

LICITACIÓN PÚBLICA INTERNACIONAL N° 01/09
“Contratación de Servicios de Agencia de Publicidad”

La Plata, 20 de Marzo de 2009.

CIRCULAR N° 02/09 – con consulta –

En el marco del procedimiento licitatorio de referencia, y con relación a las consultas formuladas por las empresas adquirentes del Pliego de Bases y Condiciones, el Proyecto informa las siguientes respuestas:

Consulta 1:

“¿La presentación de las piezas creativas solamente se entregan en formato impreso o existe la posibilidad de realizarlo en un formato multimedia?”

Respuesta 1:

“Las piezas para la evaluación técnica solicitadas en el pliego, pueden presentarse en el formato que desee el proveedor.”

Consulta 2:

“Solicita el Brief Creativo.”

Respuesta2:

“El brief solicitado se encuentra en el Anexo V del pliego de licitación.”

Consulta 3:

“Se pretende realizar una campaña de índole institucional o para publicitar también los diferentes servicios del organismo.”

Respuesta 3:

“La propuesta solicitada para la evaluación técnica en el anexo V del pliego de licitación, es del tipo Institucional. Ahora, si la consulta del proveedor se refiere a los productos objetos de esta contratación, tal cual se menciona en el Capítulo VI del pliego, los mismos son: Producto 1. Creatividad para siete (7) campañas publicitarias de episodios de gestión, desarrolladas. Producto 2. Asistencia creativa en auspicios institucionales para diferentes medios (televisión (spots, PNT's, zócalos, etc.), radio, grafica (diarios y revistas), vía publica (CPM, carteles espectaculares, transiluminados, móvil, etc.) banners de Internet, stands, y estática en eventos, cine, acciones en la calle o de cualquier otro tipo), brindada. Las producciones /trabajos creativos a solicitar para comunicar Servicios ó Productos de Arba (como por ejemplo Arba Global, Credencial Electrónica, ArbaNet, Boleta por e-mail, Tarjeta Bapro-Arba) se enmarca dentro del Producto 2 objeto de la contratación. Los mismos no integran el rubro Campaña/episodios de gestión por su baja intensidad y repercusión.”

Consulta 4:

“¿Qué servicio debe brindar la agencia? ¿Solo la idea de campaña o también su implementación y materialización?”

Respuesta 4:

PROYECTO PNUD ARG/ 08/029

“Desarrollo Institucional de la Agencia de Recaudación de la Provincia de Buenos Aires”

“El servicio integral de agencia creativa que incluye: creatividad para todos los medios de comunicación, producción gráfica, ideas de BTL, activaciones de campañas, diseño de stands.”

Consulta 5:

“Que significa que Arba puede contratar a otra agencia durante el periodo de vigencia del contrato (tercer párrafo página 30 del pliego)?”

Respuesta 5:

“Que de presentarse nuevas necesidades (no incluidas en esta contratación) las mismas se podrá satisfacer mediante la contratación de otra agencia.”

Consulta 6:

“La campaña incluye también el desarrollo televisivo y radial, o sólo se limita al aspecto gráfico y de soporte digital? En el último párrafo de la página 30 se menciona que la Agencia ‘debe tener la estructura necesaria para confeccionar 60 originales en 24 hs’. Nada dice del plano televisivo y radial.”

Respuesta 6:

“La agencia debe realizar el trabajo “creativo” de tv, radio, diarios, revistas, banners de Internet, etc. Pero además debe confeccionar los originales necesarios para enviar a los medios.”

Consulta 7:

“¿Por qué se le atribuye una mayor valoración al aspecto técnico sobre el económico, cuando el tiempo de desarrollo de la campaña es tan solo un mes?”

Respuesta 7:

“Uno de los objetivos prioritarios de la Agencia de Recaudación de la provincia de Buenos Aires es brindar una nueva imagen institucional a la ciudadanía y optimizar la atención al contribuyente, brindando una mejor calidad en el servicio. En este marco se propone: instalar la marca actual, impulsando estrategias de comunicación y acciones que promuevan el cumplimiento las obligaciones tributarias, difundan la normativa vigente, impulsando campañas educativas y de difusión; promover canales de concientización al ciudadano respecto el pago de los tributos, como así también desarrollar una cultura tributaria, en pos de la comprensión de la importancia de cumplir con las obligaciones fiscales y su impacto en la sociedad. El asesoramiento que va a brindar la Agencia de Publicidad seleccionada es de máxima importancia para el cumplimiento de este objetivo, por lo que el aspecto técnico (antecedentes, capacidad de respuesta y personal afectado) es de mayor relevancia.”

