

Pliego de Condiciones Técnicas.
Concurso Público de Precios.

Adquisición de servicios de comunicación estratégica y gestión de actividades de difusión.

Gerencia de Comunicación y Marca.

1. Introducción

Ceibal es el centro de innovación con tecnologías digitales al servicio de las políticas del sistema educativo uruguayo. Promueve la integración de la tecnología a la educación con el fin de mejorar los aprendizajes e impulsar procesos de innovación, inclusión y crecimiento personal. Con 17 años de trayectoria, se consolida como una política de estado en permanente crecimiento y profesionalización de sus procesos.

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, la organización se propone que los beneficiarios y la sociedad en su conjunto conozcan en profundidad la propuesta de valor de la Ceibal en un marco de transparencia. 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 profesionalización de su estrategia comunicacional y la gestión de eventos, en tanto hitos de valor estratégico para la organización.

Ver ceibal.edu.uy

2. Objeto del llamado

Ceibal llama a empresas para prestar de manera integrada los servicios de estrategia comunicacional y gestión de actividades de difusión.

1. Comunicación estratégica

Se pretende contar con una agencia como socia estratégica en el desarrollo creativo, la elaboración de propuestas y la implementación de las mismas.

Ceibal entiende la comunicación como una herramienta estratégica esencial para crear y mantener valor en la organización, así como para fortalecer relaciones de confianza entre todas las partes involucradas.

Las propuestas que Ceibal desarrolla para el sistema educativo son de adopción voluntaria, por lo que la comunicación cumple un rol crítico en la democratización del acceso y aprovechamiento de las propuestas disponibles, con foco en darlas a conocer y promover su adopción. Desde este lugar la comunicación debe cumplir el rol de garantizar la equidad, logrando que las oportunidades sean accesibles para todos los beneficiarios a los que nos dirigimos. [Ver librito de propuestas.](#)

La política de Comunicación de Ceibal establece un decálogo de principios prioritarios: legalidad, veracidad, transparencia, privacidad, accesibilidad, inclusión, representatividad, equidad, eficiencia y evaluación que permita la mejora continua. Estos principios guían el accionar de la organización en materia comunicacional y se espera que sean contemplados en el desarrollo de todas las propuestas.

La naturaleza de la organización implica que su comunicación evite el uso de criterios comerciales y logre desarrollar mecanismos de construcción de imagen y valor reputacional en base a actividades, mensajes y símbolos institucionales de alto nivel de conexión con sus diversos públicos. El foco estará puesto en la divulgación de las propuestas y procesos de innovación de la organización, contribuyendo a una percepción ciudadana mucho más vasta y profunda de la extensa actividad de la organización.

La estructura de medios de comunicación a través de la cual se difunden los mensajes de la organización es la siguiente:

- Owned Media: Redes sociales, sitios web, mailing a bases de datos, SMS, WhatsApp, notificaciones en dispositivos, portada de login al sistema, entre otros.
- Earned Media: Prensa.
- Paid Media: Pauta en medios digitales con foco en redes sociales. Acuerdos comerciales de espacios de contenidos en medios como radio, TV y Prensa.

2. Gestión de actividades de difusión

Los eventos o actividades de difusión son parte integral de la política de comunicación de Ceibal y su gestión está comprendida dentro de los cometidos del área. Se entiende que estas instancias son hitos comunicacionales que contribuyen a la construcción de reputación, por lo cual es crítico lograr un manejo profesional de las experiencias a ofrecer.

Ceibal tiene decenas de programas y plataformas educativas e iniciativas pedagógicas innovadoras. Organiza congresos, seminarios, talleres, jornadas de cierre de programas, ceremonias, lanzamientos y eventos con múltiples actores de la esfera académica y tecnológica a nivel local, regional e internacional. Ver librito de propuestas.

A través de sus diversas áreas, en coordinación con el equipo de Comunicación, son los propios equipos de gestión quienes planifican y desarrollan sus eventos, para lo cual requieren apoyo profesional.

3. Servicios requerido

1. Servicio de comunicación estratégica.

El rol de la agencia será:

1. Contribuir al desarrollo de lineamientos de la estrategia comunicacional
2. Proponer desarrollos concretos de actividades, materiales y mensajes
3. Implementar su ejecución

La coordinación de la comunicación institucional estará enteramente a cargo de la Gcia de Comunicación, supervisada por los roles de Gerencia, Coordinación general y Coordinación de comunicación institucional.

