**Sección 2 (a) - ESPECIFICACIONES TÉCNICAS MÍNIMAS REQUERIDAS Y OFERTADAS DE LA SDC.**

**Los servicios que resulten adjudicados deberán ser entregados:**

**En formato físico en el Complejo Santos Bloque G4 – Mesa de Entrada del Viceministerio de Comunicación, horario de 8:00 a 15:00*,* Asunción-Paraguay.**

Nombre del Oferente / RUC: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Fecha \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Número de la Solicitud de Cotización \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Firma del Oferente \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**OFERTA TECNICA**

Proporcione lo siguiente:

Breve descripción del perfil de su empresa donde mencione la Experiencia General y Espeficia, conforme lo solicitado en los Términos de Referencia:

1. Empresa legalmente constituida, con un mínimo de 5 (cinco) años de experiencia en el área de desarrollo de campañas de comunicación para empresas u organizaciones nacionales e internacionales.
2. Al menos 3 (tres) experiencias en desarrollo de e implementación de campañas de comunicación con énfasis en sensibilización y/o concienciación para organizaciones sin fines de lucro, organismos internacionales y/o instituciones públicas. Adjuntar copia de Contrato y Portafolio de cada campaña realizada.
3. Al menos 3 (tres) experiencias en desarrollo de implementación de campañas de comunicación para marcas y/o empresas nacionales, extranjeras y/o multinacionales. Adjuntar copia de Contrato y Portafolio de cada campaña realizada.
4. Al menos 3 (tres) experiencias en desarrollo de materiales audiovisuales para TV y Redes Sociales para empresas privadas, instituciones públicas u organizaciones sin fines de lucro, organismos internacionales. Adjuntar copia de Contrato y muestras de cada material audiovisual realizado.
5. Al menos 3 (tres) experiencias en Desarrollo de identidades gráficas (branding o rebranding) para empresas privadas, instituciones públicas u organizaciones sin fines de lucro, organismos internacionales. Adjuntar copia de Contrato y muestras de cada identidad gráfica desarrollada.

**Equipo de trabajo:** CV del personal clave Propuesto, conforme a los Términos de referencia.

**Coordinador del Equipo**:

1. Profesional universitario graduado en comunicación, publicidad, marketing, administración, o afines, demostrable con copia del Título Universitario.
2. Con al menos 5 (cinco) años de experiencia en el rubro de publicidad, comunicación y/o marketing. Adjuntar formato de CV.

**Equipo creativo:**

**Director de arte:**

1. Con al menos 10 (diez) años de experiencia en la creación de campañas publicitarias. Adjuntar formato de CV.

**Diseñador Gráfico Senior:**

1. Con al menos 5 (cinco) años de experiencia en el desarrollo de Key Visual, branding para marcas y campañas publicitarias. Adjuntar formato de CV.

**Redactor Creativo:**

Con al menos 3 (tres) años de experiencia en el desarrollo de conceptos creativos para marcas y/o campañas publicitarias. Adjuntar formato de CV.

**Diseñador Gráfico Junior:**

Con al menos 3 (tres) años de experiencia en producción de campañas publicitarias. Adjuntar formato de CV.

Indique si su Oferta, podrá cumplir técnicamente con los bienes o servicios que podrán ser solicitados bajo el presente Acuerdo a Largo Plazo, en caso de ser adjudicado.

