

Pliego de Condiciones específicas.
Concurso Público de Precios.

Adquisición de servicios de planificación estratégica y creatividad.

Gerencia de Comunicación y Marca



1. Introducción

Ceibal tiene como misión ser el centro de innovación educativa con tecnologías digitales del Uruguay, promoviendo la integración de la tecnología a la educación con el fin de mejorar los aprendizajes e impulsar procesos de innovación, inclusión y crecimiento personal.

Su visión institucional es impulsar junto al sistema educativo una educación innovadora e inclusiva mirando al futuro, aprovechando las oportunidades que ofrece la tecnología, para que cada estudiante del Uruguay desarrolle su potencial de aprendizaje y creatividad, construyendo capacidades para la ciudadanía global.

En el marco de la implementación de su plan estratégico 2021 - 2025 Ceibal busca consolidar los procesos de comunicación que permitan mejorar el vínculo con usuarios. Asimismo, se propone que los beneficiarios y la sociedad en su conjunto conozcan en profundidad la propuesta de valor de Ceibal. (Ver cuadro).

Desde la Gerencia de Comunicación y Marca es un objetivo y compromiso de gestión contribuir a la percepción de valor de Ceibal, vía, entre otros, la mejora de calidad de su estrategia de comunicación y calidad de su creatividad.



2. Objeto del llamado

El llamado pretende que Ceibal tenga un socio estratégico en el manejo de planificación y creatividad, que permita desarrollar un plan de comunicación institucional con el fin de difundir la propuesta de valor de Ceibal, construyendo una reputación y un posicionamiento acorde a su gestión.

Las actividades institucionales a comunicar serán acordadas con los actores internos y provendrán de dos orígenes:

- Acciones institucionales genéricas (aniversario, día del libro, de la niñez, del maestro, proyectos de innovación educativa, aprendizaje en pandemia, mirada internacional, etc.)
- Acciones concretas de áreas, que por su relevancia estratégica constituyan ejemplo de gestión, útil a efectos de difundir la gestión de Ceibal (lanzamiento de plataforma de lenguas, premios a la innovación docente, etc.)

El ecosistema de medios actuales en el que Ceibal da difusión a estas actividades se resume como sigue:

- Owned Media: Redes sociales, sitios, bases de datos. Ver listado.
- Earned Media: Prensa.
- Paid Media: Pauta en medios digitales con foco en redes sociales.

No es de interés de Ceibal incrementar el ecosistema de medios a través de pauta publicitaria, sino que el enfoque deberá basarse en desarrollo de contenidos de valor segmentando materiales y medios según público.

2.1 OBJETIVOS

Los objetivos a alcanzar en el trabajo conjunto con la agencia creativa son:

- Dar a conocer Ceibal en toda su magnitud, asegurando que la sociedad en su conjunto logre una percepción acorde a la realidad.
- Posicionarse como una política de estado, vinculada a la educación pública, a la infancia, la adolescencia y la juventud.
- Mostrar la coordinación interinstitucional con ANEP y MEC así como la vinculación con organismos internacionales (UNICEF, etc).
- Compartir la mirada regional e internacional que se tiene sobre Ceibal, para contextualizar el impacto local en comparación con otras comunidades educativas.
- Ser percibida como el centro de innovación educativa con tecnologías digitales del Uruguay, con el fin de que las propuestas logren el mayor nivel de alcance y aprovechamiento posible.
- Sensibilizar y aportar al debate del uso de pantallas en la infancia, construyendo ciudadanía digital.

Se deberán definir los abordajes para lograr cada uno de los objetivos, así como proponer una estrategia de comunicación para alcanzarlos y proponer alternativas de medición de resultados que permitan analizar la performance de cada acción.

2.2 RESPONSABILIDADES

Las responsabilidades de la agencia creativa serán:

- Contribuir en el desarrollo de la estrategia comunicacional institucional para los diferentes públicos de interés, considerando principalmente equipos docentes, familias de alumnos beneficiarios, estudiantes, opinión pública y funcionarios de Ceibal.
 - Definir segmentación de públicos, establecer un tono de comunicación institucional homogéneo con matices que hagan atractivo el contenido para cada público, encontrar formas de decir que resulten llanas y accesibles para todos los tipos de destinatarios, promoviendo la correcta decodificación de la información.
 - Construir métricas y objetivos a alcanzar para cada una de las etapas de la estrategia y en cada uno de los públicos objetivo.
- Determinar los mensajes claves a construir y establecer un cronograma de ejecución.
 - Definir qué se debe comunicar y proponer una mirada de corto, mediano y largo plazo en la construcción de reputación y posicionamiento, donde cada acción construya cimientos que permitan avanzar a un mayor nivel de profundidad.
 - Definir los medios idóneos para divulgar estos mensajes a los diferentes públicos.
 - Basarse en medios propios (redes sociales, web, prensa) y en espacios de difusión de otros organismos (MEC, ANEP, Presidencia) sin considerar pauta a contratar en medios masivos (TV, Radio, Vía pública) si pudiendo desarrollar contenidos para ser vehiculizados a través de estos medios (ciclo audiovisual, espacio radial, etc.)
- Elaborar los materiales necesarios para cada uno de los medios seleccionados.
 - Gestión de coordinación de proveedores requeridos, producción, supervisión y entrega de contenidos a difundir, acorde al plan de medios previamente definido.
- Coordinación:
 - Se deberá coordinar a través del área de Comunicación y Marca con diversos actores internos, como ser, Directorio, Presidencia, Gerencia General, Áreas solicitantes de proyectos, otras agencias (de prensa, digital, etc).
- Gestión de proveedores
 - Se deberá centralizar la gestión de los proveedores necesarios para asegurar el desarrollo de cada una de las actividades definidas, incluyendo en el costo fijo mensual los honorarios de gestión, supervisión y coordinación de proveedores requeridos. Esta presupuestación y coordinación de proveedores deberá realizarse según se detalla a continuación.

○ Proveedores generales

La agencia seleccionada gestionará la presentación de al menos tres alternativas presupuestadas, pudiendo Ceibal sugerir proveedores adicionales. La gestión integral de los proveedores, deberá considerar:

- Descripción y solicitud de tres presupuestos
- Los proveedores deberán contar con RUT y aceptar la forma de pago a 30 días de presentada la factura de conformidad
- Armado de comparativa de las propuestas presentadas los proveedores y argumentación de selección en caso de no ser el más económico.
- Solicitud de datos para alta de proveedores en el sistema de pago de Ceibal en caso de ser necesario.
- Gestión de acuerdos con el proveedor (días, horas de entrega, armado, desarmado, y cualquier otro tipo de coordinación necesaria).
- Se deberán solicitar cotizaciones respetando equidad de plazos, solicitando la misma propuesta el mismo día a todos los proveedores a considerar.
- Se debe justificar la razonabilidad del proveedor adjudicado ya sea comparándolo con antecedentes equivalentes o con referencias del mercado.
- Los proveedores facturarán de forma directa a Ceibal.
- La agencia deberá proveer de toda la documentación del proceso de llamado de precios.

Resolución de selección de proveedores:

- Se optará por una en común acuerdo con Plan Ceibal
- Ceibal efectuará el pago según sistema institucional a 30 días de la presentación de factura oficial de la empresa proveedora del servicio.
- Las propuestas deberán estar vinculadas al concepto general del evento.
- Una misma empresa puede cotizar más de un servicio por separado.

● Proveedores exclusivos

Son aquellos servicios que tienen un único proveedor posible en base a las condiciones generales para el eventual uso de la sala o son brindados directamente por ellos. La empresa coordina con el proveedor pero no son necesarios otros presupuestos para su asignación.

Ejemplo:

- Habilitación de bomberos
- AGADU
- Seguros
- Cobertura médica
- Personal de seguridad
- Operadores de pantalla y otros servicios específicos

● Proveedores contratados directamente por Ceibal o producción a nivel interna

Son aquellos servicios que Ceibal decidirá proveer directamente, sin necesidad de que

la agencia deba gestionar la contratación de terceros.

Ejemplo:

- Diseño
- Redacción
- Filmación
- Cobertura fotográfica

3. Requisitos obligatorios

Además de todos los requisitos formales establecidos en el pliego general, serán considerados requisitos excluyentes:

- Acreditar antecedentes en los objetos del llamado: Planificación estratégica, articulación con áreas internas y agencias especializadas.
- Acreditar antecedentes en desarrollo creativo institucional.
- Detallar el equipo asignado al desarrollo de estas tareas.

4. Requisitos deseables

No son requisitos obligatorios pero se considerará positivamente:

- Acreditar antecedentes con Ceibal, ANEP, MEC u otras instituciones del Estado.
- Acreditar experiencia en contenidos específicamente educativos.
- Acreditar experiencia en manejo de crisis reales mediante casos probables.

