



## **Licitación Pública: N° 2024/51/12514**

**OBJETO: Contratación de un servicio integral de Agencia de Publicidad**

### **APERTURA PRESENCIAL EN DOS ETAPAS**

**LUGAR: Sala de Licitaciones del Edificio 19 de Junio (Minas 1434, P/P sobre Guayabos, Montevideo).**

**FECHA: 28.01.2025**

**HORA: 14:00**

### **VENTA DE PLIEGOS**

**LUGAR: Dpto. Abastecimientos (Edif.19 de Junio, Minas 1434, P/P sobre Guayabos, Montevideo).**

**FECHA: Hasta el día 27.01.2025 inclusive**

**COSTO: U\$S 1.000**

**FE DE ERRATAS: En la Memoria Descriptiva por error en la numeración las páginas pasan de la N° 57 a la N° 59. Se aclara que no falta la página N° 58.**

# **APERTURA PRESENCIAL EN DOS ETAPAS.**

**BANCO REPÚBLICA ORIENTAL DEL URUGUAY: PLIEGO  
DE CONDICIONES PARTICULARES  
PARA LA CONTRATACIÓN DE SERVICIO INTEGRAL DE  
AGENCIA DE PUBLICIDAD**

Dirección: Cerrito 351  
Montevideo – Uruguay  
E-mail: [abastecimientos-licitaciones@brou.com.uy](mailto:abastecimientos-licitaciones@brou.com.uy)

# CAPÍTULO 1 - Especificaciones Generales

## 1.1. Objeto del llamado

El objeto del presente llamado consiste en la contratación de un servicio integral de agencia de publicidad para el Banco de la República Oriental del Uruguay, en adelante BROU, el que será prestado en régimen de exclusividad.

Los servicios brindados por la agencia de publicidad adjudicataria comprenderán servicios de planificación estratégica global de comunicación, creatividad publicitaria, producción gráfica y audiovisual, asesoramiento en la planificación y contratación de medios, compra de medios a requerimiento y administración de saldos en medios adquiridos en forma directa por el Banco, asesoramiento, planificación y realización de acciones de sponsoreo, promociones y activaciones, en consistencia con la estrategia global de comunicación del BROU, de acuerdo a las especificaciones dispuestas en el presente pliego.

## 1.2. Alcance de la licitación

El alcance de la presente licitación implicará por parte del oferente la prestación de los siguientes servicios como mínimo. Se solicita que punto a punto se dé acuerdo al mismo siguiendo el orden establecido:

**1.2.1. Servicios de asesoría en la definición y desarrollo integral de la estrategia de comunicación, construcción de marca y generación de información para la toma de decisiones.** El servicio se refiere al asesoramiento en la planificación, creación, ejecución, producción, monitoreo, optimización y evaluación de la estrategia de comunicación a desarrollar en los diferentes medios y formatos de acuerdo a los objetivos de comunicación, los públicos y los puntos de contacto definidos, así como el monitoreo de la competencia y la situación nacional, regional y global de los mercados publicitarios financieros.

**1.2.2. Servicios de atención al cliente, administración del flujo de trabajo y sus componentes contractuales, seguimiento de proyectos y elaboración de informes y análisis** para la evaluación, monitoreo y mejora permanente. Asimismo implicará el intercambio y actualización permanente en usos y tendencias de todos los asuntos de comunicación que sean solicitados. El asesoramiento podrá ser sobre mercados nacionales o internacionales, creación de contenidos, nuevas tecnologías, nuevos medios, técnicas de producción, auspicios, etc.

**1.2.3. Servicios de creatividad en comunicación institucional, publicitaria y promocional.** El servicio implica la creación y desarrollo a nivel creativo de todas las piezas de comunicación que sean necesarias para plasmar la estrategia de comunicación definida, tales como guiones para spots y otros productos audiovisuales, menciones de radio, avisos en medios, cartelera en la vía pública, redes sociales, plataformas y otros activos digitales, community manager, selección, guionado y seguimiento marketing de influencers, activaciones, acciones de marketing directo, relacional, promocional, promociones, folletería, ambientación, sponsoreo, generación de contenidos, planificación y organización de eventos, así como otros formatos que la dinámica relacional que el banco y sus clientes puedan demandar.

**1.2.4. Servicios de planificación de medios.** El servicio incluye el estudio profundo de los públicos, los servicios y productos, la definición de la estrategia de medios online y offline y los planes de comunicación, que serán estipulados en una serie de pasos a ejecutar, a efectos de cumplir con los objetivos propuestos para cada hito de comunicación, en un lapso de tiempo y con un presupuesto determinado. Los mismos serán liderados por el BROU con el asesoramiento del adjudicatario.

**1.2.5. Servicios de diseño gráfico, digital, editorial, industrial y otros.** La empresa deberá desarrollar, adaptar u optimizar los materiales creativos para la comunicación en todos los medios y formatos necesarios, incluyendo el arte final. Ejemplo de los mismos, pero no excluyente será: diseño y rediseño de identidad de marcas y submarcas, impresos, avisos publicitarios o promocionales, iconografía, ilustraciones convencionales y digitales, animación 2D y 3D para materiales audiovisuales para plataformas audiovisuales, digitales, publicaciones físicas, tarjetas, y otros formatos similares, y desarrollo de elementos de señalética, cartelera, uniformes,

stands, kioscos, cajeros, islas, ambientación de sucursales y diseño de sucursales móviles, realización de tomas fotográficas y todos los servicios que impliquen diseño gráfico, digital, editorial o industrial. El BROU será el propietario de todos los materiales generados y aprobados en el marco de la presente contratación, y los mismos deberán ser entregados, conforme a demanda, en formatos editables y compartibles, definidos por el mismo BROU oportunamente. El BROU podrá utilizarlos en cualquier momento, o entregarlos a una tercera empresa para su pauta o modificación sin que la empresa adjudicataria tenga derecho al cobro de importes adicionales.

**1.2.6. Servicios de creación e implementación de sponsoreo, promociones y activaciones.** La adjudicataria deberá proveer servicios creativos, de producción e implementación de las herramientas del marketing promocional y activación de marcas. Asimismo, deberá proveer información y asesoramiento para la evaluación y toma de decisiones respecto a las acciones de sponsoreo, mecenazgo, y el trabajo con referentes de opinión pública, celebridades e influencers.

**1.2.7. Servicios de producción: seguimiento, control de calidad, entrega, verificación de la publicación o difusión, y optimización de productos comunicacionales.** Será responsabilidad de la empresa integrar el control de calidad en todas las etapas de su programa de trabajo, Será responsabilidad de la empresa vehicular a medios de comunicación, imprentas y otros proveedores los archivos necesarios para la correcta implementación de los mismos, así como su seguimiento, verificación y responsabilidad por la calidad final, incluyendo en caso de corresponder la entrega física, el montaje y distribución de materiales.

**1.2.8. Servicios de gestión de prensa.** La empresa deberá proveer servicios de convocatoria y gestión de prensa relacionados a lanzamientos, presentaciones o actualizaciones de productos, servicios y fechas relevantes, e informes de competencia mensual y otros entregables cuando sean solicitados ante una situación particular. Los costos de estos servicios se deberán presentar en el tarifario presente en la sección [Anexos](#), y no integrará los honorarios de la empresa.

**1.2.9. Servicios de producción y compra de imágenes.** Se deberá incluir dos propuestas de membresía de banco de imágenes y de video, que se utilizarán de manera cotidiana en el desarrollo de los materiales básicos de comunicación que serán parte de los honorarios. La propuesta debe estar debidamente fundamentada, con argumentos técnicos y económicos (análisis de calidad y cantidad de stock, derechos, costo total global por mes y por año, impuestos incluidos, en pesos uruguayos). Además, la empresa deberá proveer en los casos que sea demandado por el Banco, imágenes de foto o video específicas para campañas o asuntos determinados, que serán evaluadas y cotizadas oportunamente. En ambos casos, en todas las piezas de comunicación se promueve el uso de un casting diverso y representativo de la sociedad uruguaya y la utilización de un códigos visuales de cercanía

**1.2.10. Servicios de redacción y corrección de estilo.** La empresa deberá brindar un servicio altamente calificado en redacción y corrección de estilo, y aplicar esta experticia a cada material solicitado por el Banco.

**1.2.11. Servicios de capacitación.** La empresa deberá realizar instancias específicas de capacitación del personal asignado a la ejecución de las

tareas, aquellos que el Área Marketing estime, al inicio de la contratación y cada vez que se defina necesario. Para todos los casos, el Banco coordinará con la empresa, la necesidad de impartir los referidos cursos, con una antelación de como mínimo 15 días hábiles de su dictado. Una vez impartida, el Banco podrá definir un mecanismo de medición de la satisfacción del servicio que sirva, como herramienta de monitoreo.

### 1.3 Organización del trabajo

Respecto a la organización del trabajo, se solicita que se dé conformidad a la información que se solicita a continuación:

**1.3.1. Exclusividad.** La empresa adjudicataria, sus empresas vinculadas y controladas o controlantes, así como sus socios y/o accionistas deberán trabajar en forma exclusiva para el BROU en el rubro banca y empresas del sector financiero. Para acreditar el punto antes mencionado, la empresa oferente deberá presentar junto con su oferta las Declaraciones Juradas que aparecen en la sección [Anexos](#). Esta exclusividad rige una vez adjudicado el presente llamado y hasta una vez finalizado el contrato.

**1.3.2. Confidencialidad.** El personal asignado al BROU, liderado por los cargos de dirección, será responsable de la ejecución de la totalidad de las tareas. Asimismo, el personal tendrá la obligación de confidencialidad para los datos e información a la que tendrá acceso. Para acreditar el punto antes mencionado, la empresa oferente deberá presentar junto con su oferta las Declaraciones Juradas que aparecen en la sección Anexos.

**1.3.3. Seguridad de la información.** En cuanto a las políticas de seguridad, el BROU se rige por las buenas prácticas estipuladas por el Marco de Ciberseguridad de la Agencia para el Desarrollo del Gobierno de Gestión Electrónica y la Sociedad de la Información y del Conocimiento de Presidencia de la República, Agesic. La empresa adjudicataria deberá conocer adherir e implementar las buenas prácticas del Marco vigente o documento de igual condición, como parte de su servicio.

## 1.4. Equipo designado

### 1.4.1. Nómina

La empresa deberá designar, indicándolo en su propuesta, un equipo de trabajo radicado en Uruguay con el que el Banco desarrollará la estrategia de comunicación. La propuesta de equipo deberá incluir de forma mandatoria:

**1.4.1.1. un/a planificador/a estratégico/a** en comunicación con probada experiencia en el rubro que asesore en cuanto al entendimiento de las necesidades, usos, hábitos y actitudes de clientes y potenciales clientes en relación a la comunicación de productos y servicios financieros; colabore y guíe en la confección de investigaciones de mercado; apoye la producción de los brief de comunicación y otras tareas que colaboren con una mejor planificación del trabajo. Asimismo, la empresa debe indicar un suplente en caso de ausencia. Deberá mantener al menos una reunión mensual, con quien designe el Banco, de análisis y seguimiento de la comunicación del Banco y el mercado.

**1.4.1.2. un/a director/a de cuentas senior** con probada experiencia en el rubro financiero que asesore en cuanto a la construcción y posicionamiento de marca, planificación del trabajo, realización de informes, aspectos administrativos y pueda seguir y responsabilizarse de la línea de tiempo general de los proyectos en curso. Asimismo, la empresa debe indicar un suplente en caso de ausencia. Deberá mantener al menos una reunión mensual, con quien designe el Banco, de análisis y seguimiento de la comunicación del Banco y el mercado.

**1.4.1.3. un/a director/a de creatividad y contenidos**, especialista en creación, elaboración y producción de contenidos de comunicación publicitaria e institucional, con probada experiencia en el rubro, que actúe como asesor, creador e interlocutor durante la ejecución de la operación. El/la misma tendrá disponibilidad para interactuar y representará a la agencia en todos los asuntos creativos que se relacionen con la ejecución de los trabajos contratados. Asimismo, la empresa debe indicar un suplente en caso de ausencia. Deberá mantener al menos dos reuniones mensuales, con quien designe el Banco, de presentación de ideas, análisis y seguimiento de la comunicación del Banco y el mercado.

**1.4.1.4. un ejecutivo/a de cuentas**, con probada experiencia, que lidere el seguimiento y correcta ejecución de los trabajos en curso, asista al Banco a lo largo de todos los procesos de elaboración y elabore los status de cada reunión y solicitudes de trabajo. Asimismo, la empresa debe indicar un suplente en caso de ausencia.

**1.4.1.5. un/a diseñador/a gráfico/a**, con probada experiencia en el medio, con capacidad y probada experiencia para realizar la dirección de arte del BROU, con conocimientos de diseño gráfico, digital, editorial e industrial. Asimismo, la empresa debe indicar un suplente en caso de licencia reglamentaria o ausencia por capacitación que pueda representar su rol.

**1.4.1.6. un/a productor/a gráfico, de acciones de BTL y activaciones,** con habilidades comprobables de producción y montaje con probada experiencia en el medio, y que pueda trasladarse dentro del territorio nacional según la demanda laboral y que sea responsable de la supervisión y cumplimiento de las acciones en el territorio. Asimismo, la empresa debe indicar un suplente en caso de licencia reglamentaria o ausencia por capacitación que pueda representar su rol.

**1.4.1.7. un especialista en comunicación digital,** con conocimiento de estrategia, plataformas, medios, entornos y producción digital, con probada experiencia, que pueda asesorar al BROU en su estrategia de marketing digital, si así fuera necesario.

Para su presentación se debe incluir de forma mandatoria, y en este orden:

- a. planilla compilatoria de equipo designado incluida en la sección [Anexos](#).
- b. curriculum vitae, detallando formación, experiencia y referencias, de acuerdo a planilla modelo incluida en sección [Anexos](#)
- c. Documentación probatoria de formación a continuación de cada currículum. Solo se tomará para la puntuación títulos aprobados y experiencia comprobable a través de referencias contactables.

El personal asignado a la cuenta deberá presentar las certificaciones que acrediten lo declarado en cada caso. Se solicita especialmente presentar certificaciones relevantes para las características del rol a desempeñar.

