

DICTAMEN TÉCNICO.

(Art 40 inc a) Res DNCP N°4401 y Res DNCP N° 453 Art 12)

Lugar y fecha: Asunción, 03 de octubre de 2024.

UOC Convocante (*): Agencia Financiera de Desarrollo (AFD)

Unidad o área requirente (*): Comunicación y Marketing

Funcionario o técnico responsable (*): Sandra Servin

Dependencia y cargo que desempeña (*): Coordinadora de Comunicación y Marketing

- Justificación técnica que respalda la objetividad, imparcialidad, regularidad y la razonabilidad o proporcionalidad de los requerimientos técnicos solicitados (*).

La contratación de un servicio de Diseño y Producción de Materiales Promocionales brindará a la Agencia Financiera de Desarrollo de los merchandising, lo que no solo, promueve el reconocimiento de la marca y la fidelización de clientes, sino que también proporciona publicidad gratuita y ayuda a diferenciar al banco de la competencia, al mismo tiempo que fortalece la cultura corporativa y mejora la percepción del valor de la institución.

Asimismo, permitirá satisfacer la necesidad de los siguientes parámetros:

- ✓ Reconocimiento de Marca: ayuda a aumentar la visibilidad de la marca del banco. Cuando los clientes utilizan productos con el logo y los colores del banco, refuerzan la imagen de la marca en la mente del público.
 - ✓ Fidelización de Clientes: pueden servir como regalos para los clientes, lo cual mejora su lealtad. Los clientes que reciben obsequios útiles y de calidad se sienten valorados y tienden a mantener una relación más duradera con el banco.
 - ✓ Publicidad Gratuita: Cada vez que un cliente usa un producto de merchandising del banco, como una camiseta, una gorra o una bolsa, está promocionando el banco de manera gratuita. Es una forma efectiva de publicidad de boca en boca.
 - ✓ Diferenciación Competitiva: puede ayudar al banco a destacarse de la competencia. Productos innovadores o exclusivos pueden atraer a clientes que buscan algo más allá de los servicios bancarios tradicionales.
 - ✓ Cultura Corporativa: Internamente, el merchandising puede fortalecer la cultura corporativa del banco. Los empleados que usan productos con el logo del banco pueden sentirse más conectados y orgullosos de su lugar de trabajo.
 - ✓ Eventos y Promociones: En eventos, ferias y promociones, el merchandising es una herramienta clave para atraer la atención de los asistentes y crear una impresión duradera. Puede ser utilizado como incentivos para abrir nuevas cuentas o para participar en actividades promocionales.
 - ✓ Percepción de Valor: Los productos de calidad pueden mejorar la percepción del banco. Si el merchandising es percibido como valioso, los clientes pueden asociar esa percepción positiva con los servicios que ofrece el banco.
- Identificar y justificar de forma expresa si algún requerimiento podría limitar la participación de potenciales oferentes.

Las especificaciones se desarrollan con el objetivo de abarcar la mayor brecha posible de oferentes, garantizando una clara y detallada descripción de los requisitos y criterios que los oferentes deben de cumplir. Esta metodología permite fomentar la transparencia y la competitividad en el proceso de licitación, proporcionando a los interesados una comprensión exhaustiva de las expectativas de la institución.

- Si en las bases licitatorias se indica una marca específica u otro derecho intelectual exclusivo, mencionar la justificación que respalda lo solicitado o que no existe otro modo de identificarlo. Se aclara que, en caso de incluirlos, los mismos tendrán carácter referencial.

No aplica.

CONCLUSIÓN:

En base a las consideraciones expuestas, se ha dado cumplimiento la exigencia legal de elaboración del análisis técnico donde se sustentan las especificaciones técnicas, la misma se adecua a los requerimientos básicos para la finalidad del servicio de Diseño y Producción de Materiales Promocionales, de conformidad a la Resolución DNCP N° 453/24 Artículo 12, modificación del literal a) del art. 40 de la Resolución DNCP N° 4401/23 "POR LA CUAL SE REGLAMENTAN LOS PROCEDIMIENTOS DE CONTRATACIÓN REGIDOS POR LA LEY N° 7021/22 DE SUMINISTRO Y CONTRATACION ES PÚBLICAS".

Sandra Servin

COORDINADORA DE COMUNICACIÓN Y MARKETING

Dionicio Domínguez

COORDINADOR INTERINO DE LA UOC

