

**PLIEGO DE BASES Y CONDICIONES**

---

Convocante:

**Banco Nacional de Fomento (BNF)**

**Uoc Bnf**

Nombre de la Licitación:

**SERVICIO DE PUBLICIDAD Y PROPAGANDA (SBE) -  
AD REFERÉNDUM 2023**

(versión 7)

ID de Licitación:

**421545**



Modalidad:

**Licitación Pública Nacional**

Publicado el:

**15/02/2023**

*"Pliego para la Adquisición de Bienes y/o Servicios - SBE"*  
*Versión 1*

# RESUMEN DEL LLAMADO

## Datos de la Convocatoria

ID de Licitación:	421545	Nombre de la Licitación:	Servicio de Publicidad y Propaganda (SBE) - Ad Referéndum 2023
Convocante:	Banco Nacional de Fomento (BNF)	Categoría:	8 - Publicidad y Propaganda
Unidad de Contratación:	Uoc Bnf	Tipo de Procedimiento:	LPN - Licitación Pública Nacional

## Etapas y Plazos

Lugar para Realizar Consultas:	Consultas Virtuales a traves del portal	Fecha Límite de Consultas:	17/01/2023 12:00
Lugar de Entrega de Ofertas:	En las oficinas de la GDOC - Casa Matriz del BNF (Independencia Nacional y 25 de Mayo)	Fecha de Entrega de Ofertas:	02/03/2023 10:00
Lugar de Apertura de Ofertas:	En las oficinas de la GDOC - Casa Matriz del BNF (Independencia Nacional y 25 de Mayo)	Fecha de Apertura de Ofertas:	02/03/2023 10:15

## Adjudicación y Contrato

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

## Datos del Contacto

Nombre:	CAROLINA AUADA	Cargo:	GERENTE DPTAL. DE CONTRATACIONES
Teléfono:	4191578	Correo Electrónico:	olgaauada@bnf.gov.py

# ADENDA

## Adenda

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

### ADENDA N° 6

Señores

..

Presente:

Tenemos el agrado de dirigirnos a ustedes, con relación a la **Licitación Pública Nacional BNF LPN SBE N° 5/2023 para el Servicio de Publicidad y Propaganda (SBE) - Ad Referéndum Ejercicio 2023, a través del Sistema de Subasta a la baja electrónica. ID N° 421.545.-**

Al respecto, cumplimos en informar la modificación de las fechas **Inicio de Carga, Cierre de Propuestas, Etapa Competitiva, Entrega y Apertura Física** de las ofertas, quedando conforme a lo establecido en el Sistema de Información de Contrataciones Públicas (SICP).

Así mismo, cumplimos en informar que se realiza las siguientes modificaciones en el Pliego de Bases y Condiciones, conforme se indica a continuación:

▪ **Requisitos de Calificación y Criterios de Evaluación Experiencia requerida:**

• **LOTE N° 1 - DISEÑO, CREATIVIDAD, REDES SOCIALES:**

1. El oferente deberá demostrar experiencia en trabajos de diseño, creatividad, plan de medios y/o campañas de comunicación pública, a través de contratos y/o facturas mínimo por un monto **equivalente 25 % como mínimo del monto máximo del lote ofertado en la presente licitación, de los últimos cuatro años 2019, 2020, 2021, 2022.**
2. El oferente deberá presentar 3 (tres) Certificados en la que conste satisfacción del servicio realizado proveído por empresas públicas y/o privadas de trabajos de diseño, creatividad, campañas de comunicación pública, producción de materiales audiovisuales y/o impresiones gráficas **en los años 2019, 2020, 2021, 2022.**

• **LOTE N° 2 CARTELERÍA:**

1. El oferente deberá demostrar experiencia en Diseño, fabricación 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 a través de contratos y/o facturas mínimo por un monto equivalente 25 % como mínimo del monto máximo del lote ofertado en la presente licitación, **de los años 2019, 2020, 2021, 2022.**
2. El oferente deberá presentar 3 (tres) Certificados en la que conste satisfacción del servicio realizado proveído por empresas públicas y/o privadas de trabajos de diseño y producción cartelería interna y externa (vía publica) **en los años 2019, 2020, 2021, 2022.**

• **LOTE N° 3 - MEDIOS:**

1. El oferente deberá demostrar experiencia en trabajos de servicios de Elaboración y ejecución de Planes de Medios, Ejecución de Campañas de Comunicación a través de contratos y/o facturas mínimo por un monto equivalente 25 % como mínimo del monto máximo del lote ofertado en la presente licitación, **de los años 2019, 2020, 2021, 2022.**
2. El oferente deberá presentar 3 (tres) Certificados en la que conste satisfacción del servicio realizado proveído por empresas públicas y/o privadas de trabajos de diseño e implementación de Planes de Medios en canales de televisión abierta, cable, radios AM y FM, medios digitales **en los años 2019, 2020, 2021, 2022.**

• **LOTE N° 4 - PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL:**

1. El oferente deberá demostrar experiencia en trabajos de Producción de materiales audiovisuales a través de

contratos y/o facturas mínimo por un monto equivalente 25 % como mínimo del monto máximo del lote ofertado en la presente licitación, de los años 2019, 2020, 2021, 2022.

2. El oferente deberá presentar 3 (tres) Certificados en la que conste satisfacción del servicio realizado proveído por empresas públicas y/o privadas de trabajos en producción de materiales audiovisuales Medios en los años 2019, 2020, 2021, 2022.

• **LOTE N° 5 PRODUCCIÓN DE MATERIALES:**

1. El oferente deberá demostrar experiencia en trabajos de servicios de Elaboración de materiales publicitarios impresos, y merchandising a través de contratos y/o facturas mínimo por un monto equivalente 25 % como mínimo del monto máximo del lote ofertado en la presente licitación, de los años 2019, 2020, 2021, 2022.
2. El oferente deberá presentar 3 (tres) Certificados en la que conste satisfacción del servicio realizado proveído por empresas públicas y/o privadas de trabajos en producción de materiales publicitarios impresos, Informes de Gestión y merchandising en los años 2019, 2020, 2021, 2022.

▪ **Requisitos de Calificación y Criterios de Evaluación Capacidad Técnica:**

///

**LOTE N° 4 - PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL**

- Contar con un equipo de trabajo de como mínimo 2 (dos) profesionales que estarán a cargo de la cuenta del BNF en el área de producción de materiales audiovisuales.
- Presentar currículum de los profesionales, los cuales deberán acreditar formación en Marketing, Publicidad y/o Diseño Gráfico, o Comunicación, Producción Audiovisual, demostrado a través de copias de títulos universitarios de las carreras mencionadas y/o Títulos de especialización en dichas materias.
- Presentar Declaración Jurada que los profesionales deberán contar con un mínimo de 2 (dos) años de experiencia en el área de medios de comunicación, acorde a los servicios requeridos en el presente Lote.
- Contar como mínimo, con estos equipos y herramientas:
  - Equipo de grabación audiovisual HD Full 4K (3840x2160 píxeles, también conocido como Ultra HD) para producción y post producción. Estos equipos deberán ser tanto para filmación en interiores como en exteriores.
  - Equipos auxiliares para filmación acordes a los trabajos requeridos en el presente pliego.
  - Dispositivos Drones adecuados a los trabajos requeridos en el presente pliego.
  - Software para creación y edición de materiales audiovisuales.
  - Infraestructura adecuada para la producción de los materiales requeridos en el presente pliego: set de grabación completo con sistemas de audio e iluminación, mobiliario, y todo lo necesario para la producción audiovisual. El set de grabación podrá ser alquilado por el oferente, siempre y cuando reúna los mismos requisitos técnicos mencionados.

///

**Observación:** *El mismo profesional puede aplicar a varios lotes, a excepción de las funciones que se requieren en forma exclusiva para atender al BNF.*

▪ **Requisitos de Calificación y Criterios de Evaluación Requisitos documentales para evaluar el criterio de capacidad técnica:**

///

**LOTE N° 4 PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL**

- Presentar Declaración jurada a través de la cual el oferente manifieste que cuenta con un equipo de trabajo de como mínimo 2 (dos) profesionales que estarán a cargo de la cuenta del BNF en el área de producción de materiales audiovisuales.
- Presentar currículum de los profesionales, los cuales deberán acreditar formación en Marketing, Publicidad y/o Diseño Gráfico, o carreras similares, demostrado a través de copias de títulos universitarios de las carreras mencionadas y/o Títulos de especialización en dichas materias.
- Presentar Declaración Jurada que los profesionales deberán contar con un mínimo de 2 (dos) años de experiencia en el área de medios de comunicación, acorde a los servicios requeridos en el presente Lote

Declaración jurada que cuenta como mínimo, con estos equipos y herramientas:

- Equipo de grabación audiovisual HD Full 4K (3840x2160 píxeles, también conocido como Ultra HD) para producción y post producción. Estos equipos deberán ser tanto para filmación en interiores como en exteriores.

- Equipos auxiliares para filmación acordes a los trabajos requeridos en el presente pliego.
- Dispositivos Drones adecuados a los trabajos requeridos en el presente pliego.
- Software para creación y edición de materiales audiovisuales.
- Infraestructura para la producción de los materiales requeridos en el presente pliego como ser: set de grabación completo con sistemas de audio e iluminación, mobiliario, y todo lo necesario para la producción audiovisual. El set de grabación podrá ser alquilado por el oferente, siempre y cuando reúna los mismos requisitos técnicos mencionados.

///

▪ Suministros requeridos - especificaciones técnicas Detalles de los productos y/o servicios con las respectivas especificaciones técnicas - CPS:

LOTE N°1: DISEÑO Y CREATIVIDAD, PRODUCCION DE MATERIALES, CREATIVIDAD DIGITAL SERVICIO INTEGRAL			
Ítem	Descripción	Unidad de Medida	Presentación
1	Diseño de Creatividad Integral para productos y servicios del Banco, según especificaciones técnicas	Mes	Evento
2	Diseño, Publicación y Administración de Contenidos digitales publicitarios y de formato noticioso, en los canales digitales del BNF, según especificaciones técnicas	Mes	Evento
3	DATOS DE AUDIENCIA y MERCADO PUBLICITARIO. Según especificaciones técnicas	Unidad	Evento
4	Compra de pautas digitales en plataforma Google Ads en todos sus formatos para el objetivo de Alcance. El oferente deberá garantizar la optimización de la inversión en cada caso. CPM	Costo por mil	Evento
5	Compra de pautas digitales en plataforma Google Ads en todos sus formatos para el objetivo de consideración. El oferente deberá garantizar la optimización de la inversión en cada caso. CPC	Unidad	Evento
6	Compra de pautas digitales en plataforma Facebook e Instagram en todos sus formatos para el objetivo de Alcance. El oferente deberá garantizar la optimización de la inversión en cada caso. CPM	Costo por mil	Evento
7	Compra de pautas digitales en plataformas de Meta (Facebook, Instagram) en todos sus formatos para el objetivo de consideración. El oferente deberá garantizar la optimización de la inversión en cada caso. CPC	Unidad	Evento
8	Compra de pautas digitales en plataforma Twitter para el objetivo de Alcance. El oferente deberá garantizar la optimización de la inversión en cada caso. CPM	Costo por Mil	Evento

9	Compra de pautas digitales en plataforma LinkedIn en todos sus formatos para el objetivo de Alcance. El oferente deberá garantizar la optimización de la inversión en cada caso. CPM	Costo por Mil	Evento
10	Compra de pautas digitales en Programática en todos sus formatos para el objetivo de Alcance y consideración. El oferente deberá garantizar la optimización de la inversión en cada caso. CPM	Costo por Mil	Evento
11	Espacio para banner digital en el diario ABC color digital, posición A - Con direccionamiento a la página del BNF. Para desktop y mobile (portada y artículos). CPM	Costo por Mil	Evento
12	Espacio para banner digital en el diario ABC color digital, posición B - Con direccionamiento a la página del BNF. Para desktop y mobile (portada y artículos). CPM	Costo por Mil	Evento
13	Espacio para banner digital en el diario ABC color digital, posición C - Con direccionamiento a la página BNF. Para desktop y mobile (portada y artículos). CPM	Costo por Mil	Evento
14	Espacio para banner digital en el diario ABC color digital, posición D - Con direccionamiento a la página BNF. Para desktop y mobile (portada y artículos). CPM	Costo por Mil	Evento
15	Espacio en el diario ABC color digital: <b>Popup</b> - Con direccionamiento a la página BNF. Para desktop y mobile, en Portada. CPM	Costo por Mil	Evento
16	Espacio en el diario ABC color digital: <b>Zócalo</b> desplegable - Con direccionamiento a la página BNF. Para desktop y mobile, en Portada. CPM	Costo por Mil	Evento
17	Espacio para banner digital en el diario La Nación posición A - Con direccionamiento a la página del BNF. Para desktop y mobile. CPM	Costo por Mil	Evento
18	Espacio para banner digital en el diario La Nación posición B - Con direccionamiento a la página del BNF. Para desktop y mobile CPM	Costo por Mil	Evento
19	Espacio para banner digital en el diario La Nación posición C - Con direccionamiento a la página del BNF. Para desktop y mobile. CPM	Costo por Mil	Evento
20	Espacio para banner digital en el diario La Nación posición D - Con direccionamiento a la página del BNF. Para desktop y mobile. CPM	Costo por Mil	Evento
21	Espacio para banner digital en el diario UH posición A -Con direccionamiento a la página del BNF. CPM	Costo por mil	Evento

22	Espacio para banner digital en el diario 5 días posición B - Con direccionamiento a la página del BNF	Mensual	<b>Evento</b>
23	Espacio para banner digital en el diario 5 días posición C - Con direccionamiento a la página del BNF	Mensual	<b>Evento</b>
24	Espacio para banner digital en el diario 5 días posición D - Con direccionamiento a la página del BNF	Mensual	<b>Evento</b>
25	Impresión en Zócalo en posteos en redes sociales del diario 5 Días en Twitter, Facebook. CPM	Costo por Mil	Evento
26	Impresión en Zócalo en posteos en redes sociales del diario 5 Días, en Portada.- CPM	Costo por Mil	Evento
27	Espacio para banner digital en el Hoy.com.py posición A -Con direccionamiento a la página del BNF. CPM	Costo por Mil	Evento
28	Espacio para banner digital en Hoy.com.py posición A - Con direccionamiento a la página del BNF	Mensual	<b>Evento</b>
29	Espacio para banner digital en Hoy.com.py posición B - Con direccionamiento a la página del BNF	Mensual	<b>Evento</b>
30	Espacio para banner digital en Hoy.com.py posición C - Con direccionamiento a la página del BNF	Mensual	<b>Evento</b>
31	Impresión en Zócalo en posteos en redes sociales del diario digital El Independiente, en Twitter, Facebook. CPM	Costo por Mil	Evento
32	Impresión en Zócalo en posteos en redes sociales del diario digital El Independiente, en Portada, en Twitter, Facebook. CPM	Costo por Mil	Evento
33	Espacio para banner digital en el Diario Digital EL PODER, con direccionamiento a la página del BNF.	Mensual	Evento
34	Espacio para banner en posición central, en sitios web de contenido periodístico de Paraguay, distintos a los ya detallados en el presente pliego, con direccionamiento a la página del BNF. CPM	Costo por Mil	Evento
35	<b>Servicio de PR (Relaciones Públicas con los medios de comunicación tanto tradicionales como digitales).</b>	<b>Mes</b>	<b>Evento</b>

LOTE N° 2: CARTELERIA			
Ítem	Descripción	Unidad de Medida	Presentación
<b>SERVICIO DE CARTELERIA -DESDE CASA MATRIZ HASTA 50 KM. *Incluye el costo de relevamiento de medidas, transporte, colocación e instalación (Garantía de 12 meses a partir de la Aceptación del trabajo por parte del BNF). El BNF podrá emitir tantas Ordenes de Servicios como sean necesarias en simultáneo, debiendo el proveedor responder a todas en tiempo y forma.</b>			
1	Embelledor separador para placas de metacrilato, pvc, dibond y cristal. Fabricado en acero inoxidable, valido para interiores y exteriores.	unidad	Evento
2	Cimentación por ZAPATAS para soportes de carteles. Incluye encofrado, hormigonado y envarillado del mismo.	m3	Evento
3	Toldos desmontables. Estructura: combinación de caño 30 x 30 c/ 25 x 25 mm, soportes en caño de 2 ½ de diámetro con protectores en chapa de ¼ para el piso, altura hasta 3,50 metros. Lona impermeable c/ capas de PVC, lavable anti mugre, totalmente vulcanizado en las uniones (adherido a máquina). Según diseño.	m2	Evento
4	Toldos desmontables, medidas 3 x 3 metros. Estructura: combinación de caño 30 x 30 c/ 25 x 25 mm, soportes en caño de 2 ½ de diámetro con protectores en chapa de ¼ para el piso, altura hasta 3,50 metros. Lona impermeable c/ capas de PVC, lavable anti mugre, totalmente vulcanizado en las uniones (adherido a máquina). Color blanco, con impresión de logo full color en los 4 lados del toldo. Medidas del logo: 80 x 40 cm.	Unidad	Evento
5	Señalética en material de ACRILICO, color a elección de 3mm. de espesor con adhesivos vinil en colores según diseño.	m2	Evento
6	Señalética en material de ACRILICO CRISTAL de 5mm. de espesor con adhesivos vinil en colores según diseño.	m2	Evento
7	Señalética Interna: en material de PVC, 3 mm. de espesor incluye Impresión Digital en adhesivo vinílico y colocación con cinta doble faz 3M de alta resistencia.	m2	Evento
8	Carteles indicadores internos, material de acrílico de 5 mm. de espesor, color blanco con adhesivos vinil en colores según diseño, adheridos a un soporte de MDF pintado en color negro con marco de 3 cm. y espesor de 5 a 10 mm. Cartel adherido en paredes exteriores.	m2	Evento



9	Letras corpóreas para paredes internas, material MDF de 18 mm. de espesor, pintado en color según diseño. Cartel adherido en paredes internas con cinta doble faz 3M de alta adherencia y silicona fría.	m2	Evento
10	Letras corpóreas en POLYFAN (poliestireno) de 2 a 5 cm. de espesor, pintado en color según diseño. Cartel adherido en paredes internas con cinta doble faz 3M de alta adherencia y silicona fría.	m2	Evento
11	Letras corpóreas en CHAPA METALICA, con pintura anti oxido y Luces Led de fondo para cada letra, con transformador controlador y fotocélula para encendido y apagado automático, instalación eléctrica y cableado. Cartel adherido en pared externa con soportes metálicos.	m2	Evento
12	Letras corpóreas en ACERO INOXIDABLE (cepillado o espejado), con Luces Led de fondo para cada letra, con transformador controlador y fotocélula para encendido y apagado automático, instalación eléctrica y cableado. Cartel adherido en pared externa con soportes metálicos.	m2	Evento
13	Letras corpóreas en ACRILICO, frente de acrílico cuerpo de pvc/ o cuerpo de chapa/ cuerpo acrílico completo **con Luces Led de fondo para cada letra, con transformador controlador y fotocélula para encendido y apagado automático, instalación eléctrica y cableado.	m2	Evento
14	Letras corpóreas en ACRILICO, frente de acrílico cuerpo de pvc/ o cuerpo de chapa/ cuerpo acrílico completo **con Luces Led de fondo para cada letra, con transformador controlador y fotocélula para encendido y apagado automático, instalación eléctrica y cableado. Con base metálica para ser transportadas de un lugar a otro, y enchufe.	m2	Evento
15	Salientes de dos caras, en material acrílico translucido de 3mm color a elección, tapas laterales en acrílico y luces led internas iluminando así ambas caras con transformador y fotocélula para encendido y apagado automático, instalación eléctrica y cableado, incluye soporte tipo saliente metálico colocado con tirafondo y tarugos. Según Diseño a ser entregado por el BNF.	m2	Evento
16	Salientes de dos caras, en material acrílico translucido de 3mm color a elección, tapas laterales en chapa (cantonera) y luces led internas iluminando así ambas caras con transformador y fotocélula para encendido y apagado automático, instalación eléctrica y cableado, incluye soporte tipo saliente metálico colocado con tirafondo y tarugos. Según Diseño a ser entregado por el BNF	m2	Evento
17	Terminación perimetral de Carteles en ángulos de material aluminio de 25mm	metro lineal	Evento
18	Tornillos separadores de 2 a 5cm en acero inoxidable.	Unidad	Evento
19	Cabo de acero de 1 a 2 mm., para sujeción de señalética interna, con ganchos de sujeción decorativos.	metro lineal	Evento