Consulta 8:

“Que se entiende por experiencia previa en el desarrollo de campañas para organismos públicos...?”

Respuesta 8:

“Leyendo la respuesta 3 se aclara la consulta, ya que el objeto de la contratación es tanto la realización de campañas institucionales, como de piezas de productos específicos. Igualmente por experiencia en desarrollo de campañas para organismos públicos, se entiende el haber realizado el desarrollo de campañas y/o piezas de comunicación para algún organismo público.”

Consulta 9:

PROYECTO PNUD ARG/ 08/029

“Desarrollo Institucional de la Agencia de Recaudación de la Provincia de Buenos Aires”

“Relativo al Capitulo 7.2 Experiencia de la firma. ¿Cuántas campañas desea recibir? ¿Existe un límite? ¿En que formato? Power point, impreso ó en un CD?”

Respuesta 9:

“No existe un límite, la firma puede presentar todas las campañas que considere sean de similar envergadura y campañas realizadas para organizaciones públicas. El formato de presentación es a elección.”

Consulta 10:

“Relativo al Capitulo 7.2 Desarrollo del Brief. Las expectativas son recibir una campaña creativa, que incluya concepto, ejecución y desarrollo de todas las piezas: TV, Radio, Revista, Internet, acciones promocionales, evento? En que formato desea recibirlas?”

Respuesta 10:

“Sí, en lo que respecta a lo creativo. El formato de presentación es a elección de cada uno.”

Consulta 11:

“Queríamos consultar si la AAAP está al tanto de dicha licitación.”

Respuesta 11:

“No se realizó ninguna notificación específicamente. El aviso de licitación internacional se ha publicado en reiteradas oportunidades en medios masivos de Argentina y en el exterior.”

Consulta 12:

“Capitulo VI, punto 6.3 Producto ¿Cómo debe interpretarse la solicitud de Siete Campañas? Entiéndase solo una Idea Creativa aplicada en siete medios, ó siete ideas creativas diferentes, con sus posteriores aplicaciones.”

Respuesta 12:

“Por Campañas Publicitaria se entiende: Conjunto de acciones conducidas generalmente por una agencia de publicidad, por cuenta de un anunciante, destinadas a dar a conocer un producto, crear una imagen de marca o divulgar las actividades de una empresa o sector empresarial, con el fin último de estimular la demanda u obtener una actitud favorable del público objetivo. La campaña se desarrolla a lo largo de un período de tiempo determinado, durante el cual se programa la inserción de anuncios en distintos medios de comunicación. El Producto 1 del capitulo VI, se refiere a 7 (siete) campañas distintas, con lo cual cada una tendrá su propia idea creativa.”

Consulta 13:

“Capitulo VI, punto 6.4. A) Para el apartado 1.3 ¿sería de libre decisión el nivel técnico de presentación del borrador solicitado? O habría un determinante específico? B) Para los apartados 1.4 y 2.4, la fecha de recepción de aprobación será el 30 de Marzo luego de las 15.30 hs? C) Para los apartados 1.5, 1.6, 2.5 y 2.6, debe interpretarse que se gestionaran luego de recepcionada la respuesta final de la GG de Comunicación?”

Respuesta 13:

“A)El borrador a presentar debe ser en formato digital, las gráficas mediante bocetos, los comerciales de TV mediante storyboards, y los comerciales de radio mediante el guión.

B)El capitulo VI habla sobre el servicio que deberá brindar la agencia que quede seleccionada, mientras que la fecha 30 de Marzo, es el día de apertura de los sobres de ofertas.

PROYECTO PNUD ARG/ 08/029

“Desarrollo Institucional de la Agencia de Recaudación de la Provincia de Buenos Aires”

C) El punto 6.4, detalla en orden cronológico las actividades a realizar para llevar adelante el producto 1 y el producto 2.”