#### **1.4.2. Naturaleza de las contrataciones**

El equipo designado debe ser personal dependiente de la o las firmas presentadas al menos en un 70%. La relación debe ser explicitada en la planilla destinada para tal fin en la sección [Anexos](#).

#### **1.4.3. Responsabilidades y reemplazos**

La empresa informará al BROU la forma de trabajo, recursos involucrados, perfiles funcionales mínimos en cada caso, asignación de las responsabilidades y mecanismos de control de la ejecución de proyecto, entre otros.

Si en la gestión con el adjudicatario, el BROU entiende que el dimensionamiento es inadecuado, la empresa deberá adecuarlo en un plazo máximo de 10 días hábiles.

Si al momento de la adjudicación, alguno de los integrantes del equipo propuesto no se encuentra en condiciones de formar parte del mismo, el adjudicatario deberá proponer, en un plazo máximo de 15 días hábiles contados desde la notificación de la adjudicación, otro técnico que, a juicio del Banco reúna las mismas o superiores condiciones técnicas que el declarado en su oferta.

Si durante la ejecución de la contratación, fuera necesaria la desvinculación de alguno de los integrantes del equipo asignado a BROU por motivo fundado, el adjudicatario deberá comunicarlo al Banco con una anticipación de al menos 15 días hábiles, proponiendo reemplazarlo por otra persona que posea las mismas o superiores condiciones técnicas que el sustituido. En caso de rechazo por parte del Banco de la persona propuesta, el adjudicatario deberá proponer las alternativas necesarias. El incumplimiento será causal suficiente de rescisión.

## **1.5. Metodología de trabajo**

El BROU asignará un equipo contraparte, que trabajará conjuntamente con la empresa y deberá recibir capacitación y transferencia de conocimiento que se requerirá a lo largo de la contratación. Asimismo, la empresa adjudicataria deberá interactuar con otros proveedores de servicios de comunicación contratados por el Banco en todos los casos que sea necesario.

### **1.5.1. Periodicidad**

El BROU solicita, como mínimo, la realización de:

1. una reunión de status semanal
2. una reunión mensual de planificación donde participen los cargos de dirección
3. una reunión trimestral de planificación estratégica
4. una reunión trimestral de planificación de medios
5. una reunión semestral de evaluación donde participe la totalidad de los
6. equipos involucrados.

### **1.5.2. Cumplimiento de plazos**

La empresa adjudicataria deberá presentar en el marco de esta licitación un documento que determine plazos orientativos para la producción de piezas o materiales, según documento solicitado ubicado en la sección [Anexos](#). El mismo será luego acordado entre ambas partes y servirá de referencia para la planificación futura. Asimismo, se acordará un sistema de trabajo que sistematice la aprobación de contenidos.

### **1.5.3. Herramienta de trazabilidad del trabajo en proceso**

La empresa adjudicataria deberá presentar y disponibilizar en el marco del contrato emergente de la presente licitación y de forma permanente y remota un sistema digital de monitoreo y seguimiento de los trabajos en curso, así como indicar sus características y beneficios.

El sistema debe permitir una visualización ágil, dentro de lo posible a una pantalla, de:

1. campañas en curso
2. gestión de los trabajos: realizados, pendientes, en curso
3. reporte de medios donde se están traficando las campañas

En caso de que el Banco adquiera o desarrolle un software específico para la gestión del proceso de Marketing se le asignará usuarios a la empresa a los efectos detallados en este punto.

### **1.5.4. Horario de trabajo**

Deberá adaptarse al horario de trabajo de los equipos del Banco, La empresa adjudicataria deberá garantizar la atención al cliente de 12h. a 20h., de lunes a viernes.

### **1.5.5. Disponibilidad ante situaciones de emergencia**

Ante situaciones excepcionales o situaciones de emergencia, como eventos, fechas clave, cambios de política o sistemas, y otros que el Banco pudiera necesitar, el equipo designado por la empresa adjudicataria deberá brindar asistencia las 24 h y servicio de guardia. **Esta circunstancia debe ser contemplada dentro de honorarios hasta por 48 h de servicios dos veces al año.** En caso de que la situación exceda el tiempo previsto en esta propuesta, será retribuida de acuerdo al costo definido por el oferente en la sección [Anexos](#).

### **1.5.6 Infraestructura técnica y seguridad de la información**

El proveedor deberá disponer y describir las herramientas informáticas y gráficas necesarias para la adecuada provisión del servicio, como software de diseño profesional con licencias al día, infraestructura informática con los respaldos que garanticen la seguridad de la información y otras previsiones que aseguren la preservación de los productos, su back up y los servicios necesarios por el tiempo que dure el contrato. Las mismas se incluirán en declaración jurada que se actualizará anualmente o a requerimiento del Banco.

## CAPÍTULO 2 - Marco normativo

### 2.1. Listado no taxativo de normas que regulan el presente llamado:

**2.1.1.** Ley N° 19.823, de 18 de setiembre de 2019 (Código de Ética en la función pública); Ley N° 17.060, de 23 de diciembre de 1998 (Ley Cristal); Decreto N° 30/003, de 23 de enero de 2003; Decreto N° 500/991 de 27 de setiembre de 1991 (Procedimiento administrativo); y Decreto N° 276/013 de 03 de setiembre de 2013 (Procedimiento administrativo electrónico).

**2.1.2.** Decreto N°150/012 de 11 de mayo 2012, Texto Ordenado de la Contabilidad y Administración Financiera del Estado.

**2.1.3.** Decreto N° 131/014 de 19 de mayo de 2014, Pliego Único de bases y condiciones generales para los contratos de suministros y servicios no personales.

**2.1.4.** Decreto N° 202/024 del 10 de julio de 2024, Registro Único de Proveedores del Estado.

**2.1.5.** Decreto N° 371/010 de 14 de diciembre de 2010 y modificativo Decreto N° 164/013 de 28 de mayo de 2013, Programa de Fortalecimiento de Micro, Pequeñas y Medianas Empresas.

**2.1.6.** Decreto N° 13/009 de 13 de enero de 2009, Consideración de productos nacionales.

**2.1.7.** Decreto N° 164/013 de 28 de mayo de 2013, Criterios de calificación nacional de los bienes en las compras públicas.

**2.1.8.** Ley N° 19.210 de 29 de abril de 2014, Ley de Inclusión Financiera y Decreto N° 180/015 de 06 de julio de 2015, Pago a proveedores por Transferencia Electrónica.

**2.1.9.** Las leyes, decretos y resoluciones vigentes en la materia, a la fecha de apertura del presente llamado.

**2.1.10.** El presente Pliego de Condiciones Particulares y las enmiendas o aclaraciones efectuadas por la Administración durante el plazo del llamado.

Además, se exhorta a los oferentes el conocimiento y cumplimiento de las normas de transparencia disponibles en: <https://www.brou.com.uy/institucional/otros>

### 2.2. Exención de responsabilidades

El BROU se reserva el derecho de desistir del llamado en cualquier etapa de su realización, desestimar las ofertas que no se ajusten a las condiciones del presente llamado; reservándose también el derecho a rechazarlas si no las considera convenientes, sin generar derecho alguno de los participantes a reclamar por concepto de gastos, honorarios o indemnizaciones por daños y perjuicios.

En ese sentido, será responsabilidad de los oferentes financiar todos los gastos relacionados con la preparación y presentación de sus ofertas. El BROU no será responsable en ningún caso por dichos costos, cualquiera sea la forma en que se realice el procedimiento o su resultado.

No se reconocerán, pagarán o reintegrarán conceptos de gastos del adjudicatario no cotizados por este como parte de la oferta o reconocidos expresamente en el presente Pliego o los contratos que el BROU firmare con el adjudicatario.

El BROU podrá, por cualquier causa y en cualquier momento antes de que venza el plazo de presentación de ofertas, modificar los documentos del llamado mediante “enmiendas” y/o “aclaraciones”, ya sea por iniciativa propia o en atención a aclaraciones solicitadas por los oferentes. Ambas serán publicadas en la página de Compras Estatales.

El presente Pliego puede obtenerse en el sitio web de Compras Estatales ([www.comprasestatales.gub.uy](http://www.comprasestatales.gub.uy)) y del Banco República ([www.brou.com.uy](http://www.brou.com.uy)). El pliego tendrá un costo de U\$S 1.000.- (dólares USA un mil).

### **2.3. Aceptación de los términos y condiciones del Pliego**

Por el solo hecho de presentarse al llamado, se entenderá que el oferente conoce y acepta sin reservas los términos y condiciones establecidos en el presente Pliego de Condiciones, en todos sus artículos y en sus [Anexos](#). En caso de que la oferta contradiga lo dispuesto en el presente pliego, podrá ser descalificada.

Asimismo, se entenderá que el oferente hace expreso reconocimiento y manifiesta su voluntad de someterse a las leyes y Tribunales de la República Oriental del Uruguay, con exclusión de todo otro recurso.

A su vez, se entenderá que el mismo, declara no encontrarse comprendido en ninguna disposición que expresamente le impida contratar con el Estado, conforme al artículo 46 del TOCAF, y demás normas concordantes y complementarias aplicables.

### **2.4. Registro Único de Proveedores del Estado**

A efectos de la presentación de ofertas, el oferente deberá estar registrado en el Registro Único de Proveedores del Estado (RUPE), conforme a lo dispuesto por los artículos 46 y 76 del Texto Ordenado de la Contabilidad y Administración Financiera del Estado y el Decreto del Poder Ejecutivo N°202/024 del 10 de julio de 2024.

Los estados admitidos para aceptar ofertas de proveedores son: EN INGRESO y ACTIVO.

## 2.5. Presentación de ofertas

Las propuestas se presentarán personalmente, haciendo entrega de dos sobres separados y cerrados que deberán contener:

- a. sobre número uno (identificado con el número 1), la propuesta técnica.
- b. sobre número dos, (identificado con el número 2), las ofertas económicas.

Cada una de las propuestas deberá estar firmada por el oferente o sus representantes. La omisión de firma en la oferta, determinará su rechazo sin más trámite.

Las ofertas podrán presentarse en forma previa al acto de apertura, entregando los sobres con las propuestas en el DEPARTAMENTO DE ABASTECIMIENTOS o bien en el propio acto de apertura.

No se recibirán ofertas por otra vía.

La oferta debe brindar información clara y fácilmente legible sobre lo ofertado. En caso de presentarse con intención de Consorcio, se deberá indicar cuál de las empresas que lo integran representará al mismo. Dicha firma comercial, será quien ingresará la oferta de acuerdo a lo indicado precedentemente, indicando cómo se distribuirá la facturación entre los integrantes del Consorcio.

### **IMPORTANTE:**

El formato de presentación deberá ser en hoja A4 simple faz, preferentemente anillado o encuadernado de tal manera que facilite la lectura, en impresión color, con tipografía superior a 11 puntos.

Cada hoja, incluida tapas, tapas interiores, retiro de tapa y contratapa, deberán estar numeradas.

Se deberá entregar una (1) copia física además de su copia en digital en versión PDF. A todos los efectos la copia impresa será la tomada como original.

Más allá de la técnica de storyboard, animatic, grabaciones u otras que se utilicen para dar forma a las ideas, los guiones deberán figurar de forma escrita, considerando las descripciones pertinentes de creatividad y producción.

Además de los links que el oferente facilite para su evaluación, que podrán estar enlazados en la nube, una copia de las piezas producidas para la ocasión **deberá ser entregada en dos formatos: pendrive y DVD no regrabable. Este último se tomará como original.**

Cada pieza deberá estar nombrada con el mismo título en el que se hace referencia en la presentación escrita.

Toda información y/o documentación deberá estar redactada en idioma español.

## 2.6. Exposición de propuestas

La Comisión Asesora de Adjudicaciones señalará la fecha de exposición individual de la propuesta de cada oferente, la que tendrá únicamente naturaleza aclaratoria, no pudiendo incorporar información que no haya sido presentada en la oferta.

A tales efectos la empresa dispondrá un máximo de 2 horas. La misma se realizará en las instalaciones del BROU en fecha a acordar y se dispondrá de los medios de reproducción apropiados. Todos los oferentes realizarán la presentación en las mismas condiciones. El BROU se reserva el derecho a grabar dichas presentaciones.

## 2.7. Documentación formal

El oferente deberá presentar la siguiente documentación:

**2.7.1. El formulario de identificación del oferente** debe estar firmado por el titular, o representante con facultades suficientes para ese acto (contar con legitimación). En caso de que la representación esté a cargo de dos o más sujetos actuando conjuntamente, deberá firmarse por todos ellos. (Ver sección [Anexos](#)):

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 ante un punto de atención.

En caso de intención de Consorcio, todas las empresas que lo integrarán deberán identificarse en dicho formulario, suscribiéndolo. Además, cumplirán con lo dispuesto en el presente Pliego.

**2.7.2. Comprobante de adquisición del Pliego**, cuando corresponda.

**2.7.3.** El BROU comprobará en RUPE la vigencia o exoneración del **Certificado del Banco de Seguros del Estado** que acredite el cumplimiento de la Ley N° 16.074 de 10 de octubre de 1989 sobre Accidentes de Trabajo y Enfermedades Profesionales. En caso de que la empresa no posea empleados ni personal a cargo y no haya gestionado el certificado negativo correspondiente, deberá presentar Declaración Jurada firmada por el representante que acredite dicha situación. En caso de oferentes extranjeros se deberá comprobar la vigencia de constancia similar expedida en su país de origen o declaración jurada de que tal constancia no existe, o de que la empresa no posee empleados ni personal a cargo.

**2.7.4.** Resumen no confidencial conforme a lo dispuesto en el apartado **“Información Confidencial y Datos Personales”** del presente Pliego, en caso de corresponder.

**2.7.5. Compromiso de prestar el servicio en régimen de exclusividad.** (Ver Formulario en sección [Anexos](#)).

**2.7.6. Documentación que contenga información sobre identidad de los integrantes del equipo directivo**, principales accionistas, equipo asignado a la cuenta, datos de empresas vinculadas y controladas o controlantes, y de grupo de interés económico en caso de corresponder.

