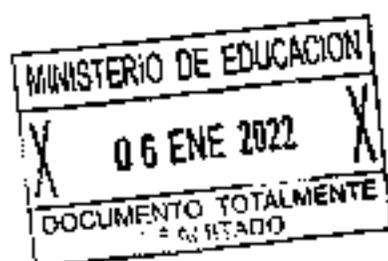


GOBIERNO DE CHILE  
MINISTERIO DE EDUCACIÓN  
SUBSECRETARÍA DE EDUCACIÓN  
DIVISIÓN JURÍDICA  
COMITÉ ADJES Y CONTRATOS



APRUEBA BASES ADMINISTRATIVAS, BASES TÉCNICAS Y ANEXOS DE LICITACIÓN PÚBLICA, SOBRE EL SERVICIO DE CREACIÓN, PRODUCCIÓN E IMPLEMENTACIÓN DE UNA CAMPAÑA COMUNICACIONAL MASIVA A NIVEL NACIONAL Y REGIONAL E IMPLEMENTACIÓN DE UN PLAN DE MEDIOS PARA LA CAMPAÑA COMUNICACIONAL "VUELTA A CLASES" (ID N°592-78-LQ21)

179

RESOLUCIÓN EXENTA N°

SANTIAGO,

0265 \*06.01.2022

VISTO

Lo dispuesto en la Ley N.º 18.956, que reestructura el Ministerio de Educación; Ley N.º 19.886, de Bases sobre Contratos Administrativos de Suministro y Prestación de Servicios. Decreto Supremo N.º 250 de 2004, del Ministerio de Hacienda, que aprueba Reglamento de la Ley N.º 19.886; Decreto N.º 51 de 2020, del Ministerio de Educación, que designa Subsecretario de Educación, y Resoluciones N.º 7, de 2019, y N.º 16, de 2020, de la Contratoría General de la República, que fijan normas sobre exención del trámite de toma de razón.

**CONSIDERANDO**

1. Que, la Subsecretaría de Educación, a través de la Dirección de Comunicaciones del Gabinete de Ministro, requiere el servicio de asesoría creativa, producción, creación e implementación de un plan de medios nacional y regional para la campaña comunicacional denominada "Vuelta a Clases", de acuerdo al Memorandum N°01/422, de fecha 29 de diciembre de 2021, suscrito por la Jefa del Gabinete de Ministro.
2. Que, según se indica en el Memorandum N°656, de 29 de diciembre de 2021, actualmente no existe en el Catálogo de Bienes y Servicios administrado por la Dirección de Compras y Contratación Pública un convenio marco vigente que permita la contratación directa de los servicios requeridos, según lo dispone el artículo 14 y siguientes del Decreto Supremo N.º 250, de 2004, del Ministerio de Hacienda.
3. Que, se procederá a licitar públicamente el servicio requerido en el portal [www.mercadopublico.cl](http://www.mercadopublico.cl), conforme a la normativa de la Ley N.º 19.886, de Bases sobre Contratos Administrativos de Suministro y Prestación de Servicios y su Reglamento contenido en el Decreto Supremo N.º 250, de 2004, del Ministerio de Hacienda.
4. Que, en consecuencia, el presente acto administrativo tiene por objeto aprobar las Bases Administrativas, Bases Técnicas y los Anexos que regirán el presente proceso de licitación pública.

**RESUELVO**

**Artículo Único:** Apruébense las Bases Administrativas, Bases Técnicas y Anexos de Licitación Pública ID N.º 592-78-LQ21, de la Subsecretaría de Educación, sobre el servicio de asesoría creativa, producción, creación e implementación de un plan de medios nacional y regional para la campaña comunicacional denominada "Vuelta a Clases" de la Dirección de Comunicaciones del Gabinete de Ministro, cuyo texto es el siguiente:

**BASES ADMINISTRATIVAS SOBRE CREACIÓN, PRODUCCIÓN E IMPLEMENTACIÓN DE UNA CAMPAÑA COMUNICACIONAL MASIVA A NIVEL NACIONAL Y REGIONAL E IMPLEMENTACIÓN DE UN PLAN DE MEDIOS PARA LA CAMPAÑA COMUNICACIONAL "VUELTA A CLASES".**

**1.1 DEL OFERENTE**

Podrán participar en esta propuesta las personas naturales, jurídicas o uniones temporales de proveedores, chilenas o extranjeras, que – cumpliendo los requisitos señalados en las presentes bases – presenten una oferta en la oportunidad y forma establecida en las mismas.

Sin perjuicio de lo anterior, para celebrar el respectivo contrato, el oferente que resulte seleccionado deberá encontrarse inscrito en el Registro de Chile Proveedores.

**1.1.1 No podrán participar**

Los oferentes que, al momento de presentar la oferta, hayan sido condenados por prácticas antisindicales y/o infracción a los derechos fundamentales del trabajador y/o por delitos concursales establecidos en el Código Penal, dentro de los anteriores dos años, de acuerdo con lo dispuesto en el artículo 4º, inciso primero, de la Ley Nº 19.886.

**1.2 DE LOS SERVICIOS REQUERIDOS**

La Subsecretaría de Educación, en adelante la Subsecretaría, requiere contratar el servicio de asesoría creativa, producción, creación e implementación de un plan de medios nacional y regional para la campaña comunicacional masiva denominada "Vuelta a Clases", que considere el desarrollo del concepto creativo y el diseño de todas las piezas de manera que sean complementarias y que tenga continuidad en el tiempo

Se requiere que la agencia proyecte una estrategia comunicacional.

**1.3 CONSULTAS Y ACLARACIONES**

**1.3.1 Recepción de consultas y solicitudes de aclaración**

Las consultas y solicitudes de aclaración sólo se recibirán a través del portal [www.mercadopublico.cl](http://www.mercadopublico.cl), desde el día de publicación de las presentes Bases en el citado portal, hasta el plazo señalado en el punto 1.10 Cronograma de Licitación de las presentes Bases Administrativas.

**1.3.2 Respuestas a las consultas y aclaraciones**

Se responderán sólo aquellas consultas y solicitudes de aclaración que hubieron sido presentadas a través del portal y dentro del plazo señalado. Las respuestas a las consultas y las aclaraciones estarán a disposición de los oferentes a más tardar en el plazo señalado en el punto 1.10 Cronograma de Licitación de las presentes Bases Administrativas.

Las consultas, respuestas y aclaraciones formarán parte integrante de las Bases de esta licitación.

**1.4 DE LAS OFERTAS**

**1.4.1 Cumplimiento de las condiciones administrativas**

Previo a la presentación de las Ofertas Técnica y Económica, el oferente deberá dar cumplimiento a los requerimientos señalados en las presentes Bases Administrativas, Bases Técnicas y Anexos, documentos que se entienden forman parte integrante del presente proceso.

#### 1.4.2 Recepción de las propuestas

Las propuestas se recibirán desde el día de publicación de las presentes Bases en el portal [www.mercadopublico.cl](http://www.mercadopublico.cl) hasta el plazo señalado en el punto 1.10 Cronograma de Licitación de las presentes Bases Administrativas.

Sólo se considerarán las propuestas que hubieren sido presentadas a través del portal y dentro del plazo señalado, por lo que una vez expirado dicho plazo no se admitirá propuesta alguna. Del mismo modo, los oferentes no podrán retirar las propuestas ni hacer modificaciones en ellas una vez presentadas.

Sin perjuicio de lo anterior, los oferentes podrán presentar certificaciones o antecedentes que hayan omitido presentar al momento de efectuar la oferta, siempre que dichas certificaciones o antecedentes se hayan producido u obtenido con anterioridad al plazo para presentar ofertas, o que se refiera a situaciones no mutables, entre el vencimiento del plazo para presentar ofertas y el periodo de evaluación. Para ello, los oferentes tendrán el plazo fatal de 3 días hábiles para la corrección de esta omisión, contados desde el requerimiento que en este sentido haga la Subsecretaría, dentro del plazo de evaluación, a través del sistema de información de compras públicas, sin perjuicio de lo cual esta situación será ponderada negativamente en la evaluación de las ofertas.

#### 1.4.3 Ingreso de la oferta técnica

El oferente **deberá** ingresar al portal [www.mercadopublico.cl](http://www.mercadopublico.cl), como archivos adjuntos, su Oferta Técnica, indicando con detalle las características y descripción de lo ofertado, debiendo cumplir, como mínimo, con las especificaciones indicadas en las Bases Técnicas.

Además, el oferente deberá presentar la siguiente documentación, la cual será útil para el proceso de evaluación de la propuesta.

- a) **Anexo N.º1 Experiencia del Oferente:** Se valorará positivamente que el oferente posea experiencia en proyectos desarrollados en instituciones públicas y/o empresas del sector privado, en materia de creación e implementación de campañas comunicacionales de alto alcance dentro de los últimos 5 años contados desde la publicación de las presentes bases. La experiencia se acreditará mediante certificados simples emitidos y firmados por las empresas o clientes contratantes como asimismo, con certificados de recepción conforme de tales servicios. La no presentación de algún certificado hará que la experiencia señalada en este Anexo se entienda por la Comisión como una experiencia no realizada por el oferente.
- b) **Propuesta Creativa:** El oferente deberá presentar una propuesta creativa en formato pdf que incluya la presentación de la idea creativa, la propuesta de landing page, las maquetas de los productos audiovisuales y maquetas de los productos gráficos y digitales.
- c) **Propuesta de Plan de Medios:** El oferente deberá presentar una propuesta de plan de medios en formato Excel que contenga un cuadro resumen de la distribución de la inversión, un cronograma de implementación, respecto a radio, el proveedor, cobertura, horario, formato, segundos, número de frases, valor unitario y total y finalmente, respecto a digital, el foco, unidad de compra, dispositivo, proveedor, segmentación, formato, días y resultados esperados en sus respectivas métricas.
- d) **Anexo N.º2 Cantidad de Trabajadores del Oferente:** El oferente debe acreditar tener al menos 10 trabajadores con contrato de trabajo indefinido al menos con 1 año de antigüedad. La acreditación de este requisito se hará mediante documentos tales como contratos de trabajo, liquidaciones de sueldo, certificado de pago previsional.

Asimismo, el oferente **podrá** ingresar la siguiente documentación.

1. Copia simple de certificados del Registro Nacional de Discapacidad que acredite la contratación de trabajadores que posean alguna discapacidad, y copia simple del contrato de trabajo respectivo, sin perjuicio del cumplimiento por parte del oferente a lo dispuesto en el artículo 157 bis del Código del Trabajo, en concordancia con lo dispuesto en la Ley N° 20.422.

Estos antecedentes no serán evaluados técnicamente, sino que serán considerados ante la ocurrencia de un empate en el puntaje final técnico-económico entre dos o más oferentes.

Además de lo anterior, el oferente deberá completar la "Declaración Jurada Requisitos para Ofertar", disponible en el portal [www.mercadopublico.cl](http://www.mercadopublico.cl), para dar cumplimiento a los requisitos exigidos para ofertar, según lo establecido en el artículo 4° de la Ley N.º 19.886 de Compras Públicas y en otros Marcos Legales.

Para el caso de las Uniones Temporales de Proveedores, se deberá adjuntar copia del documento que formalice la Unión (sin necesidad de constituir una sociedad), donde se pacte a lo menos la solidaridad entre las partes respecto de todas las obligaciones que se generen en virtud de la presente licitación y el nombramiento de un representante o apoderado con poderes suficientes, cuya vigencia debe ser superior a la del contrato pretendido a través de la presente licitación. Además, cada persona (natural o jurídica) que la componga deberá presentar, conforme a su calidad, la declaración jurada del **Anexo N°3 "Declaración Jurada Unión Temporal de Proveedores."**

#### 1.4.4 Ingreso de la oferta económica

El precio que señalen los oferentes en su Oferta Económica, a través del portal [www.mercadopublico.cl](http://www.mercadopublico.cl), corresponderá al **Valor Total Neto con comisión agencia incluida (sin IVA)**, expresado en pesos chilenos, por el servicio requerido.

Además, los oferentes deberán completar y adjuntar el **Anexo N.º 4 "Oferta Económica"**, de las presentes Bases, documento que será considerado en la evaluación económica.

El valor total del servicio debe ser igual o menor a **\$270.000.000.- (doscientos millones de pesos)**. Las ofertas que sobrepasen dicha cantidad serán declaradas inadmisibles, por acto administrativo fundado.

Los proponentes deberán considerar en su oferta económica todos los gastos, incluidos los de personal, materiales, servicios, equipos, permisos, derechos, otros impuestos y, en general, todo cuanto implique un gasto para el cumplimiento del contrato, sea éste directo, indirecto o a causa de él. Los precios ofertados serán invariables y fijos hasta el total cumplimiento del contrato; no se aceptarán cláusulas relacionadas con futuros reajustes, variaciones, reconsideraciones o alza del precio cotizado, con posterioridad a la Propuesta o durante su cumplimiento.

#### 1.4.5 Vigencia de la oferta

La oferta deberá tener una vigencia mínima de 120 días corridos, contados desde la fecha de cierre de recepción de ofertas indicada en el portal [www.mercadopublico.cl](http://www.mercadopublico.cl).

#### 1.4.6 Garantía de seriedad de las ofertas

Esta garantía se exige para proteger a la Subsecretaría de los riesgos de desistimiento de la oferta dentro del periodo de validez exigido en las bases, retiro de la oferta una vez seleccionada, falta de seriedad en sus términos, inhabilidad del adjudicado para contratar con el Estado, falta de entrega de los antecedentes requeridos para elaborar el contrato, falta de firma del contrato o falta de entrega de la garantía de cumplimiento de contrato.