**OFERTA ECONÓMICA:**

Proporcione una suma desglosada por ítem de los servicios indicados en el presente listado. La suma total debe incluir todos los costos de preparación y prestación de los Servicios. Los valores cotizados serán utilizados para evaluar económicamente a su empresa con el fin de establecer el orden de elegibilidad para la adjudicación del LTA. Estos valores no deberán ser mantenidos necesariamente durante la vigencia del acuerdo, sin embargo, podrán ser utilizados como referencia en caso de ser adjudicado y ante un requerimiento del servicio para demostrar la razonabilidad de los valores finales cotizados.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **ESPECIFICACIONES TÉCNICAS MÍNIMAS REQUERIDAS** | | **ESPECIFICACIONES TÉCNICAS OFERTADAS**  (A completar por el oferente) | |
| Todos los bienes deberán cumplir con los siguientes requisitos mínimos | | | |
| **Item N°** | **DESCRIPCIÓN** | **CANT/**  **UNIDAD** | **MONTO** |
| **1. CAMPAÑAS** | | | |
| 1.1 | Campañas integrales para Organismos y Entes del Estado | Unidad |  |
| 1.2 | Conceptualización y bajada creativa de piezas gráficas y audiovisuales. | Unidad |  |
| 1.3 | Campañas Digitales | Unidad |  |
| 1.4 | Contenidos Estratégicos para Plataformas Digitales | Unidad |  |
| 1.5 | Diseño y creatividad de contenidos visuales y audiovisuales para redes sociales de organismos del Estado. | Unidad |  |
| 1.6 | Adaptación creativa para diferentes plataformas (Facebook, Instagram, Twitter, TikTok, Linkedin, etc.). | Unidad |  |
| 1.7 | Adaptación creativa para implementación de pautas digital | Unidad |  |
| 1.8 | Guión de contenidos basados en testimoniales reales | Unidad |  |
| **2. CREATIVIDAD PUBLICITARIA Y REDACCIÓN** | | | |
| 2.1 | Conceptualización creativa de campañas y piezas de comunicación. | Unidad |  |
| 2.2 | Desarrollo de nombres (naming) para programas, productos o servicios gubernamentales. | Unidad |  |
| 2.3 | Redacción de guiones para radio de hasta 15, 30 o 60 segundos | Unidad |  |
| 2.4 | Redacción de guiones para TV, de hasta 15, 30 o 60 segundos | Unidad |  |
| 2.5 | Redacción de jingles | Unidad |  |
| 2.6 | Creación de claims, slogans y líneas conceptuales | Unidad |  |
| 2.7 | Storytelling institucional | Unidad |  |
| 2.8 | Reducciones/adaptaciones de guion de Materiales Audiovisuales | Unidad |  |
| 2.9 | Guión de videos con narrativa documental sobre políticas públicas, iniciativas o acciones del Estado. | Unidad |  |
| **3. DISEÑO Y CONSTRUCCIÓN DE MARCA INSTITUCIONAL** | | | |
| 3.1 | Creación de identidades visuales para nuevos proyectos, instituciones o programas. | Unidad |  |
| 3.2 | Desarrollo de manual simple, que contemple usos básicos de la Identidad | Unidad |  |
| 3.3 | Desarrollo de manual de marca complejo, que contemple aplicaciones, usos y lineamientos de Identidad. | Unidad |  |
| 3.4 | Rediseño y evolución de marcas existentes | Unidad |  |
| 3.5 | Creación de submarcas o extensiones gráficas dentro de una marca madre | Unidad |  |
| **4. Diseño Gráfico y Producción Visual** | | | |
| 4.1 | Diseño de Key visual o piezas gráficas para campañas, eventos, vía pública, impresos o digitales. | Unidad |  |
| 4.2 | Adaptación de pieza para diferentes formatos. | Unidad |  |
| 4.3 | Diseño de página web simple | Unidad |  |
| 4.4 | Diseño de flyer impreso o digital | Unidad |  |
| 4.5 | Diseño de Backpodium | Unidad |  |
| 4.6 | Diseño de Banner impreso o digital | Unidad |  |
| 4.7 | Diseño de vía pública | Unidad |  |
| 4.8 | Diseño de papelería | Unidad |  |
| 4.9 | Diseño de brochure | Unidad |  |
| 4.10 | Diseño de díptico o tríptico | Unidad |  |
| 4.11 | Diseño de presentación Institucional | Unidad |  |
| 4.12 | Diseño de Memoria Anual | Unidad |  |
| 4.13 | Diseño de Informe de Gestión Anual | Unidad |  |
| 4.14 | Diseño de señalética para oficinas públicas | Unidad |  |
| 4.15 | Diseño de Merchandising como pines, remeras, kepis, etc. | Unidad |  |
| 4.16 | Supervisión y dirección del uso correcto de la línea gráfica del Gobierno, garantizando la coherencia y uniformidad en la identidad visual oficial | Unidad |  |
| 4.17 | Evaluación y aprobación de materiales gráficos realizados por Organismos y Entes del Estado | Unidad |  |
| 4.18 | Diseño de animación audiovisual simple | Unidad |  |
| 4.19 | Diseño de animación audiovisual compleja | Unidad |  |
| 4.20 | Diseño editorial (libros, revistas, publicaciones institucionales) | Unidad |  |
| 4.21 | Diseño de aplicaciones web | Unidad |  |
| **Modalidad del pago:** guaraníes con factura a crédito | | | |
| **Garantia mínima:** NO APLICA | | | |

