

PLIEGOS DEL PROCEDIMIENTO DE SELECCIÓN DE OFERTAS PARA LAS CONTRATACIONES DE PRODUCTOS, SERVICIOS Y ACTIVIDADES COMUNICACIONALES

CORPORACIÓN FINANCIERA NACIONAL B.P.

**CÓDIGO DEL PROCESO:
RI-SCSOF-CFNGYE-001-2020**

Objeto de Contratación:
“SERVICIO DE UNA AGENCIA DE PUBLICIDAD PARA EL DESARROLLO Y DIFUSIÓN DE CAMPAÑAS PUBLICITARIAS PARA PROMOCIONAR LOS ACTUALES Y NUEVOS DE PRODUCTOS, SERVICIOS Y POSICIONAR LA IMAGEN INSTITUCIONAL DE LA CORPORACIÓN FINANCIERA NACIONAL B.P. COMO BANCA DE SEGUNDO PISO”

Guayaquil, diciembre 2020

CONDICIONES GENERALES DEL PROCEDIMIENTO DE SELECCIÓN DE OFERTAS PARA LAS CONTRATACIONES DE PRODUCTOS, SERVICIOS Y ACTIVIDADES COMUNICACIONALES

ÍNDICE

CONDICIONES GENERALES DEL PLIEGO DE SELECCIÓN DE OFERTAS PARA LAS CONTRATACIONES DE PRODUCTOS, SERVICIOS Y ACTIVIDADES COMUNICACIONALES

**SECCIÓN I
DEL PROCEDIMIENTO DE CONTRATACIÓN**

- 1.1 Comité Especial de Contratación
- 1.2 Participantes
- 1.3 Presentación y apertura de ofertas
- 1.4 Inhabilidades
- 1.5 Obligaciones de los oferentes
- 1.6 Preguntas, respuestas y aclaraciones
- 1.7 Modificación del pliego
- 1.8 Convalidación de errores de forma
- 1.9 Causas de rechazo
- 1.10 Adjudicación y notificación
- 1.11 Garantías
- 1.12 Cancelación del procedimiento
- 1.13 Declaratoria de procedimiento desierto
- 1.14 Adjudicatario fallido
- 1.15 Suscripción del contrato
- 1.16 Precios y reajuste
- 1.17 Moneda de cotización y pago
- 1.18 Reclamos
- 1.19 Administración del contrato
- 1.20 Control ambiental
- 1.21 Inconsistencias, simulación y/o inexactitud de la información

**SECCIÓN II
METODOLOGÍA DE EVALUACIÓN DE LAS OFERTAS**

- 2.1 Metodología de evaluación de las ofertas
- 2.2 Parámetros de evaluación
- 2.3 De la evaluación
- 2.4 Formulario para la elaboración de las ofertas

**SECCIÓN III
FASE CONTRACTUAL**

- 3.1 Ejecución del contrato

SELECCIÓN DE OFERTAS PARA LAS CONTRATACIONES DE PRODUCTOS, SERVICIOS Y ACTIVIDADES COMUNICACIONALES

PROCESO NRO. RI-SCSOF-CFNGYE-001-2020

SECCIÓN I DEL PROCEDIMIENTO DE CONTRATACIÓN

1.1 Comité Especial de Contratación: El presente procedimiento presupone la conformación obligatoria de un Comité Especial de Contratación, integrado de acuerdo al artículo 18 del Reglamento Interno de Contrataciones de la Corporación Financiera Nacional B.P., encargado del trámite del procedimiento en la fase precontractual.

Este comité analizará las ofertas de bienes y/o servicios de origen ecuatoriano, incluso en el caso de haberse presentado una sola, considerando los parámetros de calificación establecidos en este pliego, y recomendará a la máxima autoridad de la entidad contratante la adjudicación o la declaratoria de procedimiento desierto.

Cuando no hubiere oferta u ofertas consideradas de origen ecuatoriano, la entidad contratante continuará el procedimiento con las ofertas de bienes y/o servicios de origen extranjero.

1.2. Participantes: De conformidad con lo establecido en el artículo 102 del Reglamento Interno de Contrataciones de la Corporación Financiera Nacional B.P., la invitación está dirigida a los proveedores sugeridos por la Gerencia de Mercadeo y Comunicación.

No se exigirá al oferente la entrega de documentos que previamente hayan sido entregados para efectos de habilitarse en el Registro Único de Proveedores.

1.3. Presentación y apertura de ofertas: De conformidad a lo establecido en la Resolución No. RE-SERCOP-2020-106, de fecha 16 de julio de 2020, las ofertas para ser válidas deberán ser firmadas electrónicamente, y deberán remitirse al correo electrónico comprasfn@cfn.fin.ec, hasta las **13h00** del día **07 de enero de 2021, siguiendo los siguientes lineamientos, establecidos en la circular Nro. SERCOP-SERCOP-2020-0022-C, del 27 de octubre de 2020:**

- Todos los formularios de la oferta deberán constar firmados electrónicamente.
- El proveedor deberá remitir la oferta desde el correo electrónico que fue registrado en el SOCE.
- Las ofertas deberán ser suscritas electrónicamente, serán remitidas al correo electrónico (comprasfn@cfn.fin.ec) y contendrán los archivos en formato PDF (formularios de la oferta firmados junto con los documentos de respaldo). Adicionalmente se podrá adjuntar los archivos en formato Word (.doc), Excel (.xls) que corresponda.
- El tamaño del correo electrónico (incluido los archivos adjuntos) no podrá superar los 10MB (megabytes).
- En el caso de exceder el tamaño de capacidad indicado en el punto anterior, las ofertas podrán remitirse en varios correos, para lo cual se deberá indicar en el asunto: la oferta; el número de correo y la cantidad de partes en que se lo remitirá, por ejemplo (*Oferta Parte 1 de 4*).
- El asunto del correo deberá indicar: Oferta (*Nombre del oferente*) – RI-SCSOF-CFNGYE-001-2020 - SERVICIO DE UNA AGENCIA DE PUBLICIDAD PARA EL DESARROLLO Y DIFUSIÓN DE CAMPAÑAS PUBLICITARIAS PARA PROMOCIONAR LOS ACTUALES Y NUEVOS DE PRODUCTOS, SERVICIOS Y POSICIONAR LA IMAGEN INSTITUCIONAL DE LA CORPORACIÓN FINANCIERA NACIONAL B.P. COMO BANCA DE SEGUNDO PISO.

La apertura de las ofertas se realizará una hora más tarde de la hora prevista para la recepción de las ofertas, el acto de apertura de ofertas será público y se efectuará en las Oficinas de la CFN B.P., ubicadas en la Avenida 9 de Octubre #200 y Pichincha, frente al Registro Civil.

Para poder participar en el presente procedimiento de contratación, y de conformidad con lo previsto en

el artículo 11 del Reglamento Interno de Contrataciones de la CFN B.P., se requiere que los oferentes interesados se encuentren habilitados en el Registro Único de Proveedores a cargo del SERCOP.

La oferta debe presentarse por la totalidad de la contratación.

Después de la fecha límite para la presentación de las ofertas, se procederá a la apertura de la oferta presentada. El acto de apertura de ofertas será público y se efectuará en el lugar, día y hora fijados en la convocatoria.

De la apertura, en la que podrán estar presentes los oferentes que lo deseen, se levantará un acta que será suscrita por los integrantes del Comité Especial de Contratación o por la máxima autoridad o su delegado de ser el caso, la cual deberá contener:

- a) Nombre de los oferentes;
- b) Valor de la oferta económica, identificada por oferente;
- c) Plazo de ejecución propuesto por cada oferente;
- d) Número de hojas de cada oferta;
- e) La demás información considerada por la entidad contratante.

1.4. Inhabilidades: No podrán participar en el procedimiento precontractual, por sí o por interpuesta persona, quienes incurran en las inhabilidades generales y especiales, contempladas en la Constitución de la República, Ley Orgánica del Sistema Nacional de Contratación Pública y su respectivo Reglamento de aplicación; y, demás normativa aplicable a la Corporación Financiera Nacional B.P.

De verificarse con posterioridad que un oferente incurrido en una inhabilidad general o especial hubiere suscrito el contrato, dará lugar a la terminación unilateral del contrato conforme el numeral 5 del artículo 94 de la Ley Orgánica del Sistema Nacional de Contratación Pública.

1.5. Obligaciones de los oferentes: Los oferentes deberán revisar cuidadosamente el pliego y cumplir con todos los requisitos solicitados en él. Su omisión o descuido al revisar los documentos no le relevará de cumplir lo señalado en su propuesta.

1.6. Preguntas, respuestas y aclaraciones: Los proveedores invitados a participar en el presente proceso de contratación, tienen la facultad y el derecho de, en el caso de detectar un error, omisión o inconsistencia en el pliego, o si necesita una aclaración sobre una parte de los documentos, solicitar al Comité Especial de Contratación o a la máxima autoridad o su delegado según corresponda, a través del correo Institucional comprascfn@cfn.fin.ec, la respuesta a su inquietud o consulta. La entidad responderá las preguntas o realizará las aclaraciones que fueren necesarias a través de la misma vía, y se publicará además el Acta respectiva en la página Institucional de la Corporación Financiera Nacional B.P., de acuerdo a lo establecido en la convocatoria.

1.7. Modificación del pliego: El Comité Especial de Contratación o la máxima autoridad de la entidad contratante o su delegado según corresponda, podrán emitir aclaraciones o modificaciones respecto de las condiciones particulares del pliego, por propia iniciativa o por pedido de los participantes, siempre que éstas no alteren el presupuesto referencial ni el objeto del contrato, modificaciones que deberán ser notificadas a los oferentes interesado, mediante el correo electrónico comprascfn@cfn.fin.ec; y, publicadas en la página Institucional de la Corporación Financiera Nacional B.P., hasta el término máximo para responder preguntas.

La máxima autoridad de la entidad contratante o su delegado, podrá modificar el cronograma de ejecución del procedimiento precontractual con la motivación respectiva. Todo cambio será publicado en la página Institucional de la Corporación Financiera Nacional B.P.

1.8. Convalidación de errores de forma: Si se presentaren errores de forma, los oferentes, en el término previsto en el cronograma del proceso, podrán convalidarlos, previa petición de la entidad contratante, conforme a lo previsto en el artículo 22 del Reglamento Interno de Contrataciones de la Corporación Financiera Nacional B.P.

El pedido de convalidación de errores, se realizará mediante el correo electrónico **comprascfn@cfn.fin.ec**; y, se publicará además el Acta respectiva en la página Institucional de la Corporación Financiera Nacional B.P.

La convalidación de errores, deberá presentarse de forma digital y deberá ser enviada al correo institucional **comprascfn@cfn.fin.ec**, hasta la fecha y hora establecidas en el cronograma del proceso. La respuesta a la convalidación de errores será remitida por correo electrónico a cada oferente y posteriormente se publicará la respectiva acta.

1.9 Causas de rechazo: Luego de evaluados los documentos de la oferta, el Comité Especial de Contratación o el delegado de la máxima autoridad, según el caso, rechazará una oferta por las siguientes causas:

1.9.1 Si no cumpliera los requisitos exigidos en las condiciones generales y particulares, que incluyen las especificaciones técnicas o términos de referencia, y los formularios de este pliego.

1.9.2 Si se hubiera entregado y/o presentado la oferta en lugar distinto al fijado o después de la fecha y hora establecida para ello.

1.9.3 Cuando las ofertas contengan errores sustanciales, y/o evidentes, que no puedan ser convalidados, de acuerdo a lo señalado en el Reglamento Interno de Contrataciones de la CFN B.P.

1.9.4 Si el contenido de cualquiera de los acápite de los formularios difiriere del previsto en el pliego, condicionándolo o modificándolo, de tal forma que se alteren las condiciones contempladas para la ejecución del contrato. De igual forma, si se condicionara la oferta con la presentación de cualquier documento o información.

1.9.5 Si el oferente no hubiere atendido la petición de convalidación, en el término fijado para el efecto, de acuerdo a lo dispuesto en el artículo 22 del Reglamento Interno de Contrataciones, siempre y cuando el error no convalidado constituya causal de rechazo.

1.9.6 Si al momento de la presentación de la propuesta, el oferente interesado no se encontrare habilitado en el Registro Único de Proveedores.

Una oferta será descalificada por la Corporación Financiera Nacional B.P. en cualquier momento del procedimiento si, de la revisión de los documentos que fueren del caso, pudiere evidenciarse inconsistencia, simulación o inexactitud de la información presentada. La Institución podrá solicitar al oferente la documentación que estime pertinente y que ha sido referida en cualquier documento de la oferta, relacionada o con el objeto mismo de la contratación, para validar la oferta presentada del procedimiento.

Asimismo, una oferta será descalificada en cualquier momento del procedimiento, si se comprueba que el oferente mantiene obligaciones en mora con la Corporación Financiera Nacional B.P., de conformidad con la certificación que otorgue la Gerencia de Operaciones.

La adjudicación se circunscribirá a las ofertas calificadas. No se aceptarán ofertas alternativas.

Ningún oferente podrá intervenir con más de una oferta.

