

División Recursos Materiales — Departamento de Compras

Licitación Abreviada N.° 586 / 2026

Montevideo, Uruguay

ART. 1: OBJETO DEL LLAMADO

El Hospital de Clínicas Dr. "Manuel Quintela" convoca a interesados a presentar propuestas para la concesión del derecho de uso de espacios institucionales destinados a la instalación, operación, mantenimiento y explotación comercial de un sistema integral de comunicación digital denominado Hospital Digital Media. El objeto de la concesión comprende la totalidad del ciclo: provisión de la infraestructura tecnológica, gestión operativa continua del sistema, mantenimiento preventivo y correctivo de los equipos, gestión editorial de los contenidos y comercialización del inventario publicitario disponible, durante todo el plazo contractual.

El modelo propuesto se basa en la inversión privada total del sistema por parte del concesionario, quien asumirá además la operación, gestión de contenidos y mantenimiento del sistema durante el plazo de la concesión, a cambio del derecho a explotar comercialmente el inventario publicitario de las pantallas, con participación en ingresos a favor del Hospital según las condiciones establecidas en el presente pliego.

Características técnicas del equipamiento

1. LCD Profesional – Recomendaciones Mínimas

- Pantalla profesional de cartelería digital (Digital Signage), diseñada y certificada por fabricante para funcionamiento continuo 24 horas x 7 días.
- Tecnología de panel IPS o superior.
- Resolución mínima 3840 x 2160 píxeles (4K UHD).
- Brillo mínimo 500 cd/m² (nits).
- Tratamiento antirreflejo (Anti-Glare) con Haze mínimo 25%.
- Relación de contraste mínima 1.200:1.
- Ángulo de visión mínimo 178° horizontal / 178° vertical.
- Profundidad de color mínima de 1.07 billones de colores (8 bits + FRC).
- Vida útil mínima de retroiluminación de 50.000 horas.
- Capacidad de funcionamiento tanto en orientación horizontal (Landscape) como vertical (Portrait).
- Sistema operativo integrado para gestión profesional de contenidos.
- Procesador mínimo Quad Core.
- Memoria RAM mínima de 4 GB.
- Almacenamiento interno mínimo de 32 GB.
- Programación de encendido y apagado automático.
- Administración y monitoreo remoto de equipos.
- Compatibilidad con plataformas profesionales CMS de cartelería digital.
- Certificaciones mínimas CE, FCC, CB o equivalentes.
- Certificación energética ENERGY STAR o equivalente.
- Protección mínima IP5X.
- Temperatura de operación entre 0°C y 40°C.
- Garantía local mínima de 36 meses.
- Disponibilidad de soporte técnico local y stock de repuestos.
- Disponibilidad de repuestos por un período mínimo de 3 años posteriores a la entrega.
- El fabricante deberá acreditar una experiencia mínima de 5 años en el mercado de cartelería digital profesional.

Conectividad mínima:

- 3 entradas HDMI.
- 1 salida HDMI.
- Puerto LAN RJ45.
- WiFi integrado.
- Bluetooth integrado.
- Puerto RS232 para monitoreo y control remoto.

2. LED Profesional – Recomendaciones Mínimas

- Gabinetes construidos íntegramente en aluminio fundido a presión (Die-Casting Aluminium).
- No se recomienda la utilización de gabinetes plásticos ni estructuras fabricadas en chapa plegada para aplicaciones indoor permanentes.

- Sistema de mantenimiento frontal o frontal/trasero sin necesidad de desmontar la estructura principal.
- Pixel Pitch máximo: 2.5 mm.
- Configuración LED Black SMD 3 en 1 o tecnología superior.
- Densidad mínima de 160.000 píxeles/m².
- Frecuencia de actualización mínima de 3.840 Hz.
- Escala de grises mínima de 13 bits.
- Relación de contraste mínima de 3.000:1.
- Ángulo mínimo de visión de 160° horizontal y 140° vertical.
- Brillo mínimo para uso indoor: 600 cd/m².
- Vida útil certificada mínima de 100.000 horas.
- Degradación máxima de brillo inferior al 50% al final de la vida útil declarada.
- Temperatura de operación entre -10°C y +40°C.
- Humedad de operación entre 10% y 80% sin condensación.
- Consumo energético optimizado mediante fuentes de alimentación de alta eficiencia.
- Fuentes industriales certificadas para operación continua.
- Tarjetas receptoras y sistemas de control de fabricantes reconocidos internacionalmente.
- Compatibilidad con procesadores y controladores profesionales de video.
- Protección mínima IP40 frontal / IP21 posterior.
- Certificaciones mínimas CE, FCC, ETL y CCC.
- Garantía local mínima de 36 meses.
- Disponibilidad local de repuestos y soporte técnico.
- Disponibilidad de módulos, fuentes y tarjetas receptoras durante un período mínimo de 3 años posteriores a la entrega.
- El fabricante deberá acreditar una experiencia mínima de 5 años en el mercado de pantallas LED profesionales.
- El oferente deberá acreditar instalaciones similares operando en forma continua y permanente.