#### Sección 2 (b) - TERMINOS DE REFERENCIA

## I. ANTECEDENTES

El Proyecto “Fortalecimiento de los Medios del Estado del Gobierno del Paraguay” Nº 00116283 tiene como objetivo principal posicionar, fortalecer y desarrollar los medios del Estado y la difusión de las acciones del Gobierno del Paraguay, con miras a consolidar la institucionalidad de los medios estatales y mejorar la proyección nacional e internacional del país para así aumentar la calidad de vida de todos los ciudadanos y fomentar la llegada de inversiones extranjeras que generen más oportunidades laborales en base a una estrategia que busca:

* Implementar estrategias que garanticen la efectiva y oportuna comunicación de las acciones del Gobierno del Paraguay, a través de los Medios del Estado.
* Actualizar y dotar de equipamiento avanzado a los medios de comunicación que componen los Medios del Estado.
* Desarrollar Estrategias de Comunicación para la proyección Internacional del Paraguay, a través de la Agencia de Información Paraguaya (IP)
* Implementar acciones necesarias tendientes al desarrollo del proyecto de manera oportuna y eficiente.

En ese marco, busca fortalecer la capacidad institucional del MITIC en materia de la capacidad técnica de comunicación de los Medios del Estado y, en particular, de la capacidad de gestión estratégica del Viceministerio de Comunicación.

Los productos que se busca contratar a través de la presente consultoría se enmarcan en el fortalecimiento de la capacidad institucional del MITIC para la gestión estratégica de su comunicación interna, así como para el soporte comunicacional brindado a las direcciones de comunicación de los Organismos y Entidades del Estado (OEE), lo que redundará en una mejor comunicación de gobierno.

## II. OBJETIVO GENERAL

Generar productos comunicacionales de diversos tipos para campañas de interés público desarrolladas por el Ministerio de Tecnologías de la Información y Comunicación (MITIC) en coordinación con otros Organismos y entes del Estado, para la comunicación en campañas en Medios del estado y medios privados.

## III. OBJETIVO ESPECÍFICOS

* Desarrollar campañas sobre brief proporcionados por MITIC.
* Desarrollar y producir materiales de comunicación de todo tipo para campañas o acciones puntuales.

## IV. ACTIVIDADES

Para el cumplimiento de los objetivos, la empresa realizará las siguientes actividades enunciativas, pero no limitadas de otras actividades conducentes a los objetivos esperados:

* Desarrollo e implementación de campañas masivas de comunicación.
* Planificación de estrategias para redes sociales y medios digitales.
* Diseño de materiales gráficos acorde a las normas establecidas por el MITIC**:** flyers, trípticos, folletos, presentaciones en PowerPoint y otros formatos similares, banners, calcomanías, etc.
* Desarrollo de elementos de identidad visual institucional y de proyectos: logos, isologos, etc.
* Elaboración de materiales audiovisuales: animaciones en flash, GIFs, audiovisuales grabados y editados.
* Otros materiales que requieran de diseño y guarden relación con los términos de referencia.
* Seguimiento y control de calidad de los proveedores mencionados para la producción de materiales.