**Por cada oferta presentada, el oferente deberá presentar una garantía que asegure el pago de manera rápida y efectiva de un monto de \$3.500.000.- (tres millones quinientos mil pesos) a la orden de la Subsecretaría de Educación, R.U.T. N° 60.901 000-2, con una vigencia no inferior a 120 días corridos contados desde la fecha de cierre de recepción de las ofertas indicada en el portal [www.mercadopublico.cl](http://www.mercadopublico.cl).**

La Garantía de seriedad de la oferta será pagadera a la vista y con el carácter de irrevocable. En todo documento que se constituya como Garantía de seriedad de la oferta es necesario que se indique la individualización del oferente que participa en la propuesta. En el caso de pólizas de seguro estas deberán ser pagaderas al primer requerimiento, sin liquidador, sin requerir ningún trámite adicional para su cobro y sin contemplar el arbitraje como medio de resolución de conflictos para los organismos públicos.

La caución o garantía presentada deberá señalar que está tomada como Garantía de Seriedad de la Oferta para la Licitación Pública ID 592-78-LQ21

La Garantía de Seriedad de la Oferta podrá otorgarse física o electrónicamente. De otorgarse una garantía electrónica, esta deberá ajustarse a la Ley N°19.799, sobre Documentos Electrónicos, Firma Electrónica y Servicios de Certificación de dicha firma. La garantía electrónica deberá presentarse a través del portal [www.mercadopublico.cl](http://www.mercadopublico.cl) junto a los antecedentes administrativos de la oferta. El oferente deberá tener presente que, no adjuntar la garantía electrónica de la forma antes referida, puede ocasionar el posterior rechazo de la oferta por incumplimiento del requisito de presentación de garantía de la seriedad de la oferta, en relación con las específicas funcionalidades del portal [www.mercadopublico.cl](http://www.mercadopublico.cl)

Los oferentes deberán presentar el documento de seriedad de la oferta en la Oficina de Partes de la Subsecretaría de Educación, ubicada en Av. Libertador Bernardo O'Higgins 1371, comuna de Santiago, de lunes a viernes, desde las 09:00 a las 12:00 horas; hasta el día de cierre de recepción de ofertas indicado en el portal [www.mercadopublico.cl](http://www.mercadopublico.cl).

El receptor de la garantía procederá a registrar el ingreso del documento, levantando un acta debidamente firmada por él y por la persona que haga entrega de la garantía, en la que deberá constar el nombre de la licitación, el nombre del oferente, nombre y RUT de la persona que entregó la garantía y la fecha y hora de presentación de la garantía. Copia de dicha acta deberá entregarse a la persona que hizo entrega de la garantía.

Si no se presenta el documento de garantía de seriedad de la oferta, o si su presentación es extemporánea, o no estuviera extendida en los términos antes señalados, no se evaluará la oferta presentada. Dicha situación será comunicada a la Comisión Evaluadora, previo al proceso de evaluación. Posteriormente, dicha oferta será declarada inadmisibles a través de resolución fundada.

Sin perjuicio de lo anterior, la Subsecretaría otorgará un plazo fatal de dos días hábiles, contados desde el requerimiento que en este sentido haga la Subsecretaría, para que el oferente subsane los errores meramente de transcripción que pueda contener la garantía presentada, excluyendo lo referido al monto y/o vigencia de la garantía, si transcurrido dicho plazo no se subsanaren los errores, no se evaluará la oferta presentada y posteriormente será declarada inadmisibles a través de resolución fundada.

Si dentro de la vigencia señalada en el párrafo segundo de este punto no se hubiere efectuado la adjudicación de la licitación, por razones no imputables a la Subsecretaría, ésta solicitará a los Oferentes la renovación de las garantías de seriedad de las ofertas, antes de su expiración. Si alguno de los oferentes no accediera a la solicitud, su propuesta se tendrá por desistida, en cuyo caso la Subsecretaría devolverá los documentos de garantía en el plazo de cinco días hábiles, contado desde su vencimiento.

#### **1.4.7 Apertura de las ofertas**

##### **1.4.7.1 Modalidad de la licitación**

La licitación se realizará en dos etapas, existiendo dos aperturas diferidas de las ofertas, una de las Ofertas Técnicas y otra respecto de las Ofertas Económicas. La apertura de estas últimas sólo se efectuará respecto a los oferentes cuyas ofertas técnicas hubiesen calificado.

##### **1.4.7.2 Apertura de las ofertas**

Un encargado de la Unidad de Compras de la Subsecretaría de Educación realizará la apertura de las "Ofertas técnicas", liberándolas del Sistema de Información y Compras Públicas en el plazo señalado en el punto 1.10 Cronograma de Licitación de las presentes Bases Administrativas.

Posteriormente, se efectuará la apertura de las "ofertas económicas", liberándolas del Sistema de Información y Compras Públicas en el plazo señalado en el punto 1.10 Cronograma de Licitación de las presentes Bases Administrativas.

A continuación, comunicará a la Comisión Evaluadora – por escrito o correo electrónico – que se realizó la apertura electrónica de las propuestas, remitiéndole copias de estas en cualquier soporte e informándole a su vez sobre las propuestas que hayan acompañado la Garantía de Seriedad de la Oferta en tiempo y forma.

#### **1.5 COMISIÓN EVALUADORA**

La evaluación de las ofertas técnicas y económicas será realizada en el plazo señalado en el punto 1.10 Cronograma de Licitación de las presentes Bases Administrativas.

##### **1.5.1 Comisión evaluadora técnica:**

1. El (la) funcionario(a) público(a) que se desempeñe como Director (a) de Comunicaciones de la Subsecretaría, o por el (la) funcionario(a) público(a) de su dependencia que este(a) designe, mediante memorándum o correo electrónico.
2. El (la) funcionario(a) público(a) que se desempeñe como Encargado(a) de Marketing y Difusión de Comunicaciones de la Subsecretaría, o por el (la) funcionario(a) público(a) de su dependencia que este(a) designe, mediante memorándum o correo electrónico.
3. El (la) funcionario (a) público(a) que se desempeñe como directora de marketing y diseño o por el (la) funcionario(a) público(a) de su dependencia que este(a) designe, mediante memorándum o correo electrónico.

Serán funciones de la Comisión Evaluadora Técnica, las siguientes:

- a) Resolver si las ofertas presentadas por cada oferente se ajustan a los requisitos administrativos solicitados en las presentes Bases y a las especificaciones que forman parte de las Bases Técnicas. En caso de que ello no ocurra, propondrá declarar inadmisibles dichas ofertas.
- b) Evaluar las Ofertas Técnicas presentadas.
- c) Solicitar a los Oferentes, durante el proceso de evaluación de las ofertas, que salven los errores y omisiones formales detectados en esta etapa, siempre y cuando las reclificaciones no signifiquen asumir una situación de privilegio respecto a los demás oferentes y no se afecten los principios de estricta sujeción a las bases y de igualdad de los proponentes, debiendo informar de dicha solicitud y modificaciones al resto de los oferentes a través del Sistema de Información de Compras Públicas.
- d) Confeccionar un Acta de Evaluación Técnica en la que dejará constancia, por orden decreciente, de la puntuación obtenida por cada una de las propuestas evaluadas. Dejará constancia sobre las propuestas rechazadas y sus razones y, en general,

sobre cualquier hecho relacionado con el proceso de evaluación que le merezca comentar.

- e) Dar cumplimiento a lo dispuesto en la Ley N.º 20.730, que regula el lobby y las gestiones que representen intereses particulares ante las autoridades y funcionarios, y su reglamento contenido en el Decreto Supremo N.º 71. de 2014, del Ministerio Secretaría General de la Presidencia.
- f) Por último, los miembros de la Comisión Evaluadora Técnica declararán que no tienen conflictos de intereses respecto de los oferentes y/u ofertas evaluadas, de acuerdo al DFL N.º 1/19653 de 2001, del Ministerio Secretaría General de la Presidencia, que fija el texto refundido, coordinado y sistematizado de la Ley N.º 18.575, Orgánica Constitucional de Bases Generales de la Administración del Estado.

#### 1.5.2. Comisión evaluadora económica

1. El (la) funcionario(a) público(a) que se desempeñe como Jefe(a) de la División de Administración General de la Subsecretaría, o por el (la) funcionario(a) público(a) de su dependencia que este(a) designe mediante memorándum o correo electrónico.

2. El (la) funcionario(a) público(a) que se desempeñe como Jefe(a) de la Dirección de Comunicaciones de la Subsecretaría, o por el (la) funcionario(a) público(a) de su dependencia que este(a) designe, mediante memorándum o correo electrónico.

3. El (la) funcionario(a) público(a) que se desempeñe como Encargado(a) de la Unidad de Administración Presupuestaria del Gabinete Ministerial del Ministerio de Educación o por el (la) funcionario(a) público(a) de su dependencia que este(a) designe, mediante memorándum o correo electrónico.

Serán funciones de la Comisión Evaluadora Económica, las siguientes:

- a) Evaluar las Ofertas Económicas de los proponentes que hayan calificado técnicamente.
- b) Solicitar a los Oferentes, durante el proceso de evaluación de las ofertas, que salven los errores y omisiones formales detectados en esta etapa, siempre y cuando las rectificaciones no signifiquen asumir una situación de privilegio respecto a los demás oferentes y no se afecten los principios de estricta sujeción a las bases y de igualdad de los proponentes, debiendo informar de dicha solicitud y modificaciones al resto de los oferentes a través del Sistema de Información de Compras Públicas.
- c) Confeccionar un Acta Final de Evaluación en la que dejará constancia de los criterios y ponderaciones utilizados en la evaluación de las ofertas; las ofertas que deben declararse inadmisibles por no cumplir con los requisitos establecidos en las bases, debiéndose especificar los requisitos incumplidos; la proposición de declaración de la licitación como desierta, cuando no se presentaren ofertas y cuando la Comisión Evaluadora juzgare que las ofertas presentadas no resultan convenientes a los intereses de la Subsecretaría; la asignación de puntajes para cada criterio y las fórmulas de cálculo aplicadas para la asignación de dichos puntajes; así como cualquier hecho relacionado con el proceso de evaluación que le merezca comentar; y la proposición de adjudicación, dirigida a la Subsecretaría de Educación, señalando en orden decreciente, la puntuación obtenida por cada una de las propuestas evaluadas.
- d) Indicar, en el Acta Final de Evaluación, el valor máximo de los bienes y servicios requeridos, considerando impuestos si correspondiere y la duración total del contrato respectivo.
- e) Dar cumplimiento a lo dispuesto en la Ley N.º 20.730, que regula el lobby y las gestiones que representen intereses particulares ante las autoridades y funcionarios, y su reglamento contenido en el Decreto Supremo N.º 71. de 2014, del Ministerio Secretaría General de la Presidencia.
- f) Por último, los miembros de la Comisión Evaluadora declararán que no tienen conflictos de intereses respecto de los oferentes y/u ofertas evaluadas, de acuerdo

con el DFL N.º 1/19653 de 2001, del Ministerio Secretaría General de la Presidencia, que fija el texto refundido, coordinado y sistematizado de la Ley N.º 18.575, Orgánica Constitucional de Bases Generales de la Administración del Estado

## 1.6 EVALUACIÓN DE LAS OFERTAS

Sólo se evaluarán las propuestas de los oferentes que hayan acompañado el documento de seriedad de la oferta, en tiempo y forma.

Todos los puntajes -técnicos, económicos y finales- se expresarán, por cada evaluación, con dos decimales, sin aproximación.

### 1.6.1 Evaluación de las ofertas técnicas

Se evaluarán las Ofertas Técnicas de acuerdo con los criterios, ponderaciones y escala de puntajes que se indican a continuación:

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN
C1: Experiencia del oferente	20%
C2: Propuesta creativa	50%
C3: Propuesta plan de medios	20 %
C4: Cantidad de trabajadores del oferente	5%
C5: Antecedentes formales de la propuesta.	5%
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>

#### C1: EXPERIENCIA DEL OFERENTE (30%)

CRITERIO	PUNTAJE
El proponente acredita experiencia en 10 o más proyectos de instituciones públicas y/o empresas del sector privado en creación e implementación de campañas comunicacionales de alto alcance dentro de los últimos 5 años.	100
El proponente acredita experiencia de 5 a 9 proyectos de instituciones públicas y/o empresas del sector privado en creación e implementación de campañas comunicacionales de alto alcance dentro de los últimos 5 años.	70
El proponente no tiene experiencia o acredita experiencia en 4 o menos proyectos de instituciones públicas y/o empresas del sector privado en creación e implementación de campañas comunicacionales de alto alcance dentro de los últimos 5 años.	30

#### C2: PROPUESTA CREATIVA (40%)

CRITERIO	PUNTAJE
El oferente presenta 5 de los siguientes puntos que cumplen el mensaje, tono y estilo, target y objetivo especificado en bases técnicas para la campaña. 1. Concepto creativo 2. Estrategia comunicacional 3. Propuesta de línea creativa 4. Propuesta de guiones, storyboard y/o maquetas de los productos audiovisuales 5. Maquetas gráficas para redes sociales y digital	100

<p>El oferente presenta 4 o 3 de los siguientes puntos que cumplen con el mensaje, tono y estilo, target y objetivo especificado en bases técnicas para la campaña:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Concepto creativo</li> <li>2. Estrategia comunicacional</li> <li>3. Propuesta de línea creativa</li> <li>4. Propuesta de guiones, storyboard y/o maquetas de los productos audiovisuales</li> <li>5. Maquetas gráficas para redes sociales y digital</li> </ol>	70
<p>El oferente presenta 2 o 1 de los siguientes puntos que cumplen con el mensaje, tono y estilo, target y objetivo especificado en bases técnicas para la campaña:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Concepto creativo</li> <li>2. Estrategia comunicacional</li> <li>3. Propuesta de línea creativa</li> <li>4. Propuesta de guiones, storyboard y/o maquetas de los productos audiovisuales</li> <li>5. Maquetas gráficas para redes sociales y digital</li> </ol>	30

