



Licitación Abreviada No. 2009LA-000200-85002

“Contratación de una agencia de publicidad para elaborar la campaña de publicidad de las Elecciones Nacionales de Febrero del 2010”

Página 1 de 20

LICITACIÓN ABREVIADA No. 2009LA-000200-85002. (Numeración Interna 022-2009)

“Contratación de una agencia de publicidad para elaborar la campaña de publicidad de las Elecciones Nacionales de Febrero del 2010”

La Proveduría del Tribunal Supremo de Elecciones recibirá su oferta hasta las **10:00 horas del día 02 de junio del 2009**, para la contratación de una agencia de publicidad que elabore la campaña de publicidad de las Elecciones Nacionales de Febrero del 2010, según lo siguiente:

1. OBJETIVO GENERAL

- Contratar una empresa que elabore la campaña de publicidad que motive al electorado a participar en las Elecciones Nacionales del 2010, a través de mensajes radiofónicos, comerciales televisivos, anuncios urbanos, afiches, banners y otros productos de comunicación.

2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Incentivar al electorado a participar en los comicios electorales de febrero del 2010
- Informar al electorado de la importancia del sufragio.

3. REQUERIMIENTOS PARA LA CONTRATACIÓN DE LA AGENCIA DE PUBLICIDAD

Campañas de Publicidad elecciones febrero 2010

Requerimientos para la contratación de la agencia de publicidad

Proveduría

Costado oeste del Parque Nacional, Apdo. 2163-1000, San José, Costa Rica
Teléfono: 2287-5625 • Fax: 2256-6351 • E-mail: ralvarado@tse.go.cr

1



Licitación Abreviada No. 2009LA-000200-85002

“Contratación de una agencia de publicidad para elaborar la campaña de publicidad de las Elecciones Nacionales de Febrero del 2010”

Página 2 de 20

Los comicios que organiza exclusivamente el Tribunal Supremo de Elecciones por mandato constitucional, requieren un permanente trabajo de comunicación publicitaria para una efectiva divulgación de los plazos y acciones propias del proceso (organización electoral), así como para motivar al electorado a participar de ese proceso y el propio día de las elecciones, acudiendo efectivamente a las Juntas Receptoras de Votos. El sufragio es el mecanismo democrático por excelencia que le permite a los costarricenses decidir cuales serán los nuevos representantes que conducirán el Gobierno de la República, y la comunicación se convierte en un enlace más cercano entre los electores y la institución hasta el día de los comicios.

Con el propósito de que se elaboren los productos de comunicación que componen las diferentes campañas de publicidad relativas al proceso electoral de febrero de 2010, a continuación se detallan sus tiempos de entrega y las cantidades. Con este insumo se podrá elaborar un cartel orientado a la contratación de una agencia que, bajo la dirección de la Oficina de Comunicación (Programa Electoral de Publicidad), pueda desarrollar ideas, conceptos, productos y planes de medios acorde con la estrategia esbozada para cada campaña.

Si bien es cierto, la campaña de Motivación al Voto constituye el hilo conductor para todas las campañas¹, la primera en salir al aire será la de Actualización de Domicilio Electoral y Difusión del Padrón Provisional. Todas las campañas desarrolladas como parte de esta contratación deben guardar unidad conceptual.

Para ello, es de interés del Tribunal que este proceso de comunicación considere como herramientas de trabajo metodología de trabajo grupal que promueva la interacción y sinergia necesarias entre los participantes-preferiblemente expertos- para la definición de ideas y conceptos (insights) que sean insumo para el pensamiento estratégico que debe orientar las campañas.

Adicionalmente, es de sumo interés que dicho pensamiento valore e incluya la aparición controlada y segura de mensajes derivados de las campañas en medios no tradicionales o digitales, para lo cual se hará una descripción de lo requerido y que puede ser complementado por los oferentes con base en su experiencia en publicidad

¹ Objetivos del proyecto “Promoción en materia cívica y electoral” del Plan Estratégico Institucional.



Licitación Abreviada No. 2009LA-000200-85002

“Contratación de una agencia de publicidad para elaborar la campaña de publicidad de las Elecciones Nacionales de Febrero del 2010”

Página 3 de 20

en internet, todo en unidad con la línea de campaña. Se aclara desde ya que este rubro constituye una opción y así debe identificarse y detallarse en las ofertas, de modo que el Tribunal según sus intereses puede o no adjudicar dicho rubro o alguno de sus elementos.

Como información insumo para el desarrollo de las campañas, la Oficina de Comunicación suministrará al adjudicatario los estudios sobre abstencionismo analizados y compilados por la Oficina de Asesoría de la Gestión Política del TSE, así como datos generales sobre la naturaleza e importancia de los sistemas políticos.

Es importante mencionar que la agencia publicitaria adjudicataria deberá asignar un equipo de trabajo integral (Director de cuentas, creatividad, diseño y medios) que cuente con alta experiencia comprobable (senior) y capacidad de respuesta inmediata, que deberá estar en contacto constante con el personal de la Oficina de Comunicación (órgano fiscalizador).

