

LICITACIÓN ABREVIADA N° 2014LA-000049-85002

**“CONTRATACIÓN DE AGENCIA DE COMUNICACIÓN PARA LAS
ELECCIONES MUNICIPALES 2016
TRIBUNAL SUPREMO DE ELECCIONES”**

La Proveeduría Institucional del Tribunal Supremo de Elecciones, recibirá ofertas digitales y presenciales hasta las **10:00 horas del día 12 de enero de 2015**, para la Licitación Abreviada número 2014LA-000049-85002, denominado **“Contratación de agencia de comunicación para las Elecciones Municipales 2016, Tribunal Supremo de Elecciones”**

La oferta podrá presentarse vía digital mediante el sistema Comprared y utilizando la “firma digital”, según el procedimiento para la presentación de Oferta Digital de la Dirección General de Administración de Bienes y Contratación Administrativa, <https://www.hacienda.go.cr/rp/manuales/Manual%20oferta%20digital%20-%20proveedor%20comercial.pdf>

Los oferentes que no cuenten con el sistema de firma digital y deseen presentar las ofertas en forma presencial, deben aportar el original de la oferta y acompañarla de una copia o bien en disco compacto u otra forma de almacenamiento ante la Proveeduría Institucional del Tribunal Supremo de Elecciones, ubicada en el cuarto piso del edificio Thor, Barrio La California, calle 23 entre avenidas 0 y 1, frente al parqueo contiguo al cine Magaly, hasta la hora y fecha indicada en el primer párrafo. Por razones de seguridad jurídica, la misma deberá ser presentada en sobre cerrado identificado con el número de la contratación, el nombre y número de cédula del oferente y el objeto contractual. **En ningún caso se aceptará la presentación de ofertas vía fax o por vía telefónica.**

Se realizará una única reunión de aclaraciones el día lunes 15 de diciembre de 2014 a las 10:00 horas en el Salón Multiusos del Tribunal Supremo de Elecciones, ubicado en el cuarto piso del Edificio de Elecciones.

Para consultas y aclaraciones llamar a los teléfonos: Proveeduría Institucional: 2287-5625, fax: 2287-5805 o consultas técnicas comunicarse con María José Alvarado Aguilar, al 2287-5929 o Marialaura Hernández Campos, al teléfono 2287-5954.

Nota importante: Se advierte a los potenciales oferentes, que la Administración promueve la presente licitación con una Solicitud de Pedido Especial, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 9 del Reglamento a la Ley de Contratación Administrativa, con el compromiso de que se contará con los recursos presupuestarios para la ejecución de la presente contratación.

1. DESCRIPCIÓN DEL OBJETO

Item	Cant.	DESCRIPCION
1	1	<p>El Tribunal Supremo de Elecciones a través de la ejecución de la presente contratación espera que la agencia contratada realice una propuesta de comunicación integral que contemple acciones de comunicación política, relaciones públicas, publicidad y <i>social media</i>. El proceso de planificación estratégica deberá surgir de un trabajo grupal que promueva la interacción y sinergia necesarias entre los participantes (TSE – agencia contratada), que permitirá definir ideas y conceptos (<i>insights</i>) que orientará la estrategia. Para facilitar el proceso, la institución suministrará al contratista los estudios sobre abstencionismo y tendencias del comportamiento del electorado analizado y compilado por el Instituto de Formación y Estudios en Democracia, (IFED) así como datos generales sobre la naturaleza e importancia de los sistemas políticos. Durante la etapa de sensibilización de la agencia, el IFED, dará una inducción sobre el proceso electoral municipal y el comportamiento del electorado.</p> <p>La integración del grupo interdisciplinario por parte del TSE, que estarán presentes durante el proceso de planificación estratégica, será propuesta por la Asesoría de la Gestión Política -y sometido a la valoración del Tribunal- y estarán acompañados por el personal que la agencia contratada estime necesario.</p> <p>En el Anexo No. 1, al final de este cartel, se encuentran las especificaciones técnicas de esta licitación</p>

2. REQUISITOS DE ADMISIBILIDAD

- a) La Administración verificará el día de la apertura, mediante los medios electrónicos dispuestos para este fin, que el oferente, sea persona física o jurídica, se encuentre inscrito como patrono o trabajador independiente y al día con el pago de las obligaciones de la Caja Costarricense de Seguro Social

(CCSS), al día con el pago de FODESAF y del Impuesto a las Personas Jurídicas, en este último caso cuando se trate de sociedades.

En caso de presentarse morosidad o exista algún inconveniente con las páginas electrónicas de consulta, esta Administración prevendrá al oferente para que en el lapso de 3 días hábiles presente la certificación que pruebe su estado al día con dichas obligaciones. Si no atiende la prevención y persiste la morosidad se declarará inadmisibles las ofertas.

- b) No se admiten a concurso las ofertas que incumplan con las condiciones legales y las especificaciones técnicas solicitadas.
- c) Toda oferta deberá suministrar la información completa y suficiente que permita su análisis y estudio comparativo para efectos de adjudicación. El no suministro de la información sustancial que permita verificar su ajuste a las condiciones significativas del cartel, descalificará la oferta para efectos de análisis y adjudicación.
- d) Se consideran excluidas las ofertas que tengan una vigencia inferior al 80% del plazo fijado en este pliego (Arts. 67 y 81 inciso f RLCA).
- e) Condiciones del oferente: El oferente debe tener experiencia comprobada en la prestación de servicios similares a los que se solicitan en este cartel. Para demostrar esta experiencia, deberá **declarar bajo fe de juramento y enlistar** al menos cinco referencias en los últimos 5 años de Instituciones preferiblemente públicas donde hayan realizado proyectos similares a los solicitados. Deberá aportar la razón social de la Institución o empresa, nombre de la persona que pueda dar referencias, número de teléfono, dirección de correo electrónico, fecha en que se ejecutó el servicio. Se advierte a los oferentes que la Administración se reserva el derecho de inspeccionar y verificar la información suministrada.
- f) El oferente no podrá haber trabajado con partidos políticos en campaña política en los últimos 8 años. Para ello, deberá rendir **declaración jurada** al respecto.

3. CONDICIONES GENERALES DE LA OFERTA

- a) La oferta debe adjuntar comprobante de pago del **timbre** de **¢200,00** (doscientos colones exactos) del Colegio de Profesionales en Ciencias Económicas (Ley 7105) extendido a la cuenta electrónica del CPCE en el Banco de Costa Rica 001-0281016-6 en colones bajo la denominación "Pago de timbres CPCECR" y el **timbre** de **¢20,00** (veinte colones exactos) de la Ciudad de Las Niñas (Ley 6496) el cual deberá adjuntarlo a la oferta digital debidamente cancelado con el sello de la empresa oferente y debidamente

identificado el número de la licitación, documento que de esta forma deberá escanear e incluir en la oferta digital.

- b) Los oferentes podrán concurrir a través de cualquiera de las formas de representación contenidas en el artículo 18 del R.L.C.A., sin embargo no se permiten ofertas conjuntas.
- c) En la presente contratación no se admiten ofertas parciales, por lo que los oferentes deberán cotizar el servicio de forma integral de acuerdo a las especificaciones del Anexo No. 1 de este cartel.
- d) El oferente deberá indicar en la casilla dispuesta en el formulario electrónico de CompraRED el costo total al que asciende el servicio requerido.

No obstante, en documento adjunto a la oferta electrónica deberá indicar claramente el precio de cada entregable conforme se solicita en el cuadro del Anexo No. 2.
- e) La **vigencia de la oferta** deberá ser igual ó mayor a **60 días hábiles** a partir de la apertura de las ofertas.
- f) **Lugar de prestación del servicio:** En oficinas centrales del TSE, sita: costado oeste del Parque Nacional en San José, avenida 1, calle 13 y 15. Deberá coordinar lo referente a esta contratación con la Asesora de la Gestión de la Gestión Política y la Asistente de la Presidencia del TSE, teléfono: 2287-5954
- g) El oferente en la cotización deberá adjuntar el desglose de los componentes de los costos de la línea que oferta, debiendo presentar el desglose de costo de cada entregable, ello según las disposiciones estipuladas en los artículos 25, 26, 27 y 52 del R.L.C.A. Con especial atención a la regulación del artículo 26 anterior, en cuanto a indicar la estructura del precio (Mano de Obra, Gastos Administrativos, Insumos y Utilidad).
- h) El precio deberá ser cierto y definitivo, sin perjuicio de eventuales revisiones. Se cotizará la oferta libre de tributos, debiéndose indicar a la vez el monto total de la oferta, en números y letras coincidentes. Cualquier factor que los oferentes introduzcan que afecte el precio o forma de pago debe ser aclarado en su totalidad en la oferta económica. No serán admisibles los pagos anticipados o distintos al procedimiento usual de la Institución. El oferente deberá indicar en su oferta los precios de los productos y servicios indicados.
- i) **Plazo de entrega:** El oferente debe ratificar los plazos de entrega para cada uno de los entregables en que se compone el presente objeto contractual.

Solamente se autorizarán prórrogas en el plazo de entrega estipulado por razones de fuerza mayor o caso fortuito debidamente justificadas, o por demoras ocasionadas por la propia Administración. En uno u otro caso, el contratista solicitará dicha prórroga a más tardar dentro de los dos (2) días hábiles siguientes al conocimiento del hecho que demorará la entrega de los productos. No se concederán prórrogas vencidos los plazos estipulados en la oferta, sin perjuicio del derecho de justificar el incumplimiento por los medios legales establecidos.

- j) El oferente deberá declarar bajo fe de juramento que se encuentra al día con el pago de los impuestos nacionales y municipales y que no le afecta ninguna de las prohibiciones de los artículos 22 y 22bis de la Ley de Contratación Administrativa. La capacidad de actuar de todo oferente se presume, por lo que esa condición solamente la deberá acreditar el adjudicatario. Asimismo deberá declarar que se encuentra habilitado para contratar con el Sector Público (Art. 19 del R.L.C.A.)
- k) **Condiciones de garantía:** El período de garantía de los servicios solicitados (según entregables), será como mínimo de 3 meses.
- l) **Órgano técnico y órgano fiscalizador:** Órgano técnico se designó a la señora María José Alvarado Aguilar, teléfono: 2287-3933, correo electrónico: malvaradoa@tse.go.cr y como Órgano fiscalizador a la señora Marialaura Hernández Campos, teléfono 2287-3829, correo electrónico: mhernandez@tse.go.cr o quienes les sustituyan en sus ausencias temporales o definitivas.
- m) **Modalidad y Forma de Pago:** En la forma usual de gobierno, los pagos se efectuarán en tramos según se estima en las fechas de los entregables que se adjuntan en el Anexo No. 2 al final del presente cartel. Los pagos se efectuarán mediante transferencia bancaria, será de TREINTA DÍAS NATURALES, de conformidad con la Directriz No 033-H del 4 de marzo de 2009, publicada en el Diario Oficial La Gaceta No. 64 del 1º de abril de 2009) a partir de la presentación de la factura y una vez recibido el servicio. Asimismo, el contratista iniciará su gestión de cobro con la presentación de la factura comercial timbrada o dispensada con una descripción detallada del producto y monto a cancelar con una tipografía clara y legible ante el órgano fiscalizador y según la tabla de pago del Anexo No. 2.
- n) **Solicitud de pedido:** Esta licitación se encuentra amparada en la siguiente solicitud de pedido: 40114T0057. La administración advierte a los oferentes que una vez adjudicada la presente licitación se asegurará la disposición de los recursos presupuestarios para el periodo de pago que corresponda. Puede consultar el presupuesto dispuesto inicialmente de este documento o del que eventualmente le sustituya en la siguiente dirección: <https://www.hacienda.go.cr/rp/ca/consultaTramites.aspx>
- o) Toda notificación de esta contratación se realizará por medio del Sistema Informático Comprared, de conformidad con el plazo para cada uno de los actos que se realicen.

4. SISTEMA DE VALORACIÓN Y COMPARACIÓN DE OFERTAS.

Con las ofertas admisibles para una eventual adjudicación, se procederá a realizar la calificación de cada oferta, aplicando la metodología de evaluación siguiente:

Precio 100%

El puntaje se calculará de acuerdo a la razón del precio menor dividido entre cada uno de los precios de las ofertas en estudio, multiplicado por 100.

$$\text{Puntaje} = \frac{\text{Menor Precio}}{\text{Precio de la oferta en estudio}} \times 100$$

Notas:

- Las ofertas deberán cotizarse preferiblemente en colones, moneda de Costa Rica. Sin embargo, si la oferta se cotiza en dólares de los Estados Unidos, para efectos de comparación de las ofertas, la conversión a colones se realizará utilizando el tipo de cambio de venta oficial establecido por el Banco Central de Costa Rica al día de la apertura de las ofertas. Para efectos de cancelación de facturas de ofertas cotizadas en dólares se utilizará el tipo de cambio venta del colón con respecto al dólar calculado por el Banco Central de Costa Rica vigente a la fecha del pago efectivo.
- El precio se deberá cotizar y se entenderá para todos los efectos, libre de los impuestos. El oferente deberá indicar el desglose porcentual del factor precio en mano de obra, insumos, gastos administrativos y utilidad ($P = MO + I + GA + U$) que componen el precio cotizado, de manera que permita revisar y resolver en forma rápida y correcta las solicitudes de reajuste que eventualmente formule el contratista.

Criterio de desempate de las ofertas

De conformidad con el artículo 20 de la Ley 8262, se establece como mecanismo de desempate para la adjudicación de la oferta el siguiente:

- Se preferirán a la **PYME** de producción nacional.
- Cuando existan dos o más PYME nacionales participando en un mismo procedimiento de contratación administrativa, la Administración aplicará los criterios del artículo No. 55 bis del Reglamento a la Ley de Contratación Administrativa.
- De mantenerse la igualdad, la Proveduría establecerá un **SISTEMA DE RIFA** entre las ofertas que se encuentren en esa condición en presencia del analista jurídico, el analista encargado y un representante de cada una de las empresas, previa convocatoria formulada –cuando menos- el día anterior. Ante la inasistencia de alguno de los representantes, un funcionario de la Proveduría Institucional tomará su lugar en el sorteo, en el cual se utilizarán papелitos de igual tamaño, color y uno de ellos tendrá la palabra ganador. De todo ello se levantará un acta que será firmada por los presentes y agregada al expediente administrativo. La no asistencia de las partes no impedirá la realización de la rifa. De lo actuado se levantará un acta que se incorporará al expediente.

6. ADJUDICACIÓN

- a) El Tribunal Supremo de Elecciones, resolverá este concurso en un plazo que no podrá ser superior al doble del plazo fijado para recibir ofertas; incluyendo las prórrogas que se den. (Artículo 87 y 95 R.L.C.A.).
- b) Será adjudicataria la oferta que presente el menor precio. Por la naturaleza del objeto de la presente contratación y atendiendo razones presupuestarias, de interés público o de conveniencia del Tribunal Supremo de Elecciones, éste se reserva la posibilidad de adjudicar parcialmente esta contratación de conformidad con el artículo 27 del Reglamento a la Ley de Contratación Administrativa, según la disponibilidad presupuestaria.

7. DEL ADJUDICATARIO O CONTRATISTA

Una vez en firme el acto de adjudicación se deberá tomar en cuenta lo siguiente:

- a) El contratista se sujetará a las disposiciones contempladas en la normativa que rige la materia de contratación administrativa, así como a las medidas de seguridad y políticas del TSE.
- b) El contratista tiene el deber ineludible de cumplir las obligaciones laborales y de seguridad social, incluido el pago de los salarios mínimos para sus trabajadores establecido por el Ministerio de Trabajo y Seguridad Social, durante todo el periodo de ejecución contractual. La omisión de esta estipulación se tomará como causal de incumplimiento de acuerdo a la Directriz No. 34 del Poder Ejecutivo publicada en La Gaceta No. 39 del 25 de febrero del 2002, haciéndose acreedor el contratista a las sanciones establecidas en la Ley de Contratación Administrativa y su Reglamento en éstos casos.

8. CONTRATO

El adjudicatario deberá aportar dentro de los 3 días hábiles posteriores a la firmeza del acto de adjudicación, y en el caso de resultar ser una empresa, lo siguiente:

- Certificación original de personería jurídica y del capital social, así como de la distribución de las acciones con vigencia no menor de tres meses de emitida.
- Certificación de la propiedad de las cuotas o acciones, con vista en los Libros de la Sociedad emitida por un Notario Público.

De los anteriores documentos el adjudicatario podrá presentar copia certificada siempre y cuando indique expresamente el número de expediente de la contratación en la que se encuentran los originales dentro de esta Proveduría, y

que los mismos no tienen más de 1 año de haber sido emitidos y deberá declarar bajo de fe de juramento que los datos consignados en las copias de dichas certificaciones se mantienen invariables, salvo que esta información conste en el expediente electrónico del adjudicatario en el Registro de Proveedores de la Dirección General de Administración de Bienes y Contratación Administrativa.

El Tribunal Supremo de Elecciones y el adjudicatario podrán suscribir un contrato para regular la prestación de los servicios objeto de este concurso, al cual se adjuntarán las especies fiscales que correspondan, a pagar por el adjudicatario.

Dicho contrato tendrá una vigencia desde la orden de inicio una vez que el órgano fiscalizador le comunique por escrito –vía oficio- al contratista la fecha de ejecución del mismo y hasta el último de los entregables.

El incumplimiento contractual o el acaecimiento de otras causas calificadas a juicio de la Administración, podrán dar lugar a la resolución o rescisión del contrato, de conformidad con la normativa aplicable.

De conformidad con el Reglamento sobre el Refrendo de las Contrataciones de la Administración Pública, el contrato comenzará su fase ejecutiva hasta que cuente con el respectivo refrendo, o aprobación interna.

9. FISCALIZACIÓN CONTRACTUAL

El Tribunal Supremo de Elecciones de acuerdo con el artículo 204 del Reglamento a la Ley Contratación Administrativa podrá, sin perjuicio de las demás acciones administrativas en caso de incumplimiento total por parte del contratista, resolver el contrato en su totalidad o en parte o bien rescindir sus relaciones con fundamento en el artículo 206, de dicho cuerpo normativo.

10. GARANTÍA DE CUMPLIMIENTO

Quien resulte adjudicatario rendirá una garantía de cumplimiento en la Contaduría del TSE, dentro de los cinco (5) días hábiles posteriores a la fecha en que hubiese recibido requerimiento por escrito de la Proveeduría del Tribunal Supremo de Elecciones. Esta garantía equivaldrá al 5 % del monto total adjudicado y tendrá un término de validez durante la ejecución del contrato y sesenta (60) días naturales adicionales a la finalización del contrato.

En caso de rendir garantía de cumplimiento en efectivo, deberá aportar el número de licitación para que la Contaduría emita dos comprobantes, un original para el adjudicatario para que posteriormente solicite la devolución correspondiente, y una copia que el adjudicatario debe entregar en la Proveeduría. En el caso que sea en colones, puede hacer el depósito en la cuenta N° 001-0132062-9 (Cuenta Cliente No.: 15201001013206295) del Banco de Costa Rica y cuando se trate de dólares, puede hacer el depósito en la cuenta No. 100-02-000-621441-8 (Cuenta Cliente No.: 15100010026214418) del Banco Nacional; en cualquier caso, debe presentar el recibo emitido por el banco en la Contaduría (Área de Tesorería) para que esta a su vez emita los comprobantes indicados en este punto.

En el caso de aportar la garantía en una modalidad distinta al efectivo, deberá presentar el documento original y una fotocopia, la Contaduría emitirá dos comprobantes, el original es para el adjudicatario y una copia es para adjuntarle la fotocopia del documento de garantía para que el adjudicatario los entregue en la Proveeduría.

11. SANCIONES:

Conforme lo establece el capítulo X de la Ley de Contratación Administrativa. Los contratistas que durante el curso de los procedimientos de contratación, incurran en las causales previstas en dicho capítulo, serán sancionados con apercibimiento e inhabilitación, según corresponda, de conformidad con lo establecido en el artículo 215 del Reglamento a la Ley de Contratación Administrativa.

12. CESIÓN DE LA CONTRATACIÓN:

Los derechos y obligaciones derivados de un contrato en ejecución o listo para iniciarse, podrán ser cedidos a un tercero, siempre y cuando no se trate de una obligación personalísima. En todo caso, la cesión debe ser autorizada por la Administración mediante acto debidamente razonado. Cuando la cesión corresponda a más de un 50% del objeto del contrato, independientemente del avance en su ejecución, deberá ser autorizada por la Contraloría General de la República. (Art. 209 del R.L.C.A.)

13. FORMALIZACIÓN:

Se advierte a los participantes que cuando la estimación de la adjudicación se encuentre sujeta de aprobación interna por parte del Departamento Legal del Tribunal Supremo de Elecciones, se podrá elaborar el contrato respectivo, de acuerdo con el Reglamento de Refrendos de las Contrataciones Administrativas, emitido por el Ente Rector, publicado en La Gaceta No. 202 del 22 de octubre de 2007, reformado por Resolución No. R-DC-31-2012 de la Contraloría General de la República de las 13:00 horas del 07 de marzo de 2012.

Antes de la suscripción del contrato el adjudicatario deberá rendir la garantía de cumplimiento en los términos establecidos en el presente cartel.

14. REVISIÓN DE PRECIOS

Para los precios cotizados en moneda nacional (colones), el cálculo de las eventuales revisiones se realizará con base en la fórmula matemática recomendada por la Contraloría General de la República, publicada en el Diario Oficial La Gaceta No. 232 del 2 de diciembre de 1982, con el artículo No. 18 de la

Ley de Contratación Directa y conforme al artículo 31 del Reglamento a la Ley de Contratación Administrativa, para lo cual se deberá indicar en la oferta el desglose porcentual del factor precio en mano de obra, insumos, gastos administrativos y utilidad ($P = MO + I + GA + U$) que componen el precio cotizado, de manera que permita revisar y resolver en forma rápida y correcta las solicitudes de reajuste que eventualmente formule el adjudicatario. El derecho a revisión de los precios rige desde la presentación de la oferta y podrá ser solicitado una vez que dé inicio la ejecución contractual, una vez aportada la documentación probatoria a satisfacción al Tribunal Supremo de Elecciones, de conformidad con el artículo 31 del Reglamento a la Ley de Contratación Administrativa. El oferente deberá indicar en su oferta los renglones con que trabajará para los Índices aplicables para las fórmulas de servicios para la mano de obra y los insumos, tal y como se indica en la siguiente fórmula:

$$PV = Pc \left[MO \left(\frac{iMOtm}{iMOtc} \right) + I \left(\frac{ilti}{iltc} \right) + GA \left(\frac{iGAtg}{iGAtc} \right) + U \right]$$

Donde:

PV =	Precio variado.
Pc =	Precio de cotización
MO =	Porcentaje costo de mano de obra sobre cotización total
I =	Porcentaje costo de insumo sobre cotización total
GA =	Porcentaje costo administrativo sobre cotización total
U =	Porcentaje utilidad en precio de cotización
iMOtm =	Índice costo de mano de obra en fecha de variación
iMOtc =	Índice costo de mano de obra en fecha de cotización
ilti =	Índice costo de insumos en fecha de variación
iltc =	Índice costo de insumo en fecha de cotización
iGAtg =	Índice de gastos administrativos en fecha de variación
iGAtc =	Índice de gastos administrativos en fecha de cotización

La información sobre cada uno de los Índices aplicables a la fórmula antes sugerida, deberá ser suministrada por los oferentes según renglón, nivel o capítulo, forma en que se combinaron renglones, si así corresponde (promedio simple o ponderado, etc) y la fuente para cada componente serán:

- 1-Decreto de Salarios Mínimos decretados por el Consejo Nacional de Salarios del Ministerio de Trabajo y Seguridad Social.
- 2-Banco Central de Costa Rica.
- 3-Instituto Nacional de Estadísticas y Censos.

En casos de que los índices sean propios de la empresa, éstos deberán ser certificados por un contador público autorizado.

15. PEDIDO Y TIMBRES FISCALES:

A los participantes en esta contratación, las notificaciones (incluyendo el envío de la orden de compra al adjudicatario) se enviará a la dirección electrónica o número de fax que conste en el Registro de Proveedores de la Dirección General de Bienes del Ministerio de Hacienda. Como medio para recibir notificaciones, en caso de que no se pueda realizar la notificación por los medios señalados, operará la notificación automática en los términos establecidos en el Reglamento de Utilización del Sistema de Compras Gubernamentales CompraRED 2.0

El adjudicatario deberá cancelar el pago de especies fiscales equivalente al 0,25% del monto adjudicado más el monto proporcional por concepto de reintegro sobre el monto adjudicado, según Directriz DGABCA-15-2012 de la Dirección General de Administración de Bienes y Contratación Administrativa, de previo a la firma del contrato y/ o a la emisión de la Orden de Compra con firma digital.

(Documento firmado digitalmente)

Lic. ALLAN HERRERA HERRERA
PROVEEDOR INSTITUCIONAL

ANEXO NO. 1

“CONTRATACIÓN DE AGENCIA DE COMUNICACIÓN PARA LAS ELECCIONES MUNICIPALES 2016, TRIBUNAL SUPREMO DE ELECCIONES”

I. DESARROLLO E IMPLEMENTACIÓN DE PROCESOS DE COMUNICACIÓN INTEGRAL

1. PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA

- a) Diseño de una estrategia de comunicación integral para las Elecciones Municipales de 2016 que incluya tareas específicas en comunicación política, relaciones públicas, publicidad y *social media*; y cuyo objetivo principal sea el de informar y motivar al electorado respecto del proceso electoral, a la vez que se procura la protección y mejora de la imagen y reputación institucional. La estrategia acompañará y tendrá en consideración los objetivos de comunicación previamente elaborados a lo interno de la Institución.
- b) La estrategia que se plantee deberá tomar en cuenta tres momentos claves:
 - **Precampaña:** Periodo previo al inicio de la campaña electoral (junio-octubre de 2015)
 - **Campaña:** Periodo de campaña electoral (octubre de 2015-febrero de 2016)
 - **Post campaña:** Periodo posterior a la campaña electoral (febrero-marzo 2016)
- c) Junto con la estrategia, se deberá adjuntar un cronograma de trabajo que incluya también las fechas de entrega de los bocetos, borradores, guiones, dummies, screen shots, al igual que las fechas de los productos finales detallados en este Anexo. Las fechas de entrega que se indican para cada uno de los productos, es el plazo deseado. Sin embargo, basado en el cronograma que presente la empresa adjudicataria las fechas de entrega de los productos finales se podrían negociar con la empresa adjudicataria. Se solicita tomar en cuenta los tiempos de entrega que se establecen en este documento, pues hay plazos para los cuales se requieren algunos de los productos. De llegar a un acuerdo con el cronograma propuesto por la agencia, se desprenderían y modificarían las fechas de pago que se presentan en el apartado: *Modalidad y Forma de Pago* y *Anexo No. 2* del presente cartel.

- d) La contratista proveerá a la Administración los datos que sustenten la estrategia de comunicación que se desarrollará a lo largo del periodo de la contratación y que midan el impacto de los mensajes sobre el electorado y su manejo por parte de los medios de comunicación.
- e) Plazo de entrega: 15 días hábiles luego de dada la orden de inicio para esta estrategia.
- f) Acompañamiento durante todo el periodo de contratación
- La contratista deberá dar asesoría y acompañamiento directo e inmediato a los Magistrados del TSE en aspectos relativos a comunicación política y relaciones públicas, manteniéndose disponible en el momento en que ellos lo requieran, durante todo el periodo de la contratación.
 - Coordinación de las cadenas de radio y televisión, (medios de comunicación) ello directamente como apoyo a la Asesoría de la Gestión Política y al Magistrado Presidente. Esto involucra las gestiones y contactos necesarios para realizar la grabación, el asesoramiento sobre escenografía y la distribución del material en los medios de comunicación.
 - Coordinación de agenda de entrevistas previas al día de las elecciones con el Magistrado Presidente y los medios de comunicación. La contratista se encargará de contactar a los medios de comunicación y concertar las entrevistas las dos semanas antes de los Comicios. Informará a la Unidad de Relaciones Públicas para coordinar internamente la agenda del Magistrado Presidente.
 - Brindar el acompañamiento y asesoramiento previo a las conferencias de prensa que elaborará el TSE. Deberá colaborar con la formulación de mensajes clave que deban divulgarse en el evento.
 - La contratista podrá sugerir, desde su experiencia, la realización de otro tipo de actividades que permitan posicionar al TSE y mejorar su imagen con los públicos de interés. En caso de que se realicen otro tipo de eventos institucionales y atinentes al proceso electoral, la contratista deberá brindar el acompañamiento y colaborar en caso de que sea requerido, con las gestiones necesarias para convocar a líderes de opinión, medios de comunicación, etc.
 - La contratista deberá mantener constante coordinación con la Unidad de Relaciones Públicas de la Secretaría General del TSE y con la Asesoría de la Gestión Política Institucional, para brindar asesoría y acompañamiento en relación con la prensa y con otros actores externos relevantes. Asimismo, la contratista coordinará con los funcionarios u oficinas que el Tribunal indique como contrapartes.
- g) Mecanismos de control y seguimiento
- La contratista deberá contar con mecanismos eficientes de control y monitoreo para el adecuado seguimiento de la medición en el efecto de la campaña de publicidad y estrategias de comunicación política implementadas. Para tales efectos los ofrecen

tes deberán indicar y adjuntar a sus ofertas los mecanismos y características con los que cuenta para efectuar el control y monitoreo de manera eficiente.

- Durante la contratación, la contratista deberá mantenerse al tanto del contexto y entorno político y deberá conocer las percepciones que el electorado, partidos políticos, sociedad civil y los medios de comunicación tengan respecto del proceso electoral y del TSE. Durante el acompañamiento, la agencia deberá estar pendiente de:
 - Los principales temas de interés e inquietudes de la ciudadanía respecto del proceso electoral municipal 2016 y su percepción (análisis de credibilidad) sobre la labor del TSE. Por tal razón se solicita a la contratista indicar de manera clara las herramientas técnicas o metodológicas que empleará para medir o efectuar la valoración de la percepción de la ciudadanía y del entorno político respecto del proceso electoral.
 - Brindará su valoración del entorno político, económico y social costarricense (lectura de coyuntura) en el que se enmarcan las Elecciones Municipales 2016.
 - Basados en su conocimiento deberán proponer los lineamientos generales y recomendaciones referentes a la estrategia de comunicación política (interna y externa) para el proceso electoral de febrero 2016.
- La contratista deberá enviar semanalmente, al órgano fiscalizador y a la Asesoría de la Gestión Política los reportes de contacto que se realicen.

h) Gestión de crisis y temas sensibles

- La contratista brindará asesoría inmediata y directa al TSE sobre las acciones por tomar frente al tratamiento noticioso de temas sensibles.
- La contratista sugerirá acciones necesarias para facilitar y mejorar la comunicación en escenarios de crisis, atendiendo los protocolos ya existentes en la institución.
- La contratista reforzará el entrenamiento de voceros del TSE en cuanto ello sea necesario.
- Durante los momentos de crisis, la contratista hará las recomendaciones que se estimen oportunas en apego al “Protocolo para el manejo de crisis y temas sensibles” que actualmente utiliza el TSE.

i) Informe de medio periodo

La contratista deberá entregar un informe ejecutivo que evalúe el impacto que hasta el momento haya tenido la estrategia de comunicación diseñada, a partir del análisis permanente de las tendencias informativas e instrumentos de medición de la opinión pública, y en que se recomienden las medidas correctivas necesarias. Fecha de entrega: 1 de diciembre de 2015

2. PRODUCTOS PUBLICITARIOS

• PRECAMPAÑA

De acuerdo con la planificación estratégica que en conjunto realicen el equipo de trabajo del TSE y la agencia contratada previo a la elaboración de productos tangibles, se deberán definir los temas que sean estratégicos de comunicar para el momento previo al inicio del proceso electoral (octubre de 2015). Con base en la definición de esos temas, se espera que la agencia conceptualice, diseñe y produzca los siguientes materiales:

a. Mensajes radiofónicos

- 1 cuña de 30”
- Tres locutores profesionales
- Producción (estudio de audio, musicalización -la institución cuenta con el himno “El pueblo tiene una voz” como identidad musical, la cual deberá incorporarse en el cierre de todos los mensajes que requieran musicalización, adaptando la melodía al estilo particular que se defina para cada mensaje-, efectos de sonido, etc.)
- Copias en CD o mp3 y envío a los medios
- Master en 2 CDs, en mezcla completa y en canales separados, en versión de audio y mp3.
- Fechas de entrega
Presentación de guiones: 26 de junio 2015
Dummies grabados: 08 de julio 2015.
Producción final: 27 de julio 2015.

b. Comerciales televisivos

- 1 spot de 30” para pauta televisiva
- Producción por computadora en 2D (sin filmación o utilizando tomas sin la presencia de actores)
- Toma de fotografías digitales, filmación digital o ilustración 2D, según el concepto elegido.
- Tres locutores profesionales.
- Pre producción, producción (ilustración, estudio de postproducción, rendering, etc.) y post producción en estudios profesionales
- Subtítulos para la población con deficiencia auditiva.
- Master en DVD, betacam y CD o DVD con archivos mpeg4 o avi (para redes sociales) y respaldos (ilustración en Adobe CS6, fotografías, fuentes, etc.), con audios en DAT y CD con pistas por separado. Asimismo, se re-

querirá copia en MPEG de cada spot para aprobación y archivo final.

- Cinco copias en betacam para los medios y versión DVD.
- Fechas de entrega
Presentación de guiones: 26 de junio 2015
Storyboard: 08 de julio 2015
Producción final: 27 de julio 2015

c. Publicidad exterior - Traseras de Buses

- Un diseño, impresión de acuerdo la cantidad que recomiende la Agencia y la gestión para la colocación de dos meses de pauta en rutas del área Metropolitana y en rutas de cabeceras de cantón. Estas rutas deberán ser propuestas por la contratista y serán previamente aprobadas por el órgano fiscalizador quién dará su visto bueno, posterior a la revisión y aprobación de la Presidencia del Tribunal. *La pauta no forma parte de lo que se contratará.*
- Toma de fotografías digitales o ilustración 2D, según el concepto elegido.
- CD con artes digitales de los diseños (en Adobe Ilustrador (en curvas y vectores) y Adobe
- Photoshop (con imágenes flattened y en layers). Todos con el respaldo de imágenes, ilustraciones y tipografías utilizadas. Deberá entregarlo conjuntamente con la entrega de los productos finales.
- Fechas de entrega Bocetos: 26 de junio 2015
Producción final: 07 de agosto 2015

d. Afiches pre-campaña

- Un diseño
- 4.000 unidades como mínimo
- 11 x 17 pulgadas
- Full color más barniz
- Impresión solo tiro, a morir
- Cartulina C-12
- Toma de fotografías digitales o ilustración 2D, según el concepto elegido.
- CD con artes digitales de los diseños (en Adobe Ilustrador (en curvas y vectores), Adobe Photoshop (con imágenes flattened y en layers) o Adobe Indesign (package). Todos con el respaldo de imágenes, ilustraciones y tipografías utilizadas. Deberá entregarlo conjuntamente con la entrega de los productos finales.
- Entrega de negativos (en caso de que no se haya utilizado CTP) y pruebas de color conjuntamente con la entrega del material impreso.
- Fechas de entrega Bocetos: 26 de junio 2015
Producción final: 07 de agosto 2015

e. Diseño de banner web

Se pretende aplicar esta modalidad de publicidad a lo largo de todo el periodo de la campaña, desde agosto 2015 hasta octubre 2015. Se requiere lo siguiente:

- Diseño y redacción de un banner web animado sobre:
- Tema de la Pre Campaña que será propuesto por la contratista durante la planificación estratégica.
- Debe adecuarse para su uso en las redes sociales.
- Colocación en sitios web y redes sociales de amplia audiencia costarricense en el país.
- Monitoreo e informe regular al TSE.
- Archivos de los diseños CD con artes digitales de los diseños (en Adobe Ilustrador (en curvas y vectores), Adobe Photoshop (con imágenes flattened y en layers) o Adobe Indesign (package). Todos con el respaldo de imágenes, ilustraciones y tipografías utilizadas Deberá entregarlo conjuntamente con la entrega de los productos finales.
- Fechas de entrega: Boceto del banner web que se desprende de la pre campaña: 26 junio de 2015
Producción final del banner web que se desprende de la pre campaña: 27 de julio de 2015

f. Plan de medios para la pre-campaña

La contratista deberá desarrollar, para la precampaña, un plan de medios en conjunto con la Oficina de Comunicación y deberá rendir informe del respectivo monitoreo a la Oficina de Comunicación, con copia a la Asesoría de la Gestión Política y órgano fiscalizador. *Este rubro deberá ofrecerlo la agencia como parte de los servicios que brindará al TSE pero, no podrá cobrarlo como un producto aparte. El costo de la pauta en medios de comunicación no forma parte de lo que se contratará.*

- **CAMPAÑA**

En términos generales el TSE concluyó el proceso electoral 2014, con una imagen fortalecida, como organismo que actúa con diligencia para garantizar la transparencia del proceso electoral y el respeto de la voluntad popular expresada en las urnas. La última campaña política se caracterizó por la ausencia de signos externos y por un menor uso de la publicidad tradicional. Aunado a ello, al no haber motivadores significativos, las opciones políticas no lograron tampoco una adhesión emocional ni de profunda convicción del votante. Luego de concluido el proceso nacional, el sistema democrático continúa fortalecido.

Las motivaciones que mueven al elector a no votar no tienen su origen en el Tribunal Supremo de Elecciones. El órgano está llamado a ser la voz neutral y con autoridad moral para hacer un llamado cívico para ejercer el sufragio; sin embargo, el comportamiento en las elecciones municipales suele ser distinto y el nivel de participación es menor. Aunado a ello, debe contemplarse que será la primera vez que se trasladan las elecciones municipales a una elección de medio periodo, 2 años después de realizada la elección de Presidentes y diputados y además el voto electrónico se implementará como plan piloto en algunas Juntas Receptoras de Votos. Con esto en perspectiva, a continuación se describen los productos que formarían parte de una campaña que tenga como objetivos darle información básica y útil al elector sobre el proceso electoral y motivarle para que participe de forma activa en el proceso electoral.

1. Cortos televisivos

- a. 6 spots de 30", grabados en formato digital, elaborados con base en textos aprobados por la institución, previa definición de los temas durante el proceso de planificación estratégica.
- b. Actores contratados previo casting. Los actores elegidos deberán comprometerse por escrito a no participar en actividades político partidistas por un año.
 - i. Votante por primera vez (joven)
 - ii. Personas con discapacidad (no vidente y silla de ruedas)
 - iii. Adulto mayor
 - iv. Dos mujeres
 - v. Dos hombres
 - vi. Personas pertenecientes a minoría étnica (afrocaribeño e indígena)
 - vii. De 8 a 12 extras
- c. Locación en Centro de Votación (escuela o colegio)
- d. Subtítulos para la población con deficiencia auditiva.
- e. Locución en off y musicalización (la institución cuenta con el himno "El pueblo tiene una voz" como identidad musical, la cual deberá incorporarse en el cierre de todos los mensajes que requieran musicalización, adaptando la melodía al estilo particular que se defina para cada mensaje) para pauta en TV y radio
- f. Master en CDs (audio y mp3) de los audios de los spots para pauta en radio.
- g. Master en DVD, betacam y CD o DVD con archivos mpeg4 o avi (para redes sociales) y respaldos (ilustración en Adobe CS6, fotografías, fuentes, etc.), con audios en DAT y CD con pistas por separado. Asimismo, se requerirá copia en MPEG de cada spot para aprobación y archivo final.
- h. Una vez finalizado el proyecto, la agencia deberá entregar a la institución los rushes (imágenes en crudo) en formatos betacam y DVD.
- i. 5 copias en betacam para los medios y envío a éstos
- j. Fechas de entrega
 - o Presentaciones de Guiones: 10 de agosto de 2015
 - o Storyboards: 26 de agosto de 2015
 - o Producción final: 21 de setiembre de 2015

2. Mensajes radiofónicos

- a. 2 cuñas de 30" cada una
- b. Tres locutores profesionales cada una
- c. Producción (estudio de audio, musicalización (la institución cuenta con el himno "El pueblo tiene una voz" como identidad musical, la cual deberá incorporarse en el cierre de todos los mensajes que requieran musicalización, adaptando la melodía al estilo particular que se defina para cada mensaje) , 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. Adaptación de un guion para comunidades indígenas.
- g. Fechas de entrega
 - o Presentación de guiones: 10 de agosto 2015
 - o Dummies grabados: 26 de agosto 2015.
 - o Producción final: 14 de setiembre 2015.

3. Spot 2 D

- a. 1 spot de 30" para pauta televisiva
- b. Producción por computadora en 2D (sin filmación o utilizando tomas sin la presencia de actores)
- c. Toma de fotografías digitales, filmación digital o ilustración 2D, según el concepto elegido.
- d. Tres locutores profesionales.
- e. Pre producción, producción (ilustración, estudio de postproducción, rendering, etc.) y post producción en estudios profesionales
- f. Subtítulos para la población con deficiencia auditiva.
- g. Master en DVD, betacam y CD o DVD con archivos mpeg4 o avi (para redes sociales) y respaldos (ilustración en Adobe CS6, fotografías, fuentes, etc.), con audios en DAT y CD con pistas por separado. Asimismo, se requerirá copia en MPEG de cada spot para aprobación y archivo final.
- h. Cinco copias en betacam para los medios y versión DVD.
- i. Fechas de entrega
 - o Presentación de guion: 10 de agosto 2015
 - o Storyboard: 26 de agosto 2015
 - o Producción final: 21 de setiembre 2015

4. Publicidad exterior-Traseras de Buses

- a. Dos diseños, impresión de acuerdo la cantidad que recomiende la Agencia y la gestión para la colocación de dos meses de pauta en rutas del área Metropolitana y en ru-

tas de cabeceras de cantón. Estas rutas deberán ser propuestas por la contratista y serán previamente aprobadas por el órgano fiscalizador quien dará su visto bueno, posterior a la revisión y aprobación de la Presidencia del Tribunal. *La pauta no forma parte de lo que se contratará.*

b. Toma de fotografías digitales o ilustración 2D, según el concepto elegido. Contemplar la posibilidad de tomar fotografías que hagan eco de los comerciales motivacionales.

c. CD con artes digitales de los diseños (en Adobe Ilustrador (en curvas y vectores) y Adobe Photoshop (con imágenes flattened y en layers). Todos con el respaldo de imágenes, ilustraciones y tipografías utilizadas. Deberá entregarlo conjuntamente con la entrega de los productos finales.

d. Fechas de entrega Bocetos de ambos diseños: 12 de octubre 2015

e. Producción final del primer diseño: 26 octubre 2015

f. Producción final del segundo diseño: 4 enero 2016

Nota: Se pautará un diseño en noviembre de 2015 y otro en enero 2016. *La pauta no forma parte de lo que se contratará.*

5. Calcomanías

a. 500 mil unidades como mínimo

b. 7,5 x 20 cm

c. Un diseño basado en la campaña motivacional

d. Dirigido a público joven, votante por primera vez (de 18 a 21 años)

e. CD con artes digitales de los diseños en Adobe Ilustrador (en curvas y vectores), con el respectivo troquel por separado y en una layer separada en el arte. Todos con el respaldo de imágenes, ilustraciones y tipografías utilizadas. Deberá entregarlo conjuntamente con la entrega de los productos finales.

f. Fechas de entrega

o Bocetos: 08 de setiembre 2015

o Producción final: 20 de octubre 2015

6. Banners para oficinas Central y Regionales

a. Un diseño

b. 34 unidades en estructura de araña o roller up

c. 1.80 x 0.90 metros

d. Toma de fotografías digitales o ilustración 2D, según el concepto elegido.

e. CD con artes digitales de los diseños (en Adobe Ilustrador (en curvas y vectores), Adobe Photoshop (con imágenes flattened y en layers) o Adobe Indesign (package). Todos con el respaldo de imágenes, ilustraciones y tipografías utilizadas. Deberá entregarlo conjuntamente con la entrega de los productos finales.

f. Fechas de entrega

o Bocetos: 08 de setiembre 2015

o Producción final: 20 de octubre 2015

7. Diseño de banners web

Se pretende aplicar esta modalidad de publicidad a lo largo de todo el periodo de la campaña, desde octubre 2015 hasta enero 2016. Se requiere lo siguiente:

- a. Diseño y redacción de al menos 2 banners animados sobre los temas que se desarrollen y aprueben en la campaña. Por ejemplo: Motivación al voto o Información para votar.
- b. Deben adecuarse para su uso en las redes sociales.
- c. Colocación en sitios web y redes sociales de amplia audiencia costarricense en el país
- d. Monitoreo e informe regular al TSE.
- e. CD con artes digitales de los diseños (en Adobe Ilustrador (en curvas y vectores), Adobe Photoshop (con imágenes flattened y en layers) o Adobe Indesign (package). Todos con el respaldo de imágenes, ilustraciones y tipografías utilizadas. Deberá entregarlo conjuntamente con la entrega de los productos finales.
- f. Fechas de entrega:
 - o Bocetos banners web: 21 setiembre de 2015
 - o Producción final de banners web: 05 octubre de 2015

8. Plan de Medios

La empresa designada deberá desarrollar, para la precampaña, un plan de medios en conjunto con la Oficina de Comunicación y deberá rendir informe del respectivo monitoreo a la Oficina de Comunicación, con copia a la Asesoría de la Gestión Política y órgano fiscalizador.

Este rubro deberá ofrecerlo la agencia como parte de los servicios que brindará al TSE pero, no podrá cobrarlo como un producto aparte. El costo de la pauta en medios de comunicación no forma parte de lo que se contratará.

a. Propuesta de divulgación para Voto Electrónico

El plan se desarrollará en 8 centros de votación escogidos para la implementación del voto electrónico, en las juntas receptoras de votos seleccionadas: centros de votación de Aserrí, Desamparados, Escazú, Curridabat, Tibás, San Isidro de Coronado, San Isidro de Heredia y Heredia.

b. Diez Banners

- a. 10 unidades en lona vinílica y roller up
- b. 1.80 x 0.90 metros
- c. Toma de fotografías digitales o ilustración 2D, según el concepto elegido.

d. CD con artes digitales de los diseños (en Adobe Ilustrador (en curvas y vectores), Adobe Photoshop (con imágenes flattened y en layers) o Adobe Indesign (package). Todos con el respaldo de imágenes, ilustraciones y tipografías utilizadas Deberá entregarlo conjuntamente con la entrega de los productos finales.

e. Fechas de entrega

- o Bocetos: 28 de julio 2015
- o Producción final: 02 de setiembre 2015

SOCIAL MEDIA

Diseño de aplicaciones para Facebook y para dispositivos móviles.

El auge de la comunicación digital, en especial dentro del público adulto joven convierte al medio virtual en uno de los principales canales de comunicación para las próximas elecciones. Por tanto, a continuación se hace un resumen de lo requerido:

a. Conceptualización y producción de al menos 2 tipos de aplicaciones para Facebook en las que el potencial votante se involucre con los ejes de campaña, previamente establecidos en la planificación estratégica.

b. Versiones similares de las aplicaciones del ítem anterior, pero para iOS (iPhone) y Android.

c. Monitoreo de actividad e informe semanal al TSE

d. Fechas de entrega

- o Screen shots: 17 de agosto 2015
- o Dummie funcional: 08 de setiembre 2015
- o Producción final: 24 de setiembre 2015
- o Período de activación: Del 8 de octubre de 2015 al 26 de febrero 2016.

e. Coadministración de perfiles para redes sociales

El TSE, posee una administración interna de los perfiles en Facebook, Twitter y YouTube. Para optimizar los procesos de diálogo con el público virtual se requiere:

- o Al menos una persona con amplia experiencia en la administración de perfiles institucionales, con disponibilidad durante todo el periodo electoral (de octubre 2015 a febrero de 2016), abarcando todos los días de la semana (incluyendo fines de semana) durante las etapas de mayor afluencia (dos meses antes de las elecciones y la semana posterior a estas) y tiempo completo durante la semana previa a las elecciones y el propio día.

- o Coordinación constante con la Unidad de Relaciones Públicas (Encargada de Redes Sociales), previa aprobación de la Asesoría de la Gestión Política Institucional, para toda acción que se realice a través de los perfiles institucionales: colocación y creación de contenidos, atención de consultas (según el procedimiento establecido por el Manual de procedimientos de administración de los perfiles institucionales del TSE), diseño de material gráfico y audiovisual.

- o Colocación de pauta generando al menos 6000 click en el perfil del TSE

- Monitoreo e informe semanal a la encargada de redes sociales del TSE (Unidad de Relaciones Públicas). Deberá incluir estadísticas de crecimiento en seguidores, atención de consultas, comentarios, contenidos compartidos, entre otros. Reporte de menciones relacionadas con el TSE en otros “fan pages” o por usuarios de Twitter. Deberá presentarse por escrito y en un soporte audiovisual (power point, pdf o similar). Se hará entrega de los informes a la encargada de la administración de las redes sociales del Tribunal. Con copia al órgano fiscalizador. En el caso de los momentos de crisis o temas sensibles, se requerirá reportes inmediatos.

Evaluación

- Entrega de informe ejecutivo del análisis y evaluación general de la estrategia implementada considerando los resultados obtenidos que permita determinar su eficacia.
- Lo anterior deberá derivarse de un sondeo y análisis de entorno necesario que incluya las percepciones que el electorado, partidos políticos, sociedad civil y medios de comunicación tengan respecto del proceso electoral y del TSE.

Debe incluir como mínimo:

- ✓ Los principales temas de interés e inquietudes de la ciudadanía respecto del proceso electoral municipal 2016 y su percepción (análisis de credibilidad) sobre la labor del TSE.
- ✓ Valoración del entorno político, económico y social costarricense (lectura de coyuntura) en el que se enmarcaron las Elecciones Municipales 2016.
- ✓ Las recomendaciones referentes a la estrategia de comunicación política (interna y externa) para futuros procesos electorales.
- ✓ Deberá entregarse un informe con copia digital que incluya, como mínimo: objetivos, metodología utilizada, instrumentos y principales hallazgos.
- ✓ Fecha de entrega: 26 de marzo de 2016

4. REQUERIMIENTOS Y CONDICIONES

a. Requerimientos de privacidad

- Toda información relacionada con el estudio solicitado debe considerarse como CONFIDENCIAL, por lo cual no puede ser divulgado a terceros por ninguna razón, además la contratista debe asegurar el adecuado control interno de toda la información obtenida durante la contratación.
- El contratista deberá comprometerse a manipular y procesar la información institu-

cional dentro de un ámbito de discreción, privacidad e integridad, de acuerdo con las políticas de control y seguridad institucionales.

- Bajo ninguna circunstancia el contratista podrá utilizar los archivos o información del Tribunal Supremo de Elecciones, para propósitos no contemplados en los procedimientos normales de desarrollo de esta asesoría.
- La utilización indebida o negligente de los recursos institucionales, por prácticas imputables al contratista, serán consideradas factores de incumplimiento a la contratación y facultará al TSE para dar por terminada la contratación, congelar los montos pendientes de pago y establecer cualquier tipo de acción que a criterio de la Institución, deba ejecutarse para resarcirse por los daños que el incumplimiento del contratista le haya generado.
- Para esto, el contratista deberá firmar un acuerdo de confidencialidad donde se compromete a guardar absoluta reserva sobre las recomendaciones a girar a los señores Magistrados. Asimismo, debe existir un acuerdo de confidencialidad por parte de la empresa adjudicada y su personal.
- Durante la vigencia de este contrato, el contratista se comprometerá expresamente a no establecer ni mantener vínculos negociables con ningún partido político o tendencia vinculada a posibles referendos. La infracción a este acuerdo se considerará incumplimiento grave, autorizará al TSE a dar por concluido el la contratación, bajo responsabilidad del contratista, a reclamar la devolución de lo pagado hasta el momento y a las demás sanciones que establece el ordenamiento de contratación administrativa.

b. Requerimientos Técnicos

- El contratista deberá cumplir con la disponibilidad, la cual se refiere al tiempo que requiere para cumplir con las solicitudes hechas por el TSE para organizar su personal y tenerlo en el TSE para iniciar las labores solicitadas. Dicha disponibilidad (tiempo) no deberá ser mayor de veinticuatro (24) horas, una vez convocado por el órgano fiscalizador.
- Para la asesoría que se le brinde al TSE, la contratista deberá contar con un grupo interdisciplinario de expertos en el planeamiento de estrategias de comunicación, que cuente con periodistas, relacionistas públicos, y preferiblemente, otros científicos sociales como sociólogos, comunicadores políticos y politólogos.
- Poner a disposición inmediata del TSE, durante la vigencia del contrato, un equipo interdisciplinario compuesto por al menos 2 personas de amplia experiencia en el manejo de la imagen institucional, opinión pública, relación con medios y situaciones de crisis y Publicidad. Los cuáles serán el principal enlace con la Administración tanto para los aspectos relacionados con la comunicación política y aspectos publicitarios.

- ✓ El análisis de los resultados lo deberán hacer profesionales con un grado mínimo de bachiller universitario con experiencia mínima de 3 años en las siguientes carreras preferiblemente: Estadística, Comunicación Política, Sociología y Ciencias Políticas, de acuerdo a su área de trabajo, por lo que la contratista deberá presentar los atestados académicos y copia de currículos necesarios que serán verificados por el órgano fiscalizador previo a la orden de inicio.
 - La empresa que se encargará de la Campaña de Publicidad deberá asignar un equipo de trabajo integral (Director de Cuentas, creatividad, diseño, medios, tránsito de medios, etc.) que cuente con alta experiencia profesional (definido dentro del gremio como “senior”) y académica (graduados con un nivel mínimo de bachillerato universitario con mínimo tres años de experiencia de carreras íntimamente ligadas a su campo específico de acción: Ciencias de la Comunicación Colectiva, Publicidad, Relaciones Públicas, Producción, Diseño Gráfico, Mercadeo etc.), las cuales deben ser comprobadas mediante documentos adjuntos. (Adjuntar currículos). Esta documentación deberá entregarse previo a la orden de inicio o en el momento en que así lo solicite el órgano fiscalizador. Deberán contar con capacidad de respuesta inmediata, pues deberá estar en contacto constante con la Asesoría de la Gestión Política, la Asesoría de la Gestión Política, Asistente de la Presidencia (órgano fiscalizador) y Magistrados.
 - El personal de la empresa que se encargará de la Asesoría en Comunicación Política deberá asignar un equipo de trabajo integral que cuente con alta experiencia profesional (definido dentro del gremio como “senior”) y académica (graduados con un nivel mínimo de bachillerato universitario con mínimo tres años de experiencia de carreras íntimamente ligadas a su campo específico de acción: Ciencias de la Comunicación Colectiva, Relaciones Públicas, Periodismo, Ciencias Políticas, Sociología, y preferiblemente Comunicación Política), las cuales deben ser comprobadas mediante documentos adjuntos. Esta documentación deberá entregarse previo a la orden de inicio o en el momento en que así lo solicite el órgano fiscalizador. Deberán contar con la capacidad de respuesta inmediata, pues deberá estar en contacto constante con la Asesoría de la Gestión Política, Asistente de la Presidencia (órgano fiscalizador) y Magistrados.
- El TSE se reserva el derecho de solicitar a la contratista la sustitución de cualquier miembro del equipo asignado, quién deberá ser sustituido de inmediato por otra persona de similares condiciones profesionales. Asimismo, si la contratista requiere sustituir a cualquiera de esas personas, deberá notificarlo al TSE, acreditando las condiciones del sustituto, bajo las mismas condiciones estipuladas en el párrafo anterior.
- El contratista deberá estar disponible para atender una reunión semanal con los Magistrados o con quien estos designen, para coordinar la agenda de trabajo, sin perjuicio de la coordinación diaria que resulte necesaria para el cumplimiento de las obligaciones contractuales y de la atención inmediata al llamado del Tribunal.

-
- La contratación de los servicios al TSE se brindará a partir del día hábil siguiente a la orden de inicio por parte del Órgano Fiscalizador y abarcará un periodo de al menos 11 meses, los cuales podrían prorrogarse en caso de que haya que posponer las elecciones en alguna zona del país por razones justificadas, en dicho caso, la contratista deberá garantizar el acompañamiento durante el periodo.
 - Se realizará una única reunión de aclaraciones, que se verificará en el Salón Multi-usos ubicado en el cuarto piso del Edificio de Elecciones de la sede central del TSE en San José, el 15 de diciembre del presente año a las 10:00 am.
 - En el apartado de este cartel en donde se indican 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, para ello deberán presentar por escrito la solicitud de prórroga –en caso de requerirla- con la debida justificación.
 - La institución se reserva el derecho de rechazar al momento de la recepción, aquel servicio que no cumpla con los requisitos de calidad, presentación y condiciones técnicas.
 - Las características de los servicios que se solicitan deben ser cotizadas especificando la forma en que cumplen cada requisito, además se debe respetar el orden de los puntos a la hora de considerar este cartel. Estas respuestas serán respaldadas con la documentación técnica respectiva o al menos mediante declaración jurada donde se garantice su cumplimiento. Estas características representan los valores mínimos solicitados, por lo que no se aceptará ningún valor inferior a los indicados y en todos los casos que correspondan se pueden ofrecer valores superiores, para lo cual el oferente debe identificarlos y describirlos en forma clara y concisa.

Anexo No. 2

TABLA DE ENTREGABLES Y PROPUESTA DE PAGOS

Ítem	Concepto	Fechas de Entrega	Monto a cancelar
1.	I. Desarrollo e implementación de procesos de comunicación integral. Pre campaña Elaboración de Cronograma Plan estratégico y conceptualización	15 días hábiles luego de dada la orden de inicio.	
2.	II. Productos Publicitarios Pre Campaña: 1 cuña radiofónicas	27 de julio 2015	
3.	II. Productos Publicitarios Pre Campaña: 1 Comercial televisivo 2D	27 de julio 2015	
4.	II. Productos Publicitarios Pre Campaña: 1 Diseño y animación de banner web	27 de julio 2015	
5.	1 diseño e impresión de 4000 afiches como mínimo	07 de agosto 2015	
6.	Un diseño, impresión y gestión para la colocación de traseras de buses (<i>la pauta no forma parte de lo que se contratará</i>)	07 de agosto 2015	Cantidad de impresiones: Rutas: Gestión para la colocación: Costo total:
7.	Voto Electrónico 1 Diseño e impresión de diez Banner	02 de setiembre 2015	
8.	III. Campaña: 1 cuña radiofónica	14 de setiembre 2015	
9.	III. Campaña: 1 cuña radiofónica	14 de setiembre 2015	
10.	III. Campaña: 1 spot televisivo	21 de setiembre 2015	
11.	III. Campaña: 1 spot televisivo	21 de setiembre 2015	
12.	III. Campaña: 1 spot televisivo	21 de setiembre	

**TRIBUNAL SUPREMO DE ELECCIONES
PROVEEDURÍA INSTITUCIONAL**

Teléfono: 2287-5625 Fax: 2287-5805 Email: provts@tse.go.cr

		2015	
13.	III. Campaña: 1 spot televisivo	21 de setiembre 2015	
14.	III. Campaña: 1 spot televisivo	21 de setiembre 2015	
15.	III. Campaña: 1 spot televisivo	21 de setiembre 2015	
16.	III. Campaña: 1 spot 2D	21 de setiembre 2015	
17.	III. Campaña: Diseño y animación de 2 banner web	05 de octubre de 2015.	
18.	III. Campaña: 500 mil Calcomanías	20 de octubre 2015	
19.	III. Campaña: 1 diseño e impresión de 34 banners	20 de octubre 2015	
20.	III. Campaña: 1 diseño, impresión y gestión de colocación de traseras de buses	Fecha de entrega primer diseño aprobado: 26 de octubre de 2015	Cantidad de impresiones: Rutas: Gestión para la colocación: Costo total:
21.	III. Campaña: 1 diseño, impresión y gestión de colocación de traseras de buses	Fecha de entrega de segundo diseño aprobado: 04 enero 2016	Cantidad de impresiones: Rutas: Gestión para la colocación: Costo total:
22.	III. Campaña: Entrega de informe que evalúe el impacto que haya tenido la estrategia de comunicación diseñada, a partir del análisis permanente de las tendencias informativas e instrumentos de medición de la opinión pública, y en que se recomiendan las medidas correctivas necesarias.	1 de diciembre 2015	

23.	IV. Post campaña: Coadministración de perfiles para redes sociales y colocación de pauta generando al menos 6000 clicks en el perfil del TSE y 6000 clicks en el perfil del IFED	26 de marzo 2016	
24.	IV. Post campaña: Entrega de informe final del análisis y evaluación general de la estrategia implementada considerando los resultados obtenidos de esta que permita determinar su eficacia. Servicio de asesoría y acompañamiento.	26 de marzo 2016	