### C3: PROPUESTA PLAN DE MEDIOS (20%)

CRITERIO	PUNTAJE
<p>El oferente presenta 4 o 3 de los siguientes puntos que cumplen con el objetivo y target objetivo de la campaña especificados en bases técnicas para la campaña:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>i. Cuadro resumen distribución de inversión de los diferentes medios solicitados: Radio, prensa, digital y televisión</li> <li>ii. Cronograma de implementación considerando el lanzamiento durante el mes de marzo</li> <li>iii. Radio: Proveedor, zona cobertura, tipo de compra, horario, formato, segundos, número de frases, valor unitario y total</li> <li>iv. Digital: Foco, unidad de compra, dispositivo, proveedor, segmentación, formato, días, impresiones estimadas y clicks estimados, views estimados, CTR estimado y CPC estimado realista respecto a los valores del proveedor.</li> <li>v. Televisión: El GRP (Gross Rating Point)</li> <li>vi. Prensa: impresiones y distribución</li> </ol>	100
<p>El oferente presenta 2 de los siguientes puntos que cumplen con el mensaje, tono y estilo, target y objetivo especificado en bases técnicas para la campaña:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>i. Cuadro resumen distribución de inversión de los diferentes medios solicitados: Radio, prensa, digital y televisión</li> <li>ii. Cronograma de implementación considerando el lanzamiento durante el mes de marzo.</li> <li>iii. Radio: Proveedor, zona cobertura, tipo de compra, horario, formato, segundos, número de frases, valor unitario y total</li> <li>iv. Digital: Foco, unidad de compra, dispositivo, proveedor, segmentación, formato, días, impresiones estimadas y clicks estimados, views estimados, CTR estimado y CPC estimado realista respecto a los valores del proveedor.</li> <li>v. Televisión: El GRP (Gross Rating Point)</li> <li>vi. Prensa: impresiones y distribución</li> </ol>	70
<p>El oferente presenta 1 o menos de los siguientes puntos que cumplen con el mensaje, tono y estilo, target y objetivo especificado en bases técnicas para la campaña:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>i. Cuadro resumen distribución de inversión de los diferentes medios solicitados: Radio, prensa, digital y vía pública</li> <li>ii. Cronograma de implementación considerando el lanzamiento durante el mes de abril.</li> <li>iii. Radio: Proveedor, zona cobertura, tipo de compra, horario, formato, segundos, número de frases, valor unitario y total</li> <li>iv. Digital: Foco, unidad de compra, dispositivo, proveedor, segmentación, formato, días, impresiones estimadas y clicks estimados, views estimados, CTR estimado y CPC estimado realista respecto a los valores del proveedor.</li> <li>v. Televisión: El GRP (Gross Rating Point)</li> <li>vi. Prensa: impresiones y distribución</li> </ol>	30

**C4: CANTIDAD DE TRABAJADORES DEL OFERENTE (5%)**

CRITERIO	Puntaje
El proponente acredita tener 20 o más trabajadores con contrato indefinido y al menos 1 año de antigüedad.	100
El proponente acredita tener entre 11 y 19 trabajadores con contrato indefinido y al menos 1 año de antigüedad	50
El proponente acredita tener 10 trabajadores con contrato indefinido y al menos 1 año de antigüedad	10

**C5: ANTECEDENTES FORMALES DE LA PROPUESTA. (5%)**

Aplica cuando:	
Presenta la totalidad de las certificaciones y antecedentes requeridos en las Bases al momento de presentar la oferta.	100
No presenta la totalidad de las certificaciones y antecedentes requeridos en las Bases al momento de presentar la oferta, sin embargo, los acompaña una vez requiendo por la Subsecretaría dentro del plazo dispuesto al efecto.	50
No presenta la totalidad de las certificaciones y antecedentes requeridos en las Bases al momento de presentar la oferta ni al ser requiendo por la Subsecretaría dentro del plazo dispuesto al efecto.	0

Si el proponente no presenta la totalidad de las certificaciones y antecedentes solicitados en las Bases Técnicas al momento de presentar la oferta, ni al momento de ser requeridos por la entidad licitante, su oferta podrá ser declarada inadmisibles.

**1.6.1.1 Puntaje técnico**

El puntaje técnico se calculará de acuerdo con la siguiente fórmula:

$$\text{Puntaje Técnico} = (C1 \times 20\% + C2 \times 50\% + C3 \times 20\% + C4 \times 5\% + C5 \times 5\%)$$

**1.6.1.2 Puntaje mínimo**

Calificarán técnicamente las propuestas que obtengan un puntaje técnico ponderado superior o igual a 70 puntos.

**1.6.2 Evaluación de las ofertas económicas**

Las ofertas que hayan calificado técnicamente y cumplido con el puntaje final mínimo, serán evaluadas económicamente.

Criterios	Ponderaciones
a) Comisión de Agencia	60%
b) Precio Neto	40%

Para asignar puntaje a la comisión de agencia se considerarán los siguientes tramos:

TRAMOS PORCENTAJE DE COMISION APLICADA		PUNTAJE
0	3	100
3,1	6	70
6,1	9	50
9,1	12	30
12,1	0 más	0

El valor de la Oferta Económica, para efectos de su evaluación, corresponderá al **Valor Total bruto o final (en caso de ser exento de impuestos) de la campaña sin comisión valor al que deberá sumársele el de la comisión de agencia sin impuestos.**

**Valor Total bruto o final (en caso de ser exento de impuestos) de la campaña sin comisión + Valor de la Comisión de Agencia sin impuestos**

Las ofertas que hayan calificado técnicamente y cumplido con el puntaje mínimo, serán evaluadas económicamente a través de la aplicación de la siguiente fórmula:

$$\text{Puntaje Económico} = \frac{\text{OM} * 100}{\text{OE}}$$

Dónde:

OM = es el precio menor de todas las ofertas evaluadas.

OE = es el precio de la oferta evaluada

### 1.6.3 Puntaje final

El puntaje final de las ofertas pondera con un 70% el Puntaje técnico y con un 30% el puntaje económico, según se expone:

$$\text{Puntaje Final Técnico Económico (PFTE)} = (\text{Puntaje Técnico} * 70\%) + (\text{Puntaje Económico} * 30\%)$$

### 1.6.4 Mecanismo de desempate

Ante la ocurrencia de un empate en el mayor puntaje final técnico-económico, entre dos o más oferentes, se seleccionará al proponente de acuerdo con la siguiente secuencia:

- A. Aquel que cuente con un mayor número de trabajadores con contrato indefinido que cuenten con discapacidad, acreditado mediante la presentación de Certificados del Registro Nacional de Discapacidad y copia simple del contrato de trabajo sin perjuicio del cumplimiento por parte del oferente de lo dispuesto en el art 157 bis del Código del Trabajo y de las disposiciones pertinentes de la Ley N° 20.422, que establece normas sobre igualdad de oportunidades e inclusión social de personas con discapacidad
- B. Si, aplicados ambos criterios persiste el empate, se seleccionará al oferente que haya presentado primero en el tiempo su oferta en el portal [www.mercadopublico.cl](http://www.mercadopublico.cl)

## 1.7 ADJUDICACIÓN

La Subsecretaría adjudicará a un solo oferente. Se adjudicará al proveedor con mayor puntaje final.

La adjudicación se realizará en el plazo señalado en el punto 1.10 Cronograma de Licitación de las presentes Bases Administrativas.

Sin perjuicio de lo anterior, la Subsecretaría, a través de un acto administrativo fundado, podrá ampliar el plazo para realizar la adjudicación hasta en 30 días hábiles, informando de este hecho sus fundamentos y del nuevo plazo a través del portal [www.mercadopublico.cl](http://www.mercadopublico.cl).

### 1.7.1 Selección del adjudicado

El oferente que haya obtenido el mayor puntaje final en la evaluación será adjudicado y se procederá, posteriormente, a su adjudicación mediante acto administrativo fundado de la Subsecretaría, debidamente notificado al adjudicatario y al resto de los oferentes, a través del Sistema de Información de Compras Públicas. En dicho acto deberán especificarse los criterios de evaluación que hayan permitido al adjudicatario obtener la calificación de oferta más conveniente.

La notificación de la adjudicación, tanto al oferente adjudicado como a los oferentes no adjudicados, se realizará a través del portal [www.mercadopublico.cl](http://www.mercadopublico.cl).

La Subsecretaría remitirá al oferente adjudicado una carta indicando los antecedentes que debe acompañar para elaborar el contrato, vía carta certificada o correo electrónico.

En el caso que el oferente adjudicado se encuentre inhabilitado para contratar con el Estado o que se desista de su oferta, la Subsecretaría adjudicará dentro de 90 días corridos contados desde la publicación de la adjudicación original al oferente que, según el Acta Final de Evaluación, hubiese obtenido el siguiente mayor puntaje final, si dicha oferta es conveniente a los intereses de la Subsecretaría, o bien declarará desierta la licitación, a través de acto administrativo fundado.

#### **1.7.2 Rechazo de las ofertas**

La Subsecretaría declarará inadmisibles las ofertas cuando éstas no cumplan con los requisitos establecidos en las presentes Bases. Declarará desierta la licitación cuando no se presenten ofertas o cuando éstas no resulten convenientes para los intereses de la Subsecretaría. En ambos casos la declaración deberá ser por acto administrativo fundado.

#### **1.7.3 Devolución de los documentos de garantía de seriedad de las ofertas**

Dentro del plazo de 10 días contados desde la publicación de la resolución que dé cuenta de la inadmisibilidad de las ofertas o de la adjudicación, según corresponda, los oferentes a quienes se les hayan rechazado administrativa o técnicamente sus ofertas y los oferentes que hubiesen obtenido un tercer lugar o inferior en el listado decrociente, señalado en punto 1.5, letra g) de las presentes Bases Administrativas, podrán retirar sus documentos de garantía de seriedad de la oferta en la Sección de Ejecución Presupuestaria de la Subsecretaría, ubicada Avda. Libertador Bernardo O'Higgins N°1371, segundo piso, en días hábiles, en horario de 09:00 a 12:00 horas. La devolución de los documentos de garantía se hará por medio del endoso correspondiente, en caso de que sean endosables, o con la leyenda al dorso "Devuelta al tomador", en caso contrario. La entrega se efectuará previa firma del Certificado de retiro y recepción. Dicho plazo se contará desde la notificación de las mencionadas resoluciones a través del portal web de compras públicas, salvo que recurran de cualquier forma en contra de la resolución de adjudicación.

Para retirar la Garantía, los oferentes deberán presentar un poder simple, emitido por la persona autorizada para realizar dicho trámite, al momento del retiro les será exigido además del poder en comento, su cédula de identidad.

Tratándose del oferente adjudicado o el oferente que hubiese obtenido el segundo mayor puntaje final, la restitución del documento de garantía de seriedad de la oferta se hará una vez que el contrato respectivo se encuentre firmado por el oferente, si correspondiese y una vez que éste haya hecho entrega de la garantía de fiel cumplimiento del contrato.

#### **1.7.4 Causales para dejar sin efecto la adjudicación**

La Subsecretaría dejará sin efecto la adjudicación, mediante el correspondiente acto administrativo, en los siguientes casos:

- a) Si el adjudicado no se inscribiera en el registro de proveedores en el plazo señalado en el título 1.8.1 de las presentes Bases administrativas o presentase alguna de las inhabilidades señaladas en dicho numeral.
- b) Si el adjudicado no entregase en tiempo y forma la documentación para elaborar el contrato, según lo señalado en el punto 1.8.2 de las presentes Bases administrativas.
- c) Si el adjudicado no entregase en tiempo y forma la garantía de fiel y oportuno cumplimiento del contrato, de acuerdo con lo señalado en el punto 1.8.3 de las presentes Bases administrativas.
- d) Si el adjudicado, mediante comunicación formal a la Subsecretaría, se desistiera de su oferta.
- e) Si el oferente adjudicado se negare a firmar el contrato respectivo dentro del plazo señalado en el punto 1.8.4 de las presentes Bases Administrativas.

De producirse alguna de las situaciones señaladas anteriormente la Subsecretaría podrá adjudicar al oferente que, según el Acta de evaluación final, hubiese obtenido el siguiente mayor puntaje final técnico-económico, siempre que dicha oferta sea conveniente para los intereses de la Subsecretaría; o declarará desierta la licitación, según corresponda, a través de acto administrativo fundado.

## **1.8 DEL CONTRATO**

### **1.8.1 Requisitos para contratar**

A fin de suscribir el Contrato correspondiente dentro del plazo indicado en el punto 1.8.4 de las presentes Bases Administrativas, el adjudicado deberá encontrarse inscrito en el Registro de Proveedores. En el evento de no encontrarse inscrito en dicho Registro, dispondrá de un plazo de 30 días corridos para inscribirse, contados desde la notificación de la adjudicación. En el caso de las Uniones temporales de proveedores, cada uno de los componentes de dicha unión deberá estar inscrito o inscribirse en el plazo señalado, según sea el caso.

