

**PLIEGO DE BASES Y CONDICIONES**

---

Convocante:

**Secretaria Nacional de Turismo (SENATUR) / Presidencia de la  
República  
Secretaria Nacional de Turismo**

Nombre de la Licitación:

**SERVICIO DE AGENCIA PARA LA PROMOCIÓN  
TURÍSTICA DEL PARAGUAY - AD REFERÉNDUM**  
(versión 2)

ID de Licitación:

**442728**



Modalidad:

**Licitación Pública Nacional**

Publicado el:

**03/01/2025**

*"Pliego para la Adquisición de Bienes y/o Servicios - CONVENCIONAL - Ley N°  
7021/22."*

*Versión 2*

# RESUMEN DEL LLAMADO

## Datos de la Convocatoria

ID de Licitación:	442728	Nombre de la Licitación:	Servicio de Agencia para la Promoción Turística del Paraguay - Ad Referéndum
Convocante:	Secretaria Nacional de Turismo (SENATUR) / Presidencia de la República	Categoría:	80000000 - Servicios de Gestion Profesionales de Empresa y Administrativos
Unidad de Contratación:	Secretaria Nacional de Turismo	Tipo de Procedimiento:	LPN - Licitación Pública Nacional

## Etapas y Plazos

Lugar para Realizar Consultas:	Sistema de Información de Contrataciones Públicas	Fecha Límite de Consultas:	09/01/2025 10:00
Lugar de Entrega de Ofertas:	UOC - 2do Piso - Edificio Central SENATUR, Palma 468 e/ Alberdi y 14 de Mayo	Fecha de Entrega de Ofertas:	16/01/2025 10:00
Lugar de Apertura de Ofertas:	UOC - 2do Piso - Edificio Central SENATUR, Palma 468 e/ Alberdi y 14 de Mayo	Fecha de Apertura de Ofertas:	16/01/2025 10:30

## Adjudicación y Contrato

Sistema de Adjudicación:	Total	Anticipo:	No se otorgará anticipo
Vigencia del Contrato:	Los contratos abiertos definen su fecha de vigencia en el pliego		

## Datos del Contacto

Nombre:	Abg. Ana María Galeano	Cargo:	Directora UOC
Teléfono:	441530	Correo Electrónico:	angaleano@senatur.gov.py

# ADENDA

## Adenda

Las modificaciones al presente procedimiento de contratación son los indicados a continuación:

Se modifica la planilla en el SICP.

Se modifican las fechas tope de entrega y apertura de sobres.

La adenda es el documento emitido por la convocante, mediante la cual se modifican aspectos establecidos en las bases de la contratación. A los efectos legales, la adenda será considerada parte integrante del documento cuyo contenido modifique.

La convocante podrá introducir modificaciones cuando se ajuste a los parámetros establecidos en la Ley.

Las adendas serán difundidas en el SICP respetando los plazos establecidos en la resolución matriz de normas.

**Obs:** Cuando la convocante requiera prorrogar la fecha tope de presentación y apertura de ofertas, sin modificar los demás datos e información de las bases de la contratación, será difundida automáticamente a través del SICP y no se instrumentará a través de adenda.

# DATOS DE LA CONVOCATORIA

Los Datos de la Licitación constituye la información proporcionada por la convocante para establecer las condiciones a considerar del proceso particular, y que sirvan de base para la elaboración de las ofertas por parte de los potenciales oferentes.

## Datos de la Convocatoria

Los datos de la licitación serán consignados en esta sección y en el Sistema de Información de Contrataciones Públicas (SICP), los mismos forman parte de los documentos del presente procedimiento de contratación.

## Difusión de los documentos de la Convocatoria

Todos los datos y documentos de este procedimiento de contratación deben ser obtenidos directamente del (SICP). Es responsabilidad del oferente examinar todos los documentos y la información de la convocatoria que obren en el mismo.

## Contratación Pública Sostenibles - CPS

Las compras públicas juegan un papel fundamental en el desarrollo sostenible. El Estado por medio de las actividades de compra de bienes y/o servicios sostenibles, busca incentivar la generación de nuevos emprendimientos, modelos de negocios innovadores y el consumo sostenible. La introducción de criterios y especificaciones técnicas con consideraciones sociales, ambientales y económicas tiene como fin contribuir con el Desarrollo Sostenible en sus tres dimensiones.

En este sentido, Paraguay cuenta con una Política de Compras Públicas Sostenibles y una guía práctica para las convocantes y oferentes, a las cuales se deberán de ajustar y que se encuentran disponibles en los siguientes links: <https://www.contrataciones.gov.py/dncp/compras-publicas-sostenibles/plan-de-accion-compras-publicas-sostenibles/> y [https://www.contrataciones.gov.py/dncp/guia-practica-de-compras-publicas-sostenibles-para-convocantes/compras\\_publicas\\_sostenibles/](https://www.contrataciones.gov.py/dncp/guia-practica-de-compras-publicas-sostenibles-para-convocantes/compras_publicas_sostenibles/)

El símbolo "CPS" en este pliego de bases y condiciones, es utilizado para indicar criterios o especificaciones sostenibles.

## Aclaración de los documentos de la convocatoria

Todo potencial oferente que necesite alguna aclaración de la convocatoria o del pliego de bases y condiciones, podrá solicitarla a la convocante a través del (SICP) dentro del plazo establecido. Las consultas recibidas deberán ser

respondidas por las convocantes y publicadas directamente a través del SICP.

Se prorrogará de forma automática en el SICP, el plazo tope para la realización de consultas cuando la fecha del acto de presentación de ofertas sea modificada.

La convocante podrá establecer una junta de aclaraciones para la evacuación de consultas sobre la convocatoria y los pliegos de bases y condiciones, de forma adicional a las consultas, debiendo fijar la fecha, hora y lugar de realización en el SICP.

La convocante podrá optar por responder las consultas en la Junta de Aclaraciones o podrá diferirlas, para que sean respondidas conforme con los plazos de respuestas o emisión de adendas. En todos los casos se deberá levantar acta circunstanciada.

Las aclaraciones realizadas durante los procedimientos de contratación no serán consideradas modificaciones a las bases de la contratación.

La inasistencia a la Junta de Aclaraciones no será motivo de descalificación de la oferta.

---

## **Formato y firma de la oferta**

1. El formulario de oferta y la lista de precios serán firmados, física o electrónicamente, según corresponda por el oferente o por las personas debidamente facultadas para firmar en nombre del oferente.

2. No serán descalificadas las ofertas que no hayan sido firmadas en documentos considerados no sustanciales.

3. Los textos entre líneas, tachaduras o palabras superpuestas serán válidos solamente si llevan la firma de la persona que firma la oferta.

4. La falta de foliatura no podrá ser considerada como motivo de descalificación de las ofertas.

---

## **Plazo para presentar las ofertas**

Las ofertas deberán ser recibidas por la convocante en la fecha y hora que se indican en el SICP.

La convocante podrá, extender el plazo originalmente establecido para la presentación de ofertas mediante la prórroga de fecha tope o la postergación de la apertura de ofertas.

En este caso todos los derechos y obligaciones de la convocante y de los oferentes previamente sujetos a la fecha límite original para presentar las ofertas, quedarán sujetos a la nueva fecha prorrogada.

Cuando la presentación de oferta sea electrónica la misma deberá sujetarse a la reglamentación vigente.

---

## **Oferentes en consorcio**

Dos o más interesados podrán unirse temporalmente para presentar una oferta sin crear una persona jurídica distinta y deberán designar a uno de sus integrantes como líder quien suscribirá la oferta y los documentos relativos al procedimiento de contratación. Se deberá realizar el procedimiento de activación del consorcio directamente a través del Registro de Proveedores del Estado.

Para ello deberán presentar una escritura pública de constitución que reúna las características previstas en el Decreto reglamentario o un acuerdo de intención de participación en contrato de consorcio, el cual se deberá formalizar por escritura pública en caso de resultar adjudicados, antes de la firma del contrato.

Los integrantes de un consorcio no podrán presentar ofertas individuales ni conformar más de un consorcio en un mismo lote o ítem, lo que no impide que puedan presentarse individualmente o conformar otro consorcio que participe en diferentes partidas.

En todo lo demás deberán ajustarse a lo dispuesto en la normativa legal vigente.

---

## Idioma de la oferta

La oferta deberá ser presentada en idioma castellano o en su defecto acompañada de su traducción oficial, realizada por un traductor público matriculado en la República del Paraguay.

La convocante permitirá la presentación de catálogos, anexos técnicos o folletos en idioma distinto al castellano y sin traducción:

No Aplica

---

## Precio y formulario de la oferta

El oferente indicará el precio total de su oferta y los precios unitarios de los bienes y/o servicios que se propone suministrar, utilizando para ello el formulario de oferta y lista de precios, disponibles para su descarga a través del SICP, formando ambos un único documento.

Cuando la presentación de la oferta se realice a través del módulo de oferta electrónica, se considerará que el listado de ítems forma parte del formulario de oferta electrónico, y deberá sujetarse en todo lo demás a la reglamentación vigente.

1. Para la cotización el oferente deberá ajustarse a los requerimientos que se indican a continuación:

- a) El precio cotizado deberá ser el mejor precio posible, considerando que en la oferta no se aceptará la inclusión de descuentos de ningún tipo.
- b) En el caso del sistema de adjudicación por la totalidad de los bienes y/o servicios requeridos, el oferente deberá cotizar en la lista de precios de todos los ítems, con sus precios unitarios y totales correspondientes.
- c) En el caso del sistema de adjudicación por lotes, el oferente cotizará en la lista de precios uno o más lotes, e indicará todos los ítems del lote ofertado con sus precios unitarios y totales correspondientes. En caso de no cotizar uno o más lotes, los lotes no cotizados no requieren ser incorporados a la planilla de precios.
- d) En el caso del sistema de adjudicación por ítems, el oferente podrá ofertar por uno o más ítems, en cuyo caso deberá cotizar el precio unitario y total de cada uno o más ítems, los ítems no cotizados no requieren ser incorporados a la planilla de precios.

2. En caso de que se establezca en las bases de la contratación, los precios indicados en la lista de precios serán consignados separadamente de la siguiente manera:

- a) El precio de bienes y/o servicios cotizados, incluidos todos los derechos de aduana, los impuestos al valor agregado o de otro tipo pagados o por pagar sobre los componentes y materia prima utilizada en la fabricación o ensamblaje de los bienes;
- b) Todo impuesto al valor agregado u otro tipo de impuesto que obligue la República del Paraguay a pagar sobre los bienes en caso de ser adjudicado el contrato; además, se deberá indicar los ítems exentos de IVA, cuando los hubiere y

c) El precio de otros servicios conexos (incluyendo su impuesto al valor agregado), si los hubiere, enumerados en los datos de la licitación.

3. En caso de indicarse en el SICP, que se utilizará el atributo de contrato abierto, cuando se realice por montos mínimos y máximos deberán indicarse el precio unitario de los bienes y/o servicios ofertados; y en caso de realizarse por cantidades mínimas y máximas, deberán cotizarse los precios unitarios y los totales se calcularán multiplicado los precios unitarios por la cantidad máxima correspondiente.

4. El precio del contrato que cobre el proveedor por los bienes y/o servicios suministrados en virtud del contrato no podrá ser diferente a los precios unitarios cotizados en su oferta, excepto por cualquier ajuste previsto en el mismo.

5. En caso que se requiera el desglose de los componentes de los precios será con el propósito de facilitar a la convocante la comparación de las ofertas.

6. En las contrataciones internacionales los oferentes no domiciliados en el territorio de la República deberán manifestar en su oferta que los precios que presentan en su propuesta económica no se cotizan en condiciones de prácticas desleales de comercio internacional en su modalidad de discriminación de precios o subsidios.

---

## **Abastecimiento simultáneo**

En caso de que se opte por el sistema de abastecimiento simultaneo, en éste apartado se deberá indicar la manera de distribución de los mismos:

No Aplica

---

## **Moneda de la oferta y pago**

La moneda de la oferta y pago será:

Guaraníes

La cotización en moneda diferente de la indicada en este apartado será causal de rechazo de la oferta. Si la oferta seleccionada es en guaraníes, la oferta se deberá expresar en números enteros, no se aceptarán cotizaciones en decimos y céntimos.

---

## **Copias de la oferta - CPS**

El oferente presentará su oferta original. Adicionalmente, la convocante podrá requerir copias de las ofertas en la cantidad indicada en este apartado, las copias deberán estar indicadas como tales.

Cuando la presentación de las ofertas se realice a través del módulo de Oferta Electrónica, la convocante no requerirá de copias.

Cantidad de copias requeridas:

0 copias

---

## **Método de presentación de ofertas**

El método de presentación de ofertas para esta convocatoria será:

Un sobre

En caso de presentación física, los sobres deberán:

1. Indicar el nombre y la dirección del oferente;
2. Estar dirigidos a la convocante;
3. Llevar la identificación específica del proceso de contratación indicado en el SICP; y
4. Llevar una advertencia de no abrir antes de la hora y fecha de apertura de ofertas.
5. Identificar si se trata de un sobre técnico o económico.

La convocante podrá determinar el método de presentación de ofertas en un sobre o en doble sobre. En este último caso, el primer sobre contendrá la oferta técnica, incluyendo los documentos que acrediten la personería del oferente y el segundo sobre, contendrá la oferta económica. En caso de presentación de ofertas físicas, las mismas deberán ser entregadas a la convocante en sobres cerrados. Cuando las mismas deban ser presentadas en doble sobre, la convocante deberá resguardar las ofertas técnicas y económicas hasta su apertura.

Si los sobres no están cerrados e identificados como se requiere, la convocante no se responsabilizará en caso de que la oferta se extravíe o sea abierta prematuramente.

---

## **Documentos de la oferta**

El pliego, sus adendas y aclaraciones no forman parte de la oferta, por lo que no se exigirá la presentación de copias de los mismos con la oferta.

Los oferentes inscriptos en el Registro de Proveedores del Estado, podrán presentar con su oferta, la Constancia del Perfil del Proveedor, que reemplazará a los documentos solicitados por la convocante en el presente pliego.

Cuando la presentación de oferta sea electrónica la misma deberá sujetarse a la Resolución DNCP N° 3800/23.

Los oferentes deberán indicar en su oferta, qué documentos que forman parte de la misma son de carácter reservado e invocar la norma que ampara dicha reserva, para así dar cumplimiento a lo estipulado en la Ley N° 5282/14 "DE LIBRE ACCESO CIUDADANO A LA INFORMACIÓN PÚBLICA Y TRANSPARENCIA GUBERNAMENTAL". Si el oferente no hace pronunciamiento expreso amparado en la Ley, se entenderá que toda su oferta y documentación es pública.

---

## **Ofertas Alternativas**

Se permitirá la presentación de oferta alternativa, según los siguientes criterios a ser considerados para la evaluación de la misma:

No Aplica

---

## Periodo de validez de las ofertas

Las ofertas deberán mantenerse válidas (en días corridos) por:

90

Las ofertas se deberán mantener válidas por el periodo indicado en el presente apartado, a partir de la fecha límite para la presentación de ofertas, establecido por la convocante. Toda oferta con un periodo menor será rechazada.

La convocante en circunstancias excepcionales podrá solicitar, por escrito, al oferente que extienda el periodo de validez de la oferta, por lo tanto la Garantía de Mantenimiento de la Oferta deberá ser también prorrogada.

El oferente puede rehusarse a tal solicitud sin que se le haga efectiva su Garantía de Mantenimiento de Oferta. A los oferentes que acepten la solicitud de prórroga no se les solicitará ni permitirá que modifiquen sus ofertas.

---

## Garantías: instrumentación, plazos y ejecución.

1. La Garantía de Mantenimiento de Oferta deberá expedirse por el equivalente 5% (cinco por ciento) del monto total de la oferta. El oferente debe adoptar cualquiera de las formas de instrumentación de las garantías dispuestas en el SICP por la Convocante.
2. La Garantía de Mantenimiento de Oferta en caso de oferentes en consorcio deberá ser presentada de la siguiente manera:
  - a. Consorcio constituido por escritura pública: deberán emitir a nombre del consorcio legalmente constituido por escritura pública o del líder del consorcio.
  - b. Consorcio con acuerdo de intención de participación en contrato de consorcio: deberán emitir a nombre del líder del consorcio.
3. La Garantía de Mantenimiento de Ofertas podrá ser ejecutada:
  - a. Si el oferente altera las condiciones de su oferta,
  - b. Si el oferente retira su oferta durante el período de validez de ofertas,
  - c. Si no acepta la corrección aritmética del precio de su oferta, en caso de existir, o
  - d. Si el adjudicatario no procede, por causa imputable al mismo a:
    - d.1 Firmar el contrato,
    - d.2 Suministrar los documentos indicados en las bases de la contratación para la firma del contrato,
    - d.3 Suministrar en tiempo y forma la garantía de cumplimiento de contrato,
    - d.4 Cuando se comprobare que las declaraciones juradas presentadas por el oferente adjudicado con su oferta sean falsas,
    - d.5 No se formaliza el consorcio por escritura pública antes de la firma del contrato.
4. En los casos de contratos abiertos las garantías se registrarán por lo dispuesto en el Decreto Reglamentario y la reglamentación emitida por la DNCP para el efecto.
5. En caso de instrumentarse las garantías a través de Garantía Bancaria, deberá estar sustancialmente de acuerdo con el formulario incluido en la Sección "Formularios".
6. Las Garantías tanto de Mantenimiento de Oferta, Cumplimiento de Contrato o de Anticipo, sea cual fuere la forma de instrumentación adoptada, deberá ser pagadera ante solicitud escrita de la convocante donde se haga constar el monto reclamado, cuando se tenga acreditada una de las causales de ejecución de la garantía. En estos casos será requisito que previamente el oferente sea notificado del incumplimiento y la intimación de que se hará efectiva la ejecución del monto asegurado.

---

## **Periodo de Validez de la Garantía de Mantenimiento de Oferta**

El plazo de validez de la Garantía de Mantenimiento de Oferta (en días calendario) será de:

120

El oferente deberá presentar como parte de su oferta una Garantía de Mantenimiento de acuerdo al porcentaje indicado para ello en el SICP y por el plazo indicado en este apartado.

---

## **Retiro, sustitución y modificación de las ofertas**

1. Un oferente podrá retirar, sustituir o modificar su oferta después de presentada mediante el envío de una comunicación por escrito, debidamente firmada por el representante autorizado. La sustitución o modificación correspondiente de la oferta deberá acompañar dicha comunicación por escrito.

2. Todas las comunicaciones deberán ser:

- a) Presentadas conforme a la forma de presentación e identificación de las ofertas y además los respectivos sobres deberán estar marcados "RETIRO", "SUSTITUCION" o "MODIFICACION";
- b) Recibidas por la convocante antes del plazo límite establecido para la presentación de las ofertas;

Las ofertas cuyo retiro, sustitución o modificación fuere solicitada serán devueltas sin abrir a los oferentes remitentes, durante el acto de apertura de ofertas.

3. Ninguna oferta podrá ser retirada, sustituida o modificada durante el intervalo comprendido entre la fecha límite para presentar ofertas y la expiración del período de validez de las ofertas indicado en el Formulario de Oferta o cualquier extensión si la hubiere, caso contrario, se hará efectiva la Garantía de Mantenimiento de Oferta.

Cuando la presentación de oferta se realice a través del módulo de oferta electrónica la misma deberá sujetarse a la reglamentación vigente

---

## **Apertura de ofertas**

1. La entidad convocante procederá a la apertura de las ofertas y, en caso de existir notificaciones de retiro, sustitución o modificación de las propuestas, se leerá durante el acto público en presencia de los oferentes o sus representantes según la hora, fecha y lugar previamente establecidos en el SICP.

2. Cuando la presentación de la oferta sea electrónica, el acto de apertura deberá sujetarse a la reglamentación vigente, en la hora y fecha establecida en el SICP.

3. Primero se procederá a verificar los sobres de las ofertas recibidas, marcados como:

- a) "RETIRO": Se leerán en voz alta y el sobre con la oferta correspondiente no será abierto sino devuelto al oferente remitente. No se permitirá el retiro de ninguna oferta a menos que la comunicación de retiro contenga una

autorización válida y sea leída en voz alta en el acto de apertura de las ofertas.

b) "SUSTITUCION": Se leerán en voz alta y se intercambiará con la oferta correspondiente que está siendo sustituida; la oferta sustituida no se abrirá y se devolverá al oferente remitente. No se permitirá la sustitución de ninguna oferta a menos que la comunicación de sustitución contenga una autorización válida y sea leída en voz alta en el acto de apertura de las ofertas.

c) "MODIFICACION": Se abrirán y leerán en voz alta con la oferta correspondiente. No se permitirá ninguna modificación a las ofertas a menos que la comunicación de modificación contenga una autorización válida y sea leída en voz alta en el acto de apertura de las ofertas. Solamente se considerarán en la evaluación los sobres que se abren y leen en voz alta durante el Acto de Apertura de las Ofertas.

4. Los representantes de los oferentes que participen en la apertura de las ofertas deberán contar con autorización suficiente para suscribir el acta y para revisar los documentos de los demás oferentes, bastando para ello la presentación de una autorización escrita del firmante de la oferta, esta autorización podrá ser incluida en el sobre oferta o ser portada por el representante.

5. Se solicitará a los representantes de los oferentes presentes que firmen el acta. La omisión de la firma por parte de un oferente no invalida el contenido y efecto del acta. Se distribuirá una copia del acta a todos los presentes.

6. Las ofertas sustituidas y modificadas, que no sean abiertas y leídas en voz alta durante el acto de apertura no podrán ser consideradas para la evaluación sin importar las circunstancias y serán devueltas sin abrir a los remitentes.

7. La falta de firma en un documento sustancial, es considerada una omisión sustancial que no podrá ser subsanada en ninguna oportunidad una vez abiertas las ofertas. En cuanto a la garantía de mantenimiento de oferta deberá estar debidamente extendida.

8. En el sistema de un solo sobre el acta de apertura deberá ser comunicada a través del SICP para su difusión, dentro de los dos (02) días hábiles de la realización del acto de apertura.

9. En el sistema de doble sobre, el acta de apertura técnica deberá ser comunicada a través del SICP, para su difusión, dentro de los dos (02) días hábiles de la realización del acto de apertura, se procederá de igual manera una vez finalizado el acto de apertura económico.

---

## Visita al sitio de ejecución del contrato

La convocante dispone la realización de una visita al sitio con las siguientes indicaciones:

No Aplica

La visita o inspección técnica debe fijarse al menos un (1) día hábil antes de la fecha tope de consulta.

Cuando la convocante haya establecido que será requisito de participación, el oferente que conozca el sitio podrá declarar bajo fe de juramento conocer el sitio y que cuenta con la información suficiente para preparar la oferta y ejecutar el contrato.

En todos los casos, el procedimiento para su realización deberá difundirse en las bases de la contratación.

Las condiciones de participación no deberán ser restrictivas ni limitativas.

Se registrará en acta los asistentes, la fecha, lugar, hora de realización y funcionarios participantes.

Los representantes de los oferentes que asistan podrán contar con una autorización, bastando para ello la presentación de una nota del oferente. **La falta de presentación de esta autorización no impide su participación en la visita o inspección técnica.**

Los gastos relacionados con dicha visita correrán por cuenta del oferente.

---

## **Incoterms**

La edición de incoterms para esta licitación será:

No Aplica

Las expresiones DDP, CIP, FCA, CPT y otros términos afines, se regirán por las normas prescriptas en la edición vigente de los Incoterms publicada por la Cámara de Comercio Internacional.

Durante la ejecución contractual, el significado de cualquier término comercial, así como los derechos y obligaciones de las partes serán los prescritos en los Incoterms, a menos que sea inconsistente con alguna disposición del Contrato.

---

## **Autorización del Fabricante**

Los ítems a los cuales se le requerirá Autorización del Fabricante son los indicados a continuación:

No Aplica

Cuando la convocante lo requiera, el oferente deberá acreditarse la cadena de autorizaciones, hasta el fabricante, productor o prestador de servicios.

La autorización deberá ser presentada en idioma castellano o en su defecto acompañada de su traducción oficial, realizada por un traductor público matriculado en la República del Paraguay. Así también cada autorización debe indicar a que ítem corresponde.

---

## **Muestras**

Se requerirá la presentación de muestras de los siguientes ítems y en las siguientes condiciones:

No Aplica

En caso de ser solicitadas, las muestras deberán ser presentadas junto con la oferta, o bien en el momento y plazo fijado por la convocante en este apartado, la cual será considerada requisito indispensable para la evaluación de la oferta. La falta de presentación en la forma y plazo establecido por la convocante será causal de descalificación de la oferta.

---

## **Tiempo de funcionamiento de los bienes**

El periodo de tiempo estimado de funcionamiento de los bienes, para los efectos de repuestos será de:

No Aplica

---

## **Plazo de reposición de bienes**

El plazo de reposición de bienes para reparar o reemplazar será de:

No Aplica

El proveedor garantiza que todos los bienes suministrados están libres de defectos derivados de actos y omisiones que este hubiera incurrido, o derivados del diseño, materiales o manufactura, durante el uso normal de los bienes en las condiciones que imperen en la República del Paraguay.

1. La Contratante comunicará al proveedor la naturaleza de los defectos y proporcionará toda evidencia disponible, inmediatamente después de haberlos descubierto. La contratante otorgará al proveedor facilidades razonables para inspeccionar tales defectos.

Tan pronto reciba ésta comunicación, y dentro del plazo establecido en este apartado, deberá reparar o reemplazar los bienes defectuosos, o sus partes sin ningún costo para la contratante.

2. Si el proveedor después de haber sido notificado, no cumple dentro del plazo establecido, la contratante, procederá a tomar medidas necesarias para remediar la situación, por cuenta y riesgo del proveedor y sin perjuicio de otros derechos que la contratante pueda ejercer contra el proveedor en virtud del contrato.

---

## **Periodo de validez de la Garantía de los bienes**

El plazo de validez de la Garantía de los bienes será el siguiente:

No Aplica

---

## **Cobertura de Seguro de los bienes**

La cobertura de seguro requerida a los bienes será:

No Aplica

A menos que se disponga otra cosa en este apartado, los bienes suministrados deberán estar completamente asegurados en guaraníes, contra riesgo de extravío o daños incidentales ocurridos durante la fabricación, adquisición, transporte, almacenamiento y entrega, de acuerdo a los incoterms aplicables.

# REQUISITOS DE PARTICIPACIÓN Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Esta sección contiene los criterios que la convocante utilizará para evaluar la oferta y determinar si un oferente cuenta con las calificaciones requeridas. Ningún otro factor, método o criterio será utilizado.

## Condición de Participación

Podrán participar de este procedimiento, las personas físicas, jurídicas y/o Consorcio, constituidos o con acuerdo de intención, inscriptos en el Registro de Proveedores del Estado.

Los oferentes domiciliados en la República del Paraguay, que pretendan participar en un procedimiento de contratación, no deberán estar comprendidos en las prohibiciones o limitaciones para presentar propuestas y contratar con el Estado, establecidas en la Ley N° 7021/22 "DE SUMINISTROS Y CONTRATACIONES PUBLICAS".

## Sucursales

En los casos de procedimientos de contratación de carácter nacional podrán participar las sucursales de las matrices internacionales constituidas en la República del Paraguay. Solo serán admitidas como criterios de adjudicación las capacidades, experiencia y aptitudes de la sucursal recabadas desde su constitución, sin admitirse la utilización de las cualidades de la casa matriz u otras filiales o sucursales.

## Requisitos de Calificación

**Calificación Legal.** Los oferentes deberán declarar que no se encuentran comprendidos en las limitaciones o prohibiciones para contratar con el Estado, según lo establecido en el artículo 21 de la Ley N° 7021/22 en concordancia con el Artículo 19 de su Decreto Reglamentario. Esta declaración forma parte del formulario de oferta en los casos que el procedimiento de contratación sea convencional y formulario de Oferta electrónica en el caso que se utilice el módulo de oferta electrónica.

Serán desechadas las ofertas de los oferentes que se encuentren comprendidos en las prohibiciones o limitaciones para presentar propuesta y contratar con el Estado, a la hora y fecha límite de presentación de ofertas o a la fecha de firma del contrato.

A los efectos de la verificación de la existencia de prohibiciones o limitaciones contenidas en el artículo 21 de la Ley N° 7021/22, el comité de evaluación realizará el siguiente análisis:

1. Verificará que el oferente haya proporcionado el formulario de ofertas, la declaración jurada de no estar comprendido en las prohibiciones y limitaciones para presentar propuesta y contratar, y además las constancias de registro de estructura jurídica y de beneficiarios finales.
2. Verificará los registros del personal de la convocante para detectar si el oferente o sus representantes, se hallan comprendidos en el artículo 21 de la Ley N° 7021/22.

3. Verificará por los medios disponibles, si el oferente y los demás sujetos individualizados en las prohibiciones o limitaciones contenidas en los incisos, aparecen en la base de datos del SINARH del VICE MINISTERIO DE CAPITAL HUMANO Y GESTION ORGANIZACIONAL.
4. Si se constatará que alguno de las personas mencionadas en el párrafo anterior figura en la base de datos del SINARH del VICE MINISTERIO DE CAPITAL HUMANO Y GESTION ORGANIZACIONAL, el comité analizará acabadamente si tal situación le impedirá ejecutar el contrato, exponiendo los motivos para aceptar o rechazar la oferta, según sea el caso.
5. Verificará que el oferente haya proporcionado el formulario de Declaración de Personas, debidamente firmado, conforme a los estándares establecidos, y cotejará los datos con las personas físicas inhabilitadas que constan en el registro de “Sanciones a Proveedores” del SICP. Con el objeto de verificar si los directores, gerentes, socios gerentes, quienes ejerzan la administración, accionistas, cuotapartistas o propietarios se encuentren dentro de los criterios contemplados en los incisos g), h), i), y j) de la Ley 7021/22.
6. El comité podrá recurrir a fuentes públicas o privadas de información, para verificar los datos proporcionados por el oferente y las obrantes en el registro de inhabilitados de la DNCP.
7. Si el Comité confirma que el oferente o sus integrantes poseen impedimentos en virtud a lo dispuesto en el artículo 21 de la Ley N° 7021/22, la oferta será rechazada y se remitirán los antecedentes a la DNCP para los fines pertinentes.

---

## **Metodo de Evaluación**

Basado únicamente en precio

---

## **Evaluación basada en multiplicidad de criterios**

Se deben establecer los criterios de evaluación que serán aplicados al principio de valor por dinero, indicando por cada criterio la siguiente información:

---

## **Ponderación de criterios de evaluación - Multiplicidad de criterios**

La ponderación de cada criterio de evaluación especificado en la cláusula anterior será el siguiente:

---

## **Análisis de precios ofertados**

La evaluación de ofertas con el criterio basado únicamente en precio, luego de haber realizado la corrección de errores aritméticos y de ordenar las ofertas presentadas de menor a mayor, el Comité de Evaluación procederá a solicitar a los oferentes una explicación detallada de la composición del precio ofertado de cada ítem, rubro o partida adjudicable, conforme al siguiente parámetro:

- a. En contrataciones en general: cuando la diferencia entre el precio ofertado y el precio referencial sea superior al 25% para ofertas por debajo del precio referencial y del 15% para ofertas que se encuentren por encima del referencial establecido por la convocante y difundido con el llamado a contratación.

Si el oferente no respondiese la solicitud, o la respuesta no sea suficiente para justificar el precio ofertado del bien o servicio, el precio será declarado inaceptable y la oferta rechazada.

El análisis de los precios, con esta metodología, será aplicado a cada ítem, rubro o partida que componga la oferta y en cada caso deberá ser debidamente fundada la decisión adoptada por la Convocante en el ejercicio de su facultad discrecional.

Para la evaluación de ofertas basada en la multiplicidad de criterios, en cuanto al análisis del precio se podrá considerar el parámetro dispuesto en el presente apartado.

## **Composición de Precios**

La estructura mínima del desglose de composición de los precios, será:

Ítem	Costo del servicio	Gastos de entrega			Gastos de Cobranza	Impuestos		Precio Final
		Transporte	Seguro	Mano de Obra		Interés Financiero	IVA	

El oferente podrá presentar junto con su oferta el desglose de composición de precios, cuando su oferta se encuentre fuera de los parámetros establecidos en la cláusula anterior.