**V. PERFIL DE LA EMPRESA**

***Experiencia y Especificaciones Generales:***

|  |  |
| --- | --- |
| **ESPECIFICACIÓN** | **CRITERIO DE EVALUACIÓN** |
| Empresa legalmente constituida, con un mínimo de 5 (cinco) años de experiencia en el área de desarrollo de campañas de comunicación para empresas u organizaciones nacionales e internacionales. | Cumple/No Cumple |
| Facturación promedio de al menos G. 1.400 millones anuales considerando los últimos 3 (tres) años. | Cumple/No Cumple |

***Nota****: No se tendrán en cuenta superposición de fecha de contratos y/o certificaciones en la documentación soporte de las experiencias acreditadas.*

***Experiencia Específica:***

|  |  |
| --- | --- |
| Al menos **3 (tres)** experiencias en desarrollo de e implementación de campañas de comunicación con énfasis en sensibilización y/o concienciación para organizaciones sin fines de lucro, organismos internacionales y/o instituciones públicas.  Adjuntar copia de Contrato y Portafolio de cada campaña realizada. | Cumple /  No Cumple |
| Al menos **3 (tres)** experiencias en desarrollo de implementación de campañas de comunicación para marcas y/o empresas nacionales, extranjeras y/o multinacionales.  Adjuntar copia de Contrato y Portafolio de cada campaña realizada. | Cumple /  No Cumple |
| Al menos **3 (tres)** experiencias en desarrollo de materiales audiovisuales para TV y Redes Sociales para empresas privadas, instituciones públicas u organizaciones sin fines de lucro, organismos internacionales.  Adjuntar copia de Contrato y muestras de cada material audiovisual realizado. | Cumple /  No Cumple |
| Al menos 3 (tres) experiencias en Desarrollo de identidades gráficas (branding o rebranding) para empresas privadas, instituciones públicas u organizaciones sin fines de lucro, organismos internacionales.  Adjuntar copia de Contrato y muestras de cada identidad gráfica desarrollada. | Cumple /  No Cumple |
| **TOTAL** | **HABILITA / NO HABILITA** |

**VI. PERFIL DEL EQUIPO**

El equipo descripto en el siguiente cuadro deberá prestar servicios en la agencia de publicidad adjudicada, estando disponible siempre que sea solicitado.

|  |  |
| --- | --- |
| **Coordinador del Equipo:**   * Profesional universitario graduado en comunicación, publicidad, marketing, administración, o afines, demostrable con copia del Título Universitario. * Con al menos 5 (cinco) años de experiencia en el rubro de publicidad, comunicación y/o marketing. Adjuntar formato de CV. | Cumple/  No cumple |
| **Equipo creativo:**   1. Director de arte:  * Con al menos 10 (diez) años de experiencia en la creación de campañas publicitarias. Adjuntar formato de CV.  1. Diseñador Gráfico Senior:  * Con al menos 5 (cinco) años de experiencia en el desarrollo de Key Visual, branding para marcas y campañas publicitarias. Adjuntar formato de CV.  1. Redactor Creativo:  * Con al menos 3 (tres) años de experiencia en el desarrollo de conceptos creativos para marcas y/o campañas publicitarias. Adjuntar formato de CV.  1. Diseñador Gráfico Junior:  * Con al menos 3 (tres) años de experiencia en producción de campañas publicitarias. Adjuntar formato de CV. | Cumple/  No cumple |

**Importante**

* La empresa deberá asignar y presentar los recursos humanos necesarios para garantizar que se atiendan todas las solicitudes realizadas, así como la supervisión y el control de calidad correspondiente.
* Otros profesionales como los necesarios para producciones audiovisuales o spots de radio deberán ser proporcionados por la agencia conforme a lo solicitado en cada ocasión (no será objeto de evaluación).
* Todos los equipos, herramientas y recursos necesarios para la producción de los contenidos comunicacionales deberán ser proporcionados por la Oferente.
* Los postulantes deberán avalar su experiencia y formación presentando evidencia mediante copia de títulos, diplomas y certificados laborales de los conocimientos declarados.
* El comité de selección podrá solicitar aclaración en cualquier momento del proceso, de los documentos que avalen las experiencias declaradas en la postulación.