Sin perjuicio de lo anterior, no podrán celebrar el contrato respectivo los oferentes que presenten alguna de las siguientes inhabilidades:

- a) Las personas naturales que sean funcionarios directivos del Ministerio de Educación o que estén unidas a ellos por los vínculos de parentesco descritos en la letra b) del artículo 54 del DFL N° 1/19653 de 2001, 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.
- b) Las sociedades de personas en las que formen parte funcionarios directivos del Ministerio de Educación o las personas que estén unidas a ellos por los vínculos de parentesco descritos en la letra b) del artículo 54 del DFL N° 1/19653 de 2001, 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; ni tampoco aquellas sociedades en comanditas por acciones o anónimas cerradas en que aquellos o éstas sean accionistas; ni aquellas sociedades anónimas abiertas en que aquellos o éstas sean dueños de acciones que representen el 10% o más del capital; ni con los gerentes, administradores, representantes o directores de cualquiera de las sociedades antedichas.
- c) Las personas jurídicas que hayan sido declaradas responsables penalmente, de conformidad al Título II de la ley 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.
- d) Los condenados por los hechos descritos en la letra a) del artículo 3 del DFL N° 1 de 2005 del Ministerio de Economía que Fija el texto refundido, coordinado y sistematizado del DL N° 211, que "Fija normas para la Defensa de la Libre Competencia", en que la sentencia definitiva y ejecutoriada haya impuesto la prohibición de contratar con los órganos de la Administración del Estado según se dispone en la letra d) del artículo 28 de la norma citada.

Si transcurrido el plazo señalado en el primer párrafo de este punto, el adjudicado no se inscribiere en dicho Registro, o si presentase alguna de las inhabilidades indicadas, la Subsecretaría podrá adjudicar al oferente que según el Acta de Evaluación Final hubiese obtenido el siguiente mayor puntaje final técnico-económico, si dicha oferta es conveniente para los intereses de la Subsecretaría, o declarará desierta la licitación, según corresponda, a través de acto administrativo fundado.

En el caso de las Uniones temporales de proveedores, si acaece alguna inhabilidad se procederá conforme al Artículo 67 bis, del DS N° 250, dc 2004, del Ministerio de Hacienda.

### **1.8.2 Documentación para elaborar el contrato**

Dentro del plazo de 5 días hábiles contados desde la recepción de la carta señalada en el punto 1.7.1 de las presentes Bases Administrativas, el adjudicado deberá acompañar la documentación que se detalla más adelante, con excepción de los antecedentes vigentes

que se encuentren digitalizados en el Registro de proveedores. Tales antecedentes deberán ser presentados en la Oficina de partes de la Subsecretaría, ubicada en Avenida Libertador Bernardo O'Higgins N° 1371, piso 1, oficina 3, comuna de Santiago, de lunes a viernes (exceptuando días feriados) en horario de 09:00 a 12:00 horas.

En caso de que el oferente adjudicado no entregare alguno de los documentos solicitados dentro del plazo indicado o se formularen reparos a alguno de ellos, la Subsecretaría otorgará por escrito un plazo adicional de 5 (cinco) días hábiles para completar la documentación y/o subsanar las observaciones, vía carta certificada o correo electrónico.

Si transcurridos estos plazos el adjudicado no hiciere entrega de la documentación solicitada o no subsanare los reparos realizados, la Subsecretaría podrá adjudicar al oferente que según el Acta final de evaluación hubiese obtenido el siguiente mayor puntaje final, siempre que dicha oferta sea conveniente para los intereses de la Subsecretaría, o declarará desierta la licitación, según corresponda, a través de acto administrativo fundado. Dependiendo de su condición legal, el adjudicado deberá presentar la documentación que se indica a continuación para suscribir el contrato respectivo.

#### 1.8.2.1 Documentación para personas naturales

1. Fotocopia de la Cédula de Identidad, por ambos lados.
2. Declaración Jurada en la que conste que no es funcionario directivo del Ministerio de Educación y que tampoco tiene vínculos de parentesco con tales funcionarios, según el formato que a continuación se indica:

DECLARACIÓN JURADA	
En Santiago de Chile, a ... de ... de 2022, don / doña .....	declara que:
No es funcionario directivo del Ministerio de Educación y que tampoco está unido a ellos por los vínculos de parentesco descritos en la letra b) del artículo 54 del Decreto con Fuerza de Ley N° 1. de 2001, del Ministerio de la Secretaría General de la Presidencia, que fija texto refundido, coordinado y sistematizado de la Ley N° 18.575, Orgánica Constitucional de Bases Generales de la Administración del Estado.	
Asimismo, declara que no es gerente, administrador, representante o director de sociedades de personas en las que forman parte tales funcionarios directivos o parientes; ni de sociedades en comanditas por acciones o anónimas cerradas en que aquellos o éstos sean accionistas, ni sociedades anónimas ajenas en que aquellos o éstos sean dueños de acciones que representen el 10% o más del capital.	
_____	
Firma	

#### 1.8.2.2 Documentos para persona jurídica nacional (incluidas las empresas individuales de responsabilidad limitada)

##### A. En caso de sociedades

1. Escritura pública de constitución y de las últimas modificaciones necesarias para la acertada determinación de la razón social, objeto, administración y representación legal, si las hubiere, y sus correspondientes extractos, publicaciones en el Diario Oficial e inscripciones en el Conservador de Bienes Raíces y Comercio, a menos que dichos antecedentes se encuentren digitalizados en el Registro de Proveedores.
2. Inscripción, con certificado de vigencia, del extracto de la escritura social en el Registro de Comercio del Conservador de Bienes Raíces que corresponda, con no más de 60 días de antigüedad a la fecha de su presentación, a menos que se encuentre digitalizado en el Registro de Proveedores.
3. Certificado de vigencia del poder del representante legal, con no más de 60 días de antigüedad a la fecha de su presentación. Esto no es aplicable a las Empresas Individuales de Responsabilidad Limitada (E.I.R.L.).

Los documentos indicados en los numerales 2) y 3) los otorga el Conservador de Bienes Raíces y de Comercio en donde se inscribió la sociedad. Se deja constancia que la vigencia

no la certifica un Notario Público, toda vez que tal funcionario solamente certifica que un documento es copia fiel de otro documento.

**B. En caso de personas jurídicas constituidas bajo la ley N° 20.659:**

1. Estatuto actualizado
2. Certificado de Estatuto actualizado
3. Certificado de Anotaciones.
4. Certificado de Vigencia.

**C. En caso de fundaciones o corporaciones (incluidas las asociaciones, conforme a la Ley N° 20.500)**

1. Acta de asamblea constituyente y estatutos, y sus modificaciones si las hubiere, que conste en escritura pública o privada suscrita ante notario, oficial del Registro Civil o funcionario municipal autorizado por el alcalde correspondiente
2. Decreto que otorga la personalidad jurídica.
3. Publicación en el Diario Oficial, en el Registro Civil o por el funcionario municipal autorizado por el alcalde correspondiente, del Decreto que otorga la personalidad jurídica.
4. Certificado de inscripción, otorgado por el Servicio de Registro Civil e Identificación, de la asociación o fundación respectiva, en que conste la composición de los órganos de dirección y administración de esta, con no más de 60 días de antigüedad a la fecha de la solicitud.
5. Decreto que aprueba reformas a los estatutos en que caso que existiere y sus pertinentes publicaciones en el Diario Oficial.
6. Certificado de vigencia, otorgado por el Servicio de Registro Civil e Identificación, de la asociación o fundación registrada, con no más de 60 días de antigüedad a la fecha de la solicitud.

No se exigirá la presentación de los referidos antecedentes en el caso que se encuentren digitalizados en el Registro de Proveedores.

**D. En el caso de Universidades**

Ya sea estatales o privadas reconocidas por el Estado, se deberá adjuntar los estatutos, reglamento interno o escritura pública en donde consten las facultades del representante legal de la entidad; y el decreto de nombramiento del Rector, Decano, representante o mandatario. No se exigirá la presentación de los referidos antecedentes en el caso que se encuentren digitalizados en el Registro de Proveedores.

**E. En todos los casos**

- a) Declaración jurada en la que conste lo siguiente, según el formato de declaración que a continuación se indica:

<b>DECLARACIÓN JURADA</b>	
En Santiago de Chile, a _____ de _____ de 2022, don/doña _____ representante legal de _____, RUT _____, viene en declarar que:	
1)	La entidad que representa, no es una sociedad de personas de la que forme parte algún funcionario directivo de la Subsecretaría de Educación o una persona que esté unida a ellos por los vínculos de parentesco descritos en la letra b) del artículo 54 del Decreto con Fuerza de Ley N° 1, de 2001, del Ministerio de la Secretaría General de la Presidencia, que fija texto refundido, coordinado y sistematizado de la Ley N° 18.575, Orgánica Constitucional de Bases Generales de la Administración del Estado, ni tampoco una sociedad en comanditas por acciones o anónima cerrada en que aquellos o éstas sean accionistas, ni una sociedad anónima abierta en aquellos o éstas sean dueños de acciones que representen el 10% o más del capital.
2)	La entidad que representa no ha sido condenada de acuerdo a lo señalado en el artículo 10 del Título II del Artículo Primero de la Ley N° 20.393

3) A objeto de dar cumplimiento a lo previsto en el artículo 7 letra e) de la Ley de transparencia de la función pública y de acceso a la información de la Administración del Estado, contenida en el artículo primero de la Ley N° 20 285, los principales socios o accionistas de la entidad que represento son los siguientes:

Nombre completo o razón social

RUT

Se entenderá por "socios o accionistas principales" a las personas naturales o jurídicas que tengan una participación del 10% o más en los derechos de la entidad y, en caso de tener un porcentaje inferior, a aquellos socios o accionistas que, por sí o en acuerdo con otros, tengan el control en su administración, esto es, puedan nombrar al administrador de la entidad o a la mayoría del Directorio, en su caso.

4) No ha sido condenada por los hechos descritos en la letra a) del artículo 3 del DFL 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" en que la sentencia definitiva y ejecutoriada haya impuesto la prohibición de contratar con los órganos de la Administración del Estado según se dispone en la letra d) del artículo 26 de la norma citada.

\_\_\_\_\_  
Firma

Se exceptúan de declarar lo requerido en el número 1 de la declaración jurada, las Universidades, Corporaciones o Fundaciones.

- b) Planilla de los trabajadores que participarán en el servicio o en la provisión de los bienes requeridos, indicando el nombre y RUT de dichos trabajadores, para efectos de lo señalado en la letra b del punto 1.8.6.2 de las presentes Bases Administrativas.
- c) Documento que acredite la personería del representante legal, autorizado para suscribir contratos.
- d) Copia de cédula de identidad del o los representantes legales del contratista que suscribirán el contrato respectivo.
- e) Copia del RUT del contratista.

#### 1.8.2.3 Documentos para persona jurídica extranjera

- 1. Deberá acreditar su existencia legal y vigencia acompañando los documentos que acrediten dicha circunstancia, los que deberán ser legalizados en Chile, tanto en el Consulado del país de origen como en el Ministerio de Relaciones Exteriores de Chile o apostillados, según corresponda.
- 2. Deberá acreditar la existencia de un representante legal en Chile, acompañando para ello escritura pública donde conste el mandato y representación, y los documentos que acrediten la existencia, vigencia y representación legal de este mandatario, legalizados o apostillados si hubiesen sido otorgados en el extranjero; o escritura pública de constitución de sociedad chilena, documento donde conste la personería del representante legal, RUT de la sociedad chilena y cédula de identidad del representante legal; o escritura pública de constitución de agencia de la sociedad extranjera, documento donde conste la personería del representante legal, RUT de la agencia y cédula de identidad del representante legal, cuyo objeto debe comprender la ejecución del contrato materia de las presentes bases.
- 3. Deberá designar domicilio en Chile.
- 4. Si se trata de una Sociedad Anónima extranjera deberá acreditar su existencia de acuerdo con lo dispuesto en el artículo 121 y siguientes de la Ley N°18.046.

#### 1.8.2.4 Documentos para Unión Temporal de Proveedores

- 1. Escritura pública donde conste la Unión Temporal de Proveedores y de las últimas modificaciones.
- 2. Declaración jurada de las señaladas en los puntos 1.8.2.1 y 1.8.2.2 de las presentes Bases Administrativas de cada uno de sus integrantes, conforme a su condición legal.
- 3. Planilla de los trabajadores que participarán en el servicio o en la provisión de los bienes requeridos, indicando el nombre y cédula de identidad de dichos trabajadores, para efectos de lo señalado en la letra b) del punto 1.8.6.2 de las presentes Bases Administrativas. En caso de que el contratista subcontrate parte de los servicios requeridos deberá acompañar, además, dichos antecedentes respecto del Subcontratista.

4. Documento que acredite la personería del representante legal, autorizado para suscribir contratos
5. Copia de Cédula de Identidad del o los representantes legales del contratista que suscribirán el contrato respectivo, por ambos lados.

### **1.8.3 Garantía del fiel y oportuno cumplimiento de contrato**

Una vez notificado el adjudicado, este deberá presentar, dentro del mismo plazo otorgado para acompañar la documentación legal antes señalada, una garantía que asegure su pago de manera rápida y efectiva, con una vigencia que exceda en al menos 60 días hábiles al plazo de vigencia del contrato respectivo, con el objetivo de avalar el fiel y oportuno cumplimiento de las obligaciones contractuales.

La garantía podrá otorgarse mediante uno o varios instrumentos financieros de la misma naturaleza, que, en conjunto, representen el monto a caucionar y entregarse de forma física o electrónica. 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 de Contrato será pagadera a la vista, con carácter de irrevocable, siendo necesario que en dicho documento se indique la individualización del adjudicado. Si el adjudicado presenta una póliza, como garantía de fiel y oportuno cumplimiento del contrato, ésta deberá ser pagadera al primer requerimiento, sin liquidador, sin arbitraje y sin mediar ningún trámite adicional para su cobro. Además, la póliza deberá cubrir el pago de todo tipo de multas o cláusulas penales derivadas del contrato y de las obligaciones previsionales del Contratista.