Cantidad de pantallas necesarias (equipamiento obligatorio)

Entradas: 1 LED gran formato 3x1 mts.

Hall central: 1 LED gran formato 3x2 mts.

Farmacia: 2 LCD 55 pulgadas

Emergencia: 4 LCD 43 o 50 pulgadas

Salas de espera: 116 LCD de 43 a 65 pulgadas

3. Servicio de Soporte y Mantenimiento – Recomendaciones Mínimas

Considerando que el adjudicatario será responsable de la operación integral del sistema durante la vigencia contractual, entendemos fundamental establecer requisitos mínimos de mantenimiento y soporte técnico.

Soporte Técnico

- Mesa de ayuda local.

- Atención remota para diagnóstico y resolución de incidencias.
- Sistema de tickets para seguimiento de casos.
- Escalamiento técnico documentado.
- Monitoreo preventivo permanente de dispositivos y plataforma.

Mantenimiento Preventivo

- Inspección periódica de pantallas LCD y LED.
- Verificación de funcionamiento de fuentes de alimentación.
- Verificación de sistemas de ventilación y disipación térmica.
- Limpieza técnica especializada.
- Control de conectividad y comunicaciones.
- Actualización de firmware y software.
- Revisión de calibración y calidad de imagen.

Mantenimiento Correctivo

- Reposición de componentes defectuosos.
- Sustitución de módulos LED.
- Sustitución de fuentes de alimentación.
- Sustitución de tarjetas receptoras y de control.
- Reposición de reproductores multimedia.
- Reconfiguración del sistema ante incidencias operativas.

Acuerdos de Nivel de Servicio (SLA)

- Tiempo máximo de respuesta remota: 4 horas hábiles.
- Tiempo máximo de diagnóstico: 24 horas hábiles.
- Tiempo máximo de resolución para fallas críticas: 72 horas hábiles, sujeto a disponibilidad de repuestos.

Disponibilidad de Repuestos

El adjudicatario deberá mantener stock local mínimo de:

- Fuentes de alimentación.
- Tarjetas receptoras.
- Tarjetas de control.
- Módulos LED.
- Reproductores multimedia.
- Componentes críticos de conectividad.

4. Comunicación, Gestión de Contenidos y Experiencia del Usuario – Recomendaciones Mínimas

La efectividad de un sistema de comunicación digital no depende únicamente de la calidad de las pantallas o de la infraestructura tecnológica instalada, sino también de la capacidad de generar, administrar y actualizar contenidos relevantes para los distintos públicos que interactúan diariamente con la institución.

En un entorno hospitalario, donde conviven pacientes, acompañantes, estudiantes, docentes, funcionarios y visitantes, resulta fundamental contar con

una estrategia de comunicación que garantice información clara, actualizada y adaptada a cada espacio y momento de interacción.

Por este motivo, el oferente deberá acreditar capacidades de comunicación y generación de contenidos, contemplando como mínimo:

Estrategia de Comunicación

- Diseño de una estrategia integral de comunicación digital para el ecosistema de pantallas.
- Segmentación de contenidos según ubicación, audiencia y objetivos comunicacionales.
- Definición de criterios de prioridad para contenidos institucionales, asistenciales, académicos y publicitarios.
- Asesoramiento permanente sobre mejores prácticas de comunicación visual en entornos hospitalarios.

Diseño y Producción de Contenidos

- Diseño gráfico profesional para pantallas digitales.
- Desarrollo de plantillas institucionales personalizadas.
- Producción de piezas estáticas y audiovisuales.
- Adaptación de contenidos a distintos formatos, resoluciones y orientaciones.
- Generación de contenidos informativos, educativos, preventivos y de orientación.

Gestión Operativa de Contenidos

- Carga, programación y actualización remota de contenidos.
- Administración centralizada de campañas institucionales.
- Coordinación de publicaciones por fechas, horarios y ubicaciones específicas.
- Capacidad de respuesta ante comunicaciones urgentes.
- Gestión de contenidos dinámicos y actualizaciones periódicas.