1.10 Adjudicación y notificación: La máxima autoridad de la entidad contratante o su delegado, con base en el resultado de la evaluación de las ofertas, reflejado en el informe elaborado por los integrantes del Comité Especial de Contratación o el responsable de evaluar las propuestas, según corresponda, adjudicará el contrato a la propuesta más conveniente para los intereses institucionales, conforme a los términos establecidos en el artículo 24 del Reglamento Interno de Contrataciones, mediante Resolución motivada.

La notificación de la adjudicación realizada en los términos antes referidos, se la realizará a través de la página Institucional de la Corporación Financiera Nacional B.P. (<https://cfn.fin.ec/cfn-contrata>).

1.11 Garantías.- En forma previa a la suscripción de todo contrato derivado de los procedimientos establecidos en este pliego, se deberán presentar las garantías que fueren aplicables de acuerdo a lo previsto en el artículo 112 del Reglamento Interno de Contrataciones de la Corporación Financiera Nacional B.P., en cualquiera de las formas contempladas en el artículo 73 de la Ley Orgánica del Sistema Nacional de Contratación Pública.

1.11.1 La garantía de fiel cumplimiento del contrato se rendirá por un valor igual al cinco por ciento (5%) del monto total del mismo, en una de las formas establecidas en el artículo 73 de la Ley Orgánica del Sistema Nacional de Contratación Pública, la que deberá ser presentada previo a la suscripción del contrato. No se exigirá esta garantía en los contratos cuya cuantía sea menor a multiplicar el coeficiente 0.000002 por el Presupuesto Inicial del Estado del correspondiente ejercicio económico, ni en aquellos de adquisición de bienes muebles que se entreguen al momento de efectuarse el pago.

1.11.2 La garantía de buen uso del anticipo, de ser el caso, se rendirá por un valor igual al determinado y previsto en el presente pliego, que respalde el 100% del monto a recibir por este concepto, la que deberá ser presentada previo a la suscripción del contrato.

El valor que por concepto de anticipo otorgará la entidad contratante al contratista, no podrá ser superior al setenta por ciento (70%) del monto adjudicado. El valor será depositado en una cuenta que el contratista aperturará en un banco estatal o privado, en el que el Estado tenga participación accionaria o de capital superior al cincuenta por ciento. El adjudicatario, en forma previa a la suscripción del contrato, deberá presentar, un certificado de la institución bancaria o financiera en la que tenga a su disposición una cuenta en la cual serán depositados los valores correspondientes al anticipo, de haber sido concedido.

El contratista deberá autorizar expresamente en el contrato el levantamiento del sigilo bancario de la cuenta en la que será depositado el anticipo recibido. El administrador del contrato o el fiscalizador designado por la entidad contratante verificará que los movimientos de la cuenta correspondan estrictamente al procedimiento de devengo del anticipo o ejecución contractual.

1.11.3 Las garantías técnicas de los bienes materia del contrato (en los casos que aplique) que deben ser entregadas por el contratista, cumplirán las condiciones establecidas en el artículo 76 de la Ley Orgánica del Sistema Nacional de Contratación Pública. En caso contrario, el adjudicatario deberá entregar una de las garantías señaladas en el artículo 73 de la referida Ley por el valor total de los bienes.

Las garantías se devolverán conforme lo previsto en los artículos 77 de la Ley Orgánica del Sistema Nacional de Contratación Pública y 118 del Reglamento General de la Ley Orgánica del Sistema Nacional de Contratación Pública.

1.12 Cancelación del procedimiento: En cualquier momento comprendido entre la convocatoria y hasta 24 horas antes de la fecha de presentación de ofertas, la máxima autoridad de la entidad contratante podrá declarar cancelado el procedimiento, sin que dé lugar a ningún tipo de reparación o indemnización, mediante resolución debidamente motivada, de acuerdo a lo establecido en el artículo 26 del Reglamento Interno de Contrataciones de la Corporación Financiera Nacional B.P.

1.13 Declaratoria de procedimiento desierto: La máxima autoridad de la entidad contratante o su delegado podrá declarar desierto el procedimiento, en los casos previstos en el artículo 25 del Reglamento Interno de Contrataciones de la Corporación Financiera Nacional B.P. según corresponda.

Dicha declaratoria se realizará mediante resolución de la máxima autoridad de la entidad contratante o su delegado, fundamentada en razones técnicas, económicas y/o jurídicas. Una vez declarado desierto el procedimiento, la máxima autoridad o su delegado podrá disponer su archivo o su reapertura.

La declaratoria definitiva de desierto cancelará el proceso de contratación y por consiguiente se archivará el expediente.

Podrá declararse el procedimiento desierto parcial, cuando se hubiere convocado a un proceso de contratación con la posibilidad de adjudicaciones parciales o por ítems.

La declaratoria de desierto o cancelación no dará lugar a ningún tipo de reparación o indemnización a los oferentes.

1.14 Adjudicatario fallido: En caso de que el adjudicatario no suscribiere el contrato dentro del término previsto, por causas que le sean imputables, la máxima autoridad de la Corporación Financiera Nacional B.P. o su delegado le declarará adjudicatario fallido conforme lo previsto en el artículo 27 del Reglamento Interno de Contrataciones de la Corporación Financiera Nacional B.P, en concordancia con el artículo 35 de la Ley Orgánica del Sistema Nacional de Contratación Pública, y seguirá el procedimiento previsto en la referida Ley y en la normativa expedida por la Corporación Financiera Nacional B.P y el Servicio Nacional de Contratación Pública para el efecto. Una vez que el Servicio Nacional de Contratación Pública haya sido notificado con tal resolución, actualizará el Registro de Incumplimientos, suspendiendo del Registro Único de Proveedores al infractor y procederá de conformidad con lo prescrito en el artículo 98 de la Ley Orgánica del Sistema Nacional de Contratación Pública.

Cuando la entidad contratante haya cumplido lo previsto en el párrafo precedente, llamará al oferente que ocupó el segundo lugar en el orden de prelación para que suscriba el contrato, quien deberá cumplir con los requisitos establecidos para el oferente adjudicatario, incluyendo la obligación de mantener su oferta, en los términos que fue presentada, hasta la suscripción del contrato, siempre que convenga a los intereses nacionales o institucionales. Si el oferente llamado como segunda opción no suscribe el contrato, la entidad declarará desierto el procedimiento por oferta fallida, sin perjuicio de la declaración de fallido al segundo adjudicatario, en dicha declaratoria deberá constar de forma motivada los justificativos para la no adjudicación al segundo lugar.

1.15 Suscripción del contrato: Dentro del término de 15 días, contado a partir de la fecha de notificación de la adjudicación, la Subgerencia de Compras Públicas verificará la aptitud legal de contratista en el momento de la suscripción del contrato, sin que ello signifique un trámite adicional para el futuro contratista; luego de la suscripción del contrato y cumplidas las formalidades del caso, se le entregará un ejemplar del mismo.

Según lo previsto en la Ley Orgánica del Sistema Nacional de Contratación Pública, los contratos cuya cuantía sea igual o superior a la base prevista para la licitación de bienes y servicios o licitación de obras, según corresponda, se protocolizarán ante Notario Público, incorporándose los documentos establecidos en el artículo 112 del Reglamento General a la Ley Orgánica del Sistema Nacional de Contratación Pública.

1.16 Precios y reajuste: Todo contrato cuya forma de pago corresponda al sistema de precios unitarios se sujetará al reajuste de precios, salvo que el contratista renuncie expresamente al mismo y así se haga constar en el contrato, tal como lo prevé el segundo inciso del artículo 131 del Reglamento General de la Ley Orgánica del Sistema Nacional de Contratación Pública.

No hay opción ni lugar a reclamo alguno por los precios unitarios ofertados. Sin embargo, podrán ser reajustados si durante la ejecución del contrato se produjeran variaciones de los costos de sus componentes. El reajuste se efectuará mediante la aplicación de fórmula(s) elaborada(s) con base a los precios unitarios de la oferta adjudicada y conforme lo dispuesto en el Título IV, “De los contratos”, Capítulo VII, “Reajuste de precios” de la Ley Orgánica del Sistema Nacional de Contratación Pública y en su Reglamento General.

1.17 Moneda de cotización y pago: Las ofertas deberán presentarse en dólares de los Estados Unidos de América. Los pagos se realizarán en la misma moneda.

1.18 Reclamos: Para el evento de que los oferentes o adjudicatarios presenten reclamos relacionados con su oferta, se deberá considerar lo establecido en los artículos 102 y 103 de la Ley Orgánica del Sistema Nacional de Contratación Pública y el procedimiento correspondiente, así como lo establecido en la normativa expedida por el Servicio Nacional de Contratación Pública.

1.19 Administración del contrato: La entidad contratante designará de manera expresa un administrador del contrato, quien velará por el cabal y oportuno cumplimiento de todas y cada una de las obligaciones derivadas del contrato. El administrador deberá canalizar y coordinar todas y cada una de las obligaciones contractuales convenidas.

El administrador del contrato, queda autorizado para realizar las gestiones inherentes a su ejecución, incluyendo aquello que se relaciona con la aceptación o no de los pedidos de prórroga que pudiera formular el contratista.

El administrador será el encargado de la administración de las garantías, durante todo el período de vigencia del contrato. Adoptará las acciones que sean necesarias para evitar retrasos injustificados e impondrá las multas y sanciones a que hubiere lugar, así como también deberá atenerse a las condiciones generales y específicas del pliego que forma parte del contrato. Sin perjuicio de que esta actividad sea coordinada con el área financiera (tesorería) de la entidad contratante a la que le corresponde el control y custodia de las garantías.

Respecto de su gestión reportará a la autoridad institucional señalada en el contrato, debiendo comunicar todos los aspectos operativos, técnicos, económicos y de cualquier naturaleza que pudieren afectar al cumplimiento del objeto del contrato.

Tendrá bajo su responsabilidad la aprobación y validación de los productos e informes que emita y/o presente el contratista y suscribirá las actas que para tales efectos se elaboren.

1.20 Control ambiental: En los casos que sea necesario, el contratista deberá realizar todas las actividades necesarias para evitar impactos ambientales negativos, durante el período de ejecución contractual, cumpliendo con la normativa ambiental vigente.

1.21 Inconsistencia, simulación y/o inexactitud de la información: En el caso de que la Corporación Financiera Nacional B.P. que existe inconsistencia, simulación o inexactitud en la información presentada por el oferente, adjudicatario o contratista, la máxima autoridad de la entidad contratante o su delegado, descalificará del procedimiento de contratación al proveedor, lo declarará adjudicatario fallido o contratista incumplido, según corresponda y, en último caso, previo al trámite de terminación unilateral, sin perjuicio además, de las acciones judiciales a que hubiera lugar.

SELECCIÓN DE OFERTAS PARA LAS CONTRATACIONES DE PRODUCTOS, SERVICIOS Y ACTIVIDADES COMUNICACIONALES

PROCESO NRO. RI-SCSOF-CFNGYE-001-2020

SECCIÓN II METODOLOGÍA DE EVALUACIÓN DE LAS OFERTAS

2.1 Metodología de evaluación de las ofertas: La evaluación de las ofertas se encaminará a proporcionar una información imparcial sobre si una oferta debe ser rechazada y cuál de ellas cumple con el concepto de mejor costo en los términos establecidos en el numeral 17 del artículo 7 del Reglamento Interno de Contrataciones de la Corporación Financiera Nacional B.P.

Se establecen de manera general para ello dos etapas: la primera, bajo metodología “Cumple / No Cumple”, en la que se analizan los documentos exigidos cuya presentación permite habilitar las propuestas (integridad de la oferta), y la verificación del cumplimiento de capacidades mínimas; y la segunda, en la que se evaluarán, mediante parámetros cuantitativos o valorados, las mayores capacidades de entre los oferentes que habiendo cumplido la etapa anterior, se encuentren aptos para esta calificación.

2.2 Parámetros de Evaluación: La Corporación Financiera Nacional B.P., podrá acoger los parámetros de evaluación previstos por el Servicio Nacional de Contratación Pública, y adicionalmente otros que respondan a la necesidad, naturaleza y objeto de cada procedimiento de contratación; los que serán analizados y evaluados al momento de la calificación de las ofertas.

La Corporación Financiera Nacional B.P., bajo su responsabilidad, deberá asegurar que los parámetros de evaluación constantes en los pliegos publicados en la página Institucional de la Corporación Financiera Nacional B.P., sean los que realmente se utilizarán en el procedimiento.

2.3 De la evaluación: Las capacidades requeridas a través de los parámetros de evaluación serán analizadas utilizando las dos etapas de evaluación señaladas en el numeral 2.1, para todos los procedimientos de contratación de Selección de Ofertas; la primera, bajo la metodología “Cumple / No Cumple” y posteriormente, solo con los oferentes calificados, la segunda que será “Por Puntaje”.

Se estará a la metodología “Cumple / No Cumple” cuando el objetivo sea la determinación de cumplimiento de una condición o capacidad mínima por parte del oferente y que sea exigida por la entidad contratante (*Requisitos mínimos*).

Los índices financieros previstos en el pliego, no constituirán un requisito mínimo de obligatorio cumplimiento, sin embargo tendrán un carácter informativo.