## **Margen de preferencia en procedimientos de contratación de carácter internacional**

En los procedimientos de contratación de carácter internacional, las convocantes otorgarán el beneficio de margen de preferencia del 10% (diez por ciento), a las ofertas que incorporen:

1. El empleo de los recursos humanos del país.
2. La adquisición y locación de bienes producidos en la República del Paraguay.

Para el otorgamiento del beneficio, los Oferentes deberán acreditar como mínimo el porcentaje de contenido nacional establecido en la reglamentación vigente en la materia.

## **Requisitos documentales para evaluación de las condiciones de participación.**

### **1. Formulario de Oferta (\*)**

*[El formulario de oferta y lista de precios, generados electrónicamente a través del SICP, deben ser completados y firmados por el oferente.*

*En caso de que se emplee el módulo de oferta electrónica se considerará que el listado de ítems forma parte del formulario de oferta electrónica, y deberá sujetarse en todo lo demás a la reglamentación vigente.]*

### **2. Garantía de Mantenimiento de Oferta (\*)**

*La garantía de mantenimiento de oferta debe ser extendida, bajo la forma establecida en el SICP.*

3. Certificado de Cumplimiento con la Seguridad Social (\*\*)
4. Certificado de Producto y Empleo Nacional, emitido por el MIC, en caso de contar. (\*\*)
5. Certificado de Cumplimiento Tributario. (\*\*)
6. Patente comercial del municipio en donde esté asentado el establecimiento del oferente. (\*\*)
7. Declaración Jurada de “Declaración de Personas”, de conformidad con el formulario estándar - Sección Formularios (\*\*)
8. **Documentos legales .Oferentes.**

#### **8.1. Personas Físicas.**

- a. Fotocopia simple de la Cédula de Identidad del firmante de la oferta. (\*)
- b. Constancia de inscripción en el Registro Único de Contribuyentes – RUC (\*)
- c. En el caso que suscriba la oferta otra persona en su representación, deberá acompañar una fotocopia simple de su cédula de identidad y una fotocopia simple del poder suficiente otorgado por Escritura Pública para presentar la oferta y representarlo en los actos de la licitación. No es necesario que el poder esté inscripto en el Registro de Poderes. (\*)

#### **8.2. Personas Jurídicas.**

1. Fotocopia simple de los documentos que acrediten la existencia legal de la persona jurídica tales como la Escritura Pública de Constitución y protocolización de los Estatutos Sociales. Los estatutos deberán estar inscriptos en la Sección Personas Jurídicas de la Dirección de Registros Públicos. (\*)
2. Constancia de inscripción en el Registro Único de Contribuyentes. (\*)
3. Fotocopia simple de los documentos de identidad de los representantes o apoderados de la sociedad. (\*)
- d. Fotocopia simple de los documentos que acrediten las facultades del firmante de la oferta para comprometer al oferente. Estos documentos pueden consistir en: un poder suficiente otorgado por Escritura Pública (no es necesario que esté inscripto en el Registro de Poderes); o los documentos societarios que justifiquen la representación del firmante, tales como las actas de asamblea y de directorio en el caso de las sociedades anónimas. (\*)

#### **8.3. Oferentes en Consorcio.**

- a. Cada integrante del consorcio que sea una persona física domiciliada en la República del Paraguay deberá presentar los documentos requeridos para Oferentes Individuales especificados en el apartado Oferentes Individuales. Personas Físicas. Cada integrante del consorcio que sea una persona jurídica domiciliada en Paraguay deberá presentar los documentos requeridos para Oferentes Individuales Personas Jurídicas. (\*)

- b. Original o fotocopia del consorcio constituido o del acuerdo de intención de constituir el consorcio por escritura pública en caso de resultar adjudicados y antes de la firma del contrato. Las formalidades de los acuerdos de intención y de los consorcios serán determinadas por la Dirección Nacional de Contrataciones Públicas (DNCP). (\*)
- c. Fotocopia simple de los documentos que acrediten las facultades de los firmantes del acuerdo de intención de consorciarse. Estos documentos pueden consistir en (\*):
  - i. Un poder suficiente otorgado por escritura pública por cada miembro del consorcio (no es necesario que esté inscripto en el Registro de Poderes); o
  - ii. Los documentos societarios de cada miembro del consorcio, que justifiquen la representación del firmante, tales como actas de asamblea y de directorio en el caso de las sociedades anónimas.
- d. Fotocopia simple de los documentos que acrediten las facultades del firmante de la oferta para comprometer al consorcio, cuando se haya formalizado el consorcio. Estos documentos pueden consistir en (\*):
  - i. Un poder suficiente otorgado por escritura pública por la Empresa Líder del consorcio (no es necesario que esté inscripto en el Registro de Poderes); o
  - ii. Los documentos societarios de la Empresa Líder, que justifiquen la representación del firmante, tales como actas de asamblea y de directorio en el caso de las sociedades anónimas.

En caso de que los procedimientos no sean por el módulo de oferta electrónica, el oferente deberá presentar el Formulario de Oferta y la Planilla de precio, para los casos en que se utilice el Módulo de Oferta Electrónica los datos se deberán cargar en el Formulario de oferta electrónica de conformidad a la normativa vigente.

Los documentos indicados con asterisco (\*) son considerados documentos sustanciales a ser presentados con la oferta de conformidad al Decreto Reglamentario.

Los documentos indicados con doble asterisco (\*\*) deberán estar vigentes a la fecha y hora tope de presentación de ofertas.

## Capacidad Financiera

Con el objetivo de calificar la situación financiera del oferente, se considerarán los siguientes índices:

- A) Para contribuyente de IRACIS/IRE RG** por los años que corresponda deberán cumplir con el siguiente parámetro:
  - a. Ratio de Liquidez:** activo corriente / pasivo corriente.  
Deberá ser igual o mayor que 1, en promedio, en los 3 (tres) últimos años (2021,2022, 2023).
  - b. Endeudamiento:** pasivo total / activo total  
No deberá ser mayor a 0,80 en promedio, en los 3 (tres) últimos años (2021, 2022, 2023).
  - c. Rentabilidad:** Porcentaje de utilidad después de impuestos o pérdida con respecto al Capital. El promedio en los en los 3 (tres) últimos años (2021,2022, 2023), no deberá ser negativo.
- B) Para contribuyentes de IRPC/IRE Simple** por los años que corresponda deberán cumplir el siguiente parámetro:  
**Eficiencia:** (Ingreso/Egreso).  
Deberá ser igual o mayor que 1, el promedio, de los ejercicios fiscales requeridos (2021, 2022, 2023)
- C) Para contribuyentes de IRP/IRP RSP** por los años que corresponda deberán cumplir el siguiente parámetro:  
**Eficiencia:** (Ingreso/Egreso).  
Deberá ser igual o mayor que 1, el promedio, de los ejercicios fiscales requeridos (2021, 2022, 2023)  
Documento exigido: Deberán presentar fotocopia de la Declaración Jurada (Formulario 515) de los años (2021, 2022 y 2023).
- D) Para contribuyentes de exclusivamente IVA General:** Deberá cumplir el siguiente parámetro:  
**Eficiencia:** (Ingreso/Egreso).  
Deberá ser igual o mayor que 1, el promedio, de los ejercicios fiscales (2021, 2022, 2023).

**En caso de consorcios,** todos los integrantes que lo componen deberán cumplir con los requisitos financieros indicados.

**Observación:** Atendiendo a la modalidad adoptada, se recuerda que los documentos que componen la oferta física

deberán demostrar que el oferente se encontraba en cumplimiento de los requisitos establecidos en el PBC al momento de la apertura de sobre

## Requisitos documentales para la evaluación de la capacidad financiera

Para evaluar el presente criterio, el oferente deberá presentar las siguientes documentaciones:

a	Balance General y Cuadro de Estado de Resultados de los años 2021, 2022 y 2023, para contribuyentes de IRACIS/IRE RG.
b	Formulario 501 de los años 2021, 2022 y 2023. IRE Simple.
c	Formulario 515 de los años 2021, 2022 y 2023. IRE RSP.
d	Contribuyentes de exclusivamente IVA General: IVA General de los últimos 3 años (2021, 2022 y 2023)

## Experiencia requerida

Con el objetivo de calificar la experiencia del oferente, se considerarán los siguientes índices:

1. Demostrar antigüedad mínima de 5 (cinco) años como empresa con la presentación del Estatuto de Constitución o Constancia de RUC. La actividad económica deberá tener relación a la prestación del servicio requerido en el presente llamado. En el caso de empresas Unipersonales o personas Físicas, se tendrá en cuenta la fecha de inscripción en el Registro Único de Contribuyente.
2. El oferente deberá demostrar experiencia en creación, estrategia visual, desarrollo, coordinación de campañas de comunicación, promoción y producción relacionadas al sector turístico dentro de los siguientes años (2019, 2020, 2021, 2022 y 2023). La experiencia será evaluada a partir de contratos o facturaciones con empresas públicas o privadas y por un monto equivalente a no menor al 30% del monto máximo de la presente licitación.
3. El oferente deberá demostrar experiencia en diseño e instalación de materiales publicitarios (armazones, iluminación, ploteado, calcomanías, microperforados, tótems, carteles en lona vinílica y tótems, en versiones back y front light, letras corpóreas, banners, pasacalles y otros materiales publicitarios). La experiencia será evaluada a partir de contratos o facturaciones con empresas públicas o privadas y por un monto equivalente a no menor al 10% del monto máximo de la presente licitación.
4. Para Estrategia Visual / Servicio de Cartelería, el oferente deberá demostrar experiencia en posicionamiento de marcas (branding) y estrategia visual (look and feel) de eventos. La experiencia será evaluada a partir de contratos o facturaciones con empresas públicas o privadas y por un monto equivalente a no menor al 10% del monto máximo de la presente licitación.

## Requisitos documentales para la evaluación de la experiencia

1. Demostrar antigüedad mínima de 5 (cinco) años como empresa con la presentación del Estatuto de Constitución o Constancia de RUC. La actividad económica deberá tener relación a la prestación del servicio requerido en el presente llamado. En el caso de empresas Unipersonales o personas Físicas, se tendrá en cuenta la fecha de inscripción en el Registro Único de Contribuyente.
2. Para la evaluación de las experiencias requeridas en los numerales 2, 3 y 4, serán considerados copias de contratos o facturaciones, con sus correspondientes constancias de cumplimiento o notas de remisión emitidas por la Contratante; por el porcentaje a ser cubierto establecido en cada criterio, en relación al monto total máximo de la presente licitación. Serán considerados contratos que se encuentren comprendidos en los años (2019, 2020, 2021, 2022 y 2023), no será necesario la presentación de un contrato por año. No serán considerados contratos o facturaciones que no reúnen las condiciones establecidas en el criterio y en requisitos documentales.

## Capacidad Técnica

El oferente deberá proporcionar evidencia documentada que demuestre su cumplimiento con los siguientes requisitos de capacidad técnica:

1. Para el desarrollo y cumplimiento de los servicios (Adjuntar un breve curriculum de cada personal propuesto con copia de Cédula de Identidad). El plantel técnico propuesto deberá estar compuesto mínimamente por:
  - Al menos 1 (un) **Director General**. Deberá acreditar formación profesional en: Licenciatura en Marketing, Comunicación, Publicidad, Bellas artes o áreas a fines relacionadas a las citadas. Se deberá adjuntar currículum vitae y certificados que avalen la calificación del profesional propuesto.
  - Al menos 1 (un) **Director de Medios**. Deberá acreditar formación profesional en: Licenciatura en Marketing, Comunicación, Publicidad o áreas a fines relacionadas a las citadas. Se deberá adjuntar currículum vitae y certificados que avalen la calificación del profesional propuesto.
  - Al menos 1 (un) **Director de Creativo**. Deberá acreditar formación profesional en: Licenciatura en Marketing, Comunicación, Publicidad, Diseño gráfico, Bellas artes o áreas a fines relacionadas a las citadas. Se deberá adjuntar currículum vitae y certificados que avalen la calificación del profesional propuesto.
  - Al menos 1 (un) **Director de Producción**. Deberá acreditar formación profesional en: Licenciatura en Marketing, Comunicación, Publicidad o áreas a fines o relacionadas a las citadas. Se deberá adjuntar currículum vitae y certificados que avalen la calificación del profesional propuesto.
  - Al menos 1 (un) **Diseñador Gráfico Senior**. Deberá acreditar formación profesional en: Licenciatura en Diseño Gráfico. Se deberá adjuntar currículum vitae y certificados que avalen la calificación del profesional propuesto.
  - Al menos 1 (un) **Ejecutivo de Cuentas Senior**. Deberá acreditar formación profesional en: Licenciatura en Marketing, Comunicación, Publicidad o áreas a fines o relacionadas a las citadas. Se deberá adjuntar currículum vitae y certificados que avalen la calificación del profesional propuesto.
  - Al menos 1 (un) **Productor de campo Senior**. Deberá acreditar formación profesional en: Licenciatura en Marketing, Comunicación, Publicidad, Bellas Artes o áreas a fines o relacionadas a las citadas. Se deberá adjuntar currículum vitae y certificados que avalen la calificación del profesional propuesto.
2. Carta compromiso suscripta por cada uno de los profesionales propuestos; a través del cual los mismos manifiesten estar en conocimiento de que han sido propuestos como profesionales en el presente proceso licitatorio; además de garantizar en carácter de declaración jurada la prestación de sus servicios para el perfil propuesto en caso de que la firma resulte adjudicada.
3. Declaración Jurada, en la cual conste que la firma deberá contar, adicionalmente a lo detallado en el criterio 1, con el equipo de profesionales y con la infraestructura necesaria para garantizar el cumplimiento y entrega del servicio solicitado, conforme se establece en las consideraciones generales de las especificaciones técnicas. Se deberá fijar la dirección en la que se encuentra la agencia. La convocante se reserva el derecho de hacer visitas in situ para corroborar el cumplimiento de lo solicitado.

## Requisitos documentales para evaluar el criterio de capacidad técnica

Los siguientes documentos serán los considerados para la evaluación del presente criterio:

1. Currículum Vitae por cada profesional requerido, se deberá adjuntar CI y documentos respaldatorio de manera a acreditar la formación profesional y la experiencia declarada en su CV.
2. Carta compromiso en carácter de declaración jurada, suscripta por cada uno de los profesionales propuestos en los diferentes perfiles. En dicha carta deberán hacer mención al oferente, al ID, descripción de la licitación y el perfil que propuesto, cargo que ocupará en caso de resultar adjudicado.
3. Declaración Jurada, en la cual conste que la firma deberá contar, adicionalmente a lo detallado en el criterio 1, con el equipo de profesionales y con la infraestructura necesaria para garantizar el cumplimiento y entrega del servicio solicitado, conforme se establece en las consideraciones generales de las especificaciones técnicas. Se deberá fijar la dirección en la que se encuentra la agencia. La convocante se reserva el derecho de hacer visitas in situ para corroborar el cumplimiento de lo solicitado.

## Otros criterios que la convocante requiera

Otros criterios para la evaluación de las ofertas a ser considerados en ésta contratación serán:

### **1. Garantías instrumentadas a través de Declaración Jurada (documento sustancial) RESOLUCIÓN DE LA DNCP 1230/24 - DISPOSICIONES APLICABLES A LA DECLARACIÓN JURADA DE FORMA DE INSTRUMENTACIÓN DE GARANTÍAS.**

Artículo 2°. Modificar y ampliar el inciso m) del art. 1° de la Resolución DNCP N° 4401/23 quedando cuanto sigue:

"m) Garantías instrumentadas a través de Declaración Jurada: Documento por el cual se instrumenta una garantía en el marco de los procedimientos de contratación de menor cuantía y en procedimientos especiales de contrataciones, según se establezca en las bases de la contratación de conformidad al marco regulatorio vigente. La misma deberá acompañar la certificación de firmas respectiva, la DNCP podrá establecer excepciones a la certificación de firmas para determinados casos.

### **2. Registro de Proveedores del Estado RESOLUCION DNCP 3801/2023 - INSCRIPCION EN EL REGISTRO Y PARTICIPACION EN PROCEDIMIENTOS DE CONTRATACIÓN.**

Artículo 10.- Inscripción en el Registro La inscripción en el Registro de Proveedores - en adelante Registro - constituye requisito previo para la presentación de ofertas en los procedimientos de contratación pública regidos por la Ley N° 7021/22.... Se entenderá como inscripto, aquel oferente que cuente con usuario administrador activo en el Registro. Será responsabilidad exclusiva del solicitante Gestionar en tiempo y forma, la activación de su respectivo usuario a los efectos de participar en procedimientos de contratación.

Artículo 22 de la Ley 7021/22: ...crea el Registro de Proveedores del Estado, en reemplazo al Sistema de información de proveedores del

Estado (SIPE), en el cual se inscribirán todas las personas físicas, jurídicas y consorcios constituidos o con acuerdo de intención, para participar en los procedimientos de contratación regidos por la citada ley.

### **3. Certificado de Producto y Empleo Nacional, emitido por el MIC, en caso de contar.**

LEY 6575/20 - MARGEN DE PREFERENCIA QUE MODIFICA EL ARTÍCULO 2° DE LA LEY N° 4558/2011 QUE ESTABLECE MECANISMOS DE APOYO A LA PRODUCCIÓN Y EMPLEO NACIONAL, A TRAVÉS DE LOS PROCESOS DE CONTRATACIÓN PÚBLICA.

Artículo 1°.- Modificase el Artículo 2° de la Ley N° 4558/2011 "QUE ESTABLECE MECANISMOS DE APOYO A LA PRODUCCIÓN Y EMPLEO NACIONAL, A TRAVÉS DE LOS PROCESOS DE CONTRATACIONES PÚBLICAS", el cual queda redactado como sigue: ... "Art. 2°.- Dispóngase que en las contrataciones que realice el Estado paraguayo, por vía de procesos de carácter nacional, se establezca un margen de preferencia del

40% (cuarenta por ciento), a favor de los productos y servicios de origen nacional.

A los efectos de acogerse al beneficio de la aplicación del margen de preferencia, el oferente deberá contar con el Certificado de Producto y Empleo Nacional (CPEN). El certificado debe ser emitido como máximo a la fecha y hora tope de presentación de ofertas.

La falta del CPEN no será motivo de descalificación de la oferta, sin embargo, el oferente no podrá acogerse al beneficio.

El comité de evaluación verificará en el portal oficial indicado por el Ministerio de Industria y Comercio (MIC) la emisión en tiempo y forma del CPEN declarado por los oferentes. No será necesaria la presentación física del Certificado de Producto y Empleo Nacional.

Independientemente al sistema de adjudicación, el margen de preferencia será aplicado a cada bien o servicio objeto de contratación que se encuentre indicado en la planilla de precios.

a) Consorcios:

a.1. Provisión de Bienes

El CPEN debe ser expedido a nombre del oferente que fabrique o produzca los bienes objeto de la contratación. En el caso que ninguno de los oferentes consorciados fabrique o produzca los bienes ofrecidos, el consorcio deberá contar con el CPEN correspondiente al bien ofertado, debiendo encontrarse debidamente autorizado por el fabricante. Esta autorización podrá ser emitida a nombre del consorcio o de cualquiera de los integrantes del mismo.

## **Aclaración de las ofertas**

Con el objeto de realizar la revisión, evaluación, comparación y posterior calificación de ofertas, el Comité de Evaluación podrá solicitar a los oferentes, aclaraciones respecto de sus ofertas, dichas solicitudes y las respuestas de los oferentes se realizarán por escrito.

A los efectos de confirmar la información o documentación suministrada por el oferente, el Comité de Evaluación, podrá solicitar aclaraciones a cualquier fuente pública o privada de información.

Las aclaraciones de los oferentes que no sean en respuesta a aquellas solicitadas por la convocante, no serán consideradas.

No se solicitará, ofrecerá, ni permitirá ninguna modificación a los precios ni a la sustancia de la oferta, excepto para confirmar la corrección de errores aritméticos.

## **Disconformidad, errores y omisiones**

Siempre y cuando una oferta se ajuste sustancialmente a las bases de la contratación, el Comité de Evaluación, requerirá que cualquier disconformidad u omisión que no constituya una desviación significativa, sea subsanada en cuanto a la información o documentación que permita al Comité de Evaluación realizar la calificación de la oferta.

A tal efecto, el Comité de Evaluación emplazará por escrito al oferente a que presente la información o documentación necesaria, dentro de un plazo razonable no menor a un día hábil, bajo apercibimiento de rechazo de la oferta. El Comité de Evaluación podrá reiterar el pedido cuando la respuesta no resulte satisfactoria, toda vez que no se viole el principio de igualdad.

Con la condición de que la oferta cumpla sustancialmente con los Documentos de la Licitación, la convocante corregirá errores aritméticos de la siguiente manera y notificará al oferente para su aceptación:

- a) Si hay una discrepancia entre un precio unitario y el precio total obtenido al multiplicar ese precio unitario por las cantidades correspondientes, prevalecerá el precio unitario y el precio total será corregido.
- b) Si hay un error en un total que corresponde a la suma o resta de subtotales, los subtotales prevalecerán y se corregirá el total.
- c) En caso que el oferente haya cotizado su precio en guaraníes con décimos y céntimos la convocante procederá a realizar el redondeo hacia abajo.

Si hay una discrepancia entre palabras y cifras, prevalecerá el monto expresado en palabras a menos que la cantidad expresada en palabras corresponda a un error aritmético, en cuyo caso prevalecerán las cantidades en cifras de conformidad con los párrafos (a) y (b) mencionados.

## **Criterios de desempate de ofertas**

En caso de que existan dos o más oferentes solventes que cumplan con todos los requisitos establecidos en el pliego de bases y condiciones del procedimiento de contratación, iguallen en precio y sean sus ofertas las más bajas, el comité de evaluación determinará cuál de ellas es la mejor calificada para ejecutar el contrato utilizando los criterios dispuestos para el efecto por la DNCP en la reglamentación pertinente.

## **Criterios de Adjudicación**

De acuerdo con el mercado, el objeto del contrato y el ciclo de vida del bien o servicio, podrá usarse uno o la combinación de varios criterios, previstos en el artículo 52 de la Ley N° 7021/22 "De Suministro y Contrataciones Públicas".

La adjudicación de la oferta solo podrá fundamentarse en la evaluación de los criterios señalados en los documentos del procedimiento de contratación.

En los procedimientos de contratación en los cuales se aplique la combinación de criterios, la evaluación de las ofertas se llevará a cabo con base a la metodología, criterios y parámetros establecidos en los pliegos de bases y condiciones que permitan establecer cuál es aquella que ofrece mayor valor por dinero.

En los demás casos, la convocante adjudicará el contrato al oferente cuya oferta haya sido evaluada como la más baja y cumpla sustancialmente con los requisitos de las bases y condiciones, siempre y cuando la convocante determine que el oferente está calificado para ejecutar el contrato satisfactoriamente.

1. La adjudicación en los procedimientos de contratación en los cuales se aplique el atributo de contrato abierto, se efectuará por las cantidades o montos máximos solicitados en el procedimiento de contratación, sin que ello implique obligación de la convocante de requerir la provisión de esa cantidad o monto durante de la vigencia del contrato, obligándose sí respecto de las cantidades o montos mínimos establecidos.
2. En caso de que la convocante no haya adquirido la cantidad o monto mínimo establecido, deberá consultar al proveedor si desea ampliarlo para el siguiente ejercicio fiscal, hasta cumplir el mínimo.
3. Al momento de adjudicar el contrato, la convocante se reserva el derecho a disminuir la cantidad de Bienes y/o Servicios requeridos, por razones de disponibilidad presupuestaria u otras razones debidamente justificadas. Estas variaciones no podrán alterar los precios unitarios u otros términos y condiciones de la oferta y de los documentos de la licitación.

En aquellos procedimientos de contratación en los cuales se aplique el atributo de contrato abierto, cuando la Convocante deba

disminuir cantidades o montos a ser adjudicados, no podrá modificar el monto o las cantidades mínimas establecidas en las bases de la contratación.

---

## **Notificaciones**

Cuando la convocante opte por notificar la adjudicación a través del SICP, la notificación de la misma será realizada de manera automática, a los correos declarados en el Registro de Proveedores del Estado de los oferentes presentados. A efectos de la notificación oficial, solo serán considerados tales correos electrónicos. La notificación comprenderá la Resolución de la adjudicación, el informe de evaluación.

En sustitución de la notificación a través del SICP, las Convocantes podrán dar a conocer la adjudicación por medios físicos o electrónicos a cada uno de los oferentes, acompañados de la copia íntegra de la resolución de adjudicación y del informe de evaluación, de conformidad al artículo 62 del Decreto.

La no entrega del informe en ocasión de la notificación, suspende el plazo para formular protestas hasta tanto la convocante haga entrega de dicha copia al oferente solicitante.

3. En caso de la convocante opte por la notificación física a los oferentes participantes, deberá realizarse únicamente con el acuse de recibo y en el mismo con expresa mención de haber recibido el informe de evaluación y la resolución de adjudicación.

4. Las cancelaciones o declaraciones desiertas deberán ser notificadas a todos los oferentes, según el procedimiento indicado precedentemente.

5. Las notificaciones realizadas en virtud al contrato, deberán ser por escrito y dirigirse a la dirección indicada en el contrato.

---

## **Audiencia Informativa**

Una vez notificado el resultado del proceso, el oferente tendrá la facultad de solicitar una audiencia a fin de que la convocante explique los fundamentos que motivan su decisión.

La solicitud de audiencia informativa no suspenderá ni interrumpirá el plazo para la interposición de protestas.

El procedimiento de realización de la misma deberá ajustarse a las reglamentaciones vigentes para el efecto.

# SUMINISTROS REQUERIDOS - ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

Esta sección constituye el detalle de los bienes con sus respectivas especificaciones técnicas - EETT, de manera clara y precisa para que el oferente elabore su oferta. Salvo aquellas EETT de productos ya determinados por plantillas aprobadas por la DNCP.

## Suministros y Especificaciones técnicas

Esta sección constituye el detalle de los bienes y/o servicios con sus respectivas especificaciones técnicas - EETT, de manera clara y precisa para que el oferente elabore su oferta. Salvo aquellas EETT de productos ya determinados por plantillas aprobadas por la DNCP.

El Suministro deberá incluir todos aquellos ítems que no hubiesen sido expresamente indicados en la presente sección, pero que pueda inferirse razonablemente que son necesarios para satisfacer el requisito de suministro indicado, por lo tanto, dichos bienes y servicios serán suministrados por el Proveedor como si hubiesen sido expresamente mencionados, salvo disposición contraria en el Contrato.

Los bienes y servicios suministrados deberán ajustarse a las especificaciones técnicas y las normas estipuladas en este apartado. En caso de que no se haga referencia a una norma aplicable, la norma será aquella que resulte equivalente o superior a las normas oficiales de la República del Paraguay. Cualquier cambio de dichos códigos o normas durante la ejecución del contrato se aplicará solamente con la aprobación de la contratante y dicho cambio se regirá de conformidad a la cláusula de adendas y cambios.

El Proveedor tendrá derecho a rehusar responsabilidad por cualquier diseño, dato, plano, especificación u otro documento, o por cualquier modificación proporcionada o diseñada por o en nombre de la Contratante, mediante notificación a la misma de dicho rechazo.

## Identificación de la unidad solicitante y justificaciones

En este apartado la convocante deberá indicar los siguientes datos:

- **Identificar el nombre, cargo y la dependencia de la Institución de quien solicita el procedimiento de contratación a ser publicado.**

Lic. Juana Quevedo, Directora de la Dirección de Marketing Turístico, dependiente de la Dirección General de Productos Turísticos.

- **Justificación de la necesidad que se pretende satisfacer mediante la contratación a ser realizada.**

Con el presente proceso licitatorio se busca posicionar a Paraguay como un "DESTINO POR DESCUBRIR" tanto a nivel nacional como internacional. Para lograr esto, es fundamental mejorar y ampliar la difusión de los recursos turísticos del país.

- **Justificación de la planificación, si se trata de un procedimiento de contratación periódico o sucesivo, o si el mismo responde a una necesidad temporal.**

Se trata de un procedimiento periódico.