A los efectos de esta acreditación los antecedentes serán tenidos en cuenta los presentados en el portafolio correspondiente y en el sitio oficial del postulante si así lo desea.

5. Presentación de ofertas

La presentación de ofertas deberá incluir 3 ítems:

1. Equipo a designar.
2. Antecedentes.
3. Propuesta económica.

1. Equipo a designar.

Profesionales a cargo de la atención de la cuenta de Ceibal, restringiendo exclusivamente a quienes tendrán contacto directo y cotidiano con la gestión y serán los

responsables de llevar adelante los proyectos encomendados. Se deberá proveer detalle de roles, cargos y CV de los miembros del equipo a designar.

2. Antecedentes.

Información que permita evaluar las competencias de la agencia para la gestión de las tareas solicitadas. Trabajos equivalentes anteriores, años de experiencia en el mercado, información particular de proyectos destacados que demuestren pericia y capacidad profesional. A estos efectos se deberán aportar cartas de clientes o datos de contacto a efectos de que Ceibal pueda chequear los antecedentes.

3- Propuesta económica.

Se deberá cotizar el costo mensual fijo por la atención de la cuenta, el cual deberá incluir los servicios de:

- Planificación estratégica.
- Desarrollo de propuestas creativas presentando guiones, referencias, bocetos o lineamientos gráficos entre otros.
- Gestión de presupuestación con proveedores.

Desde la Gerencia de Comunicación y Marca se gestionará el costo de honorarios mensuales correspondientes a los ítems anteriores.

Los costos asociados a la ejecución de las actividades acordadas serán cotizados oportunamente gestionados por las áreas internas de Ceibal solicitantes de dicha actividad.

Ver detalles en punto 6 cotización y precios.

6. Cotización y precios

El presupuesto debe ser expresado en pesos uruguayos con impuestos desglosados. Es necesario completar el cuadro a continuación. El plazo de contratación será de 1 año con opción a renovar 1 año si hay satisfacción con el servicio.

PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA Y CREATIVIDAD	Presupuesto en \$ sin IVA	IVA	Presupuesto con IVA
FEE. Costo mensual total por la propuesta de plan de trabajo, que incluye: -Planificación estratégica. -Desarrollo de propuestas creativas presentando guiones, referencias, bocetos o lineamientos gráficos entre otros. -Gestión de presupuestación con proveedores.			

Adicionales a los honorarios: puede o no ser contratado a determinar por Ceibal.

PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA Y CREATIVIDAD	Presupuesto en \$ sin IVA	IVA	Presupuesto con IVA
Valor de hora de diseño para el desarrollo de proyectos.			
Valor de hora de creatividad para el desarrollo de proyectos.			

7. Criterio de evaluación de ofertas

Para el análisis de las propuestas se considerarán los siguientes criterios:

Propuesta económica: 30%

Costo mensual de servicios fijos recurrentes para desarrollar el plan de trabajo.

- Planificación estratégica.
- Desarrollo de propuestas creativas presentando guiones, referencias, bocetos o lineamientos gráficos entre otros.
- Gestión de presupuestación con proveedores.

Equipo de trabajo: 40%

Solo detallar personal a ser asignado de forma directa a la atención de las necesidad de Plan Ceibal, a cuyos efectos deberán aportarse los CVs.

Antecedentes: 30%

Referencias de trabajos realizados anteriormente. Antigüedad y experiencia en el mercado.

8. Propiedad intelectual

Centro Ceibal será el único titular de los derechos de autor y propiedad intelectual de todo lo creado en el marco del presente llamado y contratación.

El oferente deberá asegurar que las creaciones y obras realizadas serán originales y no infringen derecho alguno de Propiedad Intelectual o Industrial de terceros, así como tampoco derechos de imagen y/o protección de datos personales de participantes. En este contexto la empresa contratada será la única responsable por acciones legales y/o reclamaciones de cualquier naturaleza que puedan originarse en relación con la originalidad y autoría de las obras, materiales, imágenes, etc. realizadas en el marco del presente llamado, y responderá de los daños y perjuicios, multas, penas, costas, costos, gastos causídicos, honorarios de abogado, gastos, y cualesquiera otras pérdidas que pudieren irrogar al Centro Ceibal por tal motivo.