

PLIEGO DE BASES Y CONDICIONES

Convocante:

**Ministerio de Tecnologías de la Información y Comunicación
(MITIC)**

**Ministerio de Tecnologías de la Información y Comunicación -
MITIC**

Nombre de la Licitación:

**CVE 01/2024 SERVICIO DE DIFUSION EN MEDIOS
DIGITALES**

(versión 1)



Modalidad:

CE

Publicado el:

06/11/2024

"CONTENIDO DEL AVISO DE INTENCIÓN DE COMPRA"

Versión 1

RESUMEN DEL LLAMADO

Datos de la Convocatoria

Nombre de la Licitación:	CVE 01/2024 SERVICIO DE DIFUSION EN MEDIOS DIGITALES
Convocante:	Ministerio de Tecnologías de la Información y Comunicación (MITIC)
Unidad de Contratación:	Ministerio de Tecnologías de la Información y Comunicación - MITIC

CONDICIONES GENERALES

Descripción del bien, servicio u obra a ser adquirido

La Descripción del bien, servicio u obra a ser adquirido será conforme se establece en las bases:

CVE MITIC N° 01/2024 SERVICIO DE DIFUSION EN MEDIOS DIGITALES

Criterios de evaluación a ser utilizados

El criterio de evaluación ha ser utilizado en el presente procedimiento de contratación será:

REQUISITOS DE PARTICIPACIÓN Y CRITERIOS DE EVALUACION

1. Condición de Participación

Podrán participar de este procedimiento, las personas físicas, jurídicas y/o Consorcio, constituidos o con acuerdo de intención, inscriptos en el Registro de Proveedores del Estado.

Los oferentes domiciliados en la República del Paraguay, que pretendan participar en un procedimiento de contratación, no deberán estar comprendidos en las prohibiciones o limitaciones para presentar propuestas y contratar con el Estado, establecidas en la Ley N° 7021/22 "DE SUMINISTROS Y CONTRATACIONES PUBLICAS".

2. Sucursales

En los casos de procedimientos de contratación de carácter nacional podrán participar las sucursales de las matrices internacionales constituidas en la República del Paraguay. Solo serán admitidas como criterios de adjudicación las capacidades, experiencia y aptitudes de la sucursal recabadas desde su constitución, sin admitirse la utilización de las cualidades de la casa matriz u otras filiales o sucursales.

3. Requisitos de Calificación

Calificación Legal. Los oferentes deberán declarar que no se encuentran comprendidos en las limitaciones o prohibiciones para contratar con el Estado, según lo establecido en el artículo 21 de la Ley N° 7021/22 en concordancia con el Artículo 19 de su Decreto Reglamentario. Esta declaración forma parte del formulario de oferta en los casos que el procedimiento de contratación sea convencional y formulario de Oferta electrónica en el caso que se utilice el módulo de oferta electrónica.

Serán desechadas las ofertas de los oferentes que se encuentren comprendidos en las prohibiciones o limitaciones para presentar propuesta y contratar con el Estado, a la hora y fecha límite de presentación de ofertas o a la fecha de firma del contrato.

A los efectos de la verificación de la existencia de prohibiciones o limitaciones contenidas en el artículo 21 de la Ley N° 7021/22, el comité de evaluación realizará el siguiente análisis:

Verificará que el oferente haya proporcionado el formulario de ofertas, la declaración jurada de no estar comprendido en las prohibiciones y limitaciones para presentar propuesta y contratar, y además las constancias de registro de estructura jurídica y de beneficiarios finales.

Verificará los registros del personal de la convocante para detectar si el oferente o sus representantes, se hallan comprendidos en el artículo 21 de la Ley N° 7021/22.

Verificará por los medios disponibles, si el oferente y los demás sujetos individualizados en las prohibiciones o limitaciones contenidas en los incisos, aparecen en la base de datos del SINARH del VICE MINISTERIO DE CAPITAL HUMANO Y GESTION

ORGANIZACIONAL.

Si se constata que alguno de las personas mencionadas en el párrafo anterior figura en la base de datos del SINARH del VICE MINISTERIO DE CAPITAL HUMANO Y GESTION ORGANIZACIONAL, el comité analizará acabadamente si tal situación le impedirá ejecutar el contrato, exponiendo los motivos para aceptar o rechazar la oferta, según sea el caso.

Verificará que el oferente haya proporcionado el formulario de Declaración de Personas, debidamente firmado, conforme a los estándares establecidos, y cotejará los datos con las personas físicas inhabilitadas que constan en el registro de Sanciones a Proveedores del SICP. Con el objeto de verificar si los directores, gerentes, socios gerentes, quienes ejerzan la administración, accionistas, cuotapartistas o propietarios se encuentren dentro de los criterios contemplados en los incisos g), h), i), y j) de la Ley 7021/22.

El comité podrá recurrir a fuentes públicas o privadas de información, para verificar los datos proporcionados por el oferente y las obrantes en el registro de inhabilitados de la DNCP.

Si el Comité confirma que el oferente o sus integrantes poseen impedimentos en virtud a lo dispuesto en el artículo 21 de la Ley N° 7021/22, la oferta será rechazada y se remitirán los antecedentes a la DNCP para los fines pertinentes.

4. Método de Evaluación

Basado únicamente en el precio

5. Análisis de los precios ofertados

La evaluación de ofertas con el criterio basado únicamente en precio, luego de haber realizado la corrección de errores aritméticos y de ordenar las ofertas presentadas de menor a mayor, el Comité de Evaluación procederá a solicitar a los oferentes una explicación detallada de la composición del precio ofertado de cada ítem, rubro o partida adjudicable, conforme al siguiente parámetro:

En contrataciones en general: cuando la diferencia entre el precio ofertado y el precio referencial sea superior al 25% para ofertas por debajo del precio referencial y del 15% para ofertas que se encuentren por encima del referencial establecido por la convocante y difundido con el llamado a contratación.

Si el oferente no respondiese la solicitud, o la respuesta no sea suficiente para justificar el precio ofertado del bien o servicio, el precio será declarado inaceptable y la oferta rechazada.

El análisis de los precios, con esta metodología, será aplicado a cada ítem, rubro o partida que componga la oferta y en cada caso deberá ser debidamente fundada la decisión adoptada por la Convocante en el ejercicio de su facultad discrecional.

Para la evaluación de ofertas basada en la multiplicidad de criterios, en cuanto al análisis del precio se podrá considerar el parámetro dispuesto en el presente apartado.

6. Composición de Precios

-
- La estructura mínima del desglose de composición de los precios, será:

ESQUEMA SUGERIDO POR DPTO. ADQUISICIONES

- **COSTO NETO DEL SERVICIO.**
- **GASTOS VARIOS.** (*Gastos Administrativos, Carga Social, Horas Hombre y/o Mano de Obra, Equipos, Instrumental y/o Herramientas*).
- **MARGEN DE UTILIDAD.**
- **IMPUESTOS.**
- **COSTO TOTAL** (*Cotización Final. Precio Unitario consignado en la Oferta*).

El oferente podrá presentar junto con su oferta el desglose de composición de precios, cuando su oferta se encuentre fuera de los parámetros establecidos en la cláusula anterior.

OBS.: Los potenciales oferentes podrán acceder a los antecedentes utilizados por la convocante para la fijación del precio referencial para los ítems requeridos en el siguiente enlace: <https://drive.mitic.gov.py/index.php/s/7kzFQeBfycEZnt6>

7. Requisitos Documentales para la evaluación de las condiciones de participación

<p align="center">1. Formulario de Oferta (*)</p> <p><i>[El formulario de oferta y lista de precios deben ser completados y firmados por el oferente, y deberá sujetarse en todo lo demás a la reglamentación vigente.]</i></p>
<p align="center">2. Garantía de Mantenimiento de Oferta (*)</p> <p><i>La garantía de mantenimiento de oferta debe ser extendida, bajo la forma GARANTÍA BANCARIA O POLIZA DE SEGURO</i></p>
<p align="center">3. Certificado de Cumplimiento con la Seguridad Social(**)</p>
<p align="center">4. Certificado de Producto y Empleo Nacional, emitido por el MIC, en caso de contar.(**)</p>
<p align="center">5. Certificado de Cumplimiento Tributario. (**)</p>
<p align="center">6. Patente comercial del municipio en donde esté asentado el establecimiento principal del oferente.(**)</p>
<p align="center">7. Declaración Jurada de Declaración de Personas, de conformidad con el formulario estándar Sección Formularios(**)</p>
<p align="center">8. Documentos legales. Oferentes</p>
<p>8.1. Personas Físicas.</p>
<p align="center">i. Fotocopia simple de la Cédula de Identidad del firmante de la oferta.(*)</p>
<p align="center">ii. Constancia de inscripción en el Registro Único de Contribuyentes RUC(*)</p>
<p align="center">iii. En el caso que suscriba la oferta otra persona en su representación, deberá acompañar una fotocopia simple de su cédula de identidad y una fotocopia simple del poder suficiente otorgado por Escritura Pública para presentar la oferta y representarlo en los actos de la licitación. No es necesario que el poder esté inscripto en el Registro de Poderes.(*)</p>
<p align="center">8.2. Personas Jurídicas.</p>

<p>a. Fotocopia simple de los documentos que acrediten la existencia legal de la persona jurídica tales como la Escritura Pública de Constitución y protocolización de los Estatutos Sociales. Los estatutos deberán estar inscriptos en la Sección Personas Jurídicas de la Dirección de Registros Públicos.(*)</p>
<p>b. Constancia de inscripción en el Registro Único de Contribuyentes. (*)</p>
<p>c. Fotocopia simple de los documentos de identidad de los representantes o apoderados de la sociedad. (*)</p>
<p>d. Fotocopia simple de los documentos que acrediten las facultades del firmante de la oferta para comprometer al oferente. Estos documentos pueden consistir en: un poder suficiente otorgado por Escritura Pública (no es necesario que esté inscripto en el Registro de Poderes); o los documentos societarios que justifiquen la representación del firmante, tales como las actas de asamblea y de directorio en el caso de las sociedades anónimas.(*)</p>
<p>8.3. Oferentes en Consorcio.</p>
<p>a. Cada integrante del consorcio que sea una persona física domiciliada en la República del Paraguay deberá presentar los documentos requeridos para Oferentes Individuales especificados en el apartado Oferentes Individuales. Personas Físicas. Cada integrante del consorcio que sea una persona jurídica domiciliada en Paraguay deberá presentar los documentos requeridos para Oferentes Individuales Personas Jurídicas. (*)</p>
<p>b. Original o fotocopia del consorcio constituido o del acuerdo de intención de constituir el consorcio por escritura pública en caso de resultar adjudicados y antes de la firma del contrato. Las formalidades de los acuerdos de intención y de los consorcios serán determinadas por la Dirección Nacional de Contrataciones Públicas (DNCP).(*)</p>
<p>c. Fotocopia simple de los documentos que acrediten las facultades de los firmantes del acuerdo de intención de consorciarse. Estos documentos pueden consistir en(*):</p> <ul style="list-style-type: none"> i. Un poder suficiente otorgado por escritura pública por cada miembro del consorcio (no es necesario que esté inscripto en el Registro de Poderes); o ii. Los documentos societarios de cada miembro del consorcio, que justifiquen la representación del firmante, tales como actas de asamblea y de directorio en el caso de las sociedades anónimas.
<p>d. Fotocopia simple de los documentos que acrediten las facultades del firmante de la oferta para comprometer al consorcio, cuando se haya formalizado el consorcio. Estos documentos pueden consistir en(*):</p> <ul style="list-style-type: none"> i. Un poder suficiente otorgado por escritura pública por la Empresa Líder del consorcio (no es necesario que esté inscripto en el Registro de Poderes); o ii. Los documentos societarios de la Empresa Líder, que justifiquen la representación del firmante, tales como actas de asamblea y de directorio en el caso de las sociedades anónimas.