20	Barniz al agua para lonas vinílicas y adhesivos. Protege de los rayos UV brindando mayor protección y duración al material instalado.	m2	Evento
21	Cartel publicitario material de base de ACM de 4mm Color a elección y logo calado tipo BACKLIGHT (texto y logo en acrílico) base con estructura de caños cuadrados 25 x 25 pared 1,50 y terminación tipo perfilado con ángulos de aluminio de 25mm, Iluminación con tubos tipo led de 16w de alta duración, Colores de las luces Led a elección del BNF. <b>Los elementos con material ACM deberán ser con pintura Poliéster, y los colores posibles son Silver, blanco, dorado, gris grafito, rojo, negro, azul oscuro, verde oscuro.</b>	m2	Evento
22	Cartel en material de base de ACM de 4mm Color a elección con base de estructura de caños cuadrados 25 x 25 pared 1,50 y terminación tipo perfilado con ángulos de aluminio de 25mm. <b>Los elementos con material ACM deberán ser con pintura Poliéster, y los colores posibles son Silver, blanco, dorado, gris grafito, rojo, negro, azul oscuro, verde oscuro.</b>	m2	Evento
23	Cartel (Estática) impreso en tela vinílica impresión digital full color, con estructura metálica, incluye: pintura anti oxido. Perfilado de Aluminio en los bordes.	m2	Evento
24	Placas en acrílico tipo BACKLIGHT Ploteado full color, incluye estructura metálica de base de caños 25 x 25 pared 1,50 luces internas con tubos led de 16 watt con transformador controlador y fotocélula para encendido y apagado automático, instalación eléctrica y cableado. Esta estructura podrá ser utilizada tanto en formatos cenefas, tótems o cualquier otro tipo de cartel según diseño a ser proveído por el BNF.--	m2	Evento
25	Estructura para Cartel tipo BACKLIGHT, con estructura de caños 25 x 25, pared de 1.20, con remaches, revestido con chapa N° 22 con tratamiento antióxido; pintado con pintura automotiva, con soportes para colgarlo, tubos led de 16w de alta duración; perfilería de aluminio en todo el contorno del cartel. Esta estructura podrá ser utilizada tanto en formatos cenefas, tótems o cualquier otro tipo de cartel según diseño a ser proveído por el BNF.--	m2	Evento
26	Estructura para Cartel tipo FRONTLIGHT, con estructura de caños 25 x 25, pared de 1.20, costillas de caños 25 x 25, pintados con pintura automotiva negra, con soportes para colgarlo y perfilería en todo el contorno del cartel.	m2	Evento
27	Placas en PVC de 5mm, incluye estructura metálica de base de caños 25 x 25 pared 1,50 con costillas cada un metro de refuerzo.	m2	Evento
28	Placas en Chapa Metálica N°14, incluye estructura metálica de base de caños 25 x 25 pared 1,50 con costillas cada un metro de refuerzo.	m2	Evento
29	Placas de Vidrio templado de 10 mm incoloro colocados con tornillos separadores de acero inoxidable.	m2	Evento

30	Servicio de Calado de materiales (Chapa, Acrílico, ACM, Aluminio, MDF, PVC).	m2	Evento
31	Servicio de Grabación Laser de materiales para catelería y señalética: Metal, Acrílico, Madera, Cuero, Mármol, Vidrio.	m2	Evento
32	Ploteado en Adhesivo Vinílico Tipo Esmerilado color dorado LG. Con garantía de 1 (un) año por defectos de calidad.	M2	Evento
33	Impresión Digital full color, corte, transporte y colocación de tela vinílica BLACK OUT, de 440 gr. (15 onzas), en alta definición a 1.440 dpi.	m2	Evento
34	Impresión Digital full color, corte, transporte y colocación en ADHESIVO VINILICO según diseño, utilizando material de alta durabilidad y alta calidad con garantía de 1 (un) año, en alta definición a 1.440 dpi.	m2	Evento
35	Impresión Digital full color, corte, transporte y colocación de ADHESIVO VINILICO MICROPERFORADO utilizando material de alta durabilidad y alta calidad en alta definición a 1.440 dpi.	m2	Evento
36	Impresión Digital, transporte y colocación de ADHESIVO VINÍLICO ESMERILADO utilizando material de alta durabilidad y alta calidad con garantía de 1 (un) año desde la recepción de los bienes, en alta definición a 1.440 dpi.	m2	Evento
37	Impresión full color, Corte, transporte y colocación de ADHESIVO VINILICO PARA CORTE (plotter de corte) utilizando material de alta durabilidad y alta calidad.	m2	Evento
38	Adhesivo Vinílico tipo PROTECTOR para evitar rayaduras y mayor duración del ploteado de base (Mate).	Unidad	Evento
39	Impresión, Corte, transporte y colocación de ADHESIVO VINILICO Esmerilado PARA CORTE (plotter de corte) utilizando material de alta durabilidad y alta calidad.	m2	Evento
40	Cinta led, incluye fotocélula, para encendido y apagado automático, instalación eléctrica y cableado. Incluyendo transformador de 220 V a 12 V, de 17 amperes.-	Unidad	Evento
41	Aplique para pared BI led de 7 watt, incluye conexión de la parte eléctrica de primera calidad, hasta la toma realizada por la institución.	Unidad	Evento
42	Spot led tipo lámpara dicro dirigido de 50 watt, incluye conexión de la parte eléctrica de primera calidad, hasta la toma realizada por institución.	Unidad	Evento

43	Spot led empotrables dicro dirigido de 7watt incluye conexión de la parte eléctrica de primera calidad, hasta la toma realizada por institución.	Unidad	Evento
44	Pastilla tipo LED trichip 12 volt Exterior. Consumo 1.5 Watt, incluyendo transformador de 220 V a 12 V, de 17 amperes.--	Unidad	Evento
45	Reflectores con luces LED, potencia de 50 watt, brazos de caño de hierro pintado, a fin de sujetar los equipos del cartel. Conexión de la parte eléctrica de primera calidad, hasta la toma realizada por institución.	Unidad	Evento
46	Cartel Tipo Tótem, de Soporte de Cilindro Metálico, Cilindrado de chapa de 5/8" espesor y diámetro del cilindro 38 cm de diámetro altura de 6m de cilindro, base de del cilindro de chapa de 1/4" de espesor, con agujeros para abulonar, con 6 bulones. En la parte superior del cilindro chapa base de 1/4" para abulonar cartel back light. Zapata para cimiento de cartel de 1m de diámetro y 1,50 m de profundidad, cargado con Hormigón Armado, y en la superficie con Chapa base para el Cilindro de 60x60cm y bulones machos (seis) soldados por la chapa a fin de asegurar el cilindro.	Unidad	Evento
47	Soporte para salientes: 2 caños redondos de 2 y ángulo de 2 ½ x 3/16, con 30 cm de largo, sujeto con bulones a la pared con tensores en la parte superior para mayor seguridad. Incluye el costo de relevamiento de medidas, transporte, colocación e instalación Con garantía de 1 (un) año por defecto de calidad, desde la recepción de los bienes. ** para todo tipo de salientes	Unidad	Evento
48	Soporte para salientes: 2 caños redondos de 2 y ángulo de 2 ½ x 3/16, con 60 cm de largo, sujeto con bulones a la pared con tensores en la parte superior para mayor seguridad.	Unidad	Evento
49	Desinstalación de CARTEL EXISTENTE. Incluye los distintos tipos de carteles como: BACKLIGHT, FRONTLIGHT, CORPOREOS,SOPORTE/PATAS, SOPORTE SALIENTE, SEÑALETICA Y TOTEMS.	m2	Evento
50	Mantenimiento de cartelería existente (mantenimiento de estructuras hierro, pintura, parte eléctrica, reposición de brazo reflectores, luces LED y cableado, etc.). Incluye los distintos tipos de carteles como: BACKLIGHT, FRONTLIGHT, CORPOREOS, SOPORTE/PATAS, SOPORTE SALIENTE, SEÑALETICA Y TOTEMS.	m2	Evento
51	LIMPIEZA DE ADHESIVOS, incluye los distintos tipos de ADHESIVOS como: VINÍLICO, MICROPERFORADO, ESMERILADO, PLOTTER DE CORTE.	m2	Evento
52	Cartel Rutero. Medida aprox.: 8 metros x 6 metros. Material: hierro Estructura: caño cuadrado 30 * 30. Según especificaciones técnicas	unidad	Evento
53	Mástiles para banderas, tubo metálico de 2,5 pulgadas, caño redondo, con soporte saliente. 6 metros de altura. Tratado con pintura anti óxido, color a definición del BNF.	unidad	Evento

54	Impresión y colocación de Lona Mesh (Microperforada) utilizando material de alta durabilidad y alta calidad en alta definición a 1.440 dpi.	m2	Evento
55	Banderolas de tela sublimada, Full color, según diseño del BNF. Doble faz.	m2	Evento
56	Banners roll up, tamaño 2 metros x 90 cm. Impresión en forma vertical, Tela vinílica, full color. Con bolso para traslado.	m2	Evento
57	Impresión, corte, y colocación de ADHESIVO VINILICO PARA CORTE (plotter de corte) utilizando material de alta durabilidad y calidad, para aplicación en vehículos (autos, camionetas, camiones y otros similares).	m2	Evento
58	Fabricación, Impresión, transporte de Backpodium con estructura metálica, en lona vinílica utilizando material de alta durabilidad y calidad, impresión a 1.440 dpi	m2	evento
59	Fabricación, Impresión de Caballete con estructura metálica, con doble cara, en lona vinílica utilizando material de alta durabilidad y calidad, impresión a 1.440 dpi.	m2	evento
60	Fabricación, Impresión de Caballete con estructura metálica, doble cara; cuerpo de chapa metálica, con adhesivo vinílico utilizando material de alta durabilidad y calidad, impresión a 1.440 dpi.	m2	evento
61	Impresión y colocación de Pasacalles en lona vinílica. Tamaño de 6 mts. de largo x 80 cm. de ancho. Según diseño.	Unidad	evento
62	PROVISION E INSTALACION DE CARTEL de medidas 6X4 metros. Según especificaciones tecnicas	Unidad	evento
63	SERVICIO DE CARTELERIA - DESDE 51 KM HASTA 150 KM. Según especificaciones tecnicas	Unidad	Evento
64	SERVICIO DE CARTELERIA - DESDE 151 KM HASTA 300 KM. Según especificaciones tecnicas	Unidad	Evento
65	SERVICIO DE CARTELERIA - DESDE 301 KM y MÁS. Según especificaciones tecnicas	Unidad	Evento

LOTE N° 3: MEDIOS

Ítem	Descripción	Unidad de medida	Presentación
1	<b>MEDIOS IMPRESOS</b>		
1.1	Espacio para anuncios color en página indeterminada en el periódico ABC Color, de lunes a sábado. cm/col	Unidad	Evento
1.2	Espacio para anuncios color en página indeterminada en el periódico ABC Color, días domingos. cm/col	Unidad	Evento
1.3	Espacio para anuncios color en página indeterminada en el periódico en UH, de lunes a sábado. cm/col	Unidad	Evento
1.4	Espacio para anuncios color en página indeterminada en el periódico UH, días domingos. cm/col	Unidad	Evento
1.5	Espacio para anuncios color en página indeterminada en el periódico en LA NACION, de lunes a sábado cm/col	Unidad	Evento
1.6	Espacio para anuncios color en página indeterminada en el periódico LA NACION, días domingos. cm/col	Unidad	Evento
1.7	Espacio para anuncios color en página indeterminada en el diario Popular, de lunes a sábado. cm/col	Unidad	Evento
1.8	Espacio para anuncios color en página indeterminada en el diario Popular, días domingos. cm/col	Unidad	Evento
1.9	Espacio para anuncios color en página indeterminada en el diario Extra de lunes a sábado. cm/col	Unidad	Evento
1.10	Espacio para anuncios color en página indeterminada en el diario Extra, días domingos. cm/col	Unidad	Evento
1.11	Espacio para anuncios color en página elegida en el periódico ABC Color, de lunes a sábado cm/col	Unidad	Evento
1.12	Espacio para anuncios color en página elegida en el periódico ABC Color, días domingos. Cm x col.	Unidad	Evento

1.13	Espacio para anuncios color en página elegida en el periódico en Ultima Hora, de lunes a sábado. cm/col	Unidad	Evento
1.14	Espacio para anuncios color en página elegida en el periódico Ultima Hora, días domingos. cm/col	Unidad	Evento
1.15	Espacio para anuncios color en página elegida en el periódico en LA NACION, de lunes a sábado. cm/col	Unidad	Evento
1.16	Espacio para anuncios color en página elegida en el periódico LA NACION, días domingos. cm/col	Unidad	Evento
1.17	Espacio para anuncios blanco y negro, en página indeterminada en el periódico LA NACIÓN. cm/col	Unidad	Evento
1.18	Espacio para anuncios color en página elegida en el diario Popular de lunes a sábados. cm/col	Unidad	Evento
1.19	Espacio para anuncios color en página elegida en el diario Popular, días domingos. cm/col	Unidad	Evento
1.20	Espacio para anuncios color en página elegida en el diario Extra de lunes a sábados. cm/col	Unidad	Evento
1.21	Espacio para anuncios color en página elegida en el diario Extra, días domingos. cm/col	Unidad	Evento
1.22	Espacio para anuncios color en página elegida en el diario 5 Días. cm/col	Unidad	Evento
1.23	Espacio para anuncios blanco y negro, en página indeterminada en el periódico ABC Color, lunes a sábados. cm/col	Unidad	Evento
1.24	Espacio para anuncios blanco y negro, en página Clasificados en el periódico ABC Color, lunes a sábados. cm/col	Unidad	Evento
1.25	Espacio para anuncios blanco y negro, en página indeterminada en el periódico ABC Color, días domingos. cm/col	Unidad	Evento
1.26	Espacio para anuncios blanco y negro, en página Clasificados en el periódico ABC Color, días domingos. cm/col	Unidad	Evento
1.27	Espacio para anuncios color en página indeterminada en el diario 5 DiasX. cm/col	Unidad	Evento

1.28	Espacio para anuncios color en página impares en el diario 5 DíasX. cm/col	Unidad	Evento
1.29	Inserto publicitario en el diario ABC Color, cantidad de Páginas (1 a 12). Estimado 10 mil unidades por tirada.	Unidad	Evento
1.30	Inserto publicitario en el diario UH, cantidad de Páginas (1 a 12). Estimado 10 mil unidades por tirada.	Unidad	Evento
1.31	Inserto publicitario en el diario LA NACIÓN, cantidad de Páginas (1 a 12). Estimado 10 mil unidades por tirada.	Unidad	Evento
1.32	Inserto publicitario en el diario 5 Días, cantidad de Páginas (1 a 12). Estimado 5 mil unidades por tirada.	Unidad	Evento
1.33	Espacio para anuncios color en página indeterminada en la revista CAP. cm/col	Unidad	Evento
1.34	Espacio para anuncios color en página indeterminada en la revista CEO PY. cm/col	Unidad	Evento
1.35	Espacio para anuncios color en página indeterminada en la revista AIA (arquitectura, ingeniería, artes). cm/col	Unidad	Evento
1.36	Espacio para anuncios color en página indeterminada en la revista Club de ejecutivos del Paraguay. cm/col	Unidad	Evento
1.37	Espacio para anuncios color en página indeterminada en la revista CHIC -UH. cm/col	Unidad	Evento
1.38	Espacio para anuncios color en página indeterminada en la revista PLUS + - 5 Días. cm/col	Unidad	Evento
1.39	Espacio para anuncios color en página indeterminada en la revista dominical de ABC Color. cm/col	Unidad	Evento
1.40	Espacio para anuncios color en página indeterminada en la revista PAUSA de UH. cm/col	Unidad	Evento
1.41	Espacio para anuncios color en página indeterminada en la revista Expo Mariano Roque Alonso. cm/col	Unidad	Evento
1.42	Espacio para anuncios color en página indeterminada en la revista Expo Mariano Roque Alonso, .1/2 página. Estimado 2 unidades. cm/col	Unidad	Evento



1.43	Espacio para anuncios color en página indeterminada en Revista Zapping. cm/col	Unidad	Evento
2	<b>SUPLEMENTOS</b>		
2.1	Espacio para anuncios color en página indeterminada en suplementos o Insertos del diario ABC Color. cm/col	Unidad	evento
2.2	Espacio para anuncios color en página indeterminada en suplementos o Insertos en papel ilustración, del diario ABC Color. cm/col	Unidad	evento
2.3	Espacio para anuncios color en página indeterminada en suplementos o Insertos del diario Ultima Hora. cm/col	Unidad	evento
2.4	Espacio para anuncios color en página indeterminada en suplementos o Insertos en papel ilustración, del diario Ultima Hora. cm/col	Unidad	evento
2.5	Espacio para anuncios color en página indeterminada en suplementos o Insertos del diario LA NACIÓN. cm/col	Unidad	evento
2.6	Espacio para anuncios color en página indeterminada en suplementos o Insertos en papel ilustración, del diario LA NACIÓN. cm/col	Unidad	evento
2.7	Espacio para anuncios color en página indeterminada en suplementos o Insertos del diario 5 Días. cm/col	Unidad	evento
2.8	Espacio para anuncios color en página indeterminada en suplementos o Insertos en papel ilustración, del diario 5 Días. cm/col	Unidad	evento
3	<b>OTRAS REVISTAS</b>		
3.1	Espacio para anuncios color en página indeterminada en revista de Asunción y el Departamento Central que realice cobertura de temas Financieros/Económicos, Agropecuario/industrial/comercial, o de contenido de interés social/cultural/ arquitectura e Ingeniería; o cuyo alcance (tirada y publico) permita al BNF llegar a los targets socioeconómicos definidos para cada publicación. Cm x Col.	Unidad	evento
3.2	Espacio para anuncios color en página indeterminada en revista del interior del país, que realice cobertura de temas Financieros/Económicos, Agropecuario/industrial/comercial, o de contenido de interés social; o cuyo alcance (tirada y publico) permita al BNF llegar a los targets socioeconómicos definidos para cada publicación. Cm x Col.	Unidad	evento

4	TELEVISION - SPOTS CANAL 9 - SNT		
4.1	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 05:30 a 09:00 Hs. de lunes a viernes.-	Segundo	evento
4.2	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 09:00 a 12:00Hs. de lunes a viernes.-	Segundo	evento
4.3	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 12.00 a 14:30 Hs. de lunes a viernes.-	Segundo	evento
4.4	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 14:30 a 20.00 Hs. de lunes a viernes.-	Segundo	evento
4.5	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 20.00 a 22.00 Hs. de lunes a viernes.-	Segundo	evento
4.6	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 22.00 a 24.00 Hs. de lunes a viernes.-	Segundo	evento
4.7	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 6:00 a 11:00 Hs. Sábados y Domingos.-	Segundo	evento
4.8	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 12:00 a 14:00 Hs. Sábados.-	Segundo	evento
4.9	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 19:00 a 21:00 Hs. Sábados.-	Segundo	evento
4.10	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 11:00 a 15:00 Hs. Domingos.-	Segundo	evento
4.11	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 19:00 a 21:00 Hs. Domingos.-	Segundo	evento
4.12	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 21:00 a 24:00 Hs. Domingos.-	Segundo	evento
5	TELEVISION - SPOTS - CANAL 4 TELEFUTURO		
5.1	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 05:30 a 09:00 Hs. de lunes a viernes.-	Segundo	evento