Consulta 14:

“Cronograma de actividades. Sobre el apartado ‘Aclaraciones a pasos a ser cumplimentados’, las consultas se refieren al párrafo segundo. ¿Cuando debe ser entregado el borrador de campaña? El día 30 de marzo de 2009 antes de las 15 hs? O como se consigna el párrafo “siete días después de la entrega del brief y dentro de los siete días corridos posteriores el trabajo final...”

Respuesta 14:

“El capítulo VI habla sobre el servicio que deberá brindar la agencia que quede seleccionada, mientras que la fecha 30 de Marzo, es el día de apertura de los sobres de ofertas.”

Consulta 15:

“Presentación de informes ¿es correcto interpretar que lo consignado en dicho punto, será después de la recepción de aprobación de la idea por parte de la GG de Comunicación?”

Respuesta 15:

“La presentación de los informes es luego de haberse finalizado la campaña, para que una campaña se haya finalizado obviamente tuvo que tener en forma previa la aprobación de la GG de Comunicación. Ver detalle de las actividades a realizar en el punto 6.4 del pliego.”

Consulta 16:

“Capítulo IV, punto 4.2.1 En el apartado A, del punto Referencias Comerciales. ¿Este requerimiento es de todos los clientes de la agencia o sólo para organizaciones públicas para las que haya trabajado?”

Respuesta 16:

“La firma puede presentar referencias de todos los clientes que desea presentar, los cuales considere relevantes para ilustrar la experiencia de la firma en este tipo de proyectos. Pudiendo ser de Organizaciones Públicos ó Privados.”

Consulta 17:

“Capítulo IV, punto 4.2.2 La oferta económica solicitada es: a) ¿en función a un presupuesto estimado de la campaña que incluya costos de compra de medios, producciones etc. basadas en el Anexo V (brief creativo)? b) ¿en base a un fee por la creatividad y horas hombre?”

Respuesta 17:

“La oferta económica a incluir en el sobre B, se corresponde al monto total que desea cobrar la Agencia por la contratación de la misma para brindar los servicios estipulados en el capítulo VI. Teniendo en cuenta todas las bases y condiciones que figuran en el pliego de licitación.”

Consulta 18:

“Capítulo VII proceso de evaluación de ofertas. El punto 1.2 hace referencia a experiencia en campañas de comunicación/ publicidad para Organizaciones Públicas. ¿Cuál es el alcance del término Organizaciones Públicas? El alcance de este término permite incluir campañas elaboradas para organismos como el Consejo Publicitario Argentino?”

Respuesta 18:

“Sí podría incluirse como experiencia de la agencia si se desea.”

PROYECTO PNUD ARG/ 08/029

“Desarrollo Institucional de la Agencia de Recaudación de la Provincia de Buenos Aires”

Consulta 19:

“Capítulo VII proceso de evaluación de ofertas. El punto 1.1 hace referencia a experiencia en campañas de similar envergadura. El alcance del término Envergadura en este caso es: ¿respecto de la magnitud de la campaña en términos de cobertura nacional y/o provincial? ¿Respecto a la inversión? ¿Respecto de campañas de concientización para entidades públicas y/o privadas?”

Respuesta 19:

“Se refiere a campañas realizadas para entidades de similar envergadura. También suman campañas de concientización para entidades públicas en primer lugar y privadas en segundo lugar.”

Consulta 20:

“Capítulo VII proceso de evaluación de ofertas. Formulario de evaluación de la propuesta técnica.”

Respuesta 20:

“Ese cuadro fue modificado y será notificado mediante una circular a difundir en la mayor brevedad posible.”

Consulta 21:

“... solicitamos se suspenda el plazo de la licitación hasta tanto se aclaren las cuestiones oportunamente requeridas...”

Respuesta 21:

Por razón de que las respuestas a las consultas formuladas por los posibles oferentes fueron verificadas dentro de los plazos propios de la Gerencia General de Comunicación de la Agencia de Recaudación de la provincia de Buenos Aires, que las mismas no modifican ni amplían el pliego de manera sustancial, que su tratamiento no tiene efecto suspensivo y que los plazos requeridos por los sendos medios para procesar un eventual aviso de prórroga han expirado, no ha lugar a la prórroga solicitada.