En caso de que los procedimientos no sean por el módulo de oferta electrónica, el oferente deberá presentar el Formulario

de Oferta y la Planilla de precio, para los casos en que se utilice el Módulo de Oferta Electrónica los datos se deberán cargar en el Formulario de oferta electrónica de conformidad a la normativa vigente.

Los documentos indicados con asterisco (*) son considerados documentos sustanciales a ser presentados con la oferta de conformidad al Decreto Reglamentario.

Los documentos indicados con doble asterisco (**) deberán estar vigentes a la fecha y hora tope de presentación de ofertas..

8. Capacidad Financiera

Con el objetivo de calificar la situación financiera del oferente, se considerarán los siguientes índices:[Haga clic aquí para escribir texto.](#)

A) Contribuyente de IRACIS/IRE RG por los años que corresponda deberán cumplir con el siguiente parámetro: a. Ratio de Liquidez: activo corriente / pasivo corriente. Deberá ser igual o mayor que 1, en promedio, en los últimos años [2021,2022, 2023] b. Endeudamiento: pasivo total / activo total. No deberá ser mayor a 0,80 en promedio, en los últimos años [2021, 2022, 2023] c. Rentabilidad: Porcentaje de utilidad después de impuestos o pérdida con respecto al Capital. El promedio en los años [2021, 2022, 2023], no deberá ser negativo.

B) Contribuyentes de IRPC / IRE SIMPLE por los años que corresponda deberán cumplir el siguiente parámetro: Eficiencia: (Ingreso/Egreso). -Deberá ser igual o mayor que 1, el promedio, de los ejercicios fiscales requeridos. (años 2021, 2022, 2023)

C) Contribuyentes de IRP/IRP RSP por los años que corresponda deberán cumplir el siguiente parámetro: Eficiencia: (Ingreso/Egreso). Deberá ser igual o mayor que 1, el promedio, de los ejercicios fiscales requeridos. (años 2021, 2022, 2023)

D) Contribuyentes de IVA General deberá cumplir el siguiente parámetro: Eficiencia: (Ingreso/Egreso). Deberá ser igual o mayor que 1, el promedio, de los ejercicios fiscales (años 2021, 2022, 2023)

(*) EN CASO DE CONSORCIOS: todos los integrantes que lo componen deberán cumplir con los requisitos financieros indicados

Requisitos documentales para la evaluación de la capacidad financiera:

Para evaluar el presente criterio, el oferente deberá presentar las siguientes documentaciones:

a. Balance General y Cuadro de Estado de Resultados de los años 2021, 2022 y 2023 para contribuyente de IRACIS / IRE RG.
b. Formulario 501 (2021, 2022 y 2023) IRE Simple.
c. Formulario 515 (2021, 2022 y 2023) IRP RSP.
d. Para contribuyentes de IVA general: IVA General de los años [2021, 2022 y 2023].

9. Experiencia Requerida

Con el objetivo de calificar la experiencia del oferente, se considerarán los siguientes índices:

Demostrar la experiencia en trabajos de servicios de elaboración y ejecución de planes de Medios Digitales, Ejecución de Campañas de comunicación con facturaciones de venta y/o recepciones finales por un monto equivalente al **50 % como mínimo del monto total A SER ADJUDICADO en la presente licitación**, de los: años.2021-2022-2023.

Requisitos documentales para la evaluación de la experiencia

1. Copia de facturaciones y/o recepciones finales que avalen la experiencia requerida.
--

2. El oferente deberá presentar 3 (tres) Certificados en la que conste satisfacción del servicio realizado proveído por empresas públicas y/o privadas de trabajos pautajes y difusión en medios digitales en los últimos 3 (tres) años (2021,2022,2023).

10. Capacidad Técnica

El oferente deberá proporcionar evidencia documentada que demuestre su cumplimiento con los siguientes requisitos de capacidad técnica:

I. UN PERSONAL TÉCNICO MÍNIMO A CARGO: Demostrar que cuenta con personal debidamente calificado para desempeñar los siguientes cargos clave:

1- 1(Un) Ejecutivo de Cuentas

2- 1(Un) Content manager para RRSS

3- 1 (Un) Planificador Senior de medios

4- 1(Un) Generador de informes de control de pauta y datos de mercado.

Se deberá demostrar que cada uno de los personales propuestos está calificado en todas las actividades claves mencionadas en este pliego y que cuenta con por lo menos tres (3) años de experiencia en el cargo propuesto. Si los mencionados profesionales no forman parte del equipo propuesto por la empresa, deberán presentar contratos de prestación de servicios para los ítems licitados, si la firma resulta adjudicada, antes de la firma del contrato.

II. INFRAESTRUCTURA:

La empresa deberá contar con la siguiente infraestructura mínima:

1. Una oficina comercial equipada con equipos de comunicación (teléfono línea baja de COPACO o celular, correo electrónico de la empresa).

*Obs.: El Comité de Evaluación podrá realizar una visita in situ a fin de constatar la veracidad de la información.

2. Un auxiliar administrativo encargado del seguimiento de la ejecución contractual. EL OFERENTE deberá demostrar contar con el personal requerido y que el mismo se encuentra en relación de dependencia, demostrable con el extracto de aportes al I.P.S. y el detalle de los datos personales de los empleados.

Requisitos documentales para evaluar el criterio de capacidad técnica

Los siguientes documentos serán los considerados para la evaluación del presente criterio:

a. Declaración Jurada del oferente por la cual manifiesta contar con el personal debidamente calificado para desempeñar los cargos claves. Se deberá adjuntar curriculum del personal propuesto, como así también copia simple de la Cédula de Identidad y de las certificaciones correspondientes.

b. Declaración Jurada del oferente por la cual manifiesta contar con la infraestructura mínima necesaria para la prestación de los servicios licitados. Se deberá adjuntar descripción del equipamiento disponible, marca, modelo, año de adquisición

c. Declaración Jurada de contar con el personal administrativo necesario para el seguimiento de la ejecución contractual con el detalle de sus datos personales y el tipo de vínculo con el oferente.

11. Otros criterios que la convocante requiera

Otros criterios para la evaluación de las ofertas a ser considerados en esta contratación serán: Haga clic o pulse aquí para escribir texto.

- Declaración Jurada por la cual los oferentes manifiestan contar con servicio de auditoría de medios mediante herramientas de monitoreo mediciones digitales.
- Declaración Jurada por la cual los oferentes manifiestan, en caso de ser adjudicados, deberán contar con una cuenta en los siguientes medios de comunicación digital: meta business suite y será presentada antes de la firma del contrato.

12. Aclaración de las ofertas

Con el objeto de realizar la revisión, evaluación, comparación y posterior calificación de ofertas, el Comité de Evaluación podrá solicitar a los oferentes, aclaraciones respecto de sus ofertas, dichas solicitudes y las respuestas de los oferentes se realizarán por escrito.

A los efectos de confirmar la información o documentación suministrada por el oferente, el Comité de Evaluación, podrá solicitar aclaraciones a cualquier fuente pública o privada de información.

Las aclaraciones de los oferentes que no sean en respuesta a aquellas solicitadas por la convocante, no serán consideradas.

No se solicitará, ofrecerá, ni permitirá ninguna modificación a los precios ni a la sustancia de la oferta, excepto para confirmar la corrección de errores aritmético.

13. Disconformidades, errores y omisiones

Siempre y cuando una oferta se ajuste sustancialmente a las bases de la contratación, el Comité de Evaluación, requerirá que cualquier disconformidad u omisión que no constituya una desviación significativa, sea subsanada en cuanto a la información o documentación que permita al Comité de Evaluación realizar la calificación de la oferta.

A tal efecto, el Comité de Evaluación emplazará por escrito al oferente a que presente la información o documentación necesaria, dentro de un plazo razonable no menor a un día hábil, bajo apercibimiento de rechazo de la oferta. El Comité de Evaluación podrá reiterar el pedido cuando la respuesta no resulte satisfactoria, toda vez que no se viole el principio de igualdad.

Con la condición de que la oferta cumpla sustancialmente con los Documentos de la Licitación, la convocante corregirá errores aritméticos de la siguiente manera y notificará al oferente para su aceptación:

- a) Si hay una discrepancia entre un precio unitario y el precio total obtenido al multiplicar ese precio unitario por las cantidades correspondientes, prevalecerá el precio unitario y el precio total será corregido.
- b) Si hay un error en un total que corresponde a la suma o resta de subtotales, los subtotales prevalecerán y se corregirá el total.
- c) En caso que el oferente haya cotizado su precio en guaraníes con décimos y céntimos la convocante procederá a realizar el redondeo hacia abajo.

Si hay una discrepancia entre palabras y cifras, prevalecerá el monto expresado en palabras a menos que la cantidad expresada en palabras corresponda a un error aritmético, en cuyo caso prevalecerán las cantidades en cifras de conformidad con los párrafos (a) y (b) mencionados.

14. Criterio de desempate de ofertas

En caso de que existan dos o más oferentes solventes que cumplan con todos los requisitos establecidos en el pliego de bases y condiciones del procedimiento de contratación, igualen en precio y sean sus ofertas las más bajas, el comité de evaluación determinará cuál de ellas es la mejor calificada para ejecutar el contrato utilizando los criterios dispuestos para el efecto por la DNCP en la reglamentación pertinente.

15. Criterios de Adjudicación

De acuerdo con el mercado, el objeto del contrato y el ciclo de vida del bien o servicio, podrá usarse uno o la combinación de varios criterios, previstos en el artículo 52 de la Ley N° 7021/22 "De Suministro y Contrataciones Públicas".

La adjudicación de la oferta solo podrá fundamentarse en la evaluación de los criterios señalados en los documentos del procedimiento de contratación.

En los procedimientos de contratación en los cuales se aplique la combinación de criterios, la evaluación de las ofertas se llevará a cabo con base a la metodología, criterios y parámetros establecidos en los pliegos de bases y condiciones que permitan establecer cuál es aquella que ofrece mayor valor por dinero.

En los demás casos, la convocante adjudicará el contrato al oferente cuya oferta haya sido evaluada como la más baja y cumpla sustancialmente con los requisitos de las bases y condiciones, siempre y cuando la convocante determine que el oferente está calificado para ejecutar el contrato satisfactoriamente.

1. La adjudicación en los procedimientos de contratación en los cuales se aplique el atributo de contrato abierto, se efectuará por las cantidades o montos máximos solicitados en el procedimiento de contratación, sin que ello implique obligación de la convocante de requerir la provisión de esa cantidad o monto durante de la vigencia del contrato, obligándose sí respecto de las cantidades o montos mínimos establecidos.

2. En caso de que la convocante no haya adquirido la cantidad o monto mínimo establecido, deberá consultar al proveedor si desea ampliarlo para el siguiente ejercicio fiscal, hasta cumplir el mínimo.

3. Al momento de adjudicar el contrato, la convocante se reserva el derecho a disminuir la cantidad de Bienes y/o Servicios requeridos, por razones de disponibilidad presupuestaria u otras razones debidamente justificadas. Estas variaciones no podrán alterar los precios unitarios u otros términos y condiciones de la oferta y de los documentos de la licitación.

En aquellos procedimientos de contratación en los cuales se aplique el atributo de contrato abierto, cuando la Convocante deba disminuir cantidades o montos a ser adjudicados, no podrá modificar el monto o las cantidades mínimas establecidas en las bases de la contratación.