Sesiones de generación de conceptos

En los últimos procesos de elección popular se ha partido de un concepto marco de motivación al voto para el desarrollo de mensajes ligados al proceso. Sin embargo, es importante para el Tribunal que sean identificados y aplicados conceptos que respondan a preguntas usuales o cotidianas del electorado como: “porqué votar”, “qué gano con ir a votar”, “que pierdo con no hacerlo”, sin que responder esas cuestiones implique señalar o castigar moralmente a los grupos abstencionistas. De esta forma, será también posible validar los mensajes recientes del Tribunal y proponer el cambio de enfoque y de tono de la campaña motivacional. A continuación se hace un esbozo de lo requerido:

- a. Dos sesiones intensas con grupos de “usuarios expertos”, capaces de validar los mensajes recientes usados y de generar ideas clave y conceptos innovadores que soporten la estrategia de las nuevas campañas.
- b. Participación del equipo creativo de la agencia publicitaria (3 personas) y los profesionales que el Tribunal y el Programa de Publicidad dispongan (no más de 7 personas).



Licitación Abreviada No. 2009LA-000200-85002

“Contratación de una agencia de publicidad para elaborar la campaña de publicidad de las Elecciones Nacionales de Febrero del 2010”

Página 4 de 20

-
- c. Conclusiones y recomendaciones en medio escrito y electrónico
 - d. **Fecha de entrega del informe:** 23 de junio 2009.

Sitio web, banners y presencia en redes sociales

Desde los últimos procesos de elección popular, internet ha despegado como un medio importante, tanto para la presencia de publicidad como para el debate de ideas. En este punto, se hace mención de lo que se requiere, pudiéndose enriquecer con base en la experiencia de la agencia contratada.

1. Diseño de sitio web

El Tribunal Supremo de Elecciones cuenta con un sitio web muy completo que brinda múltiples servicios informativos. Sin embargo, por ser este un producto promocional, no resulta conveniente incorporarlo dentro del sitio www.tse.go.cr, por dos razones fundamentales: 1. Se desconoce el grado de aceptación que tendría un sitio web como el que se propone en este punto; ojalá sea elevado, ante lo cual no se puede exponer la saturación de un sitio que ofrece servicios básicos a la ciudadanía; y 2. Para efectos de recordación, es mucho más sencillo tener una dirección simplificada: www.nombredecampaña.com. Valga indicar que, según bibliografía consultada², esta ha sido la tendencia en otros países. A continuación se hace un resumen de lo requerido:

- a. Diseño y redacción de sitio web interactivo que, con base en una animación flash, proponga de forma lúdica la participación del usuario votante joven costarricense.
- b. Compra de dominio .com, hospedaje y servicio de webmaster (actualización y soporte)
- c. Posibilidad de foro mediante inscripción, con protección de spam y moderación de las intervenciones previa a su publicación
- d. Monitoreo e informe regular al TSE
- e. Vínculos al sitio del Tribunal

² Engaging the electorate : initiatives to promote voter turnout from around the world. Including voter turnout data from national elections worldwide 1945-2006. Stockholm, Sweden : International IDEA, 2006.



Licitación Abreviada No. 2009LA-000200-85002

“Contratación de una agencia de publicidad para elaborar la campaña de publicidad de las Elecciones Nacionales de Febrero del 2010”

Página 5 de 20

f. Fechas de entrega

Screen shots: Lunes 24 de agosto
Dummie funcional: Miércoles 16 de setiembre
Producción final: Lunes 28 de setiembre
Período de activación: Del 1 de octubre al 28 de febrero.

2. Diseño de banners web

La publicidad dentro de sitios web constituye un nicho importante de difusión. En este punto, se tiene un objetivo muy claro: activar un vínculo directo a la consulta de padrón. De esta forma, se pretende aplicar esta modalidad de publicidad a lo largo de todo el período de campaña, a saber, desde agosto de 2009 hasta enero de 2010. Estas serían las especificaciones básicas de lo requerido:

- a. Diseño y redacción de al menos 4 banners para colocar en sitios web de amplia audiencia costarricense.
- b. Vínculo a sitio web del TSE o el sitio mencionado en el punto 1 de esta sección
- c. Monitoreo e informe regular al TSE
- d. Archivos de los diseños en CD, incluyendo los componentes por separado en vectores o en imágenes RGB (según corresponda) y las versiones finales y las modificables.
- e. **Fechas de entrega** Screen shots: Lunes 13 de julio
Producción final: Lunes 3 de agosto

3. Diseño de grupos para redes sociales

- a. Diseño y redacción de grupos para redes sociales más utilizadas por costarricenses, a saber, hi5, facebook, youtube y twitter.
- b. Monitoreo e informe regular al TSE
- c. Vínculos a sitios de partidos políticos y sitio del Tribunal
- d. **Fechas de entrega** Screen shots: Lunes 13 de julio
Producción final: Lunes 3 de agosto