La garantía o caución presentada deberá señalar que se encuentra tomada como **"Garantía de Fiel y Oportuno Cumplimiento del Contrato de la Licitación Pública ID N°592-78-LQ21"**

Esta caución deberá ser extendida a nombre de la Subsecretaría de Educación, Rut 60.901.000-2, por un monto igual al **5% del valor total del contrato**, en pesos chilenos.

Si la Garantía de Fiel y Oportuno Cumplimiento de Contrato es otorgada en el extranjero, el emisor del documento respectivo debe estar representado en Chile

Si el oferente adjudicado no hace entrega de la referida garantía en la forma y dentro del plazo ya indicado, se tendrá por desistida su oferta. En tal caso, la Subsecretaría podrá adjudicar al Oferente que según el Acta Final de Evaluación haya obtenido el siguiente mejor puntaje final, si dicha oferta es conveniente para los intereses de esta Subsecretaría o declarará desierta la licitación, según corresponda, a través de acto administrativo fundado.

En caso de incumplimiento de las obligaciones indicadas en el contrato, de acuerdo a lo señalado en los puntos 1.8.6.5 y 1.8.6.6 de las presentes Bases Administrativas y siempre que este no pague directamente las multas establecidas o éstas no sean descontadas del valor total del servicio, la Subsecretaría hará efectiva esta garantía, y devolverá el saldo respectivo, sin perjuicio de poder ejercer las acciones legales que correspondan. Lo dicho no obsta a que el adjudicado reemplace la garantía según lo establecido en el párrafo final del punto 1.8.6.5 de las presentes Bases Administrativas.

Además, dicha garantía cubrirá el pago de las obligaciones laborales y sociales con los trabajadores del adjudicado, de conformidad a lo señalado en el artículo 11 de la Ley N° 19.886.

En caso que la ejecución de los servicios se prolongue más allá del plazo de vigencia de la Garantía de Fiel y Oportuno Cumplimiento del Contrato, el oferente adjudicado, previa aprobación por el acto administrativo que apruebe la ampliación del plazo de vigencia del contrato respectivo, deberá reemplazar la garantía que aún se encuentre en la Subsecretaría, con una anticipación de al menos 10 días hábiles a su vencimiento, por otra

de las mismas características y monto y con una vigencia que exceda en al menos 60 días hábiles al nuevo periodo previsto para la ejecución de los servicios pendientes.

La Subsecretaría hará devolución de la Garantía de Fiel y Oportuno Cumplimiento de Contrato, una vez recibidos conforme los servicios, cumplido a satisfacción el contrato y transcurrido el plazo de sesenta días a que hace alusión el párrafo primero de este punto. Para ello, el Administrador del Contrato deberá emitir un certificado que acredite tal situación, informando de ello a la Sección de Ejecución Presupuestaria y solicitándole la devolución del documento de garantía.

La Sección de Ejecución Presupuestaria procederá a devolver este documento dentro del plazo de 2 días hábiles contados desde la recepción de la solicitud efectuada por la Contraparte Técnica. La devolución del documento de garantía se hará mediante su endoso, en el caso que el documento sea endosable o estampando al dorso la leyenda 'Devuelta al Tomador', en caso de que no lo sea, y se entregará directamente al representante legal del Proveedor o Contratante, debidamente identificado, o a la persona mandatada especialmente para retirar tal documento, quien deberá identificarse presentando poder simple firmado por el representante legal. La entrega se efectuará previa firma del Certificado de Retiro y Recepción pertinente.

#### **1.8.4 Formalización del contrato**

El adjudicado deberá suscribir el contrato correspondiente dentro del plazo de 30 días corridos contados desde la notificación de la adjudicación.

Si el adjudicado no suscribe el contrato dentro del plazo ya indicado, se tendrá por desistida su oferta. En tal caso, la Subsecretaría podrá adjudicar al oferente que según el Informe Final de Evaluación haya obtenido el siguiente mejor puntaje final, o declarará desierta la licitación, según corresponda, a través de acto administrativo fundado y hará efectiva la garantía de seriedad de la oferta del oferente que no suscribió el contrato.

#### **1.8.5 Aprobación del contrato**

El contrato que la Subsecretaría suscriba con el adjudicado deberá ser aprobado a través del correspondiente acto administrativo y comenzará a regir a contar de la fecha señalada en el punto 1.8.6.7 de las Bases Administrativas.

#### **1.8.6 Cláusulas del contrato**

##### **1.8.6.1 Productos y plazos**

El Contratista tendrá que realizar las siguientes entregas:

**Informe N°1:** Incluye la propuesta creativa y plan de medios finales a implementar como indican los puntos 7 y 8 de las Bases Técnicas en el **plazo de 14 días corridos** contados desde la emisión de la correspondiente orden de compra.

**Informe N°2:** Incluye las verificaciones del lanzamiento de la campaña. Debe incluir también las frases radiales, cápsulas audiovisuales, piezas gráficas, landing page y kit digital validados finales en su formato de implementación en el **plazo de 28 días corridos** contados desde la emisión de la correspondiente orden de compra.

**Informe N°3:** Incluye las verificaciones de implementación completa de campaña y del plan de medios y resultados de campaña usando las mismas metas y métricas establecidas en el plan de medios en el **plazo de 40 días corridos** contadas desde la emisión de la correspondiente orden de compra.

### 1.8.6.2 Del pago

La Subsecretaría pagará al Contratista por el servicio encomendado el valor ofertado en el Anexo N°4. La suma a pagar será distribuida en 3 pagos:

- **PRIMERA CUOTA:** Equivalente al 30% del valor total del contrato, contra entrega y aprobación del informe N°1.
- **SEGUNDA CUOTA:** Equivalente al 50% del valor total del contrato, contra entrega y aprobación del informe N°2.
- **TERCERA CUOTA:** Equivalente al 20% del valor total del contrato, contra entrega y aprobación del Informe N°3.

La Subsecretaría procederá a efectuar el o los pagos que correspondan dentro del plazo de 30 días corridos contados desde que el contratista presente los siguientes antecedentes.

- a) Certificado que indique la recepción conforme de los servicios requeridos, otorgado por la Contraparte Técnica de la Subsecretaría, señalada en el respectivo contrato.
- b) Certificado emitido por la Dirección del Trabajo denominado "Certificado de Cumplimiento de Obligaciones Laborales y Previsionales", que acredite que el contratista o subcontratista – si correspondiere – no tiene deudas laborales o previsionales con los trabajadores que participan o prestan el servicio requerido, adjuntando la nómina de tales trabajadores. Sin perjuicio de lo anterior, para el caso que este documento no exista, se podrán acompañar cualquier antecedente idóneo que permita acreditar el cumplimiento de las señaladas obligaciones laborales y previsionales respecto de sus trabajadores, incluido el pago de remuneraciones. En el evento de que el contratista no tenga trabajadores o los trabajadores que participan o presten el servicio requerido, no tengan un contrato de trabajo regido por el Código del Trabajo, no deberá presentar dicho certificado, bastando sólo con una declaración jurada simple que señale que el contratista no tiene trabajadores o los trabajadores que participan o presten el servicio requerido, no tienen un contrato de trabajo regido por el Código del Trabajo.
- c) Las facturas respectivas deben ser enviadas en formato XLM a la casilla de intercambio [dipresrecepcion@custodium.com](mailto:dipresrecepcion@custodium.com), además del correo electrónico registrado por la Contraparte Técnica de la Subsecretaría, para tramitar el pago.

El Contratista deberá notificar a la Subsecretaría oportunamente si va a ceder, informando nombre, Rut, dirección del cesionario del crédito, de acuerdo con lo establecido en la Ley N°19.983 y su reglamento. En el caso que la factura sea cedida a crédito (factoring) el contratista deberá adjuntar una copia del contrato de factoring y la copia cedible de la factura.

Sin perjuicio de lo anterior, la Subsecretaría podrá reclamar en contra del contenido de la factura de acuerdo a la Ley N° 19.983

La Subsecretaría podrá retener del o los pagos que correspondan el monto que adeude el contratista por concepto de remuneraciones u obligaciones previsionales con sus trabajadores. Dicho monto será utilizado para pagar al trabajador o a la institución previsional respectiva.

En el caso que el contratista subcontrate parte de los servicios requeridos, para proceder al pago deberá acompañar – además – los antecedentes señalados más arriba en la letra b) respecto del Subcontratista.

Para proceder a ejecutar los pagos que correspondan, la respectiva Orden de compra debe encontrarse aceptada por el Contratista en el portal [www.mercadopublico.cl](http://www.mercadopublico.cl).

El Documento Tributario Electrónico (DTE), es decir, factura, nota de crédito, nota de débito u otro, emitido por el proveedor, debe incluir correctamente el ID de la orden de compra asignada en ChileCompra.

El pago deberá realizarse a través de transferencia electrónica, para ello el contratista deberá informar a la Subsecretaría, al momento de suscripción del contrato, los antecedentes de la cuenta corriente respectiva y el nombre del Banco receptor de dicha transferencia.

En cualquier caso, los pagos sólo podrán hacerse efectivos una vez que se encuentre totalmente tramitado el acto administrativo que apruebe el respectivo contrato y contra entrega por parte del contratista de las facturas correspondientes.

El pago de las cuotas que se devenguen para ejercicios presupuestarios futuros quedará sujeto a la disponibilidad de fondos que se contemple para el presupuesto de esos años, sin requerir que se dicte un acto administrativo adicional.

#### **1.8.6.3 Administrador del contrato**

La administración del contrato será asumida por el (la) funcionario(a) público(a) que se desempeñe como Director/a de la Dirección de comunicaciones o por el (la) funcionario(a) público(a) de su dependencia que este(a) designe. Serán funciones del Administrador del Contrato, entre otras, las siguientes:

- a) Autorizar los pagos correspondientes, previa emisión del Certificado de conformidad entregado por la Contraparte Técnica.
- b) Requerir la aplicación de multas en los casos que corresponda.
- c) Verificar el cumplimiento de la normativa laboral por parte del Contratista, de conformidad a lo indicado en la letra b) del punto 1.8.6.2 de las Bases Administrativas y solicitar, en caso de incumplimiento, el término anticipado del contrato.
- d) En el caso de subcontratación, verificar que no se sobrepase el porcentaje de subcontratación o que se subcontraten servicios no subcontratables, de acuerdo con lo señalado en el punto 1.8.6.8 de las presentes Bases.
- e) Requerir el término anticipado del contrato, si correspondiere.
- f) Adjuntar al portal de mercado público [www.mercadopublico.cl](http://www.mercadopublico.cl) en la orden de compra del contratado, el o los informes de recepción conforme de los servicios prestados.
- g) Solicitar la devolución de la garantía de fiel cumplimiento del contrato después de concluida la vigencia de la misma.
- h) Gestionar y registrar oportunamente la recepción conforme del servicio en Chilecompra con anterioridad a la recepción del Documento Tributario Electrónico (DTE) en el sistema.

#### **1.8.6.4 Contraparte técnica**

La labor de Contraparte Técnica será realizada por el (la) funcionario(a) público(a) que se desempeñe como Encargado(a) de Marketing y Difusión de comunicaciones o por el (la) funcionario(a) público(a) de su dependencia que este(a) designe. Serán funciones de la Contraparte Técnica, entre otras, las siguientes:

- a) Recibir a conformidad los servicios esperados, planteando al Contratista las observaciones y/o recomendaciones que se estimen convenientes, certificando la recepción conforme de éstos.
- b) Colaborar y asistir al Contratista en el ámbito de sus competencias.
- c) Supervisar y controlar el desarrollo del trabajo, vetando por el estricto cumplimiento de los objetivos y de los servicios contemplados, establecidos en el respectivo contrato, así como la calidad de los servicios y los plazos acordados.
- d) Analizar y aprobar los informes, planteando al Contratista las observaciones y recomendaciones que estime pertinentes, en cuyo caso el Contratista deberá corregirlas, dentro del plazo de 5 días hábiles contados desde la notificación de las observaciones. A su vez, la Subsecretaría dispondrá de un plazo de 5 días hábiles para aprobar dicho informe. El máximo de iteraciones exentas de multa, por informe, será de tres.

- e) Autorizar por escrito adecuaciones relativas al plan de trabajo del proyecto original, atender y resolver situaciones coyunturales o emergentes no consideradas que no constituyan modificación del objeto, del precio, ni de la vigencia del respectivo contrato.
- f) Revisar los informes de ejecución y desempeño que entregue el Contratista.

La comunicación formal entre la Contraparte Técnica y el Contratista será por correo electrónico.

#### **1.8.6.5 Sanciones**

Si el Contratista no da cumplimiento a las obligaciones contraídas en el contrato respectivo, la Subsecretaría aplicará las siguientes sanciones:

- a) Por incumplimiento en los plazos de ejecución detallados en el punto 1.8.6.1 de las Bases Administrativas, se aplicará una multa del 1% del valor total del contrato por cada día hábil de atraso, sea este retraso por la totalidad de los servicios o parte de ellos. Esta multa tendrá un límite de aplicación de 10 días hábiles.
- b) En caso de excederse las tres iteraciones en la revisión de los informes detallados en el punto 1.8.6.1 de las Bases Administrativas en relación a lo dispuesto en el punto 1.8.6.4 de las mismas, se aplicará una multa por cada iteración extra del 5% del valor total del informe en cuestión con un límite de dos iteraciones adicionales.