5.2	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 09:00 a 12:00Hs. de lunes a viernes.-	Segundo	evento
5.3	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 12.00 a 14:30 Hs. de lunes a viernes.-	Segundo	evento
5.4	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 14:30 a 20.00 Hs. de lunes a viernes.-	Segundo	evento
5.5	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 20.00 a 22.00 Hs. de lunes a viernes.-	Segundo	evento
5.6	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 22.00 a 24.00 Hs. de lunes a viernes.-	Segundo	evento
5.7	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 6:00 a 11:00 Hs. Sábados y Domingos.-	Segundo	evento
5.8	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 12:00 a 14:00 Hs. Sábados.-	Segundo	evento
5.9	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 19:00 a 21:00 Hs. Sábados.-	Segundo	evento
5.10	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 11:00 a 15:00 Hs. Domingos.-	Segundo	evento
5.11	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 19:00 a 21:00 Hs. Domingos.--	Segundo	evento
5.12	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 21:00 a 24:00 Hs. Domingos.--	Segundo	evento
6	TELEVISION - SPOTS - CANAL 11 - LA TELE		
6.1	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 05:30 a 09:00 Hs. de lunes a domingo	Segundo	evento
6.2	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 09:00 a 12:00 Hs. de lunes a domingo	Segundo	evento
6.3	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 12.30 a 14:30 Hs. de lunes a domingo	Segundo	evento

6.4	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 14:30 a 20.00 Hs. de lunes a domingo	Segundo	evento
6.5	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 20.00 a 22.00 Hs. de lunes a domingo	Segundo	evento
6.6	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 22.00 a 24.00 Hs. de lunes a domingo	Segundo	evento
7	<b>TELEVISION - SPOTS - CANAL 5 DÍAS TV</b>		
7.1	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 05:30 a 09:00 Hs. de lunes a domingo	Segundo	evento
7.2	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 09:00 a 12:00 Hs. de lunes a domingo	Segundo	evento
7.3	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 12.30 a 14:30 Hs. de lunes a domingo	Segundo	evento
7.4	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 14:30 a 20.00 Hs. de lunes a domingo	Segundo	evento
7.5	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 20.00 a 22.00 Hs. de lunes a domingo	Segundo	evento
7.6	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 22.00 a 24.00 Hs. de lunes a domingo	Segundo	evento
8	<b>TELEVISION - SPOTS - CANAL 13 - RPC</b>		
8.1	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 05:30 a 09:00 Hs. de lunes a viernes.-	Segundo	evento
8.2	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 09:00 a 12:00Hs. de lunes a viernes.-	Segundo	evento
8.3	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 12.00 a 14:30 Hs. de lunes a viernes.-	Segundo	evento
8.4	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 14:30 a 20.00 Hs. de lunes a viernes.-	Segundo	evento

8.5	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 20.00 a 22.00 Hs. de lunes a viernes.-	Segundo	evento
8.6	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 22.00 a 24.00 Hs. de lunes a viernes.-	Segundo	evento
8.7	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 6:00 a 11:00 Hs. Sábados y Domingos.-	Segundo	evento
8.8	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 12:00 a 14:00 Hs. Sábados.-	Segundo	evento
8.9	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 19:00 a 21:00 Hs. Sábados.-	Segundo	evento
8.10	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 11:00 a 15:00 Hs. Domingos.-	Segundo	evento
8.11	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 19:00 a 21:00 Hs. Domingos.--	Segundo	evento
8.12	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 21:00 a 24:00 Hs. Domingos.--	Segundo	evento
9	<b>TELEVISION - SPOTS - CANAL 5 - PARAVISION</b>		
9.1	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 05:30 a 09:00 Hs. de lunes a domingo	Segundo	evento
9.2	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 09:00 a 12:00 Hs. de lunes a domingo	Segundo	evento
9.3	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 12.30 a 14:30 Hs. de lunes a domingo	Segundo	evento
9.4	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 14:30 a 20.00 Hs. de lunes a domingo	Segundo	evento
9.5	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 20.00 a 22.00 Hs. de lunes a domingo	Segundo	evento
9.6	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 22.00 a 24.00 Hs. de lunes a domingo	Segundo	evento

<b>10</b>	<b>TELEVISION - SPOTS - CANAL 14 - PARAGUAY TV</b>		
10.1	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 05:30 a 09:00 Hs. de lunes a domingo	Segundo	evento
10.2	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 09:00 a 12:00 Hs. de lunes a domingo	Segundo	evento
10.3	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 12.30 a 14:30 Hs. de lunes a domingo	Segundo	evento
10.4	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 14:30 a 20.00 Hs. de lunes a domingo	Segundo	evento
10.5	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 20.00 a 22.00 Hs. de lunes a domingo	Segundo	evento
10.6	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 22.00 a 24.00 Hs. de lunes a domingo	Segundo	evento
<b>11</b>	<b>TELEVISION - SPOTS - CANAL PRO</b>		
11.1	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 05:30 a 09:00 Hs. de lunes a domingo	Segundo	evento
11.2	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 09:00 a 12:00 Hs. de lunes a domingo	Segundo	evento
11.3	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 12.30 a 14:30 Hs. de lunes a domingo	Segundo	evento
11.4	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 14:30 a 20.00 Hs. de lunes a domingo	Segundo	evento
11.5	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 20.00 a 22.00 Hs. de lunes a domingo	Segundo	evento
11.6	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 22.00 a 24.00 Hs. de lunes a domingo	Segundo	evento
<b>12</b>	<b>TELEVISION - SPOTS - ABC TV</b>		

12.1	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 05:30 a 09:00 Hs. de lunes a domingo	Segundo	evento
12.2	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 09:00 a 12:00 Hs. de lunes a domingo	Segundo	evento
12.3	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 12:30 a 14:30 Hs. de lunes a domingo	Segundo	evento
12.4	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 14:30 a 20:00 Hs. de lunes a domingo	Segundo	evento
12.5	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 20:00 a 22:00 Hs. de lunes a domingo	Segundo	evento
12.6	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 22:00 a 24:00 Hs. de lunes a domingo	Segundo	evento
13	TELEVISION - SPOTS - NOTICIAS PY		
13.1	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 05:30 a 09:00 Hs. de lunes a viernes.-	Segundo	evento
13.2	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 09:00 a 12:00Hs. de lunes a viernes.-	Segundo	evento
13.3	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 12:00 a 14:30 Hs. de lunes a viernes.-	Segundo	evento
13.4	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 14:30 a 20:00 Hs. de lunes a viernes.-	Segundo	evento
13.5	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 20:00 a 22:00 Hs. de lunes a viernes.-	Segundo	evento
13.6	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 22:00 a 24:00 Hs. de lunes a viernes.-	Segundo	evento
13.7	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 6:00 a 11:00 Hs. Sábados y Domingos.-	Segundo	evento
13.8	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 12:00 a 14:00 Hs. Sábados.-	Segundo	evento

13.9	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 19:00 a 21:00 Hs. Sábados.-	Segundo	evento
13.10	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 11:00 a 15:00 Hs. Domingos.-	Segundo	evento
13.11	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 19:00 a 21:00 Hs. Domingos.--	Segundo	evento
13.12	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 21:00 a 24:00 Hs. Domingos.-	Segundo	evento
14	TELEVISION - SPOTS - GEN		
14.1	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 05:30 a 09:00 Hs. de lunes a viernes.-	Segundo	evento
14.2	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 09:00 a 12:00Hs. de lunes a viernes.-	Segundo	evento
14.3	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 12.00 a 14:30 Hs. de lunes a viernes.-	Segundo	evento
14.4	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 14:30 a 20.00 Hs. de lunes a viernes.-	Segundo	evento
14.5	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 20.00 a 22.00 Hs. de lunes a viernes.-	Segundo	evento
14.6	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 22.00 a 24.00 Hs. de lunes a viernes.-	Segundo	evento
14.7	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 6:00 a 11:00 Hs. Sábados y Domingos.-	Segundo	evento
14.8	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 12:00 a 14:00 Hs. Sábados.-	Segundo	evento
14.9	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 19:00 a 21:00 Hs. Sábados.-	Segundo	evento
14.10	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 11:00 a 15:00 Hs. Domingos.-	Segundo	evento



14.11	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 19:00 a 21:00 Hs. Domingos.-	Segundo	evento
14.12	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 21:00 a 24:00 Hs. Domingos.-	Segundo	evento
15	TELEVISION - SPOTS - ÑANDUTI TV		
15.1	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 05:30 a 09:00 Hs. de lunes a domingo	Segundo	evento
15.2	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 09:00 a 12:00 Hs. de lunes a domingo	Segundo	evento
15.3	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 12.30 a 14:30 Hs. de lunes a domingo	Segundo	evento
15.4	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 14:30 a 20.00 Hs. de lunes a domingo	Segundo	evento
15.5	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 20.00 a 22.00 Hs. de lunes a domingo	Segundo	evento
15.6	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 22.00 a 24.00 Hs. de lunes a domingo	Segundo	evento
16	TELEVISION - SPOTS - TIGO SPORTS		
16.1	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 05:30 a 09:00 Hs. de lunes a domingo	Segundo	evento
16.2	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 09:00 a 12:00 Hs. de lunes a domingo	Segundo	evento
16.3	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 12.30 a 14:30 Hs. de lunes a domingo	Segundo	evento
16.4	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 14:30 a 20.00 Hs. de lunes a domingo	Segundo	evento
16.5	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 20.00 a 22.00 Hs. de lunes a domingo	Segundo	evento

16.6	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 22.00 a 24.00 Hs. de lunes a domingo	Segundo	evento
17	TELEVISION - SPOTS - CANAL C9N		
17.1	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 05:30 a 09:00 Hs. de lunes a domingo	Segundo	evento
17.2	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 09:00 a 12:00 Hs. de lunes a domingo	Segundo	evento
17.3	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 12.30 a 14:30 Hs. de lunes a domingo	Segundo	evento
17.4	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 14:30 a 20.00 Hs. de lunes a domingo	Segundo	evento
17.5	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 20.00 a 22.00 Hs. de lunes a domingo	Segundo	evento
17.6	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 22.00 a 24.00 Hs. de lunes a domingo	Segundo	evento
18	TELEVISION - SPOTS - America TV		
18.1	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 05:30 a 09:00 Hs. de lunes a viernes.-	Segundo	evento
18.2	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 09:00 a 12:00Hs. de lunes a viernes.-	Segundo	evento
18.3	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 12.00 a 14:30 Hs. de lunes a viernes.-	Segundo	evento
18.4	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 14:30 a 20.00 Hs. de lunes a viernes.-	Segundo	evento
18.5	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 20.00 a 22.00 Hs. de lunes a viernes.-	Segundo	evento
18.6	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 22.00 a 24.00 Hs. de lunes a viernes.-	Segundo	evento

18.7	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 6:00 a 11:00 Hs. Sábados y Domingos.-	Segundo	evento
18.8	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 12:00 a 14:00 Hs. Sábados.-	Segundo	evento
18.9	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 19:00 a 21:00 Hs. Sábados.-	Segundo	evento
18.10	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 11:00 a 15:00 Hs. Domingos.-	Segundo	evento
18.11	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 19:00 a 21:00 Hs. Domingos.-	Segundo	evento
18.12	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 21:00 a 24:00 Hs. Domingos.-	Segundo	evento
19	TELEVISION - SPOTS - UNICANAL		
19.1	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 05:30 a 09:00 Hs. de lunes a viernes.-	Segundo	evento
19.2	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 09:00 a 12:00Hs. de lunes a viernes.-	Segundo	evento
19.3	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 12.00 a 14:30 Hs. de lunes a viernes.-	Segundo	evento
19.4	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 14:30 a 20.00 Hs. de lunes a viernes.-	Segundo	evento
19.5	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 20.00 a 22.00 Hs. de lunes a viernes.-	Segundo	evento
19.6	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 22.00 a 24.00 Hs. de lunes a viernes.-	Segundo	evento
19.7	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 6:00 a 11:00 Hs. Sábados y Domingos.-	Segundo	evento
19.8	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 12:00 a 14:00 Hs. Sábados.-	Segundo	evento

19.9	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 19:00 a 21:00 Hs. Sábados.-	Segundo	evento
19.10	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 11:00 a 15:00 Hs. Domingos.-	Segundo	evento
19.11	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 19:00 a 21:00 Hs. Domingos.--	Segundo	evento
19.12	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 21:00 a 24:00 Hs. Domingos.--	Segundo	evento
20	TV CABLE INTERIOR. PROGRAMACION LOCAL - Lunes a Domingos, de 7:00 a 22:00 horas.-		
20.1	Ayolas - Canal 4	Segundo	evento
20.2	Caacupe - Canal 2	Segundo	evento
20.3	Caaguazu - Canal 16	Segundo	evento
20.4	Caazapa - Canal 10	Segundo	evento
20.5	Cnel. Bogado - Canal 8	Segundo	evento
20.6	Cnel. Oviedo - Canal 5	Segundo	evento
20.7	Colonias Unidas - Canal 10	Segundo	evento
20.8	Concepcion - Norte Cable	Segundo	evento
20.9	Pedro Juan Caballero - Telenorte	Segundo	evento
20.10	Pilar - TV Cable Pilar	Segundo	evento
20.11	Salto del Guaira - TV Cable Mbaracayú	Segundo	evento
20.12	San Ignacio - Canal 7	Segundo	evento

20.13	San Juan Ms. - Canal 7	Segundo	evento
20.14	Santa Rita - Canal 5	Segundo	evento
20.15	Villarrica - Canal 8	Segundo	evento
21	<b>RADIOS AM Y FM - Espacios para spots de radio de 1 (un) segundo en radios AM y FM de capital, Central e interior del país. Todos los ítems de deberán ser cotizados como espacios en tandas rotativas en horario de 6:00 a 20:00 horas de lunes a domingos.</b>		
21.1	Radio Nacional del Paraguay 95.1 FM	Segundo	evento
21.2	RADIOS DE AMPLITUD MODULADA AM RADIO 1000 AM	Segundo	evento
21.3	RADIOS DE AMPLITUD MODULADA AM RADIO CHACO BOREAL 1330 AM - LUNES A DOMINGOS.	Segundo	evento
21.4	RADIOS DE AMPLITUD MODULADA AM RADIO CARITAS 680 AM - LUNES A DOMINGOS	Segundo	evento
21.5	RADIOS DE AMPLITUD MODULADA AM RADIO ABC CARDINAL 730 AM - LUNES A DOMINGOS	Segundo	evento
21.6	RADIOS DE AMPLITUD MODULADA AM RADIO 1o. DE MARZO 780 AM - LUNES A DOMINGOS	Segundo	evento
21.7	RADIOS DE AMPLITUD MODULADA AM RADIO 1020 AM - LUNES A DOMINGOS	Segundo	evento
21.8	RADIOS DE AMPLITUD MODULADA AM RADIO LIBRE - LUNES A DOMINGOS	Segundo	evento
21.9	RADIOS DE AMPLITUD MODULADA AM RADIO NACIONAL 920 AM - LUNES A DOMINGOS	Segundo	evento
21.10	RADIOS DE AMPLITUD MODULADA AM RADIO 970 AM - LUNES A DOMINGOS	Segundo	evento
21.11	RADIOS DE AMPLITUD MODULADA AM RADIO LA UNION 800 AM - LUNES A DOMINGOS	Segundo	evento
21.12	RADIOS DE AMPLITUD MODULADA AM RADIO MONUMENTAL 1080 AM - LUNES A DOMINGOS	Segundo	evento

21.13	RADIOS DE AMPLITUD MODULADA AM RADIO UNO 650 AM - LUNES A DOMINGOS	Segundo	evento
21.14	RADIOS DE FRECUENCIAS MODULADAS FM VENUS FM - LUNES A DOMINGOS	Segundo	evento
21.15	RADIOS DE FRECUENCIAS MODULADAS FM CANAL 100 FM - LUNES A DOMINGOS	Segundo	evento
21.16	RADIOS DE FRECUENCIAS MODULADAS FM LATINA FM - LUNES A DOMINGOS	Segundo	evento
21.17	RADIOS DE FRECUENCIAS MODULADAS FM RADIO FARRA - LUNES A DOMINGOS	Segundo	evento
21.18	RADIOS DE FRECUENCIAS MODULADAS FM POPULAR FM - LUNES A DOMINGOS	Segundo	evento
21.19	RADIOS DE FRECUENCIAS MODULADAS FM URBANA FM - LUNES A DOMINGOS	Segundo	evento
21.20	RADIOS DE FRECUENCIAS MODULADAS FM EMISORAS PY - LUNES A DOMINGOS	Segundo	evento
21.21	RADIOS DE FRECUENCIAS MODULADAS FM ASPEN FM - LUNES A DOMINGOS	Segundo	evento
21.22	RADIOS DE FRECUENCIAS MODULADAS FM MONTECARLO FM - LUNES A DOMINGOS	Segundo	evento
21.23	RADIOS DE FRECUENCIAS MODULADAS FM RQP FM - LUNES A DOMINGOS	Segundo	evento
21.24	RADIOS DE FRECUENCIAS MODULADAS FM DISNEY FM - LUNES A DOMINGOS	Segundo	evento
21.25	RADIOS DE FRECUENCIAS MODULADAS FM CORAZON FM - LUNES A DOMINGOS	Segundo	evento
21.26	RADIOS DE FRECUENCIAS MODULADAS FM ROCK & POP - LUNES A DOMINGOS	Segundo	evento
21.27	RADIOS DE FRECUENCIAS MODULADAS FM ESTACION 40 - LUNES A DOMINGOS	Segundo	evento
21.28	RADIOS DE FRECUENCIAS MODULADAS FM EXCLUSIVA FM - LUNES A DOMINGOS	Segundo	evento
21.29	RADIOS DE FRECUENCIAS MODULADAS FM AMOR FM - LUNES A DOMINGOS	Segundo	evento

21.30	RADIOS DE FRECUENCIAS MODULADAS FM CONQUISTADOR FM - LUNES A DOMINGOS	Segundo	evento
21.31	RADIOS DE FRECUENCIAS MODULADAS FM NEW CONCERT FM - LUNES A DOMINGOS	Segundo	evento
21.32	RADIO FM RADIO TOP MILLENIUM 91.5 FM	Segundo	evento
21.33	RADIO FM 106.5 RADIO PALMA	Segundo	evento
22	INTERIOR		
22.1	94.3 Yuty FM de la ciudad de Yuty	Segundo	evento
22.2	radio Metro 106.1 de la ciudad de Santa Rosa Misiones	Segundo	evento
22.3	FM 88.3 Radio San Pedro Apóstol S.A. de la ciudad de San Pedro del Paraná	Segundo	evento
22.4	RADIO FM 95.3 RA. CONTINENTAL	Segundo	evento
22.5	Radio Curuguaty FM 98.7 de la ciudad de Curuguaty	Segundo	evento
22.6	Radio 860 AM La Voz de la Cordillera de la ciudad de Caacupé	Segundo	evento
22.7	Radio Aguai Poty 90.5 FM de la ciudad de Fulgencio Yegros	Segundo	evento
22.8	Radio FM Guairá 103.5	Segundo	evento
22.9	Radio AM 1260 Panambí Verá	Segundo	evento
22.10	Radio Caazapá Poty 98.1 FM	Segundo	evento
22.11	Radio Caazapá Digital 104.7 FM	Segundo	evento
22.12	Radio 105.3 Arandú, J. Eulogio Estigarribia	Segundo	evento
22.13	Radio 106.3 Horizonte, Caaguazú	Segundo	evento

