

Pliego de Condiciones Técnicas

Concurso Público de Precios.

Adquisición de servicios de Comunicación estratégica.

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 18 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.

Por su parte Fundación Ceibal tiene la misión de impulsar la transferencia internacional de conocimiento generado con base en la experiencia de Ceibal, la investigación y la acumulación en innovación educativa, así como la articulación de iniciativas filantrópicas en educación, con el objetivo de propiciar impactos sostenibles en los sistemas educativos de Uruguay y el mundo.

Asimismo, la visión de la Fundación es impulsar a Ceibal como un centro de referencia global que inspire y potencie a las comunidades educativas, a nivel nacional e internacional, a llevar adelante transformaciones digitales sostenibles y equitativas.

En este pliego se definen los requerimientos técnicos necesarios para prestar el servicio de comunicación estratégica a ambas organizaciones.

2. Objeto del llamado

Ceibal llama a empresas para prestar el servicio de 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 y Fundación entienden 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.

En el caso de Ceibal, 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.

En el caso de la Fundación Ceibal, la comunicación cumple un rol clave en su posicionamiento y el de Ceibal como un actor central en la transferencia de conocimiento y la innovación educativa a nivel global. La estrategia de comunicación deberá:

- Dar visibilidad a las investigaciones y proyectos que la Fundación impulsa.
- Atraer financiamiento y generar alianzas estratégicas con organismos internacionales, gobiernos y actores filantrópicos.
- Conectar con comunidades educativas, responsables de política educativa, investigadores, tomadores de decisión y organismos multilaterales, entre otros.
- Llegar tanto a medios especializados en educación y tecnología como a medios tradicionales, con la aspiración de posicionarse como un centro de referencia en términos de expertise en política pública e investigaciones.

Además de los canales tradicionales compartidos con Ceibal (redes, mailing, prensa), la Fundación requiere una estrategia específica para su presencia en publicaciones científicas, eventos internacionales y redes de think tanks y universidades. La participación en foros globales de educación y tecnología es central y un objetivo en sí

mismo, que también juega un rol central en la estrategia general de comunicación de la Fundación.

La Fundación adhiere a los principios de comunicación de Ceibal (legalidad, veracidad, transparencia, privacidad, accesibilidad, inclusión, representatividad, equidad, eficiencia y evaluación que permita la mejora continua), con el agregado de la transmisión y difusión de conocimiento valioso para la comunidad internacional.

3. Servicios requeridos

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

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

Ceibal, desde su área de Comunicación, lidera proyectos institucionales donde la propia Gerencia es solicitante de los servicios, pero a su vez también desarrolla proyectos institucionales en vínculo con otras áreas internas de Ceibal, en cuyo caso el área de comunicación continúa siendo el nexo entre Ceibal y el proveedor.

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 de Ceibal, 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.

En Fundación la coordinación de la comunicación institucional estará a cargo de su director e integrantes del equipo de liderazgo de la Fundación, quienes trabajarán en estrecho vínculo con la coordinación de comunicación de Ceibal.

A diferencia de Ceibal, en el caso de Fundación la propia área es quien solicita y gestiona sus proyectos sin necesidad de estar a cargo de gestionar proyectos para otras áreas de la organización.

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

El servicio que se brinde tanto a Ceibal como a su Fundación deberá regirse por los lineamientos de Ceibal establecidos en:

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

Los objetivos de comunicación institucional que se pretenden alcanzar en el trabajo conjunto con la agencia de comunicación estratégica son los siguientes.

En el caso de Ceibal:

- 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.

En el caso de Fundación:

- Fortalecer la identidad y posicionamiento de Fundación Ceibal:
 - Desarrollar una narrativa que refuerce el papel de la Fundación como un actor clave en la transformación digital educativa a nivel regional.
 - Colaborar con la generación de estrategias y contenidos que apunten a la difusión de la misión, visión y líneas de trabajo de la Fundación a nivel nacional e internacional.
- Promover la articulación con actores filantrópicos
 - Comunicar de manera efectiva el impacto de la Fundación Ceibal en la educación uruguaya para atraer socios estratégicos.
 - Crear contenidos y estrategias que faciliten la conexión con organismos financiadores y potenciales aliados.
- Impulsar la internacionalización de Ceibal
 - Colaborar en el desarrollo de una estrategia que permita posicionar a la Fundación como un referente global en educación digital a través de estrategias de comunicación en redes internacionales, medios especializados y eventos clave.
 - Colaborar en la generación de materiales de comunicación que den visibilidad a la experiencia uruguaya en innovación educativa y su potencial de transferencia a otros países.
- Divulgar y potenciar la investigación en educación y tecnología

- Comunicar los resultados de las investigaciones impulsadas por la Fundación de manera accesible y atractiva para diversos públicos, desde expertos hasta la comunidad educativa nacional e internacional.
- Fomentar la difusión de conocimiento sobre tendencias y mejores prácticas en innovación educativa.
- Colaborar en la implementación de campañas de sensibilización sobre la importancia de la transformación digital en la educación.