Las multas estipuladas son independientes y acumulativas. Sin perjuicio de lo anterior, las multas, en su conjunto, no podrán superar el 10% del valor total del contrato. En caso de que así fuere, se entenderá que existe incumplimiento grave del contrato, y se podrá poner término anticipado.

Las multas antes señaladas no se aplicarán si se producen por caso fortuito o fuerza mayor no imputable al Contratista, en cuyo caso la Subsecretaría ampliará el plazo de vigencia del contrato respectivo, si fuese necesario, mediante el correspondiente acto administrativo, por un término equivalente a la duración del impedimento respectivo, previa comunicación por escrito del Contratista y calificación conforme por parte de la Subsecretaría, en orden a que los hechos.

Las multas no se aplicarán si se producen por caso fortuito o de fuerza mayor, no imputable al contratista. En este caso, la Subsecretaría ampliará el plazo de vigencia del contrato respectivo, si fuese necesario, mediante el correspondiente acto administrativo, por un término equivalente a la duración del impedimento respectivo, previa comunicación por escrito del o los contratistas y calificación conforme por parte de la Subsecretaría, en orden a que los hechos invocados efectivamente configuren el caso fortuito o fuerza mayor alegado y que tales hechos se encuentran debidamente comprobados.

Asimismo, las multas estipuladas no se aplicarán si éstas se producen por motivos que sean imputables a la Subsecretaría, lo cual será certificado por el Administrador del contrato sin que sea necesaria la dictación de acto administrativo adicional.

En el caso que la Subsecretaría considere que existe mérito suficiente para aplicar sanciones, comunicará esta circunstancia por carta certificada al contratista, indicando el monto y fundamento de la multa, además de acompañar a esta comunicación los antecedentes necesarios.

El contratista dispondrá de un plazo de cinco días hábiles, a contar de la notificación de la comunicación señalada precedentemente, para formular sus descargos y aportar antecedentes. Con el mérito de los descargos y antecedentes, o transcurrido el plazo aludido sin que éstos se hubiesen formulado, la Subsecretaría resolverá mediante resolución fundada, previa ponderación de todos los antecedentes y descargos, remitiéndole a la contratista copia del acto administrativo pertinente.

La aplicación de la multa se materializará a través de acto administrativo fundado, contra el cual procederán los recursos dispuestos en 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, en la forma y dentro de los plazos que en dicho cuerpo legal se señalan.

El contratista podrá pagar la multa directamente, en cuyo caso el pago de la multa deberá efectuarse dentro de diez días corridos, contados desde el requerimiento de su cobro por parte de la Subsecretaría, notificación que se efectuará por carta certificada entregada en el domicilio del contratista estipulado en el contrato, la cual se entenderá notificada a contar del tercer día siguiente a su recepción en la oficina de correos respectiva.

Si el Contratista no paga directamente la multa, la Subsecretaría estará facultada para deducirla, a su arbitrio, del valor de cualquiera de los pagos que corresponda efectuar, o satisfacer el monto de aquélla haciendo efectiva la Garantía de Fiel y Oportuno Cumplimiento de Contrato, en este último caso, el contratista deberá reemplazar su garantía de fiel cumplimiento, hasta completar el 5% del valor total del contrato, para ello deberá entregar una nueva garantía que asegure su pago de manera rápida y efectiva, dentro de los 10 días hábiles siguientes, contados desde la aplicación de la multa, en los mismos términos señalados en el punto 1.8.3 de este instrumento.

#### **1.8.6.6 Término anticipado**

La Subsecretaría podrá poner término al contrato, por resolución fundada, en el evento que acaeciere alguna de las siguientes circunstancias:

- a) Por resciliación o mutuo acuerdo de las partes.
- b) Si se dictare resolución de liquidación, en contra del Contratista, en un procedimiento concursal de liquidación o si transcurriera el plazo de protección financiera concursal una vez dictada la resolución de reorganización o la resolución de reorganización simplificada, en un procedimiento concursal de reorganización, o si el contratista cayere en estado de notoria insolvencia, a menos que se mejoren las cauciones entregadas o las existentes sean suficientes para garantizar el cumplimiento del contrato.
- c) Si se disolviera la sociedad contratista.
- d) Por exigirlo el interés público o la seguridad nacional.
- e) Por incumplimiento grave, debidamente calificado, de las obligaciones contraídas por el contratista, siempre y cuando ello no se deba a algún caso fortuito o fuerza mayor. Se considerarán situaciones de incumplimiento grave cuando llegase a superar los límites previstos para las sanciones indicadas en el punto 1.8.6.5 de las Bases Administrativas.
- f) Si el contratista registra saldos insolutos de remuneraciones o cotizaciones de seguridad social con sus actuales trabajadores o con trabajadores contratados en los dos últimos años.
- g) Si el contratista no reemplaza la Garantía de fiel y oportuno cumplimiento del contrato en el plazo y forma señalado en el párrafo final del punto 1.8.6.5 de las presentes Bases Administrativas, en relación con lo prescrito en el punto 1.8.3 de las presentes Bases Administrativas.
- h) Si el Contratista subcontrata los servicios, en un porcentaje mayor a que alude el punto 1.8.6.8 de las presentes Bases Administrativas.
- i) Por resolución fundada de la Subsecretaría en que se justifique que el servicio contratado ya no resulta necesario. La resolución será notificada por carta certificada dirigida al contratista con al menos 30 días de antelación a la fecha prevista para el término del contrato.

En caso de verificarse el incumplimiento grave de las obligaciones del contratista, por las causales de las letras b), c), e), f), g) o h), la Subsecretaría podrá poner término anticipado al contrato, pudiendo solicitar judicialmente la indemnización de perjuicios que corresponda, de conformidad a las reglas generales del derecho común.

#### **1.8.6.7 Vigencia del contrato**

El contrato entrará en vigencia a partir de la total tramitación del acto administrativo que lo apruebe y se extenderá por tres meses a contar de esa fecha.

#### **1.8.6.8 Subcontratación**

El Contratista a fin de apoyar la ejecución de alguna de las obligaciones contraídas en virtud de este instrumento, podrá celebrar contratos con terceros, sean personas naturales o jurídicas hasta con un tope del 30% del valor total del contrato en lo relativo a servicios de filmación y similares.

Dichos contratos serán de exclusiva responsabilidad del Contratista, sin que ello genere vínculo contractual alguno entre dichas personas y la Subsecretaría; sin perjuicio de la aplicación de la Ley N°20.123, en lo que sea pertinente.

#### **1.8.6.9 Prohibición de transferencia**

El Contratista no podrá transferir en forma alguna, total ni parcialmente los derechos y obligaciones que nacen del desarrollo de la presente licitación, y en especial los establecidos en el contrato definitivo, salvo que una norma legal especial permita la cesión de derechos y obligaciones.

#### **1.8.6.10 Información confidencial**

El Contratista declarará conocer y aceptar la política de seguridad de la información de la Subsecretaría, disponible en el portal [www.mineduc.cl](http://www.mineduc.cl) y se obligará en forma irrevocable a que toda información que la Subsecretaría le haya proporcionado o le proporcione con motivo del contrato respectivo y/o sus Anexos tendrá el carácter de confidencial, cualquiera sea la forma o formato a través del cual se exprese dicha información, sea que se contenga en documentos, memorandos, escritos de otra naturaleza, discos, cintas, disquetes, archivos computacionales o en cualquiera otra forma.

El Contratista deberá diseñar y operar, a su cuenta y riesgo, un protocolo de seguridad interno y externo que permita mantener la integridad y confidencialidad de la Información.

El Contratista sólo utilizará la Información Confidencial con el fin de alcanzar los objetivos de dicho contrato y no divulgará, publicará ni permitirá la publicación de todo o parte de la Información Confidencial. Asimismo, adoptará las medidas que sean pertinentes para que su personal sólo tenga acceso a la Información Confidencial que sea estrictamente necesaria para el cumplimiento de las obligaciones asumidas en virtud del contrato respectivo.

Al momento de la terminación por cualquier causa del contrato que se origine en virtud de la presente licitación, el contratista deberá restituir, según lo indique la Subsecretaría, la Información Confidencial y toda copia, resumen o extracto de ésta, contenida en cualquier documento de trabajo, memorandos u otros escritos, discos, cintas, disquetes o archivos computacionales, sin retener copias, resúmenes o extractos de esta, en ninguna forma.

En el evento que por orden judicial o de autoridad competente, el Contratista se viere obligado a divulgar todo o parte de la Información Confidencial, deberá notificar previamente y de inmediato de esta circunstancia a la Subsecretaría.

La divulgación, por cualquier medio de la totalidad o parte de la información referida por parte del contratista durante la vigencia del contrato respectivo, o después de su finalización, dará lugar a la Subsecretaría a entablar las acciones judiciales que correspondan contra la empresa responsable, sin perjuicio de la responsabilidad solidaria por los actos en infracción de esta obligación que hayan ejecutado sus empleados y quienes resulten responsables.

#### **1.8.6.11 Propiedad Intelectual.**

El Contratista declarará ser titular único y exclusivo de la totalidad de los derechos necesarios para suscribir el respectivo contrato y en tal carácter cederá de forma exclusiva a la Subsecretaría los derechos de edición, reproducción, adaptación, traducción, distribución y comercialización o venta, en cualquier soporte, 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 Contratista deberá encontrarse siempre facultado para la ejecución de los servicios propuestos y contratados.

Sin perjuicio de la cesión de derechos a que se refiere esta cláusula, el Contratista podrá hacer mención de las acciones desarrolladas con ocasión del respectivo contrato, en su difusión y presentaciones técnicas.

#### **1.8.6.12 Reserva de derechos**

La Subsecretaría se reserva el derecho a:

- a) Dejar sin efecto la licitación hasta antes de la fecha de cierre de recepción de ofertas, como resultado de modificaciones presupuestarias sobrevinientes, y, en general, por fuerza mayor o caso fortuito, mediante acto administrativo fundado al efecto que se publicará en el portal [www.mercadopublico.cl](http://www.mercadopublico.cl).
- b) La Subsecretaría podrá en cualquier momento, y hasta antes del vencimiento del plazo de presentación de las ofertas, modificar las presentes Bases, ya sea por iniciativa propia o en atención a una aclaración o consulta. La Subsecretaría evaluará las condiciones de aplicación de las modificaciones, considerando la naturaleza de estas, para ajustar los plazos de presentación de las ofertas si la situación lo amerita. Dichas modificaciones serán obligatorias para todos los participantes y serán publicadas en el portal [www.mercadopublico.cl](http://www.mercadopublico.cl).
- c) Adjudicar a la propuesta que sea la mejor combinación de factores técnicos y de precio, aunque no sea la del menor precio ofrecido.

#### **1.8.6.13 Pacto de integridad**

El oferente declara que, por el sólo hecho de participar en la presente licitación, acepta expresamente el presente pacto de integridad, obligándose a cumplir con todas y cada una de las estipulaciones contenidas en el mismo, sin perjuicio de las que se señalen en el resto de las Bases de licitación y demás documentos integrantes. Especialmente, el oferente acepta el suministrar toda la información y documentación que sea considerada necesaria y exigida de acuerdo con las presentes Bases de licitación, asumiendo expresamente los siguientes compromisos tanto para el proceso de licitación, y de ser adjudicado, durante la vigencia del contrato:

- a) Se obliga a no ofrecer ni conceder, ni intentar ofrecer o conceder, sobornos, regalos, premios, dádivas o pagos, cualquiera fuese su tipo, naturaleza y/o monto, a ningún funcionario público en relación con su oferta, con el proceso de licitación pública, ni con la ejecución de él o los contratos que eventualmente se deriven de la misma, ni tampoco a ofrecerlas o concederlas a terceras personas que pudiesen influir directa o indirectamente en el proceso licitatorio, en su toma de decisiones o en la posterior adjudicación y ejecución del o los contratos que de ello se deriven.
- b) Se obliga a no intentar ni efectuar acuerdos o realizar negociaciones, actos o conductas que tengan por objeto influir o afectar de cualquier forma la libre competencia, cualquiera fuese la conducta o acto específico, y especialmente, aquellos acuerdos, negociaciones, actos o conductas de tipo o naturaleza colusiva, en cualquier de sus tipos o formas.
- c) Se obliga a revisar y verificar toda la información y documentación, que deba presentar para efectos del presente proceso licitatorio, tomando todas las medidas que sean necesarias para asegurar la veracidad, integridad, legalidad, consistencia, precisión y vigencia de estas.
- d) Se obliga a actuar y cumplir con los principios de legalidad, ética, moral, buenas costumbres y transparencia en el presente proceso licitatorio.
- e) Manifiesta, garantiza y acepta que conoce y respetará las reglas y condiciones establecidas en las Bases de licitación, sus documentos integrantes y él o los contratos que de ellos se derivase.
- f) Se obliga y acepta asumir, las consecuencias y sanciones previstas en estas Bases de licitación, así como en la legislación y normativa que sean aplicables a la misma.
- g) Reconoce y declara que la oferta presentada en el proceso licitatorio es una propuesta seria, con información fidedigna y en términos técnicos y económicos ajustados a la

realidad, que aseguren la posibilidad de cumplir con la misma en las condiciones y oportunidad ofertadas.

- h) Se obliga a tomar todas las medidas que fuesen necesarias para que las obligaciones anteriormente señaladas sean asumidas y cabalmente cumplidas por sus empleados y/o dependientes y/o asesores y/o agentes y, en general, por todas las personas con que éste o éstos se relacionen directa o indirectamente en virtud o como efecto de la presente licitación, haciéndose plenamente responsable de las consecuencias de su infracción, sin perjuicio de las responsabilidades individuales que también procediesen y/o fuesen determinadas por los organismos correspondientes.