22.14	Radio 95.7 FM radio Encarnación	Segundo	evento
22.15	Radio Arapysandu 1040 AM de la ciudad de San Ignacio Misiones	Segundo	evento
22.16	Radio 640 AM Caaguazú	Segundo	evento
22.17	Radio Santa Helena FM 103.9	Segundo	evento
22.18	Radio Norte 94.5 FM	Segundo	evento
22.19	Radio Prensa 5 96.5 fm	Segundo	evento
22.20	Radio Parque CDE 102.5 FM	Segundo	evento
22.21	Radio Progreso FM 88.3 de Santa Rita	Segundo	evento
22.22	Radio Máxima FM 99.9 de Santa Rita	Segundo	evento
22.23	<b>Radio Sol 89.9 FM de Santa Rosa del Monday</b>	Segundo	evento
22.24	Naranjaty 103.3 FM Naranjal	Segundo	evento
22.25	<b>Radio Integración 104.3 FM de Ciudad del Este</b>	Segundo	evento
22.26	Katueté 88.3 FM de Katueté	Segundo	evento
22.27	Karapa FM 89.9 Katuete Digital	Segundo	evento
22.28	Portal de Itapúa FM 96.7 Naranjito Itapúa	Segundo	evento
22.29	Transcontinental Hernandarias 98.1 FM	Segundo	evento
22.30	Radio ZP 12 700 AM C.A. López de Pilar	Segundo	evento
22.31	Radio 100.5 FM Amambay	Segundo	evento
22.32	Radio FM 98.3 Arandú de Salto del Guairá	Segundo	evento



22.33	Radio Frontera FM 101.7, Carmelo Peralta	Segundo	evento
22.34	RADIO GUYRÁ CAMPANA 1420 AM	Segundo	evento
22.35	Radio Guairá 840 AM	Segundo	evento
22.36	Radio FM 89.1 RA. CONCIERTO	Segundo	evento
22.37	RADIO FM 91.5 RA. MISIONES	Segundo	evento
22.38	RADIO AM 1180 RCO CNEL. OVIEDO	Segundo	evento
22.39	RADIO FM 105.9 San Pedro	Segundo	evento
23	<b>RADIOS AM Y FM ELEGIDOS- Espacios para spots de radio de 1 (un) segundo en radios AM y FM de capital, Central e interior del país, en Horarios Elegidos. El BNF podrá elegir los programas dentro de los cuales se deberán pasar sus menciones a viva voz, o sus spots grabados, dependiendo del formato de cada programa.</b>		
23.1	RADIOS DE AMPLITUD MODULADA AM RADIO 1o. DE MARZO 780 AM - LUNES A DOMINGOS, de 6:00 a 11:29 horas.--	Segundo	evento
23.2	RADIOS DE AMPLITUD MODULADA AM RADIO 1o. DE MARZO 780 AM - LUNES A DOMINGOS, de 11:30 a 19:00 horas.--	Segundo	evento
23.3	RADIOS DE AMPLITUD MODULADA AM RADIO MONUMENTAL 1080 AM - LUNES A DOMINGOS, de 6:00 a 11:29 horas.---	Segundo	evento
23.4	RADIOS DE AMPLITUD MODULADA AM RADIO MONUMENTAL 1080 AM - LUNES A DOMINGOS, de 11:30 a 19:00 horas.--	Segundo	evento
23.5	RADIOS DE FRECUENCIAS MODULADAS FM VENUS FM - LUNES A DOMINGOS, de 7:00 a 12:00 horas.--	Segundo	evento
23.6	RADIOS DE FRECUENCIAS MODULADAS FM VENUS FM - LUNES A DOMINGOS, de 12:01 a 19:00 horas.--	Segundo	evento
23.7	RADIOS DE FRECUENCIAS MODULADAS FM MONTECARLO FM - LUNES A DOMINGOS, de 7:00 a 12:00 horas.--	Segundo	evento

23.8	RADIOS DE FRECUENCIAS MODULADAS FM MONTECARLO FM - LUNES A DOMINGOS, de 12:01 A 18:00 horas.--	Segundo	evento
23.9	RADIO 98.5 ABC FM - Lunes a Domingos de 6:00 a 12:00 horas.	Segundo	evento
23.10	RADIO 98.5 ABC FM - Lunes a Domingos de 12:01 a 18:00 horas.	Segundo	evento
24	<b>PANTALLAS LED VIA PUBLICA</b>		
24.1	Emisión de Spot publicitario de 10 (diez) segundos en Cartel publicitario de Pantalla Led con resolución digital de alta resolución (Asunción/ Central). Tamaño mínimo de pantalla 8x4 metros, No menos de 1040 repeticiones en zonas de alto tráfico vehicular, a ser definidas en conjunto con la Convocante. Salidas cada 80 segundos como máximo durante el horario de 6:00 a 23:00 horas de lunes a domingos.	Mensual	evento
24.2	Emisión de Spot publicitario de 10 (diez) segundos en Cartel publicitario de Pantalla Led con resolución digital de alta resolución (Interior del país). Tamaño mínimo de pantalla 8x4 metros. Mínimo 1040 repeticiones diarias de 10 (diez) segundos cada una. Salidas cada 80 segundos como máximo durante el horario de 6:00 a 23:00 horas de lunes a domingos. En zonas de alto tráfico vehicular, a ser definidas en conjunto con la Convocante.	Mensual	evento
24.3	Emisión de Spot publicitario de 10 (diez) segundos en Pantallas LED Curvas, con capacidad de proyectar videos en 3D anamórficos, en la ciudad de Asunción, de medidas mínimas 14 metros x 14 metros. Mínimo 1040 repeticiones diarias de 10 (diez) segundos cada una. Salidas cada 80 segundos como máximo durante el horario de 6:00 a 23:00 horas de lunes a domingos. La Convocante podrá cambiar la publicidad tantas veces como lo desee. Incluye reporte de medición de audiencia.	Mensual	evento
24.4	Emisión de Spot publicitario de 10 (diez) segundos en Pantallas LED Curvas, con capacidad de proyectar videos en 3D anamórficos, en la ciudad de Asunción, de medidas mínimas 25 metros x 4 metros. Mínimo 1040 repeticiones diarias de 10 (diez) segundos cada una. Salidas cada 80 segundos como máximo durante el horario de 6:00 a 23:00 horas de lunes a domingos. La Convocante podrá cambiar la publicidad tantas veces como lo desee. Incluye reporte de medición de audiencia.	Mensual	evento
24.5	Emisión de Spot publicitario de 10 (diez) segundos en pantallas LED montadas en carrocerías de vehículos, con recorrido por calles de Asunción, itinerario a ser acordado con el BNF.	Mensual	evento
24.6	Emisión de Spot publicitario en pantallas LED montadas en carrocerías de vehículos, de un nínimo de 4 x 2,20 metros, en ubicaciones dentro de Asunción/ Central, a ser definidas por el BNF, por un mínimo de 8 horas diarias.	Mensual	evento

24.7	Emisión de Spot publicitario en pantallas LED montadas en carrocerías de vehículos, de un nínimo de 4 x 2,20 metros, en ubicaciones dentro de hasta 150 Km de Asunción, a ser definidas por el BNF, por un mínimo de 8 horas diarias.	Mensual	evento
24.8	Emisión de Spot publicitario en pantallas LED montadas en carrocerías de vehículos, de un nínimo de 4 x 2 metros, en ubicaciones mayores a 150 Km de Asunción, a ser definidas por el BNF, por un mínimo de 8 horas diarias.	Mensual	evento
25	<b>CINE</b>		
25.1	Servicio de publicidad en cines de alta concurrencia en salas regulares de Asunción y ciudades del interior. Contratación mínima de 2 salas de forma mensual, para emisión de spot de 30 segundos de duración, antes de cada película, de miércoles a domingo.	Mensual	evento
25.2	Servicio de publicidad en cines de alta concurrencia en salas premier 3D Y XD en Asunción y ciudades del interior. Contratación mínima de 2 salas de forma mensual, para emisión de spot de 30 segundos de duración, antes de cada película, de miércoles a domingo.	Mensual	evento
26	<b>CARTELES VIA PUBLICA</b>		
26.1	Espacio en carteles ruterios en Asunción/ Central, de un mínimo de 32 metros cuadrados de área, con iluminación frontal. El proveedor deberá incluir los costos de energía eléctrica, y cualquier otro gasto o impuestos.	Mensual	evento
26.2	Espacio en carteles ruterios en Interior del país, de un mínimo de 32 metros cuadrados de área, con iluminación frontal. El proveedor deberá incluir los costos de energía eléctrica, y cualquier otro gasto o impuestos.	Mensual	evento

<b>LOTE N° 4: PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL - PRODUCCION : AUDIOVISUALES, SPOTS, DOCUMENTALES, MATERIAL IMPRESO</b>			
<b>Ítem</b>	<b>Descripción</b>	<b>Unidad de Medida</b>	<b>Presentación</b>
1	Compra de paquetes de 5 imágenes de images Banks full hd formato jpg tamaños 1920x1080 pixeles para usos en redes sociales, materiales impresos y digitales por el periodo de tiempo que dure el contrato. Las imágenes deberán incluir personas de raza hispana.	Unidad	Evento

2	Compra de paquetes de 5 videos tipo clips de imagenes banks full hd formato .mov o mp4 para usos en redes sociales y digitales por el periodo de tiempo que dure el contrato. Las imágenes deberán incluir personas de raza hispana.	Unidad	Evento
3	Elaboración Spots de Televisión de Hasta 30 segundos de duración que incluya producción integral, locación, actores, con cámaras de imagen de alta definición, drone 4K (3840x2160 píxeles, también conocido como Ultra HD), para canales de aire y cables paraguayos en formato AVI SD y HD y para plataformas de internet en calidad HD y grabación en formato 4K (3840x2160 píxeles, también conocido como Ultra HD). Estimado: 6 (seis) unidades.	Unidad	Evento
4	Elaboración de spot de radio de 30 segundos de duración, que incluya la producción integral, estudio de grabación, voces, con formato para frecuencia AM/FM. Estimado: 6 (seis) unidades.	Unidad	Evento
5	Producción fotográfica para avisos publicitarios para prensa escrita y de contenido digital, que incluya la producción integral, locación, con actores que incluyan personajes representativos del público objetivo del BNF, la utilización de equipos con cámaras profesionales de alta definición de al menos 36 mpx, ópticas para fotografía y cine digital. Estimado 1 (una) unidad.	Unidad	Evento
6	Servicio de Fotografías alusivas a productos, realizadas en estudio para nuevos lanzamientos de productos. Estimado 5 (cinco) unidades.	Unidad	Evento
7	Servicio de fotografías alusivas a productos, en estudio para nuevos lanzamientos (incluye contratación de modelos, retoque digital). Estimado 1 (una) unidades.	Unidad	Evento
8	Producción de cápsulas Audiovisuales de un máximo de 60 segundos, con calidad FHD, dentro de la ciudad de Asunción; formatos admisibles mp4, m4v, avi, y similares. Estimado 4 (cuatro) unidades. Incluye Edición y adaptación a formatos para Redes Sociales (Facebook, Twitter, Instagram, IGTV, y las que el BNF defina).	Unidad	Evento
9	Producción Audiovisual con calidad FHD, formatos admisibles mp4, m4v, avi, y similares. Incluye: de 1 Hasta 4 cámaras, segun necesidad del evento. Traslado a cuenta del proveedor, edición y entrega del material en alta resolución. DESDE CASA MATRIZ HASTA 50KM. Estimado 4 (cuatro) unidades. Incluye además: cobertura Fotográfica, y Tomas aéreas con Drone. Incluye adaptación a formatos para Redes Sociales (Facebook, Twitter, Instagram, IGTV, y las que el BNF defina).	Unidad	Evento
10	Producción Audiovisual con calidad FHD, formatos admisibles mp4, m4v, avi, y similares. Incluye: de 1 Hasta 4 cámaras, segun necesidad del evento. Traslado a cuenta del proveedor, edición con enfoque periodístico y entrega del material en alta resolución. DESDE 51 KM HASTA 150 KM de ASUNCIÓN. Estimado 4 (cuatro) unidades. Incluye además: cobertura Fotográfica, y Tomas aéreas con Drone. Incluye adaptación a formatos para Redes Sociales (Facebook, Twitter, Instagram, IGTV, y las que el BNF defina).	Unidad	Evento

11	Producción Audiovisual con calidad FHD, formatos admisibles mp4, m4v, avi, y similares. Incluye: de 1 Hasta 4 cámaras, según necesidad del evento. Traslado a cuenta del proveedor, edición con enfoque periodístico y entrega del material en alta resolución. DESDE 151 KM HASTA 300 KM de ASUNCIÓN. Estimado 4 (cuatro) unidades. Incluye además: cobertura Fotográfica, y Tomas aéreas con Drone. Incluye adaptación a formatos para Redes Sociales (Facebook, Twitter, Instagram, IGTV y las que el BNF defina).	Unidad	Evento
12	Producción Audiovisual con calidad FHD, formatos admisibles mp4, m4v, avi, y similares. Incluye: de 1 Hasta 4 cámaras, según necesidad del evento. Traslado a cuenta del proveedor, edición con enfoque periodístico y entrega del material en alta resolución. DESDE 301 KM DE ASUNCIÓN EN ADELANTE. Estimado 4 (cuatro) unidades. Incluye además: cobertura Fotográfica, y Tomas aéreas con Drone. Incluye adaptación a formatos para Redes Sociales (Facebook, Twitter, Instagram, IGTV, Youtube y las que el BNF defina).	Unidad	Evento
13	Servicio de jornada fotográfica en exteriores, para Asunción, y ciudades del Departamento Central. (incluye: traslado a cuenta del proveedor, retoques digitales). Incluye toma aérea con Drone, calidad FHD. Estimado 4 (cuatro) unidades.	Unidad	Evento
14	Creación de personaje animado en 2D. Estimado 1 (una) unidad	Unidad	Evento
15	Creación de personaje animado en 3D. Estimado 1 (una) unidad	Unidad	Evento
16	Diseño y producción de video de hasta 45 segundos de duración en formato MOV o mp4 medidas Full HD 1920x1080píxeles que incluya locución comercial, banda sonora y masterización. Pudiendo además, incluir imágenes animadas creadas por el oferente. Con reducción para instagram 10 segundos y 15 segundos. Incluye banda sonora. Incluye imágenes y/o videos de Banco de Imágenes. Incluye adaptación a formatos para Redes Sociales (Facebook, Twitter, Instagram e IGTV, Youtube y las que el BNF defina).	Unidad	Evento
17	Realización de spots animados de Hasta 45 segundos. Incluye: animática, diseño de personajes, diseño de background y props, animación en 2D, motion graphics, post producción, composición final, música original, grabación de locución. La convocante entregará el Brief para la elaboración del story board. Estimado 1 (una) unidad.	Unidad	Evento
18	Desarrollo de juegos interactivos para redes sociales, con temáticas relacionadas a productos y servicios financieros. Estimado 1 (una) unidad.	unidad	Evento
19	Desarrollo de realidad aumentada, para búsqueda de comercios adheridos y cajeros automáticos del banco. Estimado 1 (una) unidad.	Unidad	Evento
20	Jingle cantado con 1 voz, con locutor final. Estimado 1 (una) unidad.	Unidad	Evento

21	Jingle cantado con 2 voces, con locutor final. Estimado 1 (una) unidad.	Unidad	Evento
22	Realización de video 360° para promociones, en formato (3840x2160 píxeles, también conocido como Ultra HD) de alta resolución.	Unidad	Evento
23	Grabación de locución en estudio. Incluye cache del locutor/a (La cotización debe incluir hasta 3 correcciones de locución). Estimado 6 (seis) unidades.	Unidad	Evento
24	Servicio de cobertura audiovisual de presentaciones institucionales Hasta 4 (cuatro) cámaras con swicher. Incluye: Producción, post producción, edición gráfica, animaciones en 2D, musicalización y pack final, de Casa Matriz Hasta 50 km Obs: El oferente deberá proveer móvil para el traslado de los equipos y personales, así como todo gasto de viáticos y hospedaje de su personal. Estimado 10 (diez) unidades.	Unidad	Evento
25	Servicio de Live streaming, por las redes sociales oficiales de Casa Matriz Hasta 50 km . Obs: El oferente deberá proveer móvil para el traslado de los equipos y personales, así como todo gasto de viáticos y hospedaje de su personal. Estimado 2 (dos) unidades.	Unidad	Evento
26	Servicio de multicopiado en DVD de materiales. DVD con logo impreso a full color, correctamente rotulado con caja contenedora transparente. Paquete de 50 (cincuenta) unidades.	Unidad	Evento
27	Spot publicitario de 10 (diez) segundos para Carteles publicitarios en Pantalla Led, sin sonido, con resolución digital adecuada al tamaño de cada pantalla, según definición de la Convocante. Estimado 12 (doce) unidades.	Unidad	Evento
28	Impresión de Informe de Gestión según diseño. Formato impreso: mínimo 100 (cien) páginas, máximo 150 (ciento cincuenta) páginas; impreso en papel ilustración mate 170 gramos (interior), tamaño A4, cerrado, tapa ilustración mate 300 gr. Plastificado prolam con barniz sectorizado, full color. Con caja triplex 300grs, full color, plastificado, con barniz sectorizado y embolsado. Incluye versión Digital para distribución por medios electrónicos. Paquete de 100 (cien) unidades. Incluye hasta 2 (dos) pruebas de color. Tiempo máximo de entrega: 10 días hábiles.--	Unidad	Evento
29	<b>PARA LOS TRABAJOS SOLICITADOS EN ITEMS 22, 24 Y 25 DESDE 51 KM HASTA 150 KM.</b>	Unidad	Evento
30	<b>PARA LOS TRABAJOS SOLICITADOS EN ITEMS 22, 24 Y 25. DESDE 151 KM HASTA 300 KM.</b>	Unidad	Evento
31	<b>PARA LOS TRABAJOS SOLICITADOS EN ITEMS 22, 24 Y 25 DESDE 301 KM Y MÁS.</b>	Unidad	Evento

**Observación:** a los efectos de la cotización, los oferentes deberán tener en cuenta que los ítems 29, 30 y 31 serán abonados únicamente por la distancia recorrida por cada orden de servicio emitida sin importar la cantidad de

ítems solicitados. Una orden de servicio no podrá contener más de uno de estos ítems (29, 30 y 31).

*Los demás requisitos no mencionados en la presente Adenda, permanecen sin variación.*

Se detectaron modificaciones en las siguientes cláusulas:

Sección: Requisitos de calificación y criterios de evaluación

- Experiencia requerida
- Capacidad Técnica
- Requisitos documentales para evaluar el criterio de capacidad técnica

Sección: Suministros requeridos - especificaciones técnicas

- Detalles de los productos y/o servicios con las respectivas especificaciones técnicas - CPS

Se puede realizar una comparación de esta versión del pliego con la versión anterior en el siguiente enlace:

<https://www.contrataciones.gov.py/licitaciones/convocatoria/421545-servicio-publicidad-propaganda-sbe-ad-referendum-2023-1/pliego/7/diferencias/6.html?seccion=adenda>

La adenda es el documento emitido por la convocante, mediante la cual se modifican aspectos establecidos en la convocatoria y/o en las bases de la licitación o en los contratos suscritos. La adenda será considerada parte integrante del documento cuyo contenido modifique.

# DATOS DE LA LICITACIÓN

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.