Según el caso deberá interactuar con otros proveedores estratégicos de Ceibal, como la productora audiovisual, la agencia digital o la agencia de prensa.

En relación a proyectos de comunicación liderados por alguna de las áreas internas de la organización, se espera que la agencia pueda interactuar con la figura de coordinación del equipo de Comunicación que se desempeña como contraparte del área. En caso de ser necesario podrá entrar en contacto con la coordinación de medios digitales o la coordinación de prensa. Si se entiende necesario podría tener contacto de forma directa con el área interna de la organización a cargo de la solicitud de comunicación estratégica, en cuyo caso siempre sería de común acuerdo y en conjunto con el equipo de Comunicación.

El servicio deberá regirse por los lineamientos de Ceibal establecidos:

- La política de Comunicación de Ceibal
- Redacción en base a manual de estilo y lenguaje inclusivo
- Manual de redes sociales de Ceibal

Los objetivo de comunicación institucional que se pretenden alcanzar en el trabajo conjunto con la agencia de comunicación estratégica son:

- Dar a conocer Ceibal en toda su magnitud, asegurando que la sociedad en su conjunto logre una percepción acorde a la realidad de la organización.
- Posicionarse como una política de estado, sin sesgos político partidarios.
- Ser percibida como el centro de innovación educativa con tecnologías digitales del Uruguay,
- Ser identificada como una organización vinculada a todos los sectores de la educación pública, incluyendo la adolescencia y la juventud, no solo la infancia
- Compartir la mirada regional e internacional que se tiene sobre Ceibal, para contextualizar el impacto local en comparación con otras comunidades educativas.
- Favorecer que las propuestas logren el mayor nivel de alcance y aprovechamiento posible, priorizando tanto el conocimiento de las mismas como su atractivo para lograr que sean utilizadas.

Las principales responsabilidades de la agencia de comunicación estratégica 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) sí 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).

A modo de ejemplo, algunos de los entregables de desarrollo creativo más frecuentes serán:

- Lineamientos para publicaciones especiales en redes sociales con foco en saludos de fechas claves, mensajes institucionales, celebraciones de hitos de gestión, etc.
- Propuesta para desarrollar los contenidos institucionales (ejemplo; contenido para diseño editorial, institucionales, stands, banners, cartelería, etc.etc).
- Propuestas de artículos institucionales: merchandising sostenible, obsequios para instancias de representación de presidencia y alta gerencia, etc.

A modo de ejemplo, se listan antecedentes de algunas tareas de comunicación estratégica realizadas en 2023/2024

- Materiales: Desarrollo de [3 stand](#) modulares institucionales.
- Campaña [#Iniciando24](#) compuesta por librillos, posteos, envíos a centros, mailing.
- Guión de videos institucionales: [Proyección Internacional](#), [Niñas en las TIC](#).
- Saludos institucionales en redes sociales: [Aniversario](#), [Día de los y las maestras](#).

2. Servicio de gestión de actividades de difusión (eventos).

El rol de la agencia será:

1. Asesorar en definiciones estratégicas, creativas y conceptuales de la actividad
2. Planificar necesidades requeridas, liderando el plan de producción y armado.
3. Ejecutar y supervisar integralmente la actividad.

Las principales responsabilidades serán:

- Estrategia
 - Asesoramiento creativo y conceptual que permita aportar valor a los objetivos de la actividad
 - Desarrollar propuestas que eleven la experiencia de los participantes y promuevan una potente construcción de identidad institucional
 - Presentar propuestas de ejecución alineadas con los objetivos y públicos del evento.
- Planificación
 - Organización general de la actividad.
 - Definición de etapas, fechas, responsables, insumos requeridos.
 - Cronograma de recepción de proveedores.
 - Cronograma de armado si se requiere.
 - Coordinación con áreas internas, proveedores vigentes y tercerizados.
- Solicitud de cotizaciones
 - Pedido de al menos 3 presupuestos para cada ítem a tercerizar, siguiendo los criterios del [Reglamento de Compras](#) de Ceibal.
 - Elaborar comparativo de precios relevados para facilitar el análisis y la gestión de compra a cargo del equipo de Compras de Ceibal.
- Producción
 - Seguimiento y producción ejecutiva general del evento.
 - Coordinación de tareas de organización requeridas.
 - Supervisión de cumplimiento de proveedores tercerizados por la Agencia en el marco de la actividad.
 - Coordinación con el equipo de infraestructura de Ceibal el trabajo de los distintos proveedores contratados para la actividad, tiempos, etapas, etc.
 - Gestión de permisos si corresponde (IMM, DNB, AGADU)

Se pretende un servicio flexible, que en algunos casos será "llave en mano" y en otros será incorporándose al equipo de trabajo interno de Ceibal, coordinando tanto con el área a cargo de la actividad, como con las áreas de Compras, Infraestructura y Comunicación, entre otras.