**VII. BASES Y CONDICIONES DEL CONCURSO**

1. Metodo de Evaluación: Basado en Capacidad Técnica 70% y Capacidad Economica y Financiera 30%. (Precio – Calidad). Únicamente los oferentes que cumplen un mínimo del 70% de capacidad técnica, estarán habilitados a la evaluación de la siguiente etapa capacitad económica y financiera
2. Mecanismo de postulación: presentación de oferta en formato físico en el Complejo Santos Bloque G4 – Mesa de Entrada del Viceministerio de Comunicación, horario de 8:00 a 15:00 de las siguientes documentaciones:
3. Carta de Presentación firmada por un representante legal de la empresa oferente.
4. Formulario de Oferta y Formulario de Especificaciones Mínimas Requeridas debidamente completado y firmado por un representante legal de la empresa.
5. Copia del RUC, Copia de la Constancia del RUC, Certificado de Cumplimiento Tributario.
6. Listado y monto de los 5 mayores contratos y/o facturas de los servicios realizados nacionales e internacionales, durante los últimos 5 (cinco). años, datos de contacto del cliente a quien se puede localizar para obtener más información.
7. Copia de los Balances Generales y Estados de Resultados de los últimos 3 (tres) años, presentados ante autoridad competente.
8. CV completados y firmados para el personal clave propuesto;
9. Otros: Toda la documentación que acrediten el cumplimiento de los requerimientos técnicos mínimos descritos en los Términos de Referencia.

**Observaciones:**

**Los oferentes deberán avalar su experiencia general y específica presentando al menos 8 evidencias mas relevantes mediante copia simple de facturas y/o contratos.**

**Los oferentes deberán avalar su experiencia y formación presentando evidencia mediante copia simple de títulos, diplomas y certificados laborales de los conocimientos declarados del personal clave propuesto.**

**El comité de selección podrá solicitar aclaración en cualquier momento del proceso, de los documentos que avalen las experiencias declaradas en la postulación.**

1. Se realizará la convocatoria para el Acto de Apertura de ofertas, el MITIC informará la fecha y horario; como resultado del presente Acto se elaborará un Acta de Apertura de Ofertas y firmaran todos los presentes.
2. En caso de constatar, por cualquier medio, datos falsos u omisiones de información que pudieran afectar al procedimiento de selección, en cualquiera de sus etapas, el Comité de Evaluación excluirá al/la postulante.
3. Contacto para aclaraciones: cualquier duda o consulta contactar al correo [convocatoriasuep\_pnud@mitic.gov.py](mailto:convocatoriasuep_pnud@mitic.gov.py).
4. Eligibilidad: Un proveedor no debe estar suspendido, excluido o de otro modo identificado como inelegible por cualquier Organización de las Naciones Unidas, el Grupo del Banco Mundial o cualquier otra organización internacional. Por lo tanto, los proveedores deben informar al MITIC si están sujetos a alguna sanción o suspensión temporal impuesta por estas organizaciones. El no hacerlo puede resultar en la rescisión de cualquier contrato u orden de compra emitida posteriormente al proveedor por el MITIC.

Es responsabilidad del Licitante asegurarse de que sus empleados, miembros de empresas conjuntas, subcontratistas, proveedores de servicios, proveedores y / o sus empleados cumplan con los requisitos de elegibilidad establecidos por el MITIC.

Los oferentes deben tener la capacidad legal para celebrar un contrato con el MITIC y realizar las entregas en el país, o través de un representante autorizado.