Las principales responsabilidades del proveedor frente a Ceibal y Fundación serán:

- Contribuir en el desarrollo de la estrategia comunicacional institucional para los diferentes públicos de interés tanto de Ceibal como de Fundación, así como funcionarios que pertenezcan a dichas organizaciones.
 - 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 socios de Ceibal o Fundación (MEC, ANEP, Presidencia / Ministerios de países donde se esté trabajando, BID, etc) 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, informes, 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.

A modo de ejemplo, algunos de los entregables de desarrollo creativo más frecuentes para Ceibal y Fundación 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 antecedente, se comparten algunos proyectos de comunicación estratégica realizadas para Ceibal y Fundación en 2023/2024

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

4. Modalidad de trabajo

Proceso de trabajo

Se sugiere un proceso de trabajo que contemple la siguiente estructura:

1. BRIEF. Ingreso de solicitudes.

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 el proveedor, los integrantes del equipo de Comunicación de Ceibal o Fundación que correspondan o los representantes de las áreas áreas internas de Ceibal que fuera necesario involucrar.

2. PROPUESTA. Detalle de servicios.

El proveedor deberá detallar el nivel de servicio a brindar para dar cumplimiento al brief, indicando la totalidad de los aspectos que Ceibal o Fundación deberán tener en consideración.

3. PRESUPUESTO. Estimación de horas.

La propuesta, deberá venir acompañada de la correspondiente estimación de horas de dedicación, a efectos de llevar el control mutuo del uso de las horas contratadas.

4. EJECUCIÓN. Realización del servicio.

Una vez sean aprobadas tanto la propuesta como el nivel de dedicación para su gestión, el proveedor presta los servicios acordados, siendo responsable por su ejecución en las condiciones definidas.

Gestión de calidad

Se propone la siguiente modalidad de control de calidad del servicio y no conformidades.

Ceibal y Fundación serán responsables 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 y por su parte Fundación Ceibal, 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 o Fundación y mediando la debida justificación, Ceibal y/o Fundación podrán 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.

5. Modalidad de contratación

(Ver punto 6 ítem 3: Presentación de la oferta económica)

- Facturación mensual fija de horas de servicio de comunicación estratégica: Tendrán por finalidad prioritaria el desarrollo de solicitudes de comunicación institucional de Ceibal y Fundación Ceibal. Se facturarán mensualmente a cada institución, Ceibal y Fundación. Excepción: 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 incremental a demanda de horas de servicio comunicación estratégica: Tendrán como finalidad el desarrollo de solicitudes incrementales de Ceibal y Fundación para comunicación institucional o para solicitudes particulares de áreas de Ceibal.

Estas horas serán consumidas a demanda y por proyecto, mediante la correspondiente coordinación de forma anticipada 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.

6. Presentación de la oferta

1. ANTECEDENTES

1.1 Antigüedad:

Detallar los años de presencia en el mercado ya sea de la empresa como de los profesionales y técnicos que la integran, especialmente de quienes estarán a cargo de la prestación del servicio en caso de ser adjudicado.

Se valorará positivamente equipos consolidados y en funciones al momento de presentarse al llamado.

1.2. Experiencia:

Acreditar la experiencia en servicios similares a los requeridos en este llamado, por parte de la empresa y/o de las personas que la integran, especialmente de quienes estarán a cargo de la prestación del servicio en caso de ser adjudicado.

Se valorará positivamente contar con antecedentes en actividades no comerciales, así como experiencias de prestación de servicios en áreas de educación, infancia o gestión de políticas públicas.

1.3. 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 se considere relevante. Ceibal podrá contactar a las referencias a efectos de corroborar los datos aportados y ampliar información.

Se valorará positivamente contar con referencias en actividades no comerciales, así como clientes en las áreas de educación, infancia o gestión de políticas públicas.

2. OFERTA TÉCNICA

2.1 Equipo:

CV Y/o reseña profesional de integrantes del equipo de trabajo afectado al contrato con Ceibal y Fundación para la realización de los servicios solicitados. Se exhorta especialmente no incluir perfiles de otros miembros que no estarían afectados de forma directa a la prestación del servicio.

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

Se deberá completar el cuadro a continuación:

Nombre	Rol en la prestación del servicio a Ceibal y Fundación	Nivel de formación y/o experiencia

(Agregar tantas filas como sean necesarias)

2.2. Portfolio:

Se deberá acreditar experiencia en los servicios solicitados en este llamado, pudiendo incluir ejemplos de las principales experiencias a destacar.

Se valorará especialmente contar con ejemplos en actividades no comerciales, así como clientes en las áreas de educación, infancia o gestión de políticas públicas, preferentemente dando cuenta de la capacidad de prestar servicio en los principales objetos detallados en el llamado.

