COMPAÑÍA PARAGUAYA DE COMUNICACIONES S.A.
Gerencia Operativa de Contrataciones
División Licitaciones
Alberdi N° 619 – 1er. Piso
Asunción - Paraguay

Asunción, 11 de enero de 2012

A LOS OFERENTES:

REF.: LICITACIÓN PÚBLICA NACIONAL N° 26/2011 – "CONTRATACIÓN DE SERVICIOS DE PUBLICIDAD EN LA MODALIDAD DE CONTRATO ABIERTO"

ADENDA Nº 4

Tengo el agrado de dirigirme a ustedes, a fin de comunicarles que el Directorio de COPACO S.A., en reunión de fecha 10 de enero de 2012, según consta en el Acta N° 2, ha resuelto autorizar la introducción de modificaciones al Pliego de Bases y Condiciones de la Licitación Pública Nacional de referencia, específicamente en los siguientes puntos:

1. **Sección II. Criterios de Evaluación y Requisitos de Calificación.** *(b) Evaluación de Calidad y Costo de la Propuesta (Pt).* **Los criterios y subcriterios, y el sistema de puntos que se asignarán a la evaluación de las Propuestas Técnicas quedan establecidos de la siguiente manera:**

Criterio	Puntaje asignado por cumplimiento	Puntaje (total o máximo)
EVALUACIÓN TÉCNICA TOTAL **Experiencia y capacidad Técnica** El oferente deberá proporcionar evidencia documentada que demuestre su cumplimiento con el siguiente requisito de experiencia: A) Servicio o provisiones similares realizadas en los últimos 5(cinco) años discriminado por servicios ofrecidos a) Prensa Escrita 2 (dos) trabajos de creación y producción de originales de publicidad en prensa escrita. b) Televisión 2 (dos) trabajos de realización de guiones de televisión y dirección de audiovisuales (spots de TV) c) Radio 2 (dos) trabajos de realización de materiales radiofónicos (spots o jingles). d) Internet 2 (dos) trabajos de realización de materiales para publicidad en Internet. e) Premios Obtenidos por trabajos de piezas realizadas.	1,5 puntos por cada trabajo realizado. Hasta un máximo de 3 tres puntos por tipo de trabajo realizado 1 Punto por cada premio,	**60 puntos** **16 puntos**

Ing. Norma Fernández de Burgos
Gerente Operativo de Contrataciones
UOC - Copaco S.A.

	Hasta 2 (dos) puntos	
f) Constancia de Conformidad de los últimos 4 (cuatro) trabajos realizados, por parte de las empresas/clientes a quienes proveyeron el servicio.	Hasta 0,5 puntos por cada constancia. Hasta un máximo de 2 puntos.	
B) **Personal clave para la elaboración de los trabajos (Especialista de Arte, Especialista Creativo, Diseñador, Director de Medios,. Planner).** Dando un adecuado cumplimiento a las exigencias establecidas en la Sección (5) Equipo de trabajo, y que se detallan a continuación:		**44 puntos**
1) Director Creativo: a) Preferentemente profesional con título universitario en Marketing ó Carrera Afín, o Comunicación Social.	a) Profesional con título universitario 4 puntos Profesional sin título universitario 2 puntos	**12 Puntos**
b) **Experiencia en trabajos:** en los cuales se haya desempeñado como responsable del diseño general, la gráfica y la calidad de proyectos creativos difundidos a través de medios escritos, radio y televisión para el sector público o privado, **presentando para ello 3 (tres) trabajos realizados y evidencia documentada de su autoría.**	**b)** Experiencia en el desarrollo de trabajos: Se otorgará 2 puntos por cada trabajo, hasta un máximo 6 puntos	
c) **Premios Obtenidos por trabajos realizados** **Obs.** para los puntos b) y c) si no se obtuvieron menciones a título personal, no se asignarán puntos.	c) Se otorgará 1 punto por cada premio. Máximo 2 puntos	
2) Director de Arte: a) Preferentemente profesional con título de Licenciado en Diseño Gráfico, Marketing o Carrera Afín.	a) Profesional con título universitario **4 puntos** Profesional sin título universitario **2 puntos**	**12 Puntos**
b) Experiencia en trabajos: en los cuales se haya desempeñado como	**b)** Experiencia en el desarrollo	