Comunicación Institucional y Contingencias

- Difusión inmediata de comunicaciones críticas.
- Priorización automática de mensajes institucionales sobre contenidos comerciales cuando la situación lo requiera.
- Capacidad para emitir mensajes de emergencia, campañas sanitarias o información relevante para usuarios y funcionarios.

Experiencia Comprobable

Se recomienda que el oferente pueda acreditar experiencia previa en:

- Gestión de redes de comunicación digital.
- Desarrollo de contenidos para espacios de alta circulación.
- Comunicación institucional.
- Administración de campañas informativas y educativas.

- Operación de ecosistemas de cartelería digital en organizaciones complejas.

La experiencia demuestra que la disponibilidad de equipamiento de alta calidad no garantiza por sí sola el éxito del sistema. La generación continua de contenidos relevantes, la correcta segmentación de mensajes y la capacidad de administración profesional de la comunicación son factores determinantes para maximizar el valor de la inversión y el impacto del proyecto en la experiencia de los usuarios.

5. Experiencia y Capacidad del Oferente

Dado que el éxito del proyecto depende tanto de la tecnología como de la capacidad operativa del proveedor, el oferente deberá acreditar:

- Experiencia mínima de 5 años en proyectos de comunicación digital.
- Antecedentes comprobables en instituciones de gran circulación.
- Capacidad local de instalación, mantenimiento y soporte.
- Equipo técnico propio.
- Casos de éxito documentados.
- Referencias comerciales verificables.

ART. 2: MODELO DE LA CONCESIÓN

2.1 Naturaleza del contrato

El presente llamado se rige por la figura de concesión de uso de espacios institucionales, en línea con los antecedentes de la Universidad de la República en materia de cesión de espacios a operadores privados para servicios de interés institucional. El concesionario no adquiere derechos de propiedad sobre los espacios, sino el derecho a usarlos para los fines establecidos en este pliego durante el plazo de la concesión.

2.2 Obligaciones del concesionario

- Asumir la totalidad del CAPEX de instalación, sin costo para el Hospital.
- Instalar, configurar y poner en marcha el sistema en el plazo establecido.
- Operar y gestionar la plataforma CMS durante toda la vigencia del contrato.
- Proveer y gestionar los contenidos institucionales del Hospital en las pantallas, sin costo adicional, en un porcentaje no inferior al 25% del tiempo total de emisión.
- Comercializar el inventario publicitario disponible (hasta el 75% del tiempo de emisión) con marcas compatibles con el perfil institucional del Hospital.
- Realizar el mantenimiento preventivo y correctivo de todos los equipos, garantizando una disponibilidad mínima del 95% del sistema.
- Proveer monitoreo remoto en tiempo real e informar al Hospital sobre el estado del sistema con periodicidad mensual.

  El Hospital tendrá prioridad absoluta sobre cualquier publicidad frente a campañas sanitarias, emergencias o comunicaciones institucionales.

2.3 Restricciones editoriales

El concesionario no podrá emitir publicidad de las siguientes categorías en las pantallas del Hospital:

- Alcohol, tabaco y productos relacionados.
- Juegos de azar y apuestas.
- Contenido político o partidario.
- Publicidad de productos o servicios que contraríen las políticas sanitarias del Hospital o de las autoridades de salud pública.

El Hospital se reserva el derecho de objetar, con causa fundada, cualquier anunciante o contenido que considere incompatible con su imagen institucional. El concesionario dispondrá de 48 horas para retirar el contenido objetado.

ART. 3: RETRIBUCIÓN AL HOSPITAL

3.1 Estructura de retribución

La retribución al Hospital por la concesión se compone de dos elementos:

Componente	Condiciones
Canon fijo anual mínimo	Pagadero en dos cuotas semestrales. El oferente propondrá el monto en su oferta.
Participación variable en ingresos	Porcentaje sobre los ingresos netos de publicidad facturados mensualmente. El oferente propondrá el porcentaje. Liquidación mensual con reporte auditado.

Los ingresos netos se definen como la facturación bruta de publicidad menos descuentos comerciales documentados y comisiones de agencias de publicidad reconocidas, sin deducción de costos operativos del concesionario.

Los descuentos deberán surgir de documentación comercial verificable y no podrán superar los porcentajes habituales de mercado.
El canon constituye una obligación independiente de la comercialización efectivamente obtenida.