Se estará a la metodología “Por Puntaje” cuando el objetivo sea el establecimiento de mejores condiciones o capacidades de entre los oferentes que han acreditado previamente una condición o capacidad mínima requerida.

a. Primera Etapa: Integridad de las ofertas y verificación de requisitos mínimos. Metodología “Cumple/ No Cumple”

a.1. Integridad de las ofertas.- Se revisará que las ofertas incluyan en los formularios los documentos requeridos en las condiciones particulares del pliego.

Los formularios de la Oferta contendrán los documentos claramente descritos en ellos y en las condiciones particulares del pliego.

Aquellas ofertas que contengan los Formularios de la Oferta debidamente elaborados y suscritos, pasarán a la etapa de evaluación “cumple / no cumple”; caso contrario serán rechazadas.

a.2. Verificación de requisitos mínimos y especificaciones técnicas: Evaluación de la oferta técnica (cumple / no cumple).- Los parámetros de calificación se encuentran definidos y dimensionados en las condiciones particulares del pliego, los cuales no darán lugar a dudas, ni a interpretación o a la subjetividad del evaluador, se considerarán parámetros técnico-económicos con dimensionamiento de mínimos admisibles y de obligatorio cumplimiento.

El cumplimiento de los parámetros deberá ser absoluto, de manera afirmativa o negativa. Solamente aquellas ofertas que cumplieran con todos los parámetros establecidos podrán habilitarse para la siguiente etapa del procedimiento.

Aquellas ofertas que cumplan integralmente con los parámetros mínimos, pasarán a la etapa de evaluación de ofertas con puntaje, caso contrario serán descalificadas.

b. Segunda Etapa: Evaluación por puntaje

En esta etapa se procederá a la ponderación valorada de las condiciones diferenciadoras de las ofertas para cada uno de los parámetros señalados en el pliego, a partir de la acreditación de mejores condiciones que las fijadas como mínimos o máximos.

En las condiciones particulares del presente pliego se describen los parámetros establecidos para este procedimiento de contratación, los cuales están completamente definidos, no son restrictivos o discriminatorios y cuentan con el medio de medición y comprobación.

Dicha calificación permitirá la adecuada aplicación del criterio de mejor costo previsto en el numeral 17 del artículo 7 del Reglamento Interno de Contrataciones de la Corporación Financiera Nacional B.P.

Por regla general, se deberá adjudicar a la oferta que obtenga el mayor puntaje de acuerdo a la valoración de los parámetros y cuyos resultados combinen los aspectos técnicos, financieros, legales y económicos de las ofertas.

Al evaluar las ofertas presentadas por una asociación, consorcio o compromiso de asociación o consorcio, las entidades contratantes deberán considerar los aportes de cada participante, con base en la información que deberá desglosarse a través del Formulario correspondiente.

En la metodología de evaluación por puntajes se observará el principio de la proporcionalidad o ponderación.

2.4. Formulario para la elaboración de las ofertas: El oferente presentará su oferta en base a la información contenida en los Formularios de la Oferta.

SELECCIÓN DE OFERTAS PARA LAS CONTRATACIONES DE PRODUCTOS, SERVICIOS Y ACTIVIDADES COMUNICACIONALES

PROCESO NRO. RI-SCSOF-CFNGYE-001-2020

SECCIÓN III FASE CONTRACTUAL

3.1 Ejecución del contrato:

3.1.1 Inicio, planificación y ejecución contractual: El contratista prestará los servicios o entregará los bienes dentro del plazo establecido en el contrato.

Iniciada la ejecución del contrato y durante toda la vigencia del mismo, el contratista analizará conjuntamente con el administrador del contrato el cumplimiento del mismo, de acuerdo con el cronograma entregado por él en su oferta. Por razones no imputables al contratista y debidamente justificadas, el administrador del contrato podrá modificar y actualizar el cronograma de ejecución contractual.

Igual actualización se efectuará cada vez que, por una de las causas establecidas en el contrato, se aceptase modificaciones al plazo contractual. Estos documentos servirán para efectuar el control del cumplimiento de la ejecución del contrato, a efectos de definir el grado de cumplimiento del contratista.

3.1.2 Cumplimiento de especificaciones o términos de referencia: Todos los bienes a entregar o servicios a prestar deben cumplir en forma estricta con las especificaciones y términos de referencia requeridos respectivamente en el pliego y constantes en el contrato y dentro de las medidas y tolerancias establecidas y aprobados por la entidad contratante.

En caso de que el contratista descubriera discrepancias entre los distintos documentos, deberá indicarlo inmediatamente al administrador, a fin de que establezca el documento que prevalecerá sobre los demás; y, su decisión será definitiva.

En caso de que cualquier dato o información no hubieren sido establecidos o el contratista no pudiere obtenerla directamente, ésta se solicitará al administrador del contrato. La administración proporcionará, cuando considere necesario, instrucciones adicionales para ejecutar satisfactoriamente el contrato.

3.1.3 Personal del contratista: El contratista de ser el caso empleará personal en número suficiente para el cumplimiento del contrato y con la debida experiencia.

El administrador del contrato podrá requerir en forma justificada al contratista, el reemplazo de cualquier integrante de su personal que lo considere incompetente o negligente en su oficio, se negare a cumplir las estipulaciones del contrato y sus anexos, o presente una conducta incompatible con sus obligaciones.

3.1.4 Materiales: Todos los materiales, instalaciones, suministros y demás elementos que se utilicen para el cumplimiento del contrato, cumplirán íntegramente las especificaciones técnicas de la oferta, y a su falta, las instrucciones que imparta la administración del contrato.

Los bienes a ser suministrados por el contratista serán nuevos, sin uso y de la mejor calidad. La administración podrá exigir, cuando así lo considere necesario, para aquellos bienes que requieran de un tratamiento o manejo especial, se coloquen sobre plataformas o superficies firmes o bajo cubierta, o que se almacenen en sitios o bodegas cubiertas, sin que ello implique un aumento en los precios y/o en los plazos contractuales.

Los bienes almacenados, aun cuando se haya aprobado antes de su uso, serán revisados al momento de

su utilización, para verificar su conformidad con las especificaciones.

3.1.5 Obligaciones del contratista: El contratista debe contar con o disponer de todos los permisos y autorizaciones que le habiliten para el ejercicio de su actividad, especialmente, pero sin limitarse al cumplimiento de legislación ambiental, seguridad industrial y salud ocupacional, legislación laboral, y aquellos términos o condiciones adicionales que se hayan establecidos en el contrato. Asimismo, y de ser necesario y lo disponga el administrador del contrato, deberá realizar y/o efectuar, colocar o dar todos los avisos y advertencias requeridos por el contrato o las leyes vigentes (señalética, letreros de peligro, precaución, etc.), para la debida protección del público y personal del contratista mismo, especialmente si las actividades afectan la vía pública o las instalaciones de servicios públicos.

Los sueldos y salarios del contratista con los trabajadores se estipularán libremente, pero no serán inferiores a los mínimos legales vigentes en el país.

El contratista deberá pagar los sueldos, salarios y remuneraciones a su personal, sin otros descuentos que aquellos autorizados por la ley, y en total conformidad con las leyes vigentes. Los contratos de trabajo deberán ceñirse estrictamente a las leyes laborales del Ecuador. Las mismas disposiciones aplicarán los subcontratistas a su personal.

Serán también de cuenta del contratista y a su costo, todas las obligaciones a las que está sujeto según las leyes, normas y reglamentos relativos a la seguridad social.

El contratista se comprometerá a no contratar a personas menores de edad para realizar actividad alguna durante la ejecución contractual; y que, en caso de que las autoridades del ramo determinaren o descubrieren tal práctica, se someterá y aceptará las sanciones que de aquella puedan derivarse, incluso la terminación unilateral y anticipada del contrato, con las consecuencias legales y reglamentarias pertinentes.

El contratista, en general, deberá cumplir con todas las obligaciones que naturalmente se desprendan o emanen del contrato suscrito.

3.1.6 Obligaciones de la contratante:

- a. Designar al administrador del contrato.
- b. Cumplir con las obligaciones establecidas en el contrato, y en los documentos del mismo, en forma ágil y oportuna.
- c. Dar solución a los problemas que se presenten en la ejecución del contrato, en forma oportuna.
- d. Las demás, determinadas en el pliego y en el contrato.

3.1.7 Pagos: El trámite de pago seguirá lo estipulado en las cláusulas respectivas del contrato. En caso de retención indebida de los pagos al contratista se cumplirá el artículo 101 de la Ley Orgánica del Sistema Nacional de Contratación Pública.

3.1.8 Administrador del Contrato.- El administrador será designado por la máxima autoridad de la entidad contratante, o su delegado, siendo responsable de la coordinación y seguimiento de la ejecución contractual.

Tendrá a su cargo además, la administración de las garantías de modo tal que asegure que éstas se encuentren vigentes, durante todo el período de vigencia del contrato; ya sea hasta el devengamiento total del anticipo entregado (*de ser el caso*), como hasta la recepción definitiva del objeto del contrato.

Respecto de su gestión reportará a la máxima autoridad institucional o ante la autoridad prevista en el contrato (*área requirente*), debiendo comunicar todos los aspectos operativos, técnicos, económicos y de cualquier naturaleza que pudieren afectar al cumplimiento del objeto del contrato.

**CONDICIONES PARTICULARES DEL PROCEDIMIENTO DE SELECCIÓN
DE OFERTAS PARA LAS CONTRATACIONES DE PRODUCTOS,
SERVICIOS Y ACTIVIDADES COMUNICACIONALES**

ÍNDICE

**CONDICIONES PARTICULARES DEL PLIEGO DE SELECCIÓN DE OFERTAS PARA LAS
CONTRATACIONES DE PRODUCTOS, SERVICIOS Y ACTIVIDADES
COMUNICACIONALES**

SECCIÓN I

INVITACIÓN

SECCIÓN II

**OBJETO DE LA CONTRATACIÓN, PRESUPUESTO REFERENCIAL Y TÉRMINOS DE
REFERENCIA**

- 2.1. Objeto
- 2.2. Presupuesto Referencial
- 2.3. Términos de Referencia

SECCIÓN III

CONDICIONES DEL PROCEDIMIENTO

- 3.1 Cronograma del procedimiento
- 3.2 Vigencia de la oferta
- 3.3 Precio de la oferta
- 3.4 Forma de presentar la oferta
- 3.5 Plazo de ejecución
- 3.6 Forma de pago

SECCIÓN IV

EVALUACIÓN DE LAS OFERTAS

- 4.1 Evaluación de la oferta (cumple / no cumple)
- 4.2 Evaluación por puntaje

SECCIÓN V

OBLIGACIONES DE LAS PARTES

- 5.1 Obligaciones del Contratista
- 5.2 Obligaciones de la Contratante

SELECCIÓN DE OFERTAS PARA LAS CONTRATACIONES DE PRODUCTOS, SERVICIOS Y ACTIVIDADES COMUNICACIONALES

PROCESO NRO. RI-SCSOF-CFNGYE-001-2020

SECCIÓN I INVITACIÓN

La Corporación Financiera Nacional B.P., de conformidad con lo establecido en el Capítulo IX, Sección II “Del procedimiento de Selección de Ofertas para la contrataciones de productos, servicios y actividades comunicacionales”, artículo 101 del Reglamento Interno de Contrataciones de la Corporación Financiera Nacional B.P.;invitará a:

- OPTIMIZACION DE MEDIOS DIRECTOS OPMED S.A. - RUC 0992424508001,
- PARADAIS S.A. - RUC 0992657677001
- GODFILMS S.A. - RUC 0992657197001
- MEDITERRANEO COMUNICACIÓN CÍA. LTDA. - RUC 1791841565001
- BROTHER TRADE S.A. - RUC 0993075469001

Agencias de publicidad, que se encuentren habilitados en el Registro Único de Proveedores (RUP), para que presenten sus ofertas técnicas y económicas para la prestación del **SERVICIO DE UNA AGENCIA DE PUBLICIDAD PARA EL DESARROLLO Y DIFUSIÓN DE CAMPAÑAS PUBLICITARIAS PARA PROMOCIONAR LOS ACTUALES Y NUEVOS DE PRODUCTOS, SERVICIOS Y POSICIONAR LA IMAGEN INSTITUCIONAL DE LA CORPORACIÓN FINANCIERA NACIONAL B.P. COMO BANCA DE SEGUNDO PISO.**

El presupuesto referencial es de **USD\$875,000.00 (Ochocientos setenta y cinco mil 00/100 Dólares Americanos) más IVA**, y el plazo estimado para la ejecución del contrato es de 160 días contados a partir de la notificación de inicio del servicio por parte del administrador del contrato.

Consta publicado en la página web institucional de la Corporación Financiera Nacional B.P. (<https://www.cfn.fin.ec/cfn-contrata>) los pliegos del proceso de **SELECCIÓN DE OFERTAS PARA LAS CONTRATACIONES DE PRODUCTOS, SERVICIOS Y ACTIVIDADES COMUNICACIONALES** para la contratación del **SERVICIO DE UNA AGENCIA DE PUBLICIDAD PARA EL DESARROLLO Y DIFUSIÓN DE CAMPAÑAS PUBLICITARIAS PARA PROMOCIONAR LOS ACTUALES Y NUEVOS DE PRODUCTOS, SERVICIOS Y POSICIONAR LA IMAGEN INSTITUCIONAL DE LA CORPORACIÓN FINANCIERA NACIONAL B.P. COMO BANCA DE SEGUNDO PISO**, así como su documentación relevante.

