

DISPONE LLAMADO A LICITACIÓN PÚBLICA Y APRUEBA BASES ADMINISTRATIVAS, TÉCNICAS Y ANEXOS PARA CONTRATACIÓN DEL SERVICIO DE ASESORÍA CREATIVA EN LA PRODUCCIÓN E IMPLEMENTACIÓN DE LA CAMPAÑA NACIONAL DE PREVENCIÓN DE LA VIOLENCIA CONTRA LA MUJER 2022.

RESOLUCION EXENTA N°

SANTIAGO,

VISTO:

Lo dispuesto en el Decreto con Fuerza de Ley N° 1-19.653, de 2000, del Ministerio Secretaría General de la Presidencia, que fija el texto refundido, coordinado y sistematizado de la Ley N° 18.575, Orgánica Constitucional de Bases Generales de la Administración del Estado; la Ley N° 19.880, que establece Bases de los procedimientos administrativos que rigen los actos de los Órganos de la Administración del Estado; la Ley N° 21.395, de Presupuestos del Sector Público correspondiente al año 2022; la Ley N° 19.886, de bases sobre contratos administrativos de suministro y prestación de servicios y su Reglamento contenido en el Decreto N° 250, de 2004, del Ministerio de Hacienda; la Ley N° 20.820, que crea el Ministerio de la Mujer y la Equidad de Género y modifica normas legales que indica; el Decreto N° 27, de 2016, que aprueba el reglamento orgánico que determina la estructura interna de este Ministerio; el Decreto N° 31, de 2022, de esta procedencia; y la resolución N° 7, de 2019, de la Contraloría General de la República, que fija normas sobre exención del trámite de toma de razón de las materias que se indican.

CONSIDERANDO:

1. Que, conforme lo dispuesto en el artículo 1° de la ley N° 20.820, el Ministerio de la Mujer y la Equidad de Género es la Secretaría de Estado encargada de colaborar con el Presidente de la República en el diseño, coordinación y evaluación de las políticas, planes y programas destinados a promover la equidad de género, la igualdad de derechos y de procurar la eliminación de toda forma de discriminación arbitraria en contra de las mujeres.

2. Que, el referido texto legal, en su artículo 2° dispone que *“Al Ministerio le corresponderá planificar y desarrollar políticas y medidas especiales con pertinencia cultural, destinadas a favorecer la igualdad de derechos y de oportunidades entre hombres y mujeres, procurando eliminar toda forma de discriminación arbitraria basada en el género, la plena participación de las mujeres en los planos cultural, político, económico y social, así como el ejercicio de sus derechos humanos y libertades fundamentales y velar por el cumplimiento de las obligaciones contenidas en los tratados internacionales ratificados por Chile en la materia y que se encuentren vigentes”*.

3. Que, por mandato constitucional y legal, la Administración del Estado está al servicio de la persona humana y su finalidad es promover el bien común atendiendo las necesidades públicas de manera continua y permanente.

4. Que, de conformidad a lo establecido en el artículo 5° de la Ley N° 18.575, la autoridad debe velar por la eficiencia y eficacia en el cumplimiento de los fines y objetivos institucionales.

5. Que, el artículo 3° de la ley N° 20.820 establece que el Ministerio tendrá, entre otras, las siguientes atribuciones *“c) Desarrollar políticas, planes y programas destinados a atender, prevenir, erradicar y sancionar la*

violencia contra las mujeres, generando los espacios de coordinación entre los organismos de la Administración del Estado a nivel nacional, regional y local” y, asimismo, “f) Velar por la transformación de estereotipos, prejuicios y prácticas sociales y culturales, entre otros, los basados en la idea de la inferioridad o superioridad de cualquiera de los sexos y que naturalizan y reproducen la discriminación arbitraria contra las mujeres”.

6. Que, por otra parte, el artículo 4° de la ley N° 20.066, sobre Violencia Intrafamiliar, dispone que corresponde al Ministerio de la Mujer y la Equidad de Género promover la contribución de los medios de comunicación para erradicar la violencia contra la mujer y realzar el respeto a su dignidad.

7. Que, en concordancia con lo razonado precedentemente, esta Cartera de Estado requiere la contratación de los servicios de asesoría creativa en la producción e implementación de la Campaña Nacional de Prevención de la Violencia contra la Mujer 2022, con la correspondiente difusión en los medios de comunicación y entre la ciudadanía.

8. Que, la División de Administración y Finanzas ha certificado que el servicio requerido no se encuentra disponible en el catálogo de Convenio Marco de la Dirección de Compras y Contratación Pública.

9. Que, esta Cartera Gubernamental cuenta con la disponibilidad presupuestaria para solventar el gasto que implica la presente contratación, en consecuencia,

RESUELVO:

1° APRUÉBENSE las bases administrativas, técnicas y anexos de la licitación pública para la contratación del servicio de asesoría creativa en la producción e implementación de la campaña nacional de prevención de la violencia contra la mujer, cuyo texto es el siguiente:

BASES ADMINISTRATIVAS

1. OBJETO DE LA LICITACIÓN

La Subsecretaría de la Mujer y la Equidad de Género llama a presentar ofertas para la contratación del servicio de asesoría creativa en la producción e implementación de la Campaña Nacional de Prevención de la Violencia contra la Mujer año 2022, conforme se detalla en la presente licitación.

2. MARCO REGULATORIO

La presente licitación pública se regirá por la Ley N° 19.886, y su Reglamento contenido en el Decreto N° 250, de 2004, del Ministerio de Hacienda, la Ley N° 19.880, que establece Bases de los Procedimientos Administrativos que rigen los Actos de los Órganos de la Administración del Estado, las Bases Administrativas y Técnicas aprobadas por la presente resolución exenta, así como por sus respectivos anexos, las respuestas a las consultas formuladas por los/as participantes, aclaraciones, modificaciones, si las hubiere, lo mismo que por la oferta del adjudicatario y el respectivo contrato.

Toda situación no prevista o que resulte dudosa en su alcance o efectos, vinculada a la presente licitación –esté o no expresamente considerada en las bases de licitación– será resuelta por la entidad licitante conforme la normativa señalada, quien está facultada para integrar los vacíos de las bases, buscando el sentido que más se ajuste al espíritu de ellas, siendo su decisión obligatoria para los participantes.

La Subsecretaría se reserva el derecho de suspender o dejar sin efecto esta licitación, por razones fundadas, sin que de ello se derive responsabilidad alguna para la entidad licitante en concordancia con las disposiciones legales y reglamentarias correspondientes.

Si se comprueba falsedad en la información contenida en cualquier oferta que se presente, aún después de la adjudicación, el oferente perderá todas sus garantías, además de hacer responsable por los daños y perjuicios que se deriven de la situación al oferente en cuestión, reservándose el organismo licitante el derecho a poner término al proceso de adquisición y/o hacer efectivas las garantías que correspondieren, sin perjuicio de las acciones legales pertinentes.

3. DATOS BÁSICOS DE LA LICITACIÓN

3.1 Generalidades

La presente licitación tiene por objeto la contratación del servicio de asesoría creativa en la producción e implementación de la Campaña Nacional de Prevención de la Violencia contra la Mujer 2022.

Se trata de una convocatoria abierta, cuyo proceso de apertura de las ofertas es en una sola etapa y que contempla el mecanismo de adjudicación a un solo proveedor o agencia.

3.2 Cómputo de los plazos

Todos los plazos de días a que se haga mención en estas bases se entenderán de días corridos, salvo los casos expresamente exceptuados. **Si el último día del plazo fuere inhábil, este se extenderá hasta el día hábil inmediatamente siguiente.** Se deberá tener en especial consideración lo preceptuado en el penúltimo inciso del artículo 25 del Reglamento de la Ley de Compras Públicas respecto del plazo de cierre para la recepción de ofertas.

3.3 Idioma

El idioma de la presente licitación es el español.

3.4 Soporte de documentos

El soporte de documentos será digital a través del Sistema de Información de la Dirección de Compras y Contratación Pública (www.mercadopublico.cl). Excepcionalmente se podrá utilizar el soporte papel en los casos expresamente permitidos por estas bases conforme a la normativa vigente o por la Ley de Compras Públicas y su Reglamento.

3.5 Modalidad de Contratación y Gastos

La presente licitación y contratación será en pesos chilenos, sin reajustes ni intereses de ninguna especie, con impuesto incluido. La oferta efectuada por el/la oferente será a precio fijo donde el valor ofertado por el proveedor o agencia incluye todo gasto que irroque el cumplimiento de los servicios requeridos. Será adjudicado a un/a solo/a oferente.

Los gastos en que incurran los/las oferentes con motivo de la presente licitación serán de su exclusivo cargo, sin derecho a ningún tipo de reembolso por parte de esta Subsecretaría.

4. PROCESO DE LICITACIÓN A TRAVÉS DEL PORTAL MERCADOPUBLICO.CL

El presente llamado a licitación será publicado en el Sistema de Información de la Dirección de Compras y Contratación Pública (www.mercadopublico.cl). El proceso completo de postulación y selección de ofertas, adjudicación y contratación se efectuará a

través del mismo según las instrucciones, condiciones, normas y políticas de uso de dicho Sistema de Información, conforme los requerimientos y condiciones de las presentes Bases de Licitación y su Calendario de Etapas de Licitación, documentos que, con sus modificaciones, aclaraciones y otros, en su caso, estarán disponibles gratuitamente en dicho sitio electrónico, a objeto de que los interesados puedan tomar conocimiento y participar en el presente proceso.

5. MODIFICACIÓN DE LAS BASES DE LICITACIÓN

La Subsecretaría de la Mujer y la Equidad de Género podrá modificar las presentes bases, especificaciones técnicas y sus anexos, ya sea de oficio o en atención a una aclaración solicitada por alguno de los oferentes, durante el proceso de la propuesta, hasta antes del vencimiento de la Fecha de Cierre de Recepción de Ofertas, fecha señalada en las presentes bases de licitación.

Las modificaciones que se lleven a cabo serán informadas a través del sitio www.mercadopublico.cl, formarán parte integrante de esta Licitación y se establecerá un plazo prudencial para que los/las oferentes adecuen sus ofertas a dichas modificaciones.

Asimismo, la entidad licitante se reserva el derecho a introducir enmiendas y/o modificaciones a las presentes bases hasta antes del vencimiento de la Fecha de Cierre de Recepción de Ofertas, de conformidad con lo establecido en los artículos 19 y 28 del Reglamento de la Ley de Compras. Para estos efectos, la entidad licitante deberá comunicar a través del portal las respectivas modificaciones y ellas formarán parte integrante de la presente licitación, pudiendo referirse a todo tipo de aspectos o asuntos sean técnicos, administrativos, y/o económicos, de suspensiones de plazo o cualquier otra índole concierne a las presentes bases.

Las modificaciones de bases estarán vigentes desde la total tramitación del acto administrativo que las apruebe.

6. REQUISITOS, PERFIL DE LOS/LAS OFERENTES Y CONDICIONES PARA OFERTAR Y PARA CONTRATAR

Podrán participar en la presente licitación todas las personas naturales o jurídicas nacionales o extranjeras como también los consorcios o uniones temporales, que cumplan con las exigencias propias de la presente licitación pública y con lo dispuesto en el artículo 4° de la Ley N° 19.886.

Para efectos de la suscripción del contrato correspondiente, será requisito que el proveedor esté inscrito en el registro Chile proveedores, www.chileproveedores.cl y esté habilitado para contratar con el Estado.

Quedarán excluidos los participantes que al momento de presentar la oferta hayan sido condenados por prácticas antisindicales o infracción a los derechos fundamentales de los/las trabajadores/as, dentro de los 2 años anteriores.

Asimismo, tratándose de una persona jurídica no podrá estar afecta a la prohibición de celebrar actos y contratos con organismos del Estado contemplada en los artículos 8°, número 2, y 10°, de la Ley N° 20.393 que establece la Responsabilidad Penal de las Personas Jurídicas en los Delitos de Lavado de Activos, Financiamiento del Terrorismo y Delitos de Cohecho que Indica, como consecuencia de estar condenada por alguno de los delitos que dicho cuerpo legal sanciona.

El oferente no debe haber sido condenado por el Tribunal de Defensa de la Libre Competencia a la medida dispuesta en la letra d) del artículo 26 del Decreto con Fuerza de Ley N°1, de 2004, del Ministerio de Economía, Fomento y Reconstrucción, que fija el texto refundido, coordinado y sistematizado del Decreto Ley N° 211, de 1973, que fija normas para la defensa de la libre competencia.

La Subsecretaría exigirá la obligación de otorgar y constituir, al momento de la adjudicación respectiva, un mandato con poder suficiente o la constitución de sociedad de nacionalidad chilena o agencia de la extranjera, según corresponda, con la cual se celebrará el contrato y cuyo objeto deberá comprender la ejecución de dicho contrato, conforme lo dispuesto en el artículo 67 del Reglamento de la Ley de Compras Públicas.

6.1 Inscripción en el Registro de Proveedores

En caso de que el proveedor o agencia que resulte adjudicado no se encuentre inscrito en el Registro Electrónico Oficial de Contratistas de la Administración (Registro de Proveedores), deberá inscribirse dentro del plazo de 15 días hábiles, contados desde la notificación de la resolución de adjudicación.

Tratándose de los adjudicatarios de una Unión Temporal de Proveedores, cada integrante de ésta deberá inscribirse en el Registro de Proveedores, dentro del plazo de 15 días hábiles, contados desde la notificación de la resolución de adjudicación.

En el caso de los proveedores no constituidos y sin operación en Chile, que no tienen RUT ni operación en Chile por medio de sucursales o agencias, se estará a lo dispuesto en la Directiva de Contratación Pública N° 37, sobre Recomendaciones sobre el uso y aplicación del Registro de Proveedores, aprobada por resolución exenta N° 275 B de 2021, de la Dirección de Compras y Contratación Pública y la normativa vigente.