16. Notificaciones

Cuando la convocante opte por notificar la adjudicación a través del SICP, la notificación de la misma será realizada de manera automática, a los correos declarados en el Registro de Proveedores del Estado de los oferentes presentados. A efectos de la notificación oficial, solo serán considerados tales correos electrónicos. La notificación comprenderá la Resolución de la adjudicación, el informe de evaluación.

En sustitución de la notificación a través del SICP, las Convocantes podrán dar a conocer la adjudicación por medios físicos o electrónicos a cada uno de los oferentes, acompañados de la copia íntegra de la resolución de adjudicación y del informe de evaluación, de conformidad al artículo 62 del Decreto.

La no entrega del informe en ocasión de la notificación, suspende el plazo para formular protestas hasta tanto la convocante haga entrega de dicha copia al oferente solicitante.

3. En caso de la convocante opte por la notificación física a los oferentes participantes, deberá realizarse únicamente con el acuse de recibo y en el mismo con expresa mención de haber recibido el informe de evaluación y la resolución de adjudicación.

4. Las cancelaciones o declaraciones desiertas deberán ser notificadas a todos los oferentes, según el procedimiento indicado precedentemente.

5. Las notificaciones realizadas en virtud al contrato, deberán ser por escrito y dirigirse a la dirección indicada en el contrato.

17. Formato y firma de la oferta

1. El formulario de oferta y la lista de precios serán firmados según corresponda por el oferente o por las personas debidamente facultadas para firmar en nombre del oferente.

2. No serán descalificadas las ofertas que no hayan sido firmadas en documentos considerados no sustanciales.

3. Los textos entre líneas, tachaduras o palabras superpuestas serán válidos solamente si llevan la firma de la persona que firma la oferta.

4. La falta de foliatura no podrá ser considerada como motivo de descalificación de las ofertas.

18. Idioma de la oferta

La oferta deberá ser presentada en idioma castellano o en su defecto acompañada de su traducción oficial, realizada por un traductor público matriculado en la República del Paraguay.

19. Precio y Formulario de la Oferta

1. Para la cotización el oferente deberá ajustarse a los requerimientos que se indican a continuación:

a) El precio cotizado deberá ser el mejor precio posible, considerando que en la oferta no se aceptará la inclusión de descuentos de ningún tipo.

b) En el caso del sistema de adjudicación por la totalidad de los bienes y/o servicios requeridos, el oferente deberá cotizar en la lista de precios de todos los ítems, con sus precios unitarios y totales correspondientes.

c) En el caso del sistema de adjudicación por lotes, el oferente cotizará en la lista de precios uno o más lotes, e indicará

todos los ítems del lote ofertado con sus precios unitarios y totales correspondientes. En caso de no cotizar uno o más lotes, los lotes no cotizados no requieren ser incorporados a la planilla de precios.

d) En el caso del sistema de adjudicación por ítems, el oferente podrá ofertar por uno o más ítems, en cuyo caso deberá cotizar el precio unitario y total de cada uno o más ítems, los ítems no cotizados no requieren ser incorporados a la planilla de precios.

2. En caso de que se establezca en las bases de la contratación, los precios indicados en la lista de precios serán consignados separadamente de la siguiente manera:

a) El precio de bienes y/o servicios cotizados, incluidos todos los derechos de aduana, los impuestos al valor agregado o de otro tipo pagados o por pagar sobre los componentes y materia prima utilizada en la fabricación o ensamblaje de los bienes;

b) Todo impuesto al valor agregado u otro tipo de impuesto que obligue la República del Paraguay a pagar sobre los bienes en caso de ser adjudicado el contrato; además, se deberá indicar los ítems exentos de IVA, cuando los hubiere y

c) El precio de otros servicios conexos (incluyendo su impuesto al valor agregado), si los hubiere, enumerados en los datos de la licitación.

3. En caso de indicarse en el SICP, que se utilizará el atributo de contrato abierto, cuando se realice por montos mínimos y máximos deberán indicarse el precio unitario de los bienes y/o servicios ofertados; y en caso de realizarse por cantidades mínimas y máximas, deberán cotizarse los precios unitarios y los totales se calcularán multiplicado los precios unitarios por la cantidad máxima correspondiente.

4. El precio del contrato que cobre el proveedor por los bienes y/o servicios suministrados en virtud del contrato no podrá ser diferente a los precios unitarios cotizados en su oferta, excepto por cualquier ajuste previsto en el mismo.

5. En caso que se requiera el desglose de los componentes de los precios será con el propósito de facilitar a la convocante la comparación de las ofertas.

6. En las contrataciones internacionales los oferentes no domiciliados en el territorio de la República deberán manifestar en su oferta que los precios que presentan en su propuesta económica no se cotizan en condiciones de prácticas desleales de comercio internacional en su modalidad de discriminación de precios o subsidios.

20. Moneda de la oferta y pago

La moneda de la oferta y pago será: En guaraníes para todos los oferentes

La cotización en moneda diferente de la indicada en este apartado será causal de rechazo de la oferta. Si la oferta seleccionada es en guaraníes, la oferta se deberá expresar en números enteros, no se aceptarán cotizaciones en décimos y céntimos.

21. Método de presentación de ofertas

El sistema de presentación de ofertas para esta convocatoria será: un sobre

En caso de presentación física, los sobres deberán:

1. Indicar el nombre y la dirección del oferente;
2. Estar dirigidos a la convocante;
3. Llevar la identificación específica del proceso de contratación indicado en el SICP; y
4. Llevar una advertencia de no abrir antes de la hora y fecha de apertura de ofertas.
5. Identificar si se trata de un sobre técnico o económico.

La convocante podrá determinar el método de presentación de ofertas en un sobre o en doble sobre. En este último caso, el primer sobre contendrá la oferta técnica, incluyendo los documentos que acrediten la personería del oferente y el segundo sobre, contendrá la oferta económica. En caso de presentación de ofertas físicas, las mismas deberán ser entregadas a la convocante en sobres cerrados. Cuando las mismas deban ser presentadas en doble sobre, la convocante deberá resguardar las ofertas técnicas y económicas hasta su apertura.

Si los sobres no están cerrados e identificados como se requiere, la convocante no se responsabilizará en caso de que la oferta se extravíe o sea abierta prematuramente.

22. Periodo de Validez de la Oferta

Las ofertas deberán mantenerse válidas (en días corridos) por: 70

Las ofertas se deberán mantener válidas por el periodo indicado en el presente apartado, a partir de la fecha límite para la presentación de ofertas, establecido por la convocante. Toda oferta con un periodo menor será rechazada.

La convocante en circunstancias excepcionales podrá solicitar, por escrito, al oferente que extienda el periodo de validez

de la oferta, por lo tanto, la Garantía de Mantenimiento de la Oferta deberá ser también prorrogada.

El oferente puede rehusarse a tal solicitud sin que se le haga efectiva su Garantía de Mantenimiento de Oferta. A los oferentes que acepten la solicitud de prórroga no se les solicitará ni permitirá que modifiquen sus ofertas.

23. Garantías: instrumentación, plazos y ejecución

1. La Garantía de Mantenimiento de Oferta deberá expedirse por el equivalente 5% (cinco por ciento) del monto total de la oferta. El oferente debe adoptar cualquiera de las formas de instrumentación de las garantías dispuestas en el SICP por la Convocante.
2. La Garantía de Mantenimiento de Oferta en caso de oferentes en consorcio deberá ser presentada de la siguiente manera:
3. Consorcio constituido por escritura pública: deberán emitir a nombre del consorcio legalmente constituido por escritura pública o del líder del consorcio.
4. Consorcio con acuerdo de intención de participación en contrato de consorcio: deberán emitir a nombre del líder del consorcio.
5. La Garantía de Mantenimiento de Ofertas podrá ser ejecutada:
6. Si el oferente altera las condiciones de su oferta,
7. Si el oferente retira su oferta durante el período de validez de ofertas,
8. Si no acepta la corrección aritmética del precio de su oferta, en caso de existir, o
9. Si el adjudicatario no procede, por causa imputable al mismo a:

9.1 Firmar el contrato,

9.2 Suministrar los documentos indicados en las bases de la contratación para la firma del contrato,

9.3 Suministrar en tiempo y forma la garantía de cumplimiento de contrato,

9.4 Cuando se comprobare que las declaraciones juradas presentadas por el oferente adjudicado con su oferta sean falsas,

9.5 No se formaliza el consorcio por escritura pública antes de la firma del contrato.

10. En los casos de contratos abiertos las garantías se registrarán por lo dispuesto en el Decreto Reglamentario y la reglamentación emitida por la DNCP para el efecto.
11. En caso de instrumentarse las garantías a través de Garantía Bancaria, deberá estar sustancialmente de acuerdo con el formulario incluido en la Sección "Formularios".
12. Las Garantías tanto de Mantenimiento de Oferta, Cumplimiento de Contrato o de Anticipo, sea cual fuere la forma de instrumentación adoptada, deberá ser pagadera ante solicitud escrita de la convocante donde se haga constar el monto reclamado, cuando se tenga acreditada una de las causales de ejecución de la garantía. En estos casos será requisito que previamente el oferente sea notificado del incumplimiento y la intimación de que se hará efectiva la ejecución del monto asegurado.

24. Periodo de Validez de la Garantía de Mantenimiento de Oferta

El plazo de validez de la Garantía de Mantenimiento de Oferta (en días calendario) será de:100

El oferente deberá presentar como parte de su oferta una Garantía de Mantenimiento de acuerdo al porcentaje indicado para ello en el SICP y por el plazo indicado en este apartado.

Plazos y condiciones para la ejecución contractual

Los plazos y condiciones establecidos para la ejecución contractual serán los siguientes:

1. Interpretación

1. Si el contexto así lo requiere, el singular significa el plural y viceversa; y "día" significa día calendario, salvo que se haya indicado expresamente que se trata de días hábiles.
2. Condiciones prohibidas, inválidas o inejecutables. Si cualquier provisión o condición del contrato es prohibida o

resultase inválida o inejecutable, dicha prohibición, invalidez o falta de ejecución no afectará la validez o el cumplimiento de las otras provisiones o condiciones del contrato.

3. Limitación de Dispensas:

a) Toda dispensa a los derechos o facultades de una de las partes en virtud del contrato, deberá ser documentada por escrito, indicar la fecha, estar firmada por un representante autorizado de la parte que otorga dicha dispensa, deberá especificar la obligación dispensada y el alcance de la dispensa.

b) Sujeto a lo indicado en el inciso precedente, ningún retraso, prórroga, demora o aprobación por cualquiera de las partes al hacer cumplir algún término y condición del contrato o el otorgar prórrogas por una de las partes a la otra, perjudicará, afectará o limitará los derechos de esa parte en virtud del contrato. Asimismo, ninguna prórroga concedida por cualquiera de las partes por un incumplimiento del contrato, servirá de dispensa para incumplimientos posteriores o continuos del contrato.

2. Formalización de la contratación

Se formalizará esta contratación mediante CONTRATO ABIERTO POR MONTO

3. Documentación requerida para la firma del contrato

Luego de la notificación de adjudicación, el proveedor deberá presentar en el plazo establecido en las reglamentaciones vigentes, los documentos indicados en el presente apartado.