1. Costo de preparación de la cotización: El MITIC no será responsable de los costos asociados con la preparación y presentación de la cotización de los oferentes, independientemente del resultado o la forma en que se lleve a cabo proceso de selección.
2. Código de Conducta para el Proveedor, Fraude, Corrupción: Todos los posibles proveedores deben dar lectura al Código de Conducta para Proveedores de las Naciones Unidas y reconocer que cumple con los estándares mínimos que se espera de los proveedores de las Naciones Unidas. El Código de Conducta, que incluye principios sobre trabajo, derechos humanos, medio ambiente y conducta ética, se encuentra en: <https://www.un.org/Depts/ptd/about-us/un-supplier-code-conduct>
3. Además, el PNUD ejerce rigurosamente una política de tolerancia cero ante practicas prohibidas, incluidos el fraude, la corrupción, la colusión, las practicas contrarias a la ética en general y a la ética professional y la obstrucción por parte de proveedores del PNUD y exige a los ofertenes / proveedores respetar los más altos estándares de ética durante el proceso de adquisición y la ejecución del contrato. La Política Anti-Fraude del PNUD se puede encontrar en: <http://www.undp.org/content/undp/en/home/operations/accountability/audit/office_of_audit_andinvestigation.html#anti>
4. Obsequios y atenciones: Los oferentes/proveedores no ofrecerán obsequios o atenciones de ningún tipo a los miembros del personal del MITIC, incluidos viajes recreativos a eventos deportivos o culturales o a parques temáticos, ofertas de vacaciones o transporte, invitaciones a almuerzos o cenas extravagantes o similares.
5. En virtud de esta política, el MITIC procederá de la siguiente manera: (a) Rechazará una propuesta si determina que el proponente seleccionado ha participado en prácticas corruptas o fraudulentas al competir por el contrato en cuestión. (b) Declarará inelegible a un proveedor, ya sea de manera definitiva o por un plazo determinado, para la adjudicación de un contrato si en algún momento determina que dicho proveedor ha participado en prácticas corruptas o fraudulentas al competir por un contrato del MITIC o al ejecutarlo.
6. Conflicto de interés: El MITIC requiere que todo potencial proveedor evite y prevenga conflictos de intereses, al informar al MITIC si usted, o cualquiera de sus afiliados o personal, estuvo involucrado en la preparación de los requisitos, diseño, especificaciones, estimaciones de costos y otra información utilizada en este SDC. Los oferentes evitarán estrictamente los conflictos con otras asignaciones o sus propios intereses y actuarán sin tener en cuenta trabajos futuros. Los oferentes que tengan un conflicto de intereses serán descalificados.
7. Los oferentes deberán revelar en su oferta su conocimiento de lo siguiente:
   1. Si los propietarios, copropietarios, ejecutivos, directores, accionistas mayoritarios de la entidad que presenta la propuesta o personal clave, son familiares del personal del MITIC que participa en las funciones de adquisición y/o en el Gobierno del país, o de cualquier Asociado en la Ejecución que recibe los bienes y/o los servicios contemplados en esta SDC.
   2. La elegibilidad de los oferentes que sean total o parcialmente propiedad del Gobierno estará sujeta a la evaluación y revisión adicional del MITIC en varios factores, como estar registrados, operados y administrados como una entidad comercial independiente, el alcance de la propiedad / participación del Gobierno, la recepción de subsidios, mandato y acceso a la información en relación a esta SDC, entre otros. Las condiciones que pueden conducir a una ventaja indebida frente a otros Licitantes pueden resultar en el eventual rechazo de la Oferta.
8. Condiciones Generales del Acuerdo: Cualquier Orden de Compra o Contrato que se emita como resultado de esta SDC, estará sujeta a las Condiciones Generales del Contrato.
9. Condiciones Generales aplicables a esta SDC:

☐ Términos y Condiciones Generales / Condiciones Especiales del contrato

Los Términos y Condiciones aplicables y otras disposiciones están disponibles: UNDP/How-we-buy

1. Condiciones Especiales del Acuerdo.

☐ Cancelación de la Orden de Compra con la que se ejecutará el Acuerdo, si la finalización o entrega se retrasan en más de 10 (diez) días hábiles.

1. Criterios de desempate.

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 el Manual NIM y conforme a las reglamentaciones vigentes.

**VIII. OTRAS CONDICIONES ESPECIALES**

Salvo con el previo consentimiento escrito de la Contratante, la firma adjudicada no podrá comunicar a ninguna persona o entidad ninguna información confidencial que adquiera en el curso de los servicios, ni posterior a la finalización de los servicios, ni podrá hacer públicas las recomendaciones formuladas en el trascurso o como resultado de los Servicios.