6.2 De los Consorcios o Uniones Temporales de Proveedores

Los/las oferentes podrán asociarse entre sí, formando una Unión Temporal o Consorcio con el fin de complementar y fortalecer en términos de capacidad sus respectivas ofertas.

Las participaciones que se realicen de manera conjunta por varias personas deberán indicarlo en un documento que formalice la unión, en el que se deberá señalar, a lo menos, que existe solidaridad de las partes respecto de todas las obligaciones que se generen para la entidad y designar uno de sus integrantes como representante legal para los efectos de la licitación. Las inhabilidades para presentar la oferta establecidas en las presentes bases y en la legislación vigente, afectarán a cada integrante de la Unión individualmente considerado.

Las personas jurídicas deberán acreditar su existencia legal acompañando los antecedentes que correspondan de acuerdo con lo que se exige en las presentes bases de licitación y la normativa vigente.

Atendido el monto de la presente licitación, sin perjuicio de las demás disposiciones legales y reglamentarias que resulten aplicables, el acuerdo en el que conste la unión temporal deberá materializarse por escritura pública, que deberá ser presentada al momento de celebrar el contrato. La vigencia de esta Unión Temporal no podrá ser inferior a la del contrato que se suscriba, incluidas sus eventuales renovaciones o ampliaciones.

El consorcio o unión temporal comprometerá de manera solidaria a sus integrantes, como consecuencia de lo cual, la Subsecretaría podrá exigir a cualquiera de sus miembros, indistintamente, el cumplimiento total de las obligaciones contraídas, cualquiera sea su naturaleza.

De igual forma, el pago efectuado por la Subsecretaría a cualquiera de sus integrantes será válido y extinguirá la deuda con respecto a los otros en la parte en que hubiere sido satisfecha, sin perjuicio de la representación que los miembros del consorcio establezcan para los efectos del proceso de licitación.

Para efectos de suscribir el contrato, cada proveedor de la Unión Temporal o Consorcio deberá estar inscrito en el Registro de Proveedores.

Serán aplicables al referido pacto de solidaridad, las disposiciones que al respecto establece el Título IX del libro IV del Código Civil.

Los/las oferentes que participen de manera conjunta deberán acompañar una sola garantía de seriedad de la oferta de conformidad a las presentes bases, pero deberán acompañar todos los demás antecedentes que se solicita a las personas naturales o jurídicas.

7. ETAPAS DE LA LICITACIÓN

De acuerdo a lo establecido en el artículo 25 del Reglamento de la Ley de Compras Públicas, las etapas de la presente licitación son las siguientes:

- a) Llamado a presentar ofertas: 20 días, desde la publicación de las presentes bases hasta el cierre de recepción de ofertas.
- b) Reunión informativa voluntaria con los/las potenciales oferentes: 5° día contado desde la fecha de publicación de las bases.
- c) Plazo para formular consultas y aclaraciones: hasta el 10° día, contado desde la publicación de las presentes bases.
- d) Publicación de respuestas a las consultas y aclaraciones: hasta el 15° día contado desde el cierre del plazo para formularlas.
- e) Fecha de cierre de recepción de ofertas: el 20° día contado desde la fecha de publicación de las bases.
- f) Apertura de las ofertas: 24 horas contadas desde el cierre del plazo de recepción de las ofertas.
- g) Reunión obligatoria de presentación de agencias con ofertas declaradas admisibles: luego de la apertura de las ofertas, en el día, horario y orden que será informado por correo electrónico con al menos 24 horas de anticipación.
- h) Plazo de evaluación y adjudicación: 5 días desde la apertura de las ofertas.
- i) Suscripción del contrato: dentro de los 5 días hábiles siguientes a la notificación de la adjudicación. El contrato definitivo podrá ser suscrito por medios electrónicos, de acuerdo a la legislación sobre firma electrónica.

Los plazos y fechas correspondientes a la realización de las etapas señaladas serán informados en la convocatoria de la licitación a través de www.mercadopublico.cl

La Subsecretaría se reserva el derecho de prorrogar los plazos establecidos en estas bases, sin que de ello se derive responsabilidad alguna para la entidad licitante, ni constituya causal de reclamo o cobro de indemnización alguna por parte de los/las oferentes o adjudicatario. Toda prórroga de los plazos contemplados en estas bases deberá ser fundada y comunicada por la Subsecretaría a los/las oferentes o adjudicatario/a con, a lo menos, 24 horas de anticipación al vencimiento del plazo respectivo.

8. CONTENIDO DE LAS OFERTAS

Las ofertas presentadas tendrán el carácter de irrevocables, y deberán formularse en forma pura y simple.

Los oferentes deberán presentar sus ofertas a través del portal Mercado Público, en formato electrónico o digital, dentro del plazo de recepción de las mismas establecido en las etapas de la presente licitación.

La oferta se compone de los antecedentes administrativos, de la oferta técnica y de la oferta económica, según se detalla en los puntos 8.1, 8.2 y 8.3 de las presentes bases. La falta de presentación de cualquiera de los antecedentes indicados en esos puntos será condición suficiente para no considerar la oferta en el proceso de evaluación y adjudicación, sin perjuicio de su revisión durante la etapa de evaluación y lo dispuesto en el artículo 40 del Reglamento de la Ley de Compras Públicas en materia de errores u omisiones formales.

Para la presentación de las ofertas, los formularios definidos en los Anexos de las presentes bases se encontrarán disponibles en formato Word en el portal de Mercado Público.

Se deja expresamente establecido que la sola circunstancia de presentar una oferta para esta licitación implica que el respectivo oferente ha analizado las bases administrativas y técnicas, aclaraciones y respuestas a las preguntas de la licitación, con anterioridad a la presentación de su oferta, y que manifiesta su conformidad y aceptación sin ningún tipo de reservas ni condiciones a toda la documentación referida.

8.1 Antecedentes Administrativos

Identificación del Oferente	Anexo N° 1 – A (persona jurídica) Anexo N° 1 – B (persona natural) Anexo N° 1 – C (unión temporal)
Declaración Jurada Simple	Anexo N° 2 – A (persona jurídica) Anexo N° 2 – B (persona natural) Anexo N° 2 – C (unión temporal)

Los/las oferentes que sean personas naturales deberán acompañar además una copia escaneada de la cédula de identidad o documento correspondiente.

Por su parte, los oferentes que sean personas jurídicas deberán acompañar además una copia escaneada en formato electrónico de su escritura de constitución y de su inscripción en el Registro de Comercio correspondiente o del documento correspondiente que resulte idóneo para acreditar su existencia.

Los/las oferentes que no se encuentren inscritos/as en Chile Proveedores, o bien, se encuentren en proceso de inscripción (y sus antecedentes aún no se encuentren acreditados), o su contrato no se encuentre vigente, deberán ingresar al Portal Chile Compra todos los antecedentes precedentemente solicitados.

Los/las oferentes que se encuentren inscritos en el Registro Electrónico Oficial de Proveedores del Estado (www.chileproveedores.cl), no deberán acompañar estos documentos si ellos u otros similares se encuentran disponibles en dicho registro a la fecha de apertura de las ofertas.

8.2 Oferta Técnica

Se utilizarán los siguientes criterios de evaluación con los porcentajes que a continuación se indican:

Nómina de trabajos y/o servicios similares con los que tenga o haya tenido contratos en el mismo rubro y envergadura de los servicios requeridos en la presente licitación. Para estos efectos, se considerarán del mismo rubro	Anexo N° 3
--	------------

aquellos servicios referidos a asesoría creativa en la producción, planificación e implementación de plan de medios para campaña comunicacional y de la misma envergadura aquellos cuyo monto total sea igual o superior a \$50.000.000.- (cincuenta millones de pesos), IVA incluido.	
Briefing	Anexo N° 4
Comisión Aplicada	Anexo N° 5
Enfoque de Género	Anexo N° 6

8.3 Oferta Económica

Los oferentes deberán presentar, a través del portal Mercado Público, en formato electrónico o digital, dentro del plazo de recepción de las ofertas, el valor total por los servicios requeridos conforme los términos de las presentes bases, según el formato del Anexo N° 7.

Se considerarán incluidos en la oferta todos los costos y gastos que se requieran y/o que demanden la ejecución del contrato y el fiel cumplimiento de las obligaciones contractuales.

8.4 Vigencia de las ofertas

Las ofertas mantendrán su vigencia por un plazo de 90 (noventa) días corridos, contados desde la fecha de cierre de presentación de las propuestas.

9. MODALIDAD DE CONTACTO

Los proveedores o agencias no podrán tener contacto alguno con la Subsecretaría de la Mujer y la Equidad de Género o sus funcionarios por la respectiva licitación durante el curso del proceso, salvo durante la reunión general prevista dentro de las etapas de licitación y para efectos de formular preguntas dentro del periodo establecido para ello a través del Sistema de Información, con sus correspondientes respuestas o aclaraciones; las consultas que podría formular la Subsecretaría a los postulantes en caso de dudas respecto de las ofertas presentadas; y la posibilidad de que la entidad licitante requiera a los oferentes a fin de subsanar errores u omisiones formales.

10. DE LA APERTURA DE OFERTAS

La apertura electrónica de las ofertas se efectuará el día señalado en las etapas de la licitación, en un solo acto, a través del portal.

Cuando haya indisponibilidad técnica del Sistema de Información, circunstancia que deberá ser ratificada por la Dirección de Compras y Contratación Pública mediante el correspondiente certificado, los oferentes afectados tendrán un plazo de 2 días hábiles contados desde la fecha de envío del certificado de indisponibilidad, para la presentación de sus ofertas fuera del sistema de información.

11. ERRORES U OMISIONES DURANTE LA EVALUACIÓN

La Subsecretaría podrá solicitar a través del portal, de conformidad a lo establecido en el inciso primero del artículo 40 inciso 1° del Reglamento de la Ley de Compras, que los oferentes salven errores u omisiones formales, siempre y cuando las rectificaciones de dichos vicios u omisiones no les confieran a éstos una situación de privilegio respecto de los demás competidores, esto es, en tanto no se afecten los principios de estricta sujeción a

las bases y de igualdad entre los oferentes, lo que se informará al resto de los proponentes a través del portal.

Asimismo, la Subsecretaría podrá permitir la presentación de certificaciones o antecedentes que los oferentes hayan omitido presentar al momento de efectuar la oferta, siempre que dichas certificaciones o antecedentes se hayan producido u obtenido con anterioridad al vencimiento del plazo para presentar ofertas o se refieran a situaciones no mutables entre el vencimiento del plazo para presentar ofertas y el periodo de evaluación. En caso de requerirse las correcciones de estas omisiones respecto de un participante se asignará un puntaje menor a la oferta que no cumplió con el criterio de evaluación denominado “Cumplimiento de los requisitos formales”, dentro del plazo para presentación de ofertas con lo requerido, conforme los términos establecidos en las presentes bases.

12. DE LA EVALUACIÓN

La Subsecretaría evaluará los antecedentes que constituyen la oferta de los/las proveedores/as de acuerdo a los criterios de evaluación definidos en las presentes bases.

12.1 Comisión evaluadora

La evaluación de las ofertas estará a cargo de una Comisión Evaluadora, que estará integrada por los siguientes funcionarios de la Subsecretaría de la Mujer y la Equidad de Género, o en caso de impedimento, por quienes los subroguen o reemplacen:

1. Jefa del Departamento de Comunicaciones del Ministerio de la Mujer y la Equidad de Género.
2. Funcionario/a de la División Jurídica del Ministerio de la Mujer y la Equidad de Género.
3. Jefa de la División de Políticas de Igualdad del Ministerio de la Mujer y la Equidad de Género.

La Comisión Evaluadora revisará y evaluará las ofertas recibidas, examinando si las ofertas presentadas por cada proponente se ajustan a las especificaciones requeridas, debiendo sugerir declarar inadmisibles aquellas ofertas que no cumplan con los requerimientos y requisitos exigidos en las presentes bases de licitación y evaluará las ofertas de los proponentes que hayan cumplido los requisitos en el proceso de contratación.

Durante la etapa de evaluación, la comisión podrá verificar todos aquellos antecedentes que estime pertinentes con el objeto de asegurar una correcta evaluación de las ofertas. En especial, podrá requerir información de los medios de contacto indicados por los propios oferentes.

Asimismo, la entidad licitante estará facultada para designar una Comisión evaluadora compuesta, total o parcialmente, por miembros diversos a los señalados anteriormente, ajustándose en todo momento a las exigencias contenidas en el artículo 37 del Decreto N° 250, de 2004, del Ministerio de Hacienda, que aprueba el Reglamento de la Ley N° 19.886.

De igual forma, la Comisión declarará que sus integrantes no tienen conflictos de intereses con los oferentes cuyas ofertas son evaluadas y, asimismo, deberán dar cumplimiento a lo dispuesto en la ley N° 20.730, y su reglamento.

12.2 Reunión informativa voluntaria y Presentación de agencias obligatoria

Conforme el calendario de las etapas de la licitación, se realizará una **reunión informativa voluntaria** después de publicada, en el portal de mercado público, la resolución exenta que autoriza la presente licitación pública, la cual se realizará en las dependencias institucionales ubicadas en Catedral N° 1401, piso 2, Santiago, a las 11.00 horas o en el horario que se informe con al menos 24 horas de anticipación a la realización de la reunión,

para lo cual se solicita a cada oferente indicar un correo electrónico de contacto en los anexos correspondientes a fin de remitir dicha información a esa dirección electrónica. Los asistentes a esta reunión informativa deberán portar cédula de identidad y documento que acredite pertenencia al proveedor y/o agencia que representa (tarjeta de presentación, credencial, etc).