4. Diseño de aplicación flash con instrucciones para votar



Licitación Abreviada No. 2009LA-000200-85002

“Contratación de una agencia de publicidad para elaborar la campaña de publicidad de las Elecciones Nacionales de Febrero del 2010”

Página 6 de 20

Tomando como base los comerciales informativos realizados para procesos anteriores y el afiche “Cómo votar”, se requiere el diseño de una aplicación flash, de diseño ágil e interactiva, que guíe a los electores en el proceso de votación. Lo requerido en éste punto es

- a. Diseño de aplicación flash, con un estilo icónico, con las instrucciones para emitir el voto.
- b. Introducción de elementos interactivos para hacer de la aplicación atractiva y lúdica.
- c. Archivos de los diseños en CD, incluyendo los componentes por separado en vectores y las versiones finales y las modificables.
- d. **Fechas de entrega** Bocetos y story line: Miércoles 1 de setiembre
Dummie: Miércoles 16 de setiembre
Producción final: Lunes 28 de setiembre

5. Plan de medios

La empresa designada deberá desarrollar, para esta campaña y como un producto de la contratación, un plan de medios para la publicación de los banners. **El costo de la pauta en medios de comunicación no forma parte de lo que se contratará.**

➤ **Campaña de Actualización de Domicilio Electoral y Difusión del Padrón Electoral Provisional**

Para los últimos procesos de elección presidencial, se diseñó una campaña identificada con el lema “Vote cerca de su casa”. Partiendo de este mensaje y sujeto al diagnóstico que se espera de las sesiones grupales previas de trabajo, se requiere que la agencia de publicidad que resulte adjudicataria conceptualice, diseñe y produzca los siguientes materiales:

1. Mensajes radiofónicos

- a. 2 cuñas de 30” cada una
- b. Dos locutores cada una



Licitación Abreviada No. 2009LA-000200-85002

“Contratación de una agencia de publicidad para elaborar la campaña de publicidad de las Elecciones Nacionales de Febrero del 2010”

Página 7 de 20

-
- c. Producción (estudio de audio, musicalización³, efectos de sonido, etc.)
 - d. Copias en CD o mp3 y envío a los medios
 - e. Master en 2 CDs, en mezcla completa y en canales separados, en versión de audio y mp3.
 - f. **Fechas de entrega** Dummies grabados: Viernes 17 de julio
 Producción final: Jueves 30 de julio

2. Comercial televisivo

- a. 1 spot de 30”
- b. Producción por computadora en 2D (sin filmación)
- c. Toma de fotografías digitales no profesionales o ilustración 2D, según el concepto elegido
- d. Uno o dos locutores
- e. Producción (ilustración, estudio de postproducción, rendering, etc.)
- f. Master en DVD, betacam y CD o DVD con mpeg4 y respaldos (ilustraciones, fotografías, fuentes, etc.).
- g. Cinco copias en betacam para los medios y envío a éstos.
- h. **Fechas de entrega** Story board: Viernes 17 de julio
 Producción final: Jueves 23 de julio

3. Anuncios urbanos (Mupis)

- a. Dos diseños
- b. Toma de fotografías digitales o ilustración 2D, según el concepto elegido.
- c. 40 impresiones de cada diseño (80 en total)
- d. CD con los artes digitales de los diseños (en Adobe Illustrator y Adobe Photoshop, en curvas y en vectores, con respaldo de las imágenes y tipografías utilizadas, con imágenes *flattened* y en *layers*, y arte final en Adobe Indesign) conjuntamente con la entrega del material
- e. **Fechas de entrega** Bocetos: Viernes 7 de agosto
 Producción final: Viernes 21 de agosto

4. Afiche Actualización de Domicilio

³ La institución aporta la música del himno “El Pueblo tiene una voz” en tres versiones (instrumental, con coros y mezcla completa), a fin de que se procure conservar la identidad musical en los mensajes de la institución.



Licitación Abreviada No. 2009LA-000200-85002

“Contratación de una agencia de publicidad para elaborar la campaña de publicidad de las Elecciones Nacionales de Febrero del 2010”

Página 8 de 20

-
- a. 8.000 unidades
 - b. 11 x 17 pulgadas
 - c. Full color más barniz
 - d. Impresión sólo tiro, a morir
 - e. Cartulina C-12
 - f. CD con los artes digitales de los diseños (en Adobe Illustrator y Adobe Photoshop, en curvas y en vectores, con respaldo de las imágenes y tipografías utilizadas, con imágenes *flattened* y en *layers*, y arte final en Adobe Indesign) conjuntamente con la entrega del material impreso
 - g. Entrega de negativos (en caso de que no se haya utilizado CTP) y pruebas de color conjuntamente con la entrega del material impreso
 - h. **Fechas de entrega** Bocetos: Viernes 17 de julio
Producción final: Lunes 3 de agosto