## 2.8. Integración de Consorcio

Si dos o más empresas resolvieran presentarse a este llamado integrando un Consorcio, además de la documentación exigida para cada una de ellas, deberán presentar una **carta compromiso firmada por los representantes legales de cada empresa**, por la cual se comprometen a constituir el Consorcio, en caso de resultar adjudicatarios, de acuerdo a lo dispuesto en los Artículos 17, 501 a 503, modificativas y concordantes de la Ley N°16.060 de 04 de setiembre de 1989 (suscripción del contrato, inscripción del mismo en el Registro Nacional de Comercio y publicación de un extracto en el Diario Oficial).

A los efectos precedentes, para la etapa de presentación de propuestas se deberá indicar, además:

**2.8.1.** Empresas que conformarán el Consorcio.

**2.8.2.** Compromiso de no modificar los términos del documento de asociación hasta la finalización del contrato con la Administración. Este documento deberá estar formulado de acuerdo y de conformidad con las disposiciones legales vigentes en la República Oriental del Uruguay, cualquiera sea la nacionalidad de las empresas.

**2.8.3.** Empresa que facturará el objeto del presente llamado.

**2.8.4.** El documento que acredite la constitución del Consorcio deberá establecer expresamente:

**2.8.4.1.** Qué empresa será la representante.

**2.8.1.2.** Que las firmas integrantes responderán en forma mancomunada y solidaria durante la ejecución del contrato con la Administración y respecto de todas las obligaciones que se deriven del mismo.

**2.8.1.3.** Indivisibilidad de las obligaciones contraídas en el mismo y la no modificación del acta o contrato de Consorcio sin previa notificación y conformidad del BROU.

El adjudicatario dispondrá de un plazo de 45 días corridos a partir del día siguiente a la notificación de la Resolución de adjudicación, para presentar testimonio por exhibición de la primera copia de escritura pública o del primer testimonio de protocolización de la constitución del Consorcio, inscripción y publicación.

## 2.9. Subcontratos

En caso de subcontratar a una empresa para la ejecución del objeto del presente llamado, deberá presentarse una carta compromiso entre el oferente y la empresa a subcontratar, en la que se especifiquen los términos y el alcance de la subcontratación pretendida.

El contratista no podrá subcontratar, traspasar o ceder a terceros el contrato o cualquier parte de él sin la autorización expresa y por escrito de la Administración y en todos los casos seguirá siendo responsable

Los eventuales subcontratos que la empresa oferente proponga para entregar cualquier bien o producir cualquier servicio no la eximirá, en ningún caso, de las responsabilidades por la totalidad de la oferta presentada, siendo por ende el Adjudicatario el único responsable del desempeño de los subcontratistas, manteniendo el BROU, únicamente trato directo con el Adjudicatario.

A su vez, cabe destacar que, al evaluar los antecedentes y experiencia del oferente no se considerará a la empresa subcontratada.

## **2.10. Oferentes extranjeros**

El oferente que no esté instalado en el país deberá constituir domicilio en Uruguay a los efectos legales.

Cuando se presenten empresas extranjeras, las firmas que no se encuentren instaladas en el país, podrán actuar por medio de representante, en cuyo caso el mismo deberá estar inscripto en el Registro Nacional de Representantes de Firms Extranjeras, creado por la Ley N° 16.497 de 15 de junio de 1994 y, en caso de ser adjudicatarias, deberán constituir domicilio en el mismo.

## **2.11. Información Confidencial y Datos Personales**

Cuando los oferentes incluyan información considerada confidencial, al amparo de lo dispuesto en el artículo 10 numeral I) de la Ley N° 18.381 de 17 de octubre de 2008, de Acceso a la Información Pública, y del artículo 65 del TOCAF, la misma deberá ser presentada indicando expresamente tal carácter y en forma separada de la parte pública de su oferta.

La clasificación de la documentación en carácter de confidencial es de exclusiva responsabilidad del proveedor. En caso de que en la oferta se presente información catalogada como confidencial, que no encuadre dentro de las hipótesis previstas por la normativa, la Administración podrá solicitar al oferente que levante el carácter de confidencial atribuido a la misma bajo apercibimiento de desestimar toda su oferta, otorgándosele para ello un plazo de dos días hábiles (Artículo 65 inciso 7 del TOCAF).

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

considera información confidencial:

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

podrá considerarse información confidencial:

7. la relativa a los precios;
8. la descripción de bienes y servicios ofertados, incluyendo el equipo designado, la propuesta técnica, la experiencia y la experticia;
9. las condiciones generales de la oferta.

**IMPORTANTE: toda información que sea utilizada como factor de evaluación debe quedar a la vista de todos los participantes del llamado.** En ningún caso podrá considerarse información confidencial aquella que refiera a aspectos sustanciales para la evaluación de las ofertas, conforme al Dictamen N°07/2017 del Consejo Ejecutivo de la Unidad de Acceso a la Información Pública (UAIP) de fecha 9 de junio de 2017.

Los documentos que entregue un oferente en carácter confidencial no serán divulgados a los restantes oferentes. El carácter de confidencialidad otorgado a la información presentada no será de aplicación para el Tribunal de Cuentas, ni para el BROU u otras entidades públicas que deban participar en el presente proceso de contratación a fin de cumplir con sus respectivos cometidos.

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 de 2 de agosto de 2010).

Para el caso que las ofertas contengan datos personales cuyo titular no sea el oferente, este último, si correspondiere, deberá recabar el consentimiento de los titulares de los mismos, conforme a lo establecido en la Ley de Protección de Datos Personales y Acción de Habeas Data N° 18.331 de 11 de agosto de 2008, normas concordantes y complementarias. Asimismo, se deberá informar a los titulares de los datos personales que se incluyen en la oferta, de los derechos reconocidos por el artículo 13 de la mencionada Ley.

Asimismo, el Proveedor se obliga a tratar los datos personales a los que tuviere acceso de conformidad con la precitada Ley y el Decreto N° 414/009, de 31 de agosto de 2009, únicamente para la prestación y en el marco del servicio contratado, no pudiendo utilizarlos para otra finalidad, ni en beneficio propio ya sea gratuito u oneroso, ni cederlos, comunicarlos o transferirlos a terceros, salvo previa autorización expresa y documentada del BROU. En ningún caso el acceso a datos personales podrá entenderse como cesión o permiso para su libre utilización por parte del Proveedor. El Proveedor se obliga a adoptar las medidas de seguridad necesarias para garantizar la seguridad y confidencialidad de los datos personales y evitar su adulteración, pérdida, consulta o tratamiento no autorizado, así como detectar desviaciones de información.

## **2.12. Propiedad intelectual**

Toda creación intelectual y/o industrial que sea generada, desarrollada y/o producida por el adjudicatario como resultado de la contratación, serán propiedad del BROU, quien podrá en consecuencia, replicar, difundir, modificar y hacer uso de la misma, sin que el adjudicatario tenga derecho a cobro de compensación y/o indemnización por dicha utilización.

El Proveedor no podrá hacer uso de ninguno de los productos realizados para los servicios descritos en el punto 1 del presente llamado en otros proyectos de índole nacional o internacional.

Sin perjuicio de lo anterior, se autoriza al adjudicatario a utilizar este trabajo como antecedente a ser presentado ante diferentes organizaciones de forma de acreditar su experiencia técnica en la materia.

El Proveedor se compromete a prestar absoluta colaboración en la generación de la documentación y/o información que fuera necesaria para efectuar los registros correspondientes.

A todos estos efectos serán de aplicación en cuanto corresponda, las Leyes N° 9.739 de 17 de diciembre de 1937 (derechos de autor y conexos), N° 17.011 de 25 de setiembre de 1998 (marcas), N° 17.164 de 02 de setiembre de 1999 (patentes, modelos de utilidad y diseños industriales) sus modificativas y Decretos reglamentarios respectivos.

El Proveedor, declara ser titular de los derechos que cede y, en su mérito, indemnizará y librá de toda responsabilidad al BROU y a sus funcionarios en caso de pleitos, acciones o procedimientos administrativos y/o judiciales, reclamaciones, demandas, pérdidas, daños, costos y gastos de cualquier naturaleza, incluyendo gastos y honorarios por representación legal que el BROU tenga que incurrir como resultado de transgresión o supuesta transgresión de dichos derechos, sean estos derechos de patente, uso de modelo, diseño, marca registrada, derecho de autor o cualquier otro derecho de propiedad intelectual registrado o no, o ya existente a la fecha del Contrato, debido a la instalación de los bienes o su uso en el país, así como por cualquier circunstancia derivada del cumplimiento de este Contrato por el Proveedor.

Será de exclusiva responsabilidad del adjudicatario cualquier sanción o indemnización que fuere generada por el incumplimiento de la normativa vigente o de las obligaciones establecidas precedentemente. A su vez, si se entablara un proceso legal o una demanda contra el BROU como resultado de alguna de las situaciones indicadas, el BROU notificará prontamente al Proveedor y éste por su propia cuenta y en nombre del BROU responderá a dicho proceso o demanda y realizará las negociaciones necesarias para llegar a un acuerdo. Sin perjuicio de ello, el BROU mantendrá siempre la opción de articular su propia defensa, debiendo ser reembolsado por el adjudicatario por todos los gastos razonables en que hubiera incurrido, incluidos los honorarios profesionales.

### 2.13. Consultas y comunicaciones

A todos los efectos de comunicación, el BROU pone a disposición de los interesados la siguiente vía de contacto:  
**abastecimientos-licitaciones@brou.com.uy**

Los oferentes podrán formular por escrito las consultas o aclaraciones que consideren necesarias hasta 10 (diez) días hábiles antes de la fecha prevista para la apertura de las ofertas.

Los oferentes podrán solicitar prórroga para la fecha de apertura de las ofertas hasta 7 (siete) días hábiles antes de la fecha de apertura establecida. Esta solicitud deberá ser por escrito y fundamentando la misma. El BROU se reserva el derecho de atender la solicitud o desestimarla. El Banco no dará trámite a ninguna solicitud de prórroga si el o los solicitantes no depositan previamente en garantía de la efectiva presentación de la propuesta, un valor equivalente al 1% del monto máximo para las Licitaciones Abreviadas Comunes.

En ambos casos, vencidos los plazos mencionados, el BROU no estará obligado a pronunciarse.

Las consultas o solicitudes de prórrogas presentadas dentro de los plazos referidos serán respondidas en un plazo no mayor a 3 (tres) días hábiles, mediante correo electrónico, sin perjuicio de las publicaciones que correspondan según lo dispuesto en los artículos 3 a 6 del Pliego Único de Bases y Condiciones Generales para los contratos de suministros y servicios no personales aprobado por Decreto N° 131/014 de 19 de mayo de 2014.

Los plazos fijados en el presente pliego se computarán en días hábiles a partir del día siguiente a la notificación, citación o emplazamiento.

Se entiende por días hábiles aquellos en que funcionen las oficinas de la Administración Pública y por horas hábiles las correspondientes al horario fijado para el funcionamiento de las mismas.

El BROU podrá por cualquier causa y en cualquier momento antes de que venza el plazo de presentación de las ofertas, modificar los documentos del llamado mediante "aclaraciones", ya sea por iniciativa propia o en atención a aclaraciones solicitadas, conforme al artículo 4 del Pliego Único de Bases y Condiciones Generales para los contratos de suministros y servicios no personales aprobado por Decreto N° 131/014 de fecha 19 de mayo de 2014. Las modificaciones y aclaraciones serán publicadas en el sitio web de Compras Estatales:

<https://www.gub.uy/agencia-reguladora-compras-estatales>

## **2.14. Apertura de las ofertas**

En la fecha, lugar y hora indicada se efectuará la apertura pública de la oferta, únicamente del contenido técnico. Dicha apertura se realizará en presencia de los funcionarios que al efecto designe el Banco y de los oferentes o sus representantes que deseen asistir.

A partir de ese momento, 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.

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

## 2.15. Plazo y garantía de mantenimiento de las ofertas

Las ofertas serán válidas y obligarán al oferente por el término de 365 (trescientos sesenta y cinco) días corridos y perentorios, a contar desde el día siguiente al de la apertura de las mismas, a menos que, antes de expirar dicho plazo el BROU ya se hubiera expedido respecto de ellas.

A los oferentes no se le requerirá la garantía de mantenimiento de su oferta, pero en caso de incumplimiento de la presente, se sancionará con una multa equivalente al 5% del monto máximo de su oferta (artículo 64 del TOCAF).

## 2.16. Cotizaciones y precios

Se deberán cotizar los servicios que brindará directamente la agencia de publicidad detallados en el numeral 1.1 brindado por el equipo detallado en el numeral 1.3.1.

Se deberá presentar la cotización de acuerdo a los siguientes parámetros:

### 2.16.1. Honorarios

La empresa deberá cotizar por conceptos de Honorarios (H) todos los aspectos del servicio detallado precedentemente considerando los siguientes subfactores (S):

Subfactor	Tipo de honorario	Peso relativo
1	Honorarios mensuales	65%
2	Tarifario de costos de servicios y productos	20%
3	Honorarios sobre inversión en producción	10%
4	Membresía de bancos de imágenes	5%

Esta propuesta de cotización no obliga al BROU a operar de forma exclusiva con el adjudicatario, ni en compra de servicios de diseño, creatividad, asesoramiento, producción o afines.

La cotización deberá ser en pesos uruguayos y los impuestos deberán aparecer en forma desagregada. Tendrán validez de un año a partir de la adjudicación.

### 2.16.2. Tarifario de servicios de creatividad, diseño y guía de plazos disponible en sección [Anexos](#)

Si bien la amplia mayoría de los servicios deberán proveerse como parte de los honorarios mensuales, el Banco solicita el detalle de los mismos y el precio unitario de cada producto como forma de contrastar costos y planificar la inversión. Se considerarán únicamente precios unitarios y no rangos de precios.

El BROU se reserva el derecho de solicitar las aclaraciones que se consideren pertinentes.

### 2.16.3. Ajuste de precios

Los precios adjudicados se reajustarán semestralmente en las fechas 1º de enero y 1º de julio de cada año de vigencia del contrato y de acuerdo al 100% de la variación del Índice de Precios al Consumo (IPC) publicado por el Instituto Nacional de Estadísticas (INE) de acuerdo a la siguiente fórmula:

$$P = P_o \times (C_{Vi}/C_{Vo})$$

P = Precio del servicio a facturar

P<sub>o</sub> = Precio del servicio a la fecha de presentación de la oferta.

C<sub>vi</sub> = Índice de Costo de Vida (Índice General de Precios al consumo publicado por el Instituto Nacional de Estadística) vigente a la fecha de ajuste.