- **Justificación de las especificaciones técnicas establecidas.**

El llamado para el **SERVICIO DE AGENCIA PARA PROMOCIÓN TURÍSTICA PARAGUAY** incluye el uso extensivo de herramientas y metodologías online, como redes sociales, plataformas turísticas y campañas con influencers, así como presencia offline a través de TV, radio, materiales impresos y comunicación exterior (cartelería en diversos soportes). También se contemplan canales de turoperación, como famtrips, roadshows y otros, *orientados a generar conciencia sobre los beneficios de visitar y promocionar Paraguay.*

## Especificaciones técnicas - CPS

Los productos y/o servicios a ser requeridos cuentan con las siguientes especificaciones técnicas:

SERVICIO DE AGENCIA PARA LA PROMOCIÓN TURÍSTICA DE PARAGUAY - ID: 442728				
Ítem	COD. DE CAT.	Descripción del servicio	Cant.	Unidad de Medida
		<b>SERVICIO DE AGENCIA PUBLICITARIA INSTITUCIONAL</b>		
1	82101802-001	SERVICIO DE AGENCIA PUBLICITARIA INSTITUCIONAL QUE INCLUYA PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA, CREATIVIDAD PUBLICITARIA, DISEÑO Y COMUNICACIÓN.	1	MES
		<b>RELACIONES PÚBLICAS - RRPP (CAMPAÑA PR)</b>		
		<b>SERVICIOS DIGITALES</b>		
2	82101802-001	SOCIAL MEDIA MANAGEMENT SERVICIOS DIGITALES, ESTRATEGIA DIGITAL, PLANES DE POSTEO, COMMUNITY MANAGER y COBERTURAS.	1	MES
		<b>PRODUCCIÓN DE CONTENIDOS</b>		
3	82121602-9999	Musicalización: Creación de una banda sonora publicitaria con sus derechos de uso para campañas en su versión extendida y reducciones, previa aprobación por SENATUR.	1	UNIDAD
4	80161507-001	Videoclip artístico: Preproducción, grabación y postproducción de videoclip artístico/promocional del país - Duración mínima de 90 segundos.	1	UNIDAD
		<b>MATERIALES AUDIOVISUALES</b>		

5	80161507-9999	Producción y edición de MATERIAL AUDIOVISUAL publicitario de entre 2 a 3 minutos, con audio, música y subtítulo, según CONCEPTO APROBADO sobre los ejes a desarrollar en idiomas de los mercados definidos para la Campaña.	1	UNIDAD
6	80161507-9999	Posproducción de material audiovisual (reducciones) de hasta 60 segundos con audio, música y subtítulo en los idiomas y plataformas definidos, según CONCEPTO APROBADO sobre los ejes a desarrollar en idiomas de los mercados definidos para la Campaña.	1	UNIDAD
7	80161507-9999	Producción y posproducción de capsulas audiovisuales según requerimientos de la convocante.	1	UNIDAD
8	80161507-9999	Producción y edición de spot comercial para radio de 30 segundos y sus reducciones, según CONCEPTO APROBADO sobre los ejes a desarrollar e idiomas portugués y español.	1	UNIDAD
9	55111505-002	Producción de contenido audiovisual 360° con breve narrativa de hasta 2 (dos) minutos.	1	UNIDAD
<b>MATERIAL FOTOGRÁFICO</b>				
10	82101802-001	Producción y edición de imágenes fotográficas sin modelos con locaciones en los 17 departamentos y capital, según CONCEPTO APROBADO sobre los ejes a desarrollar.	1	UNIDAD
11	82101802-001	Producción y edición de imágenes fotográficas con modelos con locaciones en los 17 departamentos y capital, según CONCEPTO APROBADO sobre los ejes a desarrollar.	1	UNIDAD
<b>MATERIAL DESTINO PARAGUAY</b>				
12	82101802-001	Producción y edición de Presentación del Destino Paraguay - según CONCEPTO APROBADO sobre los ejes a desarrollar e idiomas español, portugués, inglés, alemán, japonés e italiano.	1	UNIDAD
<b>COMPRA PROGRAMÁTICA DE ESPACIOS PARA PUBLICIDAD REDES SOCIALES Y OTROS MEDIOS DIGITALES</b>				
<b>PAUTA EN REDES A NIVEL NACIONAL</b>				
13	81112103-9997	PAUTAS DIGITALES META - FACEBOOK - ALCANCE, INTERACCIONES, REPRODUCCIONES: 200.000 (doscientos mil) EN ADELANTE.	1	MES
14	81112103-9997	PAUTAS DIGITALES META - INSTAGRAM - ALCANCE, INTERACCIONES, REPRODUCCIONES: 200.000 (doscientos mil) EN ADELANTE.	1	MES

15	81112103-9997	PAUTAS DIGITALES - X - IMPRESIONES, INTERACCIONES, REPRODUCCIONES: 200.000 (doscientos mil) EN ADELANTE.	1	MES
16	81112103-9997	PAUTAS DIGITALES - TikTok - ALCANCE, INTERACCIONES, REPRODUCCIONES: 200.000 (doscientos mil) EN ADELANTE.	1	MES
<b>PAUTA EN REDES A NIVEL INTERNACIONAL</b>				
<b>MERCADO ARGENTINO (Ciudades: Buenos Aires, Mar del Plata, Resistencia, Corrientes, Formosa, Santa Fe, Rosario, Córdoba, Salta, Jujuy, Posadas, Mendoza, Santo Tomé, zona Alba Pose.</b>				
17	81112103-9997	PAUTAS DIGITALES META - FACEBOOK - ALCANCE, INTERACCIONES, REPRODUCCIONES: 200.000 (doscientos mil) EN ADELANTE.	1	MES
18	81112103-9997	PAUTAS DIGITALES META - INSTAGRAM - ALCANCE, INTERACCIONES, REPRODUCCIONES: 200.000 (doscientos mil) EN ADELANTE.	1	MES
19	81112103-9997	PAUTAS DIGITALES - X - IMPRESIONES, INTERACCIONES, REPRODUCCIONES: 200.000 (doscientos mil) EN ADELANTE.	1	MES
20	81112103-9997	PAUTAS DIGITALES - TikTok - ALCANCE, INTERACCIONES, REPRODUCCIONES: 200.000 (doscientos mil) EN ADELANTE.	1	MES
<b>MERCADO BRASILEIRO (Ciudades: San Pablo, Brasilia, Foz de Iguazú, Curitiba, Cascabel, Londrina, Guarapuava, Maringa, Ponta Grossa, Porto Alegre, Rio de Janeiro, Gramado, Porto Xavier, Porto Maua, Santo Ângelo, Santa Rosa, Santa María, Campo Grande (Matto Grosso do Sul). RECIFE, FLORIANOPOLIS, CAMPINAS)</b>				
21	81112103-9997	PAUTAS DIGITALES META - FACEBOOK - ALCANCE, INTERACCIONES, REPRODUCCIONES: 200.000 (doscientos mil) EN ADELANTE.	1	MES
22	81112103-9997	PAUTAS DIGITALES META - INSTAGRAM - ALCANCE, INTERACCIONES, REPRODUCCIONES: 200.000 (doscientos mil) EN ADELANTE.	1	MES
23	81112103-9997	PAUTAS DIGITALES - X - IMPRESIONES, INTERACCIONES, REPRODUCCIONES: 200.000 (doscientos mil) EN ADELANTE.	1	MES
24	81112103-9997	PAUTAS DIGITALES - TikTok - ALCANCE, INTERACCIONES, REPRODUCCIONES: 200.000 (doscientos mil) EN ADELANTE.	1	MES
<b>RESTO DE SUDAMERICA (CHILE: Santiago, Iquique. PERU: Lima, Arequipa COLOMBIA: Bogotá, Medellín, Cali, Barranquilla URUGUAY: Montevideo, Salto BOLIVIA: Santa Cruz, Cochabamba, La Paz)</b>				
25	82101802-001	PAUTAS DIGITALES META - FACEBOOK - ALCANCE, INTERACCIONES, REPRODUCCIONES: 200.000 (doscientos mil) EN ADELANTE.	1	MES

26	82101802-001	PAUTAS DIGITALES META - <b>INSTAGRAM</b> - ALCANCE, INTERACCIONES, REPRODUCCIONES: 200.000 (doscientos mil) EN ADELANTE.	1	MES
27	82101802-001	PAUTAS DIGITALES - X - IMPRESIONES, INTERACCIONES, REPRODUCCIONES: 200.000 (doscientos mil) EN ADELANTE.	1	MES
28	82101802-001	PAUTAS DIGITALES - <b>TikTok</b> - ALCANCE, INTERACCIONES, REPRODUCCIONES: 200.000 (doscientos mil) EN ADELANTE.	1	MES
<b>NORTEAMÉRICA (ESTADOS UNIDOS: Nueva York, Washington, Miami, Los Ángeles CANADA: Quebec, Manitoba, Winipeg, Montreal, Ottawa, Toronto)</b>				
29	81112103-9997	PAUTAS DIGITALES META - <b>FACEBOOK</b> - ALCANCE, INTERACCIONES, REPRODUCCIONES: 200.000 (doscientos mil) EN ADELANTE.	1	MES
30	81112103-9997	PAUTAS DIGITALES META - <b>INSTAGRAM</b> - ALCANCE, INTERACCIONES, REPRODUCCIONES: 200.000 (doscientos mil) EN ADELANTE.	1	MES
31	81112103-9997	PAUTAS DIGITALES - X - IMPRESIONES, INTERACCIONES, REPRODUCCIONES: 200.000 (doscientos mil) EN ADELANTE.	1	MES
32	81112103-9997	PAUTAS DIGITALES - <b>TikTok</b> - ALCANCE, INTERACCIONES, REPRODUCCIONES: 200.000 (doscientos mil) EN ADELANTE.	1	MES
<b>CENTROAMÉRICA Y CARIBE (PANAMA: Ciudad de Panamá. REP. DOMINICANA: Santo Domingo)</b>				
33	81112103-9997	PAUTAS DIGITALES META - <b>FACEBOOK</b> - ALCANCE, INTERACCIONES, REPRODUCCIONES: 200.000 (doscientos mil) EN ADELANTE.	1	MES
34	81112103-9997	PAUTAS DIGITALES META - <b>INSTAGRAM</b> - ALCANCE, INTERACCIONES, REPRODUCCIONES: 200.000 (doscientos mil) EN ADELANTE.	1	MES
35	81112103-9997	PAUTAS DIGITALES - X - IMPRESIONES, INTERACCIONES, REPRODUCCIONES: 200.000 (doscientos mil) EN ADELANTE.	1	MES
36	81112103-9997	PAUTAS DIGITALES - <b>TikTok</b> - ALCANCE, INTERACCIONES, REPRODUCCIONES: 200.000 (doscientos mil) EN ADELANTE.	1	MES
<b>EUROPA (ALEMANIA: Berlín, Frankfurt, Múnich, Stuttgart, Hamburgo ESPAÑA: Madrid, Málaga y Barcelona ITALIA: Milán, Roma )</b>				
37	81112103-9997	PAUTAS DIGITALES META - <b>FACEBOOK</b> - ALCANCE, INTERACCIONES, REPRODUCCIONES: 200.000 (doscientos mil) EN ADELANTE.	1	MES

38	81112103-9997	PAUTAS DIGITALES META - <b>INSTAGRAM</b> - ALCANCE, INTERACCIONES, REPRODUCCIONES: 200.000 (doscientos mil) EN ADELANTE.	1	MES
39	81112103-9997	PAUTAS DIGITALES - <b>X</b> - IMPRESIONES, INTERACCIONES, REPRODUCCIONES: 200.000 (doscientos mil) EN ADELANTE.	1	MES
40	81112103-9997	PAUTAS DIGITALES - <b>TikTok</b> - ALCANCE, INTERACCIONES, REPRODUCCIONES: 200.000 (doscientos mil) EN ADELANTE.	1	MES
		<b>PAUTA EN TRIPADVISOR</b>		
41	82101603-001	Banners Publicitarios y Anuncios Nativos y/o Vídeos - Reproducción 10.000 (diez mil) en adelante.	1	MES
42	82101603-001	Contenido Patrocinado - Visualización 10.000 (diez mil) en adelante.	1	MES
		<b>PAUTA EN TRAVEL2LATAM</b>		
43	82101603-001	Banners Publicitarios y Anuncios Nativos y/o Vídeos - Reproducción 10.000 (diez mil) en adelante.	1	MES
44	82101603-001	Contenido Patrocinado - Visualización 10.000 (diez mil) en adelante.	1	MES
		<b>PAUTA EN NATIONAL GEOGRAPHIC VIAJES</b>		
45	82101603-001	Banners Publicitarios y Anuncios Nativos y/o Vídeos - Reproducción 10.000 (diez mil) en adelante.	1	MES
46	82101603-001	Contenido Patrocinado - Visualización 10.000 (diez mil) en adelante.	1	MES
		<b>PAUTA EN GOOGLE (GOOGLE ADS)</b>		
47	82101802-001	Anuncios de Búsqueda (Search Ads): POR CLICK, IMPRESIONES, INTERACCIONES, VISTAS: 1000 (MIL) EN ADELANTE.	1	MES
48	82101802-001	Anuncios de Display (Display Ads): POR CLICK, IMPRESIONES, INTERACCIONES, VISTAS: 100.000 (CIEN MIL) EN ADELANTE.	1	MES
49	82101802-001	Anuncios de Video (Video Ads): POR CLICK, IMPRESIONES, INTERACCIONES, VISTAS: 2.000 (DOS MIL) EN ADELANTE	1	MES
		<b>EJECUCIÓN DE ESTRATEGIAS DIGITALES</b>		
		<b>GESTIONES DIGITALES VARIAS</b>		

50	82101802-001	Posicionamiento SEO y SEM del sitio visitparaguay.travel	1	MES
51	82101802-001	Gestión, pago y mantenimiento de CRM SENATUR Relacional.	1	MES
52	82101802-001	Gestión y pago de ajustes de actualización de CRM SENATUR Relacional.	1	UNIDAD
		<b>DESARROLLO DE MEJORAS</b>		
53	82101802-001	Desarrollo de mejoras para la página WEB DE VISITPARAGUAY.TRAVEL	1	UNIDAD
		<b>PUBLICIDAD VIA PUBLICA MERCADO NACIONAL</b>		
		<b>PUBLICIDAD EN VÍA PÚBLICA ESTÁTICA</b>		
54	82101502-007	Cartel de lona vinílica frontlight con soporte y estructura, barniz UV, con tinta específica para exteriores, de alto impacto, formato mínimo 7 metros x 3 metros en Asunción. El periodo de pauta publicitaria es de 3 (tres) meses.	1	UNIDAD
55	82101502-007	Cartel de lona vinílica frontlight con soporte y estructura, barniz UV, con tinta específica para exteriores, de alto impacto formato mínimo 7 metros x 3 metros en Gran Asunción. El periodo de pauta publicitaria es de 3 (tres) meses.	1	UNIDAD
56	82101502-007	Cartel de lona vinílica frontlight con soporte y estructura, barniz UV, con tinta específica para exteriores, de alto impacto, formato mínimo 7 metros x 3 metros, en el Dpto. de Caaguazú. El periodo de pauta publicitaria es de 3 (tres) meses.	1	UNIDAD
57	82101502-007	Cartel de lona vinílica frontlight con soporte y estructura, barniz UV, con tinta específica para exteriores, de alto impacto formato mínimo 7 metros x 3 metros, en el Dpto. Itapúa. El periodo de pauta publicitaria es de 3 (tres) meses.	1	UNIDAD
58	82101502-007	Cartel de lona vinílica frontlight con soporte y estructura, barniz UV, con tinta específica para exteriores, de alto impacto, formato mínimo 7 metros x 3 metros, en el Dpto. de Alto Paraná. El periodo de pauta publicitaria es de 3 (tres) meses.	1	UNIDAD
59	82101502-007	Cartel de lona vinílica frontlight con soporte y estructura, barniz UV, con tinta específica para exteriores, de alto impacto, formato mínimo 7 metros x 3 metros, en el Dpto. de Amambay. El periodo de pauta publicitaria es de 3 (tres) meses.	1	UNIDAD

60	82101502-007	Cartel de lona vinílica frontlight con soporte y estructura, barniz UV, con tinta específica para exteriores, de alto impacto, formato mínimo 7 metros x 3 metros, en el Dpto. de Boquerón. El periodo de pauta publicitaria es de 3 (tres) meses.	1	UNIDAD
61	82101502-007	Cartel de lona vinílica frontlight con soporte, barniz UV, con tinta específica para exteriores, de alto impacto, formato mínimo 7 metros x 3 metros, en zona Aeropuertos o ingresos al país. El periodo de pauta publicitaria es de 3 (tres) meses.	1	UNIDAD
62	82101502-007	Cartel de lona vinílica frontlight con soporte y estructura, barniz UV, con tinta específica para exteriores, de alto impacto, formato mínimo 2 metros x 1,50 metro, en zona Aeropuertos o ingresos al país. El periodo de pauta publicitaria es de 3 (tres) meses.	1	UNIDAD
63	82101502-007	Cartel de lona vinílica frontlight con soporte y estructura, barniz UV, con tinta específica para exteriores, de alto impacto, formato mínimo 7 metros x 3 metros, en el Dpto. de Guaira. El periodo de pauta publicitaria es de 3 (tres) meses.	1	UNIDAD
64	82101502-007	Cartel de lona vinílica frontlight con soporte y estructura, barniz UV, con tinta específica para exteriores, de alto impacto, formato mínimo 7 metros x 3 metros, en el Dpto. Misiones. El periodo de pauta publicitaria es de 3 (tres) meses.	1	UNIDAD
65	82101502-007	Cartel de lona vinílica frontlight con soporte y estructura, barniz UV, con tinta específica para exteriores, de alto impacto, formato mínimo 7 metros x 3 metros, en Ruta PY 03. El periodo de pauta publicitaria es de 3 (tres) meses.	1	UNIDAD
66	82101502-005	Cambio de lona vinílica (a ser utilizada en caso que la lona vinílica sufra algún daño por situaciones climáticas u otras).	1	UNIDAD
<b>PUBLICIDAD EN PANTALLA DIGITAL OUTDOORS</b>				
67	82101699-9998	Publicidad en pantalla digital Asunción (Zona Eje Corporativo, Zona Villa Morra, Zona España esq. Aviadores, Avda. Mcal. López). Formato mínimo 5 metros x 3 metros. El periodo de pauta publicitaria es de 3 (tres) meses.	1	UNIDAD
68	82101699-9998	Publicidad en pantalla digital Asunción (Zona Eje Corporativo, Zona Villa Morra, Zona España esq. Aviadores, Avda. Mcal. López). Formato mínimo 5 metros x 3 metros. El periodo de pauta publicitaria es de 6 (seis) meses.	1	UNIDAD
69	82101699-9998	Publicidad en pantalla digital en el Dpto. de Itapúa, formato mínimo 5 metros x 3 metros. El periodo de pauta publicitaria es de 3 (tres) meses.	1	UNIDAD

70	82101699-9998	Publicidad en pantalla digital en el Dpto. de Itapúa, formato mínimo 5 metros x 3 metros. El periodo de pauta publicitaria es de 6 (seis) meses.	1	UNIDAD
71	82101699-9998	Publicidad en pantalla digital en el Dpto. de Alto Paraná, formato mínimo 5 metros x 3 metros. El periodo de pauta publicitaria es de 3 (tres) meses.	1	UNIDAD
72	82101699-9998	Publicidad en pantalla digital en el Dpto. de Alto Paraná, formato mínimo 5 metros x 3 metros. El periodo de pauta publicitaria es de 6 (seis) meses.	1	UNIDAD
73	82101699-9998	Publicidad en pantalla digital en Shoppings de Asunción, Gran Asunción, Encarnación y Ciudad del Este, Salto del Guairá, Pedro Juan Caballero, Cnel. Oviedo. El periodo de pauta publicitaria es de 3 (tres) meses.	1	UNIDAD
74	82101699-9998	Publicidad en pantalla digital en Shoppings de Asunción, Gran Asunción, Encarnación y Ciudad del Este, Salto del Guairá, Pedro Juan Caballero, Cnel. Oviedo. El periodo de pauta publicitaria es de 6 (seis) meses.	1	UNIDAD
<b>PUBLICIDAD EN PANTALLA DIGITAL INDOORS</b>				
75	82101604-9999	Publicidad en pantalla digital INDOORS en Shopping. El periodo de pauta publicitaria es de 3 (tres) meses.	1	UNIDAD
76	82101604-9999	Publicidad en pantalla digital INDOORS en Shopping. El periodo de pauta publicitaria es de 6 (seis) meses.	1	UNIDAD
<b>MERCADO INTERNACIONAL</b>				
<b>PANTALLA DE ALTO IMPACTO DIGITAL OUTDOORS</b>				
77	82101604-9999	Publicidad en pantalla de alto impacto digital en lugares estratégicos - Nueva York: 1 (UNA) SEMANA.	1	UNIDAD
78	82101604-9999	Publicidad en pantalla de alto impacto digital en lugares estratégicos - Buenos Aires: 1 (UNA) SEMANA.	1	UNIDAD
79	82101604-9999	Publicidad en pantalla de alto impacto digital en lugares estratégicos - Madrid: 1 (UNA) SEMANA.	1	UNIDAD
<b>CARTELERÍA ESTÁTICA EN VIA PUBLICA OUTDOORS</b>				
80	82101502-007	Cartel de lona vinílica frontlight con soporte y estructura, barniz UV, con tinta específica para exteriores, de alto impacto, formato mínimo 7 metros x 3 metros - Mercado Brasileiro: Rutas del estado de Paraná. El periodo de pauta publicitaria es de 3 (tres) meses.	1	UNIDAD

81	60121143-001	Cartel backlight de alto impacto - Mercado Español: Metros y vía pública en Madrid, Málaga y Barcelona. El periodo de pauta publicitaria es de 3 (tres) meses.	1	UNIDAD
82	60121143-001	Cartel backlight de alto impacto - Mercado Alemán: Metros y vía pública en Berlín. El periodo de pauta publicitaria es de 3 (tres) meses.	1	UNIDAD
		<b>CARTELERÍA EN AEROPUERTOS INTERNACIONALES INDOORS</b>		
83	60121143-001	Cartelería de alto impacto en lugares estratégicos, backlight - medida mínima: 2 m de base - Aeropuerto Internacional de Tocumen, Ciudad de Panamá. El periodo de pauta publicitaria es de 3 (tres) meses.	1	UNIDAD
84	60121143-001	Cartelería de alto impacto en lugares estratégicos, backlight - medida mínima: 2 m de base Aeropuerto Internacional Ministro Pistarini de Buenos Aires (Ezeiza) Argentina. El periodo de pauta publicitaria es de 3 (tres) meses.	1	UNIDAD
85	60121143-001	Cartelería de alto impacto en lugares estratégicos, backlight - medida mínima: 2 m de base Aeropuerto Internacional Jorge Newbery de Buenos Aires (Aeroparque) Argentina. El periodo de pauta publicitaria es de 3 (tres) meses.	1	UNIDAD
86	60121143-001	Cartelería de alto impacto en lugares estratégicos, backlight - medida mínima: 2 m de base - Aeropuerto Internacional de São Paulo Governador André Franco Montoro, Guarulhos - Brasil. El periodo de pauta publicitaria es de 3 (tres) meses.	1	UNIDAD
87	60121143-001	Cartelería de alto impacto en lugares estratégicos, backlight - medida mínima: 2 m de base - Aeropuerto Internacional Jorge Chávez, Lima - Perú. El periodo de pauta publicitaria es de 3 (tres) meses.	1	UNIDAD
88	60121143-001	Cartelería de alto impacto en lugares estratégicos, backlight - medida mínima: 2 m de base - Aeropuerto Internacional Adolfo Suárez Madrid-Barajas, España. El periodo de pauta publicitaria es de 3 (tres) meses.	1	UNIDAD
		<b>PUBLICIDAD PANTALLA DIGITAL EN AEROPUERTOS INTERNACIONALES INDOORS</b>		
89	82101699-9998	Publicidad en pantalla digital en lugares estratégicos de alto tráfico - Aeropuerto Internacional de Tocumen, Ciudad de Panamá. El periodo de pauta publicitaria es de 3 (tres) meses.	1	UNIDAD

90	82101699-9998	Publicidad en pantalla digital en lugares estratégicos de alto tráfico - Aeropuerto Internacional Jorge Newbery de Buenos Aires (Aeroparque) Argentina. El periodo de pauta publicitaria es de 3 (tres) meses.	1	UNIDAD
91	82101699-9998	Publicidad en pantalla digital en lugares estratégicos de alto tráfico - Aeropuerto Internacional de Foz do Iguaçu/Cataratas - Brasil. El periodo de pauta publicitaria es de 3 (tres) meses.	1	UNIDAD
92	82101699-9998	Publicidad en pantalla digital en lugares estratégicos de alto tráfico - Aeropuerto Internacional Arturo Merino Benítez, Santiago - Chile. El periodo de pauta publicitaria es de 3 (tres) meses.	1	UNIDAD
93	82101699-9998	Publicidad en pantalla digital en lugares estratégicos de alto tráfico -Aeropuerto Internacional Jorge Chávez, Lima - Perú. El periodo de pauta publicitaria es de 3 (tres) meses.	1	UNIDAD
		<b>ACCIONES DE PROMOCIÓN</b>		
94	81112103-9996	Acciones de promoción con influencers - Nivel Nacional.	1	UNIDAD
95	81112103-9996	Acciones de promoción con influencers Internacional.	1	UNIDAD
96	81112103-9996	Acciones de promoción con Periodistas/tour operadores Nacionales.	1	UNIDAD
97	81112103-9996	Acciones de promoción con Periodistas/tour operadores Internacionales.	1	UNIDAD
98	90111501-001	Alojamiento en categoría superior (Asunción).	1	DIA
99	90111501-001	Alojamiento en categoría superior (Chaco).	1	DIA
100	90111501-001	Alojamiento en categoría superior (Cordillera).	1	DIA
101	90111501-001	Alojamiento en categoría superior (Misiones).	1	DIA
102	90111501-001	Alojamiento en categoría superior (Alto Paraná).	1	DIA
103	90111501-001	Alojamiento en categoría superior (Itapúa).	1	DIA
104	90111501-001	Alojamiento en categoría superior (Canindeyú)	1	DIA

105	90101603-039	Servicio de desayuno	1	UNIDAD
106	90101603-999	Servicio de almuerzo	1	UNIDAD
107	90101603-039	Servicio de merienda	1	UNIDAD
108	90101603-999	Servicio de Cena	1	UNIDAD
109	78111808-001	Minibús con guarda equipaje, climatizado, mínimo 12 (doce) pasajeros, asientos cómodos, ventanas panorámicas, música funcional, refrigerio a bordo: chipita, agua sin gas, gaseosas, café, cocido. El servicio debe incluir conductor, combustible, seguro de pasajeros con cobertura por muerte, incapacidad y reposo y <b>kilometraje libre</b> . En caso de que existiera algún desperfecto mecánico durante el servicio, el adjudicado debe reemplazar la unidad en un plazo de dos horas sin costo adicional para la convocante, el resguardo de los vehículos correrá por cuenta del adjudicado. Toda responsabilidad, en caso de siniestro corresponderá al adjudicado. En caso de enfermedad o cualquier incidente con el chofer designado, el adjudicado deberá reemplazarlo de manera inmediata por otro con la misma categoría de licencia de conducir. Las tasas, peajes, alojamiento y viático y/o honorarios de los choferes corren por cuenta del adjudicado. Los vehículos deben contar con baliza y extintores con carga al día. Mantenimiento al día.	1	DIA
110	78111808-001	Minibús con guarda equipaje, climatizado, mínimo 6 (seis) pasajeros, asientos cómodos, ventanas panorámicas, música funcional, refrigerio a bordo: chipita, agua sin gas, gaseosas, café, cocido. El servicio debe incluir conductor, combustible, seguro de pasajeros con cobertura por muerte, incapacidad y reposo y <b>kilometraje libre</b> . En caso de que existiera algún desperfecto mecánico durante el servicio, el adjudicado debe reemplazar la unidad en un plazo de dos horas sin costo adicional para la convocante, el resguardo de los vehículos correrá por cuenta del adjudicado. Toda responsabilidad, en caso de siniestro corresponderá al adjudicado. En caso de enfermedad o cualquier incidente con el chofer designado, el adjudicado deberá reemplazarlo de manera inmediata por otro con la misma categoría de licencia de conducir. Las tasas, peajes, alojamiento y viático y/o honorarios de los choferes corren por cuenta del adjudicado. Los vehículos deben contar con baliza y extintores con carga al día. Mantenimiento al día.	1	DIA
111	90121701-9999	Contratación de guía de turismo profesional - Habilitado por la Senatur (Honorarios).	1	DIA

112	90151502-9999	Costo de ingreso a eventos, atracciones turísticas y lugares emblemáticos según itinerario aprobado por la SENATUR.	1	UNIDAD
		<b>COMPRA DE ESPACIOS EN MEDIOS GRAFICOS</b>		
		<b>PUBLICACIÓN EN REVISTA</b>		
113	82101503-001	Página completa impar indeterminada, pág. Entera full color ON BOARD de aerolíneas.	1	UNIDAD
		<b>COMPRA DE ESPACIOS EN MEDIOS TRADICIONALES</b>		
		<b>RADIO AM MONUMENTAL-AM 970-AM ÑANDUTI, entre otras emisoras en convenio</b>		
114	82101601-001	Spots rotativos hasta 30 segundos: Costo por segundo en radio de amplio alcance regional - según plan de medios aprobado.	1	SEGUNDO/AIRE
115	82101601-001	Menciones de hasta 30 segundos: Costo por segundo en radio de amplio alcance regional. Amplitud - según plan de medios aprobado.	1	SEGUNDO/AIRE
		<b>RADIO FM E40-FM URBANA-FM POPULAR-FM MONTECARLO-FM SIETE-FM EMISORAS PY, entre otras emisoras en convenio</b>		
116	82101601-001	Spots Rotativos: Costo por segundo en radio de amplio alcance regional frecuencia modulada todo el día de hasta 30 segundos.	1	SEGUNDO/AIRE
117	82101601-001	Menciones: Costo por segundo en radio de amplio alcance regional frecuencia modulada todo el día de hasta 30 segundos.	1	SEGUNDO/AIRE
		<b>TV NACIONAL</b>		
		<b>SNT</b>		
118	82101601-9999	Espacio por segundo: Costo por segundo en tv de hasta 30 segundos en horarios rotativos de lunes a sábado (Mañana y noche).	1	SEGUNDO/AIRE
		<b>TELEFUTURO</b>		
119	82101601-9999	Espacio por segundo: Costo por segundo en TV en horarios rotativos de hasta 30 segundos. Lunes a sábado.	1	SEGUNDO/AIRE
		<b>TRECE</b>		
120	82101601-9999	Espacio por segundo: Costo por segundo en TV en horarios rotativos de hasta 30 segundos. Lunes a sábados.	1	SEGUNDO/AIRE
		<b>UNICANAL</b>		

121	82101601-9999	Espacio por segundo: Costo por segundo en TV en horarios rotativos de hasta 30 segundos. Lunes a sábados. (Mañana y noche)	1	SEGUNDO/AIRE
		<b>COMPRA DE ESPACIOS EN MEDIOS RADIALES INTERNACIONALES</b>		
122	82101601-9999	Difusión de Spot Radial de 30 segundos y sus reducciones en radios internacionales de Brasil, Argentina de alta audiencia.	1	SEGUNDO/AIRE
123	82101601-9999	Difusión de Spot Radial de 30 segundos y sus reducciones en radios internacionales de Madrid - España, de alta audiencia.	1	SEGUNDO/AIRE
		<b>INNOVACIÓN Y CREATIVIDAD</b>		
124	82101802-001	Innovación y Creatividad en Productos Turísticos - Pequeña Envergadura.	1	UNIDAD
125	82101802-001	Innovación y Creatividad en Productos Turísticos - Mediana Envergadura.	1	UNIDAD
126	82101802-001	Innovación y Creatividad en Productos Turísticos - Gran Envergadura.	1	UNIDAD
		<b>MATERIAL DE SOPORTE PARA PROMOCION</b>		
127	90151802-9979	Colgante para celular universal Artesanal Maka ( <b>PRESENTACIÓN: PAQUETE DE 100 (CIEN) UNIDADES</b> ).	1	PAQUETE
128	90151802-9979	Colgante porta celular universal personalizado con impresión de logo full color ( <b>PRESENTACIÓN: PAQUETE DE 1.000 (MIL) UNIDADES</b> ).	1	PAQUETE
129	90151802-9979	Set de 6 posavasos con ñanduti encapsulado en resina epoxica transparente con caja de cartón reciclado de color a definir y terminación con cinta tricolor ( <b>PRESENTACIÓN PAQUETE DE 10 SETS CADA UNO</b> )	1	PAQUETE
130	90151802-9979	Señalador de libros con ñanduti encapsulado en resina epoxica con borla de poliéster a color incluida en un extremo en caja de cartón reciclado de color a definir y terminación con cinta tricolor. ( <b>PRESENTACIÓN: PAQUETE DE 100 (CIEN) UNIDADES</b> ).	1	PAQUETE
131	90151802-9979	Remera cuello redondo con logo impreso en serigrafía full color en frente y mangas. <b>PRESENTACIÓN: PAQUETE DE 10 (DIEZ) UNIDADES</b>	1	PAQUETE
132	90151802-9979	Remera adultos cuello polo de pique 100% algodón con logotipo bordado en frente y mangas según diseño proveído por la contratante con logo de 5cm de base en proporción. <b>PRESENTACIÓN: PAQUETE DE 10 (DIEZ) UNIDADES</b>	1	PAQUETE

133	90151802-9979	BOLSA CONFECCIONADA EN TNT DE 80gr. DE 30X40 CON MANIJA, DIMENSIONES MINIMAS: 33 cm de base x 45 cm de alto y 10 cm de profundidad y manijas de 25 cm, con sublimado full color ambos lados. Color y diseño a definir por la SENATUR. (PRESENTACIÓN: PAQUETE DE 1.000 (MIL) UNIDADES).	1	PAQUETE
134	90151802-9979	Bolígrafo con funda y semillas vegetales nativas ubicadas en un extremo dentro de una cápsula en la parte superior (PLANTABLES) fabricado de material biodegradable 100% personalizado con grabado laser/ecológico, papel reciclado en color natural, cuerpo cilíndrico, altura entre 15 - 17 cm. (PRESENTACIÓN: PAQUETE DE 1.000 (MIL) UNIDADES).	1	PAQUETE
135	90151802-9979	Hoppie aluminio de 750 ml. personalizado, con diseño, imagen y/o texto, full color (alta resolución). Dimensión mínima: 25 cm. de altura x 7 cm. de diámetro. (PRESENTACIÓN: PAQUETE DE 1.000 (MIL) UNIDADES).	1	PAQUETE
136	90151802-9979	Llavero publicitario personalizado con código escaneable Spotify, material acrílico; medida mínima: 3 mm. de espesor, 5 cm. de largo y 1,5 cm. ancho y Tarjeta de presentación reciclado y ecológico; medida mínima: 6,5 cm x 7 cm., con diseño, imagen y/o texto, full color (alta resolución). (PRESENTACIÓN: PAQUETE DE 1.000 (MIL) UNIDADES).	1	PAQUETE
137	90151802-9979	Abanico con pulsera de Karanday para mejor agarre personalizado, dimensión 40 x 20 cm.y tarjeta de cartulina reciclada en color natural con descripción de la artesanía. Diseño, imagen y/o texto, full color (alta resolución). (PRESENTACIÓN: PAQUETE DE 1.000 (MIL) UNIDADES).	1	PAQUETE
138	90151802-9979	Pulsera indígena, confeccionada manualmente con fibra de caraguatá, en presentación de Tarjeta de respaldo ( 7 x 8 cm.) de cartulina reciclada en color natural con descripción de la artesanía , con diseño, imagen y/o texto, full color (alta resolución). (PRESENTACIÓN: PAQUETE DE 1.000 (MIL) UNIDADES).	1	PAQUETE
139	90151802-9979	Gorra (Kepis) en tejido de algodón de textura gruesa (Tejido SARGA) bordado, con circunferencia entre 54 - 61 cm., visera curva (largo mínimo 8 cm.), ajustable: cierre magnético. Color a definir y diseño-imagen y/o texto, full color. (PRESENTACIÓN: PAQUETE DE 1.000 (MIL) UNIDADES).	1	PAQUETE
140	90151802-9979	Taza blanca de cerámica sublimable personalizada con diseño, imagen y/o texto, full color (alta resolución) y manija cartón sublimable para taza. (PRESENTACIÓN: PAQUETE DE 1.000 (MIL) UNIDADES).	1	PAQUETE