1. Personas Físicas / Jurídicas

- Certificado de no encontrarse en quiebra o en convocatoria de acreedores expedido por la Dirección General de Registros Públicos;
- Certificado de no hallarse en interdicción judicial expedido por la Dirección General de Registros Públicos; Constancia de no adeudar aporte obrero patronal expedida por el Instituto de Previsión Social.
- Certificado laboral vigente expedido por la Dirección de Obrero Patronal dependiente del Viceministerio de Trabajo, siempre que el sujeto esté obligado a contar con el mismo, de conformidad a la reglamentación pertinente - CPS
- En el caso que suscriba el contrato otra persona en su representación, acompañar poder suficiente del apoderado para asumir todas las obligaciones emergentes del contrato hasta su terminación.
- Certificado de cumplimiento tributario vigente a la firma del contrato.

1.1. La presentación de los certificados emitidos por las autoridades competentes para cada caso en particular, en el marco de los supuestos del Art. 21 de la Ley N° 7021/22.

2. Documentos. Consorcios

- Cada integrante del Consorcio que sea una persona física o jurídica deberá presentar los documentos requeridos para oferentes individuales especificados en los apartados precedentes.
- Original o fotocopia del Consorcio constituido
- Documentos que acrediten las facultades del firmante del contrato para comprometer solidariamente al consorcio.
- En el caso que suscriba el contrato otra persona en su representación, acompañar poder suficiente del apoderado para asumir todas las obligaciones emergentes del contrato hasta su terminación.

La convocante deberá requerir la presentación de los certificados, de conformidad al numeral 1.1, al oferente que resultare adjudicado, con anterioridad a la firma del contrato. Si el oferente no presentare dichos certificados o realizare una declaración jurada falsa, la adjudicación será revocada, la garantía de mantenimiento de oferta será ejecutada y los antecedentes serán remitidos a la Dirección Nacional de Contrataciones Públicas.

4. Subcontratación

El porcentaje permitido para la subcontratación será de: **NO APLICA**

La subcontratación del contrato deberá ser realizada conforme a las disposiciones contenidas en la Ley, el Decreto Reglamentario y la reglamentación que emita para el efecto la DNCP.

5. Derechos Intelectuales

1. Los derechos de propiedad intelectual de todos los planos, documentos y otros materiales conteniendo datos e información proporcionada a la contratante por el proveedor, seguirán siendo, salvo prueba en contrario, de propiedad del proveedor. Si esta información fue suministrada a la contratante directamente o a través del proveedor por terceros, incluyendo proveedores de materiales, los derechos de propiedad intelectual de dichos materiales

seguirán siendo de propiedad de dichos terceros.

2. Sujeto al cumplimiento por parte de la contratante del párrafo siguiente, el proveedor indemnizará y liberará de toda responsabilidad a la contratante, sus empleados y funcionarios en caso de pleitos, acciones o procedimientos administrativos, reclamaciones, demandas, pérdidas, daños, costos y gastos de cualquier naturaleza, incluyendo gastos y honorarios por representación legal, que la contratante tenga que incurrir como resultado de la transgresión o supuesta transgresión de derechos de propiedad intelectual como patentes, dibujos y modelos industriales registrados, marcas registradas, derechos de autor u otro derecho de propiedad intelectual registrado o ya existente en la fecha del contrato debido a:

La instalación de los bienes por el proveedor o el uso de los bienes en la República del Paraguay; y

La venta de los productos producidos por los bienes en cualquier país.

Dicha indemnización no procederá si los bienes o una parte de ellos fuesen utilizados para fines no previstos en el contrato o para fines que no pudieran inferirse razonablemente del contrato. La indemnización tampoco cubrirá cualquier transgresión que resultará del uso de los bienes o parte de ellos, o de cualquier producto producido como resultado de asociación o combinación con otro equipo, planta o materiales no suministrados por el proveedor en virtud del contrato.

3. Si se entablara un proceso legal o una demanda contra la contratante como resultado de alguna de las situaciones indicadas en la cláusula anterior, la contratante notificará prontamente al proveedor y éste por su propia cuenta y en nombre de la contratante responderá a dicho proceso o demanda, y realizará las negociaciones necesarias para llegar a un acuerdo de dicho proceso o demanda.

4. Si el proveedor no notifica a la contratante dentro de treinta (30) días a partir del recibo de dicha comunicación de su intención de proceder con tales procesos o reclamos, la contratante tendrá derecho a emprender dichas acciones en su propio nombre.

5. La contratante se compromete, a solicitud del proveedor, a prestarle toda la asistencia posible para que el proveedor pueda contestar las citadas acciones legales o reclamaciones. La contratante será reembolsada por el proveedor por todos los gastos razonables en que hubiera incurrido.

6. La contratante deberá indemnizar y eximir de culpa al proveedor y a sus empleados, funcionarios y subcontratistas, por cualquier litigio, acción legal o procedimiento administrativo, reclamo, demanda, pérdida, daño, costo y gasto, de cualquier naturaleza, incluyendo honorarios y gastos de abogado, que pudieran afectar al proveedor como resultado de cualquier transgresión o supuesta transgresión de patentes, modelos de aparatos, diseños registrados, marcas registradas, derechos de autor, o cualquier otro derecho de propiedad intelectual registrado o ya existente a la fecha del contrato, que pudieran suscitarse con motivo de cualquier diseño, datos, planos, especificaciones, u otros documentos o materiales que hubieran sido suministrados o diseñados por la contratante o a nombre suyo.

6. Confidencialidad de la Información

1. No deberá darse a conocer información alguna acerca del análisis, aclaración y evaluación de las ofertas, mientras dure el mismo de conformidad con el artículo N° 52 de la Ley N° 7021/22 “De Suministro y Contrataciones Públicas”, ni sobre las recomendaciones relativas a la adjudicación, después de la apertura en público de las ofertas, a los oferentes ni a personas no involucradas en el proceso de evaluación, hasta que haya sido dictada la resolución de adjudicación cuando se trate de un solo sobre. En las respuestas a las solicitudes de aclaración, los oferentes deberán indicar si la información suministrada es de carácter reservado, debiendo precisar la norma legal que la establece como secreta o de carácter reservado, de conformidad a lo estipulado en la Ley N° 5282/14 “DE LIBRE ACCESO CIUDADANO A LA INFORMACIÓN PÚBLICA Y TRANSPARENCIA GUBERNAMENTAL”. Cuando se trate de dos sobres, la confidencialidad de la primera etapa será hasta la emisión del acto administrativo de selección de ofertas técnicas, reanudándose la confidencialidad después de la apertura en público de las ofertas económicas hasta la emisión de la resolución de adjudicación.

2. La contratante y el proveedor deberán mantener confidencialidad y en ningún momento divulgarán a terceros, sin el consentimiento de la otra parte, documentos, datos u otra información que hubiera sido directa o indirectamente proporcionada por la otra parte en conexión con el contrato, antes, durante o después de la ejecución del mismo. No obstante, el proveedor podrá proporcionar a sus subcontratistas los documentos, datos e información recibidos de la contratante para que puedan cumplir con su trabajo en virtud del contrato. En tal caso, el proveedor obtendrá de dichos subcontratistas un compromiso de confidencialidad similar al requerido al proveedor en la presente cláusula.

3. La contratante no utilizará dichos documentos, datos u otra información recibida del proveedor para ningún uso que no esté relacionado con el contrato. Así mismo el proveedor no utilizará los documentos, datos u otra información recibida de la contratante para ningún otro propósito diferente al de la ejecución del contrato.

4. La obligación de las partes arriba mencionadas, no aplicará a la información que:

La contratante o el proveedor requieran compartir con otras instituciones que participen en el financiamiento del contrato,

Actualmente o en el futuro se hace de dominio público sin culpa de ninguna de las partes,

Puede comprobarse que estaba en posesión de esa parte en el momento que fue divulgada y no fue previamente obtenida directa o indirectamente de la otra parte, o

Que de otra manera fue legalmente puesta a la disponibilidad de esa parte por un tercero que no tenía obligación de confidencialidad.

5. Las disposiciones precedentes no modificarán de ninguna manera ningún compromiso de confidencialidad otorgado por cualquiera de las partes a quien esto compete antes de la fecha del contrato con respecto a los suministros o cualquier parte de ellos.

6. Las disposiciones de esta cláusula permanecerán válidas después del cumplimiento o terminación del contrato por cualquier razón.

7. Obligatoriedad de declarar información del personal del contratista en el SICP

1. El proveedor deberá proporcionar los datos de identificación de sus subproveedores, así como de las personas físicas por medio de las cuales propone cumplir con las obligaciones del contrato, dentro de los treinta días posteriores a la obtención del código de contratación, y con anterioridad al primer pago que vaya a percibir en el marco de dicho contrato, con las especificaciones respecto a cada una de ellas. A ese respecto, el contratista deberá consignar dichos datos en el Formulario de Identificación del Personal (FIP) y en el Formulario de Identificación de Servicios Personales (FIS), a través del Registro del Proveedor del Estado.

2. Cuando ocurra algún cambio en la nómina del personal o de los subcontratistas propuestos, el proveedor o contratista está obligado a actualizar el FIP.

3. Como requerimiento para efectuar los pagos a los proveedores o contratistas, la contratante, a través del procedimiento establecido para el efecto por la entidad previsional, verificará que el proveedor o contratista se encuentre al día en el cumplimiento con sus obligaciones para con el Instituto de Previsión Social (IPS).

4. La contratante podrá realizar las diligencias que considere necesarias para verificar que la totalidad de las personas que prestan servicios personales en relación de dependencia para la contratista y eventuales subcontratistas se encuentren debidamente individualizados en los listados recibidos.

5. El proveedor o contratista deberá permitir y facilitar los controles de cumplimiento de sus obligaciones de aporte obrero patronal, tanto los que fueran realizados por la contratante como los realizados por el IPS, y por funcionarios de la DNCP. La negativa expresa o tácita se considerará incumplimiento del contrato por causa imputable al proveedor o contratista.

6. En caso de detectarse que el proveedor o contratista o alguno de los subcontratistas, no se encontraran al día con el cumplimiento de sus obligaciones para con el IPS, deberán ser emplazados por la contratante para que en diez (10) días hábiles cumplan con sus obligaciones pendientes con la previsional. En el caso de que no lo hiciera, se considerará incumplimiento del contrato por causa imputable al proveedor o contratista.

8. Porcentaje de Garantía de Fiel Cumplimiento de Contrato

El Porcentaje de Garantía de Fiel Cumplimiento de Contrato es de: **10% DEL MONTO MÁXIMO A SER ADJUDICADO.**

9. Forma de Instrumentación de Garantía de Fiel Cumplimiento de Contrato

La garantía adoptará alguna de las siguientes formas: Garantía bancaria o Póliza de Seguros.

10. Periodo de validez de la Garantía de Cumplimiento de Contrato

El plazo de vigencia de la Garantía de Fiel Cumplimiento de Contrato será de: **30 DÍAS POSTERIORES A LA FECHA DE FINALIZACIÓN DEL CONTRATO.**

Si la entrega de los bienes o la prestación de los servicios, se realizare en un plazo menor o igual a diez (10) días calendario posteriores a la firma del contrato, la garantía de fiel cumplimiento deberá ser entregada antes del cumplimiento de la prestación.

Una vez cumplidas las obligaciones por parte del proveedor o contratista, la Garantía de Fiel Cumplimiento de Contrato podrá ser liberada y devuelta al proveedor, a requerimiento de parte, dentro de los treinta (30) días contados a partir de la fecha de cumplimiento de las obligaciones, incluyendo cualquier obligación relativa a la garantía de los bienes y/o servicios.