C<sub>vo</sub> = Índice de Costo de Vida (Índice General de Precios al consumo publicado por el Instituto Nacional de Estadística) vigente a la fecha de apertura de la oferta

Es necesario tener presente que el ajuste debe considerarse como referencia el mes anterior a la prestación del servicio y nunca el mes anterior a la facturación.

## CAPÍTULO 3 - Evaluación de las ofertas

### 3.1. Evaluación de las ofertas

Se evaluarán las ofertas desde el punto de vista formal, técnico y económico, dando lugar al rechazo de las que no se ajusten a los requerimientos y especificaciones sustanciales descritas en el presente Pliego.

Efectuada la apertura, se realizará el control formal y de admisibilidad de las propuestas presentadas, el cual consiste en apreciar la correspondencia de las ofertas presentadas a tiempo, a los requerimientos contenidos en el Pliego y demás normas aplicables.

En particular, y sin que implique una remuneración taxativa, resultarán inadmisibles aquellas ofertas que:

1. No fueran presentadas en tiempo y por los medios establecidos en el presente llamado.
2. Aquellas que no presentaran la documentación solicitada en tiempo y forma,
3. Contradigan disposiciones del Pliego o la normativa vigente.
4. Incluyan información referida a los precios (oferta económica) en su propuesta técnica.

El BROU se reserva el derecho de realizar por su cuenta las averiguaciones pertinentes a fin de constatar la veracidad de la información presentada en la oferta.

Cuando corresponda, el BROU podrá utilizar los mecanismos de mejora de ofertas o negociación, de acuerdo a lo previsto en el artículo 66 del TOCAF.

La ausencia de información referida al cumplimiento de un requerimiento será considerada como “no cumple dicho requerimiento”.

Realizado el control formal de las ofertas, las mismas se evaluarán desde el punto de vista técnico y económico y en base a los criterios que se establecen a continuación.

### 3.2. Puntajes máximos adjudicados a cada propuesta

Los puntajes de cada etapa de evaluación serán de acuerdo a las siguientes franjas:

Propuesta	Puntaje máximo
Técnica (Sobre 1)	70
Económica (Sobre 2)	30

En caso de que el puntaje obtenido en cada etapa tenga decimales, se aplicará el criterio de utilizar dos decimales.

A los efectos de la adjudicación se considerará el puntaje total obtenido en la evaluación técnica y económica de las ofertas, el que estará sujeto al abatimiento dispuesto en el apartado “Antecedentes del Proveedor en RUPE”.

### 3.3. Evaluación de componentes de la Propuesta Técnica

Se considerará que califica desde el punto de vista técnico, toda oferta ingresada que cumpla con todos los requisitos mínimos especificados para cada ítem.

Los criterios técnicos a evaluar serán de acuerdo a las siguientes franjas:

Evaluación Propuesta Técnica		Puntaje máximo
Componente 1	Antecedentes y experiencia	40
Componente 2	Solución técnico/creativa	30

#### 3.3.1. Antecedentes y experiencia

Se deberá especificar la siguiente información sobre el equipo de trabajo con el que el oferente cuenta para prestar el servicio solicitado. La evaluación del equipo se realizará en función de los siguientes factores:

Concepto	Puntaje máximo
A. Experticia del proveedor en servicios integrales de publicidad	ExpE= 25
B. Perfil profesional de cada miembro	F + Exp = 15
a) Formación académica	F = 7
b) Experiencia relevante	Exp = 8
<b>Puntaje máximo a asignar ExpE + F + Exp =40</b>	

##### 3.3.1.1. Experticia del proveedor en servicios integrales de publicidad

El proveedor deberá contar con experiencia en trabajos similares a los del objeto del llamado (empresas de cualquier rubro que desarrollen estrategias de comunicación 360° dirigidas preferentemente a productos de consumo masivo) mencionando al menos 5 casos de éxito creados y ejecutados en Uruguay preferentemente en su totalidad por la propia estructura de la agencia, previo a la fecha de publicación del presente Pliego, en los últimos 4 años, acreditado mediante carta de conformidad de parte de los clientes.

Cuatro de ellos deberán ser por un monto de inversión no menor a U\$S 30.000 más impuestos, de forma tal que permitan evaluar la calidad de ejecución de servicios similares a los solicitados por BROU para el presente pliego.

Se deberán indicar los puntos que se consideren relevantes, especificando para cada uno de ellos aspectos destacables para su valoración. A modo de ejemplo: descripción del producto que se comunicaba, estrategia creativa definida, medios utilizados, impacto cuantificado de la acción, etc.

Los criterios definidos para la valoración de cada uno de los 5 casos son:

<b>Criterio Experticia</b>	<b>Puntaje</b>
Desarrollo estratégico, creativo e implementación del caso, detallando fecha y territorio de ejecución Se considerará 0,5 si el desarrollo creativo o ejecución de medios no fue realizado por la agencia.	1 pto.
Presentación de datos de eficiencia a nivel de comunicación No presenta (0), Presenta datos parciales (0,5), Presenta datos completos (1)	1 pto.
Presentación de datos de eficiencia a nivel comercial No presenta (0), Presenta datos parciales (0,5), Presenta datos completos (1)	1 pto.
Presentación de inversión No presenta (0), Presenta datos parciales (0,5), Presenta datos completos (1)	1 pto.
Carta de cliente que incluya forma de contacto No presenta (0), Presenta datos parciales (0,5), Presenta datos completos (1)	1 pto.
<b>SUB TOTAL (5 casos)</b>	<b>25 ptos.</b>

### 3.3.1.2. Perfil profesional del equipo de trabajo

El equipo designado debe ser personal dependiente de la o las firmas presentadas al menos en un 70% y la relación laboral y de méritos deberá ser indicada de acuerdo a la tabla provista en la sección [Anexos](#).

Deberá detallarse para cada componente nombre, rol, formación y experiencia relevante. Los criterios definidos para la valoración de cada caso conformarán un puntaje promedio ponderado, y son:

<b>Criterio Perfil profesional</b>	<b>Máximo posible</b>
Experiencia relevante 0,8 punto por año hasta 10 años / 0,53 por año hasta 15 años según corresponda	8 ptos.
Educación de posgrado (1,5 hasta 2 títulos)	3 ptos.
Educación de grado (1 hasta 2 títulos)	2 pto.
Educación técnica (título técnico 2 o más años) 0,5 hasta 2 títulos	1 pto.
Educación no formal, certificaciones o actualizaciones 0,2 hasta 5 certificaciones	1 pto.
<b>SUBTOTAL (promedio del equipo presentado)</b>	<b>15 ptos</b>

**IMPORTANTE:**

se requiere la presentación de los currículums y títulos acreditativos de los integrantes del equipo de trabajo propuesto -en el formato dispuesto en la sección [Anexos](#)- a los efectos de acreditar el cumplimiento de los requisitos solicitados.

Asimismo, se deberá acreditar la experiencia a través de la provisión de datos de contacto de las empresas, organizaciones o personas referentes contactables.

Sin perjuicio de ello, en caso de que sufrieran alteraciones los equipos de trabajo, el oferente que resulte adjudicatario se compromete a cumplir con un perfil del equipo que sea igual o superior al declarado en su oferta de acuerdo a lo estipulado en el punto 1.4.3.

**3.3.2. Respuesta técnico-creativa al ejercicio planteado**

Para evaluar la respuesta técnica al [brief planteado por el Banco](#) se utilizarán los siguientes criterios y ponderaciones:

<b>Criterio Respuesta técnico-creativa</b>	<b>Puntaje</b>
1. Desarrollo Estratégico de la Campaña	DE = 12 pts
2. Propuesta Creativa	PC = 12 pts
3. Proyección de Pauta Publicitaria	PP = 4 pts
4. Otros	O = 2 pts
<b>SUBTOTAL Puntaje máximo a asignado</b>	<b>30 pts</b>

### 3.3.2.1 Subcriterio Desarrollo Estratégico de la Campaña

Para el subcriterio 1 se asignarán los siguientes criterios y puntajes parciales:

Subcriterio Desarrollo Estratégico de la Campaña	Puntaje
1. ¿Presenta un informe de competencia pertinente, entendible y de valor? Escala: Cumple y se destaca (1,5), Cumple (1); Cumple parcialmente (0,5); No cumple (0)	1,5
2. ¿Presenta un clipping de noticias pertinente, entendible y de valor? Escala: Cumple y se destaca (1,5), Cumple (1); Cumple parcialmente (0,5); No cumple (0))	1,5
3. ¿Presenta una definición sustentada de los públicos objetivos? Escala: Cumple y se destaca (1,5), Cumple (1); Cumple parcialmente (0,5); No cumple (0)	1,5
4. ¿Define correctamente la ocasión de negocio, el producto y plantea un ciclo de comunicación asociado al ciclo de vida del cliente? Escala: Cumple y se destaca (1,5), Cumple (1); Cumple parcialmente (0,5); No cumple (0)	1,5
5. ¿El mensaje central (concepto creativo) es pertinente para el público que tiene que hablarle y cumple con el brief? Escala: Cumple y se destaca (1,5), Cumple (1); Cumple parcialmente (0,5); No cumple (0)	1,5
6. ¿Es simple de entender por los públicos definidos? Escala: Cumple y se destaca (1,5), Cumple (1); Cumple parcialmente (0,5); No cumple (0)	1,5
7. ¿Es diferente u original respecto al resto de las comunicaciones bancarias en un sentido constructivo para la marca? Escala: Cumple y se destaca (1,5), Cumple (1); Cumple parcialmente (0,5); No cumple (0)	1,5
8. ¿Inspira al cambio? ¿Mueve a la acción? Escala: Cumple y se destaca (1,5), Cumple (1); Cumple parcialmente (0,5); No cumple (0)	1,5
<b>Subtotal máximo para Desarrollo Estratégico</b>	<b>12</b>

### 3.3.2.2. Subcriterio Propuesta Creativa

Para el subcriterio 2 se asignarán los siguientes criterios y puntajes parciales, atendiendo la propuesta creativa y su aplicación a los productos o acciones específicas solicitadas:

Subcriterio Propuesta Creativa / Creatividad	Puntaje
¿La estrategia presentada se plasma cabalmente en las piezas de la campaña creativa? Escala: Cumple y se destaca (3), Cumple (2); Cumple parcialmente (1); No cumple (0)	3

¿Comunica el valor general del producto? Sí y se destaca (2); Sí (1); Parcialmente o insuficiente (0)	2
¿Es memorable? Sí y se destaca (2); Sí (1); Parcialmente o insuficiente (0)	2
¿Transmite los valores del Banco? (equidad, ética, vocación de servicio, calidad en los servicios, innovación, simpleza, cercanía) Sí y se destaca (1,5); Sí (1); Parcialmente o insuficiente (0,5); No (0)	1,5
¿Comunica adecuadamente sus beneficios e indica la forma de acceder al nuevo producto? (0,5); Sí (0,5); Parcialmente (0,25); No cumple (0)	0,5
¿Es legible y respeta el manual de marca? (0,5); Sí (0,5); Parcialmente (0,25); No cumple (0)	0,5
¿El diseño se adapta a cada medio? (0,5); Sí (0,5); Parcialmente (0,25); No cumple (0)	0,5
<b>Subtotal máximo creatividad</b>	<b>10</b>
<b>Subcriterio Propuesta Creativa / Aplicaciones solicitadas</b>	<b>Puntaje</b>
BTL o Activación en dependencias Cumple y se destaca (0,2); Cumple (0,1); Cumple parcialmente o no cumple (0)	0,2
Stand y Activación en Expo Prado Cumple y se destaca (0,2); Cumple (0,1); Cumple parcialmente o no cumple (0)	0,2
Activación en Básquet o Carnaval Cumple y se destaca (0,2); Cumple (0,1); Cumple parcialmente o no cumple (0)	0,2
Propuesta de gestión de prensa Cumple y se destaca (0,2); Cumple (0,1); Cumple parcialmente o no cumple (0)	0,2
Propuesta de gestión PR e influencers Cumple y se destaca (0,2); Cumple (0,1); Cumple parcialmente o no cumple (0)	0,2
Marketing Directo Cumple y se destaca (0,2); Cumple (0,1); Cumple parcialmente o no cumple (0)	0,2
Aplicación a sucursales Cumple y se destaca (0,2); Cumple (0,1); Cumple parcialmente o no cumple (0)	0,2
Folleto explicativo Cumple y se destaca (0,2); Cumple (0,1); Cumple parcialmente o no cumple (0)	0,2
Card Carrier para tarjeta Cumple y se destaca (0,2); Cumple (0,1); Cumple parcialmente o no cumple (0)	0,2
Campaña en redes sociales y banner en home web Cumple y se destaca (0,2); Cumple (0,1); Cumple parcialmente o no cumple (0)	0,2

<b>Subtotal máximo Aplicaciones solicitadas</b>	<b>2</b>
---	----------

### 3.3.2.3. Subcriterio Proyección de Pauta Publicitaria y Planificación de Medios

Para el subcriterio 3 se asignarán los siguientes criterios y puntajes parciales:

<b>Proyección de Pauta Publicitaria / ATL</b>	<b>Puntaje</b>
Análisis y tendencias del sistema actual de medios de Uruguay Presenta (0,1); No presenta (0)	0,1
¿Tiene una estrategia y selección de medios afín a los públicos definidos? Cumple y se destaca (0,3); Cumple (0,2); Cumple parcialmente (0,1); No cumple (0)	0,3
Mix de medios. Distribución de salidas y espacios propuestos en los medios seleccionados Cumple y se destaca (0,3); Cumple (0,2); Cumple parcialmente (0,1); No cumple (0)	0,3
¿Tiene el alcance necesario? Cumple y se destaca (0,3); Cumple (0,2); Cumple parcialmente (0,1); No cumple (0)	0,3
¿Tiene la cobertura territorial necesaria? Cumple y se destaca (0,3); Cumple (0,2); Cumple parcialmente (0,1); No cumple (0)	0,3
¿Tiene la repetición necesaria? Cumple y se destaca (0,3); Cumple (0,2); Cumple parcialmente (0,1); No cumple (0)	0,3
¿Tiene el timing correcto? Cumple y se destaca (0,3); Cumple (0,2); Cumple parcialmente (0,1); No cumple (0)	0,3
¿Las herramientas utilizadas y presentadas garantizan la calidad final del trabajo? Cumple y se destaca (0,3); Cumple (0,2); Cumple parcialmente (0,1); No cumple (0)	0,3
<b>Proyección de Pauta Publicitaria / Digital</b>	
Análisis y diagnóstico de ecosistema digital de la categoría Cumple y se destaca (0,3); Cumple (0,2); Cumple parcialmente (0,1); No cumple (0)	0,3
¿Tiene una estrategia y selección de medios afín a los públicos definidos? Cumple y se destaca (0,3); Cumple (0,2); Cumple parcialmente (0,1); No cumple (0)	0,3
¿Tiene el alcance y frecuencia necesaria? Cumple y se destaca (0,3); Cumple (0,2); Cumple parcialmente (0,1); No cumple (0)	0,3
¿Tiene la cobertura territorial necesaria? Cumple y se destaca (0,3); Cumple (0,2); Cumple parcialmente (0,1); No cumple (0)	0,3
¿Tiene el timing correcto? Cumple y se destaca (0,3); Cumple (0,2); Cumple parcialmente (0,1); No cumple (0)	0,3
¿Las herramientas utilizadas y presentadas garantizan la calidad final del trabajo? Cumple y se destaca (0,3); Cumple (0,2); Cumple parcialmente (0,1); No cumple (0)	0,3
<b>Subtotal máximo Proyección de Pauta Publicitaria</b>	<b>4</b>

El oferente deberá diseñar la proyección de pauta publicitaria en medios, en base a las necesidades de cobertura y de acuerdo con la población objetivo (región geográfica, edad, género, nivel socioeconómico, entre otras relevantes para el objeto de la adquisición).