3.2 Transparencia y auditoría

- El concesionario presentará un reporte mensual de ventas con detalle de anunciantes, facturación bruta, descuentos aplicados e ingresos netos liquidados al Hospital.
- El concesionario proporcionará acceso al Hospital a métricas de audiencia y ocupación del circuito en tiempo real.

ART. 4: ESPACIOS COMPLEMENTARIOS — OPCIÓN DE PRIMERA PREFERENCIA

El contrato de concesión otorgará al concesionario el derecho de primera opción para desarrollar elementos publicitarios en los siguientes espacios, sujeto a aprobación del Hospital en cada caso:

- Azotea del Hospital: instalación de elementos publicitarios de visibilidad exterior (pantallas LED, totem, cartelería de gran formato).
- Área perimetral del Hospital: mupis, totems digitales u otros soportes DooH en el entorno inmediato del edificio.

Para estos espacios complementarios, la distribución de ingresos será:

Parte	Participación en ingresos
Hospital de Clínicas	30% de los ingresos netos (mínimo)
Concesionario	70% de los ingresos netos (máximo)

El ejercicio de esta opción requerirá un acuerdo complementario específico para cada espacio, que deberá ser aprobado por las autoridades competentes del Hospital. El derecho de primera opción tendrá una vigencia de 180 días desde la firma del contrato principal, vencido el cual el Hospital podrá licitar los espacios libremente.

ART. 5: PLAZO DE LA CONCESIÓN

El plazo inicial de la concesión será de **5 (cinco) años**, contados a partir de la firma del contrato y la notificación de la intervención del Tribunal de Cuentas.

Al vencimiento del plazo inicial, el contrato podrá prorrogarse por períodos de 5 (cinco) años, de común acuerdo entre las partes, con un mínimo de 180 días de anticipación a la fecha de vencimiento.

En caso de no renovación, el concesionario deberá dejar los espacios en condiciones equivalentes a las del inicio de la concesión, pudiendo el Hospital adquirir los equipos instalados a valor residual contable o exigir su retiro, según lo acuerde en el contrato.

ART. 6: PLAZO DE IMPLEMENTACIÓN

El concesionario deberá completar la instalación y puesta en marcha del sistema en un plazo **máximo de 120 (ciento veinte) días corridos** desde la firma del contrato. El plan de implementación deberá incluir:

- Ingeniería de detalle y plan de instalación por zonas.
- Cronograma de trabajo que minimice la interferencia con la operación hospitalaria.
- Pruebas de funcionamiento por circuito antes de la puesta en marcha.
- Capacitación al personal del Hospital en el uso del software del sistema de gestión de contenido

ART. 7: DOCUMENTACIÓN A PRESENTAR

7.1 Requisitos formales

- Formulario identificación del oferente.

- Declaración jurada de no estar comprendido en las inhabilidades para contratar con el Estado.

7.2 Propuesta técnica

- Descripción detallada del ecosistema de pantallas propuesto: marcas, modelos, fichas técnicas.
- Arquitectura de la plataforma CMS: características, capacidades, seguridad, escalabilidad.
- Plan de instalación y cronograma de implementación.
- Propuesta de modelo editorial: distribución de contenidos institucionales vs. comerciales, programación por zonas y horarios.
- Plan de mantenimiento preventivo y correctivo, con tiempos de respuesta garantizados.
- Descripción del sistema de monitoreo y reportería.

7.3 Propuesta comercial y financiera

- Monto del canon fijo anual propuesto.
- Porcentaje de participación en ingresos netos propuesto para el circuito interior.
- Propuesta de participación para espacios complementarios (azotea y perímetro), si el oferente tiene interés en ejercer la opción.
- Plan de comercialización: estrategia, categorías de anunciantes objetivo, equipo comercial.

7.4 Antecedentes y experiencia

- Descripción de la empresa: trayectoria, estructura, capacidades.
- Proyectos similares ejecutados: sistemas de digital signage en espacios de alta afluencia de público, con indicación de cliente, año, cantidad de pantallas y resultados.
- Referencias verificables de al menos 2 (dos) clientes de proyectos similares.
- Indicación de socios tecnológicos y proveedores de infraestructura.

ART. 8: CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Las propuestas serán evaluadas sobre un total de 100 puntos, distribuidos según los siguientes criterios: 1- Propuesta económica 55 pts., 2- Calidad técnica del sistema propuesto 30 pts., 3- Experiencia documentada 15 pts.

1- Propuesta económica: Se asignaran 55 puntos a la propuesta de mayor valor y se asignaran puntos de forma directamente proporcional al resto de las propuestas. Los 55 puntos se distribuirán de la siguiente manera: 40 puntos para el canon mensual y 15 puntos para el porcentaje sobre ventas.