141	90151802-9979	Abridor con imán personalizado (chapa metálica), base trasera abrebotellas e imán y con impresión a todo color. Medidas: 6 cm. en adelante, con diseño, imagen y/o texto, full color (alta resolución). (PRESENTACIÓN: PAQUETE DE 1.000 (MIL) UNIDADES).	1	PAQUETE
142	90151802-9979	BLOC DE NOTAS Tapa dura de cartón reciclado con troquelado. Dimensiones mínimas: Bloc 100 hojas anillado a una raya de 12 x 15 cm. 15 Notas Adhesivas 4,4 x 7,5 cm grandes y 75 Mini Notas Adhesivas 1,4 x 4,4 cm de colores. Bolígrafo cartón reciclado incluido. (PRESENTACIÓN: PAQUETE DE 500 (QUINIENTAS) UNIDADES).	1	PAQUETE
143	90151802-9979	Guía de bolsillo "Artesanías del Paraguay" en su versión bilingüe. (PRESENTACIÓN: PAQUETE DE 50 (CINCUENTA) UNIDADES).	1	PAQUETE
		<b>PRODUCCIÓN Y ALQUILER DE MATERIALES</b>		
144	90151802-031	Alquiler counter móvil con impresión de logotipos, ruedas invisibles, estanterías con puertas (cerradura y llave), medidas entre 1,00 m. - 1,20 m. largo, 0,60 cm. ancho y 0,80 cm. - 1,20 cm. altura. El counter deberá ser de material macizo, que soporte la carga de folletería, merchandising entre otros. Deberá estar en perfectas condiciones de limpieza y uso.	1	UNIDAD
145	90151802-056	Alquiler de alfombra tamaño y color a definir por la convocante	1	METRO CUADRADO
146	90151802-031	Alquiler de entelado para carpas o para salones con estructura de caño más montaje y desmontaje	1	METRO CUADRADO
147	90151802-996	Alquiler de mesa coctelera de apoyo	1	UNIDAD
148	90151802-996	Alquiler de silla alta (Banquetas), deberán tener una altura acorde al counter móvil. Deberá estar en perfectas condiciones de limpieza y uso.	1	UNIDAD
149	90151802-996	Alquiler de sillas de plástico resistente con posa brazo y respaldoero.	1	UNIDAD
150	90151802-996	Alquiler de sillas tipo auditorio	1	UNIDAD
151	90151802-996	Alquiler de sillón de tipo poltrona para experiencia de realidad virtual, tapizado, acolchado, color a definir por la convocante, en alquiler, por los días que dure el evento.	1	UNIDAD
152	90151802-996	Alquiler de mesa ratona estructura de madera y revestido de símil cuero o eco cuero (color a definir), conforme temática y diseño del espacio creativo.	1	UNIDAD

153	90151802-996	Alquiler de mesas con mantel para salón de conferencias	1	UNIDAD
154	90151802-996	Alquiler de mesas tablonas con mantel color a definir para 12 personas.	1	UNIDAD
155	90151802-996	Alquiler de mostrador modular de acero inoxidable, Material compacto fenólico y acero inoxidable. El mismo llevará imágenes a definir según diseño.	1	METRO CUADRADO
156	90151802-996	Alquiler de puff de 40 cm. x 40 cm., estructura de madera y revestido de simil cuero o eco cuero (color a definir), conforme temática y diseño del espacio creativo.	1	UNIDAD
157	90151802-9973	Alquiler de salones	1	UNIDAD
158	90151802-031	Alquiler de toldo 10 x 10 mts. ESTRUCTURA CON LONA VINILICA, más pollerón, prever iluminación interna y tomas corrientes.	1	UNIDAD
159	90151802-031	Alquiler de Toldo 3 x 3 mts. ESTRUCTURA CON LONA VINILICA, más pollerón, prever iluminación interna y tomas corrientes.	1	UNIDAD
160	90151802-031	Alquiler de Toldo 5 x 5 mts. ESTRUCTURA CON LONA VINILICA, más pollerón, prever iluminación interna y tomas corrientes.	1	UNIDAD
161	90151802-031	Alquiler para montaje de Escenario con estructura metálica altura mínima de 60 cm. con escalera lateral, piso estarimado y faldones perimetrales; con iluminación.	1	METRO CUADRADO
162	90151802-052	Alquiler de piso entarimado	1	METRO CUADRADO
163	90151802-040	Alquiler de notebook, proyector con pantalla para proyecciones	1	UNIDAD
164	90151802-001	Alquiler de equipos para amplificación de sonido	1	UNIDAD
165	80161504-9996	Alquiler de generador eléctrico con capacidad para abastecer necesidades básicas de producción de evento	1	UNIDAD
166	90151802-031	Alquiler de Horno eléctrico - capacidad de 46 litros, temporizador 120 minutos, temperatura máxima 250° C, luz interna y luz piloto y potencia 1.800W.	1	UNIDAD
167	90151802-9972	Alquiler de pantalla LED - pared - techo, con sistema de pendrive para mostrar materiales audiovisuales. Conforme a diseño creativo.	1	METRO CUADRADO

168	90151802-9972	Alquiler de pantalla LED - piso, con sistema de pendrive para mostrar materiales audiovisuales. Conforme a diseño creativo.	1	METRO CUADRADO
169	90151802-9972	Alquiler de Tótems táctil LCD interactivo vertical de 49 - 55 pulgadas, con sonido instalado	1	UNIDAD
170	90151802-9971	Alquiler de TV LED tipo SMART de 40 pulgadas con soporte	1	UNIDAD
171	90151802-9971	Alquiler de TV LED tipo SMART de 60 pulgadas con soporte	1	UNIDAD
172	90151802-031	Alquiler de PLACA VITROCERAMICA/INFRARROJA con doble hornalla, apta para todo tipo de ollas. Control Digital con Botones. Multifunción: Freír, Hervir, Cocer, Fritar, Asar.	1	UNIDAD
173	90151802-9988	Alquiler de reflectores movibles	1	UNIDAD
174	90151802-9988	Instalación de tomas corrientes industriales según necesidad	1	UNIDAD
175	80141615-012	Alquiler de LANCHA	1	UNIDAD
176	80141615-9998	Alquiler de Barco Kuñatai	1	UNIDAD
177	78111803-9999	Alquiler de bus panorámico (Open Bus)	1	UNIDAD
178	78111803-9999	Alquiler de bus panorámico	1	UNIDAD
179	45111501-003	Compra de atril acrílico con plotter full color con diseño a definir	1	UNIDAD
180	56101532-001	Compra de counter móvil con plotter impresión full color con diseño a definir, ruedas invisibles, estanterías con puertas (cerradura y llave), medidas entre 1,00 m. - 1,20 m. largo, 0,60 cm. ancho y 0,80 cm. - 1,20 cm. altura. El counter deberá ser de material macizo, que soporte la carga de folletería, merchandising entre otros. Deberá estar en perfectas condiciones de limpieza y uso.	1	UNIDAD
181	56101719-001	Compra de mesa plegable de madera de 70x70x71 cm.	1	UNIDAD
182	60101732-001	Compra de puntero láser	1	UNIDAD
183	56112106-001	Compra de silla alta (Banquetas), deberán tener una altura acorde al counter móvil. Deberá estar en perfectas condiciones de limpieza y uso.	1	UNIDAD

184	56101542-001	Compra de silla plegable con estructura de madera con apoyabrazos y asiento de lona con impresión full color con diseño a definir	1	UNIDAD
185	90151802-9979	Compra de sombrillas o parasoles con estructura de madera con mástil central con 2m de diámetro, toldo de loneta 100% acrílica con base, con impresión full color con diseño a definir	1	UNIDAD
186	90151802-030	Contratación de artesano/a.	1	GLOBAL
187	90151802-030	Contratación de artistas	1	GLOBAL
188	90151802-030	Contratación de elenco de danza folklórica paraguaya	1	GLOBAL
189	90151802-029	Contratación de un arpista.	1	GLOBAL
190	90151802-029	Contratación de un guitarrista.	1	GLOBAL
191	90151802-029	Contratación de un Saxofonista.	1	GLOBAL
192	90151802-029	Contratación de un violinista	1	GLOBAL
193	90151802-030	Contratación de una pareja de bailarines - Danza folklórica paraguaya, la bailarina debe ser botellera y contar con traje de Típico.	1	GLOBAL
194	90151802-029	Contratación de una banda musical nacional de prestigio moderado. Show en vivo de hasta 60 min., traslado de artistas y equipos. Equipos de monitoreo. Operador técnico. Repertorio acorde a definir por la SENATUR. Catering para el equipo.	1	GLOBAL
195	90151802-029	Contratación de una banda musical nacional de alto prestigio. Show en vivo de hasta 60 min., traslado de artistas y equipos. Equipos de monitoreo. Operador técnico. Repertorio acorde a definir por la SENATUR. Catering para el equipo.	1	GLOBAL
196	90151802-014	Contratación de servicio de coffe break	1	UNIDAD
197	82101502-007	Instalación de cartel de lona vinílica frontlight con soporte y estructura, barniz UV, con tinta específica para exteriores, de alto impacto,	1	METRO CUADRADO
198	82101502-005	Cambio de lona vinílica para actualización de imagen y comunicación visual.	1	METRO CUADRADO

199	82101502-005	Mantenimiento o cambio de estructuras (a ser utilizada en caso que sufra algún daño por situaciones climáticas u otras).	1	METRO CUADRADO
200	82101502-007	Producción de carteles de letras corpóreas material MDF de 5 mm. de espesor, pintado en color según diseño.	1	METRO CUADRADO
201	82101502-007	Producción de Letras corpóreas inflable - Letras corpóreas inflable de 6 mts de base por su proporción de diseño, hechas en material resistente y con su respectivo motor.	1	UNIDAD
202	82101502-007	Producción de LETRAS CORPOREAS logotipo. Fabricada de acero inoxidable. Fondeados y pintura automotiva colores varios, terminación barnizado poliuretano. Iluminación: Luces led de fondo para cada letra, con transformador controlador y fotocélula para encendido y apagado automático, instalación eléctrica y cableado. Con sistema autoportante fijado al suelo	1	METRO CUADRADO
203	82101502-007	Producción de LETRAS CORPOREAS logotipo. Fabricada de chapa galvanizada pintadas con cara acrílica. Fondeados y pintura automotiva colores varios, terminación barnizado poliuretano. Iluminación: Luces led de fondo para cada letra, con transformador controlador y fotocélula para encendido y apagado automático, instalación eléctrica y cableado. Con sistema autoportante fijado al suelo.	1	METRO CUADRADO
204	82101502-007	Producción de LETRAS CORPOREAS logotipo. Fabricada de chapa galvanizada pintadas. Fondeados y pintura automotiva colores varios, terminación barnizado poliuretano. Iluminación: Luces led de fondo para cada letra, con transformador controlador y fotocélula para encendido y apagado automático, instalación eléctrica y cableado. Con sistema autoportante fijado al suelo.	1	METRO CUADRADO
205	82101502-007	Producción de letras corpóreas para paredes internas, material Polifán de 5 a 10 cm. de espesor, pintado en color según diseño.	1	METRO CUADRADO
206	82101502-007	Producción de pórtico temático publicitario, con estructura de base metálica y grafica en cartón reciclado corpóreo con impresión full color según diseño	1	METRO CUADRADO
207	55121704-001	Producción de señalética de cartón con impresión full color	1	METRO CUADRADO

208	90151802-9979	Producción de silla de cartón: medidas acordes a mesa redonda, con impresión de imágenes de naturaleza, aves nacionales, etc., a definir por la Senatur. Tipo: Cartón corrugado kraft DT 0.08 flauta E, C y D clave Banan, impresión full color UV, troquelado digital, Senatur proveerá las imágenes. Conforme diseño creativo ecológico.	1	UNIDAD
209	90151802-9979	Mesas redondas de cartón de diámetro de 0,75 cm, grosor 2 cm. y 0,65 cm de altura, con impresión de imágenes de naturaleza, aves nacionales, etc., a definir por la Senatur. Tipo: Cartón corrugado kraft DT 0.08 flauta E, C y D clave Banan, impresión full color UV, troquelado digital, Senatur proveerá las imágenes. Conforme diseño creativo ecológico.	1	UNIDAD
210	55121704-001	Producción de señalética turística	1	METRO CUADRADO
211	90151802-9979	Producción de backpodium impreso en tela vinílica impresión digital full color, con estructura metálica.	1	METRO CUADRADO
212	90151802-9979	Producción de bandera publicitaria en forma de lagrima de tela poliester para exterior con soporte y base, medidas mínimas: 2 x 0,70 mts, con impresión full color ambos lados.	1	UNIDAD
213	90151802-9979	Producción de banner roll up estándar con impresión full color en glossy o mate 0,8 x 2,00 mts	1	UNIDAD
214	90151802-031	Producción de backpodium portátil. Estructura 3,4x2,3 Mts, 5 paneles con impresión full color, 2 luces reflectoras, 1 caja para su traslado y panel para counter	1	UNIDAD
215	90151802-9979	Producción de iglú inflable publicitario con iluminación incorporada, hecho en material resistente y con su respectivo motor.	1	UNIDAD
216	82101502-001	Producción de señalética: en material de acrílico, color blanco, 3 mm. de espesor con adhesivos vinilo en colores según diseño	1	METRO CUADRADO
217	90151802-031	Producción de stand portátil itinerante con backing y soporte para TV.	1	UNIDAD
218	90151802-031	Producción y montaje de espacio temático: el espacio debe considerar generar experiencias instagrameables en 360°, producción, contenido e imagen. La propuesta debe ir acompañada de un plan técnico detallado que incluya la producción, ejecución y soporte necesarios para su implementación.	1	GLOBAL
<b>RETORNO A LA INVERSIÓN ROI</b>				
219	82101802-001	Informe ROI	1	GLOBAL

---

El propósito de la Especificaciones Técnicas (EETT), es el de definir las características técnicas de los bienes que la convocante requiere. La convocante preparará las EETT detalladas teniendo en cuenta que:

- Las EETT constituyen los puntos de referencia contra los cuales la convocante podrá verificar el cumplimiento técnico de las ofertas y posteriormente evaluarlas. Por lo tanto, unas EETT bien definidas facilitarán a los oferentes la preparación de ofertas que se ajusten a los documentos de licitación, y a la convocante el examen, evaluación y comparación de las ofertas.
- En las EETT se deberá estipular que todos los bienes o materiales que se incorporen en los bienes deberán ser nuevos, sin uso y del modelo más reciente o actual, y que contendrán todos los perfeccionamientos recientes en materia de diseño y materiales, a menos que en el contrato se disponga otra cosa.
- En las EETT se utilizarán las mejores prácticas. Ejemplos de especificaciones de adquisiciones similares satisfactorias en el mismo sector podrán proporcionar bases concretas para redactar las EETT.
- Las EETT deberán ser lo suficientemente amplias para evitar restricciones relativas a manufactura, materiales, y equipo generalmente utilizados en la fabricación de bienes similares.
- Las normas de calidad del equipo, materiales y manufactura especificadas en los Documentos de Licitación no deberán ser restrictivas. Siempre que sea posible deberán especificarse normas de calidad internacionales. Se deberán evitar referencias a marcas, números de catálogos u otros detalles que limiten los materiales o artículos a un fabricante en particular. Cuando sean inevitables dichas descripciones, siempre deberá estar seguida de expresiones tales como “o sustancialmente equivalente” u “o por lo menos equivalente”. Cuando en las ET se haga referencia a otras normas o códigos de práctica particulares, éstos solo serán aceptables si a continuación de los mismos se agrega un enunciado indicando otras normas emitidas por autoridades reconocidas que aseguren que la calidad sea por lo menos sustancialmente igual.
- Asimismo, respecto de los tipos conocidos de materiales, artefactos o equipos, cuando únicamente puedan ser caracterizados total o parcialmente mediante nomenclatura, simbología, signos distintivos no universales o marcas, únicamente se hará a manera de referencia, procurando que la alusión se adecue a estándares internacionales comúnmente aceptados.
- Las EETT deberán describir detalladamente los siguientes requisitos con respecto a por lo menos lo siguiente:
  - (a) Normas de calidad de los materiales y manufactura para la producción y fabricación de los bienes.
  - (b) Lista detallada de las pruebas requeridas (tipo y número).
  - (c) Otro trabajo adicional y/o servicios requeridos para lograr la entrega o el cumplimiento total.
  - (d) Actividades detalladas que deberá cumplir el proveedor, y consiguiente participación de la convocante.
  - (e) Lista detallada de avales de funcionamiento cubiertas por la garantía, y las especificaciones de las multas aplicables en caso de que dichos avales no se cumplan.
- Las EETT deberán especificar todas las características y requisitos técnicos esenciales y de funcionamiento, incluyendo los valores máximos o mínimos aceptables o garantizados, según corresponda. Cuando sea necesario, la convocante deberá incluir un formulario específico adicional de oferta (como un Anexo al Formulario de Presentación de la Oferta), donde el oferente proporcionará la información detallada de dichas características técnicas o de funcionamiento con relación a los valores aceptables o garantizados.

Cuando la convocante requiera que el oferente proporcione en su oferta una parte de o todas las Especificaciones Técnicas, cronogramas técnicos, u otra información técnica, la convocante deberá especificar detalladamente la naturaleza y alcance de la información requerida y la forma en que deberá ser presentada por el oferente en su oferta.

Si se debe proporcionar un resumen de las EETT, la convocante deberá insertar la información en la tabla siguiente. El oferente preparará un cuadro similar para documentar el cumplimiento con los requerimientos.

---

## **Detalle de los bienes y/o servicios**

Los bienes y/o servicios deberán cumplir con las siguientes especificaciones técnicas y normas:

### **SERVICIO DE AGENCIA PARA LA PROMOCIÓN TURÍSTICA DE PARAGUAY**

El servicio de agencia para la promoción turística de Paraguay debe ofrecer una estrategia integral para resaltar y posicionar los atractivos turísticos del país en los mercados interno e internacional. Esta agencia se encargará de diseñar y ejecutar campañas que destaquen la autenticidad y el valor de sus recursos culturales y naturales.

La agencia buscará lograr una mayor visibilidad en el mercado fortaleciendo la imagen país como un destino único, atraer turistas internacionales y aumentar el flujo de viajes de los paraguayos a nivel interno, desarrollando estrategias en medios digitales y tradicionales. Además, debe asegurar que las iniciativas promocionales estén alineadas con el Eje 1. Marketing Turístico, del Plan Maestro de Desarrollo Sostenible del Sector Turístico del Paraguay.

#### **Objetivos:**

- Crear campañas multimedia 360° para posicionar y promocionar el Destino Paraguay, con relación a los principales desafíos del sector turístico paraguayo, especialmente el 1er. desafío Paraguay, destino por descubrir, expresado en el Plan Maestro de Desarrollo Sostenible del Sector Turístico 2023-2030.
- Generar mediante las campañas de promoción Mejorar el conocimiento que se tiene de Paraguay en el mercado interno y los mercados meta definidos en el exterior, vinculando la imagen país con la autenticidad y el valor de sus recursos naturales y culturales.

#### **Resultados esperados:**

- Posicionamiento y promoción del turismo interno.
- Posicionamiento y promoción del turismo internacional receptivo.
- Aumento del 8% de los viajes de los paraguayos dentro del país, además de ofrecer un reforzado interés por descubrir todo lo que el Paraguay puede ofrecer como destino turístico para los propios paraguayos. Tomando en cuenta el universo de personas que realizaron turismo interno, presentado por el Observatorio Turístico SENATUR y el INE (Instituto Nacional de Estadísticas) en el periodo 2023, buscamos fidelizar el porcentaje actual de turistas internos y aumentarlo un 8% al finalizar la campaña, cuya duración será de 2 (dos) años.
- Crecimiento medio interanual del 8.4% en las llegadas de turistas internacionales, según escenario realista, expresado en el Plan Maestro de Desarrollo Sostenible del Sector Turístico 2023-2030.

#### **Características de las campañas:**

Deberá basarse en conceptos que permitan desarrollar campañas altamente innovadoras, tanto en imagen, con el objetivo central de generar conocimiento acerca de las variadas opciones para el turismo que ofrece Paraguay, destino por descubrir, basada en un turismo experiencial, y la captación de público objetivo cualificado.

Deberá utilizarse creatividad específica basada en experiencias turísticas, **planificada por audiencias**, con frecuencia de impacto distinta, para cada turista potencial, diferenciando siempre tanto por su perfil motivacional (interesados en cultura, gastronomía, turismo urbano, turismo de compras, turismo de reuniones, aventura, consumo, turismo religioso, naturaleza, turismo rural comunitario, biciturismo, turismo fluvial, avistamiento de aves, etc) como por la madurez del tipo de mercado:

1. **Pasiva:** Para atraer a los viajeros que aún no nos conocen, se debe utilizar una creatividad generalista que les permita descubrir y considerar nuestro destino.
2. **Trigger:** Para los turistas que ya nos conocen, que se apasionen por nuestro país con una creatividad emocional.
3. **Activa:** Para los que están a punto de viajar, una creatividad que llame a la acción, a la compra del viaje.
4. **Social:** Para los que ya conocen Paraguay, nos recomienden. Un contenido creativo enfocado a compartir socialmente.
5. **Microsegmentada y geolocalizada:** Enfocada a un target concreto y determinado: el target cosmopolita, con un perfil sociodemográfico de entre 25 a 65 años, con formación académica, nivel adquisitivo medio - alto. Además, están perfilados por sus intereses de navegación: se revelan como apasionados de la cultura y el arte; disfrutan del ocio urbano, con afición por la gastronomía, la vida nocturna, compras, aventura, experiencias, ruta de la caña, circuitos artesanales, turismo ancestral, pesca, avistaje de aves, turismo religioso, rural, eventos deportivos, golf, etc.
6. **Inteligencia artificial: Campaña digital** online, centrada no en los productos sino en el propio turista ya perfilado, por lo que se compran audiencias (se impacta al turista allí donde está navegando) geolocalizadas, de forma programática: mediante algoritmos de inteligencia artificial que impacte al turista con el anuncio adecuado, al turista adecuado, en el momento adecuado.
7. **BIG DATA:** Se deberá utilizar la información estratégica para direccionar la campaña en los mercados meta.

### **Estrategias de actuación:**

En el aspecto creativo, las estrategias de actuación para desarrollar las campañas y las propuestas de diseño deben estar basadas en los siguientes soportes publicitarios: Prensa on line, acciones BTL (below the line), ATL (above the line) y TTL (throw the line); cartelería, redes sociales, plataformas digitales, activaciones dinámicas en vía pública, ferias y/o eventos, etc.

- **Ejes de la Campaña:**

Los ejes temáticos basados en el Plan Maestro de Turismo 2023 - 2030:

- **Naturaleza:** En el eje naturaleza se deberá tener en cuenta: Turismo Rural Comunitario, Ecoturismo, Turismo Fluvial, Avistaje de Aves y fauna y flora, Agroturismo, Glamping, biciturismo, Pesca, aventura, saltos de agua, astroturismo, senderismo, entre otros. Destacar la riqueza natural y el poder del agua
- **Cultura:** En relación al eje cultural se deberá tener en cuenta: Turismo Religioso, Turismo Gastronómico, Patrimonios culturales (Misiones Jesuíticas), Ancestral, Artístico, Artesanal, Turismo Deportivo, Turismo de Reuniones, Turismo Urbano, turismo histórico, entre otros. Se deberá destacar las tradiciones y la cultura autóctona.
- **Mercados meta de la Campaña:**

Países y ciudades específicas de cada mercado meta:

- **BRASIL:** San Pablo, Brasilia, Foz de Yguazú, Curitiba, Cascabel, Londrina, Guarapuava, Maringa, Ponta Grossa, Porto Alegre, Rio de Janeiro, Gramado, Porto Xavier, Porto Maua, Santo Angelo, Santa Rosa, Santa María, Campo Grande (Matto Grosso do Sul), Recife, Florianópolis, Campinas.
- **ARGENTINA:** Buenos Aires, Mar del Plata, Resistencia, Corrientes, Formosa, Santa Fé, Rosario, Córdoba, Salta, Jujuy, Posadas, Mendoza, Santo Tomé, zona Alba Pose.
- **CHILE:** Santiago, Iquique.
- **PERU:** Lima, Arequipa.
- **COLOMBIA:** Bogota, Medellin, Cali, Barranquilla.
- **ALEMANIA:** Berlin, Frankfurt, Munich, Stuttgart, Hamburg.
- **ESPAÑA:** Madrid, Málaga y Barcelona.
- **URUGUAY:** Montevideo, Salto.
- **BOLIVIA:** Santa Cruz, Cochabamba, La Paz.
- **ITALIA:** Milán, Roma.
- **ESTADOS UNIDOS:** Nueva York, Washington, Miami, Los Ángeles.
- **CANADA:** Quebec, Manitoba, Winipeg, Montreal, Ottawa, Toronto.
- **PANAMA:** Ciudad de Panamá
- **REP. DOMINICANA:** Santo Domingo.
- **JAPON:** Tokio, Osaka.
- **TAIWAN:** Taipéi.

### **CONSIDERACIONES GENERALES**

#### **SERVICIO DE AGENCIA**

- Asignación de Ejecutiva de Cuentas Senior. Se deberá designar por escrito un responsable de seguimiento quien será el nexo a través del cual se realizarán los pedidos, como así un suplente en caso de ausencia del primero. En el escrito deberá indicarse número de teléfono fijo, móvil y dirección de correo electrónico.
- La ejecutiva de cuentas deberá tener disponibilidad completa para los trabajos a realizar con la Secretaría Nacional de Turismo.
- Servicio de atención de cuenta de manera operativa, diaria.
- Seguimiento y procesamiento interno y externo de pendientes acordados con la convocante.
- Acompañamiento a reuniones presenciales y/o virtuales cuando estas fuesen solicitadas.
- Acompañamiento y seguimiento a la ejecución e implementación de las campañas.
- Vehiculización de materiales varios como: originales, notas, publinotas a proveedores varios.
- Asignación de un Diseñador Gráfico que deberá hacer oficina en la Secretaría Nacional de Turismo.

La empresa adjudicada deberá contar con la siguiente estructura de profesionales y técnicos o similares:

#### **CUENTAS**

- Director/a General.
- Director/a de Cuentas.
- Ejecutivo/a de Cuentas Senior.
- Asistente de Cuentas.

## **PLANNING**

- Planner de Marca Senior.
- Director/a de Medios.
- Planner de Medios Digitales.
- Planner de Medios.

## **CREATIVIDAD Y ARTE**

- Director/a Creativo
- Redactor/a Creativo
  
- Diseñador/a Senior
- Diseñador/a Arte Finalista
- Editor/a Audiovisual

## **PRODUCCIÓN**

- Director/a de Producción
- Coordinador/a de Producción
- Productor/a de Campo
- **Elaboración del cronograma de trabajo en general de la campaña:**

La empresa adjudicada debe presentar un cronograma de trabajo para planificar y gestionar de manera efectiva todas las etapas de las acciones, y SENATUR debe aprobar el mismo para su ejecución.

Finalidad del cronograma:

- **Organización y Coordinación:** Facilitar la organización de tareas y la coordinación entre diferentes equipos o departamentos involucrados, como diseñadores, redactores, especialistas en medios y equipo de marketing.
- **Gestión del Tiempo:** Permite establecer plazos claros para cada fase de las campañas, asegurando que todas las actividades se completen a tiempo y evitando retrasos que puedan afectar el lanzamiento y la ejecución.
- **Asignación de Recursos:** Ayuda a planificar la asignación de recursos, incluyendo el presupuesto y las herramientas necesarias para cada etapa de las campañas.
- **Seguimiento y Control:** Facilita el seguimiento del progreso de las campañas y la identificación temprana de posibles problemas o desviaciones del plan, permitiendo ajustes oportunos, y medición del alcance de resultados.
- **Comunicación Transparente:** Proporciona una visión clara del cronograma a todas las partes interesadas, asegurando que todos estén informados y alineados con los objetivos y plazos establecidos.

### **Ejecución de la campaña:**

1. **Lugar de trabajo:** Secretaría Nacional de Turismo en adelante SENATUR.
2. **Esquema de trabajo:** Se realizará una reunión previa de trabajo entre la SENATUR y la empresa adjudicada, para definir el cronograma de difusión/plan de medios/plan de trabajo/etc. de ejecución de los distintos ITEMS, posterior a la reunión la empresa adjudicada debe presentar el cronograma de difusión/plan de medios/plan de trabajo/etc. final para aprobación, por parte de la SENATUR. Cada reunión previa se respaldará mediante un acta refrendada por los asistentes.
3. **Plan y/o plazo de entrega:** El plan y/o plazo de los trabajos dependerá del tipo de servicio que la empresa adjudicada debe proveer y del plazo definido en el cronograma de difusión/plan de medios/plan de trabajo/etc. Todos los trabajos serán entregados en la SENATUR o en otro lugar donde la SENATUR indique.

### **Monitoreo de la campaña:**

- La empresa adjudicada deberá presentar **un informe semestral y anual** del avance de la campaña (desde el inicio hasta el final de la campaña). En un periodo de 2 (dos) años que durara la misma.
- Asimismo, **un informe anual** de la campaña, donde debe considerarse el resultado de la inversión (ROI), SOV vs SOI, según lo estipulado en el Plan de Acción del Plan Maestro de Desarrollo Sostenible del Sector Turístico del Paraguay 2023 2030 (teniendo en cuenta un retorno >50% al 2027).
- Además, **un informe final al término de la campaña**, donde debe considerarse el resultado de la inversión (ROI) de la campaña, según lo estipulado en el Plan de Acción del Plan Maestro de Desarrollo Sostenible del Sector Turístico del Paraguay 2023 2030.

### **Dependencias responsables de administrar el contrato:**

La dependencia responsable de administrar el contrato será la Dirección de Marketing Turístico con visto bueno de la Dirección General de Productos Turísticos.

Asimismo, la Dirección de Marketing Turístico será responsable de:

1. Aprobación del cronograma de difusión/plan de medios/plan de trabajo presentados/etc. por la empresa adjudicada, con visto bueno de la Dirección General de Productos Turísticos.
2. Solicitud de Orden de servicio.
3. Verificación y emitir la conformidad de los trabajos realizados, con visto bueno de la Dirección General de Productos Turísticos.

#### **MEMORIA DESCRIPTIVA**

##### **ITEM 1: SERVICIO DE AGENCIA PUBLICITARIA INSTITUCIONAL QUE INCLUYA PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA, CREATIVIDAD PUBLICITARIA, DISEÑO Y COMUNICACIÓN.**

Para promover eficazmente los planes establecidos en el Plan Maestro de Desarrollo Sostenible del Sector Turístico del Paraguay, tanto en el ámbito internacional receptivo como en el turismo interno, es necesario contratar los servicios de una agencia especializada. Esta agencia deberá encargarse de la creación de piezas conceptuales, branding, diseño de líneas gráficas principales y aplicaciones para los productos de la institución. Además, se requiere que brinde asesoría profesional en proyectos actuales y futuros.

La agencia publicitaria integral será responsable de llevar a cabo campañas, conceptualizar la comunicación de los productos institucionales y ofrecer asesoría en formatos de comunicación digital y web. Debe contar con un equipo multidisciplinario para atender todos los requerimientos de la contratante.

##### **• PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA**

Diseñar planes de comunicación que alineen los objetivos institucionales con las estrategias de marketing y comunicación.

Desarrollar estrategias de comunicación efectivas, fundamentadas en un análisis detallado del mercado y la categoría turística, así como en la identificación de los principales estímulos y motivaciones del público meta. Este análisis se realizará con un enfoque cualitativo para obtener una comprensión profunda y precisa.

##### **• CREATIVIDAD PUBLICITARIA**

Desarrollo y pensamiento creativo en base al concepto de general para piezas tales como:

- CONCEPTO INSTITUCIONAL: Creación y diseño del CONCEPTO GENERAL, slogan institucional para SENATUR, destinado a servir como base y guía para todas las campañas y actividades promocionales.
- Campaña creativa de turismo internacional receptivo: La empresa adjudicada deberá diseñar la campaña publicitaria (Concepto, slogan e imagen), el concepto creativo, desarrollo estratégico y contenido diferenciado de la misma para el desarrollo de las piezas publicitarias que comprenderá la producción y elementos que se utilizarán en la referida campaña, vinculando la imagen país con la autenticidad y el valor de sus recursos naturales y culturales; considerando los ejes a desarrollar de la campaña.