## Contratación Pública Sostenible - CPS

Las compras públicas juegan un papel fundamental en el desarrollo sostenible, así como en la promoción de estilos de vida sostenibles.

El Estado, por medio de las actividades de compra de bienes y 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.

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

Criterios sociales y económicos:

- Los oferentes deberán indicar bajo declaración jurada el pago del salario mínimo a sus colaboradores, además de garantizar la no contratación de menores.
- Los oferentes deberán dar cumplimiento a las disposiciones legales vigentes asegurando a los trabajadores dependientes condiciones de trabajo dignas y justas en lo referente al salario, cargas sociales, provisión de uniformes, provisión de equipos de protección individual, bonificación familiar, jornada laboral, asegurar condiciones especiales a trabajadores expuestos a trabajos insalubres y peligrosos, remuneración por jornada nocturna.
- Las deducciones al salario, anticipos y préstamos a los trabajadores no podrán exceder los límites legales. Los términos y condiciones relacionados a los mismos deberán comunicarse de manera clara, para que los trabajadores los entiendan.
- Los oferentes adjudicados deberán fomentar en la medida de lo posible, la creación de empleo local y el uso de suministros locales.

Criterios ambientales:

- El oferente adjudicado deberá utilizar en la medida de lo posible, insumos cuyo embalaje pueda ser reutilizado o reciclado.
- El oferente adjudicado deberá cumplir con los lineamientos ambientales, incluidos en el ordenamiento jurídico o dictado por la institución, tales como: cooperación en acciones de recolección, separación de residuos sólidos, disposición adecuada de los residuos, participación del personal en actividades de capacitación impartidas por la institución, entre otros.
- El oferente adjudicado deberá asegurar que todos los residuos generados por sus actividades sean adecuadamente gestionados (identificados, segregados y destinados) y buscar su reducción o eliminación en la fuente, por medio de prácticas como la modificación de los procesos de producción, manutención y de las instalaciones utilizadas, además de la sustitución, conservación, reciclaje o reutilización de materiales.

Conducta empresarial responsable:

Los oferentes deberán observar los más altos niveles de integridad, así como altos estándares de conducta de negocios, ya sea durante el procedimiento de licitación o la ejecución de un contrato. Asimismo, se comprometen a:

- No ofrecer, prometer, dar ni solicitar, directa o indirectamente, pagos ilícitos u otras ventajas indebidas para obtener o conservar un contrato u otra ventaja ilegítima.
- No ofrecer, prometer o conceder ventajas indebidas, pecuniarias o de otro tipo a funcionarios públicos. Tampoco deberán solicitar, recibir o aceptar ventajas indebidas, pecuniarias o de otro tipo, de funcionarios públicos o empleados de sus socios comerciales.
- Introducir políticas y programas contra la corrupción e implementarlas dentro de sus operaciones.
- Garantizar que todos los recursos a ser empleados en la ejecución de un contrato público sean de origen lícito.
- Garantizar que los fondos obtenidos de una licitación pública no sean destinados a fines ilícitos.



---

## **Difusión de los documentos de la licitación**

Todos los datos y documentos de esta licitación deben ser obtenidos directamente del Sistema de Información de Contrataciones Públicas (SICP). Es responsabilidad del oferente examinar todos los documentos y la información de la licitación que obre en el mismo.

---

## **Aclaración de los documentos de la licitación**

Todo oferente potencial que necesite alguna aclaración del pliego de bases y condiciones podrá solicitarla a la convocante. El medio por el cual se recibirán las consultas es el Sistema de Información de Contrataciones Públicas (SICP), y/o si es el caso, en la Junta de Aclaraciones que se realice en la fecha, hora y dirección indicados por la convocante.

La convocante responderá por escrito a toda solicitud de aclaración del PBC que reciba dentro del plazo establecido que se derive de la Junta de Aclaraciones.

La convocante publicará su respuesta incluida una explicación de la consulta, pero sin indentificar su procedencia, a través del SICP, dentro del plazo tope.

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

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.

---

## **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 Sistema de Información de Proveedores del Estado (SIPE) de la DNCP, podrán presentar con su oferta, la constancia firmada emitida a través del SIPE, que reemplazará a los documentos solicitados por la convocante en el presente pliego.

Los oferentes deberán indicar en su oferta, qué documentos que forman parte de la misma son de carácter confidencial 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.

---

## **Oferentes en consorcio**

---

Dos o más interesados que no se encuentren comprendidos en las inhabilidades para presentar ofertas o contratar, podrán unirse temporalmente para presentar una oferta sin crear una persona jurídica.

Para ello deberán presentar escritura pública de constitución del consorcio o un acuerdo con el compromiso de formalizar el consorcio 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.

## **Aclaración de las ofertas**

Con el objeto de facilitar el proceso de revisión, evaluación, comparación y posterior calificación de ofertas, el Comité de Evaluación solicitará 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 al pliego de bases y condiciones, 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 establecido por el mismo, 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:

1. 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 total y el precio unitario será corregido.
2. Los precios subtotales podrán ser corregidos siempre que se mantenga inalterable el precio total obtenido en la SBE.
3. En ambos casos, los precios unitarios modificados no podrán ser superiores a los precios unitarios iniciales que figuran en el Acta de Sesión Pública Virtual de la SBE.
4. En caso de que el oferente haya cotizado su precio en guaraníes con décimos y céntimos, la convocante procederá a realizar el redondeo hacia abajo, aún cuando el resultado varíe del precio total que se encuentra en el Acta de Sesión Pública Virtual de la SBE como precio final.
5. 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 (1) y (2) mencionados.

---

## Idioma de la oferta

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

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

No Aplica

---

## Idioma del contrato

El contrato, así como toda la correspondencia y documentos relativos al contrato, deberán ser escritos en idioma castellano. Los documentos de sustento y material impreso que formen parte del contrato, pueden estar redactados en otro idioma siempre que estén acompañados de una traducción realizada por traductor matriculado en la República del Paraguay, en sus partes pertinentes al idioma castellano y, en tal caso, dicha traducción prevalecerá para efectos de interpretación del contrato.

El proveedor correrá con todos los costos relativos a las traducciones, así como todos los riesgos derivados de la exactitud de dicha traducción.

---

## Moneda de la oferta y pago

La moneda de la oferta y pago será:

En Guaraníes para todos los oferentes

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 décimos y céntimos.

---

## Visita al sitio de ejecución del contrato

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

No Aplica

Al culminar la o las visitas, se labrará acta en la cual conste, la fecha, lugar y hora de realización, en la cual se identifique el nombre de las personas que asistieron en calidad de potenciales oferentes, así como del funcionario encargado de dicho acto.

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

Cuando la convocante haya establecido que no será requisito de participación, el oferente podrá declarar bajo fe de juramento conocer el sitio y que cuenta con la información suficiente para preparar la oferta y ejecutar el contrato.

---

## **Precio y formulario de la oferta**

El oferente indicará el precio total de su oferta y los precios unitarios de los bienes 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.

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 requeridos, el oferente deberá cotizar en la lista de precios 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 y condiciones, los precios indicados en la lista de precios serán consignados separadamente de la siguiente manera:

- El precio de bienes 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;
- 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; y
- 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 la modalidad de contrato abierto, cuando se realice por montos mínimos y máximos deberán indicarse el precio unitario de los bienes 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 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.

---

## **Abastecimiento simultáneo**

El sistema de abastecimiento simultáneo para esta licitación será:

No Aplica

## **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 productos a los cuales se les requerirá Autorización del Fabricante son los indicados a continuación:

No Aplica

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

## **Muestras**

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

### **LOTE 1 - DISEÑO, CREATIVIDAD, REDES SOCIALES:**

Presentar muestras de trabajos realizados, de los siguientes ítems (como mínimo):

- 1 (un) Boceto de Campaña para medios tradicionales y digitales, incluyendo o el Contexto, el Objetivo, y el Concepto de la campaña o Público objetivo o el Slogan o claim o 1 (un) Guión para Spot de TV o 1 (un) guión para spot de Radio o 1(un) boceto de aviso para medios escritos.
- 2 (dos) recortes periodísticos de 2 (dos) avisos diferentes (cada uno de productos o servicios diferentes) a color, en tamaño mínimo de ½ página para periódicos (6 columnas x 19 cm como mínimo).
- 1 (un) spot de TV de 30 segundos;
- 1 (un) spot tipo bumper, para Youtube.
- 1(un) spot de Radio de 30 segundos;

Las muestras deberán ser presentadas en formato digital, en soportes ya sean CD, DVD y/o pendrive correctamente

rotulados.

Las muestras deberán ser presentadas junto con la oferta (Acto de apertura de las ofertas) o bien en el plazo de 48 horas hábiles siguientes al acto de apertura de ofertas, y será considerado requisito indispensable para la evaluación de las ofertas.

Los Criterios ser utilizados para la verificación de las muestras son:

- Cada boceto y guión deberá tener coherencia con el Objetivo, público Objetivo y el Slogan de la Campaña.
- Los avisos para medios escritos deberán corresponder al boceto.
- Los spots de TV deberán corresponder a los guiones presentados.
- El spot tipo bumper deberá tener relación con los demás materiales presentados, y tener una duración máxima de 6 (seis) segundos.

#### **LOTE 2 CARTELERÍA:**

Presentar como mínimo los siguientes ítems:

- 1 (un) banner roll-up con su correspondiente bolso.

Las muestras deberán ser presentadas junto con la oferta (Acto de apertura de las ofertas) o bien en el plazo de 48 horas hábiles siguientes al acto de apertura de ofertas, y será considerado requisito indispensable para la evaluación de las ofertas.

Los Criterios ser utilizados para la verificación de las muestras son:

La calidad del material de base (tela vinílica, la claridad de la impresión en cuanto a resolución, la solidez del montaje de la tela en el armazón, la solidez de la caja del roll-up).

#### **LOTE 3 MEDIOS:**

Presentar un mínimo de 1 (una) muestra de Planes de Medios implementados, de por lo menos 30 (treinta) días de duración, y que haya incluido como mínimo:

- 2 (dos) canales de Televisión abierta
- 2 (dos) canales de Televisión por cable
- 1 (un) medio escrito
- 2 (dos) Radios ya sean AM o FM
- 1 (un) canal Digital
- Vía Pública

El Plan de Medios deberá incluir como mínimo:

- Objetivo de la Campaña, detallando además el público objetivo.
- Nombre del cliente y/o producto
- Nombre del medio, y nombre de los programas o espacios en los medios.
- Cantidad de Spots/segundos contratados por cada programa y medio.
- Período de la campaña.

Las muestras deberán ser presentadas junto con la oferta (Acto de apertura de las ofertas) o bien en el plazo de 48 horas hábiles siguientes al acto de apertura de ofertas, y será considerado requisito indispensable para la evaluación de las ofertas.

Los Criterios ser utilizados para la verificación de las muestras son:

- El Plan de Medios deberá incluir como mínimo, los ítems definidos para cada muestra.
- Se verificará la coherencia entre los medios y programas contratados, con el Objetivo de la campaña, y con el público objetivo definidos. Los programas/medios seleccionados por el oferente deberán estar orientados al público objetivo y al logro del Objetivo de la campaña.
- El Período de la campaña deberá ser de un mínimo de 30 (treinta) días, que es un período mínimo desde el punto de vista técnico, para lograr fijar una comunicación en el público objetivo.

#### **LOTE 4 PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL:**

Presentar como mínimo los siguientes ítems:

- 2 (dos) Spots de televisión que hayan sido producidos por el oferente, en formato Full HD, de 30 segundos de duración, de productos diferentes.
- 2 (dos) Spots de Radio que hayan sido producidos por el oferente, de 30 segundos de duración, de productos diferentes. Cada Spot deberá tener locución en idioma español o guaraní.

- 1 (un) Audiovisual con calidad FHD que haya sido producido por el oferente, en formatos mp4, m4v, avi, o similares. Que haya incluido en su producción: tomas aéreas con Drone y edición. Duración mínima 60 segundos.
- 1 (un) ejemplar original de un informe de gestión de una entidad pública o privada, que el oferente haya producido. Mínimo 70 (setenta) páginas, en papel ilustración mate 170 gramos como mínimo. Tapa dura o flexible.

Las muestras deberán ser presentadas junto con la oferta (Acto de apertura de las ofertas) o bien en el plazo de 48 horas hábiles siguientes al acto de apertura de ofertas, y será considerado requisito indispensable para la evaluación de las ofertas.

Los Criterios ser utilizados para la verificación de las muestras son:

- Los Spots de TV y Radio deberán cumplir los requisitos técnicos detallados en las EETT.
- El Audiovisual deberá cumplir con los requisitos técnicos detallados en las EETT.

- El ejemplar de la Memoria: se verificará el gramaje del papel, la nitidez de las imágenes en todo el material. Se verificará, además, la pulcritud en la encuadernación para identificar posibles problemas de hilos visibles, hojas despegadas.

#### **LOTE 5 - PRODUCCIÓN DE MATERIALES:**

Presentar como mínimo los siguientes ítems, que hayan sido producidos:

- 1 (un) afiche en tamaño A3, full color, en papel ilustración. Impreso en offset.
- 1 (un) ejemplar original de volante, 150grs tamaño 22x12,5 centímetros, a full color impreso a un solo lado.
- 1 (una) cinta colgante en poliéster, 2 cm de ancho, sublimado a full color.
- 1 (una) cinta colgante en nylon, 2 cm de ancho, con logo en serigrafía a un solo color.
- 1 (un) Termo para mate forrado en cuero ecológico, de 1 litro, con logo bordado a full color, con guampa forrada.
- 1 (un) Termo para frío/calor forrado en cuero ecológico, de 2,5 litros, con logo bordado a full color, con guampa forrada.
- 1 (una) camisa mangas largas, para hombre o mujer, con bordado, según las especificaciones requeridas.
- 1 (una) remera polo mangas cortas, para hombre o mujer, con bordado, según las especificaciones requeridas.
- 1 (una) caja en MDF con logo grabado, según especificaciones.
- 1 (un) tent (exhibidor para mostrador) según especificaciones.

Los Criterios ser utilizados para la verificación de las muestras son:

- La impresión de los Afiches deberá ser nítida, en papel ilustración, sin presentar manchas ni sobreimpresión.
- La impresión de los volantes deberá ser nítida, sin presentar manchas ni sobreimpresión. El gramaje mínimo aceptado será el indicado en las EETT.
- La cinta colgante deberá presentar una impresión serigráfica nítida. El material no deberá presentar aspereza al tacto.
- Termo forrado: se verificará que el cuero utilizado tenga un color uniforme en toda la pieza, que el cuero no presente aspereza al tacto, que la sutura sea uniforme en toda la pieza, que el bordado sobre el cuero sea nítido, que la guampa esté forrada con el mismo material que el termo (mismos colores además). El termo en sí deberá ser para agua caliente, o fría/caliente.
- Camisas y remeras: se verificará que cumplen con las especificaciones técnicas referente al tipo de tela, calidad del bordado, tipo de entretela, corte.
- Caja MDF: mínimo espesor de las placas principales 4 mm, medidas mínimas 20 cm largo x 20 cm ancho x 10 cm alto, logotipo grabado a láser según diseño; caja pintada. Bisagras y cerradura metálicas.
- Tents (exhibidores): material cartón dúplex 240 gr. impresión full color en ambas caras. Laminado. Medidas mínimas: 13x18cm.- Material adhesivo para fijación al mostrador.

**Las muestras solicitadas para los diferentes Lotes, serán devueltos a los oferentes en un plazo de 30 (treinta) días hábiles desde la notificación de adjudicación.**

En caso de ser solicitadas, las muestras deberán ser presentadas junto con la oferta, o bien en el 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.

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

El oferente presentará su oferta original. En caso de que la convocante requiera la presentación de copias lo deberá indicar en este apartado, las copias deberán estar identificadas como tales.

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

Cantidad de copias requeridas:

1 copia

## **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.

## **Periodo de validez de las ofertas**

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

90

Las ofertas deberán permanecer válidas por el periodo indicado en el presente apartado, que se computará a partir del inicio de la etapa competitiva. 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 pedirá ni permitirá que modifiquen sus ofertas.

## **Garantías: instrumentación, plazos y ejecución.**



1. La garantía de mantenimiento de oferta deberá expedirse en un monto en guaraníes que no deberá ser inferior al porcentaje especificado en el SICP. El oferente puede adoptar cualquiera de las formas de instrumentación de las garantías dispuestas por las normativas vigentes.
2. La garantía de mantenimiento de oferta presentada en los términos del párrafo anterior, deberá cubrir el precio total de la oferta en la etapa de recepción de propuestas.
3. En los contratos abiertos, el porcentaje de las garantías a ser presentado por los oferentes que participen, deberá ser aplicado sobre el monto máximo total de la oferta; si la adjudicación fuese por lote o ítem ofertado, deberán sumarse los valores máximos de cada lote o ítem ofertado, a fin de obtener el monto sobre el cual se aplicará el porcentaje de la citada garantía.
4. En caso de instrumentarse a través de Garantía Bancaria, deberá estar sustancialmente de acuerdo con el formulario de Garantía de Mantenimiento de Oferta incluido en la Sección "Formularios".
5. La garantía de mantenimiento de oferta en caso de oferentes en consorcio deberá ser presentado de la siguiente manera:
  - Consorcio constituido por escritura pública: deberán emitir a nombre del consorcio legalmente constituido por escritura pública, del líder del consorcio o de todos los socios que la integran;
  - Consorcio en proceso de formación con acuerdo de intención: deberán emitir a nombre del líder del consorcio en proceso de formación con acuerdo de intención o de todos los miembros que la integran.
6. 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 la oferta;
  - c) Si no acepta la corrección aritmética del precio de su oferta, en caso de existir;
  - d) Si el oferente no presentare su oferta en la fecha y hora señaladas, previo requerimiento por parte de la convocante; o
  - e) Si el adjudicatario no procede, por causa imputable al mismo a:
    - e.1. Suministrar los documentos indicados en el pliego de bases y condiciones para la firma del contrato,
    - e.2. Firmar el contrato,
    - e.3. Suministrar en tiempo y forma la garantía de cumplimiento de contrato,
    - e.4. Se comprobare que las declaraciones juradas presentadas por el oferente adjudicado con su oferta sean falsas,
    - e.5. El adjudicatario no presentare las legalizaciones correspondientes para la firma del contrato, cuando éstas sean requeridas, o
    - e.6. No se formaliza el consorcio por escritura pública, antes de la firma del contrato.
7. 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 póliza. 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.
8. 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 cumplimiento deberá ser entregada antes del cumplimiento de la prestación.
9. La garantía de Fiel Cumplimiento de Contrato será liberada y devuelta al proveedor, a requerimiento de parte, a más tardar treinta (30) días contados a partir de la fecha de cumplimiento de las obligaciones del proveedor en virtud de contrato, incluyendo cualquier obligación relativa a la garantía de los bienes.

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

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

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. Cuando la competencia se desarrolle por más de un día, la garantía de mantenimiento de oferta deberá cubrir a partir del primer día del inicio de la etapa competitiva.

---

## Porcentaje de Garantía de Fiel Cumplimiento de Contrato

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

10,00 %

La garantía de Fiel Cumplimiento de Contrato deberá ser presentada por el proveedor, dentro de los diez (10) días calendario siguientes a partir de la fecha de suscripción del contrato, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 39 de la Ley N° 2051/2003.

---

## Periodo de Validez de la Garantía de Fiel Cumplimiento de Contrato

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

La Garantía de Fiel Cumplimiento de Contrato deberá extenderse por todo el periodo de ejecución del Contrato: *Plazo de ejecución del servicio: 12 meses, más el plazo de garantía del servicio: 12 meses* más 1 (un) mes de plazo de liberación de la Garantía de Fiel Cumplimiento de Contrato.