Asimismo, una vez realizada la apertura de las ofertas, la Comisión Evaluadora citará a los/as oferentes participantes a una **reunión obligatoria**, para que realicen la **presentación de sus agencias** y ofertas. El horario y fecha de presentación de los oferentes será informado por el Ministerio a través de correo electrónico con al menos 24 horas de anticipación, para lo cual los oferentes en su propuesta técnica deberán señalar claramente cuál es la casilla (correo electrónico) en donde se deberá hacer llegar esta información, en concordancia con lo dispuesto en el artículo 39 del Reglamento de la Ley de Compras Públicas. La presentación de la agencia constituye un requisito esencial para la evaluación de la respectiva oferta, por consiguiente, si el/la oferente o agencia no realiza la presentación de su oferta ella será declara inadmisibile.

12.3 De las consultas a los oferentes

Una vez recibidas las ofertas, la Subsecretaría podrá efectuar consultas a los proponentes para aclarar puntos específicos de las respectivas ofertas que no resulten suficientemente comprensibles.

El oferente tendrá 24 horas de plazo para responder.

Tanto las aclaraciones solicitadas como las respuestas pasarán a formar parte integrante de las bases y del contrato, en caso de ser adjudicado.

Para materializar este mecanismo, se utilizará el denominado “Foro Inverso” del Sistema de Información de mercado público, vale decir, aquel proceso mediante el cual, la Subsecretaría puede solicitar aclaraciones y respuestas a los oferentes de la presente licitación pública.

12.4 Criterios de Evaluación

El proceso de evaluación contempla la evaluación de las ofertas técnicas y económicas, debiendo cada uno de los componentes ser evaluado en forma independiente, en virtud de lo cual se le asignará el puntaje que corresponda. La suma de los puntajes asignados a los dos componentes corresponderá al puntaje final de la oferta.

En las operaciones aritméticas que se efectúen durante la evaluación de las ofertas técnicas y económicas, se utilizarán dos decimales.

En la tabla siguiente se detallan los puntajes máximos respecto de cada componente:

Componentes	Puntaje Máximo
Oferta Técnica	90
Oferta Económica	10

12.5 Evaluación de las ofertas técnicas

La evaluación de la oferta técnica estará compuesta por los criterios que se señalan a continuación, los que podrán recibir el puntaje máximo que para cada caso se indica:

Criterios	Puntaje Máximo
Trabajos y/o servicios similares	5
Briefing	65
Comisión Aplicada	10
Enfoque de Género	5
Cumplimiento de Requisitos Formales	5

12.5.1 Mecanismos de asignación de puntajes

En el siguiente cuadro se detallan los criterios para la evaluación de la oferta técnica y la asignación de puntajes para cada uno de estos criterios:

a) Evaluación Criterio Trabajos Similares:

Criterio	Asignación de puntaje	Medios de verificación
Trabajos ejecutados y/o servicios similares	1 punto por cada cliente acreditado considerando un máximo de 5 clientes. Es indispensable acompañar documentos que acrediten la efectividad del trabajo realizado, como contratos firmados por ambas partes, facturas manuales con V°.B°. del mandante, facturas electrónicas y O/C de Mercado Público. Además, se debe indicar un medio de contacto del cliente. Los trabajos y/o servicios respecto de los cuales no se acompañen estos documentos y datos, no serán considerados para la evaluación.	Información contenida en el Anexo N° 3 y sus antecedentes adjuntos.

b) Evaluación Criterio Briefing:

El proponente deberá entregar una propuesta de Campaña Comunicacional basada en las Especificaciones Técnicas y/o Brief indicado en las presentes bases de licitación, el cual deberá dar cumplimiento claramente a los puntos solicitados que a continuación se indican:

- Objetivo: Deberá cumplir con el objetivo principal solicitado en las especificaciones técnicas del servicio.
- Público Objetivo: A quién va dirigido el plan; deberá cumplir con lo indicado en las especificaciones técnicas de la presente contratación.
- Mensaje: El mensaje deberá ser acorde a la idea creativa presentada, la cual a su vez deberá cumplir con lo indicado en las especificaciones técnicas de la presente licitación.
- Tono y Estilo: El plan propuesto deberá cumplir con el estilo solicitado por el Ministerio conforme las especificaciones técnicas de la presente contratación, el cual deberá ser coincidente con la línea editorial de la institución.
- Soporte y Ejecución: La campaña propuesta deberá cumplir con:

- a) Mix de medios solicitados.
- b) Plan de medios acorde a los objetivos y público objetivo.
- c) Indicar Soportes.
- d) Inversión regional a realizar.
- e) Presentar los productos esperados.
- f) La gráfica cumple con los requisitos de la normativa gráfica (uso de logo, color, concepto, etc.).

Los puntajes para este criterio serán asignados de la siguiente forma:

Criterio	Concepto	Cumple	Puntaje
Briefing	Objetivo	SI	13 puntos
		NO	0 Puntos
	Público Objetivo	SI	13 puntos
		NO	0 Puntos
	Mensaje	SI	13 puntos
		NO	0 Puntos
	Tono y Estilo	SI	13 puntos
		NO	0 Puntos
	Ejecución y Soporte	SI	13 puntos
		NO	0 puntos

En caso de no dar cumplimiento a los puntos solicitados en algún concepto, se asignará “0” (cero) puntos en el mencionado concepto en el presente criterio de evaluación.

Medios de verificación de cumplimiento: Información contenida en el Anexo N° 4 y sus antecedentes adjuntos.

Los puntajes obtenidos en cada concepto serán sumados para obtener aquel puntaje global que corresponda asignar en este criterio.

c) Evaluación Criterio Comisión Aplicada:

Para realizar la evaluación de este criterio el/la oferente deberá informar el porcentaje de comisión que cobra por el desarrollo del plan o asesorías requeridas.

La asignación de puntaje será realizada de acuerdo a la siguiente tabla:

TRAMO PORCENTAJE DE COMISIÓN APLICADA		PUNTAJE
0%	5%	10
5,1%	8%	7
8,1%	9%	5
9,1%	10%	3
10,1%	12%	2
12,1%	o más	1
No informa	O no declara	0

Se deja expresamente definido que el porcentaje de comisión aplicado deberá ser declarado por el/la oferente; esto debido a que dicha información no podrá ser solicitada una vez cumplido el plazo de cierre de recepción de ofertas. En caso de que el/la oferente no informe o no declare el porcentaje de comisión, se entenderá que está incluido en la oferta económica, asignándole 0 puntos.

Antecedente y/o medios de verificación cumplimiento: Información contenida en el Anexo N° 5 y sus antecedentes adjuntos.

e) Evaluación Criterio Enfoque de Género:

Criterio	Asignación de puntajes	Medio de verificación
Enfoque de Género	5 puntos si el oferente cumple con alguna cualquiera de las siguientes condiciones: i) Oferente cuenta con el Sello Mujer en el registro de proveedores. ii) Oferente demuestra tener una política de inclusión de género a través de la paridad de género en sus contrataciones, con al menos un 50% de mujeres contratadas respecto al total de las personas contratadas. iii) Que la propiedad de la empresa corresponda a una mujer. iv) Oferente sea una persona natural de sexo femenino. v) Oferente sea una persona jurídica cuya representante sea una mujer. 0 puntos si el oferente no cumple con alguna de las condiciones antes indicadas o no informa.	Información contenida en el Anexo N° 6 y sus antecedentes adjuntos. Respecto del oferente persona natural de sexo femenino, en caso de que no se encuentre inscrita en el Registro de Proveedores, deberá adjuntar copia de su cédula de identidad. Si se encuentra inscrita, no será necesario adjuntar documentación adicional. En el caso de oferentes inscritas en el Registro de Proveedores no deberán acompañar la documentación adicional si la señalada precedentemente se encuentra disponible en dicho registro. Respecto del oferente que demuestre tener una política de inclusión de género a través de la paridad de género en sus contrataciones, se debe adjuntar formulario Certificado F30-1 de Cumplimiento de Obligaciones Laborales y Previsionales pagadas y/o cualquier documento fehaciente que acredite la contratación de personas o última Planilla de cotizaciones de seguridad social pagadas en Previred o algún comprobante y/o documento equivalente que permita informar y acreditar con claridad la paridad de género en sus contrataciones. También se podrá acreditar este criterio de evaluación, acompañando el “Sello Mujer”.

e) Evaluación Cumplimiento de Requisitos Formales:

Puntaje:

Oferente cumple correcta y oportunamente con los requisitos formales de presentación de la oferta dentro del plazo establecido en el cronograma.	5 puntos
Oferente cumple con los requisitos formales en el plazo adicional que pueda otorgar por el Ministerio conforme lo dispuesto en el artículo 40 del Reglamento de la Ley de Compras Públicas.	2 puntos
Oferente no cumple los requisitos formales de presentación de oferta.	0 puntos

En virtud del artículo 40 inciso 2° del Reglamento de la Ley de Compras Públicas, la Subsecretaría estará facultada para permitir la presentación de certificados o antecedentes que los oferentes hayan omitido al momento de presentar su oferta, siempre que dichas certificaciones o antecedentes se hayan producido u obtenido con anterioridad al vencimiento del plazo para presentar ofertas o se refieran a situaciones no mutables entre el vencimiento del plazo para presentar ofertas y el periodo de evaluación. Dicha documentación deberá ser entregada dentro de los dos días hábiles siguientes a la publicación del respectivo requerimiento por parte del Ministerio.

El/la oferente que presente su oferta cumpliendo todos los requisitos formales de presentación de la misma y acompañando todos los antecedentes requeridos, hasta antes del cierre de presentación de las ofertas, obtendrá 5 puntos.

12.6 Evaluación de las ofertas económicas

La evaluación de la oferta económica estará compuesta por los criterios que se señalan a continuación, los que podrán recibir el puntaje máximo que para cada caso se indica:

Criterios	Puntaje Máximo
Valor total neto de los servicios requeridos (Anexo N° 7)	10

Para evaluar la oferta económica se utilizará el método de la oferta de menor precio, de acuerdo a lo indicado en el Anexo N° 7.

El puntaje se asignará dividiendo la oferta de menor precio por la oferta a evaluar, y el resultado de esa división se multiplicará por 10, que corresponde al puntaje a asignar por este concepto, con lo que se obtendrá el puntaje de la oferta evaluada.

Lo anterior, se expresa en la siguiente fórmula:

Oferta de menor precio	(multiplicado por 10) = Puntaje de la Oferta Evaluada
Oferta a evaluar	

Para efectos de evaluar este criterio, el oferente está obligado a completar el Anexo N° 7 de manera íntegra.

En caso de que no se acompañe el Anexo N° 7, o este se complete de manera parcial, toda la propuesta será declarada inadmisibile.

13. MECANISMO PARA RESOLVER EMPATES

En caso de producirse empates entre los oferentes que sean mejor evaluados al aplicar la pauta de evaluación publicada, la Comisión Evaluadora deberá, sobre la base de condiciones objetivas, atenerse a los siguientes criterios para resolver el referido empate, de acuerdo con el siguiente orden de criterios:

- 1° Aquella oferta que presente el mayor puntaje en el criterio Oferta Técnica.
- 2° Aquella oferta que presente el mayor puntaje en el criterio Oferta Económica.
- 3° Aquella oferta que haya obtenido un mejor puntaje en el criterio de evaluación sobre Enfoque de género.

De persistir el empate, la situación será resuelta por la Subsecretaría mediante resolución fundada.

El Informe de la Comisión Evaluadora culminará con una recomendación para la Entidad Licitante.

14. DE LA ADJUDICACIÓN

La Subsecretaría aceptará la oferta más ventajosa, considerando los criterios de evaluación con sus respectivos puntajes y ponderaciones establecidos en estas bases, mediante acto administrativo conforme los criterios de evaluación aplicados.

Asimismo, la licitación se adjudicará al proponente que haya presentado la oferta más ventajosa.

Cuando el precio de la oferta presentada por un oferente sea menor al 50% del precio presentado por el oferente que le sigue y se verifique, por parte de la Subsecretaría, que los costos de dicha oferta son inconsistentes económicamente, la Subsecretaría podrá, de acuerdo a lo establecido en el artículo 42 del Reglamento de la Ley de Compras Públicas, adjudicar a esa oferta la licitación a través de una resolución fundada, solicitándole al oferente adjudicado una ampliación de la garantía de fiel y oportuno cumplimiento, hasta por la diferencia del precio con la oferta que le sigue.

15. INADMISIBILIDAD DE LAS OFERTAS Y DECLARACIÓN DE DESIERTA DE LA LICITACIÓN

La Subsecretaría declarará inadmisibles las ofertas cuando éstas no cumplieren los requisitos establecidos en las bases, ya sea en uno o más actos específicos, o en el mismo acto de adjudicación.

La Subsecretaría declarará desierta la licitación si es que no se presentan ofertas, o bien, si éstas no resultan convenientes a sus intereses institucionales.

En todo caso, las declaraciones de la Subsecretaría se efectuarán siempre mediante resolución fundada.

16. DEL CONTRATO

Una vez adjudicada la presente licitación, el oferente adjudicatario deberá suscribir el correspondiente contrato dentro del plazo establecido para tales efectos en el numeral 7 de las presentes bases de licitación (5 días hábiles siguientes a la notificación de la adjudicación).