2.3. Modalidad de trabajo:

Se deberá confirmar la viabilidad de cumplir con el proceso de trabajo propuesto en el llamado, punto "Modalidad de trabajo". Se valorará positivamente que se hagan propuestas de mejoras o adicionales que promuevan un proceso de trabajo más eficiente y rico para ambas partes.

3. Oferta económica

El oferente deberá presentar su propuesta de honorarios por la prestación de los servicios descritos en este llamado.

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:

SERVICIOS CEIBAL	HONORARIOS POR MES / HORA SIN IMP. \$ UY	IMPUESTOS \$ UY	TOTAL C/IMP. \$ UY
Honorarios mensuales por concepto de 80 horas de servicios de comunicación estratégica para Ceibal	\$ UY por mes		
Honorarios por 1 hora incremental de servicios de comunicación estratégica para Ceibal	\$ UY por mes		
SERVICIOS FUNDACIÓN	HONORARIOS POR MES / HORA SIN IMP. \$ UY	IMPUESTOS \$ UY	TOTAL C/IMP. \$ UY
Honorarios mensuales por concepto de 20 horas de servicios de comunicación estratégica para Fundación	\$ UY por hora		
Honorarios por 1 hora incremental de servicios de comunicación estratégica para Fundación	\$ 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 obligatoriamente dos servicios que son de adjudicación opcional.

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

4.1 Diseño

Honorario por horas de trabajo dedicadas a tareas de diseño gráfico que Ceibal o Fundación puedan requerir como complemento a los servicios de comunicación estratégica.

Este adicional de contratación opcional será requerido sólo 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. o equipo interno de Fundación.
- Imposibilidad justificada de abordar el diseño desde el equipo externo del estudio de diseño con contrato vigente con Ceibal con la Gcia. de Comunicación o proveedores vigentes de Fundación.
- 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 o Fundación y ser aprobados por el equipo interno de la Gcia. de Comunicación de Ceibal o de Fundación.

4.2 Materiales estratégicos

Honorarios por horas de trabajo dedicadas al desarrollo de materiales estratégicos requeridos por Ceibal o Fundación como complemento a los servicios de comunicación estratégica. Refiere por ejemplo al desarrollo de un manual o la realización de un taller. Materiales o actividades que permitan la gestión profesional de la comunicación estratégica y fomenten la alineación de miembros internos y externos de las organizaciones, velando así por la homogeneidad de criterios estratégicos y su aplicación.

SERVICIO ADICIONAL CEIBAL	HONORARIOS POR HORA S/IMP. \$ UY	IMPUESTOS \$ UY	TOTAL C/IMP. \$ UY
Honorarios por 1 hora de servicio de diseño gráfico para Ceibal.			
Honorario por 1 hora de servicio de desarrollo de materiales estratégico para Ceibal.			
SERVICIO ADICIONAL FUNDACIÓN	HONORARIOS POR HORA S/IMP. \$ UY	IMPUESTOS \$ UY	TOTAL C/IMP. \$ UY
Honorarios por 1 hora de servicio de diseño gráfico para Fundación.			
Honorario por 1 hora de servicio de desarrollo de materiales estratégico para Fundación.			

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, dos técnicos y uno económico. 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.

ASPECTOS A EVALUAR	PESO
1. Antecedentes: 30%	
Antigüedad Años de ejercicio, experiencia en los servicios solicitados.	10%
Experiencia Perfil y nivel de principales los trabajos realizados.	10%

Referencias Tipo de clientes a los que prestan servicio y evaluación de los mismos.	10%
2. Oferta técnica: 30%	
Equipo Formación, número y disponibilidad de los técnicos y profesionales.	10%
Portafolio Análisis de los materiales audiovisuales presentados.	10%
Modalidad de trabajo Confirmación de cumplimiento y/o sugerencias de mejora.	10%
3. Oferta económica: 40%	
TOTAL	100 %

8. Plazo

El plazo de adjudicación será de dos años con opción de renovación por igual período bajo acuerdo de ambas partes siempre y cuando se mantengan las condiciones comerciales adjudicadas y haya plena conformidad con la prestación del servicio.

Si se requiere alguna paramétrica de ajuste anual la misma debe ser detallada. De lo contrario se asumirá ajuste anual por IPC vencido el primer año de contrato

Sin perjuicio de lo anterior cualquiera de las partes podrá rescindir el mismo anticipadamente sin responsabilidad con un preaviso no inferior a 60 días.

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.

12. Seguridad

El proveedor adjudicado deberá cumplir con los "Requisitos de seguridad de la información y privacidad" definidos en la [Política de seguridad de la información](#) de Ceibal, en lo que resulte aplicable, así como cumplir con la normativa interna vigente y de los organismos reguladores y de control.