La Garantía de Cumplimiento de Contrato deberá ser presentada en las oficinas de la GDOC - Casa Matriz del BNF (Independencia Nacional y 25 de Mayo)

En circunstancias motivadas, la Contratante solicitará al Proveedor que presente prórrogas extendiendo el periodo de validez de la Garantía de Cumplimiento de Contrato, la cual deberá ser presentada antes del vencimiento. La falta de constitución y entrega oportuna de la prórroga de la garantía podrá ser causal de la Ejecución de la Garantía de Cumplimiento de Contrato, y posterior Rescisión del Contrato por hecho imputable al Proveedor y comunicado a la Dirección de Contrataciones Públicas.

---

## Periodo de validez de la garantía de los bienes

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

12 (doce) meses.

---

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

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

12 (doce) meses.

---

## **Plazo de reposición de bienes**

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

LOTE 1 - Para materiales digitales urgentes del tipo Flyer o comunicados: hasta 1 (una) hora de la solicitud formal. - Para materiales no urgentes: videos, GIF animados, Flyers y otros, de un máximo de 72 horas corridas desde la solicitud formal. LOTE 2 - Para trabajo declarados como urgentes, hasta un máximo de 48 horas corridas desde la solicitud formal. LOTE 3 - Hasta 24 horas corridas desde la solicitud formal. LOTE 4 - Hasta 48 horas corridas desde la solicitud formal. LOTE 5 - Hasta 48 horas corridas desde la solicitud formal. Aplica para todos los lotes. La solicitud formal podrá realizarse por el BNF a través de correo electrónico, o en el grupo oficial de Whatsapp para los trabajos de Publicidad que deberá ser habilitado por el BNF con cada uno de los oferentes que resultase adjudicado.

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 con su obligación dentro del plazo establecido, la contratante tomará las 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.

---

## **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.

---

## Sistema de presentación de ofertas

Las ofertas serán presentadas en un sólo sobre y deberán:

1. Indicar el nombre y la dirección del oferente;
2. Estar dirigidos a la convocante;
3. Llevar la identificación específica del proceso de licitación indicado en el SICP; y
4. Llevar una advertencia de no abrir antes de la hora y fecha de apertura de ofertas.

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.

---

## Plazo para presentar las ofertas

Culminada la etapa competitiva, presentarán las ofertas físicas en la dirección y hasta la fecha y hora que se indican en el SICP, los siguientes participantes requeridos:

Todos los oferentes.

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

La convocante podrá a su discreción, extender el plazo originalmente establecido para la presentación de ofertas mediante una adenda. 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.

---

## 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.

---

## Apertura de ofertas

1. La convocante abrirá las ofertas y en caso de que hubiere notificaciones de retiro, sustitución y modificación de ofertas presentadas, las leerá en el acto público con la presencia de los oferentes o sus representantes a la hora, en la fecha y el lugar establecidos en el SICP.

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

3. Primero se procederá a verificar de entre las ofertas recibidas por courier o entregadas personalmente, los sobres 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 pertinente contenga la autorización válida para solicitar el retiro 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 ninguna sustitución a menos que la comunicación de sustitución correspondiente contenga una autorización válida para solicitar la sustitución 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 correspondiente contenga la autorización válida para solicitar la modificación 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 los documentos que soliciten, 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 portado por el representante.

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

6. Las ofertas sustituidas y modificadas presentadas, 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 oferentes 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.

8. El acta de apertura deberá ser comunicada al SICP, para su difusión, dentro de los dos (02) días hábiles de la realización del acto de apertura.

# REQUISITOS DE CALIFICACIÓN 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 ésta licitación, individualmente o en forma conjunta (consorcio), los oferentes domiciliados en la República del Paraguay, que no se encuentren comprendidos en las prohibiciones o limitaciones para presentar propuestas y contratar con el Estado, establecidas en la Ley N° 2051/03 "De Contrataciones Públicas".

Adicionalmente a lo establecido en el párrafo anterior el oferente deberá considerar las siguientes condiciones de participación:

Que se encuentren registrados/as en el Sistema de Información de Proveedores del Estado (SIPE), debiendo suscribir ante el mismo una Declaración Jurada en la cual manifiesta que tiene pleno conocimiento y acepta las reglas del proceso, para su activación como oferente. La Declaración Jurada referida, podrá ser descargada desde el SICP, módulo del SIPE.

Que activados/as conforme al SIPE posean su Usuario y Contraseña, personal e intransferible, salvo que los mismos hayan sido cancelados por el sistema, de conformidad a la reglamentación específica. La pérdida del usuario y contraseña deberá ser comunicada a la DNCP para que, a través del sistema, sea bloqueado el acceso inmediatamente; y

Como requisito para la participación en la Subasta a la Baja Electrónica, el oferente deberá manifestar en el campo previsto en el sistema electrónico, que cumple plenamente los requisitos de habilitación y que su propuesta de precios está conforme con las exigencias del pliego de bases y condiciones.

## Requisitos de Calificación

### Calificación Legal

Los oferentes deberán declarar que no se encuentran comprendidos en las limitaciones o prohibiciones para contratar con el Estado, contempladas en el artículo 40 de la Ley N° 2051/03, modificado por Ley N° 6716/2021, declaración que forma parte del formulario de oferta.

Serán desechadas las ofertas de los oferentes que se encuentren comprendidos en las prohibiciones o limitaciones para contratar 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 los incisos a) y b), m) y n) del artículo 40 de la Ley N° 2051/03, modificado por Ley N° 6716/2021, el comité de evaluación realizará el siguiente análisis:

1. Verificará que el oferente haya proporcionado el formulario de ofertas que incluye la declaratoria debidamente firmada.
2. Verificará los registros del personal de la convocante para detectar si el oferente o sus representantes, se hallan comprendidos en el presupuesto del inciso a) del artículo 40 de la Ley N° 2051/03, modificado por Ley N° 6716/2021.
3. Verificará por los medios disponibles, si el oferente y los demás sujetos individualizados en las prohibiciones o limitaciones contenidas en los incisos a) y b), m) y n) del artículo 40 de la Ley N° 2051/03, modificado por Ley N° 6716/2021, aparecen en la base de datos del SINARH o de la Secretaría de la Función Pública.
4. Si se constatará que alguno de las personas mencionadas en el párrafo anterior figura en la base de datos del SINARH o de la Secretaría de la Función Pública, 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 Miembros, de conformidad a estándar debidamente firmado en su oferta y cotejará los datos con las personas físicas inhabilitadas que constan en el registro de “Sanciones a Proveedores” del SICP a fin de detectar si directores, gerentes, socios gerentes, quienes ejerzan la administración, accionistas, cuotapartistas o propietarios se hallan comprendidos en el presupuesto del inciso m) y n) del artículo 40 de la Ley N° 2051/03, modificado por Ley N° 6716/2021.

El comité podrá recurrir a fuentes públicas o privadas de información, para verificar los datos proporcionados por el oferente.

6. Si el Comité confirma que el oferente o sus integrantes poseen impedimentos, la oferta será rechazada y se remitirán los antecedentes a la Dirección Nacional de Contrataciones Públicas (DNCP) para los fines pertinentes.

## **Análisis de precios ofertados**

Durante la evaluación de ofertas, 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 a los siguientes parámetros:

1. 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.

## **Certificado de Producto y Empleo Nacional - CPS**

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 la etapa competitiva.

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.

1. 1. 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.

### **a.2. Provisión de Servicios (se entenderá por el término servicio aquello que comprende a los servicios en general, las**

consultorías, obras públicas y servicios relacionados a obras públicas).

Todos los integrantes del consorcio deben contar con el CPEN.

Excepcionalmente se admitirá que no todos los integrantes del consorcio cuenten con el CPEN para aplicar el margen de preferencia, cuando el servicio específico se encuentre detallado en uno de los ítems de la planilla de precios, y de los documentos del consorcio (acuerdo de intención o consorcio constituido) se desprenda que el integrante del consorcio que cuenta con el CPEN será el responsable de ejecutar el servicio licitado.

## **Margen de Preferencia Local - CPS**

Para contrataciones realizadas por Unidades Operativas que se encuentren conformadas dentro de un municipio o departamento se deberá considerar que, si la oferta evaluada como la más baja pertenece a una firma u empresa domiciliada fuera del territorio departamental de la convocante, ésta será comparada con la oferta más baja de la firma u empresa domiciliada dentro del territorio de la convocante, agregándole al precio total de la oferta propuesta por la primera una suma del diez por ciento (10%) del precio. Si en dicha comparación adicional la oferta de la firma u empresa domiciliada dentro del territorio departamental de la convocante resultare ser la más baja, se la seleccionará para la adjudicación; en caso contrario se seleccionará la oferta de servicios de la firma u empresa domiciliada fuera del territorio departamental de la convocante.

En el caso de que el oferente, sea de la zona y además cuente con margen de preferencia, se le aplicará únicamente el margen de este último.

Las convocantes deberán acogerse a las condiciones específicas para la aplicación del Margen de Preferencia Local establecidas en la reglamentación emitida por la DNCP.

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

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

### **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.]

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

La garantía de mantenimiento de oferta debe ser extendida, bajo la forma de una garantía bancaria o póliza de seguro de caución.

### **3. Certificado de Cumplimiento con la Seguridad Social. (\*\*)**

### **4. Certificado de Producto y Empleo Nacional, emitido por el MIC, en caso de contar. (\*\*)**



5. Declaración Jurada de Declaración de Miembros, de conformidad con el formulario estándar Sección Formularios (**)
6. Certificado de Cumplimiento Tributario. (**)
7. Patente Comercial del municipio en donde esté asentado el establecimiento principal del oferente. (**)
8. Documentos legales
8.1. Oferentes Individuales. Personas Físicas.
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fotocopia simple de la Cédula de Identidad del firmante de la oferta. (*)</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Constancia de inscripción en el Registro Único de Contribuyentes RUC. (*)</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 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. (*)</li> </ul>
8.2. Oferentes Individuales. Personas Jurídicas.
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 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. (*)</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Constancia de Inscripción en el Registro Único de Contribuyentes RUC y fotocopia simple de los Documentos de Identidad de los representantes o apoderados de la Sociedad.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 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. (*)</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Copias simple de las Constancias del Registro de Personas y Estructuras Jurídicas, y las Constancias del Registro de Beneficiarios Finales, dispuestas por la Ley N° 6446/2019, Decreto Reglamentario N° 3241 del 10/01/2020 y la Resolución N° 202/2020 del 17/09/2020 de la Secretaría de Prevención de Lavado de Dinero o Bienes SEPRELAD.</li> </ul>
8.3. Oferentes en Consorcio.

1. 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. (*)
2. 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). (*)
3. Fotocopia simple de los documentos que acrediten las facultades de los firmantes del acuerdo de intención de consorciarse. Estos documentos pueden consistir en (*): <ul style="list-style-type: none"> <li>• Un poder suficiente otorgado por escritura pública por cada miembro del consorcio (no es necesario que esté inscripto en el Registro de Poderes); o</li> <li>• 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.</li> </ul>
4. 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 (*): <ul style="list-style-type: none"> <li>• 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</li> <li>• 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.</li> </ul>
5. Copias simple de las Constancias del Registro de Personas y Estructuras Jurídicas, y las Constancias del Registro de Beneficiarios Finales, dispuestas por la Ley N° 6446/2019, Decreto Reglamentario N° 3241 del 10/01/2020 y la Resolución N° 202/2020 del 17/09/2020 de la Secretaría de Prevención de Lavado de Dinero o Bienes SEPRELAD.

**Observación:** *El Margen de Preferencia Local - NO APLICA* considerando que el Banco Nacional de Fomento tiene su domicilio en la ciudad de Asunción, capital de la República del Paraguay, la cual no pertenece a ningún Departamento según el Art. 157 de la Constitución Nacional, por ende el presupuesto o la condición prevista en el Art. 64 del Decreto, en los llamados que realice el Banco Nacional de Fomento no se presenta en ningún caso. Para tal efecto mencionamos las Resoluciones DNCP 306/2021 y 511/2021, para lo que hubiera lugar.

**Para los oferentes consorciados:**

a. CAPACIDAD FINANCIERA	Los índices financieros deberán ser cumplidos el 100% por cada uno de los integrantes.
b. EXPERIENCIA Y CAPACIDAD TÉCNICA	Todas las partes combinadas deberán cumplir con el 100% de los requisitos solicitados.
c. CALIFICACIÓN LEGAL	El socio líder y cada socio deberá cumplir con el <del>100%</del> de lo exigido

Los documentos indicados con asterisco (\*) son considerados documentos sustanciales a ser presentados con la oferta.

Los documentos indicados con doble asterisco (\*\*) deberán estar vigentes al inicio de la etapa competitiva para procesos de SBE.

## **Capacidad Financiera**

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

**a. Para contribuyente de IRACIS/IRE RG**

*Deberán cumplir el siguiente parámetro:*

*a. Ratio de Liquidez: activo corriente / pasivo corriente*

*Deberá ser igual o mayor que 1, en promedio, en los años (2019, 2020 y 2021)*

*b. Endeudamiento: pasivo total / activo total*

*No deberá ser mayor a 0,80 en promedio, en los años (2019, 2020 y 2021)*

*c. Rentabilidad: Porcentaje de utilidad después de impuestos o pérdida con respecto al Capital*

*El promedio de los años (2019, 2020 y 2021) no deberá ser negativo*

**b. Para contribuyente de IRPC/IRE SIMPLE o IRACIS/IRE SIMPLE**

Deberán cumplir el siguiente parámetro:

Eficiencia: (Ingreso/Egreso)

**Deberá ser igual o mayor que 1, en promedio, en los años (2019, 2020 y 2021)**

**c. Para contribuyente de IRP/IRP RSP**

Deberán cumplir el siguiente parámetro:

Eficiencia: (Ingreso/Egreso)

**Deberá ser igual o mayor que 1, en promedio, en los años (2019, 2020 y 2021)**

**d. Para contribuyentes de exclusivamente IVA General**

Deberán cumplir el siguiente parámetro:

Eficiencia: (Ingreso/Egreso)

**Deberá ser igual o mayor que 1, en promedio, en los años (2019, 2020 y 2021)**

Los oferentes al efecto de lo anteriormente señalado, deberán presentar los documentos que se indican en los requisitos documentales.

**Observación:** Si en alguno de los tres años, o los tres años presentados por la Empresa, su pasivo es igual a 0, se considerará el Ratio de Liquidez igual a 1 y se dará por cumplido el Ratio de Endeudamiento.

Esta salvedad en el PBC hace posible calcular el promedio del índice de liquidez de los 3 (tres) ejercicios analizados, debido a que se otorga un valor que puede ser promediado.

## Requisitos documentales para evaluar el criterio de capacidad financiera

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

a. Certificado de Cumplimiento Tributario vigente al inicio de la etapa competitiva.
b. Balance General y Cuadro de Estado de Resultados de los tres años (2019, 2020 y 2021) para contribuyente de IRACIS/IRE RG.
c. IVA General de 36 (treinta y seis) meses (2019, 2020 y 2021), para contribuyentes sólo del IVA General.
d. Formulario 106 IRPC, Formulario 501 IRE Simple de los 3 (tres) años (2019, 2020 y 2021) para contribuyentes del IRPC/IRE SIMPLE o IRACIS/IRE SIMPLE
e. Formulario 104 IRP, Formulario 515 IRP-RSP de los 3 (tres) años (2019, 2020 y 2021) para contribuyentes de IRP/IRP-RSP.

## Experiencia requerida

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

### • LOTE N° 1 - DISEÑO, CREATIVIDAD, REDES SOCIALES:

1. El oferente deberá demostrar experiencia en trabajos de diseño, creatividad, plan de medios y/o campañas de comunicación pública, a través de contratos y/o facturas mínimo por un monto **equivalente 25 % como mínimo del monto máximo del lote ofertado en la presente licitación, de los últimos cuatro años 2019, 2020, 2021, 2022.**
2. El oferente deberá presentar 3 (tres) Certificados en la que conste satisfacción del servicio realizado proveído por empresas públicas y/o privadas de trabajos de diseño, creatividad, campañas de comunicación pública, producción de materiales audiovisuales y/o impresiones gráficas **en los años 2019, 2020, 2021, 2022.**

### • LOTE N° 2 CARTELERÍA:

1. El oferente deberá demostrar experiencia en Diseño, fabricación 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 a través de contratos y/o facturas mínimo por un monto equivalente 25 % como mínimo del monto máximo del lote ofertado en la presente licitación, **de los años 2019, 2020, 2021, 2022.**
2. El oferente deberá presentar 3 (tres) Certificados en la que conste satisfacción del servicio realizado proveído por empresas públicas y/o privadas de trabajos de diseño y producción cartelería interna y externa (vía pública) **en los años 2019, 2020, 2021, 2022.**

• **LOTE N° 3 - MEDIOS:**

1. El oferente deberá demostrar experiencia en trabajos de servicios de Elaboración y ejecución de Planes de Medios, Ejecución de Campañas de Comunicación a través de contratos y/o facturas mínimo por un monto equivalente 25 % como mínimo del monto máximo del lote ofertado en la presente licitación, **de los años 2019, 2020, 2021, 2022.**
2. El oferente deberá presentar 3 (tres) Certificados en la que conste satisfacción del servicio realizado proveído por empresas públicas y/o privadas de trabajos de diseño e implementación de Planes de Medios en canales de televisión abierta, cable, radios AM y FM, medios digitales **en los años 2019, 2020, 2021, 2022.**

• **LOTE N° 4 - PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL:**

1. El oferente deberá demostrar experiencia en trabajos de Producción de materiales audiovisuales a través de contratos y/o facturas mínimo por un monto equivalente 25 % como mínimo del monto máximo del lote ofertado en la presente licitación, **de los años 2019, 2020, 2021, 2022.**
2. El oferente deberá presentar 3 (tres) Certificados en la que conste satisfacción del servicio realizado proveído por empresas públicas y/o privadas de trabajos en producción de materiales audiovisuales Medios **en los años 2019, 2020, 2021, 2022.**

• **LOTE N° 5 PRODUCCIÓN DE MATERIALES:**

1. El oferente deberá demostrar experiencia en trabajos de servicios de Elaboración de materiales publicitarios impresos, y merchandising a través de contratos y/o facturas mínimo por un monto equivalente 25 % como mínimo del monto máximo del lote ofertado en la presente licitación, **de los años 2019, 2020, 2021, 2022.**
2. El oferente deberá presentar 3 (tres) Certificados en la que conste satisfacción del servicio realizado proveído por empresas públicas y/o privadas de trabajos en producción de materiales publicitarios impresos, Informes de Gestión y merchandising **en los años 2019, 2020, 2021, 2022.**

## Requisitos documentales para evaluar el criterio de experiencia requerida

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

1. Constancia de RUC emitida por la SET.

2. Patente comercial vigente a la fecha de apertura o al inicio de la carga de propuestas para procesos de SBE, del municipio en donde esté asentado el establecimiento principal del oferente.