5. Afiche Exhibición del Padrón Provisional

- a. 8.000 unidades
- b. 11 x 17 pulgadas
- c. Full color sin barniz
- d. Impresión sólo tiro, a morir
- e. Cartulina C-12
- f. CD con los artes digitales de los diseños (en Adobe Illustrator y Adobe Photoshop, en curvas y en vectores, con respaldo de las imágenes y tipografías utilizadas, con imágenes *flattened* y en *layers*, y arte final en Adobe Indesign) y pruebas de color conjuntamente con la entrega del material impreso
- g. Entrega de negativos (en caso de que no se haya utilizado CTP) conjuntamente con la entrega del material impreso
- h. **Fechas de entrega** Bocetos: Viernes 3 de julio
Producción final: Lunes 13 de julio

6. Banners

- a. 34 unidades en estructura de araña o roller up
- b. 1.80 x 0.90 metros
- c. Toma de fotografías digitales o ilustración 2D, según el concepto elegido.



Licitación Abreviada No. 2009LA-000200-85002

“Contratación de una agencia de publicidad para elaborar la campaña de publicidad de las Elecciones Nacionales de Febrero del 2010”

Página 9 de 20

-
- d. CD con los artes digitales de los diseños (en Adobe Illustrator y Adobe Photoshop, en curvas y en vectores, con respaldo de las imágenes y tipografías utilizadas, con imágenes *flattened* y en *layers*, y arte final en Adobe Indesign) conjuntamente con la entrega del material impreso
 - i. **Fechas de entrega** Bocetos: Viernes 3 de julio
Producción final: Lunes 13 de julio

7. Plan de medios

La empresa designada deberá desarrollar, para esta campaña, un plan de medios que abarque dos meses de pauta (del lunes 3 de agosto al martes 6 de octubre) de las cuñas de radio y un mes del spot televisivo (setiembre). **El costo de la pauta en medios de comunicación no forma parte de lo que se contratará.**

➤ Campaña de Motivación al Voto e Información al Elector

El llamado de los electores a integrarse activamente a la vida política del país y expresar esa participación mediante el sufragio ante las urnas cobra especial relevancia en un momento en que el país alcanzó, en los últimos comicios, elevados porcentajes de abstencionismo. Las causas y motivos que han determinado al elector a no votar son diversas; sin embargo, como al Tribunal se le confió constitucionalmente la organización, dirección y vigilancia de todos los actos relativos al sufragio y, al constituir su ejercicio parte del eje de la vida política costarricense, su función se extiende también a convocar a la ciudadanía a elecciones y llamarla a expresarse activa y cívicamente como contribución a la permanencia de la democracia.

En años anteriores se realizaron varios cortos televisivos informativos; sin embargo, existen dos razones muy importantes por las cuales no podrían ser reutilizados:

- A.** Las grabaciones de los videos se realizaron con los productos gráficos propios de cada comicio, por lo que es necesario renovar en los vídeos elementos como la mampara cuyo diseño cambia para esta próxima elección, papeletas de la elección más próxima y las nuevas urnas que se utilizarán.



Licitación Abreviada No. 2009LA-000200-85002

“Contratación de una agencia de publicidad para elaborar la campaña de publicidad de las Elecciones Nacionales de Febrero del 2010”

Página 10 de 20

-
- B. Las personas contratadas para la filmación en calidad de modelos en su momento (los que fueron aportados por la productora de video, no por la institución), cedieron sus derechos para el período en el cual fueron elaborados los comerciales. En caso de reutilizar los mismos spots, sería necesario reconocerles nuevamente honorarios por derechos de imagen. Adicionalmente, nada asegura que alguno de ellos pueda estar ahora ligado a la actividad política, lo que pondría en peligro la neutralidad de nuestros mensajes.

El único producto audiovisual que se pretende mantener es el video de la canción “El Pueblo tiene una Voz”, el cual se pautaría en espacios gratuitos que las televisoras cedan al TSE, según lo estipula **Reglamento para la aprobación de Radiodifusoras de Televisión**. Quedará a criterio de la agencia contratada, según el resultado del diagnóstico previo al planeamiento estratégico realizado en conjunto con la institución, utilizar alguno de los ejes temáticos que se exponen en el mensaje musical mencionado.

Tomando en cuenta todo lo anterior, a continuación se describen los productos que formarían parte de una campaña que tenga como objetivos darle **información básica pero útil** al elector sobre el proceso electoral y **motivarle** para que participe de la vida política del país y lo exprese acercándose a las Juntas Receptoras para votar.