El servicio de producción de eventos será coordinado bajo los lineamientos que establezca la gerencia de Comunicación y de común acuerdo con el área solicitante, debiendo respetar los lineamientos establecidos en:

- La política de Comunicación de Ceibal
- El protocolo de eventos de Ceibal
- Lineamientos para el desarrollo de eventos sostenibles de Ceibal

Se pretende que la agencia pueda facilitar la gestión de tercerización de aquellos servicios requeridos para la actividad y que no sean provistos por contratos vigentes con Ceibal. Esto requiere dar apoyo en los siguientes aspectos:

- Elaborar documento con detalle pormenorizado del servicio o bien a adquirir.
- Relevar opciones de proveedores (mínimo 3) que puedan considerarse.
- Ser responsables del seguimiento del proveedor seleccionado por Ceibal.

Los proveedores tercerizados serán contratados de forma directa por Ceibal, debiendo darse de alta como proveedores de la misma y facturar a la organización. En ningún caso la agencia tendrá la potestad de tercerizar compras de forma directa.

Ceibal solo abonará a la agencia los honorarios acordados por sus horas de gestión. Será requisito de la agencia seleccionada recibir una capacitación de la política de compras de Ceibal y expresar su consentimiento a los criterios del manejo de fondos públicos de la organización acorde a los lineamientos de la institución.

A modo de ejemplo, algunos de los eventos o actividades más frecuentes serán:

- Eventos institucionales, internos y externos: Reuniones de equipo, aniversario, conferencias, presencia en stands, ferias, etc.
- Lanzamientos, presentaciones con autoridades y prensa.
- Congresos y conferencias, locales, regionales o internacionales.
- Ceremonias de premiación o de cierre de programas.
- Certámenes nacionales como olimpiadas de varias jornadas o ferias en el interior del país.

Dimensionamiento de la demanda:

- Antecedentes 2023: 35 eventos en el año.
- Antecedente 2024: 31 eventos en el año.

Se adjunta [listado de antecedentes](#) 2023 y 2024 a modo de referencia.

4. Modalidad de trabajo

El proceso de trabajo sugerido tendrá la siguiente estructura:

1. BRIEF. Ingreso de solicitudes.

Tanto para el servicio de comunicación estratégica como para la gestión de actividades de difusión, el punto de partida del proceso será la elaboración de un brief donde se detallarán los requerimientos. Se espera que el mismo sea discutido y ajustado de común acuerdo entre la agencia, los integrantes del equipo de Comunicación que correspondan y los representantes de las áreas internas de Ceibal que correspondan.

2. PROPUESTA. Detalle de servicios.

La agencia deberá detallar el nivel de servicio a brindar para dar cumplimiento al brief, indicando la totalidad de los aspectos que Ceibal deberá tener en consideración.

3. PRESUPUESTO. Costo de honorarios.

La propuesta, deberá venir acompañada del correspondiente presupuesto, acorde al tarifario de honorarios de gestión definido. La misma será evaluada internamente para su aprobación, redefinición y rechazo.

4. EJECUCIÓN. Realización del servicio.

Una vez aprobadas la propuesta y el presupuesto de gestión, la agencia presta los servicios acordados, siendo responsable por su ejecución en las condiciones definidas.

5. EVALUACIÓN. Indicadores de éxito.

Una vez finalizado el servicio, se solicita al proveedor que realice una evaluación del mismo, indicando fortalezas, debilidades y oportunidades de mejora.

5. Modalidad de contratación

Modalidad de Cotización:

- Facturación mensual fija de 80 horas de comunicación estratégica, que tendrán por finalidad prioritaria el desarrollo de solicitudes de comunicación institucional. Estas horas mensuales podrán acumularse para ser utilizadas total o parcialmente en tres meses subsiguientes en caso de no completar su uso en el mes correspondiente.