3. Copia de contratos y/o facturas y Constancias que avalen la experiencia requerida.

4. Certificados en la que conste satisfacción del servicio realizado proveído por empresas públicas y/o privadas.

## Capacidad Técnica

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

### **LOTE N° 1 - DISEÑO, CREATIVIDAD, REDES SOCIALES**

Contar con un equipo de trabajo de como mínimo 11 (Once) profesionales que estarán a cargo de la cuenta del BNF en el área de diseño y creatividad conforme detalle:

- 2 Diseñadores Senior
- 2 Animadores audiovisuales Senior.
- 1 Ejecutivo de Cuenta Exclusivo para el BNF.
- 1 Director General Creativo (DGC), o cargo equivalente.
- 3 (Tres) Community Managers.
- 1 Content
- 1 Planner

### **LOTE N° 2 CARTELERÍA**

Contar con un equipo de trabajo de como mínimo 6 (seis) profesionales que estarán a cargo de la cuenta del BNF en el área de producción e instalación de cartelera:

- Coordinación del Equipo de Trabajo: 1 (un) Jefe del equipo de producción e instalación, que deberá liderar el equipo de profesionales del Oferente en todas las tareas y servicios ofertados, y que deberá ser el punto de contacto y responsable de gestionar dichas tareas y servicios y ser el nexo operativo con la Contratante.
- Profesional de Cartelería: 5 (cinco) profesionales expertos en producción e instalación de cartelera tanto interna como vía pública, de los materiales detallados en las especificaciones técnicas del presente llamado.
- Contar con un mínimo de 4 (cuatro) móviles de su propiedad para la realización de los servicios, a tal efecto deberá presentar documentos que acrediten la misma (Cedula Verde). En caso de que no sea de su propiedad presentar documento que acredite que el mismo se encuentra arrendado (contrato de alquiler del vehículo).

### **LOTE N° 3 - MEDIOS**

Contar con un equipo de trabajo de como mínimo 2 (dos) profesionales que estarán a cargo de la cuenta del BNF en el área de medios:

- Presentar currículum de los profesionales, los cuales deberán acreditar formación en Marketing, Publicidad, Periodismo o Comunicaciones, demostrado a través de copias de títulos universitarios de las carreras mencionadas y/o Títulos de especialización en dichas materias.
- Presentar Declaración Jurada que los profesionales deberán contar con un mínimo de 2 (dos) años de experiencia en el área de medios de comunicación, acorde a los servicios requeridos en el presente Lote.
- Certificados de Crédito emitidos por medios de comunicación, como mínimo de: Telefuturo, Unicanal (Grupo JBB), Canal Trece (Grupo JBB), Radio Ñandutí, Canal GEN. Mínimo 3 (tres) certificados, de 3 (tres) medios diferentes, 1 (un) certificado por cada medio.

### **LOTE N° 4 - PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL**

- Contar con un equipo de trabajo de como mínimo 2 (dos) profesionales que estarán a cargo de la cuenta del BNF en el área de producción de materiales audiovisuales.
- Presentar currículum de los profesionales, los cuales deberán acreditar formación en Marketing, Publicidad y/o Diseño Gráfico, o Comunicación, Producción Audiovisual, demostrado a través de copias de títulos universitarios de las carreras mencionadas y/o Títulos de especialización en dichas materias.
- Presentar Declaración Jurada que los profesionales deberán contar con un mínimo de 2 (dos) años de experiencia en el área de medios de comunicación, acorde a los servicios requeridos en el presente Lote.
- Contar como mínimo, con estos equipos y herramientas:
  - Equipo de grabación audiovisual HD Full 4K (3840x2160 píxeles, también conocido como Ultra HD) para producción y post producción. Estos equipos deberán ser tanto para filmación en interiores como en exteriores.
  - Equipos auxiliares para filmación acordes a los trabajos requeridos en el presente pliego.
  - Dispositivos Drones adecuados a los trabajos requeridos en el presente pliego.
  - Software para creación y edición de materiales audiovisuales.
  - Infraestructura adecuada para la producción de los materiales requeridos en el presente pliego: set de grabación completo con sistemas de audio e iluminación, mobiliario, y todo lo necesario para la producción audiovisual. El set de grabación podrá ser alquilado por el oferente, siempre y cuando reúna los mismos requisitos técnicos mencionados.

### **LOTE N° 5 PRODUCCIÓN DE MATERIALES**

- Contar con un equipo de trabajo de como mínimo 2 (dos) profesionales que estarán a cargo de la cuenta del BNF

para la realización de los servicios del presente lote, con la suficiente experiencia en los servicios que se requieren en el presente lote. O, en su defecto, contrato de tercerización del servicio vigente, donde conste que el tercero deberá responder en los tiempos y formas establecidos en el presente llamado.

**Observación:** *El mismo profesional puede aplicar a varios lotes, a excepción de las funciones que se requieren en forma exclusiva para atender al BNF.*

## Requisitos documentales para evaluar el criterio de capacidad técnica

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

### **LOTE N° 1 - DISEÑO, CREATIVIDAD, REDES SOCIALES**

Declaración jurada a través de la cual el oferente manifieste que cuenta con un equipo de trabajo de como mínimo 11 (Once) profesionales que estarán a cargo de la cuenta del BNF en el área de diseño y creatividad, conforme detalle:

- 2 (dos) Diseñadores Senior
- 2 (dos) Animadores audiovisuales Senior.
- 1 Ejecutivo de Cuenta Exclusivo para el BNF.
- 1 Director General Creativo (DGC), o cargo equivalente.
- 3 (Tres) Community Managers.
- 1 Content
- 1 Planner

Deberá, además, presentar los siguientes respaldos:

1. Para el Director General Creativo: presentar currículum y acreditar formación en Marketing, Publicidad, Periodismo o Comunicación, con copias de títulos universitario de las carreras mencionadas y/o Títulos de especialización y una declaración jurada en donde manifieste tener un mínimo de 3 (tres) años de experiencia en el cargo.
2. Para el Director de Arte, Creativos, Diseñadores, Animadores: presentar currículum y acreditar formación en Marketing, Publicidad y/o Diseño Gráfico, con copia de título universitario de las carreras mencionadas y/o Títulos de especialización en dichas materias, o certificados de estar cursando dichas carreras con un mínimo de 3 (tres) semestres aprobados; y un mínimo de 2 (dos) años de experiencia en el cargo.

### **LOTE N° 2 CARTELERÍA**

Declaración jurada a través de la cual el oferente manifieste que cuenta con un equipo de trabajo de como mínimo 6 (seis) profesionales que estarán a cargo de la cuenta del BNF en el área de producción e instalación de cartelera:

- Coordinación del Equipo de Trabajo: 1 (un) Jefe del equipo de producción e instalación, que deberá liderar el equipo de profesionales del Oferente en todas las tareas y servicios ofertados, y que deberá ser el punto de contacto y responsable de gestionar dichas tareas y servicios y ser el nexo operativo con la Contratante.
- Profesional de Cartelería: 5 (cinco) profesionales expertos en producción e instalación de cartelera tanto interna como vía pública, de los materiales detallados en las especificaciones técnicas del presente llamado.
- Contar con un mínimo de 4 (cuatro) móviles de su propiedad para la realización de los servicios, a tal efecto deberá presentar documentos que acrediten la misma (Cedula Verde). En caso de que no sea de su propiedad presentar documento que acredite que el mismo se encuentra arrendado (contrato de alquiler del vehículo).
- El oferente deberá presentar declaración jurada donde se indique que el personal cuenta con un mínimo de 2 (dos) años de experiencia en el área de producción e instalación de cartelera.

### **LOTE N° 3 - MEDIOS**

- Presentar Declaración jurada a través de la cual el oferente manifieste que cuenta con un equipo de trabajo de como mínimo 2 (dos) profesionales que estarán a cargo de la cuenta del BNF en el área de medios.
- Presentar currículum de los profesionales, los cuales deberán acreditar formación en Marketing, Publicidad, Periodismo, o carreras similares, demostrado a través de copias de títulos universitarios de las carreras mencionadas y/o Títulos de especialización en dichas materias.
- Presentar Declaración Jurada que los profesionales deberán contar con un mínimo de 2 (dos) años de experiencia en

el área de medios de comunicación, acorde a los servicios requeridos en el presente Lote.

- Certificados de Crédito emitidos por medios de comunicación, como mínimo de: Telefuturo, Unicanal (Grupo JBB), Canal Trece (Grupo JBB), Radio Ñandutí, Canal GEN. Mínimo 3 (tres) certificados, de 3 (tres) medios diferentes, 1 (un) certificado por cada medio.

#### LOTE N° 4 PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL

- Presentar Declaración jurada a través de la cual el oferente manifieste que cuenta con un equipo de trabajo de como mínimo 2 (dos) profesionales que estarán a cargo de la cuenta del BNF en el área de producción de materiales audiovisuales.
- Presentar currículum de los profesionales, los cuales deberán acreditar formación en Marketing, Publicidad y/o Diseño Gráfico, o carreras similares, demostrado a través de copias de títulos universitarios de las carreras mencionadas y/o Títulos de especialización en dichas materias.
- Presentar Declaración Jurada que los profesionales deberán contar con un mínimo de 2 (dos) años de experiencia en el área de medios de comunicación, acorde a los servicios requeridos en el presente Lote

Declaración jurada que cuenta como mínimo, con estos equipos y herramientas:

- Equipo de grabación audiovisual HD Full 4K (3840x2160 píxeles, también conocido como Ultra HD) para producción y post producción. Estos equipos deberán ser tanto para filmación en interiores como en exteriores.
- Equipos auxiliares para filmación acordes a los trabajos requeridos en el presente pliego.
- Dispositivos Drones adecuados a los trabajos requeridos en el presente pliego.
- Software para creación y edición de materiales audiovisuales.
- Infraestructura para la producción de los materiales requeridos en el presente pliego como ser: set de grabación completo con sistemas de audio e iluminación, mobiliario, y todo lo necesario para la producción audiovisual. **El set de grabación podrá ser alquilado por el oferente, siempre y cuando reúna los mismos requisitos técnicos mencionados.**

#### LOTE N° 5 PRODUCCIÓN DE MATERIALES

- Presentar Declaración jurada a través de la cual el oferente manifieste que cuenta con un equipo de trabajo de como mínimo 2 (dos) profesionales que estarán a cargo de la cuenta del BNF para la realización de los servicios del presente lote, con la suficiente experiencia en los servicios que se requieren en el presente lote. O, en su defecto, contrato de tercerización del servicio, vigente, y con fecha de fin de enero de 2022 como mínimo, donde conste que el tercero deberá responder en los tiempos y formas establecidos en el presente llamado.

**Observación:** *El mismo profesional puede aplicar a varios lotes, a excepción de las funciones que se requieren en forma exclusiva para atender al BNF.*

## Otros criterios que la convocante requiera

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

1. **Para todos los Lotes:** los oferentes deberán presentar con su oferta una Declaración Jurada de que los bienes y /o servicios entregados poseen garantía escrita por 12 (doce) meses desde la recepción y aceptación de los mismos por parte del BNF.

#### OTROS DOCUMENTOS A PRESENTAR PARA LA FIRMA DEL CONTRATO:

1. De conformidad al Art. 33 de la Resolución N° 70 de la SEPRELAD, el oferente adjudicado deberá proveer los datos y documentos respaldatorios solicitado en la misma.



## **Criterios de desempate de ofertas**

El vencedor de cada grupo subastado será el oferente que ingresó el menor precio. En los casos de igualdad de precios, queda como vencedor el que lo haya ingresado primero.

Siempre que el criterio de desempate establecido, no sea aplicable, 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.

**Nota1:** Conforme las disposiciones del Decreto 7781/06, para las Contrataciones con Organismos de la Administración Central, el Oferente que resulte adjudicado, deberá contar con una cuenta corriente y/o caja de ahorro habilitada en un Banco de plaza, o en su defecto, hallarse en condiciones de poder habilitar una cuenta corriente y/o caja de ahorro a su nombre, a fin de poder hacer efectivo el Pago Directo a Proveedores y Acreedores vía acreditación en cuenta bancaria.

# 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

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 serán suministrados por el proveedor como si hubiesen sido expresamente mencionados, salvo disposición contraria en el contrato.

Los bienes 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 registrará 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.

## Detalles de los productos y/o servicios con las respectivas especificaciones técnicas - CPS

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

LOTE N°1: DISEÑO Y CREATIVIDAD, PRODUCCION DE MATERIALES, CREATIVIDAD DIGITAL SERVICIO INTEGRAL			
Ítem	Descripción	Unidad de Medida	Presentación
1	Diseño de Creatividad Integral para productos y servicios del Banco, según especificaciones técnicas	Mes	Evento
2	Diseño, Publicación y Administración de Contenidos digitales publicitarios y de formato noticioso, en los canales digitales del BNF, según especificaciones técnicas	Mes	Evento

3	DATOS DE AUDIENCIA y MERCADO PUBLICITARIO. Según especificaciones técnicas	Unidad	Evento
4	Compra de pautas digitales en plataforma Google Ads en todos sus formatos para el objetivo de Alcance. El oferente deberá garantizar la optimización de la inversión en cada caso. CPM	Costo por mil	Evento
5	Compra de pautas digitales en plataforma Google Ads en todos sus formatos para el objetivo de consideración. El oferente deberá garantizar la optimización de la inversión en cada caso. CPC	Unidad	Evento
6	Compra de pautas digitales en plataforma Facebook e Instagram en todos sus formatos para el objetivo de Alcance. El oferente deberá garantizar la optimización de la inversión en cada caso. CPM	Costo por mil	Evento
7	Compra de pautas digitales en plataformas de Meta (Facebook, Instagram) en todos sus formatos para el objetivo de consideración. El oferente deberá garantizar la optimización de la inversión en cada caso. CPC	Unidad	Evento
8	Compra de pautas digitales en plataforma Twitter para el objetivo de Alcance. El oferente deberá garantizar la optimización de la inversión en cada caso. CPM	Costo por Mil	Evento
9	Compra de pautas digitales en plataforma LinkedIn en todos sus formatos para el objetivo de Alcance. El oferente deberá garantizar la optimización de la inversión en cada caso. CPM	Costo por Mil	Evento
10	Compra de pautas digitales en Programática en todos sus formatos para el objetivo de Alcance y consideración. El oferente deberá garantizar la optimización de la inversión en cada caso. CPM	Costo por Mil	Evento
11	Espacio para banner digital en el diario ABC color digital, posición A - Con direccionamiento a la página del BNF. Para desktop y mobile (portada y artículos). CPM	Costo por Mil	Evento
12	Espacio para banner digital en el diario ABC color digital, posición B - Con direccionamiento a la página del BNF. Para desktop y mobile (portada y artículos). CPM	Costo por Mil	Evento
13	Espacio para banner digital en el diario ABC color digital, posición C - Con direccionamiento a la página BNF. Para desktop y mobile (portada y artículos). CPM	Costo por Mil	Evento
14	Espacio para banner digital en el diario ABC color digital, posición D - Con direccionamiento a la página BNF. Para desktop y mobile (portada y artículos). CPM	Costo por Mil	Evento

15	Espacio en el diario ABC color digital: <b>Popup</b> - Con direccionamiento a la página BNF. Para desktop y mobile, en Portada. CPM	Costo por Mil	Evento
16	Espacio en el diario ABC color digital: <b>Zócalo</b> desplegable - Con direccionamiento a la página BNF. Para desktop y mobile, en Portada. CPM	Costo por Mil	Evento
17	Espacio para banner digital en el diario La Nación posición A - Con direccionamiento a la página del BNF. Para desktop y mobile. CPM	Costo por Mil	Evento
18	Espacio para banner digital en el diario La Nación posición B - Con direccionamiento a la página del BNF. Para desktop y mobile CPM	Costo por Mil	Evento
19	Espacio para banner digital en el diario La Nación posición C - Con direccionamiento a la página del BNF. Para desktop y mobile. CPM	Costo por Mil	Evento
20	Espacio para banner digital en el diario La Nación posición D - Con direccionamiento a la página del BNF. Para desktop y mobile. CPM	Costo por Mil	Evento
21	Espacio para banner digital en el diario UH posición A -Con direccionamiento a la página del BNF. CPM	Costo por mil	Evento
22	Espacio para banner digital en el diario 5 días posición B - Con direccionamiento a la página del BNF	Mensual	<b>Evento</b>
23	Espacio para banner digital en el diario 5 días posición C - Con direccionamiento a la página del BNF	Mensual	<b>Evento</b>
24	Espacio para banner digital en el diario 5 días posición D - Con direccionamiento a la página del BNF	Mensual	<b>Evento</b>
25	Impresión en Zócalo en posteos en redes sociales del diario 5 Dias en Twitter, Facebook. CPM	Costo por Mil	Evento
26	Impresión en Zócalo en posteos en redes sociales del diario 5 Días, en Portada.- CPM	Costo por Mil	Evento
27	Espacio para banner digital en el Hoy.com.py posición A -Con direccionamiento a la página del BNF. CPM	Costo por Mil	Evento
28	Espacio para banner digital en Hoy.com.py posición A - Con direccionamiento a la página del BNF	Mensual	<b>Evento</b>

29	Espacio para banner digital en Hoy.com.py posición B - Con direccionamiento a la página del BNF	Mensual	Evento
30	Espacio para banner digital en Hoy.com.py posición C - Con direccionamiento a la página del BNF	Mensual	Evento
31	Impresión en Zócalo en posteos en redes sociales del diario digital El Independiente, en Twitter, Facebook. CPM	Costo por Mil	Evento
32	Impresión en Zócalo en posteos en redes sociales del diario digital El Independiente, en Portada, en Twitter, Facebook. CPM	Costo por Mil	Evento
33	Espacio para banner digital en el Diario Digital EL PODER, con direccionamiento a la página del BNF.	Mensual	Evento
34	Espacio para banner en posición central, en sitios web de contenido periodístico de Paraguay, distintos a los ya detallados en el presente pliego, con direccionamiento a la página del BNF. CPM	Costo por Mil	Evento
35	Servicio de PR (Relaciones Públicas con los medios de comunicación tanto tradicionales como digitales).	Mes	Evento

El oferente adjudicado deberá presentar el Recibo de pago con una constancia oficial firmada por el representante legal o Gerente General del Medio donde el BNF haya contratado espacios o servicios, con el detalle de lo contratado, en un periodo máximo de 15 (quince) días calendario, contados desde la fecha en que el BNF haya pagado al oferente adjudicado la factura por la Orden de Servicio respectiva.

El oferente adjudicado deberá cumplir con el procedimiento indicado en el párrafo anterior, el cual será entregado a la Gerencia Departamental de Productos de Desarrollo y Marketing, casa matriz del BNF, y en caso de incumplimiento el oferente adjudicado se sujetará a multas, conforme al porcentaje establecido en las Condiciones Contractuales (0,5% por cada día de incumplimiento que será deducido del monto de la factura presentada correspondiente a los ítems que no presenten el recibo de pago en el plazo establecido), una vez constatado el incumplimiento del procedimiento, se emitirá una nota por día de incumplimiento.

**Justificación:** Por la complejidad del servicio, resulta necesario que el oferente adjudicado cumpla con el procedimiento, a fin de garantizar que el servicio se ejecute con normalidad y sin inconveniente en el proceso, de manera a evitar riesgos operativos, patrimoniales y salvaguardar la seguridad de los recursos humanos del BNF.

LOTE N° 2: CARTELERIA			
Ítem	Descripción	Unidad de Medida	Presentación
SERVICIO DE CARTELERIA -DESDE CASA MATRIZ HASTA 50 KM. *Incluye el costo de relevamiento de medidas, transporte, colocación e instalación (Garantía de 12 meses a partir de la Aceptación del trabajo por parte del BNF). El BNF podrá emitir tantas Ordenes de Servicios como sean necesarias en simultáneo, debiendo el proveedor responder a todas en tiempo y forma.			