PLAZOS FINALES EJECUCION DE LOS SERVICIOS

Item	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	Unidad de Medida	Lugar de entrega de los servicios	Fecha(s) final(es) de Ejecución de los Servicios
1	<p>Adquisición de espacios publicitarios en Google Ads, incluyendo Google Search. Requisitos técnicos: Estrategia de segmentación detallada por palabras clave (concordancia amplia, concordancia de frase y concordancia exacta) según campaña.</p> <p>Informe de rendimiento mensual con métricas clave:</p> <p>1-Impresiones 2- Clics 3- CTR</p> <p>O métricas clave según objetivo/tipo de campaña. Optimización semanal de palabras clave.</p>	1	UNIDAD	Gral. Santos N° 1170 c/Concordia. Complejo Santos BLOQUE G4	10 (diez) días hábiles , contados desde el día de la notificación por escrito realizada por la convocante conacuse de recibo por parte del proveedor.
2	<p>Adquisición de espacios publicitarios en Google Ads, incluyendo Google Display. Requisitos técnicos: Estrategia de segmentación detallada, incluyendo demografía, intereses y comportamientos. Palabras clave (concordancia amplia, concordancia de frase y concordancia exacta) según campaña.</p> <p>Informe de rendimiento mensual con métricas clave:</p> <p>1-Impresiones 2- Clics 3- CTR 4- CPM</p> <p>O métricas clave según objetivo/tipo de campaña. Optimización mensual de banners con mejor rendimiento.</p>	1	UNIDAD	Gral. Santos N° 1170 c/Concordia. Complejo Santos BLOQUE G4	10 (diez) días hábiles , contados desde el día de la notificación por escrito realizada por la convocante conacuse de recibo por parte del proveedor.
3	<p>Adquisición de espacios publicitarios en Google Ads, incluyendo Google Video (Youtube). Requisitos técnicos: Estrategia de segmentación detallada, incluyendo demografía, intereses y comportamientos. Palabras clave (concordancia amplia, concordancia de frase y concordancia exacta), según campaña.</p> <p>Informe de rendimiento mensual con métricas clave:</p> <p>1-Impresiones 2- Clics 3- CTR 4- VTR 5- Vistas de video</p> <p>O métricas clave según objetivo/tipo de campaña. Optimización mensual de banners con mejor rendimiento.</p>	1	UNIDAD	Gral. Santos N° 1170 c/Concordia. Complejo Santos BLOQUE G4	10 (diez) días hábiles , contados desde el día de la notificación por escrito realizada por la convocante conacuse de recibo por parte del proveedor.

4	<p>Adquisición de espacios publicitarios en Google Ads, incluyendo Universal App for Android. Requisitos técnicos: Estrategia de segmentación detallada, incluyendo demografía y geografía. Informe de rendimiento mensual con métricas clave:</p> <p>1-Impresiones 2- Clics 3- CPA 4- Costo por descarga</p> <p>O métricas clave según objetivo/tipo de campaña. Optimización mensual de CPA.</p>	1	UNIDAD	<p>Gral. Santos N° 1170 c/Concordia. Complejo Santos BLOQUE G4</p>	<p>10 (diez) días hábiles, contados desde el día de la notificación por escrito realizada por la convocante conacuse de recibo por parte del proveedor.</p>
5	<p>Adquisición de espacios publicitarios en Google Ads, incluyendo Universal App for iOS. Requisitos técnicos: Estrategia de segmentación detallada, incluyendo demografía y geografía. Informe de rendimiento mensual con métricas clave:</p> <p>1-Impresiones 2- Clics 3- CPA 4- Costo por descarga</p> <p>O métricas clave según objetivo/tipo de campaña. Optimización mensual de CPA.</p>	1	UNIDAD	<p>Gral. Santos N° 1170 c/Concordia. Complejo Santos BLOQUE G4</p>	<p>10 (diez) días hábiles, contados desde el día de la notificación por escrito realizada por la convocante conacuse de recibo por parte del proveedor.</p>
6	<p>Adquisición de espacios publicitarios en META, Facebook, incluyendo anuncios en el feed, historias y videos y las diferentes ubicaciones dentro de META para Facebook. Requisitos técnicos: Estrategia de segmentación detallada, incluyendo demografía, intereses y público potencial. Informe de rendimiento mensual con métricas clave:</p> <p>1-Impresiones 2- Clics 3- Frecuencia 4- Alcance 5- Interacciones 6- Mejora Estimada del recuerdo del anuncio 7- CPM 8- Costo por mil del Centro de Cuentas 9- Costo por resultado según <i>tipo de compra</i> 10- CPC</p> <p>O métricas clave según objetivo y tipo de campaña. Optimización mensual de recursos gráficos.</p>	1	UNIDAD	<p>Gral. Santos N° 1170 c/Concordia. Complejo Santos BLOQUE G4</p>	<p>10 (diez) días hábiles, contados desde el día de la notificación por escrito realizada por la convocante conacuse de recibo por parte del proveedor.</p>

7	<p>Adquisición de espacios publicitarios en META, Instagram, incluyendo anuncios en el feed, historias y reels y las diferentes ubicaciones dentro de META para Instagram. Requisitos técnicos: Estrategia de segmentación detallada, incluyendo demografía, intereses y público potencial. Informe de rendimiento mensual con métricas clave:</p> <p>1-Impresiones 2- Clics 3- Frecuencia 4- Alcance 5- Interacciones 6- Mejora Estimada del recuerdo del anuncio 7- CPM 8- Costo por mil del Centro de Cuentas 9- Costo por resultado según tipo de compra 10- CPC</p> <p>O métricas clave según objetivo y tipo de campaña. Optimización mensual de recursos gráficos.</p>	1	UNIDAD	<p>Gral. Santos N° 1170 c/Concordia. Complejo Santos BLOQUE G4</p>	<p>10 (diez) días hábiles, contados desde el día de la notificación por escrito realizada por la convocante conacuse de recibo por parte del proveedor.</p>
8	<p>Adquisición de espacios publicitarios integrales en Programática, incluyendo Banner Estandar. Requisitos técnicos: Estrategia de segmentación detallada, incluyendo demografía, geografía e intereses y audiencias. Informe de rendimiento mensual con métricas de éxito:</p> <p>1- Impresiones 2- CPM 3- Cantidad de Clics</p>	1	UNIDAD	<p>Gral. Santos N° 1170 c/Concordia. Complejo Santos BLOQUE G4</p>	<p>10 (diez) días hábiles, contados desde el día de la notificación por escrito realizada por la convocante conacuse de recibo por parte del proveedor.</p>
9	<p>Adquisición de espacios publicitarios integrales en Programática, incluyendo Banner Reach Media. Requisitos técnicos: Estrategia de segmentación detallada, incluyendo demografía, geografía e intereses y audiencias. Informe de rendimiento mensual con métricas de éxito:</p> <p>1- Impresiones 2- CPM 3- Cantidad de Clics</p>	1	UNIDAD	<p>Gral. Santos N° 1170 c/Concordia. Complejo Santos BLOQUE G4</p>	<p>10 (diez) días hábiles, contados desde el día de la notificación por escrito realizada por la convocante conacuse de recibo por parte del proveedor.</p>

10	<p>Adquisición de espacios publicitarios integrales en Programática, incluyendo Cubo Programático. Requisitos técnicos: Estrategia de segmentación detallada, incluyendo demografía, geografía e intereses y audiencias. Informe de rendimiento mensual con métricas de éxito: 1- Impresiones 2- CPM 3- Cantidad de Clics</p>	1	UNIDAD	<p>Gral. Santos N° 1170 c/Concordia. Complejo Santos BLOQUE G4</p>	<p>10 (diez) días hábiles, contados desde el día de la notificación por escrito realizada por la convocante conacuse de recibo por parte del proveedor.</p>
11	<p>Adquisición de espacios publicitarios integrales en Programática, incluyendo Cuenta Regresiva. Requisitos técnicos: Estrategia de segmentación detallada, incluyendo demografía, geografía e intereses y audiencias. Informe de rendimiento mensual con métricas de éxito: 1- Impresiones 2- CPM 3- Cantidad de Clics</p>	1	UNIDAD	<p>Gral. Santos N° 1170 c/Concordia. Complejo Santos BLOQUE G4</p>	<p>10 (diez) días hábiles, contados desde el día de la notificación por escrito realizada por la convocante conacuse de recibo por parte del proveedor.</p>
12	<p>Adquisición de espacios publicitarios en X, incluyendo Posteos Promocionados para aumentar la visibilidad de mensajes específicos o generar interacciones. Requisitos técnicos: Estrategia de segmentación detallada, incluyendo demografía, geografía e intereses o cuentas. Informe de rendimiento mensual con métricas de éxito: 1- Cantidad de interacciones 2- Costo por interacción</p>	1	UNIDAD	<p>Gral. Santos N° 1170 c/Concordia. Complejo Santos BLOQUE G4</p>	<p>10 (diez) días hábiles, contados desde el día de la notificación por escrito realizada por la convocante conacuse de recibo por parte del proveedor.</p>

13	<p>Adquisición de espacios publicitarios en X, incluyendo Cuentas Promocionadas para ganar más seguidores. Requisitos técnicos: Estrategia de segmentación detallada, incluyendo demografía, geografía e intereses o cuentas.</p> <p>Informe de rendimiento mensual con métricas de éxito:</p> <p>1- Cantidad de seguidores 2- Costo por seguidor</p>	1	UNIDAD	<p>Gral. Santos N° 1170 c/Concordia. Complejo Santos BLOQUE G4</p>	<p>10 (diez) días hábiles, contados desde el día de la notificación por escrito realizada por la convocante conacuse de recibo por parte del proveedor.</p>
14	<p>Adquisición de espacios publicitarios en X, incluyendo Tendencias Promocionadas para promover un tema o un hashtag en la sección de tendencias. Requisitos técnicos: Estrategia de segmentación detallada, incluyendo demografía, geografía e intereses o cuentas.</p> <p>Informe de rendimiento mensual con métricas de éxito:</p> <p>1- Impresiones 2- Seguidores del hashtag o tema</p>	1	UNIDAD	<p>Gral. Santos N° 1170 c/Concordia. Complejo Santos BLOQUE G4</p>	<p>10 (diez) días hábiles, contados desde el día de la notificación por escrito realizada por la convocante conacuse de recibo por parte del proveedor.</p>
15	<p>Adquisición de espacios publicitarios en X, incluyendo Momentos Promocionados para contar una historia completa, destacar eventos, lanzamientos o campañas más complejas que necesiten una fuerte promoción. Requisitos técnicos: Estrategia de segmentación detallada, incluyendo demografía, geografía e intereses o cuentas.</p> <p>Informe de rendimiento mensual con métricas de éxito:</p> <p>1- Alcance 2- Interacciones 3- Otras métricas de relevancia según recomendación</p>	1	UNIDAD	<p>Gral. Santos N° 1170 c/Concordia. Complejo Santos BLOQUE G4</p>	<p>10 (diez) días hábiles, contados desde el día de la notificación por escrito realizada por la convocante conacuse de recibo por parte del proveedor.</p>

16	<p>Adquisición de espacios publicitarios en X, incluyendo X Takeover para dominar tema de conversación por un día o eventos grandes. Requisitos técnicos: Estrategia de segmentación detallada, incluyendo demografía, geografía e intereses o cuentas. Informe de rendimiento mensual con métricas de éxito:</p> <p style="text-align: center;">1- Alcance 2- Interacciones 3- Otras métricas de relevancia según recomendación</p>	1	UNIDAD	Gral. Santos N° 1170 c/Concordia. Complejo Santos BLOQUE G4	10 (diez) días hábiles, contados desde el día de la notificación por escrito realizada por la convocante conacuse de recibo por parte del proveedor.
17	<p>Adquisición de espacios publicitarios en TikTok Ads, incluyendo anuncios en el Top View, Video de pantalla completa que se reproduce para todos al iniciar TikTok . Requisitos técnicos: Estrategia de segmentación detallada, incluyendo demografía e intereses. Informe de rendimiento mensual con métricas de éxito:</p> <p style="text-align: center;">1- Reach 2- Clics 3- Views 4- CTR 5- VTR</p>	1	UNIDAD	Gral. Santos N° 1170 c/Concordia. Complejo Santos BLOQUE G4	10 (diez) días hábiles, contados desde el día de la notificación por escrito realizada por la convocante conacuse de recibo por parte del proveedor.
18	<p>Adquisición de espacios publicitarios en TikTok Ads, incluyendo anuncios en el Top View Shaker, invitar a usuario a agitar su teléfono para revelar animación antes de redirigir a página de destino. Requisitos técnicos: Estrategia de segmentación detallada, incluyendo demografía e intereses. Informe de rendimiento mensual con métricas de éxito:</p> <p style="text-align: center;">1- Reach 2- Clics 3- Views 4- CTR 5- VTR 6- Engagement</p>	1	UNIDAD	Gral. Santos N° 1170 c/Concordia. Complejo Santos BLOQUE G4	10 (diez) días hábiles, contados desde el día de la notificación por escrito realizada por la convocante conacuse de recibo por parte del proveedor.