Toda información recabada en los trabajos realizados se deberá mantener en condiciones de seguridad adecuadas, implementando medidas físicas, digitales, técnicas y organizativas razonables para prevenir el acceso no autorizado, alteración, divulgación o destrucción de dichos datos.

## IX. COORDINACIÓN Y SUPERVISIÓN

La Adjudicada trabajará bajo la coordinación y supervisión de la Dirección General de Difusión Comunicacional (DGDC) del MITIC, Viceministerio de Comunicación.

**X. LOGÍSTICA**

Los responsables y puntos focales designados por MITIC proporcionarán todas las informaciones de contexto, necesarias para la realización del trabajo.

La firma adjudicada se hará cargo de los elementos de trabajo que requiera (computadoras, equipos, softwares, insumos de oficina, movilidad, etc.)

**XI. TIPO DE CONTRATO Y VIGENCIA**

Se suscribirá un Acuerdo Estándar a Largo Plazo para la prestación de servicios para la generación y producción de productos comunicacionales para el MITIC, de acuerdo a los Términos de Referencia.

El presente Acuerdo a Largo Plazo tendrá una duración hasta 31 de diciembre del 2026 a partir de su firma, con posibilidad de extensión.

## XII. PLAZO DE ENTREGA

Los servicios deberán ser suministrados dentro de un plazo máximo de 3 a 5 días para materiales gráficos (dependiendo de su complejidad) y de 5 a 15 días para productos complejos como campañas y audiovisuales, contados a partir de la emisión de la Orden de Servicios, que detallará los servicios conforme a los Términos de Referencias.

## XIII. FORMA DE PAGO

El contratista deberá generar y presentar un informe de las actividades de acuerdo al esquema establecido en el apartado IV de los Términos de Referencia, el cual deberá contar con la aprobación de la Dirección General de Difusión Comunicacional o por una persona que se designe por escrito y comunique al especialista.

Los pagos serán efectuados por el PNUD, al final de cada mes, a solicitud del Director Nacional del Proyecto o Coordinadora General del Proyecto, certificando el cumplimiento de las obligaciones contractuales.

## XIV. RESPONSABILIDADES DEL CONTRATISTA.

El contratista seleccionado deberá enviar a Proyecto 00116283 “Fortalecimiento de los Medios del Estado del Gobierno del Paraguay” un reporte mensual de los servicios facturados. Lo anterior con el propósito de monitorear y controlar el techo establecido por PNUD del Acuerdo a Largo Plazo.

**Sección 2 (c) - CARTA DE PRESENTACIÓN DE LA SDC**

Estimados señores:

Tras haber examinado las Condiciones Especiales y las Especificaciones Técnicas de la SDC/00116283/001/2025 “Acuerdo a Largo plazo para generación y producción de productos comunicacionales para el MITIC.” los suscritos ofrecemos proveer y entregar todos los materiales requeridos y puesta en funcionamiento de conformidad con los diseños, condiciones y especificaciones por la **suma de Gs.-(indicar monto total de la oferta en palabras y cifras)** **EXENTO DE IVA** en modalidad SDC-LTA o el monto que se determine por adjudicación parcial con base al formulario de oferta que se adjunta a la presente propuesta y que forma parte integrante de ella.