Las condiciones de esta invitación son las siguientes:

1. El pliego está disponible, sin ningún costo, en la página web institucional de la Corporación Financiera Nacional B.P.(<https://www.cfn.fin.ec/cfn-contrata>).
2. Los invitados podrán formular preguntas en el término de 2 días, contados desde la fecha de publicación del proceso en la página web de la **Corporación Financiera Nacional B.P.**, mediante el correo electrónico comprascfn@cfn.fin.ec. El Comité Especial de Contratación, absolverá obligatoriamente todas las preguntas y realizará las aclaraciones necesarias, en un término de 2 días subsiguientes a la conclusión del período establecido para formular preguntas y aclaraciones.
3. De conformidad a lo establecido en la Resolución No. RE-SERCOP-2020-106, de fecha 16 de julio de 2020, las ofertas para ser válidas deberán ser firmadas electrónicamente, y deberán remitirse al correo electrónico comprascfn@cfn.fin.ec, hasta las **13h00** del día **07 de enero 2021**,

siguiendo los siguientes lineamientos, establecidos en la circular Nro. SERCOP-SERCOP-2020-0022-C, del 27 de octubre de 2020:

- Todos los formularios de la oferta deberán constar firmados electrónicamente.
- El proveedor deberá remitir la oferta desde el correo electrónico que fue registrado en el SOCE.
- Las ofertas deberán ser suscritas electrónicamente, serán remitidas al correo electrónico (comprasfn@cfn.fin.ec) y contendrán los archivos en formato PDF (formularios de la oferta firmados junto con los documentos de respaldo). Adicionalmente se podrá adjuntar los archivos en formato Word (.doc), Excel (.xls) que corresponda.
- El tamaño del correo electrónico (incluido los archivos adjuntos) no podrá superar los 10MB (megabytes).
- En el caso de exceder el tamaño de capacidad indicado en el punto anterior, las ofertas podrán remitirse en varios correos, para lo cual se deberá indicar en el asunto: la oferta; el número de correo y la cantidad de partes en que se lo remitirá, por ejemplo (*Oferta Parte 1 de 4*).
- El asunto del correo deberá indicar: *Oferta (Nombre del oferente) – RI-SCSOF-CFNGYE-001-2020 - SERVICIO DE UNA AGENCIA DE PUBLICIDAD PARA EL DESARROLLO Y DIFUSIÓN DE CAMPAÑAS PUBLICITARIAS PARA PROMOCIONAR LOS ACTUALES Y NUEVOS DE PRODUCTOS, SERVICIOS Y POSICIONAR LA IMAGEN INSTITUCIONAL DE LA CORPORACIÓN FINANCIERA NACIONAL B.P. COMO BANCA DE SEGUNDO PISO.*

La apertura de las ofertas se realizará una hora más tarde de la hora prevista para la recepción de las ofertas, el acto de apertura de ofertas será público y se efectuará en las Oficinas de la CFN B.P., ubicadas en la Avenida 9 de Octubre #200 y Pichincha, frente al Registro Civil.

Para poder participar en el presente procedimiento de contratación, y de conformidad con lo previsto en el artículo 11 del Reglamento Interno de Contrataciones de la CFN B.P., se requiere que los oferentes interesados se encuentren habilitados en el Registro Único de Proveedores a cargo del SERCOP.

La oferta debe presentarse por la totalidad de la contratación.

4. La apertura de las ofertas se realizará una hora más tarde de la hora prevista para la recepción de las ofertas, el acto de apertura de ofertas será público y se efectuará en las Oficinas de la CFN B.P., ubicadas en la Avenida 9 de Octubre #200 y Pichincha, frente al Registro Civil.
5. Para poder participar en el presente procedimiento de contratación, y de conformidad con lo previsto en el artículo 11 del Reglamento Interno de Contrataciones de la CFN B.P., se requiere que los oferentes interesados se encuentren habilitados en el Registro Único de Proveedores a cargo del SERCOP.
6. La oferta debe presentarse por la totalidad de la contratación.
7. La evaluación de las ofertas se realizará aplicando los parámetros de calificación previstos en el pliego, conforme lo disponen los artículos 15 y 16 del Reglamento Interno de Contrataciones de la Corporación Financiera Nacional B.P., en concordancia con el artículo 75 del mismo instrumento legal.
8. La fecha estimada de adjudicación se encuentra en el cronograma del presente pliego.
9. Los pagos del contrato se realizarán con cargo a los fondos propios provenientes del presupuesto de la entidad contratante relacionados con la partida presupuestaria Nro. 45031502 denominada “Publicidad”.
10. La partida presupuestaria ha sido emitida por la totalidad de la contratación, y los pagos se

realizarán de la siguiente manera:

La forma de pago se realizará de la siguiente manera:

Se entregará un anticipo del cuarenta por ciento (40%) del valor del contrato, previa entrega de las garantías respectivas del buen uso de anticipo y fiel cumplimiento del contrato.

El saldo del contrato, esto es el sesenta por ciento (60%) que no corresponde al anticipo, se pagará de forma mensual, previa presentación de factura, e informe de ejecución de acuerdo a los productos o servicios recibidos en razón del respectivo cronograma de trabajo.

Los informes por productos o servicios recibidos deberán contener el respectivo detalle y serán entregados por la agencia de publicidad al administrador de contrato y deberán también ser aprobados por la Gerencia de Mercadeo y Comunicación.

Al último pago que se realice por efecto del contrato, se deberá adjuntar además el acta de entrega recepción definitiva, debidamente suscrita de conformidad con lo establecido en el artículo 124 del RGLOSNCNP.

El monto del anticipo entregado por la Entidad será devengado en su parte proporcional en cada pago mensual que se realice por concepto de productos o servicios recibidos, en la que se descontará además las multas de haberlas y cualquier otro cargo legalmente establecido.

La amortización del anticipo entregado en el caso de la prestación de servicios se realizará conforme lo establecido en el artículo 139 del Reglamento General de la Ley Orgánica del Sistema Nacional de Contratación Pública.

11. El procedimiento se ceñirá a las disposiciones del Reglamento Interno de Contrataciones de la Corporación Financiera Nacional B.P. y el presente pliego.

Cabe indicar que en todo lo no previsto en el Reglamento Interno de Contrataciones, se aplicará de forma complementaria, de conformidad con lo señalado en su artículo 120, las disposiciones constantes en la LOSNCP, su Reglamento General, las Resoluciones del SERCOP y demás normativa conexas.

12. La Corporación Financiera Nacional B.P. se reserva el derecho de cancelar o declarar desierto el procedimiento de contratación, situación en la que no habrá lugar a pago de indemnización alguna.

Guayaquil, 24 de diciembre de 2020.

ING. MICHELLE MUÑOZ MAZÓN
DELEGADA DE LA MÁXIMA AUTORIDAD
CORPORACIÓN FINANCIERA NACIONAL B.P.

SELECCIÓN DE OFERTAS PARA LAS CONTRATACIONES DE PRODUCTOS, SERVICIOS Y ACTIVIDADES COMUNICACIONALES

PROCESO NRO. RI-SCSOF-CFNGYE-001-2020

**SECCIÓN II
OBJETO DE LA CONTRATACIÓN, PRESUPUESTO REFERENCIAL,
TÉRMINOS DE REFERENCIA**

2.1. Objeto: Este procedimiento precontractual tiene como propósito seleccionar a la oferta de mejor costo de acuerdo a lo definido en el numeral 17 del artículo 7 del Reglamento Interno de Contrataciones de la Corporación Financiera Nacional B.P; y, a los parámetros objetivos de evaluación previstos en el presente pliego, para la contratación del **SERVICIO DE UNA AGENCIA DE PUBLICIDAD PARA EL DESARROLLO Y DIFUSIÓN DE CAMPAÑAS PUBLICITARIAS PARA PROMOCIONAR LOS ACTUALES Y NUEVOS DE PRODUCTOS, SERVICIOS Y POSICIONAR LA IMAGEN INSTITUCIONAL DE LA CORPORACIÓN FINANCIERA NACIONAL B.P. COMO BANCA DE SEGUNDO PISO.**

Si en el procedimiento de contratación no hubiere oferta u ofertas consideradas de origen ecuatoriano, la entidad contratante considerará y analizará las ofertas que no se consideren ecuatorianas que se hubieren presentado.

2.2. Presupuesto referencial: El presupuesto referencial es **USD\$875,000.00 (Ochocientos setenta y cinco mil 00/100 Dólares Americanos) más IVA**, de conformidad con el siguiente detalle:

No.	Rubro	Unidad	Cant.	Precio Unitario	Precio sin IVA
1	SERVICIO DE UNA AGENCIA DE PUBLICIDAD PARA EL DESARROLLO Y DIFUSIÓN DE CAMPAÑAS PUBLICITARIAS PARA PROMOCIONAR LOS ACTUALES Y NUEVOS DE PRODUCTOS, SERVICIOS Y POSICIONAR LA IMAGEN INSTITUCIONAL DE LA CORPORACIÓN FINANCIERA NACIONAL B.P. COMO BANCA DE SEGUNDO PISO	u	1	\$875,000.00	\$875,000.00
SUBTOTAL					\$875,000.00
IVA 12%					\$105,000.00
TOTAL					\$980,000.00

2.3. Términos de referencia:

Los términos de referencia se encuentran adjuntos al presente documento y se detallan a continuación:

2.3.1 Antecedentes

Según el Estatuto Orgánico de Gestión Organizacional por Procesos de la CFN B.P., la Gerencia de Mercadeo y Comunicación tiene como misión “Promocionar y comunicar los productos y servicios de la Corporación Financiera Nacional B.P., para lograr un continuo posicionamiento de la imagen de la institución como banca de desarrollo, en el grupo objetivo de la institución”. Así como también, dentro de las atribuciones y responsabilidades está la de “Establecer las directrices para la elaboración de campañas de mercadeo y comunicación”.

En el 2019, el propósito era generar recordación de marca y dar a conocer los nuevos servicios y líneas de créditos para los distintos sectores productivos, para lo cual se realizaron campañas como:

- Pyme
- Gracia Total
- Impulso Agrícola
- Subastas
- Video llamada
- Juntos

En el 2020, inicialmente el objetivo fue mantener el posicionamiento como banca de desarrollo, sin embargo, debido a la emergencia sanitaria declarada en el mes de marzo y a las distintas medidas para el sector financiero que determinó el Presidente de la República Lenin Moreno, las campañas que se realizaron fueron con la finalidad de apoyar a la reactivación del país, de las cuales podemos mencionar:

- Tutoriales
- Refresh Institucional
- Soluciones CFN
- Diferimiento Pymes
- Resultados de Pyme Exprés
- CFN Segundo Piso

Las campañas mencionadas nos han permitido como institución alcanzar los objetivos propuestos, obteniendo resultados positivos, tales como:

A través de la campaña “Pyme”, que tiene como principal enfoque las pequeñas y medianas empresas, se logró colocar cerca de USD 80 millones de dólares en este segmento. El 70% de los nuevos créditos fueron destinados a las industrias de manufactura y el agro.

En el mes de octubre de 2019, producto de las paralizaciones donde las empresas tuvieron problemas de pago, la CFN mediante la campaña “Gracia Total” dio a conocer la alternativa de un periodo de gracia para que las empresas puedan aplazar sus obligaciones hasta 90 días. Esto benefició a más de 800 empresas, lo que representa la estabilidad de más de 30 mil empleos.

Este año, a raíz de la emergencia sanitaria, se desarrolló la campaña “Soluciones CFN” con la finalidad de informar a nuestros clientes y a la ciudadanía las nuevas soluciones de pago y una nueva línea de crédito creada en conjunto con el Banco del Instituto Ecuatoriano de la Seguridad Social (BIESS) dirigida a las PYMES; también tuvimos la campaña “Diferimiento Pymes” a través de la cual se comunicó que nuestros clientes pertenecientes al segmento de microcrédito o subsegmento Pyme no pagarían ni capital ni intereses los meses de junio, julio y agosto en adición a los inicialmente concedidos de marzo, abril y mayo.

La Corporación Financiera Nacional B.P., desde el segundo semestre del 2020, se ha reinventado y transformado, combinando su atención de créditos de Primer Piso para apoyo a las PYMES y emprendedores.

También, ha elevado la modalidad de banca de Segundo Piso convirtiéndose en el complemento de entidades financieras y así lograr fuentes de financiamiento directas, para lo cual se implementó desde el mes de octubre de 2020 la campaña “CFN Segundo Piso”. Bajo esta modalidad se asignarán créditos a entidades del sistema financiero nacional para que sean éstas las que otorguen recursos a un número mayor de beneficiarios finales.

Estas campañas y los resultados obtenidos han aportado al crecimiento y desarrollo económico de los

diferentes sectores productivos, garantizando transparentar las acciones que implementa la institución.

En ese sentido y dando constancia a las estrategias de posicionamiento que se han llevado a cabo los últimos años, es importante continuar ejecutando este tipo de campañas de publicidad y/o comunicación, puesto que estas permiten informar las diferentes acciones que realiza la CFN B.P., lograr el alcance requerido, generar un gran impacto ante el público y sobre todo continuar impulsando la economía del país.