Creación de contenido estratégico, interactivo, como un destino turístico sostenible, con una oferta turística diferenciada y competitiva, respetuosa con las comunidades locales, mostrando el patrimonio natural y cultural, la historia, la gastronomía, y todas las piezas publicitarias deben mostrar experiencias turísticas.

- Campaña creativa de turismo interno: La empresa adjudicada deberá diseñar la campaña publicitaria (Concepto, slogan e imagen), el concepto creativo, desarrollo estratégico y contenido diferenciado de la misma para el desarrollo de las piezas publicitarias que comprenderá la producción y elementos que se utilizarán en la referida campaña, vinculando la imagen país con la autenticidad y el valor de sus recursos naturales y culturales; considerando los ejes a desarrollar de la campaña.

Creación de contenido estratégico, interactivo, como un destino turístico sostenible, con una oferta turística diferenciada y competitiva, respetuosa con las comunidades locales, mostrando el patrimonio natural y cultural, la historia, la gastronomía, y todas las piezas publicitarias deben mostrar experiencias turísticas.

- Activaciones en temporadas, días festivos y eventos específicos incluye la creación y diseño de la idea. Estas deberán estar alineadas al KV de la Campaña de Turismo Interno. La empresa adjudicada deberá presentar el proyecto y este estará sujeto a aprobación por parte de la SENATUR.
- Acciones de BTL.

##### **DISEÑO Y COMUNICACIÓN**

Todos los materiales deberán ser entregados en alta original en JPG - PNG - AI PSD.

- Key Visual layout gráfico principal Estilo de comunicación visual a utilizar. Diseño de Key Visual (layouts generales) que fuesen requeridos para implementar la campaña para su eventual visualización y ejecución en medios y diferentes formatos (Observación: Incluye animación y edición de materiales gráficos que fuesen necesarios de acuerdo con el espacio disponible).

- Layout gráfico para materiales de medios tradicionales.
- Layout gráfico para materiales digitales en general.
- Renders y presentación de propuestas de stands y/u otros cuando fuesen requeridos.
- Redacción de mensajes varios, titulares, copies y call to actions que son parte de la campaña.
- Redacción de Guion Audiovisual.
- Redacción de Guion Radial.
- Redacción de Menciones a Viva Voz./ PNTs.
- Diseño de banners display, flyer, layouts, horizontales y verticales que serán realizados por la agencia publicitaria (empresa adjudicada) y deberán presentar a SENATUR para su aprobación y/o ajustes, en resolución 700 a 1440 dpi., según CONCEPTO APROBADO sobre los ejes a desarrollar en idiomas de los mercados definidos para la Campaña.
- Creación de contenidos para redes sociales y plataformas digitales según CONCEPTO APROBADO sobre los ejes a desarrollar en idiomas de los mercados definidos para la Campaña.
- Diseño digital de juegos interactivos para redes sociales, página web y tótems digitales.
- Redibujar logotipos.
- Diagramación según información provista.
- Zócalos con animación.
- Zócalos sin animación.
- Avisos de prensa (Simples y Complejas)
- Volante 10 x 21 (1 faz y doble faz) Flyer.
- Díptico 20 x 21 (doble faz).
- Tríptico 30 x 21 (doble faz).
- Desplegable (sup.a 3 hojas doble faz).
- Brochure Tapa.
- Afiche (adaptación a medida).
- Tabletens.
- Carpeta de comunicación - Gift Pack.
- Calendario.
- Insert (x pág.).
- Calcomanía.
- Carpetas A4.
- Carpetas Oficio Americano.
- Sobre Oficio Americano.
- Sobre Carta.
- Sobre Tabloide.
- Retoque de fotografías.
- Plotter para muebles.
- Banner - Banderolas Banderines.
- Back pódium.
- Microperforado.
- Diseño de Merchandising.
- Pórtico para acceso.
- Desarrollo de stand.
- Diseño de espacios instagrameables.
- Espacio temático 360°
- Señalética.

**OBS.: Listado enunciativo no limitativo.**

El método de comprobación será: Informe mensual de la empresa adjudicada respecto al ITEM, según trabajos realizados y especificaciones técnicas.

## **ITEM 2: SOCIAL MEDIA MANAGEMENT**

La empresa adjudicada se encargará de gestionar y dinamizar las redes sociales de la SENATUR, Institucionales (SENATURPy) y promocionales (VisitParaguay, Camino de los Jesuitas, entre otros) y de la Máxima Autoridad Institucional.

**1. Estrategia Digital:** Desarrollo de estrategias de comunicación digital que incluyen:

- **Contexto de la Categoría:** Análisis del entorno y tendencias relevantes en el sector turístico.
- **Esencia de la Institución:** Definición clara de la identidad y valores fundamentales de la institución.
- **Arquetipo de la Institución:** Identificación del arquetipo que mejor representa la institución y sus objetivos.
- **Descripción Personificada del Público Objetivo:** Perfil detallado del público objetivo, incluyendo características demográficas, psicográficas y comportamentales.
- **Propuesta de Pilares de Comunicación:** Establecimiento de los mensajes clave y temas principales para la comunicación.

- **Propuesta de Tipos de Contenido y Formatos:** Recomendación de tipos de contenido (textos, imágenes, videos) y formatos adecuados (posts, stories, reels, etc.).
- **Planificación y Calendarización de Contenido:** Programación de la publicación de contenido en los diferentes canales digitales.

## 2. Planes de Posteo

- **Contenidos Online:** Conceptualización y redacción de textos (copies, titulares, etc.), diseño y animación gráfica de key visuals, layouts gráficos y otros elementos visuales.
  - Stories
  - Feed
  - Carruseles
  - Reels Básicos
  - **Diseño de Banners Web, Bumpers u Otros:** Creación de elementos gráficos para Google Display según sea necesario.
  - **Cantidad:** A definir en función de las necesidades de la institución y plan de medios propuesta y aprobado por la SENATUR.
- **Gestión de Pautas:** Administración y optimización de campañas publicitarias en redes sociales.

## 3. Community Manager

- **Publicación de Contenidos:** Gestión de la publicación de los planes aprobados en sus respectivos formatos y espacios digitales.
- **Supervisión y Administración:** Monitoreo y mantenimiento de perfiles activos de la institución en redes sociales, máxima autoridad institucional y otras cuentas de redes sociales activas a cargo de la SENATUR.
- **Atención al público:** Respuesta a consultas en plataformas sociales de lunes a domingo, de 07:00 a 19:00 horas, con un tiempo de respuesta máximo de 24 horas.
- **Monitoreo de Interacción:** Análisis de la participación e interacción del público en los perfiles/páginas de la institución, de acuerdo con los métodos establecidos.
- **Reportes y Métricas Mensuales:** Elaboración de informes sobre el desempeño y métricas de las redes sociales.

## 4. Coberturas

- **Acompañamiento del Equipo Digital:** Cobertura de eventos, capacitaciones, reuniones y actividades de la institución con la producción de videos.
- **Costos de Traslados y Viáticos:** Incluye costos para Asunción y el interior del país.
- **Edición de Material:** Edición del material grabado, como aftermovies, para su amplificación en las redes sociales correspondientes.

El método de comprobación será: Informe mensual de la empresa adjudicada respecto al ITEM, según trabajos realizados y especificaciones técnicas.

### PRODUCCIÓN DE CONTENIDOS

**ITEM 3: Musicalización:** Creación de una banda sonora publicitaria con sus derechos de uso para campañas en su versión extendida y reducciones, previa aprobación por SENATUR.

Creación de una banda sonora publicitaria con sus derechos de uso para la campaña en su versión extendida de 3 (tres) minutos máximo y reducciones (varios tonos, instrumental, estrofas destacadas) para uso en materiales audiovisuales, previa aprobación por SENATUR.

La empresa adjudicada deberá incluir en sus costos la compra de la música y letra para los spots.

El método de comprobación será: Informe de la empresa adjudicada respecto al ITEM, según especificaciones técnicas.

**ITEM 4: Videoclip artístico** Producción, grabación y postproducción de videoclip artístico/promocional del país - Duración mínima de 90 segundos.

La realización del videoclip promocionando los destinos que cuenta Paraguay, incluye jornadas de grabación, dirección, producción, grabación, postproducción, viatico, hospedaje y traslado para el equipo técnico y artistas (considerar artistas nacionales destacados como referentes turísticos).

Las locaciones a ser grabadas y artistas como mínimo 5 (cinco) que participarán serán definidos por SENATUR en una reunión previa creativa, según los ejes a desarrollar de la campaña y áreas geográficas de los productos, y lugares tentativos conforme a criterios de la convocante:

- Asunción

- Concepción
- San Pedro
- Cordillera
- Guaira
- Caaguazú
- Caazapá
- Itapúa
- Misiones
- Paraguari
- Alto Paraná
- Central
- Ñeembucú
- Amambay
- Canindeyú
- Chaco: Presidente Hayes, Boquerón, Alto Paraguay

#### **OBSERVACIONES:**

El video clip tendrá diferentes usos, ya sea en TV, pantalla de cine, redes sociales, pantallas entre otros, con sus diferentes formatos: vertical, horizontal, panorámico, etc.

#### **Guion:**

El oferente deberá realizar el guion, la edición y post producción para redes sociales y otros medios como televisión o canales digitales, los ejes a desarrollar de la campaña, previa confección de los guiones creativos entre la convocante y la empresa adjudicada.

La producción deberá incluir la vestimenta adecuada al tema del video clip, alquiler de elementos de aventura, turismo rural, turismo fluvial y pesca, turismo gastronómico, cultural, naturaleza, barrios temáticos, Pueblos con encanto, observación de aves, turismo religioso, tomas aéreas (utilizando drones) entre otros.

La propuesta de producción mencionada se deberá presentar a la SENATUR para su aprobación.

El método de comprobación será: Informe de la empresa adjudicada respecto al ITEM, según especificaciones técnicas.

#### **MATERIALES AUDIOVISUALES**

**ITEM 5 y 6:** Producción y edición de MATERIAL AUDIOVISUAL publicitario de entre 2 a 3 minutos, con audio, música y subtítulo, según CONCEPTO APROBADO sobre los ejes a desarrollar en idiomas de los mercados definidos para la Campaña y Postproducción y edición de material audiovisual (reducciones) de hasta 60 segundos con audio, música y subtítulo en los idiomas y plataformas definidos, según CONCEPTO APROBADO sobre los ejes a desarrollar en idiomas de los mercados definidos para la Campaña.

La empresa adjudicada deberá realizar la producción íntegra del material audiovisual, donde se incluya la elaboración del guion y la filmación de los lugares turísticos (tomas desde tierra y tomas aéreas utilizando drones) paisajes terrestres y aéreos, naturaleza y cultura, Patrimonio, sin modelos y con modelos, amaneceres, atardeceres, con música, subtítulos, voz en off y lenguaje de señas (para material inclusivo), con contenido escrito a definir con SENATUR, contratando personas/modelos (con autorización de utilización de imagen) según segmentos de cultura y naturaleza, familia, jóvenes, personas locales originarias de los sitios y elementos a utilizar en las filmaciones, otros.

Producción y edición de MATERIAL AUDIOVISUAL publicitario de entre 2 a 3 minutos hasta 60 segundos y reducciones, con y sin audio, y producción de layouts, formato horizontal y vertical, en resolución 2K y 4K en adelante, y traducido en los idiomas de los mercados definidos para la Campaña, según CONCEPTO APROBADO sobre los ejes a desarrollar de la campaña.

#### **OBSERVACIONES:**

Los spots podrán tener diferentes usos, ya sea en TV, pantalla en cines, redes sociales, entre otros, con sus diferentes formatos: vertical, horizontal, panorámico, etc.

La cantidad de modelos en cada caso será determinada por las necesidades de la producción.

#### **Importante**

- Se establece el tiempo de uso de los productos/imagen/videos con modelos será de cinco años, sin que ello implique nuevos pagos.
- Los productos/imagen/videos sin modelos será propiedad de la SENATUR sin límite de tiempo de uso.
- Los materiales en bruto se deberán remitir en dispositivo de almacenamiento masivo de alta capacidad según el volumen de trabajo a entregar.

#### **Guion:**

La empresa adjudicada deberá realizar los guiones, la edición y post producción para redes sociales y otros medios como televisión o canales digitales, cartelería digital, según los ejes a desarrollar de la campaña, aprobados por SENATUR, previa confección de los guiones creativos para cada video entre la convocante y la empresa adjudicada. La propuesta deberá ser presentada a la SENATUR para su aprobación.

Las locaciones serán definidas por SENATUR, según los ejes a desarrollar de la campaña y áreas geográficas de los productos, y lugares tentativos conforme a criterios de la convocante:

- Asunción
- Concepción
- San Pedro
- Cordillera
- Guaira
- Caaguazú
- Caazapá
- Itapúa
- Misiones
- Paraguari
- Alto Paraná
- Central
- Ñeembucú
- Amambay
- Canindeyú
- Chaco: Presidente Hayes, Boquerón, Alto Paraguay

El presupuesto de las producciones deberá incluir la vestimenta adecuada al tema de los spots, alquiler de elementos de aventura, vehículos adecuados a cada tema y destino, turismo rural comunitario, turismo fluvial y pesca, turismo gastronómico, histórico, cultural, naturaleza, turismo de reuniones, barrios temáticos, misiones jesuíticas, filmaciones con adrenalina, turismo ancestral, eventos deportivos, golf, pueblos pintorescos, museos, turismo religioso, Patrimonios, Camino de los Jesuitas en Sudamérica, la Ruta Natural, Circuito Vivencial del Mundo Guaraní, Centro de Interpretación del Gran Chaco Americano, lagunas saladas en el Chaco, pantanal paraguayo, cavernas de Vallemi, saltos y cascadas, posadas turísticas, senderismo, astroturismo, entre otros, según sean las necesidades para lograr la realización de videos competitivos.

La producción de los videos filmaciones de los distintos escenarios turísticos (a definir por SENATUR). Estudio de Grabación sonora, Postproducción de audio, Edición y postproducción de videos, Creación de la música y letra, Post producción (gráficas, títulos, zócalos, etc.), Contratación de personas/modelos y/o personajes con vestuario adecuado y relacionado para cada eje temático, y elementos para cada actividad, como ser: Barcos, carretas, caballos, equipamiento gastronómico, bicicletas, equipamientos de aventura, binoculares, vestimenta de avistaje de aves, ecoturismo, vehículos todo terreno, montaje para filmar ferias y congresos en sedes correspondientes, vestuario adecuado según cada eje temático, etc., según CONCEPTO APROBADO sobre los ejes a desarrollar en idiomas de los mercados definidos para la Campaña.

La propuesta de producción mencionada se deberá presentar a la SENATUR para su aprobación.

El método de comprobación será: Informe de la empresa adjudicada respecto al ITEM, según especificaciones técnicas.

**ITEM 7:** Producción y postproducción de capsulas audiovisuales, según requerimientos de la convocante. según CONCEPTO APROBADO sobre los ejes a desarrollar en idiomas de los mercados definidos para la campaña.

La Producción y postproducción de las cápsulas audiovisuales debe considerar combinar elementos de video y audio para comunicar el mensaje propuesto, contar una historia o proporcionar información de manera efectiva y atractiva.

#### **Características de las Cápsulas Audiovisuales**

##### **1. Duración:**

- Generalmente son breves, con una duración que puede variar entre unos pocos segundos hasta varios minutos. La duración exacta depende del objetivo que se pretende y del medio en el que se van a difundir.

##### **2. Contenido:**

- **Visual:** Incluye imágenes, gráficos, y video. La producción visual puede incluir animaciones, escenas filmadas, o una combinación de ambos.
- **Auditivo:** Incluye música, diálogos, efectos de sonido y narración. El audio debe complementar y reforzar el mensaje visual.

#### **Objetivos de la SENATUR con la producción del material (capsulas audiovisuales):**

- Captar la atención de la audiencia en plataformas, redes sociales, televisión, o sitios web, para promover productos o servicios turísticos y/o institucionales (eventos o mensajes institucionales).

- Pueden formar parte de programas de televisión, reportajes o noticias, proporcionando información concisa y visualmente atractiva.

### Cápsulas Audiovisuales

- **Promocionales/marketing:** Clips breves que presentan un producto o servicio turístico, con un llamado a la acción.
- **Tutoriales en Video:** Videos cortos que explican cómo y que realizar en alguna ciudad o departamento, los atractivos de alguna zona específica.
- **Tráileres de Eventos:** Videos que promocionan eventos próximos, como conciertos, conferencias o lanzamientos de productos turísticos.
- **Mensajes Institucionales:** Comunicaciones breves que transmiten mensajes importantes de la institución.

### Consideraciones para Crear Cápsulas Audiovisuales

1. **Claridad del Mensaje:** El mensaje debe ser claro y directo para captar la atención de la audiencia en un corto período de tiempo.
2. **Diseño Visual y Audio:** La calidad del diseño visual y el audio debe ser alta para mantener la profesionalidad y eficacia.
3. **Adaptación a la Audiencia:** El contenido debe estar adaptado al perfil y preferencias del público objetivo.
4. **Formato y Distribución:** Considera el formato en el que se va a presentar y cómo se difundirá, ya sea en redes sociales, plataformas digitales, sitios web, o medios tradicionales.

Las cápsulas audiovisuales son herramientas poderosas para comunicar mensajes de manera concisa y efectiva, aprovechando el impacto combinado del video y el audio.

El método de comprobación será: Informe de la empresa adjudicada respecto al ITEM, según especificaciones técnicas.

**ITEM 8:** Producción y edición de spot para radio de 30 segundos y sus reducciones, según CONCEPTO APROBADO sobre los ejes a desarrollar e idiomas portugués y español.

#### **Guion:**

La empresa adjudicada deberá realizar los guiones, la edición y post producción.

El método de comprobación será: Informe de la empresa adjudicada con número de audiencia radial (impactos) considerando:

#### **Medios de verificación:**

Certificaciones de los medios radiales emisores.

**ITEM 09:** Producción de contenido audiovisual 360° con breve narrativa de hasta 2 (dos) minutos.

Producción de contenido audiovisual 360° con breve narrativa de hasta 2 (dos) minutos de duración para las gafas de realidad virtual sobre los ejes de naturaleza y cultura.

Los gastos de producción y edición deben ser cubiertos por el oferente.

El método de comprobación será: Informe de la empresa adjudicada respecto al ITEM, según especificaciones técnicas. Adjuntar el material producido.

### **MATERIAL FOTOGRÁFICO**

**ITEM 10 y 11:** Producción y edición de imágenes fotográficas con y sin modelos con locaciones en los 17 departamentos y capital, según CONCEPTO APROBADO sobre los ejes a desarrollar.

Con relación a los derechos de autor de las imágenes, la SENATUR será la propietaria de todo el banco de imágenes producidas. Las mismas podrán ser utilizadas en el mercado nacional e internacional según ejes y acciones de promoción de la SENATUR, incluyendo la optimización de contenidos para plataformas digitales, stand en ferias nacionales, cartelería, pantallas digitales, ferias internacionales, artículos en revistas nacionales e internacionales, etc. Se deberá contemplar imágenes de amaneceres, atardeceres, nocturnas con la vía láctea, aéreas, con experiencias tales como canotaje, caminata, senderismo, cerros, biking, gastronomía, avistaje de aves, selfies, rutas y circuitos (ruta de la caña, tour del queso, circuito de fe, iglesias franciscanas, ruta jesuítica, pueblos con encantos) etc.

Se requiere trabajos de pre-producción, producción y contratación de modelos. En todos los casos, los modelos necesarios para las producciones fotográficas deberán ser propuestos y seleccionados de acuerdo a las características de las regiones, ciudades y temas que deberán ser incluidos en el paquete del contrato. Deberán contemplarse familias, gente de edades diversas incluyendo niños, jóvenes, adolescentes y personas adultas. FORMATO: Verticales - Horizontales - Cuadradas Panorámicas. Deberán ser tomadas en tierra como también aéreas, con drones de alta resolución 4000px.

La cantidad de modelos en cada caso será determinada por las necesidades de la producción. En todas las fotos se debe prever fotos con gente y también sin gente

- Se establece el tiempo de uso de los productos/imagen/videos con modelos será de cinco años, sin que ello implique nuevos pagos.
- Los productos/imagen/videos sin modelos será propiedad de la SENATUR sin límite de tiempo de uso.

**Observación:** Las locaciones serán definidas por SENATUR, según los ejes a desarrollar de la campaña y áreas geográficas de los productos, y lugares tentativos conforme a criterios de la convocante:

- Asunción
- Concepción
- San Pedro
- Cordillera
- Guaira
- Caaguazú
- Caazapá
- Itapúa
- Misiones
- Paraguari
- Alto Paraná
- Central
- Ñeembucú
- Amambay
- Canindeyú
- Chaco: Presidente Hayes, Boquerón, Alto Paraguay

**Estilo fotográfico:** La SENATUR definirá el estilo de fotografía a realizar según cada tema, lugar definido, experiencia, actores, elementos como cámaras fotográficas, mochilas, ropa a utilizar, de los modelos.

Formato.raw y .JPG en alta resolución, a partir de 300 DPI, para impresión en tamaños a gran escala (de entre 6 a 4 mts de base, y 3 a 4 mts de altura), más de 4.000 pixeles en su lado más pequeño, en bruto en dispositivo de almacenamiento masivo de alta capacidad según el volumen de trabajo a entregar.

Las fotografías deben ser originales, creativas y estar alineadas con el concepto de la campaña

**El método de comprobación será:** Informe de la empresa adjudicada respecto al ITEM, según especificaciones técnicas, adjuntar las fotografías.

#### **MATERIAL DESTINO PARAGUAY**

**ITEM 12:** Producción y edición de Presentación del Destino Paraguay - según CONCEPTO APROBADO sobre los ejes a desarrollar e idiomas español, portugués, inglés, alemán, japonés e italiano.

Con herramientas y/o aplicaciones innovadoras para realizar presentaciones atractivas e interactivas y por supuesto efectivas, además de incluir la IA.

Considerar traducciones en los idiomas de los mercados definidos para la Campaña.

**Características a considerar para la presentación:**

1. Diseño Moderno y Creativo
2. Interactividad y Dinamismo
3. Uso Creativo de Multimedia
4. Gráficos e Infografías
5. Elementos Interactivos
6. Transiciones y Efectos Visuales
7. Colaboración y Compartición
8. Complementos y Herramientas Adicionales

La presentación debe estar alineada con el KV de la campaña. Se debe entregar la presentación en formato digital.

Entregables: Presentación del Destino Paraguay en formato digital, traducida a los idiomas solicitados y lista para su uso en diferentes ámbitos (ferias internacionales, eventos, presentaciones institucionales, etc.).

**El método de comprobación será:** Informe de la empresa adjudicada respecto al ITEM, según especificaciones técnicas, adjuntar material elaborado.

#### **COMPRA PROGRAMÁTICA DE ESPACIOS PARA PUBLICIDAD REDES SOCIALES Y OTROS MEDIOS DIGITALES**

## PAUTA EN REDES A NIVEL NACIONAL

**ITEM 13 al 16:** El periodo de pauta será de 1 (un) mes. Se deberá tener en cuenta el plan de posteos aprobado por la SENATUR.

EL ALCANCE, INTERACCIONES, REPRODUCCIONES: 200.000 (doscientos mil) EN ADELANTE - Mensual

Estas compras de espacio en las mencionadas plataformas deben realizarse directamente en dichas plataformas y no a través de intermediarios

**IMPORTANTE:** El diseño del contenido a ser publicado en las redes sociales forma parte del Servicio de Agencia Publicitaria contemplado en el ITEM 1.

El método de comprobación será: Informe de la empresa adjudicada con número de ALCANCE, INTERACCIONES, REPRODUCCIONES (impactos) considerando:

Medios de verificación:

- Impresión desde la plataforma donde consta la publicidad, con el número de impacto.

## PAUTA EN REDES A NIVEL INTERNACIONAL

**ITEM 17 al 40:**

### **Mercados**

**MERCADO ARGENTINO:** Ciudades: Buenos Aires, Mar del Plata, Resistencia, Corrientes, Formosa, Santa Fe, Rosario, Córdoba, Salta, Jujuy, Posadas, Mendoza, Santo Tomé, zona Alba Pose, Puerto Iguazú.

**MERCADO BRASILEÑO:** Ciudades: San Pablo, Brasilia, Foz de Iguazú, Curitiba, Cascabel, Londrina, Guarapuava, Maringa, Ponta Grossa, Porto Alegre, Rio de Janeiro, Gramado, Porto Xavier, Porto Maua, Santo Ángel, Santa Rosa, Santa María, Campo Grande (Matto Grosso do Sul), Recife, Florianópolis, Campinas.

**RESTO DE SUDAMERICA:** CHILE: Santiago, Iquique. PERU: Lima, Arequipa COLOMBIA: Bogotá, Medellín, Cali, Barranquilla. URUGUAY: Montevideo, Salto. BOLIVIA: Santa Cruz, Cochabamba, La Paz.

**NORTEAMÉRICA:** ESTADOS UNIDOS: Nueva York, Washington, Miami, Los Ángeles. CANADA: Quebec, Manitoba, Winipeg, Montreal, Ottawa, Toronto.

**Y CARIBE:** PANAMA: Ciudad de Panamá. REP. DOMINICANA: Santo Domingo.

**EUROPA:** ALEMANIA: Berlín, Frankfurt, Múnich, Stuttgart, Hamburgo. ESPAÑA: Madrid, Málaga y Barcelona. ITALIA: Milán, Roma.

**ASIA:** JAPON: Tokio, Osaka. TAIWAN: Taipei.

El periodo de pauta será de 1 (un) mes. Se deberá tener en cuenta el plan de posteos aprobado por la SENATUR.

EL ALCANCE, INTERACCIONES, REPRODUCCIONES: 200.000 (doscientos mil) EN ADELANTE Mensual.

Estas compras de espacio en las mencionadas plataformas deben realizarse directamente en dichas plataformas y no a través de intermediarios

**IMPORTANTE:** El diseño del contenido a ser publicado en las redes sociales forma parte del Servicio de Agencia Publicitaria contemplado en el ITEM 1.

El método de comprobación será: Informe de la empresa adjudicada con número de ALCANCE, INTERACCIONES, REPRODUCCIONES (impactos) considerando:

Medios de verificación:

- Impresión desde la plataforma donde consta la publicidad, con el número de impacto.

**ITEM 41 a 49:**

**PAUTA EN TRIPADVISOR, TRAVEL2LATAM, NATIONAL GEOGRAPHIC VIAJES.**

- **Banners Publicitarios:** Los banners publicitarios se colocarán en secciones de alta visibilidad, como las páginas de inicio, resultados de búsqueda y perfiles de destinos turísticos. Los banners tendrán un diseño atractivo que resalte los principales atractivos del destino, utilizando imágenes de alta calidad y mensajes claros que invitan a los usuarios a explorar más. Se emplearán diferentes tamaños y formatos para adaptarse a las distintas ubicaciones dentro del sitio web.
- **Anuncios Nativos y/o Vídeos:** Los anuncios nativos y videos se integrarán de manera orgánica en el contenido de la plataforma, apareciendo en artículos, listas de recomendaciones y secciones de consejos de viaje. Los anuncios nativos se diseñarán para parecerse al contenido editorial del sitio, brindando información útil y relevante sobre los

destinos turísticos. Los videos, por su parte, ofrecerán una experiencia visual inmersiva, mostrando paisajes, actividades y la cultura del destino, incentivando a los usuarios a considerar estos lugares para sus próximos viajes.

- **Contenido Patrocinado:** El contenido patrocinado incluirá artículos y guías de viaje creados en colaboración con el equipo editorial de la plataforma, asegurando que el contenido sea informativo y atractivo. Estos artículos destacarán las experiencias únicas que ofrece el destino, como eventos culturales, actividades al aire libre y atracciones imperdibles. Además, se publicarán testimonios y reseñas de viajeros que hayan visitado el destino, proporcionando una perspectiva auténtica y convincente que motive a otros usuarios a planificar su visita.

El periodo de pauta será de 1 (un) mes. Se deberá tener en cuenta el plan de trabajo aprobado por la SENATUR.

REPRODUCCIONES Y VISUALIZACIONES: 10.000 (diez mil) EN ADELANTE Mensual.

Estas compras de espacio en las mencionadas plataformas deben realizarse directamente en dichas plataformas y no a través de intermediarios.

**IMPORTANTE:** El diseño del contenido a ser publicado en las plataformas digitales forma parte del Servicio de Agencia Publicitaria contemplado en el ITEM 1.

El método de comprobación será: Informe de la empresa adjudicada con número de REPRODUCCIONES Y VISUALIZACIONES (impactos) considerando:

Medios de verificación:

- Impresión desde la plataforma donde consta la publicidad, con el número de impacto.

#### **PAUTA EN GOOGLE (GOOGLE ADS)**

**ITEM 47:** Anuncios de Búsqueda (Search Ads): POR CLICK, IMPRESIONES, INTERACCIONES, VISTAS

Anuncios que aparecen en los resultados de búsqueda de Google cuando un usuario busca palabras clave específicas. Se deben considerar anuncios responsivos. Estos anuncios suelen estar etiquetados con la palabra "Anuncio" y aparecen en la parte superior o inferior de la página de resultados.

Elementos: Título, URL visible, Descripción, Extensiones de anuncios (como enlaces de sitio, llamadas, etc.).

POR CLICK, IMPRESIONES, INTERACCIONES, VISTAS: 1000 (MIL) EN ADELANTE. Mensual.

El método de comprobación será: Informe de la empresa adjudicada con número CLICK, IMPRESIONES, INTERACCIONES (impactos) considerando:

Medios de verificación:

- Impresión desde la plataforma donde consta la publicidad, con el número de impacto.

**ITEM 48:** Anuncios de Display (Display Ads): POR CLICK, IMPRESIONES, INTERACCIONES, VISTA.

Se deben considerar anuncios de display responsivos. Anuncios gráficos que se muestran en sitios web, aplicaciones y videos que forman parte de la Red de Display de Google. Pueden incluir texto, imágenes, video y animaciones.

Elementos: Imágenes, Texto, Logo, Botones de llamada a la acción.

POR CLICK, IMPRESIONES, INTERACCIONES, VISTAS: 100.000 (CIEN MIL) EN ADELANTE.

**IMPORTANTE:** El diseño del contenido a ser publicado en las plataformas digitales forma parte del Servicio de Agencia Publicitaria contemplado en el ITEM 1.

El método de comprobación será: Informe de la empresa adjudicada con número CLICK, IMPRESIONES, INTERACCIONES (impactos) considerando:

Medios de verificación:

- Impresión desde la plataforma donde consta la publicidad, con el número de impacto.

**ITEM 49:** Anuncios de Video (Video Ads): POR CLICK, IMPRESIONES, INTERACCIONES, VISTAS

Anuncios se muestran en YouTube y en la Red de Display de Google. Pueden aparecer antes, durante o después de un video en YouTube.

Elementos: Video, Texto de apoyo, Botones de llamada a la acción.

POR CLICK, IMPRESIONES, INTERACCIONES, VISTAS: 2.000 (DOS MIL) EN ADELANTE

El periodo de pauta será de 1 (un) mes. Se deberá tener en cuenta el plan de posteos aprobado por la SENATUR.

Estas compras de espacio en las mencionadas plataformas deben realizarse directamente en dichas plataformas y no a

través de intermediarios

**IMPORTANTE:** El diseño del contenido a ser publicado en las plataformas digitales forma parte del Servicio de Agencia Publicitaria contemplado en el ITEM 1.

El método de comprobación será: Informe de la empresa adjudicada con número CLICK, IMPRESIONES, INTERACCIONES (impactos) considerando:

Medios de verificación:

- Impresión desde la plataforma donde consta la publicidad, con el número de impacto.

## **EJECUCIÓN DE ESTRATEGIAS DIGITALES**

### **GESTIONES DIGITALES VARIAS**

**ITEM 50:** Posicionamiento SEO y SEM del sitio web visitparaguay.travel

El objetivo del posicionamiento SEO y SEM del sitio web visitparaguay.travel es aumentar la visibilidad en los motores de búsqueda, atraer más tráfico orgánico y mejorar la experiencia del usuario, posicionando a Paraguay como un destino turístico destacado en el ámbito digital.

El periodo de pauta será mensual 1(un) mes.

El método de comprobación será: Informe del proveedor adjudicado de la plataforma donde consta la pauta, a presentarse de manera mensual.

Medios de verificación:

- Impresión desde la plataforma donde consta la publicidad, con el número de impacto.