1. Cortos televisivos informativos

- a. Cuatro spots de 30”, grabados en formato digital, elaborados con base en textos aportados por la institución
 - i. Horario de las Juntas Receptoras y tiempo límite para votar
 - ii. Necesidad de presentar la cédula y firmar el Padrón Registro
 - iii. Forma de marcar y doblar la papeleta (votos nulos)
 - iv. Voto asistido y ayudas técnicas para votar
- b. Actores contratados previo casting. Los actores elegidos deberán comprometerse por escrito a no participar en actividades partidarias por un año, así como permitir que su imagen sea utilizada para los mismos fines en las siguientes elecciones municipales (diciembre 2010).
 - i. Votante por primera vez (joven)
 - ii. Personas con discapacidad (no vidente y silla de ruedas)
 - iii. Adulto mayor



Licitación Abreviada No. 2009LA-000200-85002

“Contratación de una agencia de publicidad para elaborar la campaña de publicidad de las Elecciones Nacionales de Febrero del 2010”

Página 11 de 20

-
- iv. Dos mujeres
 - v. Dos hombres
 - vi. Personas perteneciente a minoría étnica (afrocaribeño e indígena)
 - vii. De 8 a 12 extras
 - c. Locación en Centro de Votación (escuela o colegio)
 - d. Traducción al Lenguaje de Señas Costarricense (LESCO)
 - e. Locución en off y musicalización⁴, para pauta en TV y radio
 - f. Se deberá suministrar master en DVD
 - g. Master en CDs (audio y mp3) de los audios para pauta en radio.
 - h. Se deberá suministrar master en DVD y betacam, con audios en DAT y CD con pistas por separado, tanto en audio como en mp3. Asimismo, se requerirá copia en MPEG de cada spot para aprobación y archivo final.
 - i. 5 copias en betacam para los medios y envío a éstos.
 - j. **Fechas de entrega** Story board: Lunes 21 de setiembre
Producción final: Lunes 26 de octubre

2. Cortos televisivos motivacionales

- a. Cuatro spots televisivos de 30”, grabados en formato digital
- b. Se requiere conceptualización y creación de guiones
- c. No más de tres actores por spot, contratados previo casting. Los actores elegidos deberán comprometerse por escrito a no participar en actividades partidarias por un año, así como permitir que su imagen sea utilizada para los mismos fines en las siguientes elecciones municipales (diciembre 2010).
Al igual que en los cortos informativos, los actores y los temas a tratar deben incluir representación de la población votante por primera vez, grupos minoritarios, equidad de géneros, etc.
- d. Traducción al Lenguaje de Señas Costarricense (LESCO)

⁴ La institución aporta la música del himno “El Pueblo tiene una voz” en tres versiones (instrumental, con coros y mezcla completa), a fin de que se procure la conservar la identidad musical en los mensajes de la institución.



Licitación Abreviada No. 2009LA-000200-85002

"Contratación de una agencia de publicidad para elaborar la campaña de publicidad de las Elecciones Nacionales de Febrero del 2010"

Página 12 de 20

-
- e. Se deberá suministrar master en DVD y betacam, con audios en DAT y CD con pistas por separado. Asimismo, se requerirá copia en MPEG de cada spot para aprobación y archivo final.
 - f. Una vez finalizado el proyecto, la agencia deberá entregar a la institución los rushes (imágenes en crudo) en formatos betacam y DVD.
 - g. 5 copias en betacam para los medios y envío a éstos.
 - h. **Fechas de entrega** Story board: Lunes 21 de setiembre
Producción final: Lunes 26 de octubre

3. Coletilla de TV para 800 ELECTOR

- a. 10 segundos de duración
- b. Generada en animación 2D
- c. Locución en off
- d. Master en DVD de los 8 comerciales antes descritos con la coletilla añadida
- e. Master en CD de los audios para pauta en radio.
- f. Ajuste en el plan de medios para pautar los comerciales y las cuñas ampliadas durante la semana previa a la elección.
- g. 5 copias en betacam para los medios de los 8 comerciales con la coletilla y envío a los medios.
- h. **Fechas de entrega** Story board: Lunes 12 de octubre
Producción final: Lunes 26 de octubre

4. Anuncios urbanos (Mupis)

- a. Cuatro diseños (motivacionales)
- b. 40 impresiones de cada diseño (160 en total)
- c. Toma de fotografías digitales o ilustración 2D, según el concepto elegido.
- d. CD con los artes digitales de los diseños (en Adobe Illustrator y Adobe Photoshop, en curvas y en vectores, con respaldo de las imágenes y tipografías utilizadas, con imágenes *flattened* y en *layers*, y arte final en Adobe Indesign) conjuntamente con la entrega del material
- e. **Fechas de entrega** Bocetos: Viernes 30 de octubre
Producción final: Viernes 13 de noviembre



Licitación Abreviada No. 2009LA-000200-85002

“Contratación de una agencia de publicidad para elaborar la campaña de publicidad de las Elecciones Nacionales de Febrero del 2010”

Página 13 de 20

5. Tatuajes temporales

- a. 500 mil unidades
- b. Un diseño basado en la campaña motivacional.
- c. Una tinta, no tóxicos, especiales para aplicación temporal en piel.
- d. Dirigido a público joven, votante por primera vez (de 18 a 21 años).
- e. Tema ligado al sitio web de la campaña.
- f. CD con los artes digitales de los diseños (en Adobe Illustrator y Adobe Photoshop, en curvas y en vectores, con respaldo de las imágenes y tipografías utilizadas, con imágenes *flattened* y en *layers*, y arte final en Adobe Indesign) conjuntamente con la entrega del material.
- g. **Fechas de entrega** Bocetos: Viernes 7 de agosto
Producción final: Lunes 21 de setiembre.