Para la firma del contrato, el/la adjudicatario/a que sea persona natural deberá acompañar una copia de su cédula de identidad; el adjudicatario que sea persona jurídica deberá acompañar una copia de su escritura de constitución y de sus modificaciones, un certificado de vigencia de la persona jurídica y de los poderes de su(s) representante(s), emitidos con una antelación no superior a seis meses, y una copia de la cédula de identidad de su(s) representante(s). Si se trata de personas jurídicas que no se constituyan mediante escritura pública inscrita en el Registro de Comercio correspondiente, deberán acompañarse los documentos que resulten idóneos para acreditar su existencia y la personería del representante, emitidos con una antelación no superior a seis meses.

En todo caso, **el adjudicatario no deberá acompañar los documentos especificados en el párrafo anterior si ellos u otros similares se encuentran disponibles en el Registro Electrónico Oficial de Proveedores del Estado (www.chileproveedores.cl)** antes de procederse a la firma del contrato.

En el evento que el contrato no se firme en el plazo establecido en las presentes bases por causas atribuibles al adjudicatario, o aquél se desista de su oferta o el adjudicatario sea inhábil para contratar con el Estado en los términos del artículo 4° de la Ley N° 19.886, la Subsecretaría podrá adjudicar el contrato definitivo al oferente siguiente mejor evaluado conforme el orden de prelación de acuerdo con el puntaje obtenido, o a declarar desierta la licitación mediante resolución fundada.

16.1 Vigencia del contrato

La vigencia del contrato será a partir de la total tramitación de la resolución que aprueba el contrato. Sin perjuicio de lo anterior, por razones de buen servicio, el proveedor adjudicado podrá comenzar a prestar los servicios correspondientes a partir de la fecha que se indique en el contrato, de lo que deberá dejarse constancia expresa en el mismo.

16.2 Duración del contrato y presupuesto disponible.

Desde la fecha en que se inicie la prestación de los servicios, de lo que se dejará constancia en el contrato, hasta el día 30 de diciembre de 2022.

El presupuesto disponible para la presente licitación es de \$297.970.000.- (doscientos noventa y siete millones novecientos setenta mil pesos), impuestos incluidos.

Además, el presupuesto que se menciona debe cubrir la totalidad de la oferta del proveedor/a adjudicado, oferta que a su vez debe incluir el valor de la creación y ejecución de la campaña comunicacional, así como también la comisión de agencia e inversión en medios.

Los pagos al proveedor/a se regirán por las siguientes reglas:

1. El pago se efectuará en dos parcialidades conforme se expresa a continuación:

Primer pago: Se realizará luego de que se haya hecho entrega de la carta Gantt de producción en conformidad con la Subsecretaría y de que esta última haya emitido el documento de conformidad con la idea creativa, lo que deberá cumplirse en un plazo de 10 días corridos contados desde la notificación de la adjudicación.

El pago se efectuará contra recepción conforme de la Contraparte Técnica del Ministerio, en un plazo máximo de 30 días una vez emitida la factura.

El primer pago a realizarse corresponderá a un 50% del monto total adjudicado.

Segundo pago: Se realizará una vez entregado el Informe de ejecución del Plan de medios relativo a la campaña comunicacional contratada por el/la proveedor/a, y

aprobado este por la Jefatura del Departamento de Comunicaciones. Dicho informe deberá entregarse el día 20 de diciembre de la presente anualidad.

El pago se efectuará contra recepción conforme de la Contraparte Técnica del Ministerio, en un plazo máximo de 30 días una vez emitida la factura.

Este segundo pago ascenderá al 50% restante del monto total adjudicado.

2. Los pagos se realizarán contra la recepción conforme del servicio por la entidad licitante a través de la Contraparte Técnica que se designará al efecto en el contrato.
3. La solicitud de pago deberá acompañarse de los siguientes documentos:

a) Solicitud de pago dirigida por el adjudicatario a la entidad licitante.

b) Factura a nombre de la entidad licitante.

c) Certificado vigente de la respectiva Inspección del Trabajo en original, que acredite que el adjudicatario no registra deudas previsionales ni remuneraciones pendientes en relación a los trabajadores del servicio licitado o documento correspondiente tratándose de persona natural o jurídica extranjera. Dicho documento deberá tener un plazo de vigencia no mayor de treinta días corridos de antigüedad contados desde la fecha de su presentación.

16.3 Subcontratación y factoring

- Se permite, bajo las siguientes condiciones:
- a) Comunicación escrita previa al Ministerio.
- b) El subcontratista deberá cumplir con todos los requisitos exigidos para el proveedor principal.
- c) Las partes estipulan que el proveedor y/o contratista principal será responsable solidariamente de todas las obligaciones contraídas por el subcontratista.
- d) Que se ajuste a la normativa de compras públicas (ley y reglamento).

16.4 Domicilio del adjudicatario

Para todos los efectos legales derivados del contrato, el adjudicatario tendrá su domicilio en la comuna y ciudad de Santiago, sometiéndose a la competencia de los tribunales de justicia de esa comuna y ciudad.

16.5 Garantía de Seriedad de las ofertas

Tipo de documento	Boleta bancaria, vale vista, depósito a la vista , certificado de fianza a la vista o cualquier otro instrumento que asegure el cobro de la misma de manera rápida y efectiva, siempre que cumpla con las condiciones dispuestas en el artículo 31 del Reglamento de la Ley de Compras Públicas. La garantía de seriedad de la oferta podrá ser tomada por el proponente o por un tercero a su nombre.
Beneficiario	Ministerio de la Mujer y la Equidad de Género, RUT N° 61.980.680-8.
Fecha de vencimiento	Deberá tener una vigencia mínima de 90 días corridos posteriores a la fecha de cierre de recepción de ofertas.
Monto	\$1.000.000.- (un millón de pesos).
Glosa	“Para garantizar la Seriedad de la Oferta en la Licitación Pública ID N°” (debe indicar el número ID que señala en portal de mercado público).
Forma y oportunidad de restitución	- La devolución de las garantías de aquellos oferentes cuyas ofertas hayan sido declaradas inadmisibles o desestimadas, se efectuará dentro del plazo de 10 días

	contados desde la notificación de la resolución que dé cuenta de la inadmisibilidad, de la preselección de los oferentes o de la adjudicación, en la forma que se establece en las presentes bases de licitación. Sin embargo, este plazo podrá extenderse cuando en las bases se haya contemplado la facultad de adjudicar aquella oferta que le siga en puntaje a quien haya obtenido la mejor calificación, para el caso que este último se desistiera de celebrar el respectivo contrato. - Respecto del oferente adjudicado, se devolverá una vez recibida en conformidad la garantía de fiel cumplimiento del contrato. En todo caso las garantías serán devueltas a contar del día subsiguiente a la fecha de publicación de la resolución que aprueba el contrato.
Descripción	Esta garantía será entregada físicamente o bien enviada por correo certificado a Catedral N° 1401, piso 2, Santiago, Región Metropolitana, hasta antes del cierre de recepción de las ofertas. También podrá ser entregada electrónicamente caso en el cual deberá ajustarse a la Ley N° 19.799 sobre Documentos Electrónicos, Firma Electrónica y Servicios de Certificación de dicha firma. Para estos efectos, se debe acompañar el Anexo N° 8, adjuntando la garantía correspondiente.
Cobro del documento de seriedad de la oferta	El Ministerio cobrará el documento de garantía de seriedad de la oferta, en cualquiera de los siguientes casos: a) El oferente se desiste de su propuesta o la retira unilateralmente durante el periodo de vigencia de la misma. b) Si se comprobare falsedad en la oferta del proponente. c) Si el adjudicatario no suscribe el contrato dentro del plazo estipulado en las bases. d) Si el adjudicatario no entrega en forma oportuna la garantía de fiel cumplimiento del contrato. e) Si el adjudicatario no se inscribe o regulariza su registro, en el plazo establecido en bases, en el registro de Chile Proveedores.

16.6 Garantía de fiel y oportuno cumplimiento del contrato

Al momento de firmar el contrato, el proveedor deberá entregar una garantía, es decir, un instrumento que asegure el cobro de la misma de manera rápida y efectiva, como por ejemplo una boleta de garantía, vale vista, u otro análogo, pagadero a la vista e irrevocable, por un valor equivalente al 5% del monto total del contrato, valor que deberá estar fijado en pesos, a nombre del Ministerio de la Mujer y la Equidad de Género, RUT: 61.980.680-8, y cuya glosa debe indicar **“GARANTIZAR EL FIEL CUMPLIMIENTO DEL CONTRATO DE SERVICIO CAMPAÑA DE PREVENCIÓN DE LA VIOLENCIA CONTRA LAS MUJERES 2022 ID N°”** (debe indicar el número ID que señala en portal de mercado público). **Esta garantía deberá estar vigente hasta los 90 días corridos siguientes a la terminación del contrato.** La devolución de la garantía será realizada por la División de Administración y Finanzas previo informe y autorización de devolución por parte de la contraparte técnica designada. Sin perjuicio de aquellos casos que, por incumplimiento del contrato, la Subsecretaría deba hacer efectiva la referida caución.

En caso de un aumento de plazo del contrato, el contratista deberá extender el tiempo de vigencia de la garantía con el objeto de asegurar el cumplimiento de la vigencia mínima establecida en el párrafo anterior.

Esta garantía deberá ser entregada físicamente o bien enviada por correo certificado a Catedral N° 1401, piso 2, Santiago. Podrá ser entregada electrónicamente. En los casos en que se otorgue de manera electrónica, deberá ajustarse a la Ley N° 19.799 sobre Documentos Electrónicos, Firma Electrónica y Servicios de Certificación de dicha firma

La garantía de fiel y oportuno cumplimiento podrá cobrarse cuando se ponga término anticipado al contrato por las causales indicadas en el punto 17 letras b), c) y e) de las bases administrativas.

Esta garantía se devolverá a el/la adjudicatario/a al efectuarse la recepción conforme de la totalidad del servicio y/o producto contratado, sin observación de ninguna especie, o solucionadas las que se hubiesen formulado.

La garantía de fiel y oportuno cumplimiento del contrato podrá ser tomada por el proponente o por un tercero a su nombre.

Una vez terminado el servicio, esta garantía permanecerá por el tiempo establecido en las presentes bases y para ser retirada por el adjudicatario, éste deberá solicitarla por escrito a la entidad licitante.

La garantía de fiel y oportuno cumplimiento podrá cobrarse en caso de multas que deban aplicarse al proveedor o también cuando se ponga término anticipado al contrato por las causales indicadas en las presentes bases administrativas.

Todos los gastos que irroque la mantención de la garantía serán de cargo del oferente y será éste/a responsable de mantenerla vigente por el período que cauciona.

Las garantías se mantendrán en custodia por la Subsecretaría en calidad de entidad licitante.

En caso de incumplimiento de las obligaciones que impone el contrato, el Ministerio de la Mujer y la Equidad de Género estará facultado para hacer efectiva la garantía por fiel cumplimiento, administrativamente y sin necesidad de requerimiento ni acción judicial. Lo anterior es sin perjuicio de las acciones que la entidad licitante puede ejercer, en ambos casos con la correspondiente indemnización de perjuicios. El incumplimiento comprende también el incumplimiento tardío o imperfecto de las obligaciones del proveedor.

16.7 Obligaciones del contratista

Sin perjuicio de las obligaciones que derivan de la naturaleza de la contratación, el proveedor tendrá las siguientes obligaciones:

a) No podrá hacer por iniciativa propia cambio alguno a las especificaciones técnicas contenidas en las bases.

b) Asumir la responsabilidad en cuanto a la buena e íntegra ejecución del contrato.

c) Ejecutar el contrato con estricta sujeción a lo estipulado en las presentes bases, bases técnicas, aclaraciones y otros antecedentes entregados.

d) Dar fiel cumplimiento a las normas legales vigentes en materias de accidentes del trabajo y prevención de riesgos, como asimismo a las directrices que establezca la contraparte técnica en el marco de la presente contratación.

e) Es responsable de todo accidente o daño que durante la vigencia del contrato le pudiera ocurrir al personal o a las dependencias institucionales, que sean imputables al proveedor.

f) De igual modo, el proveedor será responsable de cumplir las obligaciones que le corresponden como empleador, en aspectos de remuneraciones, previsión, seguridad

social, alimentación, de su personal.

g) Cuidar los bienes, materiales, equipos e instalaciones de su propiedad. En consecuencia, no tendrá derecho alguno a indemnización de ninguna especie por pérdida, destrucción, deterioro, desgastes producidos por robo, uso, mal uso u otra razón, incluyendo la fuerza mayor y caso fortuito.

h) Mantener un permanente control sobre la ejecución de los servicios, a través de cualquier medio o forma que resulte idónea para el efecto.

i) Las demás que le encomienden las presentes bases.

16.8 Encargado del proveedor

El proveedor deberá nombrar a una persona encargada para la ejecución del contrato, que tendrá, a lo menos, las siguientes funciones:

a) Representar al proveedor en las coordinaciones de las materias relacionadas con la ejecución del contrato.

b) Ejecutar las acciones que sean pertinentes para la operación y cumplimiento del contrato.

Todo cambio, relativo a esta designación, deberá ser debidamente informado al Ministerio, a más tardar dentro de las 24 horas siguientes de efectuado vía correo electrónico enviado a la contraparte técnica.

16.9 Contraparte técnica del Ministerio

La contraparte técnica corresponderá a un funcionario/a del Ministerio, a quien le corresponderá las siguientes funciones:

a) Supervisar, coordinar y fiscalizar el cumplimiento de los procedimientos establecidos en estas bases.

b) Fiscalizar que la ejecución del contrato se ciña estrictamente a lo indicado en las bases de licitación y otros documentos complementarios.

c) Velar por el correcto desarrollo del contrato, informando a la Subsecretaría en caso de incumplimiento para la aplicación de multas.

d) Dar visto bueno y recepción conforme de los bienes y/o servicios, como asimismo dar tramitación a los pagos y a las multas.

e) Las demás que le encomienden las presentes bases.