**Declaración del Oferente**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Si** | **No** |  |
| ☐ | ☐ | **Requisitos y Términos y Condiciones:** Yo/Nosotros he/hemos leído y entendido completamente la SDC, incluida la Información y los Datos de la SDC, los requerimientos, las Condiciones Generales del Contrato y las Condiciones Especiales del Contrato. Confirmo/confirmamos que el Oferente acepta regirse por ellos. |
| ☐ | ☐ | Yo/Nosotros confirmamos que el Oferente tiene la capacidad, y las licencias necesarias para cumplir o superar en su totalidad los requerimientos y que se estará disponible para entregar durante el período del Contrato correspondiente. |
| ☐ | ☐ | **Ética:** al presentar esta Cotización, garantizo/garantizamos que el Oferente: no ha celebrado ningún arreglo inadecuado, ilegal, colusorio o anticompetitivo con ningún Competidor; no se ha acercado directa o indirectamente a ningún representante del Comprador (que no sea el Punto de Contacto) para presionar o solicitar información en relación con la SDC; no ha intentado influir o proporcionar ninguna forma de incentivo, recompensa o beneficio personal a ningún representante del Comprador. |
| ☐ | ☐ | Confirmo/confirmamos que me comprometo a no participar en prácticas prohibidas, o cualquier otra práctica no ética, con las Naciones Unidas o cualquier otra Parte, y a realizar negocios de una manera que evite cualquier riesgo financiero, operativo, reputacional u otro riesgo indebido para las Naciones Unidas y hemos leído el Código de Conducta para proveedores de las Naciones Unidas <https://www.un.org/Depts/ptd/about-us/un-supplier-code-conduct> y reconocer que proporcionamos los estándares mínimos que se esperan de los proveedores de las Naciones Unidas. |
| ☐ | ☐ | **Conflicto de interés**: Yo/nosotros garantizamos que el Oferente no tiene ningún conflicto de intereses real, potencial o percibido al presentar esta cotización o al celebrar un contrato para cumplir con los requisitos.  Cuando surja un conflicto de interés durante el proceso de solicitud de cotización, el Oferente lo informará inmediatamente al punto de contacto del contratante. |
| ☐ | ☐ | **Prohibiciones, sanciones:**Yo/Nosotros declaramos que nuestra empresa, sus afiliadas o subsidiarias o empleados, incluidos los miembros de JV/Consorcio o subcontratistas o proveedores de cualquier parte del contrato, no están sujetos a la prohibición de adquisiciones de las Naciones Unidas, incluidos, entre otros, a prohibiciones derivadas de Listas de Sanciones del Consejo de Seguridad de las Naciones Unidas y no han sido suspendidas, inhabilitadas, sancionadas o identificadas de otra manera como no elegibles por ninguna Organización de las Naciones Unidas o el Grupo del Banco Mundial o cualquier otra organización internacional. |
| ☐ | ☐ | **Quiebra:**Yo/Nosotros no nos hemos declarado en quiebra, no estamos involucrados en procedimientos de quiebra o administración judicial, y no hay sentencia o acción legal pendiente en nuestra contra que pueda perjudicar las operaciones en un futuro previsible. |
| ☐ | ☐ | **Período de validez de la oferta:** Confirmo/Confirmamos que esta cotización, incluido el precio, permanece vigente para la aceptación durante la validez de la oferta. |
| ☐ | ☐ | Yo/Nosotros entendemos y reconocemos que ustedes no están obligado a aceptar ninguna Cotización que reciban, y certificamos que los productos ofrecidos en nuestra Cotización son nuevos y sin uso. |
| ☐ | ☐ | Al firmar esta declaración, el signatario a continuación representa, garantiza y acepta que ha sido autorizado por la empresa Oferente para realizar esta declaración en su nombre. |

Si nuestra oferta es aceptada, nos comprometemos a iniciar las entregas dentro de *2* días calendario y a completar la entrega de todos los artículos dentro de los 8 días calendario siguiente a la fecha de firma de la orden de compra. A su vez, en caso de ser requerido, nos comprometemos a entregar una garantía bancaria por un monto de por lo menos el (Número) por ciento del total de la adquisición para asegurar el debido cumplimiento de la misma.

Convenimos en mantener esta oferta por un período de 30 días calendario a partir de la fecha fijada para la apertura de ofertas, la oferta nos obligará y podrá ser aceptada en cualquier momento antes de que expire el período indicado.

Esta oferta, junto con la aceptación por escrito incluida en la notificación de adjudicación, constituirá un contrato obligatorio hasta que se prepare y firme una orden de compra formal.

Fecha:

Firma y aclaración de firma: En calidad de:

Legalmente autorizado para firmar la oferta en nombre de: