PLIEGO DE CONDICIONES PARTICULARES QUE REGIRÁ EL LLAMADO A LICITACIÓN PARA LA CONTRATACIÓN DE UNA AGENCIA DE PUBLICIDAD

Artículo 1°.- OBJETO DEL LLAMADO

La Unidad Agroalimentaria Metropolitana (UAM) realiza el presente llamado a Agencias de Publicidad interesadas en apoyar en forma integral la gestión del Equipo de Comunicación de la empresa, lo que incluye la consolidación de la marca y los objetivos generales de la UAM, tanto a nivel interno como externo.

Artículo 2°.- ANTECEDENTES

La UAM fue creada como una persona de derecho público no estatal (PPnE), el 28 de octubre de 2011 por la Ley 18.832 y modificativas posteriores. Entre sus principales cometidos está facilitar y desarrollar el comercio y la distribución de alimentos a nivel nacional y departamental.

Ubicada en un predio delimitado por la Ruta Nacional N° 5, Camino Luis Eduardo Pérez, Camino La Higuerita y el Arroyo Pantanoso, cuenta con una superficie de 95 hectáreas, en la que se han construido infraestructuras y servicios para potenciar el desarrollo y la competitividad de las empresas del sector mayorista de distribución alimentaria y el desarrollo de actividades complementarias y conexas, en su sentido más amplio.

Artículo 3°.- OBJETIVOS Y PRODUCTOS ESPECÍFICOS

El asesoramiento tendrá por objeto la elaboración de los siguientes documentos y productos específicos:

1. Definir la Estrategia de Comunicación, con un horizonte de un año, que incorpore criterios de consolidación y reafirmación de la marca UAM, incluyendo las nuevas áreas de negocio existentes (Mercado Polivalente, Nave de Actividades Logísticas y Zona de Actividades Complementarias).
2. Campañas publicitarias de difusión de productos de la UAM (tanto de frutas y hortalizas como de los demás rubros agroalimentarios existentes

en el Centro Mayorista, lo que incluye el área de servicios y la plaza de comidas del Mercado Polivalente) y sus consiguientes etapas.
3. Envío de *mailings* con Informes de Precios, Destacado Semanal y Mensual y contenido de la Canasta Inteligente.
4. Piezas para radio, vía pública, redes sociales, TV y demás medios pertinentes.
5. Diseño gráfico, redacción y bocetos de materiales.
6. Plan de medios y control de emisión.
7. Diseño de eventos de impacto.
8. Servicio de community manager.
9. Fortalecer la comunicación con los principales públicos objetivos de la institución.
10. Asesorar en la comunicación interna, con elaboración de mensajes y materiales dirigidos a funcionarias y funcionarios.

Artículo 4°.- INFORMACIÓN COMPLEMENTARIA

Los oferentes deberán indicar en sus propuestas todas las especificaciones de lo ofertado, incluyendo todo otro dato que juzguen de interés para su mejor estudio y comprensión.

Los datos suministrados tendrán el carácter de compromiso, por lo que la UAM exigirá la debida correspondencia entre lo establecido en la propuesta y el producto entregado.

La presentación de las propuestas no otorgará derecho alguno a los oferentes respecto a su aceptación. La UAM se reserva el derecho de aceptar o rechazar cualquier oferta con anterioridad a la adjudicación, sin que por ello incurra en responsabilidad alguna frente a los oferentes.

Artículo 5°.- DE LAS PROPUESTAS Y SU FORMA DE PRESENTACIÓN

Las propuestas deberán venir redactadas en idioma español; en la hoja de presentación deberá identificarse el oferente (nombre o razón social, cédula de identidad o RUT), dirección, teléfono, correo electrónico.

Deberá estar firmada por el representante de la empresa y se presentará original y copia.

El sobre que contenga la propuesta deberá estar cerrado e individualizado en su exterior con la siguiente información:

a. Identificación del oferente.
b. Objeto de la licitación.
c. Fecha y hora de recepción de ofertas.

Artículo 6°.- ANTECEDENTES DE LOS OFERENTES

Los oferentes deberán tener antecedentes y/o referencias de servicios similares prestados en otras instituciones públicas y/o privadas, debiendo agregar a su oferta documentación probatoria fehaciente y suficiente al respecto.

Se valorará especialmente la experiencia en campañas en la categoría alimentación y comunicación pública.

Artículo 7°.- PRECIO

Los interesados cotizarán según las siguientes especificaciones:

a. En moneda nacional uruguaya.
b. Un único monto incluido el IVA por los servicios ofertados en esta licitación por todo el período.
c. Dicho monto se pagará en cuotas mensuales.

Todos los insumos que se necesiten para la realización de formatos no incluidos en el precio anual deberán ser facturados por los proveedores directamente a la UAM.

Artículo 8°.- FORMA DE PAGO

Los pagos se realizarán por factura presentada, contra entrega por parte de la empresa contratada y aceptación por parte de la UAM, del producto contratado, por alguno de los medios de pago admitidos por la legislación vigente.

La UAM abonará dentro de los treinta (30) días calendario, contados a partir de la presentación de cada factura.

En caso de que el pago se realice pasados los treinta (30) días calendario, contados desde la presentación de la factura en la UAM, se aplicará el 50% de la tasa media de interés trimestral para empresas, para operaciones con plazos menores de un año, publicada por el Banco Central del Uruguay (Art. 15, Ley

14.095-Circular 1695) vigente en el mes de vencimiento de los antes referidos treinta días y solamente por los días que superen dicho plazo.

DESCUENTO PRONTO PAGO

La empresa deberá establecer el descuento pronto pago para el caso de cobrar dentro de los primeros diez (10) días calendario y entre los once (11) y los veinte (20) días calendario de presentada cada factura en la UAM, lo que será evaluado al momento del pago**.**

Artículo 9°.- PLAZO DE MANTENIMIENTO DE OFERTA

Las ofertas deberán mantenerse por un **plazo mínimo de 90 días calendario** a partir de su apertura.

Artículo 10°.- PLAZO DE CONTRATACIÓN

El plazo de la contratación se contará a partir de los cinco días siguientes a la notificación de la resolución de adjudicación y en total no podrá superar un año, sin perjuicio de la posibilidad de ampliación a opción de la UAM**.**

La Mesa Ejecutiva de la UAM realizará una evaluación pormenorizada del trabajo desarrollado por la adjudicataria, teniendo la potestad de decidir unilateralmente continuar o no con la contratación el año siguiente.

Artículo 11°.- MEDIO DE COMUNICACIÓN

Los oferentes deberán proporcionar un número telefónico, correo electrónico, por intermedio del cual la UAM se comunicará con el adjudicatario. Las notificaciones se podrán llevar a cabo personalmente, por telegrama colacionado o correo electrónico.

Artículo 12°.- OBLIGACIONES DEL ADJUDICATARIO

Será de cargo del adjudicatario el pago de obligaciones tributarias nacionales y/o departamentales de todo tipo originadas por la prestación del servicio de que se trata.

Será también de cargo del adjudicatario, el registro de los derechos de autor en caso de corresponder, no pudiendo alegar desconocimiento ni ausencia en el pliego de condiciones particulares.

La totalidad del material, elemento o producto que elabore el adjudicatario no generará derecho autoral patrimonial alguno, entendiéndose que el adjudicatario y quienes de cualquier modo colaboren en la obtención de los productos, ceden a la UAM de pleno derecho y sin que pueda dar lugar a reclamación alguna o a derecho de retracto, cualquier eventual derecho autoral de carácter patrimonial que pudiera emerger del elemento suministrado, sin perjuicio del derecho moral del o de los autores de solicitar el reconocimiento de la autoría intelectual de la obra que se tratare.

DISPOSICIONES LABORALES

a) Ley 18.098. La parte contratante se obliga a cumplir las disposiciones de los laudos y convenios colectivos vigentes para la rama de esta actividad laboral en materia de salarios, categorías de labor, pago y suplementos por horas extraordinarias, primas por nocturnidad, incentivos por asistencia, viáticos y en general, todas las asignaciones y beneficios que mejoren las condiciones establecidas por la legislación laboral común, así como las demás normas de trabajo vigentes, contenidas en los Convenios Internacionales y sus reglamentaciones. En caso de que los laudos vigentes queden sin efecto la remuneración mínima será un Salario Mínimo Nacional.

La UAM, en oportunidad de la selección de ofertas y con relación a la adjudicataria, durante el plazo contractual y en su caso la prórroga, tendrá especialmente en cuenta el cumplimiento estricto de esta disposición.

En ese sentido, en oportunidad del estudio de las propuestas serán rechazadas aquellas en las que se pueda constatar que algún oferente no cumpliera con lo exigido. Si dicho incumplimiento se verificara con posterioridad a la celebración del contrato, la UAM se reserva el derecho de rescindirlo en la forma y condiciones previstas en este pliego.

La UAM se reserva el derecho de exigir a la empresa contratada la documentación que acredite estar al día en el pago de salarios y demás rubros emergentes de la relación laboral, así como los comprobantes que justifiquen que está al día en el pago de la póliza contra accidentes de trabajo y de las contribuciones a la seguridad social, como requisito previo al pago de los servicios prestados.

En caso de que la UAM lo solicite, la empresa adjudicataria deberá informarle los datos personales de los trabajadores afectados a la prestación del servicio, con la finalidad de efectuar los controles correspondientes. La UAM tiene la potestad de retener, de los pagos debidos en virtud del contrato, los créditos laborales a los que tengan derecho los trabajadores de la empresa contratada y efectuar el pago de dichos créditos laborales directamente a esos acreedores.

El incumplimiento por parte de la empresa adjudicataria en el pago de las retribuciones a los trabajadores asignados al cumplimiento de las tareas contratadas será causal de rescisión del contrato por responsabilidad imputable al adjudicatario.

b) Ley 18.099 y Ley 18.251. La adjudicataria está obligada a cumplir con todas las obligaciones con los organismos previsionales o fiscales originadas por su vínculo con los trabajadores asignados al servicio contratado y que se generen como consecuencia de la prestación del servicio adjudicado.

La adjudicataria queda obligada a resarcir e indemnizar a la UAM por cualquier responsabilidad, pérdida, daño, honorarios de abogados, costas o gastos administrativos o judiciales relacionado con reclamaciones de terceros por cobro de salarios, impuestos, contribuciones a la seguridad social, seguros de accidentes de trabajo, daños y perjuicios ocasionados a terceros.

Los antes referidos gastos serán reembolsados a la UAM ajustados por el Índice de Precios del Consumo.

Artículo 13°.- PERFECCIONAMIENTO DEL CONTRATO – NOTIFICACIÓN

El contrato se considerará perfeccionado con la notificación al adjudicatario del acto de adjudicación.

La notificación del acto de adjudicación se operará según el caso, de la siguiente forma:

a. Con la recepción de la Orden de Compra en el domicilio del adjudicatario, la cual podrá ser enviada en forma válida mediante correo electrónico.
b. Con la recepción de la Resolución de Adjudicación y/o la Orden de Compra, en las oficinas de la UAM.

En caso de que corresponda notificación, el adjudicatario deberá concurrir a las oficinas de la UAM, dentro de los tres (3) días hábiles contados a partir de la fecha en que reciba la citación que se le remitirá, salvo causa de fuerza mayor debidamente fundada. Si así no lo hiciera, la UAM podrá, sin perjuicio de la anulación de la adjudicación, aplicar las sanciones previstas en el artículo 15 del presente, así como iniciar las acciones por incumplimiento y/o daños y perjuicios que estime pertinentes.

En caso de que el adjudicatario no pueda o no quiera aceptar la adjudicación, se rescinda el contrato o se revocase la resolución de adjudicación, la UAM podrá adjudicar el contrato entre los oferentes que hubieren calificado favorablemente, siguiendo el orden de prelación.

Artículo 14º.- CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Antes de proceder a la evaluación detallada, la UAM determinará si cada oferta se ajusta sustancialmente a las condiciones que se establecen en las bases del llamado a licitación. Para los fines de esta cláusula, se considera que una oferta se ajusta sustancialmente a dichas condiciones cuando satisfaga todas las exigencias esenciales estipuladas.

Será rechazada la oferta que no se ajuste sustancialmente a las condiciones esenciales de las bases del llamado a licitación, no admitiéndose correcciones posteriores que la modifiquen, excepto aquellas que le sean solicitadas al oferente con el fin de que en un plazo breve proceda a corregir errores o efectuar aclaraciones o ampliaciones.

Cumplida esta etapa, se evaluará la totalidad de las ofertas que se ajusten a las condiciones que se establecen en las bases del llamado a licitación, de acuerdo con el siguiente criterio:

DESCRIPCIÓN	PUNTAJE (%)
1) Presentación de la Estrategia de Comunicación.	**40**
a) Estrategia de Comunicación (medios de comunicación a emplearse en las campañas, público objetivo, presupuesto, ideas propuestas: creatividad de las campañas propuestas, atracción e interés que el mensaje despierta, comprensibilidad del mensaje, nivel de asociación entre la propuesta, el producto y la marca, influencia del mensaje en imagen de producto y marca; posicionamiento).	30
b) Resultado esperado de las campañas (impacto en la venta de los diferentes rubros alimentarios que integran la oferta de la UAM – frutas, hortalizas y demás rubros –, posicionamiento de la marca, consolidación de hábitos de alimentación saludable, otros).	10
2) Antecedentes y Currículum.	**20**
a) Antecedentes de trabajo en rubros vinculados al sector agroalimentario en general u otros afines.	10
b) Formación profesional del staff de la empresa.	10
3) Proyecto de trabajo y personal asignado	**20**
a) Formación profesional del staff asignado directamente al proyecto y dedicación propuesta.	10
b) Disponibilidad para la coordinación, acompañamiento y presencia del personal de la agencia, incluyendo el community manager, en los eventos realizados por la UAM.	10
4) Precio	**20**
TOTAL	**100**

1) **Presentación de la Estrategia de Comunicación:** Se evaluará la propuesta bocetada de las campañas con piezas creativas en diversos medios y todas las soluciones y sugerencias que se crean necesarias para conseguir los objetivos de comunicación.
   La propuesta se evaluará según: presentación, carpeta, impresos y pendrive.
   No será considerada necesariamente como el trabajo final, sino como un inicio para una elaboración en conjunto posterior entre la agencia adjudicataria y la UAM.

2) **Antecedentes y Currículum:** El oferente deberá presentar su cartera de clientes actual e histórica, a los efectos de su evaluación y del análisis de su experiencia en publicidad con clientes públicos y privados en general, experiencia en campañas similares en la categoría "alimentación" y en particular en consumo de alimentación saludable, así como en campañas de comunicación pública.

3) **Proyecto y personal asignado:** Se evaluará la metodología de trabajo. Diseño y propuesta de una mecánica de trabajo que asegure una atención fluida y permanente a la UAM.
Deberán presentarse:
   - Los nombres de las personas que desempeñarán cada función y la descripción y dedicación horaria de las tareas asignadas.
   - Currículum vitae de cada uno de los técnicos asignados, títulos académicos obtenidos, área temática de su especialidad y trabajos realizados en los últimos cinco años.

   Eventualmente podrán aceptarse sustituciones del personal propuesto sólo en el caso en que hubiera habido demoras atribuibles a la UAM, que excedan el período de validez de las propuestas, o por razones de fuerza mayor. Cualquier personal potencialmente sustituto con base en estas consideraciones deberá tener calificaciones que, a juicio de la UAM, resulten ser iguales o superiores al propuesto originariamente.

4) **Precio**

De acuerdo con lo establecido en el artículo 7° de estas condiciones particulares.

Artículo 15°.- MULTAS

En caso de que, por razones ajenas a la UAM, el adjudicatario no cumpliera con el plazo establecido para la entrega de cada producto, la UAM le aplicará una multa por cada día de atraso, equivalente al 2% (dos por ciento) del precio que debería pagarle por el producto que no entregó en fecha.

Las multas a que se haya hecho pasible el contratista, por incumplimiento de los términos del contrato, serán descontadas de los pagos pendientes.

Artículo 16°.- RESCISIÓN POR INCUMPLIMIENTO Y SANCIONES

La falta de cumplimiento parcial o total de cualquiera de las obligaciones contraídas por los proponentes o adjudicatario habilitará a la UAM a proceder a la anulación de la adjudicación o rescisión del contrato en su caso, sin perjuicio de las sanciones pecuniarias que se establecen en el artículo 16 del presente y de la reclamación de la indemnización de los daños y perjuicios causados.

Artículo 17°.- SUSPENSIÓN DEL PAGO

Cuando la UAM constatara que el servicio prestado no cumple con las condiciones que se tuvieron en cuenta para la adjudicación, podrá suspender el pago hasta que esta situación se regularice.

ARTÍCULO 18°. - CESIÓN DEL CONTRATO

El contratista no podrá ceder su contrato, en todo o en parte sin el consentimiento expreso por escrito de la UAM.

Artículo 19°.- MEJORA DE OFERTA / NEGOCIACIONES

La UAM podrá utilizar todos los institutos y posibilidades de mejora de ofertas y negociaciones que considere convenientes.

Artículo 20°.- PRESENTACIÓN DE CONSULTAS SOBRE EL LLAMADO

Los interesados en participar en esta licitación podrán realizar consultas o solicitar aclaraciones sobre el texto de este pliego, hasta diez (10) días corridos antes del plazo fijado para la apertura de las ofertas (artículo 21°)

Las consultas se harán por escrito y se presentarán personalmente en la oficina del Equipo de Comunicación, Tercer Piso del Edificio Administrativo de la UAM, Camino Luis Eduardo Pérez 6651, en el horario de 08:00 a 14:00, o por mail a www.info@uam.com.uy , no considerándose las realizadas con posterioridad al plazo señalado.

Tales preguntas y sus correspondientes respuestas tendrán carácter vinculante y, por ende, pasarán a formar parte de las bases de este llamado.

La UAM responderá las solicitudes que reciba y enviará copia escrita de sus respuestas a todos los interesados.

Las consultas y respuestas podrán ser atendidas, además, en la página web de la UAM, www.uam.com.uy, en el sector identificado como “Licitaciones”.

Los interesados podrán solicitar prórroga para la fecha de apertura de las ofertas hasta 5 días hábiles antes de la fecha de apertura establecida.

Artículo 21°.- PLAZO PARA RECEPCIÓN DE OFERTAS

La recepción de las propuestas se realizará en la oficina del Equipo de Comunicación, Tercer Piso del Edificio Administrativo de la UAM, Camino Luis Eduardo Pérez 6651, hasta el día **19 de abril de 2023** a la hora **10.**