16.10 Multas. Procedimiento.

El Ministerio podrá, administrativamente y sin forma de juicio, cobrar multas al adjudicatario y/o proveedor cada vez que exista un incumplimiento de sus obligaciones contractuales. Para estos efectos, a vía meramente ilustrativa, se entenderá que hay incumplimiento en las siguientes situaciones o casos:

a) Entrega parcial de los servicios que conforman una campaña comunicacional. El adjudicatario podrá ser sancionado por el Ministerio con el pago de multas por la entrega parcial de los servicios comprometidos en la cotización, es decir, por ejemplo, si son solicitados 5 servicios como parte de una campaña comunicacional y uno de ellos es entregado parcialmente, o no entregado, no impidiendo que la campaña comunicacional se realice. El Ministerio podrá aplicar dicha multa, haciéndola efectiva a través de descuentos en el respectivo pago.

Las multas se aplicarán por cada servicio o ítem no entregado y se calcularán por el valor neto total de los servicios no entregados o entregados parcialmente del contrato de Campaña Comunicacional, con un tope de 15% del valor del contrato.

b) Atraso en la entrega de los servicios o no cumplimiento dentro de plazo.

El proveedor podrá ser sancionado por el Ministerio con el pago de multas por atraso en la entrega de los servicios comprometidos en la cotización o no cumplimiento de sus obligaciones dentro de plazo, respecto de la fecha pactada

de entrega, lo cual podrá hacerse efectivo en la garantía o a través de descuentos en el respectivo pago.

Las multas se aplicarán por cada día de atraso en la entrega del servicio y se calcularán con un 0,5% del valor neto total del contrato, con tope de 5% del valor total del contrato.

Cuando se verifiquen hechos que, de acuerdo a lo establecido en estos términos sean constitutivos de infracciones que ameritan multa, el Ministerio notificará esta circunstancia al proveedor, indicando en forma precisa el incumplimiento y/o hechos que se imputan. El proveedor dispondrá de un plazo de cinco días hábiles para efectuar los descargos que estime pertinentes, adjuntando los antecedentes que sustenten sus alegaciones.

No se aplicarán multas en casos de fuerza mayor que sean debidamente justificados por el proveedor ante la contraparte técnica.

Una vez realizados los descargos por parte del proveedor, o en su defecto, una vez transcurrido el plazo de cinco días hábiles sin que el proveedor haya formulado descargos, el Ministerio informará esta situación a la División de Administración y Finanzas solicitando la aplicación de la multa, en caso de que ello sea procedente.

La multa será aplicada mediante resolución, la que será notificada al proveedor en forma personal o mediante carta certificada dirigida al domicilio señalado en el contrato. La notificación que se efectúe mediante carta certificada se entenderá practicada a contar del tercer día hábil siguiente a su recepción en la oficina de Correos correspondiente. Lo anterior sin perjuicio de otras formas o medios de notificación que sean procedentes conforme a la normativa legal teniendo presente las excepcionales circunstancias existentes a causa de la pandemia por el brote del virus Covid-19.

Respecto de esta decisión, procederán los recursos administrativos que al efecto dispone la ley N° 19.880, que establece las Bases de los Procedimientos Administrativos que rigen los actos de los órganos de la Administración del Estado. Así, el proveedor podrá interponer recurso de reposición en contra de la resolución que le aplique la multa, dentro del plazo de cinco días hábiles contados desde la fecha de su notificación. El Ministerio resolverá la reposición presentada, acogiendo total o parcialmente los fundamentos dados por el proveedor, o bien, la rechazará confirmando la multa aplicada.

Las multas se podrán aplicar por cada vez que se verifique una causal que individualmente considerada la haga procedente. El acto administrativo que ordene la aplicación de una sanción y/o multa deberá ser totalmente tramitado.

El proveedor podrá pagar las multas mediante depósito en la cuenta corriente bancaria que le indique el Ministerio, debiendo acreditar su pago a través del comprobante respectivo. En caso contrario, el monto total de las multas impagas y que no se encuentren con reclamación pendiente o con el plazo vigente para reclamar de ella, será descontado y/o retenido del monto a pagar y/o estado de pago que corresponda.

Lo anterior es sin perjuicio de la facultad de la Subsecretaría de hacer efectivo el cobro de la garantía de fiel y oportuno cumplimiento. En caso de hacerse efectivo su cobro, el proveedor deberá entregar una nueva garantía, de igual monto y características, dentro de los 30 días siguientes al cobro de la anterior.

17. MODIFICACIÓN O TÉRMINO ANTICIPADO DEL CONTRATO

El contrato podrá modificarse o terminarse anticipadamente, de conformidad a lo establecido en el artículo 13 de la Ley de Compras, por las siguientes causas:

- a) La resciliación o mutuo acuerdo entre los contratantes.
- b) El incumplimiento grave de las obligaciones contraídas por el contratante.

- c) El estado de notoria insolvencia del contratante, a menos que se mejoren las cauciones entregadas o las existentes sean suficientes para garantizar el cumplimiento del contrato.
- d) Por exigirlo el interés público o la seguridad nacional.
- e) Por registrar el proveedor saldos insolutos de remuneraciones o contrataciones de seguridad social con sus actuales trabajadores o con trabajadores contratados en los últimos dos años, a la mitad del periodo de ejecución del contrato, con un máximo de seis meses.

En todo caso, las modificaciones del contrato siempre deberán constar en un instrumento suscrito por ambas partes, el que deberá ser aprobado mediante resolución que será sometida a la misma tramitación administrativa que la resolución mediante la cual se haya aprobado el contrato.

El presupuesto podrá ampliarse hasta en un 30% si, a juicio de la entidad licitante, resulta necesario a fin de lograr un mejor cumplimiento de los objetivos del contrato.

A su turno, la entidad licitante estará facultada para declarar administrativamente, ipso facto, sin necesidad de acción o requerimiento judicial alguno, el término anticipado del contrato, sin derecho a indemnización alguna para el proveedor y/o contratista contratado, si concurre alguna de las causales previstas en el artículo 13 de la Ley N° 19.886 y en el artículo 77 del Reglamento de la Ley de Compas Públicas.

Para efectos de terminar anticipadamente el contrato por la causal prevista en el literal b), se entenderá como incumplimiento grave de las obligaciones del contratista, facultando a la Subsecretaría para poner término anticipado al contrato, las siguientes acciones, que serán siempre evaluadas por la contraparte técnica:

1. Incumplimiento del brief y/o estándares técnicos de calidad ofrecidos por el adjudicatario en la oferta conforme las presentes bases.
2. La negativa, sin causa justificada, de prestar cualquiera de los servicios a los que se hubiere comprometido en su oferta, que sean procedentes.
3. Cuando las multas aplicadas al proveedor excedan los topes porcentuales indicados en las letras a) y b) del numeral 16.10 sobre multas de las presentes bases de licitación.
4. El cambio y/o alternación, sin causa justificada, de las condiciones de contratación ofertadas.

La resolución que disponga el término anticipado del contrato o que apruebe su modificación, deberá ser fundada y publicarse en el Portal, dentro de las 24 horas siguientes a su dictación.

Cuando se ponga término anticipado al contrato por las causales indicadas en las letras b), c) y e) precedentes, se procederá al cobro de la garantía de fiel y oportuno cumplimiento del contrato. La garantía de fiel y oportuno cumplimiento solamente podrá hacerse efectiva en aquellos casos en que el término anticipado del acuerdo de voluntades se deba a una causal imputable al contratista.

El procedimiento de término anticipado del contrato será aquél contemplado para las multas, establecido en el aludido punto 16.10 precedente, conforme lo dispuesto en el inciso tercero del artículo 79 ter del referido decreto N° 250, de 2004.

Lo establecido en este acápite, es sin perjuicio de las acciones que la Subsecretaría pueda ejercer para exigir el cumplimiento forzado de lo pactado o la resolución del contrato, en ambos casos, con la correspondiente indemnización de perjuicios.

18. PERSONAL DESTINADO A LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO

El oferente deberá disponer de personal suficiente para el buen y oportuno cumplimiento del servicio.

Además, deberá entregar los siguientes antecedentes del personal que designará para cumplir con el servicio:

- Nombre, nacionalidad, RUT y domicilio.

El Ministerio podrá exigir el término de las labores de cualquier trabajador del proveedor, por insubordinación, desórdenes, incapacidad u otro motivo grave debidamente comprobado, siendo de cargo del proveedor responder por los perjuicios ocasionados en virtud de lo señalado (fraudes, vicios de construcción o abusos que haya podido cometer la persona separada, entre otros).

19. PROPIEDAD INTELECTUAL

El producto del trabajo y/o servicios que desarrolle el proveedor adjudicado o sus dependientes, o subcontratistas, con ocasión de los servicios solicitados a través de la presente contratación, tales como obras audiovisuales, videogramas, informes u otros, serán de propiedad del Ministerio de la Mujer y la Equidad de Género, quien se reserva el derecho de usar y disponer de ellos libremente, sin limitaciones de ninguna especie, pudiendo reproducirlo posteriormente en cualquier formato y por cualquier medio; no pudiendo, por tanto, el proveedor realizar ningún acto respecto de ellos, ajeno al presente proceso de contratación, sin autorización previa y expresa del Ministerio de la Mujer y la Equidad de Género. El Ministerio de la Mujer y la Equidad de Género podrá reproducir válidamente las piezas, gráficos y/o productos desarrollados en el marco de la presente licitación sin limitación alguna.

El proveedor será responsable de obtener de sus dependientes o subcontratados las autorizaciones y/o cesiones correspondientes para dar cumplimiento a la presente cláusula.

Asimismo, el oferente seleccionado deberá ser titular de la totalidad de los derechos necesarios para suscribir el correspondiente contrato y en tal carácter cede al Ministerio los derechos de difusión, de edición, reproducción, adaptación, traducción, distribución y comercialización o venta, en cualquier soporte a la fecha conocido y en general su aplicación a todo tipo de productos, diagnósticos, informes, términos de referencia y toda obra que se elabore con ocasión del cumplimiento del respectivo contrato.

El adjudicatario será debidamente sancionado si infringe cualquier tipo de patente, marca registrada o derechos de propiedad industrial o intelectual y la ley sobre delitos informáticos en los bienes o servicios informáticos que suministra o que emplea para la ejecución del servicio encomendado.

20. CONFIDENCIALIDAD, INTERPRETACIÓN E INFORMACIÓN

El adjudicatario y/ proveedor, sus representantes o personal a cargo deberán dar garantía respecto al resguardo de la confidencialidad de toda la información y antecedentes que conozcan con ocasión de la ejecución de los servicios convenidos, la cual será considerada secreta, reservada y confidencial, quedando prohibida su difusión por cualquier forma o medio durante la vigencia del presente Contrato y después de su finalización.

La Subsecretaría podrá, directamente, ejercer las acciones legales que correspondan de acuerdo a las normas legales vigentes y entablar las acciones judiciales que correspondan contra el proveedor adjudicado que no cumpla con esta cláusula, sin perjuicio de la responsabilidad solidaria por los actos en infracción de esta obligación que hayan ejecutado sus empleados y quienes resulten responsables.

Las presentes Bases Administrativas, las Bases Técnicas, las preguntas y respuestas, aclaraciones y el contrato respectivo se interpretarán en forma armónica, de manera que exista entre todos ellos la debida correspondencia. Todos los documentos relativos a la licitación se interpretarán siempre en el sentido de la más perfecta elaboración de las bases y ejecución de la propuesta. Se deja constancia que se considerará el principio de preeminencia de las bases, como marco básico de la presente licitación y de la contratación resultante.

En la eventualidad que durante el curso de esta licitación y/o su contratación se produjeran discrepancias en cuanto a lo previsto en los diversos documentos que rigen la licitación, la controversia se resolverá de acuerdo a lo que al respecto dispongan tales antecedentes, de acuerdo al siguiente orden de prelación: a) Las Bases administrativas, técnicas y sus modificaciones, incluidas las consultas, respuestas y aclaraciones derivadas del procedimiento establecido en las Bases Administrativas; b) El contrato respectivo, si existiere; c) La Oferta técnica y económica. Todos los documentos antes mencionados formarán un todo integrado y se complementan recíprocamente, en forma tal que se considerará parte de la contratación cualquier obligación o servicio, que aparezca en uno u otro de los documentos señalados. Cualquier falta, descuido u omisión de los oferentes o adjudicatario en la obtención de información y estudio de los documentos relativos al proceso de licitación, no los exime de la responsabilidad de apreciar adecuadamente los costos necesarios para la elaboración y desarrollo de su propuesta y/o prestación del servicio. Por lo tanto, serán de su cargo todos los costos en que incurran para corregir faltas, errores, descuidos u omisiones resultantes de su análisis e interpretación de la información disponible o que se obtenga.

BRIEF / BASES TÉCNICAS ASESORIA CREATIVA PRODUCCIÓN E IMPLEMENTACIÓN DE LA CAMPAÑA NACIONAL DE PREVENCIÓN DE LA VIOLENCIA CONTRA LAS MUJERES DEL MINISTERIO DE LA MUJER Y LA EQUIDAD DE GÉNERO 2022

I. ANTECEDENTES:

Violencia contra mujeres y niñas en Chile

Los artículos 1 y 2 de la Convención Interamericana para Prevenir, Sancionar y Erradicar la Violencia contra la Mujer “Convención de Belem do Pará”, instrumento internacional suscrito por Chile en 1994 y ratificado en 1996, señala que la violencia contra la mujer es:

“cualquier acción o conducta, basada en su género, que cause muerte, daño (...) incluye la violencia física, sexual y psicológica: a) que tenga lugar dentro de la familia o unidad doméstica o en cualquier otra relación interpersonal (...) b) que tenga lugar en la comunidad y sea perpetrada por cualquier persona (...) comprende, entre otros, violación, abuso sexual, tortura, trata de personas, prostitución forzada, secuestro, acoso sexual en el trabajo, así como en instituciones educativas, establecimientos de salud o cualquier otro lugar, y c) que sea perpetrada o tolerada por el Estado o sus agentes, donde quiera que ocurra”.