Para ello deberá considerar la penetración de la publicidad, tomando en cuenta la medición de audiencia (en caso de medios no digitales) o visibilidad potencial (en caso de medios digitales).

La propuesta deberá venir acompañada de una justificación de la asignación. Podrá haber más de una alternativa de asignación en caso de que existan distintas combinaciones igualmente convenientes.

### 3.3.2.4. Otros

Para el subcriterio 4 se asignarán los siguientes criterios y puntajes parciales:

Subcriterio	Puntaje
¿El desarrollo estratégico y la campaña se presentan de manera clara, organizada y entendible? Sí y se destaca (3), Sí (2), Parcialmente (1), No cumple (0)	1
¿Presenta otras propuestas innovadoras que puedan sumar valor a la campaña? Presenta y se destaca (2), Presenta (1), No presenta (0)	0,5
¿Las propuestas presentadas son implementables? Son implementables (2), Parcialmente implementables (1), No son implementables (0)	0,5
<b>Subtotal máximo ponderado</b>	<b>2</b>

### 3.4 Antecedentes del proveedor en RUPE

Las sanciones registradas en RUPE se considerarán como antecedente al momento de la evaluación de las ofertas únicamente durante los plazos que se indican a continuación, computados a partir de su registro:

Tipo de sanción	Plazo
Advertencia	12 Meses
Multa / Ejecución de la garantía de mantenimiento de oferta o de fiel cumplimiento de contrato	18 Meses
Suspensión	Equivalente al doble del período correspondiente a la suspensión, con un mínimo de 18 meses
Eliminación	Indefinido

Las sanciones que el proveedor presente registradas en RUPE, considerándolas de acuerdo con lo estipulado en el cuadro anterior, impactarán en la calificación alcanzada en la evaluación de las ofertas, de conformidad con los siguientes criterios:

Puntaje máximo de abatimiento = 15

Fórmula a aplicar para identificar el abatimiento en cada caso:

Antecedentes negativos (AN) = TS + CS + PI

Donde:

TS = tipo de sanción (vale el tipo de sanción más gravoso cuando haya más de una sanción vigente)

TS	Valor
Advertencia	1.5
Multa / Ejecución de la garantía de mantenimiento de oferta o de fiel cumplimiento de contrato	3.75
Suspensión <sup>(1)</sup>	6
Eliminación <sup>(2)</sup>	6

<sup>(1)</sup> En el caso de que la suspensión hubiere sido impuesta por el organismo que contrata y el efecto de la misma no se hubiera agotado, el proveedor no podrá ser considerado a los efectos de esta contratación.

<sup>(2)</sup> Siempre que la sanción no tenga alcance al BROU.

CS = cantidad de sanciones vigentes en RUPE

CS	Valor
1	0
2	2.25
3	3.75
4 o más	6

PI = proporción de los contratos con sanciones vigentes. El puntaje se asigna en función de la cantidad de sanciones vigentes en RUPE (CS) sobre cantidad de adjudicaciones registradas en el sitio web de compras estatales (CA).

PI	Valor
Si $0 < CS/CA \leq 0,2$	1.5
Si $0,2 < CS/CA \leq 0,5$	2.25
$CS/CA > 0,5$	3

Culminada la evaluación técnica, la Comisión Asesora confeccionará una nómina con los oferentes que estén habilitados para participar en la etapa siguiente, de conformidad con los criterios y puntajes antes detallados.

Una vez aprobada la referida nómina, se procederá a la apertura de la propuesta económica.

### 3.5 Evaluación económica

A efectos comparativos se considerará el precio unitario sin impuestos, de acuerdo a lo cotizado, según lo solicitado en la cláusula número 2.16, "Cotizaciones y Precios". En caso de corresponder, se aplicarán las preferencias conforme a la normativa vigente. A este precio se le llamará Valor de Comparación (VC).

Las propuestas económicas admitidas en base al criterio de calificación citado en el párrafo anterior se ordenarán por Valor de Comparación, asignándole el máximo puntaje previsto para E a la oferta que presente un menor valor. El resto de las ofertas obtendrán un puntaje inversamente proporcional, de acuerdo a su ubicación en el ordenamiento respecto a la que se le asignó el puntaje máximo.

La fórmula para determinar los puntajes de precio es la siguiente:

$$\text{Puntaje Económico} = E \times VC_b / VC_i$$

Donde:

-VC<sub>b</sub> es el Valor de Comparación más bajo entre las ofertas admitidas;

-VC<sub>i</sub> el Valor de Comparación de la propuesta en consideración.

## Capítulo 4 – Adjudicación

### 4.1 Selección de ofertas

La selección de las ofertas presentadas se hará entre aquellas que precalifiquen en base a la evaluación formal y el juicio de admisibilidad, adjudicando a la/las oferta/s que obtenga/n el mayor puntaje total.

Una vez adjudicado el procedimiento, se publicará la Resolución de adjudicación en los sitios y formas establecidos por la normativa vigente, se notificará por cualquier medio fehaciente, a los oferentes y al adjudicatario y se firmará con éste el contrato cuyo modelo figura en la sección [Anexos](#).

El BROU se reserva el derecho de adjudicar a la oferta que considere más conveniente para sus intereses y a las necesidades del servicio, y también de rechazar a su exclusivo juicio, la totalidad de las ofertas, de adjudicar total o parcialmente los ítems solicitados, así como de no adjudicar alguno de ellos.

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 <https://www.gub.uy/agencia-reguladora-compras-estatales/politicas-y-gestion/planes/registro-unico-proveedores-d-el-estado>.

Si al momento de la adjudicación, el proveedor que resulte adjudicatario no hubiese adquirido el estado ACTIVO; en RUPE, una vez dictado el acto, el BROU otorgará un plazo de 30 (Treinta) días corridos, a fin de que el mismo adquiera dicho estado, bajo apercibimiento de adjudicar el llamado al siguiente mejor oferente en caso de no cumplirse este requerimiento en el plazo mencionado.

Conforme a lo dispuesto por el artículo 76 del TOCAF el BROU tendrá a su cargo la validación y aprobación de la inscripción del proveedor en RUPE.

### 4.2 Documentación a verificar a los adjudicatarios

El adjudicatario dispondrá de un plazo de 2 (dos) días hábiles a partir del día siguiente a la notificación de la Resolución de Adjudicación, para presentar el Compromiso de no Divulgación -que luce en la sección [Anexos](#) debidamente firmado.

La empresa adjudicataria en aplicación de la preferencia a la industria nacional (dispuesta en el Decreto N° 13/009) o del Subprograma de contratación pública para el desarrollo de las MIPYMEs (dispuesta en el Decreto N° 371/010), deberá presentar certificado de origen emitido por las entidades competentes que acredite que su producto califica como nacional. Para ello contará con un plazo máximo de 15 días hábiles contados a partir del día siguiente a la notificación de la resolución de adjudicación.

En caso de que el certificado no fuera presentado en el plazo previsto o fuera denegado, se podrá dejar sin efecto la adjudicación, la que podrá recaer en la siguiente mejor oferta.

El incumplimiento de cualquiera de las obligaciones previstas en el presente numeral en tiempo y forma, será motivo para considerar al adjudicatario incurso en mora de pleno derecho, dejar sin efecto la adjudicación e iniciar las acciones legales correspondientes.

## Capítulo 5 - Tareas a desarrollar

Se le encomendará al contratista la realización de las siguientes tareas y entregables, de acuerdo a lo establecido en el Capítulo 1.2:

Entregable	Descripción
1	Servicios de asesoría en la definición y desarrollo integral de la estrategia de comunicación, construcción de marca y generación de información para la toma de decisiones.
2	Servicios de atención al cliente, administración del flujo de trabajo y sus componentes contractuales, seguimiento de proyectos y elaboración de informes y análisis para la evaluación, monitoreo y mejora permanente.
3	Servicios de creatividad en comunicación institucional, publicitaria y promocional.
4	Servicios de planificación de medios.
5	Servicios de diseño gráfico, digital, editorial, industrial y otros
6	Servicios de creación e implementación de sponsorship, promociones y activaciones.
7	Servicios de producción: seguimiento, control de calidad, entrega, verificación de la publicación o difusión, y optimización de productos comunicacionales.
8	Servicios de gestión de prensa
9	Servicios de producción y compra de imágenes.
10	Servicios de redacción y corrección de estilo.
11	Servicios de capacitación.

## **Capítulo 6 - Plazos y forma de pago**

El plazo de la contratación será de 2 (dos) años a partir de que quede firme la notificación de la adjudicación/de la suscripción del contrato, con opción de prórrogas por 1 (un) año cada una, con un máximo de 2 (dos) años más, salvo que una de las partes comunique a la otra en forma fehaciente su intención de no renovar con una antelación no menor a 60 (sesenta) días.

### **6.1 Condiciones de Pago**

El BROU abonará en forma mensual y a mes vencido, dentro del cronograma de pagos de la Administración, el honorario para los servicios y productos finalizados en el mes correspondiente.

### **6.2 Plazos de entrega**

En cada solicitud de trabajo o servicio, se fijarán los plazos de entrega de acuerdo a las necesidades de BROU y a la factibilidad de realizarlo. Una vez comprometido el plazo, la empresa adjudicataria estará obligada a entregar los materiales publicitarios en tiempo y forma.

En caso de incumplimiento de los plazos establecidos, la Administración se reserva el derecho de aplicar las Multas y Sanciones según lo especificado en el presente documento. No se aplicarán multas y sanciones si el atraso se debiera a razones ajenas al adjudicatario de acuerdo a la normativa vigente.

El BROU contará con un plazo de 2 días hábiles para la aprobación de los servicios prestados por el adjudicatario, contados a partir del día posterior a su finalización. Transcurrido el plazo sin que se haya expedido, se considerarán aprobados. Con la aprobación implícita o explícita el proveedor estará en condiciones de presentar la correspondiente factura. El BROU será agente de retención de impuestos, en los casos que corresponda, de acuerdo con lo dispuesto en la normativa legal vigente.

En el caso de las piezas publicitarias, si se constatará que el producto no se ajusta a lo ofrecido o no alcanza un nivel mínimo de calidad, el adjudicatario, dentro de los 5 días hábiles desde su notificación, y a su costo, deberá sustituirlo, no dándose trámite a la recepción definitiva hasta que no se haya dado cumplimiento a la obligación precedente.

El pago que corresponda realizar a los medios de comunicación y terceros vinculados a una campaña publicitaria, podrá ser realizado, según se considere más conveniente en cada caso, directamente por el BROU o por la agencia de publicidad por cuenta y orden de aquel. En este último caso, la agencia deberá rendir cuentas de los fondos recibidos en aplicación del artículo 132 del TOCAF.

El proveedor a ser contratado por la agencia de publicidad deberá estar registrado en el Registro Único de Proveedores del Estado.

En todos los casos, la recomendación técnica que la agencia de publicidad realice sobre los medios y productos a contratarse deberá ser presentada por escrito y constar en las actuaciones correspondientes.

Una vez agotadas todas las instancias mencionadas, se procederá a realizar la recepción definitiva que posibilitará el comienzo del trámite para el pago correspondiente.

## **Capítulo 7 – Condiciones del contrato**

### **7.1 Cesión de contrato**

El adjudicatario no podrá ceder el contrato a terceros.

### **7.2 Notificaciones**

Toda notificación o comunicación que el BROU deba realizar en el marco del presente llamado se realizará por cualquier medio fehaciente. En particular, se acepta como válida toda notificación o comunicación realizada a la/s dirección/es electrónica/s previamente registrada/s por cada oferente en la sección “Comunicación” incluida en la pestaña “Datos Generales” del Registro Único de Proveedores del Estado.

### **7.3 Garantía de fiel cumplimiento de contrato**

No se le requerirá al adjudicatario la garantía de fiel cumplimiento del contrato, pero en caso de incumplimiento de la contratación se sancionará con una multa equivalente al 10% (diez por ciento) del monto correspondiente a la orden de compra que corresponda (artículo 64 del TOCAF).

### **7.4 Obligaciones del adjudicatario**

El adjudicatario deberá guardar estricta y absoluta reserva respecto de toda la información a la que tenga acceso o se genere en virtud del presente procedimiento, de conformidad con lo estipulado en el Compromiso de no Divulgación que se agrega en la sección [Anexos](#). Dicho Compromiso deberá ser presentado por el adjudicatario, debidamente firmado, según lo estipulado en el numeral “Documentación a verificar a los adjudicatarios”, del presente Pliego.

A su vez, deberá cumplir con los estándares de honestidad y veracidad de la publicidad, con la preparación de los avisos publicitarios con sentido adecuado de la responsabilidad social y a la prohibición de que los mismos tengan un carácter tal que implique dañar la confianza del público en la publicidad.