2- Calidad técnica del sistema propuesto: Se asignarán 30 puntos a las propuestas que cumplan con todos los requisitos mínimos descriptos en los puntos 1 a 4 del art 1 – Objeto del llamado.

Se asignarán 15 puntos a los oferentes que si bien no cumplen con la totalidad de requisitos mínimos descriptos en los puntos 1 a 4 del art 1 – Objeto del

llamado, su oferta es considera técnicamente apta a los efectos del proyecto, este extremo deberá ser debidamente certificado por un técnico que lo avale y fundamente debidamente la aceptación de la/s misma/s.

3- Experiencia documentada: Se asignarán 15 puntos a aquellos oferentes que posean experiencia mayor a 5 años en el ramo y que hayan realizado un mínimo de dos proyectos similares. Se asignarán 10 puntos a aquellos oferentes que posean experiencia en el ramo menor a 5 años y superior a dos, que hayan realizado un mínimo de dos proyectos similares. No se asignará puntaje a las propuestas que tengan experiencia en el ramo inferior a dos años.

Se deberá presentar toda la documentación que avale la antigüedad y experiencia de la empresa.

Según los antecedentes negativos en Instituciones públicas estatales que consten en RUPE y por los plazos allí establecidos, se computarán puntuaciones negativas.

a) Advertencia: Se aplicará el descuento de 1 punto por cada sanción.

b) Ejecución de garantía de mantenimiento de oferta y/o de fiel cumplimiento del contrato, o multa económica: Se aplicará el descuento de 4 puntos hasta el monto de una Licitación Abreviada y 5 puntos a partir del monto de una Licitación Pública por cada sanción.

c) Suspensión: Se aplicará el descuento de 10 puntos por cada sanción.

d) Eliminación: Se aplicará un descuento de 15 puntos.

El descuento de puntos se aplicará al puntaje total obtenido en la evaluación.

ART. 9: GARANTÍA DE MANTENIMIENTO DE OFERTA

Los oferentes deberán presentar garantía de mantenimiento de oferta, cuando las ofertas presentadas igualen o superen el tope de la Licitación Abreviada.
En este caso los oferentes deberán garantizar el mantenimiento de su oferta mediante depósito en efectivo o en valores públicos, fianza o aval bancario, o póliza de seguro de fianza, por un valor fijo en moneda nacional de $ 100.000 (cien mil pesos).

El plazo de **mantenimiento de oferta** será de **180 (ciento ochenta) días corridos** desde el Acto de Apertura, prorrogable automáticamente por períodos iguales salvo manifestación expresa en contrario del oferente.

ART. 10: GARANTÍA DE CUMPLIMIENTO DE CONTRATO

En las adjudicaciones cuyo monto iguale o supere el 40% (cuarenta por ciento) del tope de la Licitación Abreviada, los adjudicatarios deberán garantizar el fiel cumplimiento del contrato mediante depósito en efectivo o en valores públicos, fianza o aval bancario, o póliza de seguro de fianza, por un valor equivalente al 5% (cinco por ciento) de la adjudicación.
El incumplimiento de los niveles de servicio dará lugar a multas económicas equivalentes al 10% del canon mensual por cada incumplimiento.

El Hospital podrá rescindir unilateralmente el presente contrato sin que ello genere derecho a indemnización, compensación o reclamo alguno por parte del contratista cuando se configure cualquiera de las siguientes circunstancias:

incumplimientos reiterados, quiebra de la empresa, pérdida de habilitaciones, abandono del servicio, incumplimiento de pagos o publicidad prohibida.

ART. 11: NEGOCIACIONES

En caso de presentarse ofertas con condiciones similares, o cuando el Hospital lo estime conveniente para mejorar las condiciones de la concesión, podrá entablar negociaciones con los oferentes que hubieran precalificado, conforme al Art. 66 del T.O.C.A.F. De lo actuado se labrará acta sucinta.

ART. 12: ADJUDICACIÓN

La adjudicación recaerá sobre la propuesta que obtenga el mayor puntaje de acuerdo a los criterios establecidos en el Art. 8. El Hospital se reserva el derecho de adjudicar total o parcialmente el llamado, o de declararlo desierto en cualquier etapa del procedimiento, sin que ello genere derecho a indemnización a favor de los oferentes.

ART. 13: CONFIDENCIALIDAD

Las propuestas no tendrán carácter confidencial, salvo que el oferente lo solicite fundadamente respecto de información comercialmente sensible, conforme al Art. 10 de la Ley N.° 18.381. No se considerará confidencial la estructura de la oferta económica ni los elementos técnicos generales de la propuesta.

ART. 14: DISPOSICIONES FINALES

- El presente llamado se rige por el T.O.C.A.F. y las normas complementarias aplicables a la Universidad de la República.
- Toda comunicación entre los oferentes y el Hospital durante el proceso de evaluación deberá realizarse exclusivamente a través del Sistema de Compras del Estado.
- Las consultas al pliego deberán formularse hasta 5 días hábiles antes de la fecha de apertura. Las respuestas se publicarán en el Sistema de Compras del Estado y serán vinculantes para todos los oferentes.
- La presentación de una oferta implica el conocimiento y aceptación de todas las condiciones del presente pliego.

Anexo I – Formulario de Identificación del Oferente

El/La, La/os que suscribe/n _____ (*nombre de quien firme y tenga poderes suficientes para representar a la empresa oferente acreditados en RUPE*) en representación de_____*(nombre de la Empresa oferente)* declara/n bajo juramento que la oferta ingresada en línea a través del sitio web www.comprasestatales.gub.uy vincula a la empresa en todos sus términos y que acepta sin condiciones las disposiciones del Pliego de Condiciones del llamado_____ *(descripción del procedimiento de contratación),* así como las restantes normas que rigen la contratación.

A su vez, la empresa oferente declara contar con capacidad para contratar con el Estado, no encontrándose en ninguna situación que expresamente le impida dicha contratación, conforme lo preceptuado por el artículo 46 del T.O.C.A.F., y restantes normas concordantes y complementarias.

FIRMA/S: _____

ACLARACIÓN: _____

CI.: _____

RUT. _____

DOMICILIO EN: _____

CORREO ELECTRÓNICO: _____

MONTO TOTAL DE LA OFERTA MAYOR EN $ (PESOS URUGUAYOS):

Anexo II – Normas y presentación de ofertas

Normas que regulan el presente llamado

- **Apertura electrónica:** Decreto Nº142/018 de 14 de mayo de 2018.
- **TOCAF:** Decreto Nº 150/012 de 11 de junio de 2012, modificativas y concordantes.
- **Acceso a la información pública:** Ley N° 18.381 de 17 de octubre de 2008, modificativa Ley Nº 19.178 de 27 de diciembre de 2013.
- **Decreto reglamentario de la Ley N° 18.381:** Decreto Nº 232/010 de 2 de agosto de 2010.
- **Protección de datos personales y acción de habeas data:** Ley Nº 18.331 de 11 de agosto de 2008.
- **Decreto reglamentario de la Ley N° 18.331:** Decreto Nº 414/009 de 31 de agosto de 2009.
- **Pliego único de bases y condiciones generales para contratos de suministros y servicios no personales:** Decreto Nº 131/014 de 19 de mayo de 2014.

  https://www.gub.uy/agencia-reguladora-compras-estatales/politicas-y-gestion/pliego-suministros-servicios-personales
- **Pliego único de bases y condiciones generales para contratos de Obras Públicas:** Decreto N° 257/015 de 23 de setiembre de 2015.
- Decreto RUPE N.º 202/024

Presentación de ofertas

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.

Se adjunta en Anexo II el instructivo con recomendaciones sobre la oferta en línea y accesos a los materiales de ayuda disponibles. La documentación electrónica complementaria adjunta de la oferta se ingresará en archivos[1] con formato txt, rtf, pdf, doc, docx, xls, xlsx, odt, ods, zip, rar y 7z, sin contraseñas ni

[1] El tamaño máximo por archivo es de 100 Mb.

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 (contar con legitimación). El mismo deberá contener las siguientes declaraciones (Ver Anexo I).

1) La oferta ingresada en línea vincula a la empresa en todos sus términos;

2) Acepta sin condiciones las disposiciones del Pliego Particular y

3) Contar con capacidad para contratar con el Estado.

La acreditación de dicha representación corresponde sea ingresada 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. En caso que al momento de la apertura la misma no se encuentre en RUPE, la Administración podrá otorgar el plazo dispuesto en el artículo 65, inciso 7 del TOCAF a efectos de subsanar la referida carencia formal.

Las muestras deberán presentarse hasta la hora fijada para el acto de apertura. Cuando por la naturaleza del suministro sea dificultoso o impráctico entregar una muestra, el oferente podrá optar por presentar con su oferta en línea, en la página de compras estatales, catálogos o folletos, especificar datos técnicos, o suministrar todo otro elemento necesario para identificar correctamente el artículo cotizado y permitir los informes técnicos pertinentes. **(Ver-Art.7 del Pliego Particular de Condiciones).**

Garantía de mantenimiento de oferta Obligatoria y/o Opcional.

Los oferentes deberán presentar garantía de mantenimiento de oferta, cuando las ofertas presentadas igualen o superen el tope de la Licitación Abreviada.
En este caso los oferentes deberán garantizar el mantenimiento de su oferta mediante depósito en efectivo o en valores públicos, fianza o aval bancario, o

póliza de seguro de fianza, por un valor fijo en moneda nacional de $ 100.000 (cien mil pesos).

El original del recibo, emitido por la DSC, que acredite la constitución de la Garantía de Mantenimiento de Oferta, deberá ser presentado junto a la oferta on line. **(Ver-Art.8 al Art.8.2 del Pliego Particular de Condiciones).**

Información confidencial y datos personales.

(Ver Art.11 del Pliego Particular de Condiciones.)

Cuando los oferentes incluyan información considerada confidencial, al amparo de lo dispuesto en el artículo 10 literal I) de la Ley N° 18.381 y artículo 12.2 del Decreto Nº 131/014, la misma deberá ser ingresada en el sistema en tal carácter y en forma separada a la parte pública de la oferta.

El oferente deberá realizar la clasificación en base a los siguientes criterios:

Se considera información confidencial:

- la información relativa a sus clientes, salvo aquella que sea requerida como factor de evaluación
- la que pueda ser objeto de propiedad intelectual
- la que refiera al patrimonio del oferente
- la que comprenda hechos o actos de carácter económico, contable, jurídico o administrativo, relativos al oferente, que pudiera ser útil para un competidor
- la que esté amparada en una cláusula contractual de confidencialidad, y
- aquella de naturaleza similar conforme a lo dispuesto en la Ley de Acceso a la Información (Ley Nº 18.381), y demás normas concordantes y complementarias.

En ningún caso se considera información confidencial:

- la relativa a los precios
- la descripción de bienes y servicios ofertados, y
- las condiciones generales de la oferta

Los documentos que entregue un oferente en carácter confidencial, no serán divulgados a los restantes oferentes.

El oferente deberá incluir en la parte pública de la oferta un resumen no confidencial de la información confidencial que ingrese que deberá ser breve y conciso (artículo 30 del Decreto N° 232/010).
En caso que las ofertas contengan datos personales, el oferente, si correspondiere, deberá recabar el consentimiento de los titulares de los mismos, conforme a lo establecido en la Ley Nº 18.331, normas concordantes y complementarias. Asimismo se deberá informar a quienes se incluyen en el presente llamado, en los términos establecidos en el artículo 13 de la mencionada Ley.

Apertura de las ofertas

En la fecha y hora indicada se efectuará la apertura de ofertas en forma automática y el acta de apertura será publicada automáticamente en el sitio web www.comprasestatales.gub.uy. Simultáneamente se remitirá a la dirección electrónica previamente registrada por cada oferente en el Registro Único de Proveedores del Estado (RUPE), la comunicación de publicación del acta. Será de responsabilidad de cada oferente asegurarse de que la dirección electrónica constituida sea correcta, válida y apta para la recepción de este tipo de mensajes. La no recepción del mensaje no será obstáculo para el acceso por parte del proveedor a la información de la apertura en el sitio web www.comprasestatales.gub.uy.

A partir de ese momento, las ofertas quedarán accesibles para la administración contratante y para el Tribunal de Cuentas, no pudiendo introducirse modificación alguna en las propuestas. Asimismo, las ofertas quedarán disponibles para todos los oferentes, con excepción de aquella información ingresada con carácter confidencial.

Solo cuando la administración contratante solicite salvar defectos, carencias formales o errores evidentes o de escasa importancia de acuerdo a lo establecido en el artículo 65 del TOCAF, el oferente deberá agregar en línea la documentación solicitada.

Los oferentes podrán hacer observaciones respecto de las ofertas dentro de un plazo de 2 (dos) días hábiles a contar del día siguiente a la fecha de apertura.