Para ello, se hace necesario mantener el servicio de una agencia de publicidad que cubra las necesidades institucionales, cuente con personal calificado y con experiencia, y que aporte con ideas creativas para continuar lograr los objetivos planteados.

Por lo expuesto, la Gerencia de Mercadeo y Comunicación requiere contratar el **“SERVICIO DE UNA AGENCIA DE PUBLICIDAD PARA EL DESARROLLO Y DIFUSIÓN DE CAMPAÑAS PUBLICITARIAS PARA PROMOCIONAR LOS ACTUALES Y NUEVOS DE PRODUCTOS, SERVICIOS Y POSICIONAR LA IMAGEN INSTITUCIONAL DE LA CORPORACIÓN FINANCIERA NACIONAL B.P. COMO BANCA DE SEGUNDO PISO”**.

2.3.2 Objetivos

Objetivo General.-

Continuar informando a los grupos objetivos, que la CFN B.P. cuenta con recursos para otorgar créditos para el desarrollo de los sectores productivos mediante productos acorde a las necesidades de estos sectores.

Objetivos Específicos. -

- Evidenciar la gestión de CFN B.P. en el desarrollo económico y social del país.
- Dar a conocer productos y servicios de la CFN B.P.
- Contribuir en la reactivación económicamente de los sectores productivos, y de servicio del país.

2.3.3 Alcance

Las campañas publicitarias a difundirse permitirán demostrar al público en general que la CFN B.P. es una entidad ágil, que se encuentra en una continua mejora e innovación de los productos y servicios que ofrece a los ciudadanos como banca de primer y segundo piso, así como también que cuenta con los recursos necesarios para otorgar créditos a través de las IFIs y así reactivar productivamente a los sectores que dinamizan la economía del país con productos, servicios y con los mejores beneficios para sus clientes.

2.3.4 Metodología de trabajo

La agencia de publicidad para la ejecución del contrato, esto es, para el desarrollo y difusión de las campañas publicitarias necesarias para promocionar los actuales y nuevos productos y servicios; y posicionar la imagen institucional de la Corporación Financiera Nacional B.P. como banca de segundo piso, deberá considerar lo siguiente:

Concepto técnico y metodológico:

El concepto técnico y metodológico del servicio deberá contemplar lo siguiente:

2.3.4.1 Cronograma de Trabajo

La agencia de publicidad dentro del plazo máximo de 5 días contados a partir de la suscripción del contrato, deberá presentar al Administrador del Contrato, el respectivo cronograma de actividades en función de las necesidades de la CFN B.P., el cual deberá ser aprobado también por la Gerencia de Mercadeo y Comunicación, con la finalidad de definir fechas de entrega y orden cronológico de los productos esperados.

Cabe indicar que por necesidades institucionales dicho cronograma de trabajo podrá ser modificado previo acuerdo de las tres partes.

2.3.4.2 Campañas Publicitarias

La agencia de publicidad deberá desarrollar a solicitud de la CFN B.P. las siguientes campañas publicitarias:

- **Campañas publicitarias de productos o servicios o campañas institucionales en medios tradicionales:** Estas campañas servirán para posicionar los beneficios de los productos y servicios que ofrece la institución y para mantener el posicionamiento de la marca CFN B.P. Serán 5 campañas en total.
- **Campañas publicitarias de productos o servicios o campañas institucionales en redes sociales:** Estas campañas servirán para posicionar los beneficios de los productos y servicios que ofrece la institución y para mantener el posicionamiento de la marca CFN B.P. en redes sociales. Serán 8 campañas en total.

2.3.4.3 Concepto Creativo de las Campañas Publicitarias

Durante la ejecución del contrato, y conforme al brief proporcionado por el Administrador del contrato, la agencia de publicidad deberá trabajar en conceptos creativos según el tipo de campaña publicitaria, que permitan llegar directamente al grupo objetivo, considerando lo siguiente:

- El concepto creativo de campañas;
- El tipo de comunicación;
- El eje de campañas.
- Reason why

2.3.4.4 Piezas de las Campañas

Durante la ejecución del contrato, la agencia de publicidad para la elaboración de piezas de las campañas publicitarias, deberá tomar en cuenta lo que se indica a continuación:

- a) En el diseño, creación y producción de las piezas publicitarias, la agencia de publicidad deberá considerar la utilización de un vocabulario entendible y de fácil asimilación, especialmente para sectores económicos medio, medio alto y alto.
- b) El diseño y todas las piezas correspondientes a cada una de las campañas, deberán ser aprobadas por el o la Gerente de Mercadeo y Comunicación y por el administrador de contrato, previo a la publicación de las mismas.
- c) El pautaaje y publicación en medios radiales, televisivos, vía pública, impresos, redes sociales, medios digitales y webs de alto tráfico deberá hacerse de preferencia en medios de mayor sintonía o influencia, especialmente de sectores económicos medio, medio alto y alto en las distintas ciudades del país.
- d) La agencia de publicidad deberá considerar la creatividad original sobre el diseño de las piezas, no se aceptarán ideas plagiadas. En cuanto a la propiedad de las piezas, y tal como se lo indica en los presentes términos de referencia, se contempla el derecho de la CFN sobre su propiedad.

- e) El uso de imagen, fotografía de los modelos y líneas gráficas, serán de propiedad de la CFN B.P. y podrán ser usadas en futuras piezas publicitarias, conforme al acuerdo de propiedad intelectual suscrito por el proveedor.

2.3.4.5 Producción de Piezas

Durante la ejecución del contrato, la agencia de publicidad deberá trabajar en la producción de campañas publicitarias para dar a conocer imagen institucional, productos y servicios que ofrece la CFN B.P.

Asimismo, y previo al inicio de la etapa de producción de piezas, y con el objetivo de poder analizar los costos manejados en cada instancia de la misma, la agencia de publicidad deberá presentar a la CFN B.P. cuadros comparativos de las proformas de las piezas a producir donde se evaluarán parámetros; de calidad, costos y tiempos de entrega (mínimo 3 propuestas de cada uno). Esto aplicará, únicamente para producción de cuñas de radio y producción de spot publicitario, esto debidamente aprobado por el Administrador de contrato y el o la Gerente de Mercadeo y Comunicación.

Según el tipo de campaña publicitaria, la producción podría tener uno o varios de los siguientes ítems:

2.3.4.6 Spots Publicitarios

Durante la ejecución del contrato, la agencia de publicidad, deberá producir spots con duración que podrá ser desde 30” hasta 120” con reedición de comerciales para TV, con guión/storyboard, los cuales deberán ser aprobados por el administrador del contrato y el o la Gerente de Mercadeo y Comunicación, de acuerdo al brief previamente enviado por la CFN B.P.

Durante la vigencia del contrato se requerirán hasta 3 spots publicitarios.

2.3.4.7 Cuñas de Radio

Durante la ejecución del contrato, la agencia de publicidad deberá elaborar cuñas de radio con duración que podrá ser desde 30” hasta 90”, las cuales deberán ser previamente aprobadas por el administrador del contrato y el o la Gerente de Mercadeo y Comunicación, de acuerdo al brief entregado por la CFN.

Durante la vigencia del contrato se requerirán hasta 7 cuñas de radio.

2.3.4.8 Producción de gráficas, modelados o fotográficas.

Durante la ejecución del contrato, la agencia de publicidad deberá realizar la respectiva producción gráfica, de modelado o fotográfica, dependiendo del tipo de campaña. La agencia de publicidad deberá entregar todas las producciones a la CFN B.P., quien será la dueña de los derechos de las mismas y podrá usar cada una de ellas las veces que estime necesario.

Asimismo, durante la vigencia del contrato se podrán requerir hasta 5 producciones fotográficas modeladas o gráficas, divididas en:

- Una producción pequeña de gráfica 3D: La producción debe contener gráfica 3D para garantizar la calidad de lectura en la información.
- Dos producciones medianas de modelado: La producción debe contener modelado arquitectónico de personas, locaciones o información.
- Una producción fotográfica grande: La producción fotográfica será realizada en escenografías o locaciones reales con personas.

2.3.4.9 Periódicos

Durante la ejecución del contrato, y por cada campaña a pautar en periódicos, la agencia de publicidad deberá elaborar los artes que se publicarán, los cuales podrán ser hasta 3 diseños por cada campaña, y deberán ser aprobados por el administrador del contrato y el o la Gerente de Mercadeo y Comunicación de acuerdo al brief facilitado.

Durante la vigencia del contrato se podrán requerir hasta 30 diseños.

2.3.4.10 Revistas

Durante la ejecución del contrato, y por cada campaña a pautar en revistas, la agencia de publicidad deberá elaborar los artes que se publicarán, los cuales podrán ser hasta 3 diseños por cada campaña, y deberán ser aprobados por el administrador del contrato y el o la Gerente de Mercadeo y Comunicación de acuerdo al brief facilitado.

Durante la vigencia del contrato se podrán requerir hasta 10 diseños.

2.3.4.11 Pauta en vía pública (vallas, paletas, paneles publicitarios o paradas de buses)

Se deberán elaborar los artes, los cuales podrán ser de hasta 3 diseños para pautar en vallas, paletas, paneles publicitarios o paradas de buses según la ubicación en vías públicas a nivel nacional que sugiera la agencia de publicidad. Tanto los artes, como las adaptaciones y la ubicación de cada una, deberán ser aprobadas por el administrador del contrato y el o la Gerente de Mercadeo y Comunicación, para su posterior instalación.

La agencia de publicidad será la encargada de imprimir, instalar y tramitar los permisos necesarios y asumir los costos para la respectiva difusión.

Durante la vigencia del contrato se podrán requerir hasta 3 diseños de vallas.

2.3.4.12 Pauta en buses

Durante la ejecución del contrato, y por cada campaña a pautar en buses, según la línea o cooperativa de transporte que sugiera la agencia de publicidad, ésta deberá elaborar los artes que se publicarán. Tanto los artes como las adaptaciones y la ubicación de cada uno, deberán ser aprobadas por el administrador del contrato y el o la Gerente de Mercadeo y Comunicación, para su posterior instalación.

Cabe indicar que los buses deben ser líneas de transporte o cooperativas que operen a nivel urbano, cantonal o interprovincial.

La agencia de publicidad será la encargada de imprimir, instalar y tramitar los permisos necesarios y asumir los costos para la respectiva difusión.

Durante la vigencia del contrato se podrán requerir hasta 2 diseños.

2.3.4.13 Videos para redes sociales

Durante la ejecución del contrato, la agencia de publicidad, deberá producir videos que incluye: realización, superimposiciones, animaciones que contienen construcción, armado, texturizado, render y sonorización. Cada video podrá requerir edición de tiempo y/o formato para cada una de las redes sociales para su posterior pauta. La propuesta audiovisual de redes debe servir para migrar y usar en medios televisivos en caso que sea necesario. La duración del video podrá ser desde 15" hasta 120".

Durante la vigencia del contrato se podrán requerir hasta 10 videos para redes sociales.

2.3.4.14 Redes sociales, medios digitales y/o websites de alto tráfico

Durante la ejecución del contrato, la agencia de publicidad deberá producir para redes sociales, uno o varios de los siguientes tipos de piezas:

- Imagen corporativa como headers, avatars, entre otros, que durante la vigencia del contrato podrán ser hasta de 5 unidades.
- Gifs que durante la vigencia del contrato podrán ser hasta 25 unidades.
- Infografías en 2D que durante la vigencia del contrato podrán ser hasta 5 unidades.
- Diseños para medios digitales o webs de alto tránsito conforme a las medidas de cada medio, que durante la vigencia del contrato podrán ser hasta 15 unidades.
- Gráfica de contenidos (Diseños de posteos digitales) que durante la vigencia del contrato podrán ser hasta 30 unidades.

2.3.4.15 Paquetes de mensajería masiva a través de sms y/o whatsapp

Durante la ejecución del contrato, la agencia de publicidad, según el tipo de campaña, deberá brindar paquetes de mensajería masiva a través de SMS (mensajes de texto) y/o por la aplicación whatsapp.

El envío de mensajes, según el caso, podrá ser:

- en tiempo real o programado
- 24 horas del día, de lunes a viernes o de lunes a sábado.

Opciones de contenido, se podrá usar una o varias de las que se detalla a continuación:

- Audio
- Texto
- Imagen
- PDF
- Video

Las propuestas de mensajería deberán ser aprobadas por el administrador de contrato y por el o la Gerente de Mercadeo y Comunicación.

Por cada campaña realizada, se deberá enviar por correo electrónico al Administrador de contrato y al o la Gerente de Mercadeo y Comunicación un reporte diario con respuestas de clientes (de ser el caso), envíos efectivos y no efectivos 24 y máximo 48 horas después de los mensajes enviados.

Adicional, una vez ejecutada la campaña, se deberá entregar un reporte físico, donde consten los datos enviados diariamente.

Durante la vigencia del contrato se podrán requerir hasta 5 paquetes de mensajería por SMS y/o por Whatsapp.

2.3.4.16 Plan de medios

Durante la ejecución del contrato, y según el tipo de campaña publicitaria, la agencia de publicidad deberá presentar una propuesta para llegar al grupo objetivo, mediante un Plan de medios, que según el tipo de plan (radial, televisivo, impresos, vía pública, buses o digital), deberá considerar como mínimo lo siguiente:

- a. Detalle de horarios y programas donde se pautarán spots de televisión de las campañas con sus debidos valores.