#### 1.8.6.14 Deber de conducta del contratista

El Contratista se obliga a proceder en todo momento, durante la vigencia del contrato, conforme al principio de buena fe, manteniendo un comportamiento leal para con la Subsecretaría. Especialmente, se obligan a salvaguardar la confidencialidad de las negociaciones que involucre el cumplimiento del contrato.

#### 1.9 MONTO MÁXIMO DE LA LICITACIÓN

La presente licitación tendrá como monto máximo la suma de **\$270.000.000.- (Doscientos setenta millones de pesos)**, impuestos incluidos, si correspondiere.

#### 1.10 CRONOGRAMA DE LA LICITACIÓN

N°	Actividad	Fecha
1	Recepción de consultas y solicitud de aclaraciones	Desde el día hábil siguiente de la publicación de las bases hasta las 17:00 horas del 2° (segundo) día hábil, contado desde la misma fecha.
2	Publicación de respuestas a las preguntas y aclaraciones	A las 17:00 horas del 3° (tercer) día hábil, contado desde el día hábil siguiente a la fecha de publicación de las bases
3	Fecha de cierre recepción de ofertas en el Portal	A las 16:00 horas del 20° día corrido contado desde la fecha de publicación de las bases. En el evento de que dicho plazo venza en un día inhábil, el cierre de recepción de ofertas se verificará a las 17:00 horas del día hábil siguiente.
4	Apertura de ofertas técnicas	A las 10:00 hrs del día hábil siguiente a la fecha de cierre de recepción de ofertas.
5	Entrega Informe de Evaluación Técnico	A las 17:00 hrs del 10° (décimo) día corrido contado desde la fecha de la apertura de ofertas técnicas.
6	Apertura Ofertas Económicas	A las 10:00 hrs. del primer día hábil contado desde la fecha de entrega del informe de evaluación técnica
7	Entrega Informe de Evaluación Final (técnico económico)	A las 17:00 del 5° (quinto) día hábil contado desde la fecha de apertura de la oferta económica
8	Adjudicación	La adjudicación se realizará dentro de 90 días corridos contados desde la fecha de suscripción del acta final de evaluación técnico-económica en el portal <a href="http://www.mercadopublico.cl">www.mercadopublico.cl</a>

#### 1.11 ANTECEDENTES QUE CONFORMAN LA PROPUESTA PÚBLICA

- A. Bases Administrativas
- B. Bases Técnicas.
- C. Consultas, respuestas y aclaraciones.
- D. Anexo 1. Experiencia del oferente.
- E. Anexo 2. Cantidad de Empleados del Oferente
- F. Anexo 3: Declaración jurada unión temporal de proveedores
- G. Anexo 04. Oferta económica.

## 2. BASES TÉCNICAS

### 1. Antecedentes.

La clave para el desarrollo personal y el futuro de las sociedades ES LA EDUCACIÓN, ya que abre oportunidades y reduce las desigualdades, constituyendo los cimientos de las sociedades informadas y tolerantes y es un motor fundamental del desarrollo sostenible. La educación puede cumplir con su compromiso de emparejar la cancha y acortar las brechas de oportunidades, si nos aseguramos de que todos los estudiantes asistan a sus respectivos establecimientos educacionales cada día y reciban el apoyo que necesitan para aprender y desarrollarse. Sin embargo, la pandemia del COVID-19 causó la mayor interrupción que ha sufrido nunca la educación debido a la suspensión masiva y prolongada de clases presenciales. De ese modo, al menos 40 millones de niños de todo el mundo han perdido tiempo de enseñanza en su primer año de educación preescolar, un año fundamental. Además, en América Latina y El Caribe, los niños, niñas y adolescentes perdieron un promedio de cuatro veces más días de escolarización en comparación con el resto del mundo.

Un estudio elaborado por el Ministerio de Educación en conjunto con el Banco Mundial, señala que los estudiantes chilenos podrían perder, en promedio, un 88% de los aprendizajes de un año producto de la pandemia.

No asistir regularmente al colegio -en cualquier curso- tiene consecuencias reales en los estudiantes. Evidencia muestra que los niños prescolares que no asisten a un establecimiento educacional terminan el año con reducidas habilidades en comparación de aquellos que asisten. Otros estudios revelan que las inasistencias reiteradas en kinder y primero básico se traducen en peor desempeño académico en tercero básico y así el problema se agudiza año a año. El daño en el aprendizaje es observado en todos los niveles de enseñanza, y es acumulativo en el tiempo.

Mediciones realizadas anualmente, detectaron un incremento de un 23,5% a un 25,4%, en la obesidad en comparación al 2019, producto de la falta de juego, de ejercicio y de hábitos y rutinas, siendo lo más preocupante el aumento en la obesidad severa y la disminución del peso normal. Fueron los niños y niñas de prekínder, kínder y 1º básico los más afectados, resultado que ubica a los primeros cursos de la población escolar en el grupo de los que tienen una peor situación nutricional.

Adicionalmente, los estudiantes que no asisten a clases regularmente ven reducido su compromiso con la educación y con su entorno social. La desvinculación con el colegio se relaciona con la repetición de grado, un débil desarrollo emocional, menores posibilidades de crear lazos confiables con los compañeros, generando un impacto importante en la convivencia escolar, puesto que esos alumnos no logran establecer relaciones de confianza y muestran mayores índices de aislamiento y enajenación, incrementando comportamientos de riesgo para la salud. Además, aumenta las posibilidades futuras de deserción escolar. Y la deserción escolar es una de las principales previsoras de la inmovilidad social, la delincuencia, y la extrema pobreza.

A pesar de las clases impartidas por radio, televisión y en línea, y de los mejores esfuerzos de docentes y apoderados, sin duda, la sala de clases es un lugar irremplazable. Incluso para aquellos estudiantes que tuvieron acceso a la educación a distancia, los buenos resultados dependen de sus condiciones de vida, el involucramiento de sus apoderados, la distribución justa de las tareas domésticas, entre otros muchos factores.

Todo lo anterior nos enfrenta a una catástrofe generacional que podría desperdiciar un potencial humano incalculable, minar décadas de progreso y exacerbar las desigualdades arraigadas.

#### Escuelas: contención, apoyo y seguridad para niños, niñas y jóvenes:

La literatura es amplia y robusta sobre los resultados positivos de la educación sobre el desarrollo de las habilidades cognitivas y no cognitivas de los niños, y también sobre su capacidad para disminuir brechas.

Los procesos educativos de los estudiantes más pequeños no se basan necesariamente en la transmisión de contenidos, sino en el desarrollo de habilidades que no pueden ser enseñadas de manera remota:

Aprender en contacto cercano con sus maestros y compañeros

Tener acceso total a la amplia variedad de servicios de las escuelas, incluyendo alimentación, apoyo psicológico y sanitario.

La escuela es un espacio de equidad ya que pone al centro de las preocupaciones la protección, el cuidado y el resguardo de las trayectorias educativas de todos los estudiantes, identificando a tiempo los apoyos, diferenciados que requieren y gestionando los instrumentos e instancias disponibles para ello.

Todos los establecimientos educacionales cuentan con protocolos sanitarios que regulan las condiciones de higiene, limpieza y cuidados personales en los establecimientos para evitar contagios.

El plan de vacunación nacional actualmente considera a todos los miembros de la comunidad educativa.

#### Estudios relevantes:

James Heckman, Premio Nobel de Economía, sobre el programa GED (General Educational Development Test) realizó un estudio con un gran hallazgo:

Históricamente, el programa GED había sido presentado como un programa exitoso, porque los estudiantes que no asistían al colegio y solo rendían exámenes libres tenían resultados académicos similares a los de aquellos estudiantes que completaban efectivamente la educación secundaria.

Sin embargo, a largo plazo, las personas que habían rendido exámenes libres tenían menor estabilidad laboral, sueldos más bajos, mayores tasas de divorcio y mayores posibilidades de tener problemas con la policía. Es decir, en los indicadores de largo plazo, estos jóvenes no habían tenido los mismos resultados que aquellos que habían asistido regularmente al colegio.

Los egresados de la educación secundaria no solo tenían los conocimientos y habilidades que habían sido demostrados en estas pruebas académicas, sino que además habían desarrollado otras habilidades, a las cuales llamaron "habilidades blandas". Este resultado demuestra que, en la escuela, además de los contenidos académicos, los estudiantes aprendieron a ser puntuales y responsables, a persistir ante las dificultades, a preocuparse por los demás y a ser organizados, entre otras habilidades que predicen una amplia gama de comportamientos necesarios para tener éxito en la universidad, en el mercado laboral y en las relaciones.

Por lo anterior, debemos considerar que el esfuerzo, además, debe ser por un lado en recuperar los aprendizajes y además, potenciar las habilidades socioemocionales que entrega la sala de clases.

En virtud de lo expuesto, el Ministerio de Educación requiere comunicar la importancia de la asistencia a los establecimientos educacionales por parte de niños, niñas y adolescentes con el fin de propiciar su desarrollo integral. Para cumplir esta finalidad se requiere la contratación de una asesoría creativa, la producción, creación e implementación de un plan de medios nacional y regional para la campaña comunicacional masiva denominada "Vuelta a Clases", que considere el desarrollo del concepto creativo y el diseño de todas las piezas de manera que sean complementarias y que tengan continuidad en el tiempo en relación al objetivo perseguido.

## 2. Público Objetivo

### **General:**

Apoderados de alumnos de establecimientos educacionales a lo largo de Chile de todos los grupos socioeconómicos (GSE), ya que son ellos quienes toman la decisión de enviar o no a sus hijos al colegio y crear hábitos de responsabilidad con su proceso formativo educacional.

### **Específico:**

Mujeres, quienes habitualmente se involucran más con el proceso formativo de sus hijo/as, nieta/as o pupilo/as.

## 3. Objetivos.

**General:** Comunicar la importancia y valor de los colegios, por ser ambientes seguros y por su relevancia en el aprendizaje y el desarrollo de habilidades socioemocionales para los niños y jóvenes y, al mismo tiempo, concientizar acerca de las consecuencias negativas que puede arrastrar faltar a clases, evidenciando su directa relación con el abandono escolar. Asistir diariamente al colegio ES FUNDAMENTAL para el desarrollo integral de menores.

### **Específicos:**

Los colegios son espacios seguros.

Resaltar el valor socioemocional de la asistencia a clases y la convivencia escolar con los distintos actores de la comunidad educativa (compañeros, profesores, asistentes de la educación).

Instalar la convicción de que "los colegios son lo primero que se abre y lo último que se cierra", es decir, que la educación debe ser nuestra prioridad siempre.

Prevenir el abandono escolar.

## 4. Mensaje.

Nos referiremos al tema como "Vuelta a clases presenciales" pero queda a criterio de cada agencia cómo nombrar el problema.

Ahora que el mundo enfrenta niveles insostenibles de desigualdad, necesitamos la educación —el gran igualador— más que nunca.

Ir al colegio es clave.

"Si no realizamos la igualdad y la cultura dentro de la escuela, ¿dónde podrían exigirse estas cosas?" Libro. Magisterio y niño. Poema "Pensamientos pedagógicos" Gabriela Mistral.

El mensaje debe contener los siguientes puntos:

- Todos los días son importantes para un escolar.
- Mayor asistencia es mayor aprendizaje y desarrollo integral.
- La inasistencia escolar trae graves consecuencias acumulativas e irreparables.
- Queremos que se haga hincapié en los efectos de la inasistencia sin profundizar en las causas o "barreras", que son diversas y muchas veces dramáticas.

Referencia Nike - Pumas Argentina #EmpujáVos en cuanto a que cada evento tiene una consecuencia.

[https://www.youtube.com/watch?v=upe3g1J\\_1bw](https://www.youtube.com/watch?v=upe3g1J_1bw)

Referencia en cuanto a cómo decirlo: queremos que sea en positivo, a que las acciones que realizamos tienen una consecuencia y una historia.

[https://www.adsoftheworld.com/media/film/snapask\\_what\\_is\\_the\\_best\\_gift](https://www.adsoftheworld.com/media/film/snapask_what_is_the_best_gift)

## 5. Tono, estilo y conceptos claves.

Un concepto clave es la confianza, demostrando que las escuelas son lugares seguros para que los niños asistan, colectividad (compromiso de todos) y responsabilidad (de que cada uno es parte importante).

Debemos ser sensibles a las dificultades específicas que enfrentan las niñas, los niños.

Tenemos una oportunidad generacional de reimaginar la educación y la enseñanza.

## 6. Ejecución y soportes **DEFINICION LICITACION**

En coherencia con lo dispuesto por el artículo 3º de la ley N° 19.896, la Subsecretaría estima necesario contratar el servicio de asesoría creativa y producción; y la creación e implementación de un plan de medios nacional y regional, para la campaña comunicacional **"VUELTA A CLASES PRESENCIALES MARZO 2022"**

Se solicita la creación, producción e implementación de una **campaña comunicacional** masiva a nivel nacional que considere el desarrollo del concepto creativo y el diseño de todas las piezas de manera que sean complementarias, incluyendo lo siguiente:

- Al menos un Spot de 45 segundos con reducción de 30 segundos
- 2 frases de radio de alcance nacional y regional con distintos mensajes por zona del país (zona norte, zona centro y zona sur)
- Diseño de 1 aviso de prensa
- Diseño e impresión de afiche (o similar) informativo para establecimientos (40.000 unidades)

Estrategia Digital que contenga uso de testimonios de toda la comunidad educativa.