Ing. Norma Fernández de Burgos
Gerente Operativo de Contrataciones
UOC - Copaco S.A.

estratega, creativo gráfico y visual, planificador y realizador del marketing mix, el diseñador de las investigaciones publicitarias y el conductor de la transformación de campañas en piezas finales para su divulgación en medios **presentando para ello 3 (tres) trabajos realizados y evidencia documentada de su autoría.** **c) Premios Obtenidos por trabajos realizados** **Obs.** para los puntos b) y c) si no se obtuvieron menciones a título personal, no se asignarán puntos.	de trabajos: Se otorgará 2 puntos por cada trabajo, hasta un máximo **6 puntos** c) Se otorgará 1 punto por cada premio. Máximo 2 puntos	
3) Diseñador: a) Preferentemente Profesional de la carrera profesional de Diseño Gráfico. b) **Experiencia en trabajos** donde se haya encargado de Crear, sugerir y elaborar los diseños publicitarios gráficos a ser realizados en la agencia, de acuerdo a las especificaciones detalladas por los clientes. **Presentando para ello 2 (dos) trabajos realizados y evidencia documentada de su autoría** **Obs.** para el punto b) si no se obtuvieron menciones a título personal, la empresa deberá indicar al responsable de la autoría de cada trabajo a través de una declaración jurada firmada por el representante legal de la empresa.	a) Profesional con título universitario **4 puntos** Profesional sin título universitario **2 puntos** b) Experiencia en el desarrollo de trabajos: Se otorgará 2 puntos por cada trabajo, hasta un máximo de **4 puntos**	**8 Puntos**
4) Director de Medios a) Probada experiencia en relacionamiento con medios de comunicación. - Probada experiencia de conocimientos técnicos en planificación de	a) Profesional con título universitario **4 puntos** Profesional sin título	**8 Puntos**

Ing. Norma Fernández de Burgos
Gerente Operativo de Contrataciones
UOC - Copaco S.A.

Medios. b) **Experiencia en trabajos** donde haya tenido a su cargo analizar y asignar los espacios más adecuados para la proyección de los anuncios publicitarios en los medios, según las características de la publicidad a ser emitida. Realizar un seguimiento sobre el grado de cumplimiento del plan de medios adquirido por el cliente. presentando para ello 2 (dos) trabajos realizados y evidencia documentada de su autoría **Obs.** para el punto b) si no se obtuvieron menciones a título personal, la empresa deberá indicar al responsable de la autoría de cada trabajo a través de una declaración jurada firmada por el representante legal de la empresa. **5) Planner** a) Profesional con título de Licenciado en Comunicación Publicitaria, Marketing o afín. b) Planificador realizador del marketing mix, aplica la planificación estratégica como herramienta que posibilite el cumplimiento efectivo de las campañas publicitarias diseñadas, de manera a alcanzar el logro de los objetivos, presentando para ello 2 (dos) trabajos realizados y evidencia documentada de su autoría **Obs.** para el punto b) si no se obtuvieron menciones a título personal, la empresa deberá indicar al responsable de la autoría de cada trabajo a	universitario **2 puntos** b) Experiencia en el desarrollo de trabajos: Se otorgará 2 puntos por cada trabajo, hasta un máximo de 4 **puntos** a) Profesional con título universitario **2 puntos** Profesional sin título universitario **1 puntos** b) Experiencia en el desarrollo de trabajos: Se otorgará 1 punto por cada trabajo, hasta un máximo de 2 **puntos**	**4 Puntos**

Ing. Norma Fernández de Burgos
Gerente Operativo de Contrataciones
UOC - Copaco S.A.