- Facturación de horas de comunicación estratégica incrementales a demanda, que tendrán como finalidad prioritaria el desarrollo de solicitudes comunicacionales de áreas internas de Ceibal. Estas horas serán consumidas a demanda y por proyecto, mediante la correspondiente coordinación de forma anticipada con la agencia y aceptación vía emisión de Orden de Compra. Se facturará una vez finalizado el proyecto.

- Facturación mensual fija de 20 horas de gestión de actividades de difusión, que tendrán por finalidad prioritaria el desarrollo de solicitudes de comunicación institucional. Estas 20 horas mensuales podrán acumularse para ser utilizadas total o parcialmente en los tres meses subsiguientes en caso de no completar su uso en el mes correspondiente.

- Facturación de horas de gestión de actividades de difusión incrementales a demanda, que tendrá como finalidad el desarrollo de solicitudes de áreas internas de Ceibal. Estas horas serán consumidas a demanda y por proyecto, mediante la correspondiente coordinación de forma anticipada con la agencia y aceptación vía emisión de Orden de Compra. Se facturará una vez finalizado el proyecto.

Gestión de facturas de terceros. En ningún caso la agencia facturará por conceptos tercerizados a otros proveedores. Las compras requeridas por Ceibal serán gestionadas de forma interna a través del área de Compras para proceder a la contratación directa desde Ceibal, conforme los criterios establecidos en el reglamento de compras.

Gestión de calidad

Modalidad de control de calidad del servicio y no conformidades.

Ceibal será responsable de evaluar el cumplimiento del servicio ofrecido, mediante el análisis de los trabajos desempeñados por el proveedor.

Los criterios de evaluación serán los siguientes:

CRITERIO		ALTO	MEDIO	BAJO
Plazos	Cumplimiento de tiempos previamente establecidos de común acuerdo.	Cumple sin excepción.	Cumple de forma razonable.	No logra cumplir con los plazos.
Calidad	Adecuación a los requerimientos definidos en el brief de solicitud.	Logra plena adecuación con lo solicitado y aporta valor adicional.	Propone un nivel de adecuación aceptable.	No logra adecuarse a los requerimientos solicitados.
Gestión	Modalidad en la que organiza y desarrolla las tareas solicitadas.	Aporta valor desde una planificación clara y ordenada, que ayuda a estructurar las tareas de todos los implicados, fomentando un clima de sinergia y distensión.	Plantea un nivel de organización aceptable, en contacto con las áreas implicadas, logrado un clima respetuoso.	No logra ordenar correctamente sus tareas ni las de las áreas implicadas, genera un clima de tensión y ocasiona malentendidos

Ceibal, a través de la Gerencia de Comunicación y Marca y en coordinación con las áreas solicitantes de servicios, llevarán adelante esta evaluación de forma anual y tendrán reuniones donde discutirán los aspectos analizados con el proveedor.

No obstante, la herramienta de evaluación podrá emplearse a demanda frente a casos que lo requieran, como instrumento útil para entablar la conversación con el proveedor a fin de ajustar los aspectos del servicio con los que no esté logrando cumplimiento.

Frente a cualquier incumplimiento de estos aspectos que se considere inaceptable por parte de Ceibal y mediando la debida justificación, Ceibal podrá hacer uso de los recursos de Observación y No Conformidad, para dejar constancia de estos incumplimientos en el legajo del proveedor dentro de la organización.

6. Presentación de la oferta

Los oferentes deberán presentar 3 aspectos a ser evaluados.

1. Antecedentes

1.1. Experiencia:

Detallar años de presencia en el mercado de la agencia y/o años de experiencia de las personas que conducen la organización así como de quienes estarán a cargo de la prestación del servicio en caso de ser adjudicado. Se deberá acreditar experiencia en comunicación estratégica y en gestión de actividades de difusión, pudiendo incluir ejemplos de las principales experiencias a destacar. Se valorará especialmente contar con experiencia en actividades de comunicación no comerciales, así como experiencias de prestación de servicios en áreas de educación, infancia o gestión de políticas públicas.

1.2. Referencias:

Indicar principales clientes (máximo 5) a quienes se haya prestado un servicio similar al que se solicita en el objeto de este llamado, con una antigüedad no mayor a cinco años. Se deberá incluir información de contacto (nombre, cargo, empresa, mail, tel), fecha en la que se prestó el servicio, detalle de los servicios prestados y cualquier otra información que la agencia considere relevante. Ceibal podrá contactar a las referencias a efectos de corroborar los datos aportados y ampliar información. Se valorará especialmente contar con referencias en actividades de comunicación no comerciales, así como clientes en las áreas de educación, infancia o gestión de políticas públicas.