- b. Detalle de horarios y programas donde se pautarán las cuñas radiales de las campañas con sus debidos valores.
- c. Detalle de periódicos de acuerdo al grupo objetivo con su debido tiraje, cobertura y valores.
- d. Detalle de revistas de acuerdo al grupo objetivo con su debido tiraje, cobertura y valores.
- e. Detalle de ubicación y valores de vallas, paletas, paneles publicitarios o paradas de buses a nivel nacional.
- f. Detalle de redes sociales, webs de alto tráfico y/o medios digitales en los que se pautarán las campañas, con sus debidos valores.
- g. Detalle de publicidad en buses de líneas de transporte o cooperativas que operen a nivel urbano, cantonal o interprovincial, con sus debidos valores.

La propuesta de medios con su debida pauta, por cada campaña, deberá ser aprobada por el administrador de contrato y por el o la Gerente de Mercadeo y Comunicación.

De llegar a realizarse un cambio en el Plan de Medios, este deberá ser informado y aprobado previamente por el Administrador de Contrato y el Gerente de Mercadeo y Comunicación.

De la misma manera deberá tomarse en cuenta que por necesidades institucionales, debidamente justificadas o imprevistos en la difusión de los pautajes, la agencia de publicidad deberá ajustarse a las respectivas variaciones en spots publicitarios, cuñas radiales, publicaciones en periódicos y revistas, vallas y redes sociales, cuando el caso lo amerite.

Adicional, se podrá solicitar a la agencia de publicidad realizar la publicación de los siguientes ítems en medios impresos o digitales:

- Estados Financieros
- Convocatorias
- Comunicados
- Avisos legales
- Remitidos
- Resoluciones
- Avisos solicitados por las áreas de la Corporación Financiera Nacional B.P.
- Otras publicaciones que requiera la Corporación Financiera Nacional B.P.

*Estas publicaciones se realizarían de manera independiente, no serían parte de las campañas que se realicen.

La agencia de publicidad deberá presentar un plan de medios con al menos 3 opciones de medios donde se realizaría la publicación y se evaluarán parámetros de cobertura y costos.

La opción que más se ajuste a las necesidades de la Institución, deberá ser aprobada por el administrador de contrato y por el o la Gerente de Mercadeo y Comunicación.

2.3.4.17 Administración, soporte y manejo de crisis para redes sociales y plataformas digitales

Dado que la Corporación Financiera Nacional B.P. posee cuentas en las siguientes redes sociales: Twitter, Facebook, Instagram, Youtube y LinkedIn, se entenderá que cuando se mencione redes sociales se referirá a todas las detalladas anteriormente. También cuenta con plataformas digitales como la página web institucional, Factoring, Ibanking, Remates, Video llamada, Subastas, entre otras.

La administración y soporte para redes sociales y plataformas digitales se realizará en conjunto con la Gerencia de de Mercadeo y Comunicación.

Si durante el tiempo de ejecución del contrato, se desarrolla alguna nueva plataforma digital, esta

también deberá ser contemplada.

La agencia de publicidad, durante la ejecución del contrato, deberá estar pendiente de las redes sociales y plataformas digitales las 24 horas del día, los 7 días de la semana y deberá presentar un informe mensual con análisis y resultados del alcance e interacciones de cada una de las redes sociales y plataformas digitales.

Asimismo, deberá brindar el debido soporte y/o asesoría que se presente en:

Redes Sociales

Como: búsquedas permanentes en perfiles, HT, TT, entre otros, que se solicite en cualquiera de las redes sociales mencionadas anteriormente.

También deberá proporcionar la información que se genere en redes sociales de los seguidores que puedan ser considerados como potenciales clientes de CFN B.P.

Plataformas digitales

Como: Administración en wordpress para publicación y edición de Post-type, Formularios, Noticias, Plugins, Taxonomías, Componentes y Migración de datos; desarrollo web, plantillas para emails, front-end y back-end; manejo de JavaScript, Css, Php, MySQL, HTML

Es importante y necesario dar este tipo de mantenimiento y soporte a las redes sociales y plataformas digitales, puesto que son medios a través de los cuales se brinda información actualizada, permitiendo generar una interacción amigable con nuestros clientes y personas que visitan las páginas y de esta forma continuar transmitiendo confianza y credibilidad.

Adicional, ante cualquier situación de crisis comunicacional que se presente deberán brindar asesoría, planes y acciones en un tiempo máximo de 12 horas una vez generada la crisis.

2.3.4.18 Servicio de mailing

Durante la ejecución del contrato, la agencia de publicidad, deberá brindar el servicio de mailing mensualmente, el cual consiste en el envío masivo de contenido a través de correo electrónico.

El servicio deberá tener la capacidad de registrar por mes entre 15.000 hasta 30.000 contactos (aproximadamente) y desde 200.000 hasta 360.000 envíos masivos mensual (aproximadamente) a la lista de contactos registrada.

El contenido que podrá ser enviado a través de este servicio podrá ser sobre:

- Campañas de productos o servicios
- Noticias de CFN
- Invitaciones
- Encuestas

Toda información relacionada al giro de negocio de la CFN B.P.

2.3.5 INFORMACIÓN QUE DISPONE LA ENTIDAD

La CFN B.P. proporcionará la información necesaria para el desarrollo de las campañas como briefs informativos y manual de marca, con el fin de que la agencia de publicidad cuente con los elementos necesarios para realizar los productos esperados.

El manual de marca se entregará hasta 3 días posterior a la suscripción del contrato y los briefs se entregarán antes de la propuesta y ejecución de cada campaña.

2.3.6 PRODUCTOS O SERVICIOS ESPERADOS

La agencia de publicidad para la ejecución del contrato, esto es, para el desarrollo y difusión de las campañas publicitarias necesarias para continuar con el posicionamiento de productos, servicios e imagen institucional de la Corporación Financiera Nacional B.P., deberá considerar entre sus productos o servicios lo siguiente:

2.3.7 Campañas Publicitarias

Respecto a las campañas publicitarias, la agencia de publicidad, en virtud de la metodología empleada, en los diferentes tipos de campañas publicitarias, deberá entregar lo siguiente:

2.3.7.1 Concepto creativo de campañas publicitarias

- Concepto creativo de campaña
- Tipo de comunicación
- Eje de campaña
- Reason why

La agencia de publicidad, durante la ejecución del contrato, deberá entregar respaldos de todos los trabajos realizados mediante informes impresos, debidamente aprobados por el administrador del contrato y el o la Gerente de Mercadeo y Comunicación.

2.3.7.2 Producción de piezas audiovisuales de campañas publicitarias

La agencia de publicidad, según el tipo de campaña publicitaria, deberá entregar uno o varios de los siguientes ítems:

- Producción de spots publicitarios – Posterior a la producción y difusión, el material final de los spots publicitarios deberá ser entregado en CD o disco externo.
- Producción de cuñas de radio– Posterior a la producción y difusión, el material final de las cuñas de radio deberá ser entregado en CD o disco externo.
- Producción de gráficas, modelados o fotografías– Posterior a la producción y difusión, el material en bruto y editado de las producciones deberá ser entregado en CD o disco externo.
- Producción de artes para pautar en periódicos – Posterior a la producción y difusión, los artes deberán ser entregados en formato editable y JPG en CD o disco externo.
- Producción de artes para pautar en revistas – Posterior a la producción y difusión, los artes deberán ser entregados en formato editable y JPG en CD o disco externo.
- Producción de artes para pautar en vía pública– Posterior a la producción y difusión, los artes deberán ser entregados en formato editable y JPG en CD o disco externo.
- Producción de artes para pautar en buses – Posterior a la producción y difusión, los artes deberán ser entregados en formato editable y JPG en CD o disco externo.
- Producción de videos para redes sociales – Posterior a la producción y difusión, el material final de los videos deberá ser entregado en CD o disco externo.
- Producción de piezas para redes sociales, medios digitales y/o websites de alto tráfico:
 - Imagen corporativa para redes sociales como headers, avatars, entre otros
 - Gifs
 - Infografías animadas y estáticas
 - Diseños para medios digitales o webs de alto tránsito conforme a las medidas de cada medio
 - Gráfica de contenidos (Diseños de posteos digitales)

Posterior a la producción y difusión, el material en bruto y final de las piezas deberá ser entregado en CD o disco externo.

2.3.7.3 Plan de medios

La agencia de publicidad deberá entregar un plan de medios de las pautas realizadas, con certificados de los diferentes medios para constancia de la ejecución de la misma. En el caso de redes sociales, webs de alto tráfico y/o medios digitales con capturas de pantalla de que se realizó el pautaaje. Para revistas y periódicos se deberá adjuntar una muestra física. En el caso de vallas y buses se deberán adjuntar fotos para la constancia.

Para las publicaciones realizadas en medios impresos o digitales, deberá presentar un plan de medios con al menos 3 opciones de medios donde se realizaría la publicación y se evaluarán parámetros de cobertura y costos.

Para los medios impresos adjuntará una muestra física y para los medios digitales presentará capturas de pantalla como soporte.

2.3.7.4 Servicio de mensajería masiva a través de sms y/o whatsapp

Por cada campaña realizada, la agencia de publicidad deberá enviar por correo electrónico al Administrador de contrato y al o la Gerente de Mercadeo y Comunicación un reporte diario con respuestas de clientes (de ser el caso), envíos efectivos y no efectivos 24 y máximo 48 horas después de los mensajes enviados.

Adicional, una vez ejecutada la campaña, se deberá entregar un reporte físico, donde consten los datos enviados diariamente.

2.3.7.5 Administración, soporte y manejo de crisis para redes sociales

La agencia de publicidad deberá entregar informes mensuales con análisis y resultados del alcance e interacciones de cada una de las redes sociales y plataformas digitales, en caso de que se presente, se debe incluir el detalle de crisis comunicacionales, también se debe incluir información que se genere en redes sociales de los seguidores que puedan ser considerados como potenciales clientes de CFN B.P.

2.3.7.6 Servicio de mailing

La agencia de publicidad deberá entregar informes mensuales con datos estadísticos sobre cuantos contactos recibieron, abrieron, dieron clic en los correos; cantidad de correos que rebotaron o tuvieron quejas de abuso.

2.3.7.7 Entregables

En el cuadro que se detalla a continuación, constan las cantidades que deberá cumplir la agencia de publicidad durante la vigencia del contrato, las mismas que podrán ser modificadas en función de las necesidades institucionales y previo acuerdo de las partes.

Cabe indicar que se los cambios realizados en estas unidades, no deben afectar el valor total del contrato.

ENTREGABLES	
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD
CONCEPTO CREATIVO DE CAMPAÑAS PUBLICITARIAS	
CONCEPTO CREATIVO DE CAMPAÑAS PUBLICITARIAS DE PRODUCTOS O SERVICIOS O CAMPAÑAS INSTITUCIONALES EN MEDIOS TRADICIONALES	Hasta 5
CONCEPTO CREATIVO DE CAMPAÑAS PUBLICITARIAS DE PRODUCTOS O SERVICIOS O CAMPAÑAS INSTITUCIONALES EN REDES SOCIALES	Hasta 8
PRODUCCIÓN DE PIEZAS AUDIOVISUALES DE CAMPAÑAS PUBLICITARIAS	
PRODUCCION DE SPOTS PUBLICITARIOS	Hasta 3
PRODUCCION DE CUÑAS DE RADIO	Hasta 7
PRODUCCIONES PEQUEÑAS DE GRÁFICA 3D	Hasta 1
PRODUCCIONES MEDIANAS DE MODELADO	Hasta 2
PRODUCCIÓN FOTOGRÁFICA GRANDE	Hasta 2
PRODUCCION DE ARTES PARA PAUTAR EN PERIODICOS	Hasta 30
PRODUCCION DE ARTES PARA PAUTAR EN REVISTAS	Hasta 10
PRODUCCION DE ARTES PARA PAUTAR EN VALLAS A NIVEL NACIONAL	Hasta 3
PRODUCCION DE ARTES PARA PAUTAR EN BUSES	Hasta 2
PRODUCCION DE VIDEOS PARA REDES SOCIALES	Hasta 10
IMAGEN CORPORATIVA	Hasta 5
GIF	Hasta 25
INFOGRAFIAS 2D	Hasta 5
DISEÑOS PARA MEDIOS DIGITALES O WEBS	Hasta 15
DISEÑOS DE POSTEOS	Hasta 30
SERVICIO DE MAILING	5 (meses)
PAQUETES DE MENSAJERÍA SMS Y/O WHATSAPP	Hasta 5
PLAN DE MEDIOS	
PAUTA EN TV CANALES	1
PAUTA EN RADIO	1
PAUTA EN PERIODICOS	1
PAUTA EN REVISTAS	1
PAUTA EN BUSES	1
PAUTA EN VALLAS	1
PAUTA EN MEDIOS DIGITALES, REDES SOCIALES Y/O WEBSITES	1
DIGITAL - RRSS	
ADMINISTRACION, SOPORTE Y MANEJO DE CRISIS PARA REDES SOCIALES Y PLATAFORMAS DIGITALES	5 (meses)

2.3.8 Plazo de ejecución

El plazo para la ejecución del contrato será de 160 días, contados a partir de la notificación de inicio del contrato al proveedor por parte del Administrador.