El adjudicatario deberá cumplir con las prestaciones comprometidas ajustándose estrictamente a las condiciones establecidas y a los plazos de entrega determinados.

El adjudicatario se hará responsable ante cualquier daño y/o perjuicio que causare durante la ejecución del contrato celebrado mediante el presente procedimiento.

En caso de contratación de personal, mediante la modalidad de arrendamiento de servicios profesionales, el oferente deberá controlar que el profesional o profesionales contratados se encuentren al día en el cumplimiento de sus obligaciones ante la Dirección General Impositiva, Banco de Previsión Social y la Caja de Jubilaciones y Pensiones de Profesionales Universitarios.

### **7.5 Obligaciones laborales del adjudicatario**

El adjudicatario deberá dar cumplimiento a todas las normas laborales vigentes, siendo el único responsable del cumplimiento de las obligaciones correspondientes a las leyes sociales por sus operarios y/o personal tercerizado.

El adjudicatario se obliga a suministrar toda documentación que le fuere requerida por el BROU a efectos de corroborar el cumplimiento de las mencionadas obligaciones. La comprobación del incumplimiento de las normas laborales y de seguridad social será causa de rescisión del contrato y cobro de los daños patrimoniales irrogados a la Administración.

La firma adjudicataria deberá tener a todo el personal inscripto en el Banco de Previsión Social y con el correspondiente seguro sobre accidentes de trabajo y enfermedades profesionales de sus obreros y empleados, previsto en la ley y sus reglamentaciones. En caso de accidentes el BROU no se responsabilizará de los daños que sufra el personal, debiendo el adjudicatario responsabilizarse por cualquier accidente de su personal.

La firma adjudicataria será responsable por los daños y perjuicios que provoque su personal tanto a funcionarios y bienes del BROU o a terceros, debiendo asumir sus costos y responsabilidades.

La retribución de los trabajadores de la empresa adjudicataria asignados al cumplimiento de las tareas detalladas en el presente Pliego, deberá respetar los laudos salariales establecidos por los Consejos de Salarios.

El BROU exigirá a la empresa adjudicataria la documentación que acredite el pago de salarios y demás rubros emergentes de la relación laboral, así como de las contribuciones de seguridad social, como condición para el pago de los servicios prestados.

El adjudicatario se compromete a comunicar al BROU, 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. Asimismo, dicho organismo podrá solicitar de manera fundada, con la debida justificación, el cambio provisorio o definitivo de alguno/s de ellos.

## **7.6 Incumplimientos**

Se considerará incumplimiento a las condiciones del contrato, la contravención total o parcial a las cláusulas del presente Pliego y/o a la normativa aplicable.

## **7.7 Mora y Sanciones**

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

Verificado el incumplimiento y sin perjuicio de las acciones legales que ameriten promoverse, el BROU podrá proponer o disponer, según el caso y gravedad de este, la aplicación de las siguientes sanciones:

- a) advertencia;
- b) ejecución de la garantía de mantenimiento de oferta o de fiel cumplimiento de contrato;
- c) multa cuyo importe podrá ser entre un 10 y 100 % del monto total adjudicado IVA incluido;
- d) suspensión para contratar con el organismo por un período de tiempo;
- e) eliminación del infractor como proveedor del organismo.

En todos los casos, la sanción deberá guardar relación con el monto del contrato, la entidad de la infracción y los daños y perjuicios resultantes para los intereses del Estado.

Una vez firme, la sanción impuesta será registrada en el Registro Único de Proveedores del Estado a los efectos de su consideración como antecedente del proveedor para futuras contrataciones.

La aplicación de la sanción deberá efectuarse a la luz de los principios que rigen la potestad sancionatoria administrativa, especialmente, los principios de tipicidad, proporcionalidad, motivación e imparcialidad.

## **7.8 Causales de rescisión**

El BROU podrá rescindir la contratación que realice al amparo del Contrato de Servicios de Publicidad en los siguientes casos:

- A. Cuando se verifiquen dos o más incumplimientos graves en una o más de las condiciones estipuladas en el presente Pliego, anexos y documentos explicativos, descriptivos, entre otros.
- B. Cuando el adjudicatario no presentara la documentación exigida en el presente pliego, en el plazo establecido en el mismo.
- C. Cuando se detecten incumplimientos reiterados de los plazos estipulados y acordados para la ejecución de las actividades.
- D. Cuando el contratista no iniciara los trabajos en la fecha fijada o no diera a los mismos el desarrollo previsto en el contrato.
- E. Cuando los servicios no se encontrasen ejecutados con arreglo al contrato y se hubiera otorgado plazo al contratista para subsanar los defectos, sin que lo haya hecho.
- F. Cuando el contratista resulte culpable de fraude, grave negligencia o contravención a las obligaciones estipuladas en el contrato.
- G. Otros delitos penales que involucren a los titulares del contratista, su personal superior, administradores o cargos equivalentes.
- H. Las causales mencionadas precedentemente se enumeran a título enunciativo, pudiendo el BROU evaluar otras causales de rescisión, conforme a Derecho.

## Capítulo 8 - Especificaciones Técnicas

**ADVERTENCIA: TODA OFERTA QUE REALICE ALGUNA REFERENCIA AL PRECIO EN ESTE APARTADO, SALVO LA ESPECÍFICAMENTE SOLICITADA DENTRO DEL EJERCICIO CREATIVO, SERÁ DESCALIFICADA.**

### 8.1 CONTENIDO DE LA OFERTA

#### 8.1.1 Generalidades

La propuesta deberá ajustarse a las especificaciones establecidas en el presente Pliego de Condiciones.

El oferente deberá adjuntar, en cada caso, en idioma español, toda la información adicional que considere conveniente y que pueda servir al BROU para tener una idea lo más completa sobre las herramientas y servicios ofrecidos.

Para la elaboración de sus ofertas, los oferentes contarán con toda la información disponible del BROU de carácter público y las especificaciones incluidas en este documento.

#### 8.1.2 Presentación de la oferta

SE SOLICITA QUE LA CARPETA A PRESENTAR SIGA EL ORDEN ESPECIFICADO EN EL CORRIENTE NUMERAL.

La propuesta técnica deberá ajustarse a lo solicitado en el presente documento. Asimismo, contendrá la información general, antecedentes y trayectoria de la empresa concursante, así como cualquier otra información que considere relevante a los efectos de la presente Licitación.

##### 8.1.2.1 Identificación de la empresa

La Empresa deberá incluir la siguiente información:

- a. **Firma social, nombre del oferente, o nombre de oferentes consorciados** o grupos con intención de consorciarse, según lo indicado en el punto 9 del Pliego Particular, "Integración de Consorcio".
- b. Las **personas jurídicas proponentes** deberán indicar los nombres de los titulares que la componen, en caso de ser sociedades personales, o sus representantes autorizados, en caso de ser sociedades anónimas, deberán adjuntar la nómina de los integrantes de los directorios. Asimismo, deberán presentarse junto con la oferta los Currículum Vitae de cada una de las personas citadas y de los cargos ejecutivos de las mismas, según lo indicado en el presente Pliego.
- c. **Domicilio real.** 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.
- d. **Antecedentes y experiencia.** La empresa deberá presentar en su oferta los siguientes datos:
  - i. **Fecha de inicio de la actividad por parte de la empresa.**
  - ii. **Clientes ganados en los últimos 4 años.**

- iii. **Presentación de 5 casos de éxito creados y ejecutados en Uruguay de planificación estratégica y creatividad publicitaria en los últimos 4 años**, no pertenecientes al BROU, conteniendo carta de conformidad de parte del cliente y formas de contacto. Cuatro de ellos deberán ser por un monto de inversión en producción no menor a U\$S 30.000 más impuestos, de forma tal que permitan evaluar la calidad de ejecución de servicios similares a los solicitados por BROU para el presente pliego. Se deberán indicar los puntos que se consideren relevantes, especificando para cada uno de ellos aspectos destacables para su valoración. A modo de ejemplo: descripción del producto que se comunicaba, estrategia creativa definida, medios utilizados, impacto cuantificado de la acción, etc.
- iv. **Información de la interrelación de los servicios de otras empresas del grupo**, si las hubiere.
- v. **Datos de empresas vinculadas y controladas o controlantes.**
- vi. Asimismo, la empresa deberá adjuntar a la oferta:
1. **Declaración jurada** que contenga una lista completa de clientes y marcas para los que ha trabajado en los últimos 4 años y para las que trabaja actualmente, así como un contacto de referencia de su trabajo que el Banco podrá contactar en caso de necesitarlo. En el caso de brindar servicios a entidades de naturaleza financiera, se solicita la presentación de una declaración jurada adicional que certifique la intención de la empresa de desvincularse de su anterior cliente ante la adjudicación de los servicios de la presente licitación.
  2. **Certificado emitido por Auditor Externo**, que acredite el monto total (expresado en pesos uruguayos) gestionado por la empresa por concepto de piezas de comunicación, diseño, producción o similares. El mismo debe ser reportado como la suma del importe total destinado por sus clientes (anunciantes). El monto aludido no podrá ser inferior a los U\$S 55.000 para el año 2022, y a U\$S 85.000 para el año 2023. Durante el estudio de las ofertas, BROU se reserva el derecho de verificar los datos aclarados por la empresa. En caso que se detecte que la información presentada sea falsa, la oferta no será considerada.
  3. **Herramientas**. La empresa deberá informar y describir brevemente las herramientas técnicas y tecnológicas con las que trabaja en forma habitual, en particular aquellas que utilizará para el cumplimiento de lo solicitado en el presente Pliego. Todas las herramientas a utilizar deben tener compatibilidad con las utilizadas por el BROU.
  4. **Estructura y servicios de la empresa**. La oferta deberá incluir la siguiente información:
    - a. **Organigrama vigente en la organización**, indicando las personas que ocupan los cargos directivos.
    - b. **Número de empleados totales**, con copia de los currículum vitae, títulos, certificados y cualquier otra documentación relevante del personal y del personal destinado a atender la cuenta del BROU.

- c. **Detalle de la integración del equipo** que se pondrá a disposición del BROU acorde a lo solicitado en el presente pliego.
- d. **Detalle de los servicios que ofrece** en el marco de la presente licitación tal como se solicita en el en el presente pliego.
- e. **Otros servicios que ofrece**, diferentes a los que integran el objeto de la presente contratación y cualquier otro dato que se estime de utilidad.
- f. **Valor agregado.** Se solicita incluir **un resumen ejecutivo** explicando las razones por las cuales el BROU se vería beneficiado con sus servicios para cumplir con el objeto de contratación.
- g. **La respuesta al ejercicio técnico creativo** incluido en la sección [Anexos](#). Para la valoración de las propuestas, se tomará en cuenta no solo la creatividad y el diseño en sí mismo, sino la sinergia con la estrategia de negocio percibida, los valores de la empresa en general y la adecuación al contexto en el momento de la comunicación. Para las piezas se solicita el mayor nivel de acabado posible, a los efectos de que el material se entienda cabalmente.

#### **8.1.2.2 .Información técnica ampliatoria**

De conformidad con lo dispuesto en el artículo 65 del TOCAF, durante el estudio de las ofertas la Administración podrá solicitar ampliación de la información técnica, otorgando un plazo para ello. En caso de no presentar lo solicitado en el plazo estipulado, se podrá descalificar la oferta la oferta.

# ANEXOS

## 1 - Formulario de identificación del Oferente

Procedimiento N° .....

Nombre del proveedor<sup>1</sup>: \_\_\_\_\_

Cédula de identidad / Identificación Fiscal Extranjera/ RUT:  
\_\_\_\_\_

El/Los 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 de compras ([www.comprasestatales.gub.uy](http://www.comprasestatales.gub.uy)) vincula a la empresa en todos sus términos y que acepta/n sin condiciones las disposiciones del Pliego de Condiciones Particulares del procedimiento especial N° ..., 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 TOCAF, y restantes normas concordantes y complementarias.

FIRMA/S:  
\_\_\_\_\_

ACLARACIÓN DE FIRMAS:  
\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

<sup>1</sup> En caso de intención de Consorcio, todas las empresas que lo integrarán deberán identificarse en este formulario, suscribiéndolo.

## 2 - Compromiso de no Divulgación

En la ciudad de ..., a los ..... días del mes de.....de dos mil veinticinco--, el Sr./Sra.

....., titular de la cédula de identidad N° ....., en representación de la empresa ....., R.U.T./ N° de Identificación fiscal ....., constituyendo domicilio para todos sus efectos en esta ciudad en la calle .....,

DECLARA QUE:

PRIMERO. Obligaciones inherentes a la vinculación con el BROU. La empresa abajo firmante se compromete:

1.- a no divulgar, y mantener estricta reserva en observancia con lo dispuesto en la normativa legal vigente, de la información, documentos, contratos, propuestas y material del BROU, sus entidades desconcentradas y/o dependientes, que se confieran por escrito o se reciban verbalmente en virtud de su vinculación con el BROU en el marco del Procedimiento Especial N° .....

2.- a adoptar medidas de seguridad, razonables y prudentes para proteger la información que sea secreta, reservada o confidencial, de conformidad al régimen legal en la materia, incluyendo sin limitarse a ello, las disposiciones de seguridad que el BROU determine.

SEGUNDO. Alcance de la obligación del presente acuerdo:

La obligación de no divulgación comprenderá la información de carácter deliberativo, comercial, financiera, contractual, técnica o de cualquier otra naturaleza reservada o privilegiada de la que la empresa firmante tenga conocimiento en virtud de su vinculación con el BROU alcanzando las ideas y desarrollos comprendidos en los proyectos que se elaboren, incluyendo los elementos de análisis, evaluación y comparación, estrategias, planes futuros, documentación (cualquiera sea su forma de registro), así como toda otra información que por el hecho de ser divulgada pueda provocar cualquier tipo de daño, perjuicio o desventaja para el BROU. Asimismo, la empresa firmante se compromete a advertir a su personal –ya sea dependiente o contratado- y a toda persona a la que se revele la información comprendida en el presente Compromiso, con la debida autorización, de la obligación de no divulgación asumida y de los términos de este documento.

TERCERO. Vigencia. Las obligaciones de no divulgación asumidas en el presente Compromiso se mantendrán mientras dure el vínculo de la empresa firmante con el BROU y persistirán aún después de terminado el mismo, por un período de dos años contados a partir de la fecha cierta de tal desvinculación, sin perjuicio de la información secreta, reservada o confidencial, que mantendrá su respectiva naturaleza conforme a lo dispuesto en la Ley N° 18.381 de 17 de octubre de 2008 de Acceso a la Información Pública.

CUARTO. Sanción por incumplimiento

En caso de incumplimiento de las obligaciones que se asumen por este documento, el BROU queda plenamente facultado para adoptar las medidas que por derecho correspondan.

QUINTO. Régimen legal

Todo lo no previsto en el presente Compromiso, se regulará por lo dispuesto en las Leyes Nos. 17.060, de 23 de diciembre de 1998 y 18.381, de 17 de octubre de 2008 y los Decretos reglamentarios Nos. 30/003 de 23 de enero de 2003, 452/009 de 28 de setiembre de 2009, y 232/010 de 2 de agosto de 2010 respectivamente, y demás normas concordantes y complementarias. En señal de conformidad se suscribe el presente Compromiso, en el lugar y fecha antes señalados, recibiendo el firmante una copia del mismo.

Firma.....

Aclaración.....

C.I. N°.....

### 3 – Plantilla Modelo de Contrato

#### Contrato de servicio integral de publicidad

En la ciudad de \_\_, a los \_\_ días del mes de \_\_\_\_\_ de dos mil veinticinco, entre por una parte del BROU (en adelante CONTRATANTE) representado en este acto por \_\_\_\_\_, cédula de identidad número \_\_\_\_\_ en su calidad de \_\_\_\_\_, constituyendo domicilio a todos los efectos del presente en esta ciudad en \_\_\_\_\_ y por otra parte; el/la Sr./Sra. \_\_\_\_\_, titular de la cédula de identidad número \_\_\_\_\_, en representación de \_\_\_\_\_, R.U.T./ número de Identificación fiscal \_\_\_\_\_ (en adelante denominado CONTRATISTA), constituyendo domicilio para todos sus efectos en esta ciudad en \_\_\_\_\_

acuerdan y convienen en la celebración del contrato, el cual se registrá por las siguientes cláusulas:

PRIMERA. OBJETO. La presente contratación es resultado del Procedimiento N° ... Dicho servicio será prestado en régimen de exclusividad.

SEGUNDA. OBLIGACIONES DEL CONTRATISTA. El contratista se obliga a prestar el servicio en la forma prevista en su oferta y en un todo de acuerdo con las condiciones de ejecución y plazos establecidos en el Pliego de Condiciones Particulares regulatorio del Procedimiento Especial.

Asimismo, se compromete a mantener estricta reserva y compromiso de no divulgación de información que sea secreta, reservada o confidencial, de conformidad al régimen legal en la materia.

Especialmente se obliga a prestar el servicio en régimen de exclusividad, aceptando que en caso de integrar un grupo de interés económico, el régimen de exclusividad alcanzará al referido grupo, así como a las empresas vinculadas y/o controladas o controlantes, de acuerdo a lo previsto en la Ley N° 16.060, de 4 de setiembre de 1989.

QUINTA: OBLIGACIONES DEL CONTRATANTE: El contratante se obliga a adoptar en tiempo y forma, las medidas previstas en el Pliego de Condiciones Particulares del Procedimiento N° ... y a abonar el precio de los servicios prestados de conformidad con las condiciones establecidas.

SEXTA. PAGO DE LOS SERVICIOS. El adjudicatario deberá cumplir con los plazos establecidos a continuación, lo que condicionará el pago efectivo establecido para cada instancia en el presente documento. El pago que corresponda por concepto de contratación de medios de comunicación se abonará por el BROU, ya sea directamente a los medios que el adjudicatario indique, o en su defecto a éste directamente. En este último caso, el adjudicatario deberá rendir cuentas conforme lo previsto en el artículo 567 de la Ley N° 15.903, de 10 de noviembre de 1987, en la

redacción dada por el artículo 24 de la Ley N° 17.296, de 21 de febrero de 2001 (artículo 132 del TOCAF).

**SÉPTIMA: VIGENCIA.** Este contrato tendrá una vigencia de 2 (dos) años desde su firma. Dicho plazo podrá ser prorrogado, en dos oportunidades, cada una de ellas de un año, por hasta un plazo máximo de dos años, salvo que una de las partes comunique a la otra en forma fehaciente su intención de no renovar con una antelación no menor a 60 días.

**OCTAVA: RESCISIÓN.** La rescisión del presente podrá ser dispuesta por el BROU en los casos previstos en el Pliego de Condiciones Particulares, sin perjuicio de evaluar otras causales de rescisión, conforme a Derecho.

**NOVENA: DOMICILIOS ESPECIALES Y FORMA FEHACIENTE DE NOTIFICACIÓN.**  
A todos los efectos a que diera lugar este contrato, las partes constituyen domicilios especiales en los indicados como respectivamente suyos en la comparecencia de modo que, no mediando comunicación formal a la otra parte de cualquier variación que se produzca al respecto, será considerada válida toda comunicación, notificación, intimación o similares que se practiquen al domicilio electrónico registrado en RUPE por la empresa.

**DÉCIMA: OTORGAMIENTO.** Para constancia y fiel cumplimiento, ambas partes ratifican su contenido, otorgan y firman el presente contrato en dos ejemplares de idéntico tenor en lugar y fecha indicados al inicio del presente.-

Por BROU  
Firma/s: \_\_\_\_\_

Aclaración: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

C.I.: \_\_\_\_\_

Por el Contratista

Firma/s: \_\_\_\_\_

Aclaración: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

C.I.: \_\_\_\_\_

#### 4 – Compromiso sobre exclusividad de rubro

En la ciudad de ..., a los ..... días del mes de.....de dos mil veinticinco, el Sr./Sra. ...., titular de la cédula de identidad N° ....., en representación de la empresa ....., R.U.T./ N° de Identificación fiscal ....., constituyendo domicilio para todos sus efectos en esta ciudad en la calle .....,  
DECLARA QUE:

PRIMERO. Aceptación del régimen de exclusividad. La empresa abajo firmante se compromete:

1.- A prestar el servicio de publicidad integral en régimen de exclusividad, de rubro de acuerdo al Artículo 1.3.1 del presente Pliego.

2.- En caso de integrar un grupo de interés económico, el régimen de exclusividad alcanzará al referido grupo, así como a las empresas vinculadas y/o controladas o controlantes, de acuerdo a lo previsto en la Ley N° 16.060, de 4 de setiembre de 1989.

SEGUNDO. Alcance de la obligación del presente Compromiso:

La obligación de prestar el servicio en régimen de exclusividad comprenderá todos los servicios y entregables incluidos en la adjudicación.

Asimismo, la empresa firmante se compromete a advertir a su personal –ya sea dependiente o contratado- del alcance del presente compromiso.

A tal efecto, se obliga a mantener actualizada la información relativa a la conformación de su equipo de trabajo.

TERCERO. Vigencia. La obligación asumida en el presente Compromiso se mantendrá mientras dure el vínculo de la empresa firmante con el BROU.

CUARTO. Sanción por incumplimiento. En caso de incumplimiento de las obligaciones que se asumen por este documento, el BROU queda plenamente facultado para adoptar las medidas que por derecho correspondan.

## 5 – Formato Currículum Vitae

<b>1. Datos personales</b>
<b>2. Educación</b> <ul style="list-style-type: none"><li>a. Formal<ul style="list-style-type: none"><li>i. Posgrado</li><li>ii. Grado</li><li>iii. Técnico</li></ul></li><li>b. No formal<ul style="list-style-type: none"><li>i. Certificaciones</li><li>ii. Actualizaciones</li><li>iii. Otros</li></ul></li></ul>
<b>3. Experiencia (por cada puesto/rol)</b> <ul style="list-style-type: none"><li>a. Organización</li><li>b. Ciudad, País</li><li>c. Fecha inicio-finalización</li><li>d. Cargo / Rol / Puesto</li><li>e. Responsabilidades</li><li>f. Referencias ubicables a través de celular o correo electrónico</li></ul>
<b>4. Comprobantes de títulos, diplomas y/o certificados</b>

### **ACLARACIONES IMPORTANTES SOBRE LA PRESENTACIÓN DE LOS CURRÍCULUMS VITAE DE LOS EQUIPOS:**

1. En ningún caso podrá considerarse información confidencial aquella que refiera a aspectos sustanciales para la evaluación de las ofertas, conforme al Dictamen N°07/2017 del Consejo Ejecutivo de la Unidad de Acceso a la Información Pública (UAIP) de fecha 9 de junio de 2017.
2. La inclusión de formación o experiencia no comprobable puede devenir en la descalificación, por lo que el Banco exhorta a los oferentes a incorporar únicamente aquella educación, experticia o experiencia de la que pueda dar cuenta a través de documentación probatoria.

## 6 – Plazos de entrega y tarifario de servicios

**IMPORTANTE: Plazos y precios deberán ser únicos y no contener rangos.**

SERVICIO	Plazo de entrega en día hábiles	Costo (sin IVA)
<b>CREATIVIDAD PUBLICITARIA</b>		
Creatividad de campaña de TV (Hasta 5 piezas de igual duración)		
Guión de TV		
Guión de redes		
Guión de adaptaciones de piezas de TV o redes		
Idea y texto para placas de 5 a 15 segundos, como por ejemplo de presentación o cierre, anuncio o comunicado		
PNT		
Fichero para radio		
Creatividad de campaña de radio (Hasta 4 avisos de igual duración)		
Guión de radio		
<b>DISEÑO GRÁFICO</b>		
Hora de trabajo		
Adaptación		
<b>IDENTIDAD GRÁFICA</b>		
Rediseño Identidad Corporativa Creación de un nuevo logo o reemplazo de uno ya existente + Manual de Uso y hasta 10 aplicaciones.		
Rediseño logotipo/isotipo/imagotipo/isologotipo Incluye Manual de Uso y aplicaciones.		

Restyling Identidad Corporativa Optimización del estilo de un logo ya existente para mejorarlo o modernizarlo + Manual de Uso y hasta 10 aplicaciones		
--	--	--

PLIEGO DE CONDICIONES PARTICULARES

PARA LA CONTRATACIÓN DE SERVICIO INTEGRAL DE AGENCIA DE PUBLICIDAD - 43

Restyling logotipo/isotipo/imagotipo/isologo Incluye Manual de Uso ni aplicaciones.		
Manual de normas/uso Para una marca existente.		
Identidad efímera Ej: aniversario (uso anual), evento/concurso (uso estacional), etc. Incluye Manual de Uso y aplicaciones.		
Identidad de un producto o servicio Incluye Manual de Uso y aplicaciones.		
<b>DISEÑO TEXTIL</b>		
Prenda única Remera, pantalón, camisa, etc. con estampa/bordado.		
Sistema de uniforme/vestuario completo (Gerencia, adm, operario, etc) con sus respectivas variables para hombre y mujer.		
<b>DISEÑO DE PAPELERÍA</b>		
Tarjetas personales Utilizando marca existente o identidad previamente diseñada.		
Hoja membretada o similar Utilizando marca existente o identidad previamente diseñada.		
Sobres. Tipo inglés, bolsa, etc. Utilizando marca existente.		
Firma o encabezado de e-mail. Imagen estática. Utilizando marca existente o identidad previamente diseñada.		
Carpeta empresarial/institucional		
Tipo A3 plegada, con o sin solapas. Utilizando marca existente. No incluye hojas interiores.		

Invitaciones empresariales o tarjetas para eventos Aniversarios, inauguraciones, congresos, etc.		
Tarjetas de fin de año o eventos		
<b>DISEÑO DE MATERIALES ESPECÍFICOS</b>		
Diploma		
Tarjetas de crédito/débito		
Chequera		
Letra de cambio o similar		
Carné o tarjeta de funcionario		
Tarjeta de estacionamiento		
Solaperos para remeseros		
Chapa, plaqueta o medalla		
Sello		
Diseño puerta de cajero		
Diseño comunicación física en cajero		
Cartelería interna denominativa Nomenclatura de Gerencia, cofres. Precio por unidad.		
Cartelería tipo señalética múltiple. Precio por sistema		
Cartelería tipo señalética múltiple. Precio por unidad		
Tótem		
Bandera o windflag		
Caja de luz o backlight		
Fachadas de agencias u otros locales		
<b>PUBLICIDAD</b>		

Key Visual Estética y concepto que la marca desea transmitir en una campaña específica		
Volante/Flyer sólo frente No incluye costo de fotografías (fotógrafo o banco de imagen).		
Volante/Flyer frente y dorso No incluye costo de fotografías (fotógrafo o banco de imagen).		
Folleto díptico Frente y dorso, 1 pliegue. No incluye costo de fotografías.		
Folleto tríptico Frente y dorso, 2 pliegues. No incluye costo de fotografías.		
Brochure Folleto de alta complejidad. Hasta 10 páginas/pliegos. No incluye costo de fotografías.		
Afiche Solo frente. No incluye costo de fotografías		
Aviso institucional o publicitario para diario o revista 1/2 página o menos.		
Aviso institucional o publicitario para diario o revista 1 página o doble página.		
Diseño de cartel de Vía Pública (paleta, rutero, buses)		
Redes sociales: avatar + portada Costo x cuenta. Adaptación a otra red social		
Redes sociales: placa para posteo Incluye redacción		
Redes sociales: gif o historia animada para posteo De 2 a 10 slides. Incluye redacción		
<b>DISEÑO DE MATERIALES PROMOCIONALES</b>		

Remera, gorro, u otra prenda Aplicación de logo simple o identidad previamente diseñada.		
Calcos Aplicación de logo simple o identidad previamente diseñada.		
Lapicera, pin, llavero Aplicación de logo simple o identidad previamente diseñada.		
MousePad, funda celulares, taza Aplicación de logo simple o identidad previamente diseñada.		
Bandera Aplicación de logo simple o identidad previamente diseñada.		
Bolsas / Envoltorios Aplicación de logo simple o identidad previamente diseñada.		
Almanaque de pared tipo "póster" Pliego simple. Sólo frente.		
Almanaque de pared tipo "revista" o "con anillado" Hasta 6 pliegos.		
Almanaque de escritorio tipo "carpa" simple Plegable de dos caras.		
Almanaque de escritorio tipo "carpa" móvil Con anillado. Hasta 12 hojas móviles.		
<b>DISEÑO DE MATERIALES EDITORIALES</b>		
Arte de tapa. Tapa, contratapa y lomo (revista, libro, etc.)		
Armado de página simple. Costo de diseño por página original. Libro, Memoria y Balance, etc.		
Armado de página compuesta. Costo de diseño por página original. Revista, diarios, manuales de estudio, etc.		