**ITEM 51:** Gestión, pago y mantenimiento de CRM SENATUR Relacional.

El objetivo de la gestión, pago y mantenimiento del CRM SENATUR Relacional es asegurar la eficiente administración de las relaciones con los turistas, proveedores y socios estratégicos, optimizando las operaciones y mejorando la experiencia del usuario mediante el uso de tecnología avanzada y prácticas de mantenimiento proactivas.

Se debe prever costo de mantenimiento mensual (Gestión del consumo de la API del ChatGPT-4 de OpenAI, Send Pulse, Zenobot, whatsapp business, etc.).

El método de comprobación será: Informe del proveedor adjudicado de la plataforma a presentarse de manera mensual.

Medios de verificación:

- Comprobante de pago.

**ITEM 52:** Gestión y pago de ajustes de actualización de CRM SENATUR Relacional.

Mantener el CRM actualizado, optimizando su uso y funcionalidad para mejorar la gestión de relaciones y operaciones de SENATUR.

Se debe prever costos de actualización del plan premium de la plataforma y posible migración a otras plataformas.

El método de comprobación será: Informe del proveedor adjudicado sobre los ajustes de actualización realizados.

Medios de verificación:

- Comprobante de pago.

**ITEM 53:** Desarrollo de mejoras para la página VISITPARAGUAY.TRAVEL

**Optimización de la Experiencia del Usuario (UX):** Mejorar la navegación y el diseño del sitio web para que los usuarios puedan encontrar información de manera rápida y sencilla.

**Mejora de la Accesibilidad:** Implementar mejoras que permitan que el sitio web sea accesible para todos los usuarios, incluyendo aquellos con discapacidades.

**Aumento de la Velocidad de Carga:** Reducir los tiempos de carga de las páginas para mejorar el rendimiento y la satisfacción del usuario.

**Implementación de Nuevas Funcionalidades:** Incorporar nuevas herramientas y características que enriquezcan la interacción del usuario con el sitio web.

**Actualización de Contenidos:** Revisar y actualizar la información y los recursos disponibles en el sitio para asegurar su relevancia y precisión.

Contratación de desarrolladores para el desarrollo de mejoras de las páginas web. Se requiere desarrolladores:

- Desarrollador Front-end con estas habilidades:
  - Desarrollador PHP (excluyente)
  - Framework Laravel (excluyente)
  - Bootstrap / Tailwind
  - JavaScript / Livewire / vueJS
- Desarrolladores Backend con estas habilidades
  - Desarrollador PHP (excluyente)
  - Framework Laravel (excluyente)
  - JavaScript / Livewire / vueJS
  - MySQL

Productos esperados:

- Incorporación de inteligencia artificial, utilizando fuentes propias de información (Base de datos de Visitparaguay, REGISTUR, Alojate). El servicio debe incluir el diseño e implementación de las vistas para mostrar los resultados obtenidos de la IA.
- Consumir a través de API Rest fuentes de información de la base de datos de registur y alojate, para mostrarlas en la página web. El servicio debe incluir el diseño e implementación de las vistas en las páginas web.

El método de comprobación será: Informe del proveedor adjudicado sobre los ajustes realizados que contemplen los productos esperados.

#### **PUBLICIDAD VIA PUBLICA MERCADO NACIONAL**

##### **ITEM 54 AL 65: PUBLICIDAD EN VÍA PÚBLICA ESTÁTICA**

La empresa adjudicada deberá prever el costo de lona vinílica frontlight con soporte y estructura metálica robustos, barniz UV, con tinta específica para exteriores para resistir la exposición prolongada a las condiciones climáticas, de alto impacto, según ubicación y metraje detallado en cada ITEM. Además, la empresa adjudicada deberá prever los costos de pauta (publicidad).

El periodo de pauta será de 3 (tres) meses.

**IMPORTANTE:** El diseño del contenido a ser publicado forma parte del Servicio de Agencia Publicitaria contemplado en el ITEM 1.

El método de comprobación será: Informe de la empresa adjudicada con número de visualizaciones (impactos) considerando:

Medios de verificación:

- Fotografías de la cartelería instalada en concordancia con la fecha de inicio del cronograma presentado.
- Fotografías aleatorias con fecha no editada de las cartelerías, teniendo en cuenta el cronograma presentado.
- Diferentes tomas de videos de la cartelería en fechas y horarios diferenciados a presentar de forma aleatoria.

**ITEM 66:** Cambio de lona vinílica (a ser utilizada en caso que la lona vinílica sufra algún daño por situaciones climáticas u otras).

Cambio de lona vinílica en caso de daños causados por situaciones climáticas u otras eventualidades (daños climáticos, desgaste, vandalismo). La lona vinílica, utilizada en la publicidad exterior, puede requerir reemplazo para mantener la eficacia de la campaña publicitaria y asegurar la visibilidad adecuada del mensaje.

**IMPORTANTE:** El diseño del contenido a ser publicado forma parte del Servicio de Agencia Publicitaria contemplado en el ITEM 1.

El método de comprobación será: Informe de la empresa adjudicada en referencia al ITEM considerando:

Medios de verificación:

- Fotografías de la cartelería contemplando el estado anterior y el cambio de lona realizado.

##### **ITEM 67 AL 74: PUBLICIDAD EN PANTALLA DIGITAL OUTDOORS**

Pantalla digital outdoor diseñada para soportar condiciones climáticas variables y ofrecer alta visibilidad bajo diversas condiciones de luz. Equipadas con tecnología de retroiluminación LED para una mayor claridad y contraste.

La empresa adjudicada deberá presentar una propuesta de la emisión de cada spot a ser emitido en las pantallas LED requeridas (Plan de medios). El proveedor deberá prever el costo de emisión de spot, además de considerar pantallas ubicadas en lugares estratégicos y de mayor visibilidad y/o afluencia de personas, a consideración de la SENATUR para su

aprobación.

Se deberán considerar periodos de pauta de 3 (tres) o 6 (seis) meses.

**IMPORTANTE:** El diseño del contenido a ser publicado forma parte del Servicio de Agencia Publicitaria contemplado en el ITEM 1.

El método de comprobación será: Informe de la empresa adjudicada con número de visualizaciones (impactos) considerando:

Medios de verificación:

- El proveedor deberá certificar la emisión del spot en las pantallas digitales exteriores a través del reporte de emisión.
- Fotografías de la pantalla instalada en concordancia con la fecha de inicio del cronograma presentado.
- Fotografías aleatorias con fecha no editada de las pantallas, teniendo en cuenta el cronograma presentado.
- Diferentes tomas de videos de la pantalla en fechas y horarios diferenciados a presentar de forma aleatoria.

**ITEM 75 y 76:** PUBLICIDAD EN PANTALLA DIGITAL INDOORS.

La empresa adjudicada deberá presentar una propuesta de la emisión de cada spot a ser emitido en las pantallas LED requeridas (Plan de medios). Considerar pantallas ubicadas en lugares estratégicos y de mayor visibilidad y/o afluencia de personas, a consideración de la SENATUR para su aprobación.

La publicidad en pantallas digitales indoors ofrece una solución efectiva para alcanzar a la audiencia en espacios cerrados con alta visibilidad y flexibilidad en la presentación de contenido, diseñada para interiores, con tecnología LED para proporcionar alta definición, brillo y contraste en entornos cerrados.

Las pantallas digitales ofrecen una plataforma efectiva para la difusión de anuncios a una audiencia cautiva. Pantalla digital con alta resolución y brillo, diseñada para integrarse en el entorno, proporcionando una experiencia visual atractiva. Las dimensiones pueden ajustarse según la ubicación específica y las necesidades del cliente.

Se deberán considerar periodos de pauta de 3 (tres) o 6 (seis) meses.

**IMPORTANTE:** El diseño del contenido a ser publicado forma parte del Servicio de Agencia Publicitaria contemplado en el ITEM 1.

El método de comprobación será: Informe de la empresa adjudicada con número de visualizaciones (impactos) considerando:

Medios de verificación:

- El proveedor deberá certificar la emisión del spot en las pantallas LED a través del reporte de emisión.
- Fotografías de la pantalla instalada en concordancia con la fecha de inicio del cronograma presentado.
- Fotografías aleatorias con fecha no editada de las pantallas, teniendo en cuenta el cronograma presentado.
- Diferentes tomas de videos de la pantalla en fechas y horarios diferenciados a presentar de forma aleatoria.

## MERCADO INTERNACIONAL

**ITEM 77 AL 79:** Pantalla de alto impacto digital outdoors en Nueva York, Buenos Aires y Madrid.

Promocionar el destino Paraguay en lugares estratégicos como Times Square en Nueva York, la Avenida 9 de Julio en Buenos Aires y la Gran Vía en Madrid ofrece una oportunidad incomparable para captar la atención de una audiencia internacional diversa y altamente receptiva. Estas ubicaciones no solo son centros neurálgicos de turismo y comercio, sino también puntos de encuentro para viajeros, profesionales y residentes que buscan nuevas experiencias.

En Times Square, el bullicio constante y el flujo de turistas globales permitirán a Paraguay destacarse en un escenario de alto perfil. La tecnología digital de las pantallas ofrece la posibilidad de crear contenidos visuales dinámicos que capturen la esencia vibrante del país, desde sus paisajes naturales hasta su rica cultura. La visibilidad en este icónico lugar puede generar un impacto inmediato y atractivo para un público internacional.

Buenos Aires, representa un mercado clave para la promoción de Paraguay a nivel regional. Las pantallas digitales en la Avenida 9 de Julio, una de las más importantes de la ciudad, pueden resonar especialmente con los argentinos, quienes podrían sentirse inspirados a explorar aún más la riqueza cultural y natural que ofrece nuestro destino.

En Madrid, la Gran Vía, una de las arterias más transitadas de la ciudad, brinda una plataforma excelente para captar la atención de europeos y turistas que buscan nuevos destinos. La visibilidad en este punto estratégico puede estimular el interés por Paraguay, destacando su singularidad en un continente lleno de destinos turísticos.

En conjunto, la publicidad en estas tres ciudades clave no solo maximizará el alcance global de la campaña, sino que también posicionará a Paraguay como un destino único y accesible, capaz de atraer a viajeros de diferentes partes del mundo a explorar sus atractivos diversos.

La empresa adjudicada deberá presentar opciones de carteles LED que maximicen la visibilidad para la SENATUR, optimicen el tiempo de exposición de la publicidad y ofrezcan la mayor rentabilidad posible.

El periodo de pauta será de una semana por destino.

**IMPORTANTE:** El diseño del contenido a ser publicado forma parte del Servicio de Agencia Publicitaria contemplado en el ITEM 1.

El método de comprobación será: Informe de la empresa adjudicada con número de visualizaciones (impactos) considerando:

Medios de verificación:

- El proveedor deberá certificar la emisión del spot en las pantallas LED a través del reporte de emisión.
- Fotografías de la pantalla instalada en concordancia con la fecha de inicio del cronograma presentado.
- Fotografías aleatorias con fecha no editada de las pantallas, teniendo en cuenta el cronograma presentado.
- Diferentes tomas de videos de la pantalla en fechas y horarios diferenciados a presentar de forma aleatoria.

#### **ITEM 80 AL 82: CARTELERÍA ESTÁTICA EN VIA PUBLICA OUTDOORS**

Los carteles están diseñados para captar la atención de los conductores y pasajeros, ofreciendo una solución efectiva para la publicidad exterior con alto impacto visual. Lona vinílica frontlight, adecuada para exteriores, con una alta calidad de impresión para asegurar durabilidad y visibilidad. Aplicación de barniz UV para proteger el cartel de los daños causados por la exposición prolongada al sol y a las inclemencias del tiempo. Las dimensiones pueden ajustarse según las necesidades específicas y las ubicaciones disponibles.

Vía Pública y/o rutas:

- Brasil: Rutas y/o ciudades en los estados de Paraná, Mato Grosso do Sul
- Argentina: Corrientes, Resistencia, Formosa, Posadas, Córdoba, Buenos Aires, Salta, Jujuy, Mendoza.
- España: Madrid, Málaga, Barcelona
- Alemania: Berlín

Tamaño de la cartelería: Los carteles de ruta, vía pública o metros, deberán tener un tamaño/rango entre 12 metros de base y 5 metros de altura (dependiendo del tipo de cartel, pudiendo ser horizontal o vertical). La empresa adjudicada deberá presentar diferentes opciones de tamaño dentro del plan mensual de cartelería, que deberá contener los tiempos de presencia de cada cartel en cada mercado.

El periodo de pauta será de 3 (tres) meses.

**IMPORTANTE:** El diseño del contenido a ser publicado forma parte del Servicio de Agencia Publicitaria contemplado en el ITEM 1.

El método de comprobación será: Informe de la empresa adjudicada con número de visualizaciones (impactos) considerando:

Medios de verificación:

- Fotografías de la cartelería instalada en concordancia con la fecha de inicio del cronograma presentado.
- Fotografías aleatorias con fecha no editada de las cartelerías, teniendo en cuenta el cronograma presentado.
- Diferentes tomas de videos de la cartelería en fechas y horarios diferenciados a presentar de forma aleatoria.

#### **ITEM 83 A 88: CARTELERÍA EN AEROPUERTOS INTERNACIONALES INDOORS**

La cartelería estará diseñada para captar la atención de los pasajeros y visitantes en espacios de alta circulación dentro de los aeropuertos. Deben realizarse con materiales duraderos y de alta calidad adecuados para interiores de aeropuertos, como vinilo adhesivo, lona tensada, o paneles rígidos. Sistema de iluminación interna (si es necesario), como retroiluminación LED para mejorar la visibilidad y el impacto del cartel. Las dimensiones pueden adaptarse a las especificaciones del espacio disponible y las necesidades de la convocante.

La medida mínima debe ser de 2 m de base y la altura dependerá del lugar disponible, teniendo en cuenta lugares de alto tráfico (embarque desembarque), podrán ser de formato vertical y horizontal. La empresa adjudicada deberá proponer un plan de medios para el servicio de cartelería en aeropuertos internacionales, teniendo en cuenta las mejores opciones en cuanto a visibilidad para su aprobación por la SENATUR.

El periodo de pauta será de 3 (tres) meses.

**IMPORTANTE:** El diseño del contenido a ser publicado forma parte del Servicio de Agencia Publicitaria contemplado en el ITEM 1.

El método de comprobación será: Informe de la empresa adjudicada con número de visualizaciones (impactos) considerando:

#### Medios de verificación:

- Fotografías de la cartelería instalada en concordancia con la fecha de inicio del cronograma presentado.
- Fotografías aleatorias con fecha no editada de las cartelerías, teniendo en cuenta el cronograma presentado.
- Diferentes tomas de videos de la cartelería en fechas y horarios diferenciados a presentar de forma aleatoria.

#### **ITEM 89 A 93:** PUBLICIDAD PANTALLA DIGITAL EN AEROPUERTOS INTERNACIONALES INDOORS

Campaña publicitaria mediante pantallas digitales en ubicaciones estratégicas dentro de aeropuertos internacionales. La publicidad en pantallas digitales permite captar la atención de un amplio público de viajeros y visitantes en puntos de alta circulación dentro del aeropuerto. Pantallas de alta resolución LED o LCD, diseñadas para interiores, con capacidad para mostrar contenido dinámico y multimedia. Resolución alta (Full HD o 4K) para asegurar claridad y nitidez del contenido publicitario. El tamaño específico puede variar según el espacio disponible y las especificaciones del aeropuerto.

Se deberán considerar periodos de pauta de 3 (tres) meses.

**IMPORTANTE:** El diseño del contenido a ser publicado forma parte del Servicio de Agencia Publicitaria contemplado en el ITEM 1.

El método de comprobación será: Informe de la empresa adjudicada con número de visualizaciones (impactos) considerando:

#### Medios de verificación:

- El proveedor deberá certificar la emisión del spot en las pantallas LED a través del reporte de emisión.
- Fotografías de la pantalla instalada en concordancia con la fecha de inicio del cronograma presentado.
- Fotografías aleatorias con fecha no editada de las pantallas, teniendo en cuenta el cronograma presentado.
- Diferentes tomas de videos de la pantalla en fechas y horarios diferenciados a presentar de forma aleatoria.

### **ACCIONES DE PROMOCION**

#### **ITEM 94:** Acciones de promoción con Influencers - Nivel nacional.

##### **Desarrollo**

La empresa adjudicada deberá recomendar a la SENATUR los mejores perfiles de Influencer con una audiencia consolidada en redes sociales (principalmente Instagram, TikTok, YouTube y/o Facebook) ( cantidad de seguidores - mínimo de 80.000, engagement de las publicaciones, interacciones, etc.) para potenciar y/o promocionar el Turismo Interno.

Su contenido se debe centrar en viajes, destinos turísticos y/o experiencias gastronómicas, siendo reconocido como un referente en su nicho y generando un alto impacto en la promoción de marcas y destinos.

##### **Como mínimo debe contener la propuesta:**

Una serie de posts en las redes sociales del Influencer propuesto, promocionando el Turismo Interno.

Subirá 10 (diez) publicaciones en adelante, por día (reels/ fotos/ historias/ carrusel/ videos/ feed/ post/ reseñas/ hilos, para todas las plataformas actuales y por crear) de sus experiencias turísticas, por ejemplo

- Los mejores paisajes/vistas.
- Los mejores mercados/hotel/estancia rural/posada turística/parador.
- Recetas tradicionales (gastronomía).
- Recorridos por las calles/parajes/ciudad/departamento.
- Las actividades más genuinas o divertidas.

Todo el contenido será subido a su cuenta en todas sus plataformas de forma inmediata, durante el viaje y/o recorrido y en las semanas siguientes; y las publicaciones se mostrarán en su perfil indefinidamente.

Los honorarios del Influencer y sus acompañantes, deberán ser considerados en la cotización.

El método de comprobación será: Informe de la empresa adjudicada y la impresión desde la plataforma donde consta la publicidad, con el número de visualizaciones y número de interacciones.

#### **ITEM 95:** Acciones de promoción con Influencers - Nivel internacional.

##### **Desarrollo**

La empresa adjudicada deberá recomendar a la SENATUR los mejores perfiles de Influencer con una audiencia significativa en redes sociales y un rango de seguidores entre 500.000 y 1.000.000. Su contenido se enfoca en viajes, destinos turísticos y/o experiencias gastronómicas, destacando por su calidad visual, storytelling y capacidad de influir en las decisiones de compra de su audiencia.

##### **Como mínimo debe contener la propuesta:**

Una serie de posts en las redes sociales del Influencer propuesto, promocionando el Turismo receptivo.

Subirá 10 (diez) publicaciones en adelante, por día (reels/ fotos/ historias/ carrusel/ videos/ feed/ post/ reseñas/ hilos, para todas las plataformas actuales y por crear) de sus experiencias turísticas, por ejemplo:

- Los mejores paisajes/vistas.
- Los mejores mercados/hotel/estancia rural/posada turística/parador.
- Recetas tradicionales (gastronomía).
- Recorridos por las calles/parajes/ciudad/departamento.
- Las actividades más genuinas o divertidas.

Todo el contenido será subido a su cuenta en todas sus plataformas de forma inmediata, durante el viaje y/o recorrido y en las semanas siguientes; y las publicaciones se mostrarán en su perfil indefinidamente.

Los honorarios y traslados del Influencer y sus acompañantes, deberán ser considerados en la cotización.

El método de comprobación será: Informe de la empresa adjudicada y la impresión desde la plataforma donde consta la publicidad, con el número de visualizaciones y número de interacciones.

**ITEM 96 Y 97:** Acción de promoción con periodistas nacionales e internacionales/ tour operadores nacionales e internacionales.

La acción de promoción dirigida a periodistas nacionales e internacionales debe enfocarse en desarrollar una narrativa atractiva y convincente sobre el destino Paraguay. Para alcanzar este objetivo, se implementará una estrategia integral que permita a los periodistas explorar y experimentar de primera mano las atracciones y la cultura única de Paraguay.

La empresa adjudicada será responsable de organizar visitas para los periodistas, asegurando que vivan experiencias inmersivas que resalten las maravillas del país. Además, deberá realizar un seguimiento detallado de los contenidos publicados por los medios invitados.

Se debe considerar la elaboración de notas de prensa y contenido atractivo que resalte los aspectos más destacados del destino, incluyendo nuevas atracciones, eventos especiales y características únicas que diferencian a Paraguay de otros destinos. También se contemplarán entrevistas con representantes de la SENATUR, guías locales y expertos en turismo, quienes aportarán perspectivas enriquecedoras sobre Paraguay.

Para maximizar el impacto, se solicitará a los periodistas que incluyan imágenes y videos de alta calidad que capturen la belleza y singularidad del destino, garantizando una representación visual impactante en sus publicaciones.

La empresa adjudicada deberá mantener una comunicación constante con los periodistas para asegurar una adecuada publicación y distribución del contenido, así como para cultivar relaciones a largo plazo que beneficien futuras campañas promocionales.

Esta estrategia integral no solo atraerá la atención de los medios, sino que también asegurará una cobertura positiva y duradera de Paraguay en los mercados nacionales e internacionales.

Los honorarios y traslados de los periodistas deberán ser considerados en la cotización.

El método de comprobación será: Informe de la empresa adjudicada y la impresión desde la plataforma donde consta la publicidad, con el número de visualizaciones y número de interacciones.

**ITEM 98 al 112:** Alojamiento, servicio de desayuno, almuerzo, merienda, cena, minibús, contratación de guía y costo de ingresos.

Los ITEMS mencionados van directamente relacionados con las acciones de promoción y el itinerario marcado:

- Acciones de promoción con influencers - Nivel Nacional.
- Acciones de promoción con influencers Internacional.
- Acciones de promoción con Periodistas Nacionales.
- Acciones de promoción con Periodistas Internacionales.

**ITEM 98 AL 104:** Alojamiento en categoría superior: Asunción, Chaco, Cordillera, Misiones, Alto Paraná, Itapúa y Canindeyú, con desayuno incluido.

**ITEM 105 AL 108:** Servicio de desayuno, almuerzo, merienda y Cena Ejecutivo, en hoteles, restaurantes, paradores turísticos y otros, por persona y según itinerario.

**ITEM 109 y 110:**

Mínimo de pasajeros: 6 (seis) y 12 (doce) pasajeros.

**Con las siguientes características:**

Minibús con guarda equipaje, climatizado, asientos cómodos, ventanas panorámicas, música funcional, refrigerio a bordo:

chipita, agua sin gas, gaseosas, café, cocido. El servicio debe incluir conductor, combustible, seguro de pasajeros con cobertura por muerte, incapacidad y reposo y **kilometraje libre**. En caso de que existiera algún desperfecto mecánico durante el servicio, el adjudicado debe reemplazar la unidad en un plazo de dos horas sin costo adicional para la convocante, el resguardo de los vehículos correrá por cuenta del adjudicado. Toda responsabilidad, en caso de siniestro corresponderá al adjudicado. En caso de enfermedad o cualquier incidente con el chofer designado, el adjudicado deberá reemplazarlo de manera inmediata por otro con la misma categoría de licencia de conducir. Las tasas, peajes, alojamiento y viático y/o honorarios de los choferes corren por cuenta del adjudicado. Los vehículos deben contar con baliza y extintores con carga al día. Mantenimiento al día.

#### **COMPRA DE ESPACIOS EN MEDIOS GRAFICOS**

##### **ITEM 113: REVISTAS ON BOARD**

La adquisición de espacios publicitarios en revistas gráficas, tanto en revistas "On Board" de aerolíneas, tiene como objetivo aumentar la visibilidad de nuestras acciones y promover nuestras campañas de marketing de manera efectiva. En el medio gráfico que ofrece una plataforma ideal para llegar a audiencias específicas en entornos controlados y de alta calidad.

Las revistas "On Board" son publicaciones distribuidas a bordo de vuelos, dirigidas a pasajeros durante su viaje. Estas revistas suelen tener una alta tasa de lectura y una audiencia comprometida, ya que se leen en un entorno donde los pasajeros tienen tiempo para consumir contenido.

Los pasajeros de aerolíneas suelen ser viajeros frecuentes y de alto perfil, proporcionando un alcance global y una segmentación demográfica amplia.

La lectura de estas revistas ocurre en un entorno controlado, donde los pasajeros están receptivos a la información y a la publicidad, maximizando la visibilidad y el impacto del anuncio.

La empresa adjudicada deberá identificar y seleccionar las revistas más adecuadas en función del perfil del público objetivo y los objetivos de la campaña.

Desarrollar y adaptar los materiales publicitarios para cumplir con los requisitos de cada revista, asegurando que el diseño y el contenido sean efectivos y atractivos.

Coordinar con la empresa convocante la publicación de las revistas para asegurar la inclusión de los anuncios en las ediciones y fechas deseadas.

La empresa adjudicada no podrá efectuar ninguna publicación sin tener aprobación de la CONTRATANTE con relación al texto, formato y diseño.

**IMPORTANTE:** El contenido a ser publicado forma parte del Servicio de Agencia Publicitaria contemplado en el ITEM 1.

El método de comprobación será: Informe de la empresa adjudicada con número de alcance de la Revista (impactos) considerando:

Medios de verificación:

Presentación del ejemplar impreso de cada publicidad realizada.

#### **COMPRA DE ESPACIOS EN MEDIOS TRADICIONALES**

##### **RADIO AM FM**

##### **ITEM 114 115 116 - 117**

Compra de espacios publicitarios en medios radiales de amplio alcance regional. Se realizarán reuniones previas entre SENATUR y la empresa adjudicada para definir el plan de medios. Una vez acordado, la empresa deberá presentar la propuesta formal a SENATUR para su aprobación.

La publicidad de los materiales debe programarse en horarios de interés general que estén dirigidos al público objetivo/meta, de acuerdo con el Plan de Medios. Estos horarios deben basarse en las preferencias de audiencia proporcionadas por la empresa adjudicada.

Este plan deberá contemplar spots rotativos y/o menciones de hasta 30 (treinta) segundos.

**Rádios AM:** AM MONUMENTAL, AM 970, AM ÑANDUTI, entre otras y Emisoras en convenio.

**Rádios FM:** FM E40, FM URBANA, .FM POPULAR, FM MONTECARLO, FM SIETE, FM EMISORAS PY, entre otras y Emisoras en convenio.

**IMPORTANTE:** El contenido a ser publicado forma parte del Servicio de Agencia Publicitaria contemplado en el ITEM 1.

El método de comprobación será: Informe de la empresa adjudicada con número de audiencia radiales (impactos) considerando:

#### Medios de verificación:

- Certificaciones de los medios radiales y la grabación completa de los programas donde se emita la publicidad en los horarios establecidos, según Plan de Medios.

### TV NACIONAL

#### **ITEM 118 AL 121**

Compra de espacios publicitarios en medios televisivos nacionales, tanto en señales de aire como por cable, así como en sus repetidoras en el interior del país. Se llevarán a cabo reuniones previas entre SENATUR y la empresa adjudicada para definir la propuesta para la ejecución de este ITEM. Posteriormente, la empresa deberá presentar para la aprobación de SENATUR. La comprobación se realizará mediante certificaciones emitidas por los canales de televisión.

La publicidad debe ser programada en horarios de interés general que lleguen al público objetivo/meta, conforme al Plan de Medios presentado por la empresa adjudicada. Estos horarios deben basarse en las preferencias de audiencia proporcionadas por empresas adjudicada.

Este plan deberá contemplar pauta de hasta 30 (treinta) segundos.

**IMPORTANTE:** El contenido a ser publicado forma parte del Servicio de Agencia Publicitaria contemplado en el ITEM 1.

Canales: SNT, TELEFUTURO, TRECE, UNICANAL entre otras.

El método de comprobación será: Informe de la empresa adjudicada con número de visualizaciones (impactos) considerando:

#### Medios de verificación:

- Certificaciones de los canales de TV emisor, según Plan de Medios.

**ITEM 122 y 123:** Difusión de Spot Radial de 30 segundos y sus reducciones en radios internacionales de Brasil, Argentina y Madrid España.

Se realizarán reuniones previas entre SENATUR y la empresa adjudicada para definir el plan de medios. Una vez acordado, la empresa deberá presentar la propuesta formal a SENATUR para su aprobación.

La publicidad de los materiales debe programarse en horarios de interés general que estén dirigidos al público objetivo/meta, de acuerdo con el Plan de Medios. Estos horarios deben basarse en las preferencias de audiencia proporcionadas por la empresa adjudicada.

Este plan deberá contemplar spots rotativos y/o menciones de hasta 30 (treinta) segundos.

**IMPORTANTE:** El contenido a ser publicado forma parte del Servicio de Agencia Publicitaria contemplado en el ITEM 1.

El método de comprobación será: Informe de la empresa adjudicada con número de audiencia radiales (impactos) considerando:

#### Medios de verificación:

- Certificaciones de los medios radiales y la grabación completa de los programas donde se emita la publicidad en los horarios establecidos, según Plan de Medios.

### INNOVACIÓN Y CREATIVIDAD

#### **ITEM 124 125 - 126:**

##### **Innovación y Creatividad en Productos Turísticos - Pequeña Envergadura**

- **Objetivo:** Fomentar la creación de productos turísticos innovadores que realcen las características distintivas de destinos turísticos de pequeña envergadura.
- **Alcance:** Desarrollo de un producto turístico que incluya la conceptualización de una actividad, recorrido o experiencia única, aprovechando los recursos culturales, naturales o históricos del destino.
- **Entregables:** Presentación de propuesta detallada.

##### **Innovación y Creatividad en Productos Turísticos - Mediana Envergadura**

- **Objetivo:** Desarrollar productos turísticos creativos que posicionen destinos de mediana envergadura como referentes en la oferta turística nacional o regional.
- **Alcance:** Creación de un producto turístico que incorpore elementos tecnológicos, interactivos o multisensoriales, que mejoren la experiencia del visitante y se integren en la oferta turística del destino.
- **Entregables:** Presentación de propuesta detallada.

## Innovación y Creatividad en Productos Turísticos - Gran Envergadura

- **Objetivo:** Impulsar la creación de productos turísticos de gran escala que transformen destinos turísticos de gran envergadura en referentes internacionales.
- **Alcance:** Diseño y ejecución de un producto turístico de alto impacto, que combine innovación, creatividad y tecnología avanzada, capaz de atraer una gran cantidad de turistas y posicionar el destino en el mapa global.
- **Entregables:** Presentación de propuesta detallada.

El método de comprobación será: Informe de la empresa adjudicada según especificaciones técnicas, adjuntar la propuesta.

### MATERIAL DE SOPORTE PARA PROMOCIÓN

**IMPORTANTE:** La empresa adjudicada deberá presentar una muestra de los ítems del Material de Soporte para Promoción a la (SENATUR) para su aprobación (140 al 156) . El proceso de producción comenzará solo después de recibir dicha aprobación.

**ITEM 127:** Colgante para celular Universal Artesanal Maka

Colgante para celular universal de artesanía maka, largor entre 1 a 1,20 mts. Grosor 2 cm, con mosquetón (gancho) de material metálico, con tarjeta de plástico para enganchar colgante de 5,5 cm x 4cm.

**ITEM 128:** Colgante porta celular universal personalizado con impresión de logo full color (**PRESENTACIÓN: PAQUETE DE 1.000 (MIL) UNIDADES**). Colgante para celular universal de polyester largor entre 1 a 1,20 mts. Grosor 2 cm, con mosquetón (gancho) de material metálico, con tarjeta de plástico para enganchar colgante de 5,5 cm x 4cm

**ITEM 129:** Set 6 de posavasos con ñanduti encapsulado en resina epoxica transparente con caja de cartón reciclado de color a definir y terminación con cinta tricolor (**PRESENTACIÓN PAQUETE DE 10 SETS CADA UNO**). Set 6 de posavasos con ñanduti encapsulado en resina epoxica transparente con caja de cartón reciclado de color a definir y terminación con cinta tricolor, 8cm de diámetro como mínimo, con bordes irregulares de color dorado, color del ñanduti a definir por la convocante.caja marca visit.