2. Oferta técnica

2.1 Equipo:

CV o reseña profesional de integrantes del equipo de trabajo afectado al contrato con Ceibal para la realización de los servicios solicitados.

Se exhorta especialmente no incluir perfiles de otros miembros de la agencia que no estarían afectados de forma directa a la prestación del servicio.

Se solicita detallar nivel de formación, nivel de experiencia y nivel de dedicación a los servicios de Ceibal. Se valorará especialmente que los miembros del equipo tengan antecedentes en vinculación directa con los servicios requeridos en este llamado dentro de sectores de comunicación no comercial, educación, infancia o gestión de políticas públicas.

Se deberá completar el cuadro a continuación:

Nombre	Rol en la atención de Ceibal	Nivel de formación	Nivel de experiencia	Nivel de dedicación en la atención de Ceibal

(Agregar tantas filas como sean necesarias).

2.2. Gestión:

Detallar modalidades de planificación, organización y gestión que sean habituales para la agencia, explicando su forma de proceder y operar para brindar el servicio requerido.

Se podrá proponer un plan de trabajo a implementar para prestar los servicios.

Ejemplo: reuniones de coordinación, documentos de seguimiento, vías de comunicación con las áreas solicitantes y áreas transversales. Se valorará especialmente que el proveedor ayude a organizar, planificar y gestionar internamente los procesos de actividades de difusión, favoreciendo un trabajo profesional que permita ordenar y anticipar necesidades, minimizando riesgos y urgencias.

3. Oferta económica

Costo de honorarios de prestación de servicio por los conceptos solicitados.

El precio cotizado debe incluir la totalidad de los insumos para la realización del servicio.

El presupuesto debe ser expresado en pesos uruguayos con impuestos desglosados.

Es necesario completar el cuadro a continuación:

SERVICIO	HONORARIOS POR MES / HORA S/IMP. \$ UY	IMPUESTOS \$ UY	TOTAL C/IMP. \$ UY
Honorarios mensuales por concepto de 80 horas de servicios de comunicación estratégica.	\$ UY por mes		
Honorarios por hora incremental de servicios de comunicación estratégica.	\$ UY por hora		
Honorarios mensuales por concepto de 20 horas de servicios de gestión de actividades de difusión.	\$ UY por mes		
Honorarios por hora incremental de servicios de gestión de actividades de difusión.	\$ UY por hora		

Aclaración: A efectos de cotizar deberá considerarse que las horas contratadas podrán requerirse de lunes a domingo, incluidos feriados laborables y no laborables, en cualquier horario, a demanda, y previa coordinación entre las partes.

Si debiera considerarse alguna paramétrica de ajuste de precios para la renovación anual se solicita incluir explícitamente en la propuesta (ej, ajuste anual por IPC).

4. Adicionales - de cotización obligatoria y adjudicación opcional

Se solicita de forma adicional cotizar dos servicios opcionales.

Este adicional es de cotización obligatoria pero de adjudicación opcional y podrá o no ser utilizado por Ceibal según se entienda pertinente.

4.1 Secretaría

Tareas de secretaría, que Ceibal pueda requerir como complemento a la gestión de una actividad, sea o no que esté organizando la actividad con la agencia.

Dichas tareas de secretaría comprenden actividades como por ejemplo:

- Confirmación telefónica de invitados
- Contacto con organizaciones para solicitar datos de contacto de personas a convocar a un evento
- Contacto de agradecimiento institucional por participación en una actividad
- Ir a buscar a un invitado/a al aeropuerto u hotel.

Y otras no detalladas en estos ejemplos que se entiendan de común acuerdo que pueden ser consideradas dentro del servicio de secretaría que preste el proveedor.

4.2 Diseño

Tareas de diseño gráfico, que Ceibal pueda requerir como complemento a los servicios de comunicación estratégica o a la gestión de una actividad de difusión. Este adicional de contratación opcional será requerido solo bajo el cumplimiento de alguna de las siguientes condiciones:

- Imposibilidad justificada de abordar el diseño desde el equipo interno de diseño de la Gcia. de Comunicación de Ceibal.
- Imposibilidad justificada de abordar el diseño desde el equipo externo del estudio de diseño con contrato vigente con Ceibal con la Gcia. de Comunicación.
- Probada eficiencia en el proceso de gestión conjunta del diseño en complemento con la presentación de los servicios de comunicación estratégica o de actividades de difusión, que justifiquen la centralización de los pedidos de diseño en la agencia que presta los servicios anteriores.