2.3.9 Personal técnico / Equipo de trabajo /Recursos

El **SERVICIO DE UNA AGENCIA DE PUBLICIDAD PARA EL DESARROLLO Y DIFUSIÓN DE CAMPAÑAS PUBLICITARIAS PARA PROMOCIONAR LOS ACTUALES Y NUEVOS DE PRODUCTOS, SERVICIOS Y POSICIONAR LA IMAGEN INSTITUCIONAL DE LA**

CORPORACIÓN FINANCIERA NACIONAL B.P. COMO BANCA DE SEGUNDO PISO, que la Corporación Financiera Nacional B.P. requiere contratar deberá considerar como mínimo el siguiente personal técnico:

NRO.	FUNCIÓN	NIVEL DE ESTUDIO	TITULACIÓN ACADÉMICA	CANTIDAD
1	Director Creativo	Tercer Nivel	Ingeniero, licenciado o tecnólogo en Marketing, Comunicación, Diseño Gráfico, Producción Audiovisual, Publicidad o Comunicación Social	1
2	Director de Arte	Tercer Nivel	Ingeniero, licenciado o tecnólogo en Diseño Gráfico, Diseño Multimedia, Diseño Corporativo o Comunicación Social	1
3	Redactor Creativo	Tercer Nivel	Ingeniero o licenciado en Marketing, Publicidad, Comunicación, Comunicación Social o Relaciones Públicas	1
4	Ejecutivo de Cuenta	Tercer Nivel	Ingeniero o licenciado en Publicidad, Comunicación, Comunicación Social, Relaciones Públicas o Marketing	1
5	Diseñador Gráfico	Tercer Nivel	Ingeniero, licenciado o tecnólogo en Publicidad, Diseño Gráfico o multimedia, Artes Visuales o Comunicación Social	1
6	Planificador de Medios	Tercer Nivel	Ingeniero o licenciado en Publicidad, Marketing, Comunicación, Comunicación Social o Administración de empresas.	1
7	Director Digital	Tercer Nivel	Ingeniero o licenciado en Comunicación Social, Relaciones Públicas o Comunicación Corporativa	1
8	Web Master	Tercer Nivel	Ingeniero, licenciado o tecnólogo en Diseño gráfico o multimedia, informática, Ciencias computacionales, Sistemas o Diseño y animación digital	

2.3.10 Formas y condiciones depago

La forma de pago se realizará de la siguiente manera:

Se entregará un anticipo del cuarenta por ciento (40%) del valor del contrato, previa entrega de las garantías respectivas del buen uso de anticipo y fiel cumplimiento del contrato.

El saldo del contrato, esto es el sesenta por ciento (60%) que no corresponde al anticipo, se pagará de forma mensual, previa presentación de factura, e informe de ejecución de acuerdo a los productos o

servicios recibidos en razón del respectivo cronograma de trabajo.

Los informes por productos o servicios recibidos deberán contener el respectivo detalle y serán entregados por la agencia de publicidad al administrador de contrato y deberán también ser aprobados por la Gerencia de Mercadeo y Comunicación.

Al último pago que se realice por efecto del contrato, se deberá adjuntar además el acta de entrega recepción definitiva, debidamente suscrita de conformidad con lo establecido en el artículo 124 del RGLOSNCPC.

El monto del anticipo entregado por la Entidad será devengado en su parte proporcional en cada pago mensual que se realice por concepto de productos o servicios recibidos, en la que se descontará además las multas de haberlas y cualquier otro cargo legalmente establecido.

La amortización del anticipo entregado en el caso de la prestación de servicios se realizará conforme lo establecido en el artículo 139 del Reglamento General de la Ley Orgánica del Sistema Nacional de Contratación Pública.

Pagos indebidos: El CONTRATANTE se reserva el derecho de reclamar a la CONTRATISTA, en cualquier tiempo, antes o después de la prestación del servicio, sobre cualquier pago indebido por error de cálculo o por cualquier otra razón, debidamente justificada, obligándose la contratista a satisfacer las reclamaciones que por este motivo llegare a plantear EL CONTRATANTE, reconociéndose el interés calculado a la tasa máxima del interés convencional, establecido por el Banco Central del Ecuador.

SELECCIÓN DE OFERTAS PARA LAS CONTRATACIONES DE PRODUCTOS, SERVICIOS Y ACTIVIDADES COMUNICACIONALES

PROCESO NRO. RI-SCSOF-CFNNGYE-001-2020

**SECCIÓN III
CONDICIONES DEL PROCEDIMIENTO**

3.1 Cronograma del procedimiento: El cronograma que regirá el procedimiento será el siguiente:

Nro.	Concepto	Día	Hora
1	Fecha de publicación	24-12-2020	-
2	Fecha límite de preguntas	28-12-2020	19:00
3	Fecha límite de respuestas y aclaraciones	29-12-2020	19:00
4	Fecha límite para entrega de ofertas técnicas y económicas	07-01-2021	13:00
5	Fecha de apertura de ofertas	07-01-2021	14:00
6	Fecha límite para evaluación de ofertas	12-01-2021	19:00
7	Fecha estimada de adjudicación	13-01-2021	19:00

3.2. Vigencia de la oferta: Las ofertas se entenderán vigentes hasta 90 días calendario. En caso de que no se señale una fecha estará vigente hasta la celebración del contrato, de acuerdo a lo establecido en el artículo 14 del Reglamento Interno de Contrataciones de la Corporación Financiera Nacional B.P.

3.3. Precio de la oferta: Se entenderá por precio de la oferta al valor que el oferente haga constar en su oferta económica, información que se completará en el formulario 5 “TABLA DE CANTIDADES Y PRECIOS”.

Los precios presentados por el oferente son de su exclusiva responsabilidad. Cualquier omisión se interpretará como voluntaria y tendiente a conseguir precios que le permitan presentar una oferta más ventajosa.

(Para el caso de prestación de servicios: El precio de la oferta deberá cubrir todas las actividades y costos necesarios para que el oferente preste los servicios objeto de la contratación en cumplimiento de los términos de referencia correspondientes y a plena satisfacción de la entidad contratante).

3.4. Forma de presentar la oferta: La oferta se deberá presentar de forma digital y deberá estar firmada electrónicamente de acuerdo a lo establecido en la convocatoria. Todos los formularios de la oferta deberán constar firmados electrónicamente. La oferta se presentará con la siguiente ilustración:

<p style="text-align: center;">PROCESO DE SELECCIÓN DE OFERTAS PARA LAS CONTRATACIONES DE PRODUCTOS, SERVICIOS Y ACTIVIDADES COMUNICACIONALES</p> <p style="text-align: center;">CÓDIGO DEL PROCESO: “RI-SCSOF-CFNGYE-001-2020”</p> <p style="text-align: center;">OBJETO DE LA CONTRATACIÓN: “SERVICIO DE UNA AGENCIA DE PUBLICIDAD PARA EL DESARROLLO Y DIFUSIÓN DE CAMPAÑAS PUBLICITARIAS PARA PROMOCIONAR LOS ACTUALES Y NUEVOS DE PRODUCTOS, SERVICIOS Y POSICIONAR LA IMAGEN INSTITUCIONAL DE LA CORPORACIÓN FINANCIERA NACIONAL B.P. COMO BANCA DE SEGUNDO PISO”</p> <p>Señora Ingeniera Michelle Muñoz Mazón Delegada del Gerente General Corporación Financiera Nacional B.P. Presente.-</p> <p>PRESENTADA POR: _____ RUC: _____</p>
--

No se tomarán en cuenta las ofertas entregadas después del día y hora fijados para su entrega- recepción.

3.5. Plazo de ejecución: El plazo para la ejecución del contrato será de 160 días, contados a partir de la notificación de inicio del contrato al proveedor por parte del Administrador.

3.6. Forma de pago: Los pagos se realizarán de la manera prevista en el pliego y en el contrato, y de acuerdo al siguiente detalle:

La forma de pago se realizará de la siguiente manera:

Se entregará un anticipo del cuarenta por ciento (40%) del valor del contrato, previa entrega de las garantías respectivas del buen uso de anticipo y fiel cumplimiento del contrato.

El saldo del contrato, esto es el sesenta por ciento (60%) que no corresponde al anticipo, se pagará de forma mensual, previa presentación de factura, e informe de ejecución de acuerdo a los productos o servicios recibidos en razón del respectivo cronograma de trabajo.

Los informes por productos o servicios recibidos deberán contener el respectivo detalle y serán entregados por la agencia de publicidad al administrador de contrato y deberán también ser aprobados por la Gerencia de Mercadeo y Comunicación.

Al último pago que se realice por efecto del contrato, se deberá adjuntar además el acta de entrega recepción definitiva, debidamente suscrita de conformidad con lo establecido en el artículo 124 del RGLOSNCNP.

El monto del anticipo entregado por la Entidad será devengado en su parte proporcional en cada pago mensual que se realice por concepto de productos o servicios recibidos, en la que se descontará además

las multas de haberlas y cualquier otro cargo legalmente establecido.

La amortización del anticipo entregado en el caso de la prestación de servicios se realizará conforme lo establecido en el artículo 139 del Reglamento General de la Ley Orgánica del Sistema Nacional de Contratación Pública.

Pagos indebidos: El CONTRATANTE se reserva el derecho de reclamar a la CONTRATISTA, en cualquier tiempo, antes o después de la prestación del servicio, sobre cualquier pago indebido por error de cálculo o por cualquier otra razón, debidamente justificada, obligándose la contratista a satisfacer las reclamaciones que por este motivo llegare a plantear EL CONTRATANTE, reconociéndose el interés calculado a la tasa máxima del interés convencional, establecido por el Banco Central del Ecuador.

SELECCIÓN DE OFERTAS PARA LAS CONTRATACIONES DE PRODUCTOS, SERVICIOS Y ACTIVIDADES COMUNICACIONALES

PROCESO NRO. RI-SCSOF-CFNGYE-001-2020

**SECCIÓN IV
EVALUACIÓN DE LAS OFERTAS**

4.1. Evaluación de la oferta

4.1.1 Integridad de la oferta: La integridad de las ofertas consiste en la verificación de la presentación de los formularios y requisitos mínimos previstos en el pliego.

Formularios de la Oferta

1. Formulario “Presentación y compromiso del oferente”
2. Formulario “Datos generales del oferente”
3. Formulario “Nómina de socios, accionistas o partícipes mayoritarios” (aplica para personas jurídicas oferentes)
4. Formulario “Situación financiera del oferente”
5. Formulario “Tabla de cantidades y precios”
6. Formulario “Componentes de los (bienes / servicios) ofertados”
7. Formulario “Experiencia Específica del oferente”
8. Formulario “Personal técnico mínimo requerido”
9. Formulario "Experiencia mínima del personal técnico"
10. Formulario “Otros Parámetros”

4.1.2 Personal técnico mínimo:

Para la ejecución del **SERVICIO DE UNA AGENCIA DE PUBLICIDAD PARA EL DESARROLLO Y DIFUSIÓN DE CAMPAÑAS PUBLICITARIAS PARA PROMOCIONAR LOS ACTUALES Y NUEVOS DE PRODUCTOS, SERVICIOS Y POSICIONAR LA IMAGEN INSTITUCIONAL DE LA CORPORACIÓN FINANCIERA NACIONAL B.P. COMO BANCA DE SEGUNDO PISO**, se deberá considerar obligatoriamente el siguiente personal técnico mínimo:

NRO.	FUNCIÓN	NIVEL DE ESTUDIO	TITULACIÓN ACADÉMICA	CANTIDAD
1	Director Creativo	Tercer Nivel	Ingeniero, licenciado o tecnólogo en Marketing, Comunicación, Diseño Gráfico, Producción Audiovisual, Publicidad o Comunicación Social	1
2	Director de Arte	Tercer Nivel	Ingeniero, licenciado o tecnólogo en Diseño Gráfico, Diseño Multimedia, Diseño Corporativo o Comunicación Social	1
3	Redactor Creativo	Tercer Nivel	Ingeniero o licenciado en Marketing, Publicidad, Comunicación, Comunicación Social o Relaciones Públicas	1
4	Ejecutivo de Cuenta	Tercer Nivel	Ingeniero o licenciado en Publicidad, Comunicación, Comunicación Social, Relaciones	1

			Públicas o Marketing	
5	Diseñador Gráfico	Tercer Nivel	Ingeniero, licenciado o tecnólogo en Publicidad, Diseño Gráfico o multimedia, Artes Visuales o Comunicación Social	1
6	Planificador de Medios	Tercer Nivel	Ingeniero o licenciado en Publicidad, Marketing, Comunicación, Comunicación Social o Administración de empresas.	1
7	Director Digital	Tercer Nivel	Ingeniero o licenciado en Comunicación Social, Relaciones Públicas o Comunicación Corporativa	1
8	Web Master	Tercer Nivel	Ingeniero, licenciado o tecnólogo en Diseño gráfico o multimedia, informática, Ciencias computacionales, Sistemas o Diseño y animación digital	

4.1.3 Experiencia específica del Oferente:

El oferente deberá acreditar experiencia en **DESARROLLO Y DIFUSIÓN DE CAMPAÑAS PUBLICITARIAS DE PRODUCTOS Y SERVICIOS Y/O POSICIONAMIENTO DE MARCA O IMAGEN**, por un monto mínimo de \$175,000.00 más IVA del presupuesto referencial, para lo cual deberá presentar certificados o actas de entrega recepción definitiva de contratos ejecutados durante los últimos **5** años previos a la publicación del presente procedimiento. La experiencia podrá ser acumulada siempre que cada certificado de contratos ejecutados o acta de entrega recepción definitiva sea al menos de \$35,000.00 más IVA.