**ITEM 130:** Señalador de libros con ñanduti encapsulado en resina epoxica con borla de poliéster a color incluida en un extremo en caja de carton reciclado de color a definir y terminación con cinta tricolor. (**PRESENTACIÓN: PAQUETE DE 100 (CIEN) UNIDADES**). Material: resina epoxica. Material ñanduti: algodón. Color ñanduti: a elegir por la convocante. Dimensiones (aprox.): 3 (ancho) x 14 (alto) cm., 2 mm. (grueso). Material de la borla: poliéster. Borla de color: a elegir por la convocante. Caja marca y señalador

**ITEM 131:** Remera cuello redondo con logo impreso en serigrafía full color en frente y mangas. **PRESENTACIÓN: PAQUETE DE 10 (DIEZ) UNIDADES**. Remeras de mangas cortas con cuello redondo de color a definir por la convocante con logo impreso en serigrafía full color en frente y mangas. Corte unisex. Tamaños según requerimiento del P al XXXG.

**ITEM 132:** Remera adultos cuello polo de pique 100% algodón con logotipo bordado en frente y mangas según diseño proveído por la contratante. Con logo de 5cm de base en proporción. **PRESENTACIÓN: PAQUETE DE 10 (DIEZ) UNIDADES**. Remeras de mangas cortas con cuello polo de pique 100% algodón con logotipo bordado en frente y mangas según diseño proveído por la contratante de color a definir por la convocante, sin bolsillo, corte unisex. Tamaños según requerimiento del P al XXXG.

**ITEM 133:** BOLSA CONFECCIONADA EN TNT DE 80gr. DE 30X40 CON MANIJA, DIMENSIONES MINIMAS: 33 cm de base x 45 cm de alto y 10 cm de profundidad y manijas de 25 cm, con sublimado full color ambos lados. Color y diseño a definir por la SENATUR. (**PRESENTACIÓN: PAQUETE DE 1.000 (MIL) UNIDADES**).

**ITEM 134:** Bolígrafo con funda y semillas vegetales nativas ubicadas en un extremo dentro de una cápsula en la parte superior (PLANTABLES) fabricado de material biodegradable 100% personalizado con grabado laser/ecológico, papel reciclado en color natural, cuerpo cilíndrico, altura entre 15 - 17 cm. (**PRESENTACIÓN: PAQUETE DE 1.000 (MIL) UNIDADES**).

**ITEM 135:** Hoppie aluminio de 750 ml. personalizado, con diseño, imagen y/o texto, full color (alta resolución) Dimensión mínima: 25 cm de altura x 7 cm de diámetro. (**PRESENTACIÓN: PAQUETE DE 1.000 (MIL) UNIDADES**).

**ITEM 136:** Llaverito publicitario personalizado con código escaneable Spotify, material acrílico; medida mínima: 3 mm. de espesor, 5 cm. de largo y 1,5 cm. ancho y Tarjeta de presentación reciclado y ecológico; medida mínima: 6,5 cm x 7 cm., con diseño, imagen y/o texto, full color (alta resolución). (**PRESENTACIÓN: PAQUETE DE 1.000 (MIL) UNIDADES**).

**ITEM 137:** Abanico con pulsera de Karanday para mejor agarre personalizado, dimensión 40 x 20 cm.y tarjeta de cartulina reciclada en color natural con descripción de la artesanía. Diseño, imagen y/o texto, full color (alta resolución). (**PRESENTACIÓN: PAQUETE DE 1.000 (MIL) UNIDADES**).

### IMAGEN DE REFERENCIA

**ITEM 138:** Pulsera indígena, confeccionada manualmente con fibra de caraguatá, en presentación de Tarjeta de respaldo (7 x 8 cm.) de cartulina reciclada en color natural con descripción de la artesanía, con diseño, imagen y/o texto, full color (alta

resolución). (PRESENTACIÓN: PAQUETE DE 1.000 (MIL) UNIDADES).

**ITEM 139:** Gorra (Kepis) en tejido de algodón de textura gruesa (Tejido SARGA) bordado, con circunferencia entre 54 - 61 cm., visera curva (largo mínimo 8 cm.), ajustable: cierre magnético. Color a definir, diseño, imagen y/o texto, full color. (PRESENTACIÓN: PAQUETE DE 1.000 (MIL) UNIDADES).

**ITEM 140:** Taza blanca de cerámica sublimable personalizada con diseño, imagen o texto, full color (alta resolución) y manija cartón sublimable para taza. (PRESENTACIÓN: PAQUETE DE 1.000 (MIL) UNIDADES).

**ITEM 141:** Abridor con imán personalizado (chapa metálica), base trasera abrebotellas e imán y con impresión a todo color. Medidas: 6 cm. en adelante, con diseño, imagen o texto, full color (alta resolución). (PRESENTACIÓN: PAQUETE DE 1.000 (MIL) UNIDADES).

**ITEM 142: BLOC DE NOTAS** Tapa dura de cartón reciclado con troquelado. **Dimensiones mínimas:** Bloc 100 hojas anillado a una raya de 12 x 15 cm. 15 Notas Adhesivas 4,4 x 7,5 cm grandes y 75 Mini Notas Adhesivas 1,4 x 4,4 cm de colores. Bolígrafo cartón reciclado incluido.

**ITEM 143:** Guía de bolsillo "Artesanías del Paraguay" en su versión bilingüe

Ejemplar del Instituto Paraguayo de Artesanía que compila todas las técnicas y localidades que desarrollan artesanías en Paraguay, con ilustraciones, fotografías y ricas descripciones. (PRESENTACIÓN: PAQUETE DE 50 (CINCUENTA) UNIDADES).

### PRODUCCIÓN Y ALQUILER DE MATERIALES

**IMPORTANTE:** La empresa adjudicada deberá presentar un plan de trabajo y/o cronograma detallado para los ítems a utilizar en referencia a Producción y alquiler de materiales. Este plan y/o cronograma deberá ser aprobado por la Secretaría Nacional de Turismo (SENATUR) antes de proceder.

El método de comprobación será: Informe de la empresa adjudicada respecto al ITEM (Impacto), según especificaciones técnicas. (Ítem: 144 al 219)

Medios de verificación:

- Fotos y videos.

#### ITEM 144 AL 174

##### Alquiler de Equipos y mobiliario

- Counter
- Alfombra
- Entelado
- Mesa coctelera
- Sillas altas
- Sillas de plástico
- Sillas tipo auditorio
- Sillón tipo poltrona
- Mesa ratona
- Puff con estructura de madera y revestimiento símil cuero
- Mesas con mantel para salón de conferencias
- Mesas tablonas con mantel
- Mostrador modular de acero inoxidable
- Salones
- Toldos
- Escenario
- Notebook
- Equipos de amplificación de sonido
- Alquiler de generador eléctrico con capacidad para abastecer necesidades básicas de producción de evento.
- Horno eléctrico
- Pantallas LED
- Tótem táctil LCD
- TV LED
- Placa de vitrocerámica
- Reflectores móviles
- Instalación de tomas corrientes industriales según necesidad

Para la ejecución de estos ítems, es necesario coordinar una reunión previa con la empresa adjudicada para elaborar un cronograma de trabajo y organizar la entrega de los materiales al lugar designado por la convocante dentro del territorio nacional.

#### Consideraciones:

- Se debe prever el personal necesario para el montaje y desmontaje, incluyendo un chofer y transporte de ida y vuelta.
- Se requiere personal para asistencia técnica permanente y para atender otros requerimientos específicos de cada actividad.
- Los insumos deben estar en perfectas condiciones de limpieza y funcionalidad.

Las especificaciones técnicas detalladas de cada ítem están disponibles en la planilla adjunta.

**IMPORTANTE:** Si se requiere algún diseño gráfico, este se incluirá como parte del servicio de la Agencia Publicitaria descrito en el ítem 1.

#### **ITEM 175:** Alquiler de LANCHA

##### Descripción del Servicio:

Este servicio deberá estar diseñado para ofrecer paseos turísticos a través de distintos puntos de interés en el país, destacando la belleza y el potencial del turismo fluvial. Ideal para grupos que buscan explorar y promover nuevas rutas turísticas, disfrutando de un entorno cómodo y seguro.

##### Detalles:

- Cantidad de personas: 10 a 14 personas.
- Lugar de partida y finalización: según cronograma a realizar por la convocante.
- Como mínimo duración: 30 min a 2 horas.

##### El servicio deberá contemplar:

- Capitán para el manejo experto de la embarcación.
- Chalecos salvavidas para todos los pasajeros, garantizando la seguridad en todo momento.
- Permiso de navegación ROL expedido por la Prefectura General Naval, cumpliendo con todas las normativas de seguridad.
- Servicio de catering que incluye snacks y agua con/sin gas.
- Seguro contra todo riesgo, proporcionando la máxima protección y tranquilidad durante el recorrido.

##### Especificaciones de la Embarcación:

- Tipo: Embarcación PROA abierta tipo Deck board.
- Capacidad: Para 10 a 14 personas.
- Motor recomendado: 200 HP.
- Asientos: Tapizados para máxima comodidad.
- Luces de navegación: PROA y POPA para una visibilidad óptima.
- Bomba de achique: Con desagüe incorporado para mantener la embarcación libre de agua.
- Parabrisas: De acrílico, proporcionando protección y claridad.
- Escaleras rebatibles: 2 de acero inoxidable para fácil acceso.
- GPS: Posicionador satelital portátil para navegación precisa.
- Toldo y carpa: Cobertor para protección contra el sol y la lluvia.
- Equipo de sonido: Con parlantes incorporados y distribuidos dentro de la embarcación para una experiencia auditiva agradable.
- Mesa giratoria: Con base para comodidad durante el servicio.
- Trailer: Con molinete para el transporte de la embarcación.

#### **ITEM 176:** Alquiler de Barco Kuñatai

##### Alquiler del barco para paseos turísticos que incluyan:

- Como mínimo: 3 horas de paseo por el Río Paraguay y la Bahía de Asunción.
- Como mínimo: 2 horas de anclaje para logística general, ascenso y descenso de pasajeros
- Capacidad: Entre 60 y 100 pasajeros.

##### Servicios incluidos:

- Capitán profesional encargado de la navegación y manejo del barco.
- Chalecos salvavidas disponibles para todos los pasajeros, garantizando la seguridad en todo momento.
- Permiso de navegación ROL expedido por la Prefectura General Naval, asegurando que todas las normativas de seguridad estén cumplidas.
- Servicio de guiado turístico a bordo.
- Servicio de catering, con opciones de bebidas, snacks y otros a bordo.

- Seguro contra todo riesgo, proporcionando la máxima protección y tranquilidad durante el recorrido.

Punto de inicio: Desde el Club Puerto Sajonia.

Punto de descenso: Club Puerto Sajonia, Puerto de Asunción, Costanera de Asunción, Club Mbigua. (a definir por la convocante)

Servicio a realizarse según cronograma a realizar por la convocante.

#### **ITEM 177: Alquiler de bus panorámico (Open Bus)**

Bus panorámico (Open Bus- bus con asientos al aire libre) con capacidad para 54 pasajeros en la planta alta, ideal para recorridos turísticos por Asunción. La planta baja se podrá utilizar para guardar refrigerios y otros artículos, con itinerarios establecidos según las necesidades de la convocante.

El alquiler debe incluir un guía turístico profesional que proporcionará información detallada y enriquecedora sobre los principales puntos de interés de la ciudad. Este servicio está diseñado para turistas nacionales y extranjeros que deseen conocer Asunción desde una perspectiva única, disfrutando de una experiencia cómoda y panorámica.

Adicionalmente, el bus estará cubierto por un **seguro contra todo riesgo**, garantizando la máxima seguridad y tranquilidad durante el recorrido.

Servicio a realizarse según cronograma aprobado por la convocante.

#### **ITEM 178: Alquiler de bus panorámico.**

El alquiler de un bus panorámico para 22 personas estará destinado a ofrecer recorridos turísticos que brinden una experiencia única y cómoda para los participantes. Este servicio está diseñado para permitir una exploración óptima de los puntos de interés turístico, proporcionando una vista panorámica y cómoda durante el trayecto.

Características del Servicio:

- Comodidad y Vista: El bus panorámico estará equipado con ventanales amplios que permiten a los pasajeros disfrutar de vistas panorámicas sin obstáculos.
- Itinerario Establecido: El recorrido turístico debe ser previamente planificado y coordinado, incluyendo los puntos de interés a visitar y los tiempos de parada.
- Guía Turístico: Se incluirá un guía turístico que proporcione información detallada sobre los lugares visitados y enriquezca el recorrido.
- Seguro y Seguridad: El servicio de alquiler debe incluir seguro adecuado para todos los pasajeros y el cumplimiento de las normativas de seguridad vial para garantizar un viaje seguro y sin inconvenientes.

Se deberá coordinar una reunión previa con la empresa adjudicada para revisar el itinerario, los detalles logísticos y cualquier requerimiento específico del recorrido.

Servicio a realizarse según cronograma aprobado por la convocante.

#### **ITEM 179 al 185: Compra de Materiales y Equipos**

La adquisición de los siguientes bienes responde a la necesidad de contar con materiales adecuados para la realización de eventos y actividades promovidas por la SENATUR. Estos artículos están orientados a mejorar la presentación, funcionalidad y comodidad durante las actividades oficiales y eventos organizados por la entidad.

**Bienes a adquirir:**

- Atril acrílico: Para presentaciones y conferencias.
- Counter móvil: Para la recepción y atención de visitantes, ofreciendo una solución práctica y versátil para diversos eventos.
- Mesa plegable
- Puntero láser
- Silla alta
- Silla plegable con estructura de madera
- Sombrillas o parasoles con estructura de madera.

Es imprescindible coordinar una reunión previa con la empresa adjudicada para elaborar un cronograma detallado de trabajo. Esta reunión también servirá para coordinar la entrega de los bienes en el lugar designado para su uso por parte de la SENATUR, asegurando una logística eficiente y sin contratiempos.

Se deberá prever el personal necesario para el traslado seguro de los bienes hasta el punto que la SENATUR indique. La entrega debe realizarse en perfectas condiciones, garantizando que los artículos estén limpios y operativos.

Este proceso garantizará que los materiales y equipos adquiridos cumplan con los estándares de calidad requeridos y contribuyan eficazmente a la realización de eventos exitosos y bien organizados.

Las especificaciones técnicas detalladas de cada ítem se encuentran en la planilla adjunta, proporcionando información precisa sobre los requisitos y características necesarias para cada uno de los bienes mencionados.

**IMPORTANTE:** Considerar el KV de la campaña para el diseño gráfico de los bienes adquiridos, que serán propiedad de la SENATUR, se incluirá como parte del servicio de Agencia Publicitaria descrito en el ITEM 1, asegurando que todos los elementos visuales estén alineados con la identidad y objetivos de la campaña.

**Considerar el traslado hasta la central de la Senatur.**

#### **ITEM 186 al 193: Contratación de Servicios artísticos**

Descripción del Servicio:

Este servicio tiene como objetivo ofrecer una representación la cultura paraguaya, asegurando una experiencia memorable para todos los asistentes, busca ofrecer una experiencia auténtica y envolvente del Paraguay, destacando la riqueza de sus tradiciones y expresiones artísticas.

Requisitos del Servicio:

- Actuación: Mínimo de 60 minutos de representación artística y cultural.
- Artesano/Artesana: Para una experiencia vivencial que permita a los asistentes conocer y apreciar el proceso de creación artesanal típico del Paraguay.
- Pareja de bailarines: Que presentará coreografías representativas de la danza tradicional paraguaya. Deberá contar con una bailarina botellera.
- Elenco de danza folclórica: Grupo que ofrecerá una muestra de las danzas más emblemáticas del país. Deberá contar con bailarinas botelleras.
- Arpista, guitarrista, saxofonista y violinista: Músicos que interpretarán piezas representativas de la música paraguaya, enriqueciendo la experiencia cultural.
- Artistas de diferentes rubros: Según la necesidad específica de la convocante, para complementar el espectáculo con diversos talentos.
- Vestimenta: Todos los artistas deberán estar ataviados con trajes típicos del Paraguay, resaltando la identidad cultural durante la presentación.

Se debe coordinar con el equipo de producción de los artistas para asegurar todos los aspectos logísticos del evento. Esto incluye la planificación del traslado de los artistas y sus equipos al sitio de la presentación, el rider técnico necesario, y la preparación de un catering adecuado para el equipo artístico.

Es esencial coordinar una reunión previa con la empresa adjudicada para la presentación detallada de la propuesta artística. Esta reunión servirá para ajustar la propuesta a los requerimientos específicos del evento y asegurar que todos los detalles sean aprobados por la SENATUR.

La propuesta artística deberá ser revisada y aprobada por SENATUR antes de la confirmación final del servicio. Esto garantizará que la representación cumpla con los estándares esperados y se ajuste a las necesidades del evento.

**ITEM 194 - 195:** Contratación de una banda musical nacional de prestigio moderado, Contratación de una banda musical nacional de alto prestigio

La contratación de bandas musicales nacionales busca enriquecer los eventos con actuaciones de alto calibre, que puedan capturar la esencia cultural y ofrecer una experiencia musical memorable. Se contemplan dos categorías de bandas: de prestigio moderado y de alto prestigio.

Categorías de Bandas:

- De Alto Prestigio: bandas que han alcanzado un estatus destacado en la industria musical gracias a su innovación, impacto cultural y reconocimiento tanto crítico como comercial. Reputación establecida, amplia trayectoria, y una presencia significativa en los medios y en el mercado musical. Ej: Tierra Adentro, etc.
- De Prestigio Moderado: bandas con sólida reputación y un nivel notable de éxito en la industria musical. Aunque su prestigio puede estar en ascenso, su impacto es considerable en su género o en círculos musicales específicos. Buenas referencias, creciente reconocimiento y una influencia notable en su ámbito. Ej: NestorLo y los caminantes, etc.

Requisitos del Servicio:

Gestión de Producción:

- Coordinación con el equipo de producción de las bandas para asegurar la logística del evento.
- Organización del transporte de los artistas y sus equipos hasta el lugar de la presentación.
- Rider Técnico: Cumplimiento de las especificaciones técnicas requeridas por las bandas para garantizar una actuación óptima.
- Operador Técnico: Disponibilidad de personal técnico especializado para el montaje y supervisión durante el

evento.

- Catering: Provisión de alimentos y bebidas para el equipo artístico, asegurando su comodidad y satisfacción.

Se deberá coordinar una reunión con la empresa adjudicada para revisar y presentar la propuesta artística. Esta reunión es crucial para ajustar la propuesta a los requerimientos específicos del evento y asegurar que se cumplan las expectativas de la convocante.

La propuesta final debe ser aprobada por SENATUR para confirmar la contratación y garantizar que se alineen con los objetivos del evento y los estándares requeridos.

Este enfoque garantizará que se seleccione la banda adecuada para el evento, ofreciendo una actuación de alta calidad que enriquezca la experiencia de los asistentes y resalte el valor cultural del país.

#### **ITEM 196: Contratación de servicio de coffe break**

El servicio de coffee break está diseñado para ofrecer a los participantes una experiencia continua y de alta calidad durante los eventos. Este servicio debe estar disponible desde el inicio hasta la culminación del evento, garantizando una provisión constante y adecuada de bebidas y bocadillos.

Requisitos del Servicio:

- El servicio debe estar disponible a lo largo de toda la duración del evento, asegurando que los participantes tengan acceso continuo a los productos ofrecidos.
- El servicio debe incluir la oferta y reposición de los siguientes ítems: bebidas: Café, cocido, té, leche, azúcar y edulcorante. Comestibles: Chipitas, bocaditos dulces y salados, así como agua mineral con y sin gas.
- Todos los productos deben estar dispuestos en una mesa acondicionada, accesible y bien organizada para los participantes.
- Vajillería Completa: Incluye tazas, platos, cubiertos, y todo lo necesario para la presentación y el consumo de los alimentos y bebidas.
- Mesas y Mantelería: Las mesas deben estar decoradas con mantelería de colores a elección de la convocante, proporcionando una apariencia elegante y acorde con el evento.
- Servicio de Mozo: Debe incluir el servicio de mozo para atender a los participantes, asegurando que la mesa se mantenga ordenada y los productos siempre estén disponibles.
- Reposición y Mantenimiento: El proveedor debe garantizar la reposición continua de los productos y el mantenimiento de la mesa durante el evento para asegurar que se cumplan los estándares de calidad y satisfacción de los participantes.

El proveedor adjudicado deberá presentar una carta de opciones detallada a la convocante. Esta carta debe incluir una variedad de productos y opciones para elegir, adaptadas al horario del evento y a sus características específicas. La selección final debe ser acordada en función de las necesidades y preferencias del evento.

#### **ITEM 197 al 199: Instalación de cartel. Cambio de lona vinílica. Mantenimiento o cambio de estructuras.**

La instalación del cartel y/o cambio de lona incluye la colocación de una lona vinílica frontlight sobre una estructura de soporte robusta. El cartel se debe tratar con barniz UV para protegerlo de los daños solares y se imprimirá con tinta específica para exteriores para garantizar su durabilidad y visibilidad. Este proceso asegura un cartel de alta calidad, resistente a las condiciones exteriores y con un impacto visual fuerte y duradero.

El cambio de lona vinílica y mantenimiento o cambio de estructuras se ejecutará según el estado de los mismos y necesidad de la convocante.

Este ITEM abarca la actualización de la imagen institucional en los diferentes puntos de presencia de la SENATUR entre otras necesidades de la convocante.

**IMPORTANTE:** Se deberá considerar el KV de la campaña para el diseño gráfico de los carteles y este se incluirá como parte del Servicio de Agencia Publicitaria descrito en el ITEM 1.

#### **ITEM 200 AL 205: Producción de letras corpóreas.**

Producción de letras corpóreas en formato tridimensional para señalización o decoración en los espacios definidos por la convocante. Las letras serán cortadas y moldeadas conforme al diseño especificado, utilizando materiales de alta durabilidad. Cada letra será ensamblada y montada sobre un sistema autoportante, fijada de manera segura en el lugar determinado. Además, se incorporarán luces LED de fondo para realzar la visibilidad, junto con un transformador controlador y una fotocélula para el encendido y apagado automático. La instalación incluirá el cableado y la conexión eléctrica necesarios. Este tipo de señalización está diseñado para maximizar el impacto estético y la visibilidad en el entorno. Se debe prever el traslado y colocación en destino.

La producción estará sujeta a aprobación de la SENATUR.

**IMPORTANTE:** Se deberá considerar el KV de la campaña para el diseño gráfico de las letras corpóreas y este se incluirá como parte del Servicio de Agencia Publicitaria descrito en el ITEM 1.

**ITEM 206 AL 209:** Producción de pórtico con estructura de base metálica y gráfica en cartón reciclado, señalética, mesas y sillas de cartón.

La producción de un pórtico con estructura de base metálica y gráfica en cartón reciclado combina funcionalidad y sostenibilidad. La estructura metálica proporciona estabilidad y soporte duradero, mientras que la gráfica en cartón reciclado ofrece una solución ecológica y versátil, al igual que para la señalética. Además, se incluyen mesas y sillas fabricadas también en cartón reciclado, diseñadas para ser ligeras y fáciles de montar, sin comprometer la resistencia. Este enfoque no solo destaca por su respeto al medio ambiente, sino que también ofrece una opción estética e innovadora para la decoración y el mobiliario en eventos o espacios de exposición.

**IMPORTANTE:** Se deberá considerar el KV de la campaña para el diseño gráfico de las letras corpóreas y este se incluirá como parte del Servicio de Agencia Publicitaria descrito en el ITEM 1.

**ITEM 210: Producción de señalética turística**

Estas señales se colocarán al llegar al recurso o atractivo turístico. De ser necesario se colocarán a lo largo del recorrido para indicar que el visitante aún se encuentra dentro del recurso en una distancia no menor a 15 km entre señal y señal. Aplica su utilización a todas las regiones turísticas o departamentos en los que se desee localizar el recurso turístico.

El tamaño de la señal se definirá según un estudio técnico, considerando el tamaño de la letra y del pictograma.

**Materialidad:**

- **Estructura y Bases:** Perfiles de chapa galvanizada de 2 mm, empotrados en hormigón.
- **Soporte de la Gráfica:** Placas de acero galvanizado de 3 mm con refuerzos y uniones mediante bulones galvanizados.
- **Gráfica:** Láminas adhesivas reflectivas prismáticas, con pinturas opacas en el reverso para evitar reflejos.

Se debe prever el traslado y colocación en destino.

**ITEM 211 al 214:** Producción de backpodium impreso en tela vinílica con estructura metálica, bandera publicitaria, banner roll up y backpodium portátil. Estructura 3,4x2,3 Mts, 5 paneles con impresión full color, 2 luces reflectoras, 1 caja para su traslado y panel para counter.

Este conjunto integral maximiza el impacto visual y la visibilidad de nuestro destino turístico en diferentes entornos.

Los backpodium deberán ser full color deberá presentar gráficos en tela vinílica, destacando las maravillas naturales y culturales de Paraguay. La bandera publicitaria complementa el diseño, proporcionando visibilidad adicional en exteriores y atrayendo la atención de los visitantes. El banner roll up, fácil de transportar y montar, refuerza el mensaje turístico en diversos espacios, asegurando una presencia constante y llamativa en ferias, exposiciones y eventos promocionales.

**IMPORTANTE:** Se deberá considerar el KV de la campaña para el diseño gráfico de los materiales y este se incluirá como parte del Servicio de Agencia Publicitaria descrito en el ITEM 1. Se debe prever el traslado y colocación en destino.

**ITEM 215:** Producción de iglú inflable publicitario

La producción de un iglú inflable publicitario con iluminación incorporada que ofrecerá una solución llamativa y funcional para eventos y campañas promocionales. Deberá ser fabricado en material resistente, asegurando su durabilidad y estabilidad, incluso en condiciones exteriores adversas.

La iluminación integrada destaca el iglú durante el día y la noche, creando un atractivo visual impactante que atrae la atención de los visitantes. Equipado con un motor eficiente, el iglú se deberá inflar rápidamente y mantener su forma con facilidad. Este elemento publicitario no solo proporciona un espacio distintivo para interactuar con el público, sino que también amplifica la visibilidad.

**IMPORTANTE:** Se deberá considerar el KV de la campaña para el diseño gráfico y este se incluirá como parte del Servicio de Agencia Publicitaria descrito en el ITEM 1. Se debe prever el traslado y colocación en destino.

**ITEM 216:** Producción de señalética: en material de acrílico, color blanco, 3 mm. de espesor con adhesivos vinilo en colores según diseño

Para la identificación y orientación en diversos entornos. Las señales deberán estar fabricadas en acrílico de alta calidad, con una superficie lisa y resistente a impactos. El diseño gráfico se deberá aplicar mediante adhesivos vinílicos en colores personalizados, asegurando una alta visibilidad y legibilidad.

**IMPORTANTE:** Se deberá considerar el KV de la campaña para el diseño gráfico y este se incluirá como parte del Servicio de Agencia Publicitaria descrito en el ITEM 1.

**ITEM 217:** Producción de stand portátil itinerante con backing y soporte para TV.

Este stand incluye un backing que deberá proporcionar una superficie visual atractiva y personalizable según diseño propuesto por la empresa adjudicada. Equipado con un soporte ajustable para TV que permita la visualización de materiales audiovisuales, mejorando la interacción con el público. Debe ser de fácil transporte y montaje en diferentes ubicaciones, pero mantener una estructura robusta, estable y duradera. Este stand permitirá una presencia impactante y

adaptable en eventos.

**IMPORTANTE:** Se deberá considerar el KV de la campaña para el diseño gráfico y este se incluirá como parte del Servicio de Agencia Publicitaria descrito en el ITEM 1.

**ITEM 218:** Producción y montaje de espacio temático: el espacio debe considerar generar experiencias instagrameables en 360°, producción, contenido e imagen. La propuesta debe ir acompañada de un plan técnico detallado que incluya la producción, ejecución y soporte necesarios para su implementación.

Diseñado para ofrecer una experiencia inmersiva e instagrameable en 360°. Este espacio debe ser cuidadosamente creado para maximizar la interacción y el atractivo visual, integrando elementos de producción, contenido e imagen que capturen la atención de los visitantes y generen momentos dignos de compartir en redes sociales.

La propuesta incluirá un plan técnico detallado que abarque todos los aspectos de la producción y el soporte continuo necesario para garantizar una implementación exitosa. Este enfoque integral asegura que cada detalle contribuya a una experiencia cohesiva y memorable, optimizando la participación y el impacto en el público.

Realizar una propuesta de activación 100% tecnológica, innovadora y experiencial, en donde suceda algo relacionado al concepto creativo propuesto y aprobado.

**IMPORTANTE:** Se deberá considerar el KV de la campaña para el diseño gráfico y este se incluirá como parte del Servicio de Agencia Publicitaria descrito en el ITEM 1.

**ITEM 219:** Informe ROI

Se deberá presentar un análisis detallado del retorno de inversión logrado de forma anual. Este informe evaluará los resultados de todas las acciones ejecutadas, tanto online y offline. Deberá detallar los costos incurridos y los beneficios logrados, proporcionando una visión clara de la efectividad y eficiencia de la inversión.

Es crucial que el informe refleje cómo cada componente de la campaña contribuyó al objetivo general y se ajustará a las directrices del Plan Maestro de Desarrollo Sostenible del Sector Turístico del Paraguay 2023 2030. Este análisis permitirá evaluar la eficacia de la campaña y guiar futuras estrategias publicitarias.

El método de comprobación será: Informe de la empresa adjudicada respecto al ITEM, según especificaciones técnicas.

---

## De las MIPYMES

Para los procedimientos de Menor Cuantía, este tipo de procedimiento de contratación estará preferentemente reservado a las MIPYMES, de conformidad al artículo 34 inc b) de la Ley N° 7021/22 "De Suministro y Contrataciones Públicas". Son consideradas Mipymes las unidades económicas que, según la dimensión en que organicen el trabajo y el capital, se encuentren dentro de las categorías establecidas en el Artículo 5° de la Ley N° 4457/2012 "PARA LAS MICRO, PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS", y se ocupen del trabajo artesanal, industrial, agroindustrial, agropecuario, forestal, comercial o de servicio

---

## Plan de prestación de los servicios

La prestación de los servicios se realizará de acuerdo con el plan de prestación, indicados en el presente apartado. Así mismo, de los documentos de embarque y otros que deberá suministrar el proveedor indicados a continuación:

La prestación de los servicios mensuales se realizará conforme a la indicación de la orden de servicio, por un mes de trabajo de la agencia; y para cada pedido de provision por unidad establecido entre los items del PBC, se emitirá una orden diferente a la orden mensual con la que se computa la prestación por el servicio de agencia propiamente.

Todos los servicios solicitados en las especificaciones técnicas deberán estar plenamente disponibles, para la Contratante

a partir de la suscripción del Contrato y recepcionada la respectiva Orden de Servicio.

---

## Planos y diseños

Para la presente contratación se pone a disposición los siguientes planos o diseños:

Forma parte del PBC, las imágenes de referencia correspondiente a los materiales de soporte para la promoción. El archivo deberá ser descargado del SICP.

---

## Embalajes y documentos

El embalaje, la identificación y la documentación dentro y fuera de los paquetes serán como se indican a continuación:

No Aplica

---

## Inspecciones y pruebas

Las inspecciones y pruebas serán como se indica a continuación:

No Aplica

## Indicadores de Cumplimiento

El documento requerido para acreditar el cumplimiento contractual, será:

INDICADOR	TIPO	FECHA DE PRESENTACIÓN PREVISTA ( <i>Se indica la fecha que debe presentar según el PBC</i> )
<i>Orden de Servicio por mes en relación al servicio de agencia</i>	<i>Informe por cada orden de servicio suscripta por el área requerente y puesta a consideración del administrador del contrato</i>	<i>A los 30 días hábiles posteriores a la prestación del servicio.</i>
<i>Orden de Servicio por cada ítem requerido conforme a las especificaciones técnicas (diferente a la orden mensual)</i>	<i>Informe por cada orden de servicio suscripta por el área requerente y puesta a consideración del administrador del contrato</i>	<i>A los 30 días hábiles posteriores a la prestación del servicio.</i>

De manera a establecer indicadores de cumplimiento, a través del sistema de seguimiento de contratos, la convocante deberá determinar el tipo de documento que acredite el efectivo cumplimiento de la ejecución del contrato, así como planificar la cantidad de indicadores que deberán ser presentados durante la ejecución. Por lo tanto, la convocante en este apartado y de acuerdo al tipo de contratación de que se trate, deberá indicar el documento a ser comunicado a través del módulo de Seguimiento de Contratos y la cantidad de los mismos.

# CONDICIONES CONTRACTUALES

Esta sección constituye las condiciones contractuales a ser adoptadas por las partes para la ejecución del contrato.