En Chile, la Ley N° 20.066 de 2005 que establece normas sobre procedimiento y sanciones relativos a los actos de violencia intrafamiliar define la violencia intrafamiliar (VIF) en su artículo 5° como *“todo maltrato que afecte la vida o la integridad física o psíquica de quien tenga o haya tenido la calidad de cónyuge del ofensor o una relación de convivencia con él; o sea pariente por consanguinidad o por afinidad en toda la línea recta o en la colateral hasta el tercer grado inclusive, del ofensor o de su cónyuge o de su actual conviviente. También habrá violencia intrafamiliar cuando la conducta referida en el inciso precedente ocurra entre los padres de un hijo común, o recaiga sobre persona menor de edad, adulto mayor o discapacitada que se encuentre bajo el cuidado o dependencia de cualquiera de los integrantes del grupo familiar”*.

Además, la Ley N° 21.212 de 2010 define el femicidio como *“el asesinato de una mujer ejecutado por quien es o ha sido su cónyuge o conviviente, o con quien tiene o ha tenido un hijo en común, en razón de tener o haber tenido con ella una relación de pareja de carácter sentimental o sexual sin convivencia”*. También se considera femicidio el asesinato de una mujer en razón de su género cuando la muerte se produzca en alguna de las siguientes circunstancias:

1. Ser consecuencia de la negativa a establecer con el autor una relación de carácter sentimental o sexual.
2. Ser consecuencia de que la víctima ejerza o haya ejercido la prostitución, u otra ocupación u oficio de carácter sexual.
3. Haberse cometido el delito tras haber ejercido contra la víctima cualquier forma de violencia sexual, sin perjuicio de lo dispuesto en el artículo 372bis.
4. Haberse realizado con motivo de la orientación sexual, identidad de género o expresión de género de la víctima.
5. Haberse cometido en cualquier tipo de situación en la que se den circunstancias de manifiesta subordinación por las relaciones desiguales de poder entre el agresor y la víctima, o motivada por una evidente intención de discriminación.

Prevalencia de la Violencia Intrafamiliar

La Encuesta Nacional de Violencia Intrafamiliar (ENVIF), publicada por la Subsecretaría de Prevención del Delito en 2020, señala que la prevalencia de violencia intrafamiliar general en la vida de las mujeres en Chile es de 41,4%. El mismo indicador medido en 2017 arrojó un 38,2% y en 2012 un 32,6%. Al desagregar dicha cifra por tipo de violencia intrafamiliar, encontramos que en 2020:

- La violencia psicológica alcanzó un 38,3%
- La violencia física un 15,5%
- La violencia sexual un 6,9%

Este mismo indicador, para 2020 y por grupo etario, registra que la mayor prevalencia de violencia intrafamiliar contra la mujer se encuentra entre los 19 y 25 años con un 34,5%, seguido por adolescentes de entre 15 y 18 años con un 29,4%. Solo un 22% de las mujeres que declaran haber sufrido violencia de parte de sus parejas o exparejas en los últimos 12 meses señalan haber realizado la denuncia.

Finalmente, el indicador de prevalencia de violencia en el ámbito de espacios públicos en 2020 fue de 46,9%, lo que muestra un importante incremento en relación con el 25% registrado en la misma medición en 2017. El año 2021 en Chile se registraron 44 femicidios consumados y 163 femicidios frustrados.

Otros tipos de violencia basada en género

La violencia basada en género no solo se da en el ámbito familiar y doméstico; también está en espacios públicos e institucionales y en los elementos simbólicos que construyen nuestras identidades. Reconocer la extensión de esta violencia y visibilizarla ha sido el foco del actual Ministerio de la Mujer y la Equidad de Género.

25 de noviembre

En 1999 la Asamblea General de Naciones Unidas declaró el 25 de noviembre como el Día Internacional de la Eliminación de la Violencia contra la Mujer. La fecha fue elegida en conmemoración del brutal asesinato de las hermanas Patria, Minerva y María Teresa Mirabal, activistas políticas de República Dominicana, crimen cometido en 1960 por orden del dictador Rafael Trujillo.

Año a año la institucionalidad de género en Chile, el SERNAM y ahora el Ministerio de la Mujer y la Equidad de Género (MinMujeryEG), desde 2016, impulsa anualmente en torno al 25 de noviembre campañas de sensibilización y de prevención en torno a la erradicación de la violencia contra las mujeres.

II. CAMPAÑAS ANTERIORES:

- 2014: Mujer, es nuestro derecho vivir sin violencia. <https://www.youtube.com/watch?v=NK7RY2bRBUU>
- 2015: Por mí y por todas las mujeres. <https://www.youtube.com/watch?v=Ge38irG4CGs>
- 2016: El doble discurso también es violencia. No más violencia contra las mujeres. <https://www.youtube.com/watch?v=npVYbrjuvQg>
- 2017: Contra la violencia te apoyamos. <https://youtu.be/ekiha4POE-4>
- 2018: No lo Dejes Pasar. https://www.youtube.com/watch?v=XT_biZgP5sc
- SPOT Campaña año 2019: Nada justifica la violencia contra la mujer. <https://www.youtube.com/watch?v=wfP1GvS843U>
- SPOT Campaña año 2020: No Más. <https://www.youtube.com/watch?v=O6hDn9wilyU>
- SPOT Campaña año 2021: No estás sola. <https://www.youtube.com/watch?v=rMCQcAlayok>

III. CAMPAÑA NACIONAL 2022:

Para este año se pretende desarrollar una campaña comunicacional de carácter nacional, que busque **generar un cambio cultural y visibilizar otras y nuevas formas de violencia apuntando a las personas que lo ejercen, y no a las víctimas**. Una campaña que haga un llamado a la sociedad para que en su conjunto se avance hacia la prevención y la erradicación de todo tipo de violencia contra las mujeres.

Una campaña que supere la sensibilización del problema de la violencia basada en género, que ha sido el enfoque de las últimas campañas, y que en cambio apunte a la movilización y el cambio. Este año queremos dar un paso adicional: hacer un llamado a la acción para generar un cambio cultural que nos permita a todas y todos identificar y cambiar aquello que sustenta y normaliza la violencia basada en género, y así, aportar a su erradicación. Las personas ya saben o tienen noción de lo que es la violencia basada en género, lo que queremos este año es que se pregunten qué puedo hacer yo para prevenirla y erradicarla. En concreto: a través de la campaña queremos promover la prevención, la educación y la reeducación de la sociedad.

Una campaña que dé visibilidad a los distintos y nuevos tipos de violencia, saliendo del estereotipo de la mujer que sufre violencia física. Hay otros tipos de violencia más allá de la física: psicológica, simbólica, institucional, digital, laboral y económica. Tal como se superó el concepto de violencia asociada al ámbito doméstico y privado, para sacarla a la luz, hoy queremos plantearla como un problema social de seguridad pública. Una **campaña que transforme aquello que se considera un problema de las mujeres en un problema social.**

Aspiramos a abordar la violencia contra las mujeres desde la movilización de cada persona, desde el nunca más, desde la vida y desde el deseo de estar bien. Desde la responsabilidad que tenemos todas y todos en la prevención y erradicación de la violencia contra las mujeres, a través de pequeños/grandes actos que hacen la diferencia y que contribuyen con el logro de estos objetivos.

IV. CONSIDERACIONES SOBRE LOS CONTENIDOS DE LA CAMPAÑA:

En búsqueda del enfoque más efectivo consultamos la opinión de personas vinculadas a la prevención de la violencia basada en género y la atención de mujeres que viven o han vivido violencia. Por primera vez en el diseño de la campaña nacional de prevención de la violencia contra las mujeres se realizó un proceso participativo previo, que consistió en conversaciones dirigidas realizadas a lo largo de todo el país, con la participación de 116 organizaciones de mujeres, asesoras de género y funcionarias del MinMujeryEG y del Servicio Nacional de la Mujer y la Equidad de Género (SernamEG). En base a los resultados de aquellas conversaciones, es importante señalar que:

- No debe haber violencia en las imágenes: ni mujeres golpeadas ni escenas de violencia. Este tipo de imágenes son contraproducentes, y sin una adecuada explicación pueden reforzar la imagen de las mujeres como víctimas pasivas e impotentes o asociar la violencia solo con la violencia física.
- La propuesta debe incorporar lenguaje inclusivo, esto es, evitar el uso del masculino como genérico para referirse a hombres y mujeres. Evitar términos como “ciudadanos”, “todos”, “pasivos”, etcétera, pues ello invisibiliza a las mujeres. En su lugar, se sugiere el uso de formas dobles o neutras, como “todos y todas”, “personas”, “comunidad”, “sociedad”, “ciudadanía”, etc.
- Evitar dirigirse a las mujeres víctimas de violencia.

Se espera que la agencia proponga simbolismos, ya sea en el mensaje como en las personas que participen (ejemplo: mostrar a madres de detenidos desaparecidos, exiliadas, sufragistas, mujeres históricas o *influencers*, además de mujeres anónimas).

V. REQUERIMIENTO:

Contratar un servicio de asesoría creativa para la producción, planificación e implementación de Plan de Medios de la campaña comunicacional de prevención de violencia contra las mujeres 2022 del Ministerio de la Mujer y la Equidad de Género.

PÚBLICO OBJETIVO GENERAL

- Hombres de todas las edades.

PÚBLICO OBJETIVO ESPECÍFICO

- Hombres que ejercen, normalizan y sustentan la violencia de género.
- Personas testigos de violencia de género (de distintos tipos de violencia, desde las actitudes más sutiles y simbólicas a las más directas y agresivas), particularmente hombres.

FOCO ESTRATÉGICO

- Campaña cercana, sin juicio. Símil a una conversación entre hombres, a través de su propio lenguaje y estilo.
- Una campaña narrada desde los hombres y para los hombres. Hombres que detectan por sí mismos la violencia de género (en todas sus expresiones y niveles), y que al hacerlo apelan e invitan al resto del género a cambiar de actitud.
- Debe ser un llamado a cortar la violencia.

OBJETIVO PRINCIPAL

- Visibilizar conductas que, aunque normalizadas, sostienen la violencia de género.

OBJETIVOS SECUNDARIOS

- Generar cambios de conductas que contribuyen a la erradicación de la violencia de género.
- Desnormalizar conductas violentas (cotidianas y naturalizadas).
- Lograr cortar los canales de validación que tienen las personas, particularmente los hombres, que ejercen violencia en sus entornos.
- Movilizar a los hombres para que reconozcan los actos violentos y prevengan situaciones violentas.

MENSAJES

- Detectar y visibilizar la violencia contra las mujeres es tarea de todos/as.
- Con pequeños actos podemos contribuir a erradicar la violencia de género.
- Rompamos el pacto de silencio que sustenta la violencia de género.

TONO Y ESTILO

- **Cercana.** En un lenguaje casual, de conversación entre amigos, de confianza, fraterna.
- **Movilizadora.** Que llame a la acción a los hombres (público específico), tanto a los que violentan o han violentado a mujeres como a los que no, a los que son testigos, a los que escuchan a sus amigos; que los movilice a detectar y visibilizar actos que, aunque naturalizados, son violentos, y que al reconocerlos actúen para modificarlos, para “cortarlos”.
- Evitar la confrontación, los bandos y por supuesto, mostrarnos como enemigos. Hablarles desde la **empatía**.
- Lenguaje desde la responsabilidad y no desde la culpa.
- No caer en la comedia ni en la caricaturización.
- Mensaje reflexivo y movilizador: que apele a generar preguntas, responsabilidades y no culpas.

REFERENCIAS

- <https://www.youtube.com/watch?v=efDn3YbyMsE>
- <https://www.youtube.com/watch?v=j0XSPGyWpGs>
- <https://www.youtube.com/watch?v=YZ0ALDq2Gp8>

VI. EJECUCIÓN Y SOPORTES:

Creación, producción e implementación de una campaña comunicacional masiva a nivel nacional que incluya lo siguiente:

1. Piezas generales, que contemplen:

- Al menos una pieza audiovisual de 45 segundos y sus reducciones respectivas a distintos formatos.
- Al menos dos frases radiales.
- Desarrollo de key visual y piezas gráficas.
- Desarrollo de piezas digitales y banners para la Ministerio de la Mujer e instituciones de Gobierno.

2. Estrategia digital, que contemple:

- Piezas animadas y/o estáticas (Banners, GIF, post, gráficas, videos, stories, etc).
- Adaptaciones del video en distintos formatos para RRSS (Storie vertical, bumper ad, facebook video post).
- Reels para Instagram.
- Videos para TikTok.
- Se debe entregar un kit digital con material editable para apoyo de la campaña en medios propios del gobierno, de las siguientes medidas:
 - ✓ Facebook: 1.080 x 1.080 (ancho/alto).
 - ✓ Twitter: 1.080 x 600 (ancho/alto).
 - ✓ Instagram: :1.080 x 1.080 (ancho/alto).
 - ✓ Banner Sitio: 700x240pxl (ancho/alto).
 - ✓ Landing page para sitio web del Ministerio, donde se incluyan videos de campaña e información.
- Editables y adaptaciones para folletería y merchandising.

3. Plan de medios:

Creación e implementación de una estrategia y plan de medios que potencie los objetivos de la campaña durante el periodo de campaña. El objetivo general de la estrategia es el alcance nacional, considerando como hito de apertura el 25 de noviembre, Día Internacional de la Eliminación de la violencia contra la Mujer o durante esa semana. En el cual se espera acciones que genere impacto en los medios. El plan de medios debe considerar cobertura nacional, regional y local, con un mix de medios que contemple medios como: Televisión, digital, radio, prensa escrita y electrónica y vía pública, entre otros. Se deberá indicar al grupo objetivo al cual será designado (GSE, Sexo, Edad), junto con sus respectivas evaluaciones en torno al alcance y frecuencia de las pautas evaluables.

Implementación de plan de medios a nivel nacional y regional

Creación e implementación del diseño estratégico de un plan de medios que permita llegar a la audiencia definida:

- Televisión como medio troncal con cobertura nacional y regional. Pauta con al menos un 70% de alcance sobre el grupo objetivo, considerando al menos el 30% de horario prime.
- Campaña Digital por alcance.
- Radios con cobertura nacional, regional y local, de pauta libre o auspicios o en horario de mayor audiencia. Radios regionales, al menos 2 deben ser de alta cobertura y sintonía por región. Se debe considerar también las radios comunitarias.
- Prensa escrita y prensa digital con cobertura nacional y regional. Medios seleccionados por región deben tener, idealmente, multiplataformas o al menos tener mayor lectoría en sus regiones.

- Vía Pública nacional y regional.
- Otros: la agencia podrá proponer medios no solicitados anteriormente y que sean creativos, innovadores y que permitan cumplir con los objetivos de la campaña.

Nota: se entregará a la agencia sugerencia de medios de comunicación regionales, de acuerdo con lo propuesto enviada por periodistas y encargadas/os regionales de comunicaciones de las Secretarías Regionales Ministeriales de la Mujer y la Equidad de Género.

4. Hito de lanzamiento:

- Propuesta de intervención urbana de la campaña 2022 que tenga impacto mediático.
- Organización y ejecución de un hito de lanzamiento que contemple propuestas creativas. Por ejemplo: iluminación de la moneda y/o una acción de iluminación en algún lugar estratégico.

Cada pieza audiovisual, grafica o contenido tendrá su proceso de revisión para visto bueno del Ministerio de la Mujer y la Equidad de Género, solicitando las correcciones necesarias para obtener el producto final aprobado.

VII. ENTREGABLES:

- Estrategia comunicacional o idea creativa.
- Guiones, storyboard y/o maquetas de los productos audiovisuales.
- Guiones o maquetas de las frases radiales solicitadas.
- Diseño de los productos solicitados por el cliente y propuestos por la agencia.
- Plan de medios con todos sus costos, público objetivo y alcance, tráfico, frecuencia según corresponda.
- Cronograma y Carta GANTT de implementación.

Reunión informativa voluntaria con agencias y/o proveedores

El Ministerio de la Mujer y la Equidad de Género dispondrá la realización de una reunión informativa. Se solicita la asistencia de un máximo de dos personas por agencia o proveedores interesados. Los asistentes a esta reunión deberán portar cédula de identidad y documento que acredite pertenencia y/o relación con la agencia de representante (tarjeta de presentación, credencial, etc.). Esta reunión se llevará a cabo en las oficinas del Ministerio de la Mujer y la Equidad de Género en el 5° día contado desde la fecha de publicación de las bases de licitación.

Reunión obligatoria con agencias para presentación de ideas creativas.

Cumplido los plazos de publicación de intención de compra en el portal, se realizará una presentación de agencias, invitando a los proveedores cuyas ofertas resultaron admisibles a fin de ser evaluadas, para presentar sus propuestas creativas. Cada agencia no podrá exceder los 60 minutos de presentación y sesión de preguntas. Cada agencia podrá asistir con un máximo de cinco personas. Esta reunión se llevará a cabo en las oficinas del Ministerio de la Mujer y la Equidad de Género, en el día, horario y orden que defina el Ministerio, el que será informado por correo electrónico con al menos 24 horas de anticipación.

VIII. OTROS ASPECTOS IMPORTANTES A CONSIDERAR:

1. EJES COMUNICACIONALES A CONSIDERAR

- Representación regional urbano - rural y la descentralización.
- Perspectiva de género, respetando a las diversidades étnicas y sexuales.
- Presencia de inclusividad para personas en situación de discapacidad y contar con formatos accesibles: lenguas de señas, subtítulos y alguno de los productos gráficos en macrotipo y contraste.
- La comunicación debe estar centrada en las personas.

2. RESPETO Y NO DISCRIMINACIÓN

Dentro del marco de la promoción del respeto y la no discriminación como valores sociales deseables, la producción de la campaña deberá considerar todos los medios idóneos para verificar y asegurar que las personas que participen en la campaña hayan tenido una conducta y/o expresiones intachables en tal sentido, adicionalmente se deberá contar con la declaración de los/as involucrados/as en el sentido de asegurar que no han incurrido en una conductas y/o expresiones que hayan atentado contra la dignidad de las personas.

3. DERECHOS DE IMAGEN

Rostros y/o Modelos

En caso de proponer rostros, la agencia debe asegurarse que estos estén de acuerdo con participar en la campaña, con disponibilidad y debe presentar los costos claros en la oferta económica presentada.

1. Los derechos siempre deben ser cotizados desde el momento de la exhibición de la campaña, no antes. Esto debe quedar expresado en el contrato que se suscriba con el referido rostro/modelo.
2. Se debe definir claramente el tiempo y los medios en que serán expuestos los rostros.
3. En caso de hacer uso de su imagen para material impreso, cotizar la cesión total de derechos, solamente para esos formatos.
4. En el proceso de producción se deberán entregar a la unidad técnica del ministerio los contratos firmados por los rostros y/o personajes de la campaña.
5. En caso de que los rostros o personajes públicos no cobren honorarios y sea una colaboración, deberán firmar un consentimiento informado.
6. En el caso de menores de edad, la autorización debe estar firmada por al menos 1 tutor legal del menor.
7. El proveedor que resulte adjudicado se obliga a no utilizar, en la prestación de los servicios contratados, personas que hayan sido denunciadas por violencia intrafamiliar o por la perpetración de cualquier clase de delito. Para estos efectos, el Ministerio podrá comprobar que la información entregada por el adjudicatario sea fidedigna como, también, exigir al proveedor o agencia adjudicada el término de las labores de dicha persona.

4. PRODUCCIONES

Todos los servicios que se deban tercerizar tienen que considerar al menos la cotización de 3 proveedores con valores itemizados. Las que deberán ser entregadas al momento de la presentación de la licitación. La decisión final de selección de proveedor la realizará el ministerio.

5. COMISIONES

La comisión es una y es para el proveedor adjudicado. No se pueden cobrar comisiones adicionales de plan de medios ni de otro proveedor en donde se terceriza el servicio.

IX. CONSIDERACIONES PLAN DE MEDIOS:

- El avisaje y las publicaciones en medios de comunicación social deberán efectuarse, al menos en un 40%, en medios de comunicación con clara identificación local, distribuidos territorialmente de manera equitativa. Este porcentaje (salvo casos excepcionales y fundados) no podrá destinarse a medios que sean parte de conglomerados, holdings o cadenas de medios de comunicación, según la Ley de Presupuesto vigente, que tengan sedes o sucursales en más de una región. Se preferirá, el trato con los medios de comunicación que efectuarán por sí mismo el avisaje y las publicaciones, evitando en lo posible la contratación de intermediarios o agencia.
- La agencia de medios y/o proveedor que se contrate deberá transparentar sus ítems de gasto, los que serán remitidos a la contraparte del Ministerio de la Mujer y la Equidad de Género y al Ministerio Secretaría General de Gobierno.

- En el caso de la agencia de medios que se contrate deberá transparentar sus ítems de gasto, los que serán remitidos al ministerio o servicio contratante y al Ministerio Secretaría General de Gobierno.
- La inversión del Plan de Medios debe ser de al menos el 70% del monto total neto adjudicado. Este porcentaje podrá variar según las necesidades de la producción de la campaña, propiamente argumentado y acordado previamente por las partes, no pudiendo en todo caso ser inferior al 60% del monto total neto adjudicado.
- La distribución del presupuesto para producción y/o medios puede variar según las necesidades de la contraparte técnica correspondiente al ministerio.
- El plan de medios debe presentarse en formato excel o planilla, especificando: Valor neto por medio, frecuencia por medio, alcance por medio y según corresponda: valor unitario, costo por punto, costo por contacto; costo por clic, costo por view, CPM, valor auspicio, cantidad de exhibiciones en el caso de las pantallas digitales. Además de incluir lectoría de prensa, audiencia de radios por hora, rating tv, comscore o similar, según corresponda para la justificación de la selección de soportes en base al grupo objetivo y los objetivos de campaña.
- Para las campañas que incluyan televisión, se pide que la pauta contemple una pre-evaluación con las variables de alcance, frecuencia y GRPS, considerando el grupo objetivo principal de la campaña.
- Al tratarse de una campaña cuyo medio troncal es la Televisión, se pide que las pautas contemplen tanto GRPS como el alcance a tres grupos objetivos: grupo objetivo Campaña, grupo objetivo total población (ABCD 15+) y total hogares.
- El participante seleccionado será responsable de la distribución, costos e implementación de todos los materiales a los distintos soportes que se establezcan en el plan de medios.
- Los cobros por concepto de administración de plataforma o Adserver en digital deben ser transparentados, visualizando en el plan de medios, el valor real a correr en las plataformas y el tipo de cambio. El ministerio podrá en cualquier momento de la campaña, pedir acceso a las plataformas a modo de monitorear su consumo.
- Todos los medios y soportes vinculados a la campaña deberán transparentar sus ítems de gastos y remitirlos al ministerio contraparte y al Ministerio Secretaría General de Gobierno.
- Si el plan de medios inicial requiere modificación, deberá ser informado a la contraparte del contrato. Este último, se reservará el derecho de solicitar órdenes de compra, boletas y facturas de las subcontrataciones para corroborar la información.
- Los costos de administración de cuentas de redes sociales, producciones y otros, deben ser transparentados en el plan de medios.
- En caso de ofrecer los servicios asociados a plataformas, la agencia de medios deberá contar con una línea de crédito con el soporte, en el caso de no tenerla, deben asumir el costo del impuesto del 35%.
- En caso de requerir los servicios de redes sociales, se deberá crear una cuenta independiente, que permita ir contabilizando la campaña.
- La agencia debe proponer una estrategia y cronograma para que pueda ejecutarse durante las semanas o meses acordados con la contraparte.

- Se requiere que la agencia entregue, mientras la campaña esté al aire, un informe semanal o quincenal, para conocer la distribución del presupuesto y evaluar el rendimiento de la campaña, ya que, en caso de no tener los resultados esperados, se contará con el tiempo para hacer modificaciones.
- La propuesta debe incluir el **CUADRO DE COSTOS**, identificando claramente:
 1. Total plan de medios.
 2. Subtotal inversión regional.
 3. Total administración de plataforma, sólo si aplica en la implementación del plan de medios.
 4. Total costos de producción.
 5. Total Adserver, sólo si aplica en la implementación del plan de medios.
 6. Monto comisión agencia.

X. CONSIDERACIONES GENERALES:

- Accesos redes sociales: para campañas que corran en plataformas como Facebook, Google, Programática, etc., La agencia debe dar acceso de lectura en caso de que el Ministerio lo solicite a la o las personas que ellos soliciten.
- En el caso que la propuesta creativa incluya filmación fuera de la Región Metropolitana, se deberá considerar en los costos de traslado y alojamiento, a lo menos, 2 personas como contraparte del Ministerio de la Mujer y la Equidad de Género o de Gobierno en la producción.
- Los productos audiovisuales que tengan exhibición en TV deben ir con subtítulos y lengua de señas según lo establece la Ley N°20.422, que establece normas sobre igualdad de oportunidades e Inclusión Social de Personas con Discapacidad. En su artículo 25 indica que toda campaña de servicio público financiada con fondos públicos deberá ser transmitida o emitida con subtítulo y Lengua de Señas realizado por personas certificadas.
- Los productos audiovisuales para redes sociales deberán ir con subtítulos.
- Se debe considerar derechos de modelos y personajes al menos por un año desde el lanzamiento de la campaña. La música y todo el material realizado, que no incluya personas, será de uso exclusivo del Ministerio de la Mujer y la Equidad de Género, por el tiempo que se estime conveniente de acuerdo con la normativa vigente.
- El material podrá estar disponible para pautas presidenciales o ministeriales al menos por un año, y también el material se podrá ocupar para cuentas públicas, días determinados sobre la temática y que sea importante relevar. Esto no debe influir en los derechos de los modelos, ya que es de uso interno. Se deberá incluir en los contratos pertinentes.
- Considerar cierre musical y animación de Gobierno.
- Las locuciones de cierre de las frases de radio, comercial y videos digitales se debe enviar casting de 3 alternativas de locutores/as.
- La realización de material audiovisual y la subcontratación de terceros deberán ser chequeados previamente por la contraparte técnica del Ministerio de la Mujer y la Equidad de Género indicada en el acuerdo complementario. Todos los costos de subcontrataciones son de responsabilidad del proveedor seleccionado.
- Todos los comerciales de Gobierno deben ser vinculados a los canales, a través de la plataforma *Peach* o *Ex A+V*. El presupuesto de producción debe considerar este costo y la adaptación a todos los canales para asegurar la óptima visibilidad de la o las piezas.