Las observaciones deberán ser cursadas a través de la dirección de correo electrónico, licitac@hc.edu.uy y remitidos por la Administración contratante a todos los proveedores para su conocimiento. **En caso de discrepancias entre la oferta económica cargada en la línea de cotización del sitio web de Compras del Estado y la documentación cargada como archivo adjunto en dicho sitio, valdrá lo establecido en la línea de cotización.**

Anexo III – Recomendaciones sobre la oferta en línea

A los efectos de poder realizar sus ofertas en línea en tiempo y forma aconsejamos tener en cuenta las siguientes recomendaciones:

- Estar registrado en RUPE[2] es un requisito excluyente para poder ofertar en línea. Si no lo está, recomendamos realizar el procedimiento de inscripción lo antes posible y como primer paso. Para más información de RUPE ver el siguiente link o comunicarse al (+598) 2604 5360 de lunes a domingo de 8:00 a 21:00 hs.

- Debe tener contraseña para ingresar al sistema de ofertas en línea.

ATENCIÓN: la contraseña de acceso al sistema de oferta en línea no es la misma contraseña de acceso al RUPE. Se obtiene directamente del sistema y se recibe en el correo electrónico registrado en RUPE. **Recomendamos leer el** manual **y ver el video** explicativo **sobre el ingreso de ofertas en línea en link que se encuentra en el sitio web.**

- Al ingresar la oferta económica en línea, **deberá especificar el precio, moneda, impuesto, cantidad a ofertar y otra serie de atributos por cada ítem cotizado, en el caso que la presentación de su oferta no coincida exactamente con la solicitada por la Institución, deberá realizar la conversión correspondiente que permita la comparación correcta, (presentación, color, etc.).** Recomendamos analizar los ítems para los que va a ingresar cotización, para tener la certeza de contar con todos los datos disponibles.

- En caso que sea necesario podrá ingresar información de carácter complementario, la que deberá ajustarse tanto al tamaño máximo por archivo (100 Mb) como a las extensiones habilitadas: txt, rtf, pdf, doc, xls, xlsx, odt, ods, zip, rar y 7z.

- Si usted desea cotizar algún impuesto, o atributo que no se encuentra disponible en el sistema, deberá comunicarse con la sección Catálogo de ARCE al correo electrónico catalogo@arce.gub.uy para solicitar la inclusión y/o asesorarse acerca de la forma de proceder al respecto.

---

2 Para poder ofertar es suficiente estar registrado en RUPE en estado EN INGRESO

- Es de suma importancia que separe la parte confidencial de la no confidencial. Tenga en cuenta que una clasificación incorrecta en este aspecto, podría implicar la descalificación de la oferta.
- Ingresar su cotización lo antes posible para tener la seguridad de que todo funcionó correctamente. De hacerlo a último momento pueden ocurrir imprevistos, como fallos en la conexión a Internet, caída de servidores, sistemas lentos por la gran cantidad de personas accediendo a lo mismo, etc., que no se podrán solucionar instantáneamente.

- Tener presente que en caso de producirse problemas de funcionamiento en el sistema que impidan el ingreso de las ofertas al mismo durante las 24 horas corridas previas a la apertura, éste reprogramará una nueva fecha de apertura a fin de asegurar el plazo requerido para dicho ingreso[3]. Esta nueva fecha será publicada en el sitio web de Compras y Contrataciones Estatales.

De no haber sido posible el ingreso de la oferta en el plazo establecido en la convocatoria debido a problemas de funcionamiento del sistema, el proveedor podrá presentar el reclamo con la debida probanza ante el organismo contratante. Este último deberá presentar los recaudos correspondientes ante la Agencia Reguladora de Contrataciones del Estado a efectos de su análisis. En caso de constatarse la existencia de un problema que efectivamente imposibilitó el ingreso de ofertas, el organismo contratante procederá a la anulación del procedimiento de acuerdo a lo dispuesto en el tercer inciso del artículo 13 del Decreto N° 142/018 y conforme al artículo 68 del TOCAF.

- A la hora establecida para la apertura usted ya no podrá modificar ni eliminar los datos y documentos ingresados al sistema. La oferta económica y los documentos no confidenciales quedarán disponibles para la Administración, el Tribunal de Cuentas y los restantes oferentes. Los documentos confidenciales solo quedarán disponibles para la Administración y el Tribunal de Cuentas.

---

3 Salvo el caso dispuesto en el artículo 14 del Decreto N° 142/018 referido a "*interrupciones debidas a cortes programados y/o de pequeña duración ocurridos fuera del horario de 09:00 a 17:00 horas de los días hábiles*"

- Por dudas o consultas sobre la oferta en línea, podrá comunicarse con Atención a Usuarios de ARCE al (+598) 2604 5360 de lunes a domingos 8 a 21 hs, o a través del correo compras@arce.gub.uy.