## Interpretación

1. Si el contexto así lo requiere, el singular significa el plural y viceversa; y "día" significa día calendario, salvo que se haya indicado expresamente que se trata de días hábiles.
2. Condiciones prohibidas, inválidas o inejecutables. Si cualquier provisión o condición del contrato es prohibida o resultase inválida o inejecutable, dicha prohibición, invalidez o falta de ejecución no afectará la validez o el cumplimiento de las otras provisiones o condiciones del contrato.
3. Limitación de Dispensas:
  - a) Toda dispensa a los derechos o facultades de una de las partes en virtud del contrato, deberá ser documentada por escrito, indicar la fecha, estar firmada por un representante autorizado de la parte que otorga dicha dispensa, deberá especificar la obligación dispensada y el alcance de la dispensa.
  - b) Sujeto a lo indicado en el inciso precedente, ningún retraso, prórroga, demora o aprobación por cualquiera de las partes al hacer cumplir algún término y condición del contrato o el otorgar prórrogas por una de las partes a la otra, perjudicará, afectará o limitará los derechos de esa parte en virtud del contrato. Asimismo, ninguna prórroga concedida por cualquiera de las partes por un incumplimiento del contrato, servirá de dispensa para incumplimientos posteriores o continuos del contrato.

## Formalización de la contratación

Se formalizará esta contratación mediante:

Contrato

## Documentación requerida para la firma del contrato

Luego de la notificación de adjudicación, el proveedor deberá presentar en el plazo establecido en las reglamentaciones vigentes, los documentos indicados en el presente apartado.

### 1. Personas Físicas / Jurídicas

- Certificado de no encontrarse en quiebra o en convocatoria de acreedores expedido por la Dirección General de Registros Públicos;
- Certificado de no hallarse en interdicción judicial expedido por la Dirección General de Registros Públicos; Constancia de no adeudar aporte obrero patronal expedida por el Instituto de Previsión Social.
- Certificado laboral vigente expedido por la Dirección de Obrero Patronal dependiente del Viceministerio de Trabajo,

- siempre que el sujeto esté obligado a contar con el mismo, de conformidad a la reglamentación pertinente - CPS
- En el caso que suscriba el contrato otra persona en su representación, acompañar poder suficiente del apoderado para asumir todas las obligaciones emergentes del contrato hasta su terminación.
  - Certificado de cumplimiento tributario vigente a la firma del contrato.

1.1. La presentación de los certificados emitidos por las autoridades competentes para cada caso en particular, en el marco de los supuestos del Art. 21 de la Ley N° 7021/22.

## 2. Documentos. Consorcios

- Cada integrante del Consorcio que sea una persona física o jurídica deberá presentar los documentos requeridos para oferentes individuales especificados en los apartados precedentes.
- Original o fotocopia del Consorcio constituido
- Documentos que acrediten las facultades del firmante del contrato para comprometer solidariamente al consorcio.
- En el caso que suscriba el contrato otra persona en su representación, acompañar poder suficiente del apoderado para asumir todas las obligaciones emergentes del contrato hasta su terminación.

La convocante deberá requerir la presentación de los certificados, de conformidad al numeral 1.1, al oferente que resultare adjudicado, con anterioridad a la firma del contrato. Si el oferente no presentare dichos certificados o realizare una declaración jurada falsa, la adjudicación será revocada, la garantía de mantenimiento de oferta será ejecutada y los antecedentes serán remitidos a la Dirección Nacional de Contrataciones Públicas.

## **Subcontratación**

El porcentaje permitido para la subcontratación será de:

No Aplica

La subcontratación del contrato deberá ser realizada conforme a las disposiciones contenidas en la Ley, el Decreto Reglamentario y la reglamentación que emita para el efecto la DNCP.

## **Derechos Intelectuales**

1. Los derechos de propiedad intelectual de todos los planos, documentos y otros materiales conteniendo datos e información proporcionada a la contratante por el proveedor, seguirán siendo, salvo prueba en contrario, de propiedad del proveedor. Si esta información fue suministrada a la contratante directamente o a través del proveedor por terceros, incluyendo proveedores de materiales, los derechos de propiedad intelectual de dichos materiales seguirán siendo de propiedad de dichos terceros.

2. Sujeto al cumplimiento por parte de la contratante del párrafo siguiente, el proveedor indemnizará y liberará de toda responsabilidad a la contratante, sus empleados y funcionarios en caso de pleitos, acciones o procedimientos administrativos, reclamaciones, demandas, pérdidas, daños, costos y gastos de cualquier naturaleza, incluyendo gastos y honorarios por representación legal, que la contratante tenga que incurrir como resultado de la transgresión o supuesta transgresión de derechos de propiedad intelectual como patentes, dibujos y modelos industriales registrados, marcas registradas, derechos de autor u otro derecho de propiedad intelectual registrado o ya existente en la fecha del contrato debido a:

- a. La instalación de los bienes por el proveedor o el uso de los bienes en la República del Paraguay; y

b. La venta de los productos producidos por los bienes en cualquier país.

Dicha indemnización no procederá si los bienes o una parte de ellos fuesen utilizados para fines no previstos en el contrato o para fines que no pudieran inferirse razonablemente del contrato. La indemnización tampoco cubrirá cualquier transgresión que resultará del uso de los bienes o parte de ellos, o de cualquier producto producido como resultado de asociación o combinación con otro equipo, planta o materiales no suministrados por el proveedor en virtud del contrato.

3. Si se entablara un proceso legal o una demanda contra la contratante como resultado de alguna de las situaciones indicadas en la cláusula anterior, la contratante notificará prontamente al proveedor y éste por su propia cuenta y en nombre de la contratante responderá a dicho proceso o demanda, y realizará las negociaciones necesarias para llegar a un acuerdo de dicho proceso o demanda.

4. Si el proveedor no notifica a la contratante dentro de treinta (30) días a partir del recibo de dicha comunicación de su intención de proceder con tales procesos o reclamos, la contratante tendrá derecho a emprender dichas acciones en su propio nombre.

5. La contratante se compromete, a solicitud del proveedor, a prestarle toda la asistencia posible para que el proveedor pueda contestar las citadas acciones legales o reclamaciones. La contratante será reembolsada por el proveedor por todos los gastos razonables en que hubiera incurrido.

6. La contratante deberá indemnizar y eximir de culpa al proveedor y a sus empleados, funcionarios y subcontratistas, por cualquier litigio, acción legal o procedimiento administrativo, reclamo, demanda, pérdida, daño, costo y gasto, de cualquier naturaleza, incluyendo honorarios y gastos de abogado, que pudieran afectar al proveedor como resultado de cualquier transgresión o supuesta transgresión de patentes, modelos de aparatos, diseños registrados, marcas registradas, derechos de autor, o cualquier otro derecho de propiedad intelectual registrado o ya existente a la fecha del contrato, que pudieran suscitarse con motivo de cualquier diseño, datos, planos, especificaciones, u otros documentos o materiales que hubieran sido suministrados o diseñados por la contratante o a nombre suyo.

## **Transporte**

La responsabilidad por el transporte de los bienes será según se establece en los Incoterms.

Si no está de acuerdo con los Incoterms, la responsabilidad por el transporte deberá ser como sigue:

No Aplica

## **Confidencialidad de la información**

1. No deberá darse a conocer información alguna acerca del análisis, aclaración y evaluación de las ofertas, mientras dure el mismo de conformidad con el artículo N° 52 de la Ley N° 7021/22 "De Suministro y Contrataciones Públicas", ni sobre las recomendaciones relativas a la adjudicación, después de la apertura en público de las ofertas, a los oferentes ni a personas no involucradas en el proceso de evaluación, hasta que haya sido dictada la resolución de adjudicación cuando se trate de un solo sobre. En las respuestas a las solicitudes de aclaración, los oferentes deberán indicar si la información suministrada es de carácter reservado, debiendo precisar la norma legal que la establece como secreta o de carácter reservado, de conformidad a lo estipulado en la Ley N° 5282/14 "DE LIBRE ACCESO CIUDADANO A LA INFORMACIÓN PÚBLICA Y TRANSPARENCIA GUBERNAMENTAL". Cuando se trate de dos sobres, la confidencialidad de la primera etapa será hasta la emisión del acto administrativo de selección de ofertas técnicas, reanudándose la confidencialidad después de la apertura en público de las ofertas económicas hasta la emisión de la resolución de adjudicación.

2. La contratante y el proveedor deberán mantener confidencialidad y en ningún momento divulgarán a terceros, sin el consentimiento de la otra parte, documentos, datos u otra información que hubiera sido directa o indirectamente proporcionada por la otra parte en conexión con el contrato, antes, durante o después de la ejecución del mismo. No obstante, el proveedor podrá proporcionar a sus subcontratistas los documentos, datos e información recibidos de la

contratante para que puedan cumplir con su trabajo en virtud del contrato. En tal caso, el proveedor obtendrá de dichos subcontratistas un compromiso de confidencialidad similar al requerido al proveedor en la presente cláusula.

3. La contratante no utilizará dichos documentos, datos u otra información recibida del proveedor para ningún uso que no esté relacionado con el contrato. Así mismo el proveedor no utilizará los documentos, datos u otra información recibida de la contratante para ningún otro propósito diferente al de la ejecución del contrato.

4. La obligación de las partes arriba mencionadas, no aplicará a la información que:

- a. La contratante o el proveedor requieran compartir con otras instituciones que participan en el financiamiento del contrato,
- b. Actualmente o en el futuro se hace de dominio público sin culpa de ninguna de las partes,
- c. Puede comprobarse que estaba en posesión de esa parte en el momento que fue divulgada y no fue previamente obtenida directa o indirectamente de la otra parte, o
- d. Que de otra manera fue legalmente puesta a la disponibilidad de esa parte por un tercero que no tenía obligación de confidencialidad.

5. Las disposiciones precedentes no modificarán de ninguna manera ningún compromiso de confidencialidad otorgado por cualquiera de las partes a quien esto compete antes de la fecha del contrato con respecto a los suministros o cualquier parte de ellos.

6. Las disposiciones de esta cláusula permanecerán válidas después del cumplimiento o terminación del contrato por cualquier razón.

## **Obligatoriedad de declarar información del personal del proveedor o contratista en el SICP**

1. El proveedor deberá proporcionar los datos de identificación de sus subproveedores, así como de las personas físicas por medio de las cuales propone cumplir con las obligaciones del contrato, dentro de los treinta días posteriores a la obtención del código de contratación, y con anterioridad al primer pago que vaya a percibir en el marco de dicho contrato, con las especificaciones respecto a cada una de ellas. A ese respecto, el contratista deberá consignar dichos datos en el Formulario de Identificación del Personal (FIP) y en el Formulario de Identificación de Servicios Personales (FIS), a través del Registro del Proveedor del Estado.

2. Cuando ocurra algún cambio en la nómina del personal o de los subcontratistas propuestos, el proveedor o contratista está obligado a actualizar el FIP.

3. Como requerimiento para efectuar los pagos a los proveedores o contratistas, la contratante, a través del procedimiento establecido para el efecto por la entidad previsional, verificará que el proveedor o contratista se encuentre al día en el cumplimiento con sus obligaciones para con el Instituto de Previsión Social (IPS).

4. La contratante podrá realizar las diligencias que considere necesarias para verificar que la totalidad de las personas que prestan servicios personales en relación de dependencia para la contratista y eventuales subcontratistas se encuentren debidamente individualizados en los listados recibidos.

5. El proveedor o contratista deberá permitir y facilitar los controles de cumplimiento de sus obligaciones de aporte obrero patronal, tanto los que fueran realizados por la contratante como los realizados por el IPS, y por funcionarios de la DNCP. La negativa expresa o tácita se considerará incumplimiento del contrato por causa imputable al proveedor o contratista.

6. En caso de detectarse que el proveedor o contratista o alguno de los subcontratistas, no se encontraran al día con el cumplimiento de sus obligaciones para con el IPS, deberán ser emplazados por la contratante para que en diez (10) días hábiles cumplan con sus obligaciones pendientes con la previsional. En el caso de que no lo hiciera, se considerará incumplimiento del contrato por causa imputable al proveedor o contratista.

## **Porcentaje de Garantía de Fiel Cumplimiento de Contrato**

El Porcentaje de Garantía de Fiel Cumplimiento de Contrato es de:

10,00 %

El proveedor debe presentar esta garantía dentro de los 10 días corridos siguientes a la fecha de suscripción del contrato.

---

## **Forma de Instrumentación de Garantía de Fiel Cumplimiento de Contrato**

La garantía adoptará alguna de las siguientes formas: Garantía bancaria o Póliza de Seguros.

---

## **Periodo de validez de la Garantía de Cumplimiento de Contrato**

El plazo de vigencia de la Garantía de Fiel Cumplimiento de Contrato será de:

por lo menos 30 (treinta) días posteriores al plazo de vigencia del contrato.

Si la entrega de los bienes o la prestación de los servicios, se realizare en un plazo menor o igual a diez (10) días calendario posteriores a la firma del contrato, la garantía de fiel cumplimiento deberá ser entregada antes del cumplimiento de la prestación.

Una vez cumplidas las obligaciones por parte del proveedor o contratista, la Garantía de Fiel Cumplimiento de Contrato podrá ser liberada y devuelta al proveedor, a requerimiento de parte, dentro de los treinta (30) días contados a partir de la fecha de cumplimiento de las obligaciones, incluyendo cualquier obligación relativa a la garantía de los bienes y/o servicios.

---

## **Formas y condiciones de pago**

El adjudicado para solicitar el pago de las obligaciones deberá presentar la solicitud acompañada de los siguientes documentos:

1. Documentos Genéricos:

1. Nota de remisión u orden de prestación de servicios según el objeto de la contratación;
2. La factura de pago, con timbrado vigente, la cual deberán expresar claramente por separado el Impuesto al Valor Agregado (IVA) de conformidad con las disposiciones tributarias aplicables. En ningún caso el valor total facturado podrá exceder el valor adjudicado o las adendas aprobadas;
3. REPSE (registro de prestadores de servicios) todos los que son prestadores de servicios;
4. Certificado de Cumplimiento Tributario;
5. Constancia de Cumplimiento con la Seguridad Social;
6. Formulario de Identificación de Servicios Personales (FIS).

Otras formas y condiciones de pago al proveedor en virtud del contrato serán las siguientes:

El pago del servicio se hará en guaraníes, a plazos, conforme a las notas de conformidad suscripta por el área requirente, por cada orden de servicio generada y remitida al oferente adjudicado. El pago se realizará con fondos previstos en el Presupuesto General de Gasto de la Nación correspondiente al Ejercicio 2024, dentro de los 60 (Sesenta) días calendario de presentadas todas las documentaciones requeridas.

En relación a los ejercicios 2025 y 2026, la validez o continuidad de la contratación quedará supeditada a la aprobación del Presupuesto de Gastos de la Nación correspondiente a cada ejercicio y la disponibilidad de créditos presupuestarios aprobados y asignados al Plan Financiero correspondiente.

Este plazo será suspendido automáticamente cuando el servicio no se ajuste a lo estipulado en las Especificaciones técnicas del Pliego de Bases y Condiciones, y requiera por lo tanto de la adecuación correspondiente por parte del proveedor. Asimismo, se suspenderán los plazos, cuando la documentación de respaldo no se ajuste a lo estipulado al contrato, contenta errores imputables al proveedor o no se ajusten a las disposiciones tributarias vigentes.

El valor del porcentaje de multas que se aplicará por atraso en la prestación de los servicios será de 0,5%, las multas serán aplicadas por cada día corrido de atraso.

Conforme a la Circular DGAF N° 05/23, se encuentra habilitada la mesa de entrada para proveedores (MEP), en la Dirección de Administración, en cumplimiento a o dispuesto en la Resolución N° 190/2023.

La misma esta habilitada en el 2do piso en la Oficina de la Dirección Administrativa, con un horario de atención para consulta y entrega de documentaciones para recepción de lunes a viernes de 07:00 a 12:00 hs.

2. La Contratante efectuará los pagos, dentro del plazo establecido en este apartado, sin exceder sesenta (60) días después de la presentación de una factura por el proveedor, y después de que la contratante la haya aceptado. Dicha aceptación o rechazo, deberá darse a más tardar en quince (15) días posteriores a su presentación.

3. De conformidad a las disposiciones del Decreto N° 7781/2006, del 30 de Junio de 2006 y modificatoria, en las contrataciones con Organismos de la Administración Central, el proveedor deberá habilitar su respectiva cuenta corriente o caja de ahorro en un Banco de plaza y comunicar a la Contratante para que ésta gestione ante la Dirección General del Tesoro Público, la habilitación en el Sistema de Tesorería (SITE).

## **Solicitud de suspensión de la ejecución del contrato**

Si la mora en el pago por parte de la contratante fuere superior a sesenta (60) días, el proveedor, consultor o contratista, tendrá derecho a solicitar por escrito la suspensión de la ejecución del contrato por causas imputables a la contratante.

La solicitud deberá ser respondida por la contratante dentro de los 10 (diez) días hábiles de haber recibido por escrito el requerimiento. Pasado dicho plazo sin respuesta se considerará denegado el pedido, con lo que se agota la instancia administrativa quedando expedita la vía contencioso administrativa.

Si la demora en el pago fuese superior a ciento veinte (120) días calendario, el proveedor, consultor o contratista podrá proceder a la suspensión del cumplimiento del contrato, debiendo comunicar a la contratante con un mes de antelación tal circunstancia, a efectos del reconocimiento de los derechos que puedan derivarse de dicha suspensión, en los términos establecidos en la Ley. En este supuesto, el pago total de lo adeudado por la contratante determinará la continuidad del cumplimiento del contrato.

## **Anticipo MIPYMES**

Se otorgará Anticipo MIPYMES:

No Aplica

---

## **Solicitud de Pago de Anticipo**

El plazo dentro del cual se solicitará el anticipo será (en días corridos) de:

No Aplica

---

## **Forma de Instrumentación de Garantía de anticipo**

Indicar en este apartado la forma de instrumentar la garantía de anticipo.

No Aplica

---

## **Reajuste**

El precio del contrato estará sujeto a reajustes. La fórmula y el procedimiento para el reajuste serán los siguientes:

Siempre y cuando el IPC, publicado por el BCP, haya sufrido una variación igual o mayor al quince por ciento (15 %) con relación al vigente a la fecha de apertura de ofertas, conforme a la siguiente fórmula:  $A = P \times I.I.B.C.P.$  A=Precio ajustado de los bienes y/o servicios conexos facturados. P=Precio facturado de los bienes y/o servicios conexos ofertados. I.I.B.C.P=Índice de Inflación emitido por el Banco Central del Paraguay. El reajuste solo será aplicado a solicitud del proveedor, que deberá ser presentado por escrito a la Dirección de Administración de la Secretaría Nacional de Turismo (SENATUR), y se dará curso si la contratante cuenta con suficiente disponibilidad presupuestaria, y verifica que se hallan dadas las condiciones para otorgarse el reajuste. La solicitud debe realizarse dentro del mes siguiente al cual se produjeron las variaciones, bajo pena de no poder solicitarlo posteriormente, y será aplicado sobre el saldo contractual no ejecutado o sobre los servicios pendientes a ser realizados, posteriores al mes en el cual se produjeron las variaciones. No se reconocerá reajuste de precios si el servicio se encuentra atrasado respecto al plan de entregas aprobado.

La variación del valor del contrato por reajuste de precios, no constituye modificación del contrato en los términos de la Ley N° 7021/22 "De Suministro y Contrataciones Públicas", sin embargo, deberá contar con un Código de Contratación, para cuya obtención se deberá cumplir con los requerimientos establecidos por la DNCP.

---

## **Porcentaje de multas**

El valor del porcentaje de multas que será aplicado por el atraso en la entrega de los bienes, prestación de servicios será de:

0,50 %

La contratante podrá deducir en concepto de multas una suma equivalente al porcentaje del precio de entrega de los bienes atrasados, por cada día de atraso indicado en este apartado.

La aplicación de multas no libera al proveedor del cumplimiento de sus obligaciones contractuales.

---

## **Tasa de interés por Mora**

En caso de que la contratante incurriera en mora en los pagos, se aplicará una tasa de interés por cada día de atraso, del:

0,01

La mora será computada a partir del día siguiente del vencimiento del pago y no incluye el día en el que la contratante realiza el pago.

Si la contratante no efectuara cualquiera de los pagos al proveedor en las fechas de vencimiento correspondiente o dentro del plazo establecido en la presente cláusula, la contratante pagará al proveedor interés sobre los montos de los pagos morosos a la tasa establecida en este apartado, por el período de la demora hasta que haya efectuado el pago completo, ya sea antes o después de cualquier juicio.

Si la mora fuera superior a 60 días, el proveedor, consultor o contratista tendrá derecho a la suspensión del contrato, por motivos que no le serán imputables, previa comunicación a la contratante, de acuerdo a lo establecido en el artículo 66 de la Ley N° 7021/22.

---

## **Impuestos y derechos**

En el caso de bienes de origen extranjero, el proveedor será totalmente responsable del pago de todos los impuestos, derechos, gravámenes, timbres, comisiones por licencias y otros cargos similares que sean exigibles fuera y dentro de la República del Paraguay, hasta el momento en que los bienes contratados sean entregados al contratante.

En el caso de origen nacional, el proveedor será totalmente responsable por todos los impuestos, gravámenes, comisiones por licencias y otros cargos similares incurridos hasta el momento en que los bienes contratados sean entregados a la contratante.

El proveedor será responsable del pago de todos los impuestos y otros tributos o gravámenes con excepción de los siguientes:

No Aplica

---

## **Convenios Modificatorios**

La contratante podrá acordar modificaciones al contrato conforme al artículo N° 67 de la Ley N° 7021/22 "De Suministro y

Contrataciones Públicas”.

1. Cuando el sistema de adjudicación adoptado sea de abastecimiento simultáneo las ampliaciones de los contratos se registrarán por las disposiciones contenidas en la Ley N° 7021/22, sus modificaciones y reglamentaciones, que para el efecto emita la DNCP.
2. Tratándose de contratos abiertos, las modificaciones a ser introducidas se registrarán atendiendo a la reglamentación vigente.
3. La celebración de un convenio modificatorio conforme a las reglas establecidas en el artículo N° 67 de la Ley N° 7021/22, que constituyan condiciones de agravación del riesgo cuando la Garantía de Cumplimiento de Contrato sea formalizada a través de póliza de seguro, obliga al proveedor a informar a la compañía aseguradora sobre las modificaciones a ser realizadas y en su caso, presentar ante la contratante los endosos por ajustes que se realicen a la póliza original en razón al convenio celebrado con la contratante.

## **Limitación de responsabilidad**

Excepto en casos de negligencia grave o actuación de mala fe, el proveedor no tendrá ninguna responsabilidad contractual de agravio o de otra índole frente a la contratante por pérdidas o daños indirectos o consiguientes, pérdidas de utilización, pérdidas de producción, o pérdidas de ganancias o por costo de intereses, estipulándose que esta exclusión no se aplicará a ninguna de las obligaciones del proveedor de pagar a la contratante las multas previstas en el contrato.

## **Responsabilidad del proveedor**

El proveedor deberá suministrar todos los bienes o servicios de acuerdo con las condiciones establecidas en el pliego de bases y condiciones, sin perjuicio de las responsabilidades establecidas en la Ley N° 7021/22.

## **Fuerza mayor**

El proveedor no estará sujeto a la ejecución de su Garantía de Cumplimiento, liquidación por daños y perjuicios o terminación por incumplimiento en la medida en que la demora o el incumplimiento de sus obligaciones en virtud del contrato sea el resultado de un evento de Fuerza Mayor.

1. Para fines de esta cláusula, "Fuerza Mayor" significa un evento o situación fuera del control del proveedor que es imprevisible, inevitable y no se origina por descuido o negligencia del mismo. Tales eventos pueden incluir sin que éstos sean los únicos actos de la autoridad en su capacidad soberana, guerras o revoluciones, incendios, inundaciones, epidemias, pandemias, restricciones de cuarentena, y embargos de cargamentos.
2. El proveedor deberá demostrar el nexo existente entre el caso notorio y la obligación pendiente de cumplimiento. La fuerza mayor solamente podrá afectar a la parte del contrato cuyo cumplimiento imposible fue probado.
3. No se considerarán casos de Fuerza Mayor los actos o acontecimientos que hagan el cumplimiento de una obligación únicamente más difícil o más onerosa para la parte correspondiente.
4. Si se presentara un evento de Fuerza Mayor, el proveedor notificará por escrito a la contratante sobre dicha condición y causa, en el plazo de siete (7) días calendario a partir del día siguiente en que el proveedor haya tenido conocimiento del evento o debiera haber tenido conocimiento del evento. Transcurrido el mencionado plazo, sin

que el proveedor o contratista haya notificado a la convocante la situación que le impide cumplir con las condiciones contractuales, no podrá invocar caso fortuito o fuerza mayor. Excepcionalmente, la convocante bajo su responsabilidad, podrá aceptar la notificación del evento de caso fortuito en un plazo mayor, debiendo acreditar el interés público comprometido.

5. La fuerza mayor debe ser invocada con posterioridad a la suscripción del contrato y con anterioridad al vencimiento del plazo de cumplimiento de las obligaciones contractuales.

A menos que la contratante disponga otra cosa por escrito, el proveedor continuará cumpliendo con sus obligaciones en virtud del contrato en la medida que sea razonablemente práctico, y buscará todos los medios alternativos de cumplimiento que no estuviesen afectados por la situación de fuerza mayor existente.

## **Causales de terminación del contrato**

### **1. Terminación por Incumplimiento**

a) La contratante, sin perjuicio de otros recursos a su disposición en caso de incumplimiento del contrato, podrá terminar el contrato, en cualquiera de las siguientes circunstancias:

- i. Si el proveedor no entrega parte o ninguno de los bienes dentro del período establecido en el contrato, o dentro de alguna prórroga otorgada por la contratante; o
- ii. Si el proveedor no cumple con cualquier otra obligación en virtud del contrato; o
- iii. Si el proveedor, a juicio de la contratante, durante el proceso de licitación o de ejecución del contrato, ha participado en actos de fraude y corrupción;
- iv. Cuando las multas por atraso superen el monto de la Garantía de Cumplimiento de Contrato;
- v. Por suspensión de los trabajos, imputable al proveedor o al contratista, por más de sesenta días calendarios, sin que medie fuerza mayor o caso fortuito;
- vi. En los demás casos previstos en este apartado.

### **2. Terminación por insolvencia o quiebra**

La contratante podrá terminar el contrato mediante comunicación por escrito al proveedor si éste se declarase en quiebra o en estado de insolvencia.

### **3. Terminación por conveniencia**

a) La contratante podrá en cualquier momento terminar total o parcialmente el contrato por razones de interés público debidamente justificada, mediante notificación escrita al proveedor. La notificación indicará la razón de la terminación, así como el alcance de la terminación con respecto a las obligaciones del proveedor, y la fecha en que se hace efectiva dicha terminación.

b) Los bienes que ya estén fabricados y estuviesen listos para ser enviados a la contratante dentro de los treinta (30) días siguientes a la fecha de recibo de la notificación de terminación del contrato deberán ser aceptados por la contratante de acuerdo con los términos y precios establecidos en el contrato. En cuanto al resto de los bienes la contratante podrá elegir entre las siguientes opciones:

- Que se complete alguna porción y se entregue de acuerdo con las condiciones y precios del contrato; y/o
- Que se cancele la entrega restante y se pague al proveedor una suma convenida por aquellos bienes que hubiesen sido parcialmente completados y por los materiales y repuestos adquiridos previamente por el proveedor.

Se podrán establecer otras causales de terminación de contrato, de acuerdo a su naturaleza, y se deberán tener en cuenta además, las previstas en el artículo 72 y concordantes de la Ley N° 7021/22.

## **Otras causales de terminación del contrato**

Además de las ya indicadas en la cláusula anterior, otras causales de terminación de contrato son:

Las contempladas en la Ley N° 7021/22 y sus normativas vigentes.

## **Fraude y Corrupción**

1. La convocante exige que los participantes en los procedimientos de contratación, observen los más altos niveles éticos, ya sea durante el proceso de licitación o de ejecución de un contrato. La convocante actuará frente a cualquier hecho o reclamación que se considere fraudulento o corrupto.
2. Si se comprueba que un funcionario público, o quien actúe en su lugar, y/o el oferente o adjudicatario propuesto en un proceso de contratación, hayan incurrido en prácticas fraudulentas o corruptas, la convocante deberá:
  - (i) En la etapa de oferta, se descalificará cualquier oferta del oferente y/o rechazará cualquier propuesta de adjudicación relacionada con el proceso de adquisición o contratación de que se trate; y/o
  - (ii) Durante la ejecución del contrato, se rescindirá el contrato por causa imputable al proveedor;
  - (iii) Se remitirán los antecedentes del oferente o proveedor directamente involucrado en las prácticas fraudulentas o corruptivas, a la Dirección Nacional de Contrataciones Públicas, a los efectos de la aplicación de las sanciones previstas.
  - (iv) Se presentará la denuncia ante las instancias correspondientes si el hecho conocido se encontrare tipificado en la legislación penal.

Fraude y corrupción comprenden actos como:

- (i) Ofrecer, dar, recibir o solicitar, directa o indirectamente, cualquier cosa de valor para influenciar las acciones de otra parte;
  - (ii) Cualquier acto u omisión, incluyendo la tergiversación de hechos y circunstancias, que engañen, o intenten engañar, a alguna parte para obtener un beneficio económico o de otra naturaleza o para evadir una obligación;
  - (iii) Perjudicar o causar daño, o amenazar con perjudicar o causar daño, directa o indirectamente, a cualquier parte o a sus bienes para influenciar las acciones de una parte;
  - (iv) Colusión o acuerdo entre dos o más partes realizado con la intención de alcanzar un propósito inapropiado, incluyendo influenciar en forma inapropiada las acciones de otra parte.
  - (v) Cualquier otro acto considerado como tal en la legislación vigente.
3. Los oferentes deberán declarar que por sí mismos o a través de interpósita persona, se abstendrán de adoptar conductas orientadas a que los funcionarios o empleados de la convocante induzcan o alteren las evaluaciones de las propuestas, el resultado del procedimiento u otros aspectos que les otorguen condiciones más ventajosas con relación a los demás participantes.

## **Medio alternativo de Resolución de Conflictos a través del Avenimiento.**

“Los contratistas, proveedores, consultores y contratantes, podrán solicitar la intervención de la Dirección Nacional de Contrataciones Públicas alegando el incumplimiento de los términos y condiciones pactados o controversias legales o técnicas en los contratos regidos por la Ley N° 7021/22. Una vez recibida la solicitud respectiva, dentro de los 15 (quince) días hábiles siguientes a la fecha de su recepción, la Dirección Nacional de Contrataciones Públicas señalará día y hora para audiencia de avenimiento a la que serán citadas las partes. Los requisitos y formalidades para admitir o rechazar la solicitud de intervención, así como los demás trámites del procedimiento de avenimiento serán dispuestos en la reglamentación. Serán aplicables al procedimiento de Avenimiento las disposiciones contenidas en la sección I del

---

## **Medio Alternativo de Resolución de Conflictos a través de la Mediación**

El procedimiento de Mediación se podrá llevar a cabo ante:

No Aplica

El mediador deberá pertenecer a las Listas del Poder Judicial o del CAMP, según la selección de sede establecida.

---

## **Medio alternativo de Resolución de Conflictos a través del Arbitraje**

El procedimiento arbitral se podrá llevar a cabo ante las sedes del Centro de Arbitraje y Mediación del Paraguay (en adelante, "CAMP"). El tribunal será conformado por:

No Aplica

# MODELO DE CONTRATO

Este modelo de contrato, constituye la proforma del contrato a ser utilizado una vez adjudicado al proveedor y en los plazos dispuestos para el efecto por la normativa vigente.

EL MODELO DE CONTRATO SE ENCUENTRA EN UN ARCHIVO ANEXO A ESTE DOCUMENTO.

# FORMULARIOS

Los formularios dispuestos en esta sección son los estándar a ser utilizados por los potenciales oferentes para la preparación de sus ofertas.

ESTA SECCIÓN DE FORMULARIOS SE ENCUENTRA EN UN ARCHIVO ANEXO A ESTE DOCUMENTO, DEBIENDO LA CONVOCANTE MANTENERLO EN FORMATO EDITABLE A FIN DE QUE EL OFERENTE LO PUEDA UTILIZAR EN LA PREPARACION DE SU OFERTA.