Libro o librito (cuerpo y puesta en página). Hasta 100 páginas.		
Revista. Hasta 30 páginas. No incluye armado de publicidades.		
Catálogo de productos o servicios. Hasta 20 páginas.		
Manual de instrucciones, instructivo o tutorial. Costo por página (incluye desarrollo de infografía o signos simples).		
Folleto instructivo. Tipo tríptico A4 con desarrollo de infografía simple o signos.		
<b>DISEÑO DE MATERIALES PARA SEÑALIZACIÓN O PROMOCIÓN</b>		
Ploteado vehicular Complemento a identidad corporativa/institucional.		
Ploteado vidriera simple/efímero Por temporada, liquidaciones, promociones, etc.		
Ploteado vidriera complejo/perdurable Complemento a identidad corporativa/institucional.		
Cenefa / Saltarín / Llamador Diseño para gráfica en punto de venta.		
Afiche Eventos, promociones, etc.		
Banner o roll up De pie, colgante, tipo pétalo/gota/wind		
Cartel de fachada		
Diseño de sistema señalético y su soporte (por ejemplo, direccionales, locativas, restrictivas, etc.) + manual de aplicación.		
Adaptación de sistema de señalético permanente hasta 25 piezas.		

Adaptación de sistema de señalético permanente hasta 50 piezas.		
Diseño y aplicación Sistema de señalético efímero Eventos temporales (congreso, exposición, recital, etc). Hasta 10 piezas.		
Kiosko digital informativo o similar		
Stand simple tipo kiosko (4m2) Diseño morfológico, elección de mobiliario, etc.		
Stand tipo isla (6m2) Diseño morfológico, elección de mobiliario, etc.		
Stand tipo feria (10m2) Diseño morfológico, elección de mobiliario, etc.		
Stand tipo exhibición (+20m2) Diseño morfológico, elección de mobiliario, etc.		
Modelado 3D de Stand complejidad baja. Tipo cubiculo (2 o 3 paredes + cenefa) + Renderizado (hasta 5 imágenes/vistas).		
Modelado 3D de Stand complejidad alta Incluye renderizado (hasta 10 imágenes/vistas).		
<b>ILUSTRACIÓN</b>		
Digitalización, escaneado (de ser necesario) y redibujo (logos, tarjetas, etc.). No incluye cambios.		
Ilustración mano alzada Para revista / folleto / web.		
Ilustración vectorial Para revista / folleto / web.		
Ilustración/modelado 3D Para revista / folleto / web.		
Desarrollo de sistema de signos/pictogramas/iconos. Investigación, análisis, conceptualización y desarrollo de un sistema original y único de hasta 50 unidades.		

Infografía simple. Costo por cuadro.		
Infografía compleja. Costo por cuadro.		
<b>PACKAGING</b>		
CD Pack Tapas, CD, Booklet interior hasta 3 pliegos. No incluye tomas fotográficas.		
Etiqueta simple Etiqueta única aplicada, envoltura simple, impresión sobre envase, bolsa, etc.		
Etiqueta compuesta o compleja. Más de una etiqueta por producto		
<b>DISEÑO DIGITAL</b>		
Diseño "landing page" o página única Home de presentación. Puede incluir 1 slider/carrusel + vínculos a redes sociales o contacto.		
Diseño sitio Home y 5 secciones.		
Diseño sitio responsivo/adaptativo Home y 5 secciones para 3 dispositivos (PC, mobile, tablet).		
Diseño sitio móvil (web app) Home y 10 secciones.		
Diseño APP Híbrida Hasta 5 secciones (vertical/horizontal de c/u) para 1 Sistema Operativo.		
Diseño APP (programación Nativa) Hasta 5 pantallas (vertical/horizontal de c/u) para 1 Sistema Operativo.		
Banner publicitario animado Animación .gif, Javascript o versión reducida JQuery. Hasta 15 segundos.		
Mailing publicitario / Newsletter Diseño y desarrollo. Con vínculos activos.		
Presentación digital		
<b>AUDIOVISUAL</b>		

Presentaciones dinámicas PowerPoint, Canva u otra tecnología, etc. Hasta 15 diapositivas/pantallas.		
Placa animada 2D Texto, fondo y animación. Hasta 30 segundos.		
Spot publicitario/animación de complejidad baja. Edición de tomas y placas estáticas. Hasta 30 segundos.		
Spot publicitario/animación de complejidad media. Edición de tomas y placas animadas. Hasta 30 segundos		
Spot publicitario/animación complejidad alta. Edición de tomas y placas animadas/3D. Hasta 30 segundos		
Títulos apertura (TV, YouTube, Vimeo, etc. ) Texto, fondo y animación.		
Zócalo (TV, YouTube, Vimeo, etc.) Texto, fondo y animación. Hasta 15 segundos.		
<b>FOTOGRAFÍA</b>		
En estudio: armado de set Sesión hasta 2 horas.		
En estudio: sesión fotográfica Costo x cada fotografía (mínimo 10).		
En locación: sesión fotográfica Hasta 2 horas, 1 cámara.		
Escaneo digital Costo por unidad. No incluye retoques o restauración.		
Filmación		
Costo por hora. Incluye 1 cámara mínimo 4k + un micrófono (estándar) + iluminación.		
Supervisión de tomas fotográficas Costo por hora. Asesoramiento en composición de escenas, luz, etc.		

Retoque digital Costo por cada imagen. Fotomontajes, retoque de personas, restauración, etc.		
<b>CORRECCIÓN DE ESTILO</b>		
Corrección de estilo de documento Por hoja de 3000 caracteres.		
<b>HORA DE GUARDIA EXTRA</b>		
Planificador/a estratégico/a		
Director/a de cuentas		
Director/a de creatividad y contenidos,		
Diseñador/a gráfico/a		
Especialista en comunicación digital		

**7 - Ejemplo de planilla de equipo designado ATENCIÓN: No  
sustituye al currículum y documentación probatoria**

<b>Persona</b>	<b>Cargo</b>	<b>Antecedentes /Experiencia</b>	<b>Educación de posgrado</b>	<b>Educación de grado</b>	<b>Educación técnica</b>	<b>Educación no formal</b>	<b>Relación contractual con oferente</b>

## 8- BRIEF DE EJERCICIO CREATIVO

### 1. EL BANCO

El Banco de la República Oriental del Uruguay, fundado en 1896, es el principal banco del país.

Desde su creación ha jugado, en forma ininterrumpida, un rol decisivo en el desarrollo económico del país, manteniendo por más de un siglo una sólida imagen avalada por el Estado Uruguayo.

Cuenta con una red de 130 sucursales distribuidas en todo el territorio nacional.

Tiene como misión contribuir al desarrollo productivo, económico y social del país, brindando soluciones financieras eficientes a emprendimientos públicos y privados, familias e individuos, aunando la necesaria rentabilidad de la actividad con el cumplimiento del compromiso social, el cuidado de la confianza y los ahorros de sus depositantes.

### 2. CONCEPTOS GENERALES DE COMUNICACIÓN

El Banco se presenta ante la ciudadanía como la institución financiera más solvente, confiable, accesible, cercana, simple y ética y procura constituirse en la primera referencia para los uruguayos tanto para ahorrar, invertir u operar.

La estrategia de comunicación contempla el claim “Nuestro banco País” como leitmotiv de todas las piezas de comunicación.

Cada iniciativa de comunicación debe a su vez transmitir los Valores Institucionales:

- Servicio
- Equidad
- Transparencia
- Responsabilidad Social
- Desempeño Ético
- Gobierno Corporativo
- Trabajo en Equipo
- Gestión Profesional
- Respeto Mutuo

Asimismo, debe promover de forma transversal la comunicación de los canales digitales de atención a la ciudadanía.

En los últimos años, destacamos las siguientes iniciativas de comunicación institucional, promocional y transaccional:

- Institucional: 125 años del BROU
- Promocional: BROU RECOMPENSA (Hinchas, alentando desde 1896)
- Transaccional: TU BANCO EN TU BOLSILLO.

Para saber más sobre las campañas desarrolladas y emitidas consultar las [memorias institucionales](#) o acceder [a las redes sociales del Banco](#).

De igual forma, en todas las piezas de comunicación se promueve el uso de un casting diverso y representativo de la sociedad uruguaya y la utilización de un lenguaje de cercanía.

Todos los materiales de comunicación deben culminar con un “call to action” y mención a los canales de solicitud o acceso a mayor información.

### **3. CONCEPTOS PARTICULARES DE LANZAMIENTO**

Así como durante el 2022 y 2023 el foco estuvo puesto en el desarrollo del Onboarding (adhesión de clientes en forma digital) para permitirle al cliente joven una experiencia digital innovadora, en esta oportunidad se apunta a ampliar y profundizar la propuesta de valor para todos los segmentos de clientes y no clientes del Banco.

En este sentido, la oferta comercial se extenderá al segmento de personas mayores de 30 años, de manera que cualquier persona podrá hacerse cliente del Banco desde su celular sin necesidad de pasar presencialmente por dependencia del Banco.

En este sentido el “hito” a comunicar es que el Banco República se transforma en un banco 100% digital en el cual no es necesario realizar trámites presenciales para ser cliente o adquirir productos que se encuentren dentro del “Paquete Digital”

#### **3.1 Objetivos de Marketing**

- A. Posicionar al Banco como un banco ágil, digital y enfocado en las nuevas tecnologías y canales de atención.
- B. Captar nuevos clientes de todos los segmentos, promoviendo el canal de Onboarding digital, destacando que en pocos pasos y de manera inmediata podrán hacerse clientes y contratar la totalidad de productos y servicios que el Banco ofrece.
- C. Informar a los clientes sobre características, beneficios y funcionalidades de los productos de los paquetes

#### **3.2 Productos ofrecidos**

Dentro de la oferta comercial a la cual el cliente podrá acceder digitalmente se encuentran los siguientes productos/servicios:

- A. Alta de cliente en forma 100% digital.
- A. Caja de Ahorros/Cuenta Sueldo, en pesos uruguayos.
- B. Tarjeta de Débito Mastercard nominada
- C. Acceso a eBROU
- D. Llave digital virtual
- E. Préstamos al consumo
- F. Tarjeta de crédito

### **3.3 Público objetivo**

Personas físicas, sean o no clientes del BROU.

### **3.4 Promociones y beneficios**

Los clientes contarán con todos los beneficios y condiciones vigentes para los productos adquiridos por esta vía.

## **4. SOLICITUD DE TRABAJO**

Se solicita la confección de una estrategia de comunicación, un plan de comunicación 360°, un plan de medios y un presupuesto para el lanzamiento del producto mencionado, de alcance nacional, que refleje la importancia que el BROU le ha dado a este proyecto y de acuerdo a los objetivos de comunicación mencionados anteriormente y considerando los servicios de referencia solicitados en el presente pliego.

La campaña deberá desarrollarse durante los meses de marzo a junio y tener una presencia especial durante los 10 días de la Expo Prado en el mes de setiembre.

### **4.1 Solicitudes particulares**

Dentro del ejercicio creativo se solicita considerar los siguientes ítems:

1. Descripción del mercado y comportamiento del consumidor
2. Informe de competencia
3. Clipping de medios tipo referido a la temática
4. Recomendación estratégica
5. Ciclo de comunicación asociado al ciclo de vida del cliente, incluyendo las etapas de:
  - a. captación de nuevo cliente
  - b. venta cruzada (préstamos, tarjetas, etc)
  - c. fidelización (uso de productos y servicios digitales, beneficios)
  - d. retención (acciones ante alerta de no-uso)
  - e. recuperación (comunicación dirigida a ex clientes)
6. Evento de presentación interno
7. Evento de presentación externo
8. Estrategia y concepto creativo
9. Campaña multimedios
10. BTL o Activación en Dependencias
11. Idea para Stand y activación en la Expo Prado
12. Idea para activación en Básquetbol o Carnaval y Fútbol (AUF) de acuerdo a beneficios detallados.
13. Gestión de prensa (ejemplo de trabajo)
14. Gestión de relaciones públicas e influencers (ejemplo de trabajo)
15. Marketing Directo
16. Aplicación gráfica de la campaña a sucursales (mostradores, cajeros, cajas, vidrieras, televisores, etc.)
17. Folleto
18. Campaña en redes sociales (concepto general y 10 posteos)

19. Banner web en la home page [brou.com.uy](http://brou.com.uy)

20. Plan de difusión y medios

5. **IMPORTANTE: COTIZACIÓN DEL EJERCICIO CREATIVO**

La inversión de campaña conteniendo creación, desarrollo, producción y pauta de todas las piezas presentadas deberá ser desagregada a modo de PRESUPUESTO TOTAL DE CAMPAÑA y deberá ser ubicada al finalizar la presentación de la misma, en el **Sobre 1**, como parte del ejercicio.

**ADVERTENCIA: La propuesta económica y el tarifario de referencia de servicios deberá ser presentado dentro del Sobre 2.**

## **Pliego Único de Bases y Condiciones Generales para Contratos de Suministros y Servicios No Personales:**

<https://www.gub.uy/agencia-reguladora-compras-estatales/sites/agencia-reguladora-compras-estatales/files/2021-01/Pliego%20de%20suministros%20y%20servicios%20no%20personales.pdf>

## FORMULARIO DE IDENTIFICACIÓN DEL OFERENTE

CONVOCATORIA N°	
-----------------	--

RAZÓN SOCIAL DE LA EMPRESA	
----------------------------	--

NOMBRE COMERCIAL DE LA EMPRESA	
--------------------------------	--

R U T	
-------	--

### **DOMICILIO A LOS EFECTOS DE LA PRESENTE CONTRATACIÓN:**

Calle	N°	Apto.

Localidad	Ciudad	País	Cod.Postal

Teléfono	Correo electrónico

FIRMA/S

\_\_\_\_\_

Aclaración de firmas:

\_\_\_\_\_