- Si el cuadro inicial de costos requiere modificación, deberá ser informado a la contraparte indicada en el Acuerdo Complementario. Este último, se reservará el derecho de solicitar órdenes de compra, boletas y facturas de las subcontrataciones para corroborar la información.
- Una vez terminada la campaña se debe enviar una presentación con la post evaluación digital e impresa de todos los medios en los cuales se exhibió la campaña, el cual debe venir acompañado con el último plan de medios aprobado. La verificación digital también deberá incluir:
 1. Contratos de derechos: modelos (contrato con fotografía), locutores, música, etc.
 2. Todo material realizado en alta calidad.
 3. Audiovisuales limpios, sin lengua de señas ni subtítulos.
 4. Editables de materiales audiovisuales (master).
 5. Fotografías compradas.
 6. Música (si hubiere).
- **Cabe mencionar que no necesariamente se ejecutarán todos los productos y/o servicios requeridos, pudiendo redistribuir los recursos para potenciar algún otro en particular, más aún en el plan de medios. Se tomará la decisión de modificar, desde el punto de vista estratégico con el fin de generar el mayor impacto posible y según la contingencia del país.**
- El Ministerio de la Mujer y la Equidad de Género se reserva el derecho de solicitar modificaciones a la propuesta de idea creativa y productos que se oferten, con el fin de dar cumplimiento a los objetivos de la presente campaña y resguardar que se ciña a la norma gráfica institucional.

XI. TIEMPOS DE CAMPAÑA:

La campaña deberá estar al aire y disponible por al menos 3 semanas, comenzando el 25 de noviembre de 2022 o durante esa semana.

XII. EJECUCIÓN DEL SERVICIO:

El proveedor adjudicado deberá entregar todos los productos solicitados en esta contratación y realizar todas las gestiones necesarias para que la campaña comunicacional comience su oportuna ejecución y difusión (spot, avisos de prensa, frases radiales, plan de medios, entre otros).

El plazo máximo de entrega de los productos señalados, de realización de las señaladas gestiones y de ejecución de la campaña comunicacional respectiva, no podrá exceder del día 25 de diciembre de 2022.

XIII. PRESUPUESTO:

El presupuesto disponible para la presente licitación es de \$297.970.000.- (doscientos noventa y siete millones novecientos setenta mil pesos), impuestos incluidos. El presupuesto considera la creación e implementación de la campaña nacional. Los oferentes deberán considerar en su oferta económica todos los gastos, incluidos los de personal, materiales, servicios, equipo, permisos, derechos, otros impuestos y, en general, todo lo que implique un gasto para el cumplimiento del contrato, sea éste directo, indirecto, o a causa de él.



ANEXO N°1-A

IDENTIFICACIÓN DEL OFERENTE

PERSONA JURÍDICA

Nombre o Razón Social:	RUT:
Domicilio comercial:	Comuna:
Nombre del representante legal:	C.I.
Nombre de la persona de contacto durante el proceso:	C.I
Correo electrónico de contacto:	Teléfono de contacto:

Representante Legal

Firma

Nombre

C.I.

ANEXO N°1-B

IDENTIFICACIÓN OFERENTE

PERSONA NATURAL

Nombre:	C.I:
Domicilio comercial:	Comuna:
Nombre de la persona de contacto durante el proceso:	C.I.:
Correo electrónico de contacto:	Teléfono de contacto:

Firma

Nombre

C.I.

.....

.....

.....



ANEXO N°1-C

DECLARACIÓN JURADA PARA OFERTAR
UNIÓN TEMPORAL DE PROVEEDORES

RUT de la UTP que presenta la oferta:

RUT de las Empresas Integrantes de la UTP:

Nombre UTP:	
Domicilio comercial:	Comuna:
Nombre de persona de contacto durante el proceso:	RUT:
Correo electrónico de contacto:	Teléfono de contacto:

Firma
Nombre
RUT
.....

ANEXO N° 2-A

DECLARACIÓN JURADA
PROPONENTE PERSONA JURÍDICA

En..... a días del mes de de, comparece
....., de nacionalidad, profesión
....., Cédula de Identidad N°....., con domicilio en
....., en repre-
sentación de quien bajo juramento
expone lo siguiente:

- a) Que el oferente no tiene entre sus socios a una o más personas que sean funcio-
narios directivos de la Subsecretaría de la Mujer y la Equidad de Género ni a per-
sonas unidas a ellos por los vínculos de parentesco descritos en la letra b) del
artículo 54 de la ley N° 18.575, Orgánica Constitucional de Bases Generales de la
Administración del Estado.
- b) Que el oferente no es una sociedad de personas de las que formen parte los fun-
cionarios directivos y personas mencionadas en el punto anterior, ni es una socie-
dad comandita por acciones o anónima cerrada en que aquéllos o éstas sean ac-
cionistas, ni una sociedad anónima abierta en que aquéllos o éstas sean dueños
de acciones que representen el 10% o más del capital.
- c) Que el oferente, dentro de los dos años anteriores, no ha sido condenado por prác-
ticas antisindicales o infracción a los derechos fundamentales del trabajador o por
delitos concursales establecidos en el Código Penal.
- d) Que el oferente no se encuentra afectado por la prohibición de celebrar actos y
contratos con organismos del Estado, por haber sido condenado en virtud de lo
dispuesto en la ley N°20.393, sobre responsabilidad penal de las personas jurídi-
cas.
- e) Asimismo, declaro que mi representada no ha sido sancionada por el Tribunal de
la Libre Competencia, dentro de los 5 años anteriores, contados desde que la sen-
tencia definitiva quede ejecutoriada, con la prohibición de contratar a cualquier tí-
tulo con órganos de la administración, contemplada en el artículo 26, letra d), del
Decreto con Fuerza de Ley N°1, de 2004, del Ministerio de Economía, Fomento y
Reconstrucción, que Fija el texto refundido, coordinado y sistematizado del decreto
ley N°211, de 1973.

Representante Legal

Firma

Nombre

C.I.

.....
.....
.....

ANEXO N° 2-B

DECLARACIÓN JURADA PROPONENTE
PERSONA NATURAL

En..... a días del mes de de, comparece
....., de nacionalidad, profesión
....., Cédula de Identidad N°....., con domicilio en
....., quien bajo
juramento expone lo siguiente:

1.

Que no reviste la calidad de funcionario/a directivo de la Subsecretaría de la Mujer y la Equidad de Género y no tiene vínculos de parentesco con alguno de éstos, de los descritos en la letra b) del artículo 54 de la ley N° 18.575, Orgánica Constitucional de Bases Generales de la Administración del Estado.
2.

Que no es gerente/a, administrador/a, representante o director/a de una sociedad de personas de las que formen parte los funcionarios directivos y personas mencionadas en el punto anterior, ni de una sociedad comandita por acciones o anónima cerrada en que aquéllos o éstas sean accionistas, ni de una sociedad anónima abierta en que aquéllos o éstas sean dueños/as de acciones que representen el 10% o más del capital
3.

Que dentro de los dos años anteriores, no ha sido condenado/a por prácticas anti-sindicales o infracción a los derechos fundamentales de los/as trabajadores/as o por delitos concursales establecidos en el Código Penal.
4.

Asimismo, declaro que no he sido sancionado/a por el Tribunal de la Libre Competencia, dentro de los 5 años anteriores, contados desde que la sentencia definitiva quede ejecutoriada, con la prohibición de contratar a cualquier título con órganos de la administración, contemplada en el artículo 26, letra d), del Decreto con Fuerza de Ley N°1, de 2004, del Ministerio de Economía, Fomento y Reconstrucción, que Fija el texto refundido, coordinado y sistematizado del decreto ley N°211, de 1973.

Firma

Nombre

C.I.

.....

.....

.....

ANEXO N°2-C

**DECLARACIÓN JURADA PARA OFERTAR
UNIÓN TEMPORAL DE PROVEEDORES**

RUT de la UTP que presenta la oferta:

RUT de la Empresa Integrante de la UTP:

El _____ firmante, _____ (nombre _____ del _____ fir-
mante) _____, RUT _____ (del _____ fir-
mante) _____, en su calidad de representante legal de la empresa _____ (nombre em-
presa) _____, integrante de la Unión Temporal de Proveedores indicada an-
teriormente, declara bajo juramento que su representada no tiene entre sus socios/as o
representante legal: funcionarios/as, relaciones de parentesco o participación en socieda-
des con el Ministerio, en los términos establecidos en el artículo 4°, inciso sexto, de la ley
N°19.886, de Compras Públicas

Quien suscribe declara bajo juramento que el oferente que represento, dentro de los dos
años anteriores al momento de la presentación de la oferta, no ha sido condenado por
prácticas antisindicales o infracción a los derechos fundamentales del trabajador, o por de-
litos concursales establecidos en el Código Penal, de conformidad con lo dispuesto en el
artículo 4° inciso primero de la Ley N° 19.886.

Quien suscribe declara bajo juramento que el oferente que represento cumple con lo dis-
puesto en el artículo 4°, inciso sexto, de la Ley N° 19.886, que al efecto dispone: “Ningún
órgano de la Administración del Estado y de las empresas y corporaciones del Estado o en
que éste tenga participación, podrá suscribir contratos administrativos de provisión de bie-
nes o prestación de servicios con los funcionarios directivos del mismo órgano o empresa,
ni con personas unidas a ellos por los vínculos de parentesco descritos en la letra b) del
Artículo 54 de la ley N° 18.575, ley Orgánica Constitucional de Bases Generales de la Ad-
ministración del Estado, ni con sociedades de personas de las que aquéllos o éstas formen
parte, ni con sociedades comanditas por acciones o anónimas cerradas en que aquéllos o
éstas sean accionistas, ni con sociedades anónimas abiertas en que aquéllos o éstas sean
dueños de acciones que representen el 10% o más del capital, ni con los gerentes, admi-
nistradores, representantes o directores de cualquiera de las sociedades antedichas”.

Asimismo, quien suscribe declara bajo juramento que el oferente no se encuentra conde-
nado por los delitos de lavado de activos, financiamiento del terrorismo y delitos de cohe-
cho, de conformidad con lo dispuesto en la Ley N° 20.393, que establece la responsabilidad
penal de las personas jurídicas, por los delitos previstos en el artículo 27 de la Ley N°
19.913, ni en el artículo 8° de la Ley N° 18.314.

Asimismo, declaro que el oferente que represento no ha sido sancionado por el Tribunal de
la Libre Competencia, dentro de los 5 años anteriores, contados desde que la sentencia
definitiva quede ejecutoriada, con la prohibición de contratar a cualquier título con órganos
de la administración, contemplada en el artículo 26, letra d), del Decreto con Fuerza de Ley
N°1, de 2004, del Ministerio de Economía, Fomento y Reconstrucción, que Fija el texto
refundido, coordinado y sistematizado del decreto ley N°211, de 1973.

FIRMA REPRESENTANTE LEGAL INTEGRANTE UTP

RUT _____

En _____, a ____ del mes _____ del año _____

ANEXO N° 3

NÓMINA DE TRABAJOS SIMILARES

N°	Empresa Contratante	Tipo de Servicio	Fecha de inicio	Fecha de término	Monto total	Datos de contacto (Nombre y fono y/o correo electrónico)
1						
2						
3						
4						
5						

NOTAS:

- Por cada trabajo similar, señalado en este anexo, el oferente deberá acompañar documentos que acrediten la efectividad del trabajo realizado, como órdenes de compra emitidas por el portal Mercado Público, copias de contratos firmados ante notario o facturas electrónicas o manuales siempre y cuando cuenten con V.B.° por parte del mandante.
- En la evaluación se considerará sólo hasta un máximo de 5 trabajos y/o servicios similares.

Representante Legal

Firma

Nombre

C.I.

.....
.....
.....



ANEXO N° 4

BRIEFING

El Oferente debe entregar una propuesta de Campaña Comunicacional basada en las Bases y/o Especificaciones Técnicas o Brief establecido en las presentes bases de licitación.

Representante Legal

Firma

Nombre

C.I.

.....
.....
.....

ANEXO N° 5

COMISIÓN APLICADA

El Oferente declara que el porcentaje de comisión que cobra por el desarrollo del plan o asesorías requeridas es:

PORCENTAJE DE COMISIÓN APLICADA

Representante Legal

Firma

Nombre.....

C.I.



ANEXO N° 6

ENFOQUE DE GÉNERO

Para considerar valida la presentación se debe adjuntar la información requerida cumplimiento al menos una de las condiciones exigidas en el Numeral 12.5.1 letra e) de las bases administrativas (medios de verificación).

Representante Legal

Firma

Nombre

C.I.

ANEXO N° 7

PRECIO/VALOR POR LOS SERVICIOS LICITADOS

Valor total neto (expresado en pesos chile- nos).	
Impuesto (IVA) (expresado en pesos chile- nos).	
Valor total (expresado en pesos chile- nos).	

Representante Legal

Firma

Nombre

C.I.

.....
.....
.....



ANEXO N°8

GARANTÍA DE SERIEDAD DE LA OFERTA

Representante Legal

Firma

Nombre
C.I.

2° LLÁMESE a licitación pública para contratar el servicio de asesoría creativa en la producción e implementación de la Campaña Nacional de Prevención de la Violencia contra las Mujeres 2022.

3° PUBLÍQUESE el presente acto administrativo y sus antecedentes en el Portal www.mercadopublico.cl

ANÓTESE Y COMUNÍQUESE.

LUZ VIDAL HUIRIQUEO
SUBSECRETARIA DE LA MUJER Y LA EQUIDAD DE GÉNERO

JSQ/CSA/PSA/RDV

Distribución:

1. Gabinete MMEG
2. Departamento de Comunicaciones.
3. División Jurídica.
4. División de Administración y Finanzas.
5. Oficina de Partes.



Este documento ha sido firmado electrónicamente de acuerdo con la ley N° 19.799

Para verificar la integridad y autenticidad de este documento ingrese el código de verificación: 1700443-6e68ba en:

<https://doc.digital.gob.cl/validador/>