6. Plan de medios

La empresa designada deberá desarrollar y entregar como parte de los productos un plan de medios para los ocho spots y las cuatro cuñas de radio que abarque del lunes 2 de noviembre al viernes 5 de febrero. **El costo de la pauta no forma parte de lo que se contratará.**

Se debe tomar en cuenta que, adicional a la bonificación que corresponda por la contratación de espacios de pauta, la agencia velará y reportará periódicamente a la Oficina de Comunicación que las televisoras y radioemisoras incluyan también en su plan de pauta el tiempo para darle cumplimiento a lo estipulado en el artículo 12 del Reglamento para la Aprobación de Radiodifusoras de Televisión que dice lo siguiente:

"Las radioemisoras y televisoras comerciales están obligadas a ceder gratuitamente al Ministerio de Educación Pública un espacio mínimo de media hora por semana para fines de divulgación científica y cultural. Desde la convocatoria a elecciones dicho espacio será cedido al Tribunal Supremo de Elecciones para dar instrucciones sobre temas cívico-culturales".



Licitación Abreviada No. 2009LA-000200-85002

"Contratación de una agencia de publicidad para elaborar la campaña de publicidad de las Elecciones Nacionales de Febrero del 2010"

Página 14 de 20

CONDICIONES ESPECÍFICAS

- 1) Se realizará una única reunión de aclaraciones, que se verificará en la Oficina de del Tribunal Supremo de Elecciones, sita frente al Parque Nacional, San José, a las **10:00 horas del 20 de mayo de 2009.**

A los asistentes a dicha reunión se les entregará un comprobante de participación, el cual deberá adjuntarse una copia junto con la oferta.

- 2) En el tercer apartado de este cartel en donde se indiquen fechas de entrega, se tendrán como probables, las cuales podrán variar según el desarrollo del procedimiento de contratación o bien, de común acuerdo con el órgano fiscalizador.

NORMAS PARA LA ADJUDICACIÓN DE LAS OFERTAS:

1. Serán evaluadas las ofertas que guarden un ajuste sustancial a las especificaciones del concurso e incorporen o brinden la información atinente a este propósito.
2. Respecto de la información, es claro que el Tribunal se reserva el derecho de verificar y confirmar; en cualquier momento y sin previo aviso, los datos que a su juicio se considere necesario investigar. La falsedad de algún dato o información descalificará inmediatamente la oferta del concurso.
3. La base comparativa de los precios de las ofertas estará definida en colones costarricenses de acuerdo con los tipos de cambio de venta de las monedas extranjeras (referencia del Banco Central de Costa Rica al día anterior de la fecha de vencimiento para la recepción de ofertas).

CALIFICACIÓN Y ADJUDICACIÓN

CONSIDERACIONES GENERALES:

Para efectos de la obtención de los puntajes se utilizarán únicamente dos posiciones decimales, al momento de realizar los cálculos en cada uno de los criterios de evaluación.



Licitación Abreviada No. 2009LA-000200-85002

"Contratación de una agencia de publicidad para elaborar la campaña de publicidad de las Elecciones Nacionales de Febrero del 2010"

Página 15 de 20

En el caso de empate la oferta favorecida con la adjudicación, será la que presente una menor oferta económica.

Por su parte, las ofertas técnica y legalmente elegibles se someterán a la siguiente metodología de evaluación y calificación:

METODOLOGIA DE EVALUACIÓN

1.- Oferta Económica.....	40%
2.- Referencias de servicios similares.....	40%
3.- Años de consolidación de la empresa en el mercado.....	20%
Total.....	100%

La asignación del porcentaje anterior se hará por línea y utilizando las siguientes fórmulas:

1.- Oferta económica..... 40 puntos

A las ofertas se les asignará un puntaje proporcional de acuerdo a la siguiente fórmula:

$$\text{Puntaje a asignar: } (PM/PO) * 40$$

Donde:

PM = es el precio de la oferta de menor monto.

PO = es el precio ofertado.

2.- Referencias de servicios similares..... 40 puntos

El oferente deberá aportar referencias de empresas o instituciones a quienes se les ha prestado un servicio similar en calidad y cantidad al objeto de esta contratación, las cuales deben cumplir con los siguientes requisitos:



Licitación Abreviada No. 2009LA-000200-85002

"Contratación de una agencia de publicidad para elaborar la campaña de publicidad de las Elecciones Nacionales de Febrero del 2010"

Página 16 de 20

-
- Nombre de la empresa o institución, número de teléfono, dirección exacta, características de la consultoría entregada y nombre de la persona a quien se le pueda solicitar información, la cual debe tener suficiente criterio para poder referirse a la calidad del servicio prestado por el oferente.