19	<p>Adquisición de espacios publicitarios en TikTok Ads, incluyendo anuncios en In Feed Ads, impulsar alcance. Requisitos técnicos: Estrategia de segmentación detallada, incluyendo demografía e intereses.</p> <p>Informe de rendimiento mensual con métricas de éxito:</p> <p>1- Rentabilidad del alcance 2- Ad recall 3- Visibilidad</p>	1	UNIDAD	<p>Gral. Santos N° 1170 c/Concordia. Complejo Santos BLOQUE G4</p>	<p>10 (diez) días hábiles, contados desde el día de la notificación por escrito realizada por la convocante conacuse de recibo por parte del proveedor.</p>
20	<p>Adquisición de espacios publicitarios en TikTok Ads, incluyendo anuncios en The For You Feed, para construir posicionamiento. Aparecer en el primer video de TikTok y luego entre videos. Requisitos técnicos: Estrategia de segmentación detallada, incluyendo demografía e intereses. Informe de rendimiento mensual con métricas de éxito:</p> <p>1- Rentabilidad del alcance 2- Vistas</p>	1	UNIDAD	<p>Gral. Santos N° 1170 c/Concordia. Complejo Santos BLOQUE G4</p>	<p>10 (diez) días hábiles, contados desde el día de la notificación por escrito realizada por la convocante conacuse de recibo por parte del proveedor.</p>
21	<p>Adquisición de espacios publicitarios en TikTok Ads, incluyendo anuncios en The For You Feed, para construir posicionamiento. Aparecer en el primer video de TikTok y luego entre videos. Requisitos técnicos: Estrategia de segmentación detallada, incluyendo demografía e intereses. Informe de rendimiento mensual con métricas de éxito:</p> <p>1- Rentabilidad del alcance 2- Vistas</p>	1	UNIDAD	<p>Gral. Santos N° 1170 c/Concordia. Complejo Santos BLOQUE G4</p>	<p>10 (diez) días hábiles, contados desde el día de la notificación por escrito realizada por la convocante conacuse de recibo por parte del proveedor.</p>

22	<p>Adquisición de espacios publicitarios en Spotify Ads, incluyendo anuncios en Audio Everywhere, para llegar a los usuarios durante las sesiones de escucha para posicionamiento. Requisitos técnicos: Estrategia de segmentación detallada, incluyendo demografía, geografía e intereses musicales.</p> <p>Informe de rendimiento mensual con métricas de éxito:</p> <p>1- Escuchas 2- Costo por escucha</p>	1	UNIDAD	Gral. Santos N° 1170 c/Concordia. Complejo Santos BLOQUE G4	10 (diez) días hábiles, contados desde el día de la notificación por escrito realizada por la convocante conacuse de recibo por parte del proveedor.
23	<p>Adquisición de espacios publicitarios en Spotify Ads, incluyendo anuncios en Overlay Everywhere, para maximizar la visibilidad o impulsar tráfico web. Requisitos técnicos: Estrategia de segmentación detallada, incluyendo demografía, geografía e intereses musicales.</p> <p>Informe de rendimiento mensual con métricas de éxito:</p> <p>1- CPM 2- CPC</p>	1	UNIDAD	Gral. Santos N° 1170 c/Concordia. Complejo Santos BLOQUE G4	10 (diez) días hábiles, contados desde el día de la notificación por escrito realizada por la convocante conacuse de recibo por parte del proveedor.
24	<p>Adquisición de espacios publicitarios en Spotify Ads, incluyendo anuncios en Video Takeover, para maximizar la visibilidad mediante alcance de video en varios dispositivos. Requisitos técnicos: Estrategia de segmentación detallada, incluyendo demografía, geografía e intereses musicales.</p> <p>Informe de rendimiento mensual con métricas de éxito:</p> <p>1- Alcance único 2- Reconocimiento de la marca 3- Views 4- CPV</p>	1	UNIDAD	Gral. Santos N° 1170 c/Concordia. Complejo Santos BLOQUE G4	10 (diez) días hábiles, contados desde el día de la notificación por escrito realizada por la convocante conacuse de recibo por parte del proveedor.

25	<p>Adquisición de espacios publicitarios en Spotify Ads, incluyendo anuncios en Sponsored Sessions, para elevar afinidad de marca y crear valor.</p> <p>Requisitos técnicos: Estrategia de segmentación detallada, incluyendo demografía, geografía e intereses musicales.</p> <p>Informe de rendimiento mensual con métricas de éxito:</p> <p>1- Views 2- CPV</p>	1	UNIDAD	<p>Gral. Santos N° 1170 c/Concordia. Complejo Santos BLOQUE G4</p>	<p>10 (diez) días hábiles, contados desde el día de la notificación por escrito realizada por la convocante conacuse de recibo por parte del proveedor.</p>
26	<p>Adquisición de espacios publicitarios en Spotify Ads, incluyendo anuncios en Leaderboard, para reforzar mensaje de marca con display visible.</p> <p>Requisitos técnicos: Estrategia de segmentación detallada, incluyendo demografía, geografía e intereses musicales.</p> <p>Informe de rendimiento mensual con métricas de éxito:</p> <p>1- Alcance 2- Impresiones 3- CPM</p>	1	UNIDAD	<p>Gral. Santos N° 1170 c/Concordia. Complejo Santos BLOQUE G4</p>	<p>10 (diez) días hábiles, contados desde el día de la notificación por escrito realizada por la convocante conacuse de recibo por parte del proveedor.</p>
27	<p>Adquisición de espacios publicitarios en Spotify Ads, incluyendo anuncios en Homepage Takeover, para patrocinio exclusivo de la página de inicio por un día. Requisitos técnicos: Estrategia de segmentación detallada, incluyendo demografía, geografía e intereses musicales.</p> <p>Informe de rendimiento mensual con métricas de éxito:</p> <p>1- Engagement 2- Impresiones 3- Alcance estimado</p>	1	UNIDAD	<p>Gral. Santos N° 1170 c/Concordia. Complejo Santos BLOQUE G4</p>	<p>10 (diez) días hábiles, contados desde el día de la notificación por escrito realizada por la convocante conacuse de recibo por parte del proveedor.</p>

11. Indicadores de Cumplimiento de Contrato

El documento requerido para acreditar el cumplimiento contractual será:

1. **ORDEN DE SERVICIO CON ACUSE DE RECEPCIÓN.** (Adm. Contrato/Proveedor)
2. **INFORME DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS.** (Proveedor)
3. **INFORME DE CONFORMIDAD DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS.** (Adm. Contrato)

FRECUENCIA: POR EVENTO.-

INDICADOR	TIPO	FECHA DE PRESENTACIÓN PREVISTA <i>(se indica la fecha que debe presentar según el PBC)</i>
<i>Orden de Servicio /Informe de Conformidad</i>	<i>Orden de Servicio /Informe de Conformidad</i>	10 (diez) días hábiles , contados desde el día de la notificación por escrito realizada por la convocante conacuse de recibo por parte del proveedor.

De manera a establecer indicadores de cumplimiento, a través del sistema de seguimiento de contratos, la convocante deberá determinar el tipo de documento que acredite el efectivo cumplimiento de la ejecución del contrato, así como planificar la cantidad de indicadores que deberán ser presentados durante la ejecución. Por lo tanto, la convocante en este apartado y de acuerdo al tipo de contratación de que se trate, deberá indicar el documento a ser comunicado a través del módulo de Seguimiento de Contratos y la cantidad de los mismos.

12. Limitación de responsabilidad

Excepto en casos de negligencia grave o actuación de mala fe, el proveedor no tendrá ninguna responsabilidad contractual de agravio o de otra índole frente a la contratante por pérdidas o daños indirectos o consiguientes, pérdidas de utilización, pérdidas de producción, o pérdidas de ganancias o por costo de intereses, estipulándose que esta exclusión no se aplicará a ninguna de las obligaciones del proveedor de pagar a la contratante las multas previstas en el contrato.

13. Fuerza mayor

El proveedor no estará sujeto a la ejecución de su Garantía de Cumplimiento, liquidación por daños y perjuicios o terminación por incumplimiento en la medida en que la demora o el incumplimiento de sus obligaciones en virtud del contrato sea el resultado de un evento de Fuerza Mayor.

Para fines de esta cláusula, "Fuerza Mayor" significa un evento o situación fuera del control del proveedor que es imprevisible, inevitable y no se origina por descuido o negligencia del mismo. Tales eventos pueden incluir sin que éstos sean los únicos actos de la autoridad en su capacidad soberana, guerras o revoluciones, incendios, inundaciones, epidemias, pandemias, restricciones de cuarentena, y embargos de cargamentos.

El proveedor deberá demostrar el nexo existente entre el caso notorio y la obligación pendiente de cumplimiento. La fuerza mayor solamente podrá afectar a la parte del contrato cuyo cumplimiento imposible fue probado.

No se considerarán casos de Fuerza Mayor los actos o acontecimientos que hagan el cumplimiento de una obligación únicamente más difícil o más onerosa para la parte correspondiente.

Si se presentara un evento de Fuerza Mayor, el proveedor notificará por escrito a la contratante sobre dicha condición y causa, en el plazo de siete (7) días calendario a partir del día siguiente en que el proveedor haya tenido conocimiento del evento o debiera haber tenido conocimiento del evento. Transcurrido el mencionado plazo, sin que el proveedor o contratista haya notificado a la convocante la situación que le impide cumplir con las condiciones contractuales, no podrá invocar caso fortuito o fuerza mayor. Excepcionalmente, la convocante bajo su responsabilidad, podrá aceptar la notificación del evento de caso fortuito en un plazo mayor, debiendo acreditar el interés público comprometido.

La fuerza mayor debe ser invocada con posterioridad a la suscripción del contrato y con anterioridad al vencimiento del plazo de cumplimiento de las obligaciones contractuales.

A menos que la contratante disponga otra cosa por escrito, el proveedor continuará cumpliendo con sus obligaciones en virtud del contrato en la medida que sea razonablemente práctico, y buscará todos los medios alternativos de cumplimiento que no estuviesen afectados por la situación de fuerza mayor existente.