Los certificados deberán ser emitidos a favor del oferente contener por lo menos la siguiente información:

- a) Nombre de la entidad contratante
- b) Descripción del proyecto;
- c) Periodo de ejecución del proyecto (especificar periodo) y monto;
- d) Nombre de la empresa encargada del proyecto;
- e) Dirección y número de teléfono del otorgante del certificado;
- f) Nombre, cargo y firma de la persona otorgante del certificado.

Para el caso de los certificados emitidos por persona jurídica, deberán ser emitidos por el Representante Legal de la Entidad Contratante o la Máxima Autoridad del Área Requirente o el Administrador del contrato.

4.1.4 Experiencia mínima del personal técnico:

4.1.4.1 Director Creativo

Deberá acreditar **2** años de experiencia como **Director Creativo**, en proyectos de **campañas Publicitarias**, para lo cual deberá presentar certificados o actas de entrega recepción definitiva de proyectos ejecutados dentro de los últimos **5** años.

4.1.4.2 Director de Arte

Deberá acreditar **2** años de experiencia como **Director de Arte**, en proyectos de **campañas Publicitarias**, para lo cual deberá presentar certificados o actas de entrega recepción definitiva de proyectos ejecutados dentro de los últimos **5** años.

4.1.4.3 Redactor Creativo

Deberá acreditar **2** años de experiencia como **Redactor Creativo**, en proyectos de **campañas Publicitarias**, para lo cual deberá presentar certificados o actas de entrega recepción definitiva de proyectos ejecutados dentro de los últimos **5** años.

4.1.4.4 Ejecutivo de cuentas

Deberá acreditar **1** año de experiencia como **Ejecutivo de cuentas**, en proyectos de **campañas Publicitarias**, para lo cual deberá presentar certificados o actas de entrega recepción definitiva de proyectos ejecutados dentro de los últimos **5** años.

4.1.4.5 Diseñador Gráfico

Deberá acreditar **2** años de experiencia como **Diseñador Gráfico**, en proyectos de **campañas Publicitarias**, para lo cual deberá presentar certificados o actas de entrega recepción definitiva de proyectos ejecutados dentro de los últimos **5** años.

4.1.4.6 Planificador de medios

Deberá acreditar **2** años de experiencia como **Planificador de medios**, en proyectos de **campañas Publicitarias**, para lo cual deberá presentar certificados o actas de entrega recepción definitiva de proyectos ejecutados dentro de los últimos **5** años.

4.1.4.7 Director Digital

Deberá acreditar **2** años de experiencia como **Director Digital**, en proyectos de **campañas Publicitarias**, para lo cual deberá presentar certificados o actas de entrega recepción definitiva de proyectos ejecutados dentro de los últimos **5** años.

4.1.4.8 Web Master

Deberá acreditar **2** años de experiencia como **Web Master**, en proyectos de **campañas Publicitarias**, para lo cual deberá presentar certificados o actas de entrega recepción definitiva de proyectos ejecutados dentro de los últimos **5** años.

NOTA:

Para todo el personal técnico requerido se reconocerá la experiencia adquirida en relación de dependencia, si el certificado emitido por el Contratista o Máxima Autoridad de la Entidad Contratante o máxima autoridad del Área Requirente o Máxima Autoridad de Talento Humano de la Entidad Contratante demuestra su participación efectiva, como empleado privado o servidor público, en la ejecución del proyecto. Además, junto con la presentación de los certificados y/o actas de entrega

recepción definitiva, deberán presentar en caso de relación de dependencia la documentación pertinente del IESS (Historia Laboral) y en caso de prestación de servicios profesionales (el contrato y las facturas) correspondientes.

Los certificados deben contener por lo menos la siguiente información:

- a) Nombre de la entidad contratante;
- b) Descripción del proyecto;
- c) Periodo de ejecución del proyecto (especificar periodo) y monto;
- d) Nombre de la empresa encargada del proyecto;
- e) Dirección y número de teléfono del otorgante del certificado;
- f) Nombre, cargo y firma de la persona otorgante del certificado.

Nota: Se reconocerá la experiencia adquirida en relación de dependencia, si el certificado emitido por el empleador demuestra su participación efectiva, en la ejecución de determinado objeto contractual.

4.1.5 Especificaciones técnicas o Términos de referencia:

La Corporación Financiera Nacional B.P. verificará que cada oferente en la oferta que ha presentado, de cumplimiento expreso y puntual a los términos de referencia para los servicios que se pretende contratar, de conformidad con lo detallado en el numeral 2.3 del pliego.

4.1.6 Patrimonio

De conformidad con lo establecido en el numeral 120 del Reglamento Interno de Contrataciones, el cual señala: *"Normas complementarias.- En todo lo no previsto en el presente Reglamento Interno de Contrataciones de la Corporación Financiera Nacional B.P., se aplicará de manera complementaria las disposiciones de la Ley Orgánica del Sistema Nacional de Contratación Pública, su Reglamento General, la normativa emitida por el Servicio Nacional de Contratación Pública y demás normativa conexas"*.

La Codificación de las Resoluciones emitidas por el Servicio Nacional de Contratación Pública, en el numeral 3 del artículo 65, indica: *"Patrimonio personas jurídicas.- En el caso de personas jurídicas, la entidad contratante verificará que el patrimonio sea igual o superior a la relación con el presupuesto referencial del procedimiento de contratación, de conformidad con el contenido de la siguiente tabla y en función del tipo de contratación que vaya a realizarse"*.

En función de lo estipulado en el instrumento legal, el oferente deberá presentar un patrimonio de USD\$52,500.00, el cual se validará con la presentación de la copia del formulario de declaración de impuesto a la renta del ejercicio fiscal inmediato anterior que fue entregada al Servicio de Rentas Internas (SRI).

4.1.7. Otros parámetros

El oferente deberá presentar junto con su oferta, debidamente suscrito, un compromiso de participación del personal técnico, conforme al ANEXO 3.

4.1.8. Verificación de cumplimiento de integridad y requisitos mínimos de la oferta.

Parámetro	Cumple	No Cumple	Observaciones
Integridad de la oferta			
Personal técnico mínimo			
Experiencia específica del oferente			

Experiencia mínima del personal técnico			
Especificaciones técnicas o Términos de referencia			
Patrimonio			
Otro (s) parámetro (s)			

Aquellas ofertas que cumplan integralmente con los parámetros mínimos, pasarán a la etapa de evaluación de ofertas con puntaje, caso contrario serán descalificadas.

4.1.9. Información financiera de referencia Análisis de Índices Financieros:

Los índices financieros constituirán información de referencia respecto de los participantes en el procedimiento y en tal medida, su análisis se registrará conforme el detalle a continuación:

Índice	Indicador Solicitado	Observaciones
Índice de solvencia	1,00	(mayor o igual a 1,0)
Índice de endeudamiento	1,50	(menor a 1,5)

4.2 Evaluación por puntaje:

Solo las ofertas que cumplan con los requisitos mínimos serán objeto de evaluación por puntaje. A continuación se describe la metodología establecida para la presente contratación:

4.2.1 Experiencia del oferente: (25 PUNTOS)

No se otorgará puntaje a la experiencia específica mínima requerida, por ser de cumplimiento obligatorio.

Para que la experiencia específica presentada sea susceptible de calificación por puntaje, está deberá ser mayor a la establecida como requisito mínimo.

Se otorgará el máximo puntaje a la o las ofertas que presenten como experiencia específica adicional el monto más alto y, a las demás ofertas se asignará un puntaje directamente proporcional utilizando una regla de 3 simple.

Experiencia mínima del personal técnico (35 puntos)

Personal Técnico: (25 PUNTOS)

Para que la experiencia del personal técnico presentada sea susceptible de calificación por puntaje, esta deberá ser mayor a la establecida como requisito mínimo.

Al **Director Creativo** que sume la mayor cantidad de años como Director Creativo en proyectos de Campañas Publicitarias se le otorgará el total del puntaje (4 puntos), a los demás oferentes se les otorgará el puntaje de manera proporcional utilizando una regla de 3 simple.

Al **Director de Arte** que sume la mayor cantidad de años como Director de Arte en proyectos de Campañas Publicitarias se le otorgará el total del puntaje (3 puntos), a los demás oferentes se les otorgará el puntaje de manera proporcional utilizando una regla de 3 simple.

Al **Redactor Creativo** que sume la mayor cantidad de años como Redactor Creativo en proyectos de Campañas Publicitarias se le otorgará el total del puntaje (3 puntos), a los demás oferentes se les otorgará el puntaje de manera proporcional utilizando una regla de 3 simple.

Al **Ejecutivo de Cuentas** que sume la mayor cantidad de años como Ejecutivo de Cuentas en proyectos

de Campañas Publicitarias se le otorgará el total del puntaje (3 puntos), a los demás oferentes se les otorgará el puntaje de manera proporcional utilizando una regla de 3 simple.

Al **Diseñador Gráfico** que sume la mayor cantidad de años como Diseñador Gráfico en proyectos de Campañas Publicitarias se le otorgará el total del puntaje (3 puntos), a los demás oferentes se les otorgará el puntaje de manera proporcional utilizando una regla de 3 simple.

Al **Planificador** de Medios que sume la mayor cantidad de años como Planificador de Medios en proyectos de Campañas Publicitarias se le otorgará el total del puntaje (3 puntos), a los demás oferentes se les otorgará el puntaje de manera proporcional utilizando una regla de 3 simple.

Al **Director Digital** que sume la mayor cantidad de años como Director Digital en proyectos de Campañas Publicitarias se le otorgará el total del puntaje (3 puntos), a los demás oferentes se les otorgará el puntaje de manera proporcional utilizando una regla de 3 simple.

Al **Web Master** que sume la mayor cantidad de años como Diseñador Gráfico en proyectos de Campañas Publicitarias se le otorgará el total del puntaje (3 puntos), a los demás oferentes se les otorgará el puntaje de manera proporcional utilizando una regla de 3 simple.

4.3 Oferta económica (50puntos)

La Oferta Económica se evaluará aplicando un criterio inversamente proporcional; a menor precio, mayor puntaje. La oferta económica deberá ser inferior al presupuesto referencial de la contratación.

Para la evaluación se aplicará la siguiente fórmula:

$$\text{Puntaje} = \frac{\text{Precio Menor Ofertado (de entre todos los oferentes)} \times \text{50 puntos (calificación máxima de la oferta económica)}}{\text{Precio del Oferente}}$$

En caso de que existan errores aritméticos en la oferta económica, el Comité Especial de Contratación procederá a su corrección conforme lo previsto el Reglamento Interno de Contratación de la CFN B.P.

La evaluación de la oferta económica se efectuará aplicando el “precio corregido” en caso de que hubiera sido necesario establecerlo.

Para la valoración por puntaje se observarán los siguientes parámetros:

PARÁMETRO	VALORACIÓN
Experiencia Específica del oferente	25 puntos
Experiencia mínima del Personal Técnico	25 puntos
Oferta Económica	50puntos
TOTAL	100 puntos

SELECCIÓN DE OFERTAS PARA LAS CONTRATACIONES DE PRODUCTOS, SERVICIOS Y ACTIVIDADES COMUNICACIONALES

PROCESO NRO. RI-SCSOF-CFNGYE-001-2020

SECCIÓN V OBLIGACIONES DE LAS PARTES

5.1 Obligaciones del Contratista:

En general, la agencia de publicidad tendrá entre otras las siguientes obligaciones:

- Dar cumplimiento cabal a lo establecido en el presente documento y a los términos y condiciones del contrato.
- Cumplir con la ejecución y entrega oportuna y de acuerdo a un cronograma pre-establecido, a conformidad todos los productos entregables que forman parte de este documento.
- Asignar a la CFN B.P. un ejecutivo de cuentas para la ejecución y coordinación total de los requerimientos desde el primer día y que estará disponible las 24 horas del día los 7 días de la semana, una vez suscrito el contrato.
- Entregar reportes con todos los detalles, justificativos y resultados de las acciones desarrolladas por cada uno de los servicios contratados.
- Entregar las piezas producidas, las que serán de propiedad exclusiva de la CFN B.P.
- Establecer que los personajes utilizados en producciones visuales para las campañas objeto del presente proceso de contratación no podrán participar como imagen en otras campañas en la misma categoría (bancos, tarjetas de crédito, etc.), para lo cual la contratista firmará un acuerdo de confidencialidad una vez suscrito el contrato.

5.2 Obligaciones de la Contratante:

- Designar un administrador del contrato.
- Suscribir las actas de entrega recepción de los trabajos recibidos, siempre que se haya cumplido con lo previsto en la ley para la entrega recepción, y en general cumplir con las obligaciones derivadas del contrato.
- Realizar los pagos respectivos a la contratista, previa presentación de factura e informe de ejecución de acuerdo a los productos o servicios recibidos en razón del respectivo cronograma de trabajo.