través de una declaración jurada firmada por el representante legal de la empresa. **EVALUACIÓN ECONÓMICA TOTAL** **Propuesta Económica** Tras la apertura de sobres se elaborará un ranking de propuestas económicas.	a) Mejor oferta se le adjudicará con el total de puntos (40 puntos) b) La Segunda mejor oferta se le asignará 35 puntos. c) La Tercera mejor oferta se asignará 30 puntos. d) A partir de la cuarta oferta se asignará 25 puntos	**40 Puntos**

Nota 1: Conforme las disposiciones del Decreto 7781/06, para las Contrataciones con Organismos de la Administración Central, el Oferente que resulte adjudicado, deberá contar con una cuenta corriente y/o caja de ahorro habilitada en un Banco de plaza, o en su defecto, hallarse en condiciones de poder habilitar una cuenta corriente y/o caja de ahorro a su nombre, a fin de poder hacer efectivo el Pago Directo a Proveedores y Acreedores vía acreditación en cuenta bancaria. ***N/A***

Nota 2: Conforme a lo previsto por la Ley de Presupuesto del año en curso los adjudicatarios de los contratos resultantes de los procesos mencionados, deberán inscribirse en el Sistema de Información de Proveedores del Estado, como requisito previo a la emisión del Código de Contratación respectivo, ***no siendo la inscripción una exigencia para participar en el proceso.***

2. **SECCIÓN III – ESPECIFICACIONES TÉCNICAS - V. ASPECTOS GENERALES - ítem l)**

Donde dice:

EL CONTRATISTA es responsable que las piezas entregadas son de su creación y originalidad y ante situaciones de litigios por plagio asume toda la responsabilidad al respecto. Asimismo EL CONTRATISTA, a su costo, deberá realizar las acciones pertinentes para el registro de las mismas a favor de LA COMPAÑÍA.

Debe decir:

EL CONTRATISTA es responsable que las piezas entregadas son de su creación y originalidad y ante situaciones de litigios por plagio asume toda la responsabilidad al respecto. Asimismo EL CONTRATISTA, deberá dejar constancia de que las piezas son de propiedad exclusiva de LA COMPAÑÍA, quien se encargará de realizar las gestiones ante las autoridades competentes

Ing. Norma Fernández de Pitrgos
Gerente Operativo de Contrataciones
UOC - Copaco S.A.

para el registro de las mismas, si lo considera conveniente.

3. **SECCIÓN III – ESPECIFICACIONES TÉCNICAS - V. ASPECTOS GENERALES - ítem m)**

Donde dice:

4. **Materiales Gráficos**:

Los materiales publicitarios para prensa escrita deben incluir toda vez que fuere posible y necesaria, las mismas imágenes previstas para la televisión, con el/los mismo/s mensaje/s, con cuadros, infografías y gráficos que deben estar relacionados al/los mensaje/s y a LA COMPAÑÍA. Igualmente se podrá requerir la elaboración de materiales gráficos como afiches, volantes, y otros, que no haya sido ofertado, para lo cual EL CONTRATISTA presentará su oferta que deberá ser aprobada previamente por LA COMPAÑÍA para su posterior realización.

El boceto deberá tener una elaboración ingeniosa, para la rápida captación del producto a ser publicado. En el caso de que LA COMPAÑÍA considere la presentación de algún actor exclusivo que haya sido imagen publicitaria de otras empresas de telecomunicaciones la Contratación del mismo deberá ser autorizada por la máxima autoridad competente de LA COMPAÑÍA. De requerirse la contratación de un actor exclusivo para ser utilizado como imagen corporativa, EL CONTRATISTA deberá realizar todos los esfuerzos necesarios para su contratación y será de su responsabilidad y a su costo la contratación de los servicios del mismo.
El costo de los materiales a ser realizados será presupuestado y aprobado previo a su producción.