14. Causales de terminación del contrato

1. Terminación por Incumplimiento

a) La contratante, sin perjuicio de otros recursos a su disposición en caso de incumplimiento del contrato, podrá terminar el contrato, en cualquiera de las siguientes circunstancias:

- i. Si el proveedor no entrega parte o ninguno de los bienes dentro del período establecido en el contrato, o dentro de alguna prórroga otorgada por la contratante; o
- ii. Si el proveedor no cumple con cualquier otra obligación en virtud del contrato; o
- iii. Si el proveedor, a juicio de la contratante, durante el proceso de licitación o de ejecución del contrato, ha participado en actos de fraude y corrupción;

- iv. Cuando las multas por atraso superen el monto de la Garantía de Cumplimiento de Contrato;
- v. Por suspensión de los trabajos, imputable al proveedor o al contratista, por más de sesenta días calendarios, sin que medie fuerza mayor o caso fortuito;
- vi. En los demás casos previstos en este apartado.

2. Terminación por insolvencia o quiebra

La contratante podrá terminar el contrato mediante comunicación por escrito al proveedor si éste se declarase en quiebra o en estado de insolvencia.

3. Terminación por conveniencia

a) La contratante podrá en cualquier momento terminar total o parcialmente el contrato por razones de interés público debidamente justificada, mediante notificación escrita al proveedor. La notificación indicará la razón de la terminación, así como el alcance de la terminación con respecto a las obligaciones del proveedor, y la fecha en que se hace efectiva dicha terminación.

b) Los bienes que ya estén fabricados y estuviesen listos para ser enviados a la contratante dentro de los treinta (30) días siguientes a la fecha de recibo de la notificación de terminación del contrato deberán ser aceptados por la contratante de acuerdo con los términos y precios establecidos en el contrato. En cuanto al resto de los bienes la contratante podrá elegir entre las siguientes opciones:

-Que se complete alguna porción y se entregue de acuerdo con las condiciones y precios del contrato; y/o

-Que se cancele la entrega restante y se pague al proveedor una suma convenida por aquellos bienes que hubiesen sido parcialmente completados y por los materiales y repuestos adquiridos previamente por el proveedor.

Se podrán establecer otras causales de terminación de contrato, de acuerdo a su naturaleza, y se deberán tener en cuenta, además, las previstas en el artículo 72 y concordantes de la Ley N° 7021/22

15. Fraude o corrupción.

26.Otras causales de terminación del contrato

Además de las ya indicadas en la cláusula anterior, otras causales de terminación de contrato son:NO APLICA

26. Fraude y Corrupción

1. La convocante exige que los participantes en los procedimientos de contratación, observen los más altos niveles éticos, ya sea durante el proceso de licitación o de ejecución de un contrato. La convocante actuará frente a cualquier hecho o reclamación que se considere fraudulento o corrupto.

2. Si se comprueba que un funcionario público, o quien actúe en su lugar, y/o el oferente o adjudicatario propuesto en un proceso de contratación, hayan incurrido en prácticas fraudulentas o corruptas, la convocante deberá:

(i) En la etapa de oferta, se descalificará cualquier oferta del oferente y/o rechazará cualquier propuesta de adjudicación relacionada con el proceso de adquisición o contratación de que se trate; y/o

(ii) Durante la ejecución del contrato, se rescindirá el contrato por causa imputable al proveedor;

(iii) Se remitirán los antecedentes del oferente o proveedor directamente involucrado en las prácticas fraudulentas o corruptivas, a la Dirección Nacional de Contrataciones Públicas, a los efectos de la aplicación de las sanciones previstas.

(iv) Se presentará la denuncia ante las instancias correspondientes si el hecho conocido se encontrare tipificado en la legislación penal.

Fraude y corrupción comprenden actos como:

(i) Ofrecer, dar, recibir o solicitar, directa o indirectamente, cualquier cosa de valor para influenciar las acciones de otra parte;

(ii) Cualquier acto u omisión, incluyendo la tergiversación de hechos y circunstancias, que engañen, o intenten engañar, a alguna parte para obtener un beneficio económico o de otra naturaleza o para evadir una obligación;

(iii) Perjudicar o causar daño, o amenazar con perjudicar o causar daño, directa o indirectamente, a cualquier parte o a sus bienes para influenciar las acciones de una parte;

(iv) Colusión o acuerdo entre dos o más partes realizado con la intención de alcanzar un propósito inapropiado, incluyendo influenciar en forma inapropiada las acciones de otra parte.

(v) Cualquier otro acto considerado como tal en la legislación vigente.

3. Los oferentes deberán declarar que por sí mismos o a través de interpósita persona, se abstendrán de adoptar conductas orientadas a que los funcionarios o empleados de la convocante induzcan o alteren las evaluaciones de las propuestas, el resultado del procedimiento u otros aspectos que les otorguen condiciones más ventajosas con relación a los demás participantes

Cantidades requeridas

Las cantidades requeridas para esta contratación serán:

Los bienes y/o servicios deberán cumplir con las siguientes especificaciones técnicas y normas:

DIFUSIÓN EN MEDIOS DIGITALES - ESPECIFICACIONES TÉCNICAS			
CONTRATO ABIERTO: SI. POR MONTO.			
MONTO MÍNIMO: Gs. 340.000.000.- MONTO MÁXIMO: Gs. 684.790.811			
Item	DESCRIPCIÓN	Unidad de medida	CANTIDAD
1	Adquisición de espacios publicitarios en Google Ads , incluyendo Google Search . Requisitos técnicos: Estrategia de segmentación detallada por palabras clave (concordancia amplia, concordancia de frase y concordancia exacta) según campaña. Informe de rendimiento mensual con métricas clave: 1-Impresiones 2- Clics 3- CTR O métricas clave según objetivo/tipo de campaña. Optimización semanal de palabras clave.	unidad	1
2	Adquisición de espacios publicitarios en Google Ads , incluyendo Google Display . Requisitos técnicos: Estrategia de segmentación detallada, incluyendo demografía, intereses y comportamientos. Palabras clave (concordancia amplia, concordancia de frase y concordancia exacta) según campaña. Informe de rendimiento mensual con métricas clave: 1-Impresiones 2- Clics 3- CTR 4- CPM O métricas clave según objetivo/tipo de campaña. Optimización mensual de banners con mejor rendimiento.	unidad	1

3	<p>Adquisición de espacios publicitarios en Google Ads, incluyendo Google Video (Youtube). Requisitos técnicos: Estrategia de segmentación detallada, incluyendo demografía, intereses y comportamientos. Palabras clave (concordancia amplia, concordancia de frase y concordancia exacta), según campaña.</p> <p>Informe de rendimiento mensual con métricas clave:</p> <p>1-Impresiones 2- Clics 3- CTR 4- VTR 5- Vistas de video</p> <p>O métricas clave según objetivo/tipo de campaña.</p> <p>Optimización mensual de banners con mejor rendimiento.</p>	unidad	1
4	<p>Adquisición de espacios publicitarios en Google Ads, incluyendo Universal App for Android. Requisitos técnicos: Estrategia de segmentación detallada, incluyendo demografía y geografía.</p> <p>Informe de rendimiento mensual con métricas clave:</p> <p>1-Impresiones 2- Clics 3- CPA 4- Costo por descarga</p> <p>O métricas clave según objetivo/tipo de campaña.</p> <p>Optimización mensual de CPA.</p>	unidad	1
5	<p>Adquisición de espacios publicitarios en Google Ads, incluyendo Universal App for iOS. Requisitos técnicos: Estrategia de segmentación detallada, incluyendo demografía y geografía.</p> <p>Informe de rendimiento mensual con métricas clave:</p> <p>1-Impresiones 2- Clics 3- CPA 4- Costo por descarga</p> <p>O métricas clave según objetivo/tipo de campaña.</p> <p>Optimización mensual de CPA.</p>	unidad	1
6	<p>Adquisición de espacios publicitarios en META, Facebook, incluyendo anuncios en el feed, historias y videos y las diferentes ubicaciones dentro de META para Facebook. Requisitos técnicos: Estrategia de segmentación detallada, incluyendo demografía, intereses y público potencial.</p> <p>Informe de rendimiento mensual con métricas clave:</p> <p>1-Impresiones 2- Clics 3- Frecuencia 4- Alcance 5- Interacciones 6- Mejora Estimada del recuerdo del anuncio 7- CPM 8- Costo por mil del Centro de Cuentas 9- Costo por resultado según <i>tipo de compra</i> 10- CPC</p> <p>O métricas clave según objetivo y tipo de campaña.</p> <p>Optimización mensual de recursos gráficos.</p>	unidad	1

7	<p>Adquisición de espacios publicitarios en META, Instagram, incluyendo anuncios en el feed, historias y reels y las diferentes ubicaciones dentro de META para Instagram. Requisitos técnicos: Estrategia de segmentación detallada, incluyendo demografía, intereses y público potencial.</p> <p>Informe de rendimiento mensual con métricas clave:</p> <p>1- Impresiones 2- Clics 3- Frecuencia 4- Alcance 5- Interacciones 6- Mejora Estimada del recuerdo del anuncio 7- CPM 8- Costo por mil del Centro de Cuentas 9- Costo por resultado según tipo de compra 10- CPC</p> <p>0 métricas clave según objetivo y tipo de campaña. Optimización mensual de recursos gráficos.</p>	unidad	1
8	<p>Adquisición de espacios publicitarios integrales en Programática, incluyendo Banner Estandar. Requisitos técnicos: Estrategia de segmentación detallada, incluyendo demografía, geografía e intereses y audiencias.</p> <p>Informe de rendimiento mensual con métricas de éxito:</p> <p>1- Impresiones 2- CPM 3- Cantidad de Clics</p>	unidad	1
9	<p>Adquisición de espacios publicitarios integrales en Programática, incluyendo Banner Reach Media. Requisitos técnicos: Estrategia de segmentación detallada, incluyendo demografía, geografía e intereses y audiencias.</p> <p>Informe de rendimiento mensual con métricas de éxito:</p> <p>1- Impresiones 2- CPM 3- Cantidad de Clics</p>	unidad	1
10	<p>Adquisición de espacios publicitarios integrales en Programática, incluyendo Cubo Programático. Requisitos técnicos: Estrategia de segmentación detallada, incluyendo demografía, geografía e intereses y audiencias.</p> <p>Informe de rendimiento mensual con métricas de éxito:</p> <p>1- Impresiones 2- CPM 3- Cantidad de Clics</p>	unidad	1
11	<p>Adquisición de espacios publicitarios integrales en Programática, incluyendo Cuenta Regresiva. Requisitos técnicos: Estrategia de segmentación detallada, incluyendo demografía, geografía e intereses y audiencias.</p> <p>Informe de rendimiento mensual con métricas de éxito:</p> <p>1- Impresiones 2- CPM 3- Cantidad de Clics</p>	unidad	1