- Piezas digitales (banners, GIF, post, gráficas, videos, stories, etc.)
- Gráfica y una pieza audiovisual de 10 y de 6 segundos para RRSS adaptable a formatos de RRSS (considerar stories verticales)
- Landing que contenga la información clave de la campaña

Se solicita la creación e implementación de un **plan de medios** con cobertura nacional y regional que contemple los siguientes medios:

- Televisión nacional y regional
- Radios nacional y regional
- Redes sociales
- Prensa (escrita y digital nacional y regional)
- Digital

El Plan de medios debe transparentar todos sus costos y cronograma de implementación.

### **Insumos mínimos a acompañar en la propuesta:**

- Presentación de campaña e idea creativa general
- Estrategia comunicacional
- Guiones, storyboard y/o maquetas de los productos audiovisuales
- Guiones o maquetas de frases de radio solicitadas
- Maquetas de gráficas prensa y RRSS
- Maqueta de front-end web
- Propuesta de plan de medios y cronograma de implementación

### Consideraciones relevantes:

- **Respeto y No Discriminación.** Dentro del marco de la promoción del respeto y la no discriminación como valores sociales deseables, la producción 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 involucrados en el sentido de asegurar que no han incurrido en una conductas y/o expresiones que hayan atentado contra la dignidad de las personas.
- **Derechos de imagen: Rostros y/o Modelos.** En caso de proponer rostros, la agencia debe asegurarse que éstos estén de acuerdo con hacer la campaña, con disponibilidad y debe presentar los costos claros en la oferta económica presentada. Se debe definir claramente el tiempo y los medios en que serán expuestos los rostros. En caso de hacer uso de su imagen para material impreso, cotizar la cesión total de derechos, solamente para esos formatos.
- **Redes Sociales Accesos:** Para campañas que corran en plataformas como Facebook y Google la agencia debe dar acceso de lectura de data al siguiente correo [mrktngsecom@gmail.com](mailto:mrktngsecom@gmail.com)
- Para el plan de medios, la agencia debe proponer una **estrategia y cronograma** para que pueda ejecutarse durante esos meses. Ya sea, dos semanas al mes en forma intensiva, o constantemente con algún medio de comunicación, etc. Idealmente que se consideren al menos **dos momentos "peaks"** de la campaña: los 7 primeros días y los últimos 7 de la campaña. La agencia debe presentar una propuesta del plan de medios que considere estos "peaks"
- La campaña debe contemplar distintas etapas de acuerdo al momento, e ir ajustando el mensaje acorde a lo mismo. Por ejemplo, al lanzar la campaña va un mensaje, luego llegando al verano va otro mensaje
- La inversión del plan de medios debe ser al menos 45% del monto total neto adjudicado.
- 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 (regional), 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, con los que se relacionen en los términos de los artículos 99 y 100 de la ley N° 18.045, 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.
- Las piezas audiovisuales deben cumplir con el artículo 25 de la Ley N°20.422, que establezca normas sobre igualdad de oportunidades e inclusión social de personas con discapacidad, el cual establece que toda campaña de servicio público financiada con fondos públicos deberá ser transmitida o emitida con subtítulo y Lengua de señas.
- En el caso de la agencia de medios que se contrate deberá transparentar sus ítems de gasto, los que serán remitidos a la contraparte de la Subsecretaría de Educación
- 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.
- El oferente al que se le adjudique la compra será responsable de la distribución, costos e implementación de todos los materiales a los distintos soportes que se establezcan en el plan de medios.
- En caso de requerir los servicios de Google, 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 Facebook, se deberá crear una cuenta independiente, que permita ir contabilizando la campaña.

- Se requiere que la agencia entregue, mientras la campaña esté al aire, al menos un informe semanal, para conocer la distribución del presupuesto y evaluar el rendimiento de la campaña.
- La realización de material audiovisual y la subcontratación de terceros deberán ser chequeados y aprobados por la contraparte técnica indicada en el contrato; todos los costos de subcontrataciones son responsabilidad del proveedor contratado
- La propuesta debe incluir el **CUADRO DE COSTOS**, identificando claramente:
  - o Total plan de medios
  - o Sub total inversión regional
  - o Total costos de producción
  - o Monto comisión agencia

Si el cuadro inicial de costos 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

- Todos los productos gráficos deben ajustarse al manual de normas gráficas de Gobierno, se puede descargar en [kitdigital.gob.cl](http://kitdigital.gob.cl).
- En el caso que la propuesta creativa incluya filmación fuera de la RM, se deberá considerar en los costos de traslado, a lo menos, 2 personas como contraparte de Gobierno en la producción.
- Los costos de administración de cuentas de redes sociales deben ser contemplados en la comisión de agencia. No se aceptarán costos extras.
- Una vez terminada la campaña se debe enviar una presentación con la verificación 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:
  - o Contratos de derechos: modelos (contrato con fotografía), locutores, música, etc. Todo material realizado en alta calidad
  - o Audiovisuales limpios, sin lengua de señas ni subtítulos.
  - o Editables de materiales audiovisuales (master)
  - o Fotografías compradas
  - o Música (si hubiere).
- Se debe considerar derechos de modelos y personajes al menos por un año desde el lanzamiento de la campaña. La música y todo material realizado, que no incluya personas, será de uso exclusivo de la Subsecretaría y por el tiempo que estime conveniente
- Si la propuesta incluye producción audiovisual se debe considerar al menos la cotización de 3 productoras.
- Las locuciones de cierre de las frases de radio, comercial y videos digitales se debe enviar casting de 3 alternativas de locuciones
- 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.

## 7. Propuesta creativa

La propuesta creativa debe contener los siguientes entregables.

- Presentación campaña e idea creativa
- Propuesta estrategia comunicacional
- Propuesta línea creativa
- Maqueta landing page
- Guiones, storyboard y/o maquetas de los productos audiovisuales
- Maquetas gráficas para rrs y digital

La propuesta creativa debe cumplir:

- Tono y estilo solicitado
- Alineado al objetivo y target solicitado
- Utilizar o acercarse a los mensajes solicitados
- Normas básicas de diseño como diagramación, jerarquización y paleta de colores adecuada
- Estar bien aplicado el manual de marca del Ministerio de Educación.

### **8. Propuesta plan de medios**

La propuesta de plan de medios debe cumplir con los objetivos y target de la campaña y contener los siguientes puntos:

- Cuadro resumen distribución de inversión de los diferentes medios solicitados: Radio, prensa, digital y vía pública
- Cronograma de implementación considerando el lanzamiento durante el mes de marzo
- Radio: Debe especificar proveedor, zona cobertura, tipo de compra, horario, formato, segundos, número de frases, valor unitario y total
- Digital: Debe especificar foco, unidad de compra, dispositivo, proveedor, segmentación, formato, días, impresiones estimadas, clicks estimados, views estimados, CTR estimado y CPC estimado. Lo anterior, debe cumplir con los costos reales del proveedor y por ende, tener proyecciones realistas respecto a ello.

### **9. Sobre el uso de métricas**

Se requiere incorporar a la campaña algún tipo de métrica y/o estudio que indique los alcances y el impacto de la campaña.

Las conclusiones deberán ser incorporadas en un informe de campaña.

Se requiere informe semanal que incluya:

- Cantidad de publicaciones, visualizaciones y clicks
- Cantidad de mensajes radiales y estimación de llegada.
- Reporte del listado de establecimientos a los cuales se ha podido llegar con las fichas informativas.
- Reporte de las publicaciones en la vía pública

### **10. Plazos de emisión de la campaña.**

La campaña será con ejecución desde el 1 de marzo de 2022 hasta el 21 del mismo mes.

### **11. Experiencia del Oferente:**

Se valorará positivamente que el proponente tenga experiencia en proyectos desarrollados en instituciones públicas y/o empresas del sector privado en creación e implementación de campañas comunicacionales de alto alcance dentro de los últimos 5 años.

La experiencia se acreditará mediante certificados simples emitidos y firmados por las empresas o clientes contratantes como asimismo, con certificados de recepción conforme de tales servicios. La no presentación de algún certificado hará que la experiencia señalada

en este Anexo se entendida por la Comisión como una experiencia no realizada por el oferente.

**12.- Cantidad de trabajadores del Oferente:**

El oferente debe acreditar tener al menos 10 trabajadores con contrato de trabajo indefinido con al menos 1 año de antigüedad. La acreditación de este requisito se hará mediante documentos tales como contratos de trabajo, liquidaciones de sueldo, certificado de pago previsional.

Se valorará positivamente tener más de 10 trabajadores con contrato de trabajo indefinido al menos con 1 año de antigüedad.

**ANEXO N.º 1: EXPERIENCIA DEL OFERENTE**

<b>NOMBRE OFERENTE:</b>	
<b>RUT:</b>	
<b>CORREO ELECTRONICO:</b>	
<b>TELEFONO CONTACTO:</b>	

El oferente deberá indicar la experiencia en el rubro respecto de la prestación del servicio solicitado. Para esto, deberá completar la información requerida y adicionalmente el documento que certifique dicho servicio ha sido prestado, esto es, una declaración firmada por el cliente o un certificado de recepción conforme firmada también por el cliente.

Nombre de campaña	Nombre cliente	Contacto Cliente	Duración del Contrato	
			Fecha de Inicio	Fecha de Término
1.				
2.				
3.				
4.				

**NOTA:** Se hace presente que solo serán evaluados aquella experiencia que esté respaldada por certificados simples emitidos firmados por los clientes mandantes. La no presentación de algún certificado hará que la experiencia señalada en este Anexo sea entendida por la Comisión Evaluadora como una experiencia no realizada por el oferente.

## ANEXO N.º 2: CANTIDAD DE TRABAJADORES DEL OFERENTE

NOMBRE OFERENTE:	
RUT:	
CORREO ELECTRONICO:	
TELEFONO CONTACTO:	

El oferente deberá indicar la cantidad de trabajadores dedicados a estos servicios. Para esto, deberá completar la información requerida y adicionalmente documento que certifique su contratación.

Nombre empleado	Area	Cargo
2		
3		
n		

NOTA: Se hace presente que solo será evaluada la información respaldada por documentos o certificados simples

**ANEXO N° 3.**

**1.- DECLARACIÓN JURADA UTP:** En caso de ofertarse a través de una **UNIÓN TEMPORAL DE PROVEEDORES**, se deberá completar el siguiente cuadro:

Oferta a través de una Unión Temporal de proveedores	Si ___ No ___
Detallar miembros de la Unión Temporal de proveedores*	1 - 2 -

\*Enumerar a todos los miembros de la UTP.

**2.- DECLARACIÓN JURADA UNIÓN TEMPORAL DE PROVEEDORES**

**1) Persona Natural:**

DECLARACIÓN JURADA

En Santiago de Chile, a..... de ..... de 20 .., don / doña ....., declara que:

....., declara que:

No ha sido condenado por prácticas antisindicales y/o infracción a los derechos fundamentales del trabajador y/o por delitos concursales establecidos en el Código Penal, durante el periodo de dos años anteriores a la presentación de su oferta.

No ha sido condenada de acuerdo a lo señalado en el artículo 10 del Título II del Artículo Primero de la Ley N°20.393.

No ha sido condenada por los hechos descritos en la letra a) del artículo 3 del DFL 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", en que la sentencia definitiva y ejecutoriada haya impuesto la prohibición de contratar con los órganos de la Administración del Estado según se dispone en la letra d) del artículo 26 de la norma citada.

Firma

**2) Persona Jurídica:**

DECLARACIÓN JURADA

En Santiago de Chile, a..... de ..... de 2021, don/doña ....., representante legal de ....., viene en declarar que:

1 - La entidad que representa no ha sido condenada por prácticas antisindicales y/o infracción a los derechos fundamentales del trabajador y/o por delitos concursales establecidos en el Código Penal, durante el periodo de dos años anteriores a la presentación de su oferta.

2 - La entidad representa no es una sociedad de personas de la que forme parte algún funcionario directivo de la Subsecretaría de Educación o una persona que éste unida a ellos por lo vínculos de parentesco descritos en la letra b) del artículo 54 del DFL N° 1719653, de 2001 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; ni tampoco una sociedad en comanditas por acciones o anónima cerrada en que aquellos o éstas sean accionistas; ni una sociedad anónima abierta en que aquellos o éstas sean dueña de acciones que representen el 10% o más del capital.

3 - La entidad que representa no ha sido condenada de acuerdo a lo señalado en el artículo 10 del Título II del Artículo Primero de la Ley N° 20.393.

4 - La entidad que representa no ha sido condenada por los hechos descritos en la letra a) del artículo 3 del DFL N° 1 de 2004 del Ministerio de Economía que Fija el texto refundido, coordinado y sistematizado del Decreto Ley N° 211, que "Fija normas para la Defensa de la Libre Competencia", en que la sentencia definitiva y ejecutoriada haya impuesto la prohibición de contratar con los órganos de la Administración del Estado según se dispone en la letra d) del artículo 26 de la norma citada.

Firma

**ANEXO N.º 4: OFERTA ECONOMICA**

Nº	Detalle	Valor en pesos (\$)
1	Valor Campaña sin comisión neto	
2	Comisión de Agencia neto	
	<b>Valor total neto oferta</b>	
	IVA	
	<b>Valor Bruto o Final en caso de ser exento</b>	

**ANÓTESE Y PUBLÍQUESE EN EL SISTEMA DE COMPRAS  
Y CONTRATACIÓN PÚBLICA**



**DISTRIBUCIÓN**

- Actos y Contratos	1 C
- Compras	1 C
- DAG	1 C
- Archivo	1 C
- Oficina de Partes	1 C
<b>TOTAL</b>	<b>5 C</b>

SGD 46056-2021