Debe decir:

4. **Materiales Gráficos**:

Los materiales publicitarios para prensa escrita deben incluir toda vez que fuere posible y necesaria, las mismas imágenes previstas para la televisión, con el/los mismo/s mensaje/s, con cuadros, infografías y gráficos que deben estar relacionados al/los mensaje/s y a LA COMPAÑÍA. Igualmente se podrá requerir la elaboración de materiales gráficos como afiches, volantes, y otros, que no hayan sido ofertados. El boceto deberá tener una elaboración ingeniosa, para la rápida captación del producto a ser publicado.

En el caso de que LA COMPAÑÍA considere la presentación de algún actor exclusivo que haya sido imagen publicitaria de otras empresas de telecomunicaciones la Contratación del mismo deberá ser autorizada por la máxima autoridad competente de LA COMPAÑÍA. De requerirse la contratación de un actor exclusivo para ser utilizado como imagen corporativa, EL CONTRATISTA deberá realizar todos los esfuerzos necesarios para su contratación y será de su responsabilidad y a su costo la contratación de los servicios del mismo.

Ing. Norma Fernández de Burgos
Gerente Operativo de Contrataciones
UOC - Copaco S.A.

Tanto para el caso de los materiales gráficos que no hayan sido ofertados así como para la contratación de actores, EL CONTRATISTA presentará su oferta, la cual deberá ser aprobada previamente por LA COMPAÑÍA para su posterior realización. Esta oferta se incluirá como parte del monto total adjudicado, el cual se irá descontando de dicho monto.

4. **SECCIÓN III – ESPECIFICACIONES TÉCNICAS – PUNTO VI PRESENTACIÓN DE LA OFERTA**

Donde dice:
Radios, el oferente presentará su oferta por emisión de jingles o menciones por segundos, en horario rotativo, determinado ó en programación específica; (discriminar horarios rotativos y dentro de programas específicos) que servirá de base para determinar el costo del servicio.

Debe decir:
Radios, el oferente presentará su oferta conforme a la planilla de Precios Detallada en la SECCIÓN VI. FORMULARIOS – FORMULARIO DE LA OFERTA. ÍTEM 1 - PUBLICIDAD POR RADIO -CÓDIGO DE CATÁLOGO: 82101601-001.

Donde dice:
Prensa Escrita, el oferente presentará su oferta de costo por centímetro/columna; color/blanco y negro; página determinada/indeterminada – días hábiles/domingos y feriados; suplementos especiales, debiendo considerarse en dicha oferta la realización de avisos tipográficos, que servirá de base para el cálculo del costo del servicio.

Debe decir:
Prensa Escrita, el oferente presentará su oferta conforme a la planilla de Precios Detallada en la SECCIÓN VI. FORMULARIOS – FORMULARIO DE LA OFERTA. ÌTEM 3 - PRENSA ESCRITA PERIODICOS, REVISTAS Y OTROS MEDIOS ESCRITOS.CÓDIGO DE CATÁLOGO: 82101504-001.

Donde dice:
Televisión, el oferente presentará su oferta de costo por segundo considerando las diferentes tarifas de acuerdo a las programaciones y/o segmentos horarios de cada medio ofertado (discriminar horarios rotativos y dentro de programas específicos). El costo de la Vehiculización a ser emitidos será presupuestado y aprobado previo a su emisión.

Debe decir:
Televisión, el oferente presentará su oferta conforme a la planilla de Precios Detallada en la SECCIÓN VI. FORMULARIOS – FORMULARIO DE LA OFERTA. ÌTEM 2 – TELEVISIÓN CON SEÑAL ABIERTA Y CABLE.CÓDIGO DE CATÁLOGO: 82101602-001.

Donde dice:
Internet: el oferente presentará su oferta de costo teniendo en cuenta los siguientes aspectos:

Ing. Norma Fernández de Burgos
Gerente Operativo de Contrataciones
UOC - COPACO S.A.

- **Medida:** Indeterminada (expresada en pixeles)
- **Formatos:** SWF/ JPG / otros
- **Peso Máximo:** Indeterminado expresado en Kb
- **Ubicación:** Dependiendo del sitio web podrán ser en todo el sitio, portada, Secciones, Interiores u otros.
- **Periodicidad de Emisión:** Mensual, Semanal.

Debe decir:
Internet, el oferente presentará su oferta conforme a la planilla de Precios Detallada en la SECCIÓN VI. FORMULARIOS – FORMULARIO DE LA OFERTA. ÌTEM 4 – PUBLICIDAD Y PROPAGANDA (POR INTERNET).CÓDIGO DE CATÁLOGO: 82101603-001.

5. **SECCIÓN VI. FORMULARIOS – FORMULARIO DE LA OFERTA. ÍTEM 5. – SERVICIOS DE CREACIÓN DE IMAGEN CORPORATIVA O SPOT PUBLICITARIOS – 5.2 – TELEVISIÓN SPOTS -CÓDIGO DE CATÁLOGO: 82101801-002. La planilla de precios detallada queda redactada de la siguiente manera:**

Planilla de Precios Detallada

CÓDIGO DE CATÁLOGO: 82101801-002
5.2 TELEVISIÓN- SPOTS

No.	SPOTS de 30 Segundos	Precio Unitario (Gs. IVA INCLUIDO)	Precio Unitario Importe expresado en letras (Gs. IVA INCLUIDO)
.	Con efecto digital		
.	Grabación en exterior (1 a 2 actores, 1 locación dentro del Departamento Central)		
	Grabación en exterior (3 a 4 actores, 1 locación dentro del Departamento Central)		
	Grabación en exterior (5 a 7 actores, 1 locaciones dentro del Departamento Central)		
	Grabación en estudio (1 a 2 actores)		
	Grabación en estudio (3 a 4 actores)		
	Grabación en estudio (5 a 7 actores)		

Ing. Norma Fernández de Burgos
Gerente Operativo de Contrataciones
UOC - Copaco S.A.

COPACO S.A.

TOTAL			

OBS. La oferta de cada spot según tipo seleccionado deberá contemplar todos los costos de la creatividad, diagramación, desarrollo de estrategia y producción de los mismos. Los materiales para la televisión tendrán una duración acorde a los requerimientos técnicos que permitan la adecuada transmisión del mensaje (mínimo de 15 segundos y máximo determinado por la práctica común en medios de esta naturaleza).

(COMPLETAR LA PLANILLA SIN REALIZAR MODIFICACIONES EN LA MISMA)

Nombre del Oferente [indicar el nombre completo del Oferente] Firma del Oferente [firma de la persona que firma la Oferta] Fecha [Indicar Fecha]

6. **SECCIÓN III – ESPECIFICACIONES TÉCNICAS – PUNTO V. ASPECTOS GENERALES – Inciso i)**

Donde dice:

i) LA COMPAÑÍA podrá solicitar la divulgación de material publicitario oral, escrito o televisivo en algún medio de comunicación que no haya sido ofertado, en este caso se tomará como referencia los precios de lista de medios similares (tipo de medio, audiencia, prestigio en el sector, antigüedad, otros. Previa presentación por parte de EL CONTRATISTA del presupuesto respectivo y una vez aprobado por el Directorio de la Compañía, se autorizará la publicación del material elaborado.

Debe decir:

i) LA COMPAÑÍA podrá solicitar la divulgación de material publicitario oral, escrito o televisivo en algún medio de comunicación o espacio publicitario que no haya sido ofertado, en este caso se tomará como referencia los precios de lista de medios similares (tipo de medio, audiencia, prestigio en el sector, antigüedad, otros. EL CONTRATISTA presentará su oferta, la cual deberá ser aprobada previamente por LA COMPAÑÍA para su posterior realización. Esta oferta se incluirá como parte del monto total adjudicado, el cual se irá descontando de dicho monto.

7. **ESPECIFICACIONES TÉCNICAS: Se incluye el siguiente texto:**

La creatividad a ser propuesta deberá ser 30% (treinta por ciento) de carácter institucional y 70% (setenta por ciento) con relación a productos – marcas.

Atentamente,

Ing. Norma Fernández
Gerente – U.O.C.
Gerencia Operativa de Contrataciones