Luego de confirmada la información se aplicará la siguiente fórmula

Puntaje a asignar: (OC/ OMR) *40

Donde:

OC = Oferta a calificar

OMR = Oferta con mayor número de referencias positivamente confirmadas

3.- Años de consolidación de la empresa en el mercado.....20 puntos

Se asignará 2 puntos (dos) por cada año consecutivo que el oferente tenga como agencia de publicidad, en el mercado costarricense hasta un máximo de 20 (veinte) puntos.

A efectos de probar tal consolidación, el oferente deberá aportar documentación que compruebe dicho aspecto.

CONDICIONES GENERALES

- 3) La oferta deberá presentarse en sobre cerrado en la Proveeduría del T.S.E. antes de la fecha señalada en este cartel para su apertura, con la leyenda en su exterior que indique: Proveeduría del T.S.E, Licitación Abreviada N° 2009LA-000200-85002: *"Contratación de una agencia de publicidad para elaborar la campaña de publicidad de las Elecciones Nacionales de Febrero del 2010"*. Asimismo, las ofertas deberán presentarse en original y tres copias.
- 4) Las ofertas serán abiertas a la hora y en el día señalado en este cartel para tal efecto. Asimismo, para facilitar este acto, las ofertas deberán contener al inicio un detalle técnico-económico (cuadro) que le permita al funcionario encargado del



Licitación Abreviada No. 2009LA-000200-85002

“Contratación de una agencia de publicidad para elaborar la campaña de publicidad de las Elecciones Nacionales de Febrero del 2010”

Página 17 de 20

acto, identificar con celeridad el monto unitario y global de la oferta, así como la garantía, vigencia de la oferta, plazo de entrega, etc.

5) Los precios cotizados lo serán en números y letras con indicación coincidente entre el precio unitario y el monto global de la oferta.

6) **DOCUMENTOS QUE SE DEBEN APORTAR CON LA OFERTA:**

El oferente deberá declarar bajo juramento lo siguiente:

- Declaración jurada de que se encuentra al día en el pago de todo tipo de impuestos nacionales (Art. 65.a R.L.C.A).
- Declaración jurada de que no le alcanza ninguna de las prohibiciones que prevé el artículo 22 de la Ley de Contratación Administrativa (Art. 65.b R.L.C.A).
- Declaración jurada de que se encuentra al día en el pago de sus obligaciones con la Caja Costarricense del Seguro Social (Decreto Ejecutivo No. 26088-H-S, Alcance No. 30 de la Gaceta No. 144 del 16 de junio de 1997).
- Certificación de estar al día en el pago de las obligaciones de la Caja Costarricense del Seguro Social de conformidad con el artículo No. 31 de la Ley de Protección al Trabajador y el artículo No. 74 reformado de la Ley Orgánica de la Caja Costarricense del Seguro Social.

7) Cualquier documento, referencia, anexo, certificación, que se presente en idioma diferente al español, deberán los oferentes presentar la debida traducción bajo declaración jurada, o presentar su traducción oficial. El Tribunal se reserva el derecho de verificar tanto la traducción como su contenido, pero sobre este último el oferente será el responsable.

8) Podrán los oferentes conceder descuentos sobre los precios ofrecidos de acuerdo con el número de líneas que se llegara a adjudicar. El descuento concedido no afectará en modo alguno el porcentaje establecido en este cartel para la garantía de participación, ni será tomado en cuenta en los parámetros de calificación.

9) Las ofertas deberán detallar por aparte los impuestos del mercado local que afectan o afectarán la oferta. Caso contrario, se tendrán por incluidos dentro del precio ofertado.



Licitación Abreviada No. 2009LA-000200-85002

“Contratación de una agencia de publicidad para elaborar la campaña de publicidad de las Elecciones Nacionales de Febrero del 2010”