12	<p>Adquisición de espacios publicitarios en X, incluyendo Posteos Promocionados para aumentar la visibilidad de mensajes específicos o generar interacciones. Requisitos técnicos: Estrategia de segmentación detallada, incluyendo demografía, geografía e intereses o cuentas.</p> <p>Informe de rendimiento mensual con métricas de éxito:</p> <p>1- Cantidad de interacciones</p> <p>2- Costo por interacción</p>	unidad	1
13	<p>Adquisición de espacios publicitarios en X, incluyendo Cuentas Promocionadas para ganar más seguidores. Requisitos técnicos: Estrategia de segmentación detallada, incluyendo demografía, geografía e intereses o cuentas.</p> <p>Informe de rendimiento mensual con métricas de éxito:</p> <p>1- Cantidad de seguidores</p> <p>2- Costo por seguidor</p>	unidad	1
14	<p>Adquisición de espacios publicitarios en X, incluyendo Tendencias Promocionadas para promover un tema o un hashtag en la sección de tendencias. Requisitos técnicos: Estrategia de segmentación detallada, incluyendo demografía, geografía e intereses o cuentas.</p> <p>Informe de rendimiento mensual con métricas de éxito:</p> <p>1- Impresiones</p> <p>2- Seguidores del hashtag o tema</p>	unidad	1
15	<p>Adquisición de espacios publicitarios en X, incluyendo Momentos Promocionados para contar una historia completa, destacar eventos, lanzamientos o campañas más complejas que necesiten una fuerte promoción. Requisitos técnicos: Estrategia de segmentación detallada, incluyendo demografía, geografía e intereses o cuentas.</p> <p>Informe de rendimiento mensual con métricas de éxito:</p> <p>1- Alcance</p> <p>2- Interacciones</p> <p>3- Otras métricas de relevancia según recomendación</p>	unidad	1
16	<p>Adquisición de espacios publicitarios en X, incluyendo X Takeover para dominar tema de conversación por un día o eventos grandes. Requisitos técnicos: Estrategia de segmentación detallada, incluyendo demografía, geografía e intereses o cuentas.</p> <p>Informe de rendimiento mensual con métricas de éxito:</p> <p>1- Alcance</p> <p>2- Interacciones</p> <p>3- Otras métricas de relevancia según recomendación</p>	unidad	1

17	<p>Adquisición de espacios publicitarios en TikTok Ads, incluyendo anuncios en el Top View, Video de pantalla completa que se reproduce para todos al iniciar TikTok . Requisitos técnicos: Estrategia de segmentación detallada, incluyendo demografía e intereses.</p> <p>Informe de rendimiento mensual con métricas de éxito:</p> <p>1- Reach 2- Clics 3- Views 4- CTR 5- VTR</p>	unidad	1
18	<p>Adquisición de espacios publicitarios en TikTok Ads, incluyendo anuncios en el Top View Shaker, invitar a usuario a agitar su teléfono para revelar animación antes de redirigir a página de destino. Requisitos técnicos: Estrategia de segmentación detallada, incluyendo demografía e intereses.</p> <p>Informe de rendimiento mensual con métricas de éxito:</p> <p>1- Reach 2- Clics 3- Views 4- CTR 5- VTR 6- Engagement</p>	unidad	1
19	<p>Adquisición de espacios publicitarios en TikTok Ads, incluyendo anuncios en In Feed Ads, impulsar alcance. Requisitos técnicos: Estrategia de segmentación detallada, incluyendo demografía e intereses.</p> <p>Informe de rendimiento mensual con métricas de éxito:</p> <p>1- Rentabilidad del alcance 2- Ad recall 3- Visibilidad</p>	unidad	1
20	<p>Adquisición de espacios publicitarios en TikTok Ads, incluyendo anuncios en The For You Feed, para construir posicionamiento. Aparecer en el primer video de TikTok y luego entre videos. Requisitos técnicos: Estrategia de segmentación detallada, incluyendo demografía e intereses.</p> <p>Informe de rendimiento mensual con métricas de éxito:</p> <p>1- Rentabilidad del alcance 2- Vistas</p>	unidad	1
21	<p>Adquisición de espacios publicitarios en TikTok Ads, incluyendo anuncios en The For You Feed, para construir posicionamiento. Aparecer en el primer video de TikTok y luego entre videos. Requisitos técnicos: Estrategia de segmentación detallada, incluyendo demografía e intereses.</p> <p>Informe de rendimiento mensual con métricas de éxito:</p> <p>1- Rentabilidad del alcance 2- Vistas</p>	unidad	1

22	Adquisición de espacios publicitarios en Spotify Ads , incluyendo anuncios en Audio Everywhere , para llegar a los usuarios durante las sesiones de escucha para posicionamiento. Requisitos técnicos: Estrategia de segmentación detallada, incluyendo demografía, geografía e intereses musicales. Informe de rendimiento mensual con métricas de éxito: 1- Escuchas 2- Costo por escucha	unidad	1
23	Adquisición de espacios publicitarios en Spotify Ads , incluyendo anuncios en Overlay Everywhere , para maximizar la visibilidad o impulsar tráfico web. Requisitos técnicos: Estrategia de segmentación detallada, incluyendo demografía, geografía e intereses musicales. Informe de rendimiento mensual con métricas de éxito: 1- CPM 2- CPC	unidad	1
24	Adquisición de espacios publicitarios en Spotify Ads , incluyendo anuncios en Video Takeover , para maximizar la visibilidad mediante alcance de video en varios dispositivos. Requisitos técnicos: Estrategia de segmentación detallada, incluyendo demografía, geografía e intereses musicales. Informe de rendimiento mensual con métricas de éxito: 1- Alcance único 2- Reconocimiento de la marca 3- Views 4- CPV	unidad	1
25	Adquisición de espacios publicitarios en Spotify Ads , incluyendo anuncios en Sponsored Sessions , para elevar afinidad de marca y crear valor. Requisitos técnicos: Estrategia de segmentación detallada, incluyendo demografía, geografía e intereses musicales. Informe de rendimiento mensual con métricas de éxito: 1- Views 2- CPV	unidad	1
26	Adquisición de espacios publicitarios en Spotify Ads , incluyendo anuncios en Leaderboard , para reforzar mensaje de marca con display visible. Requisitos técnicos: Estrategia de segmentación detallada, incluyendo demografía, geografía e intereses musicales. Informe de rendimiento mensual con métricas de éxito: 1- Alcance 2- Impresiones 3- CPM	unidad	1

27	Adquisición de espacios publicitarios en Spotify Ads , incluyendo anuncios en Homepage Takeover , para patrocinio exclusivo de la página de inicio por un día. Requisitos técnicos: Estrategia de segmentación detallada, incluyendo demografía, geografía e intereses musicales. Informe de rendimiento mensual con métricas de éxito: 1- Engagement 2- Impresiones 3- Alcance estimado	unidad	1
----	--	--------	---

Condiciones de pago

Las condiciones y plazos de pago serán las siguientes:

1. Formas y Condiciones de Pago

Otras formas y condiciones de pago al proveedor en virtud del contrato serán las siguientes:

- ORDEN DE SERVICIO INFORME DE PRESTACIÓN DE SERVICIO
- INFORME DE CONFORMIDAD DE PRESTACIÓN DE SERVICIO.
- NOTA DE SOLICITUD DE PAGO

Obs.: Las retenciones serán aplicadas de conformidad con la normativa vigente, especialmente lo dispuesto en el Art. 277 de la Ley N° 7228 PGN EJERCICIO FISCAL 2024.-

El adjudicado para solicitar el pago de las obligaciones deberá presentar la solicitud acompañada de los siguientes documentos:

1. Documentos Genéricos:

1. Nota de remisión u orden de prestación de servicios según el objeto de la contratación;
2. La factura de pago, con timbrado vigente, la cual deberán expresar claramente por separado el Impuesto al Valor Agregado (IVA) de conformidad con las disposiciones tributarias aplicables. En ningún caso el valor total facturado podrá exceder el valor adjudicado o las adendas aprobadas;
3. REPSE (registro de prestadores de servicios) todos los que son prestadores de servicios;
4. Certificado de Cumplimiento Tributario;
5. Constancia de Cumplimiento con la Seguridad Social;
6. Formulario de Identificación de Servicios Personales (FIS).

2. La Contratante efectuará los pagos, dentro del plazo establecido en este apartado, sin exceder sesenta (60) días después de la presentación de una factura por el proveedor, y después de que la contratante la haya aceptado. Dicha aceptación o rechazo, deberá darse a más tardar en quince (15) días posteriores a su presentación.

3. De conformidad a las disposiciones del Decreto N° 7781/2006, del 30 de junio de 2006 y modificatoria, en las contrataciones con Organismos de la Administración Central, el proveedor deberá habilitar su respectiva cuenta corriente o caja de ahorro en un Banco de plaza y comunicar a la Contratante para que ésta gestione ante la Dirección General del Tesoro Público, la habilitación en el Sistema de Tesorería (SITE).

2. Solicitud de suspensión de la ejecución de contrato

Si la mora en el pago por parte de la contratante fuere superior a sesenta (60) días, el proveedor, consultor o contratista, tendrá derecho a solicitar por escrito la suspensión de la ejecución del contrato por causas imputables a la contratante.

La solicitud deberá ser respondida por la contratante dentro de los 10 (diez) días hábiles de haber recibido por escrito el requerimiento. Pasado dicho plazo sin respuesta se considerará denegado el pedido, con lo que se agota la instancia administrativa quedando expedita la vía contencioso administrativa.

Si la demora en el pago fuese superior a ciento veinte (120) días calendario, el proveedor, consultor o contratista podrá proceder a la suspensión del cumplimiento del contrato, debiendo comunicar a la contratante con un mes de antelación tal circunstancia, a efectos del reconocimiento de los derechos que puedan derivarse de dicha suspensión, en los términos establecidos en la Ley. En este supuesto, el pago total de lo adeudado por la contratante determinará la continuidad del cumplimiento del contrato.

3. Reajuste

El precio del contrato estará sujeto a reajustes. La fórmula y el procedimiento para el reajuste serán los siguientes:

Los precios ofertados y adjudicados, estarán sujetos a reajustes de precios, siempre y cuando exista una variación sustancial de precio en la economía nacional y esta se vea reflejada en el índice de precios de consumo (IPC) publicado por el Banco Central del Paraguay en valor igual o mayor al (15%) sobre a inflación oficial.

Pr: $P \times IPC1 / 15\%$

Pr = Precio Reajustado de la oferta

P = Precio Original de la oferta

IPC1 = índice de precios del consumidor publicado por el BCP.

La variación del valor del contrato por reajuste de precios, no constituye modificación del contrato en los términos de la Ley N° 7021/22 "De Suministro y Contrataciones Públicas", sin embargo, deberá contar con un Código de Contratación, para cuya obtención se deberá cumplir con los requerimientos establecidos por la DNCP.

4. Porcentaje de Multa

El valor del porcentaje de multas que será aplicado por el atraso en la entrega de los bienes, prestación de servicios será de: **0.5% (CERO COMA CINCO POR CIENTO)**

La contratante podrá deducir en concepto de multas una suma equivalente al porcentaje del precio de entrega de los bienes atrasados, por cada día de atraso indicado en este apartado.

La aplicación de multas no libera al proveedor del cumplimiento de sus obligaciones contractuales.

5. Tasa de Interes por mora

En caso de que la contratante incurriera en mora en los pagos, se aplicará una tasa de interés por cada día de atraso, del: **0.01 % (CERO COMA CERO UNO POR CIENTO).**

La mora será computada a partir del día siguiente del vencimiento del pago y no incluye el día en el que la contratante realiza el pago.

Si la contratante no efectuara cualquiera de los pagos al proveedor en las fechas de vencimiento correspondiente o dentro del plazo establecido en la presente cláusula, la contratante pagará al proveedor interés sobre los montos de los pagos morosos a la tasa establecida en este apartado, por el período de la demora hasta que haya efectuado el pago completo, ya sea antes o después de cualquier juicio.

Si la mora fuera superior a 60 días, el proveedor, consultor o contratista tendrá derecho a la suspensión del contrato, por motivos que no le serán imputables, previa comunicación a la contratante, de acuerdo a lo establecido en el artículo 66 de la Ley N° 7021/22.

Otros requerimientos de la convocante

No Aplica