En cualquier caso, los desarrollos gráficos deberán cumplir con los lineamientos establecidos en el manual de identidad gráfica de Ceibal y ser aprobados por el equipo interno de la Gcia. de Comunicación de Ceibal.

SERVICIO	HONORARIOS POR HORA S/IMP. \$ UY	IMPUESTOS \$ UY	TOTAL C/IMP. \$ UY
Honorarios por hora de servicios de Secretaría.			
Honorarios por hora de servicio de diseño gráfico.			

Aclaración: A efectos de cotizar deberá considerarse que las horas contratadas podrán requerirse de lunes a domingo, incluidos feriados laborables y no laborables, en cualquier horario, a demanda, y previa coordinación entre las partes.

7. Evaluación de la oferta

Las ofertas serán evaluadas con base en tres aspectos:

ASPECTOS A EVALUAR	PESO
1. Antecedentes Experiencia 20% Referencias de clientes 10%	30 %
2. Oferta técnica Equipo 20% Gestión 10%	30 %
3. Oferta económica (*) Honorarios 40%	40 %
TOTAL	100 %

(*) A los efectos comparativos se considerará el precio fijo mensual de 80hs de comunicación estratégica y 20hs de gestión de actividades de difusión, más un escenario de 100 horas anuales a demanda de comunicación estratégica, y 100 horas anuales a demanda de gestión de actividades de difusión. El escenario de horas variables es a efectos comparativos y no supone una estimación real ni una obligación de contratación de Ceibal.

Las ofertas serán evaluadas en primer lugar por los aspectos técnicos.

Solo las propuestas que logren un 70% del puntaje técnico requerido podrán pasar a ser evaluadas por su oferta económica.

8. Plazo

El plazo de adjudicación será de dos años con opción de renovación por igual período.

La renovación se gestionaría bajo acuerdo de ambas partes, siempre y cuando se mantengan las condiciones comerciales adjudicadas y haya plena conformidad con la prestación del servicio.

Si debiera considerarse alguna paramétrica de ajuste de precios para la renovación anual se solicita incluir explícitamente en la propuesta (ej, ajuste anual por IPC).

9. 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.

10. Protección de datos personales

En caso de acceder a datos personales la persona proveedora del servicio se obliga a tratar los mismos de conformidad con la Ley No 18.331, de 11 de agosto de 2008 y Decreto No 414/2009, de 31 de agosto de 2009, únicamente para brindar el servicio, no pudiendo utilizarlos para otra finalidad, ni en beneficio propio ya sea gratuito u oneroso, ni cederlos, comunicarlos o transferirlos a terceros, salvo previa autorización del Centro y sus titulares o representantes.

Centro Ceibal es responsable de la base de datos y del tratamiento, siendo la persona proveedora de servicio encargada del correcto tratamiento, de acuerdo con lo dispuesto en los literales H) y K) del artículo 4 de la Ley No 18.331. Por tanto, en ningún caso el acceso a datos personales podrá entenderse como cesión, comunicación ni permiso para su libre utilización,

Quien presente el servicio se obliga a adoptar las medidas de seguridad necesarias para garantizar la seguridad y confidencialidad de los datos personales y evitar su adulteración, pérdida, consulta o tratamiento no autorizado, así como detectar desviaciones de información.

11. Confidencialidad

Quien preste el servicio se obliga a conservar en la más estricta confidencialidad toda la información que procese o utilice durante sus actividades, así como toda otra información, cualquiera sea su naturaleza, que reciba o adquiera por cualquier medio durante su actividad. La divulgación o utilización de información confidencial dará lugar a la inmediata rescisión del presente contrato, sin perjuicio de las acciones legales que pudieran corresponder.

Se entenderá por Información Confidencial toda información obtenida por quien presente el servicio con respecto a la Empresa, a sus clientes y/o a los proveedores, sin importar el medio por el que se obtuvo, sea de tipo técnico, comercial, estratégico, económico, financiero, de propiedad intelectual o de otro tipo, pasada, presente o futura.

Quien preste el servicio deberá mantener la información considerada confidencial en

secreto y no la utilizará en beneficio propio o de terceros ni aún luego de finalizado el período de presentación del servicio.