Página 18 de 20

-
- 10) Para esta contratación, la Jefa de Comunicación y Protocolo, actuará como órgano fiscalizador del virtual contrato, y se hará asistir de la Encargada del Área de Publicidad.
 - 11) La vigencia de la oferta no podrá ser menor a 30 días hábiles.
 - 12) Cada oferta deberá estar respaldada por una garantía de participación equivalente al 1% del monto cotizado o del mayor valor propuesto en caso de “alternativas”, las que solo surtirán efecto en cuanto se hubiera sometido la oferta base. Dicha garantía será entregada en la Proveeduría del Tribunal Supremo de Elecciones, y deberá tener una vigencia mínima de cuarenta y cinco (45) días hábiles contados a partir del día señalado en este cartel para la apertura de ofertas.
 - 13) Quien resulte adjudicatario está en el deber de asegurar la correcta ejecución del contrato y por tal razón rendirá una garantía de cumplimiento en la citada Proveeduría dentro de los cinco (5) días hábiles posteriores a la fecha en que se hubiese recibido requerimiento por escrito de la Proveeduría del TSE. Esta garantía equivaldrá al 5% del monto total adjudicado y tendrá un término de validez de sesenta **(60) días hábiles** que se contarán a partir del vencimiento del plazo de ejecución convenido.
 - 14) El plazo de ejecución comenzará a contarse desde el día en que el adjudicatario reciba del órgano fiscalizador la Orden de Inicio.
 - 15) **Cláusula Penal:** De producirse incumplimiento en el plazo de entrega ofrecido, salvo caso fortuito o de fuerza mayor debidamente informado a la Institución de conformidad con lo establecido en el artículo 198 del Reglamento General de Contratación Administrativa, el Tribunal cobrará una multa de un 0.5% de valor adjudicado por cada día hábil del atraso, imputable al adjudicatario, no pudiendo superar el 25% del total adjudicado (art. 48 Reglamento General de Contratación Administrativa. Se considerará atraso justificado, a las circunstancias no imputables al contratista, originadas por caso fortuito, por fuerza mayor, o hechos de la propia Administración, debidamente demostradas por escrito ante la Unidad Administrativa responsable, dentro del impostergable plazo de 5 días hábiles posteriores a la fecha



Licitación Abreviada No. 2009LA-000200-85002

“Contratación de una agencia de publicidad para elaborar la campaña de publicidad de las Elecciones Nacionales de Febrero del 2010”

Página 19 de 20

en que debió hacerse efectiva la entrega, de acuerdo con los términos ofertados. El monto final de la multa será rebajado por el Tribunal de la respectiva facturación.

- 16) La administración, de acuerdo con sus intereses o según el crédito presupuestario existente, podrá dictar parcialmente la adjudicación, pero la misma se hará según las prioridades del Tribunal, en cuyo caso deberán los oferentes presentar el costo individual de cada línea. Los costos individuales de cada ítem sumados deberán coincidir exactamente con el precio total ofrecido.
- 17) La Administración se reserva el derecho de adjudicar parcialmente una misma línea o bien parte de un mismo objeto de conformidad con lo establecido en la decisión inicial. Esta alternativa será posible cuando el objeto lo permita y ello no afecte su funcionalidad.
- 18) La forma de pago será la usual de la Institución, 30 días naturales después del recibido conforme del Órgano Fiscalizador (art. 34 R.C.A). El pago se realizará mediante depósito en cuenta o transferencia bancaria a la cuenta cliente que el proveedor indique en la factura, siendo requisito para ello que el mismo sea titular ante el ente bancario seleccionado por el proveedor.
- 19) Se consideran inadmisibles e insubsanables las ofertas que incumplan respecto a la indicación de los siguientes puntos: plazo de entrega, forma de pago y vigencia de la oferta cuando ésta sea inferior al 80% del plazo solicitado. Asimismo se considerarán inadmisibles las ofertas que no estén debidamente firmadas por el representante legal ó apoderado.
- 20) En la oferta debe indicarse claramente la persona responsable a quien notificar y la dirección correspondiente en el área metropolitana, así como el número de fax para recibir notificaciones, de no indicarse, toda comunicación se entenderá realizada en el transcurso de dos días hábiles a partir de la emisión del acto administrativo.
- 21) Todo adjudicatario deberá presentar junto a la orden de pedido original y la factura, los timbres fiscales (¢2.50 por cada ¢1.000.00) correspondientes según el monto adjudicado o entero de gobierno que lo respalde, salvo que se hayan cancelado a la



Licitación Abreviada No. 2009LA-000200-85002

"Contratación de una agencia de publicidad para elaborar la campaña de publicidad de las Elecciones Nacionales de Febrero del 2010"

Página 20 de 20

hora de firmar el contrato por los bienes o servicios brindados a la Administración.
(Ver resolución DI-AA-16-2002 de la Contraloría General de la República)

- 22) Se les recuerda la obligación de cumplir con las disposiciones de la Ley General de Contratación Administrativa y su Reglamento General. Asimismo, de conformidad con la Directriz N° 34 del Presidente de la República y los Ministros de la Presidencia y de Trabajo, publicada en La Gaceta No. 01-2002 39 del 25 de febrero del 2002, es deber ineludible de los contratantes cumplir estrictamente las obligaciones laborales y de seguridad social, y en tal virtud es deber aportar la certificación que compruebe que se encuentra al día en el pago de las cuotas obrero patronales, sin perjuicio de la declaración jurada que cada oferente debe rendir sobre el particular.
- 23) Esta compra se encuentra amparada al disponible de la solicitud de pedido N° 4010920292, cuyo contenido económico total asciende a ¢ 30,000,000.00.

Lic. Allan Herrera Herrera
Proveedor a.i.