1	Embelledor separador para placas de metacrilato, pvc, dibond y cristal. Fabricado en acero inoxidable, valido para interiores y exteriores.	unidad	Evento
2	Cimentación por ZAPATAS para soportes de carteles. Incluye encofrado, hormigonado y envarillado del mismo.	m3	Evento
3	Toldos desmontables. Estructura: combinación de caño 30 x 30 c/ 25 x 25 mm, soportes en caño de 2 ½ de diámetro con protectores en chapa de ¼ para el piso, altura hasta 3,50 metros. Lona impermeable c/ capas de PVC, lavable anti mugre, totalmente vulcanizado en las uniones (adherido a máquina). Según diseño.	m2	Evento
4	Toldos desmontables, medidas 3 x 3 metros. Estructura: combinación de caño 30 x 30 c/ 25 x 25 mm, soportes en caño de 2 ½ de diámetro con protectores en chapa de ¼ para el piso, altura hasta 3,50 metros. Lona impermeable c/ capas de PVC, lavable anti mugre, totalmente vulcanizado en las uniones (adherido a máquina). Color blanco, con impresión de logo full color en los 4 lados del toldo. Medidas del logo: 80 x 40 cm.	Unidad	Evento
5	Señalética en material de ACRILICO, color a elección de 3mm. de espesor con adhesivos vinil en colores según diseño.	m2	Evento
6	Señalética en material de ACRILICO CRISTAL de 5mm. de espesor con adhesivos vinil en colores según diseño.	m2	Evento
7	Señalética Interna: en material de PVC, 3 mm. de espesor incluye Impresión Digital en adhesivo vinílico y colocación con cinta doble faz 3M de alta resistencia.	m2	Evento
8	Carteles indicadores internos, material de acrílico de 5 mm. de espesor, color blanco con adhesivos vinil en colores según diseño, adheridos a un soporte de MDF pintado en color negro con marco de 3 cm. y espesor de 5 a 10 mm. Cartel adherido en paredes exteriores.	m2	Evento
9	Letras corpóreas para paredes internas, material MDF de 18 mm. de espesor, pintado en color según diseño. Cartel adherido en paredes internas con cinta doble faz 3M de alta adherencia y silicona fría.	m2	Evento
10	Letras corpóreas en POLYFAN (poliestireno) de 2 a 5 cm. de espesor, pintado en color según diseño. Cartel adherido en paredes internas con cinta doble faz 3M de alta adherencia y silicona fría.	m2	Evento
11	Letras corpóreas en CHAPA METALICA, con pintura anti oxido y Luces Led de fondo para cada letra, con transformador controlador y fotocélula para encendido y apagado automático, instalación eléctrica y cableado. Cartel adherido en pared externa con soportes metálicos.	m2	Evento

12	Letras corpóreas en ACERO INOXIDABLE (cepillado o espejado), con Luces Led de fondo para cada letra, con transformador controlador y fotocélula para encendido y apagado automático, instalación eléctrica y cableado. Cartel adherido en pared externa con soportes metálicos.	m2	Evento
13	Letras corpóreas en ACRILICO, frente de acrílico cuerpo de pvc/ o cuerpo de chapa/ cuerpo acrílico completo **con Luces Led de fondo para cada letra, con transformador controlador y fotocélula para encendido y apagado automático, instalación eléctrica y cableado.	m2	Evento
14	Letras corpóreas en ACRILICO, frente de acrílico cuerpo de pvc/ o cuerpo de chapa/ cuerpo acrílico completo **con Luces Led de fondo para cada letra, con transformador controlador y fotocélula para encendido y apagado automático, instalación eléctrica y cableado. Con base metálica para ser transportadas de un lugar a otro, y enchufe.	m2	Evento
15	Salientes de dos caras, en material acrílico translucido de 3mm color a elección, tapas laterales en acrílico y luces led internas iluminando así ambas caras con transformador y fotocélula para encendido y apagado automático, instalación eléctrica y cableado, incluye soporte tipo saliente metálico colocado con tirafondo y tarugos. Según Diseño a ser entregado por el BNF.	m2	Evento
16	Salientes de dos caras, en material acrílico translucido de 3mm color a elección, tapas laterales en chapa (cantonera) y luces led internas iluminando así ambas caras con transformador y fotocélula para encendido y apagado automático, instalación eléctrica y cableado, incluye soporte tipo saliente metálico colocado con tirafondo y tarugos. Según Diseño a ser entregado por el BNF	m2	Evento
17	Terminación perimetral de Carteles en ángulos de material aluminio de 25mm	metro lineal	Evento
18	Tornillos separadores de 2 a 5cm en acero inoxidable.	Unidad	Evento
19	Cabo de acero de 1 a 2 mm., para sujeción de señalética interna, con ganchos de sujeción decorativos.	metro lineal	Evento
20	Barniz al agua para lonas vinílicas y adhesivos. Protege de los rayos UV brindando mayor protección y duración al material instalado.	m2	Evento
21	Cartel publicitario material de base de ACM de 4mm Color a elección y logo calado tipo BACKLIGHT (texto y logo en acrílico) base con estructura de caños cuadrados 25 x 25 pared 1,50 y terminación tipo perfilado con ángulos de aluminio de 25mm, Iluminación con tubos tipo led de 16w de alta duración, Colores de las luces Led a elección del BNF. <b>Los elementos con material ACM deberán ser con pintura Poliéster, y los colores posibles son Silver, blanco, dorado, gris grafito, rojo, negro, azul oscuro, verde oscuro.</b>	m2	Evento

22	Cartel en material de base de ACM de 4mm Color a elección con base de estructura de caños cuadrados 25 x 25 pared 1,50 y terminación tipo perfilado con ángulos de aluminio de 25mm. <b>Los elementos con material ACM deberán ser con pintura Poliéster, y los colores posibles son Silver, blanco, dorado, gris grafito, rojo, negro, azul oscuro, verde oscuro.</b>	m2	Evento
23	Cartel (Estática) impreso en tela vinílica impresión digital full color, con estructura metálica, incluye: pintura anti oxido. Perfilado de Aluminio en los bordes.	m2	Evento
24	Placas en acrílico tipo BACKLIGHT Ploteado full color, incluye estructura metálica de base de caños 25 x 25 pared 1,50 luces internas con tubos led de 16 watt con transformador controlador y fotocélula para encendido y apagado automático, instalación eléctrica y cableado. Esta estructura podrá ser utilizada tanto en formatos cenefas, tótems o cualquier otro tipo de cartel según diseño a ser proveído por el BNF.--	m2	Evento
25	Estructura para Cartel tipo BACKLIGHT, con estructura de caños 25 x 25, pared de 1.20, con remaches, revestido con chapa N° 22 con tratamiento antióxido; pintado con pintura automotiva, con soportes para colgarlo, tubos led de 16w de alta duración; perfilería de aluminio en todo el contorno del cartel. Esta estructura podrá ser utilizada tanto en formatos cenefas, tótems o cualquier otro tipo de cartel según diseño a ser proveído por el BNF.--	m2	Evento
26	Estructura para Cartel tipo FRONTLIGHT, con estructura de caños 25 x 25, pared de 1.20, costillas de caños 25 x 25, pintados con pintura automotiva negra, con soportes para colgarlo y perfilería en todo el contorno del cartel.	m2	Evento
27	Placas en PVC de 5mm, incluye estructura metálica de base de caños 25 x 25 pared 1,50 con costillas cada un metro de refuerzo.	m2	Evento
28	Placas en Chapa Metálica N°14, incluye estructura metálica de base de caños 25 x 25 pared 1,50 con costillas cada un metro de refuerzo.	m2	Evento
29	Placas de Vidrio templado de 10 mm incoloro colocados con tornillos separadores de acero inoxidable.	m2	Evento
30	Servicio de Calado de materiales (Chapa, Acrílico, ACM, Aluminio, MDF, PVC).	m2	Evento
31	Servicio de Grabación Laser de materiales para catelería y señalética: Metal, Acrílico, Madera, Cuero, Mármol, Vidrio.	m2	Evento
32	Ploteado en Adhesivo Vinílico Tipo Esmerilado color dorado LG. Con garantía de 1 (un) año por defectos de calidad.	M2	Evento
33	Impresión Digital full color, corte, transporte y colocación de tela vinílica BLACK OUT, de 440 gr. (15 onzas), en alta definición a 1.440 dpi.	m2	Evento



34	Impresión Digital full color, corte, transporte y colocación en ADHESIVO VINILICO según diseño, utilizando material de alta durabilidad y alta calidad con garantía de 1 (un) año, en alta definición a 1.440 dpi.	m2	Evento
35	Impresión Digital full color, corte, transporte y colocación de ADHESIVO VINILICO MICROPERFORADO utilizando material de alta durabilidad y alta calidad en alta definición a 1.440 dpi.	m2	Evento
36	Impresión Digital, transporte y colocación de ADHESIVO VINÍLICO ESMERILADO utilizando material de alta durabilidad y alta calidad con garantía de 1 (un) año desde la recepción de los bienes, en alta definición a 1.440 dpi.	m2	Evento
37	Impresión full color, Corte, transporte y colocación de ADHESIVO VINILICO PARA CORTE (plotter de corte) utilizando material de alta durabilidad y alta calidad.	m2	Evento
38	Adhesivo Vinílico tipo PROTECTOR para evitar rayaduras y mayor duración del ploteado de base (Mate).	Unidad	Evento
39	Impresión, Corte, transporte y colocación de ADHESIVO VINILICO Esmerilado PARA CORTE (plotter de corte) utilizando material de alta durabilidad y alta calidad.	m2	Evento
40	Cinta led, incluye fotocélula, para encendido y apagado automático, instalación eléctrica y cableado. Incluyendo transformador de 220 V a 12 V, de 17 amperes.-	Unidad	Evento
41	Aplicador para pared BI led de 7 watt, incluye conexión de la parte eléctrica de primera calidad, hasta la toma realizada por la institución.	Unidad	Evento
42	Spot led tipo lámpara dicro dirigido de 50 watt, incluye conexión de la parte eléctrica de primera calidad, hasta la toma realizada por institución.	Unidad	Evento
43	Spot led empotrables dicro dirigido de 7watt incluye conexión de la parte eléctrica de primera calidad, hasta la toma realizada por institución.	Unidad	Evento
44	Pastilla tipo LED trichip 12 volt Exterior. Consumo 1.5 Watt, incluyendo transformador de 220 V a 12 V, de 17 amperes.--	Unidad	Evento
45	Reflectores con luces LED, potencia de 50 watt, brazos de caño de hierro pintado, a fin de sujetar los equipos del cartel. Conexión de la parte eléctrica de primera calidad, hasta la toma realizada por institución.	Unidad	Evento

46	Cartel Tipo Tótem, de Soporte de Cilindro Metálico, Cilindrado de chapa de 5/8" espesor y diámetro del cilindro 38 cm de diámetro altura de 6m de cilindro, base de del cilindro de chapa de 1/4" de espesor, con agujeros para abulonar, con 6 bulones. En la parte superior del cilindro chapa base de 1/4" para abulonar cartel back light. Zapata para cimiento de cartel de 1m de diámetro y 1,50 m de profundidad, cargado con Hormigón Armado, y en la superficie con Chapa base para el Cilindro de 60x60cm y bulones machos (seis) soldados por la chapa a fin de asegurar el cilindro.	Unidad	Evento
47	Soporte para salientes: 2 caños redondos de 2 y ángulo de 2 ½ x 3/16, con 30 cm de largo, sujeto con bulones a la pared con tensores en la parte superior para mayor seguridad. Incluye el costo de relevamiento de medidas, transporte, colocación e instalación Con garantía de 1 (un) año por defecto de calidad, desde la recepción de los bienes. ** para todo tipo de salientes	Unidad	Evento
48	Soporte para salientes: 2 caños redondos de 2 y ángulo de 2 ½ x 3/16, con 60 cm de largo, sujeto con bulones a la pared con tensores en la parte superior para mayor seguridad.	Unidad	Evento
49	Desinstalación de CARTEL EXISTENTE. Incluye los distintos tipos de carteles como: BACKLIGHT, FRONTLIGHT, CORPOREOS,SOPORTE/PATAS, SOPORTE SALIENTE, SEÑALETICA Y TOTEMS.	m2	Evento
50	Mantenimiento de cartelería existente (mantenimiento de estructuras hierro, pintura, parte eléctrica, reposición de brazo reflectores, luces LED y cableado, etc.). Incluye los distintos tipos de carteles como: BACKLIGHT, FRONTLIGHT, CORPOREOS, SOPORTE/PATAS, SOPORTE SALIENTE, SEÑALETICA Y TOTEMS.	m2	Evento
51	LIMPIEZA DE ADHESIVOS, incluye los distintos tipos de ADHESIVOS como: VINÍLICO, MICROPERFORADO, ESMERILADO, PLOTTER DE CORTE.	m2	Evento
52	Cartel Rutero. Medida aprox.: 8 metros x 6 metros. Material: hierro Estructura: caño cuadrado 30 * 30. Según especificaciones técnicas	unidad	Evento
53	Mástiles para banderas, tubo metálico de 2,5 pulgadas, caño redondo, con soporte saliente. 6 metros de altura. Tratado con pintura anti óxido, color a definición del BNF.	unidad	Evento
54	Impresión y colocación de Lona Mesh (Microperforada) utilizando material de alta durabilidad y alta calidad en alta definición a 1.440 dpi.	m2	Evento
55	Banderolas de tela sublimada, Full color, según diseño del BNF. Doble faz.	m2	Evento
56	Banners roll up, tamaño 2 metros x 90 cm. Impresión en forma vertical, Tela vinílica, full color. Con bolso para traslado.	m2	Evento

57	Impresión, corte, y colocación de ADHESIVO VINILICO PARA CORTE (plotter de corte) utilizando material de alta durabilidad y calidad, para aplicación en vehículos (autos, camionetas, camiones y otros similares).	m2	Evento
58	Fabricación, Impresión, transporte de Backpodium con estructura metálica, en lona vinílica utilizando material de alta durabilidad y calidad, impresión a 1.440 dpi	m2	evento
59	Fabricación, Impresión de Caballete con estructura metálica, con doble cara, en lona vinílica utilizando material de alta durabilidad y calidad, impresión a 1.440 dpi.	m2	evento
60	Fabricación, Impresión de Caballete con estructura metálica, doble cara; cuerpo de chapa metálica, con adhesivo vinílico utilizando material de alta durabilidad y calidad, impresión a 1.440 dpi.	m2	evento
61	Impresión y colocación de Pasacalles en lona vinílica. Tamaño de 6 mts. de largo x 80 cm. de ancho. Según diseño.	Unidad	evento
62	PROVISION E INSTALACION DE CARTEL de medidas 6X4 metros. Según especificaciones tecnicas	Unidad	evento
63	SERVICIO DE CARTELERIA - DESDE 51 KM HASTA 150 KM. Según especificaciones tecnicas	Unidad	Evento
64	SERVICIO DE CARTELERIA - DESDE 151 KM HASTA 300 KM. Según especificaciones tecnicas	Unidad	Evento
65	SERVICIO DE CARTELERIA - DESDE 301 KM y MÁS. Según especificaciones tecnicas	Unidad	Evento

LOTE N° 3: MEDIOS			
Ítem	Descripción	Unidad de medida	Presentación
1	MEDIOS IMPRESOS		
1.1	Espacio para anuncios color en página indeterminada en el periódico ABC Color, de lunes a sábado. cm/col	Unidad	Evento

1.2	Espacio para anuncios color en página indeterminada en el periódico ABC Color, días domingos. cm/col	Unidad	Evento
1.3	Espacio para anuncios color en página indeterminada en el periódico en UH, de lunes a sábado. cm/col	Unidad	Evento
1.4	Espacio para anuncios color en página indeterminada en el periódico UH, días domingos. cm/col	Unidad	Evento
1.5	Espacio para anuncios color en página indeterminada en el periódico en LA NACION, de lunes a sábado cm/col	Unidad	Evento
1.6	Espacio para anuncios color en página indeterminada en el periódico LA NACION, días domingos. cm/col	Unidad	Evento
1.7	Espacio para anuncios color en página indeterminada en el diario Popular, de lunes a sábado. cm/col	Unidad	Evento
1.8	Espacio para anuncios color en página indeterminada en el diario Popular, días domingos. cm/col	Unidad	Evento
1.9	Espacio para anuncios color en página indeterminada en el diario Extra de lunes a sábado. cm/col	Unidad	Evento
1.10	Espacio para anuncios color en página indeterminada en el diario Extra, días domingos. cm/col	Unidad	Evento
1.11	Espacio para anuncios color en página elegida en el periódico ABC Color, de lunes a sábado cm/col	Unidad	Evento
1.12	Espacio para anuncios color en página elegida en el periódico ABC Color, días domingos. Cm x col.	Unidad	Evento
1.13	Espacio para anuncios color en página elegida en el periódico en Ultima Hora, de lunes a sábado. cm/col	Unidad	Evento
1.14	Espacio para anuncios color en página elegida en el periódico Ultima Hora, días domingos. cm/col	Unidad	Evento
1.15	Espacio para anuncios color en página elegida en el periódico en LA NACION, de lunes a sábado. cm/col	Unidad	Evento

1.16	Espacio para anuncios color en página elegida en el periódico LA NACION, días domingos. cm/col	Unidad	Evento
1.17	Espacio para anuncios blanco y negro, en página indeterminada en el periódico LA NACIÓN. cm/col	Unidad	Evento
1.18	Espacio para anuncios color en página elegida en el diario Popular de lunes a sábados. cm/col	Unidad	Evento
1.19	Espacio para anuncios color en página elegida en el diario Popular, días domingos. cm/col	Unidad	Evento
1.20	Espacio para anuncios color en página elegida en el diario Extra de lunes a sábados. cm/col	Unidad	Evento
1.21	Espacio para anuncios color en página elegida en el diario Extra, días domingos. cm/col	Unidad	Evento
1.22	Espacio para anuncios color en página elegida en el diario 5 Días. cm/col	Unidad	Evento
1.23	Espacio para anuncios blanco y negro, en página indeterminada en el periódico ABC Color, lunes a sábados. cm/col	Unidad	Evento
1.24	Espacio para anuncios blanco y negro, en página Clasificados en el periódico ABC Color, lunes a sábados. cm/col	Unidad	Evento
1.25	Espacio para anuncios blanco y negro, en página indeterminada en el periódico ABC Color, días domingos. cm/col	Unidad	Evento
1.26	Espacio para anuncios blanco y negro, en página Clasificados en el periódico ABC Color, días domingos. cm/col	Unidad	Evento
1.27	Espacio para anuncios color en página indeterminada en el diario 5 DiasX. cm/col	Unidad	Evento
1.28	Espacio para anuncios color en página impares en el diario 5 DiasX. cm/col	Unidad	Evento
1.29	Inserto publicitario en el diario ABC Color, cantidad de Páginas (1 a 12). Estimado 10 mil unidades por tirada.	Unidad	Evento
1.30	Inserto publicitario en el diario UH, cantidad de Páginas (1 a 12). Estimado 10 mil unidades por tirada.	Unidad	Evento

1.31	Inserto publicitario en el diario LA NACIÓN, cantidad de Páginas (1 a 12). Estimado 10 mil unidades por tirada.	Unidad	Evento
1.32	Inserto publicitario en el diario 5 Días, cantidad de Páginas (1 a 12). Estimado 5 mil unidades por tirada.	Unidad	Evento
1.33	Espacio para anuncios color en página indeterminada en la revista CAP. cm/col	Unidad	Evento
1.34	Espacio para anuncios color en página indeterminada en la revista CEO PY. cm/col	Unidad	Evento
1.35	Espacio para anuncios color en página indeterminada en la revista AIA (arquitectura, ingeniería, artes). cm/col	Unidad	Evento
1.36	Espacio para anuncios color en página indeterminada en la revista Club de ejecutivos del Paraguay. cm/col	Unidad	Evento
1.37	Espacio para anuncios color en página indeterminada en la revista CHIC -UH. cm/col	Unidad	Evento
1.38	Espacio para anuncios color en página indeterminada en la revista PLUS + - 5 Días. cm/col	Unidad	Evento
1.39	Espacio para anuncios color en página indeterminada en la revista dominical de ABC Color. cm/col	Unidad	Evento
1.40	Espacio para anuncios color en página indeterminada en la revista PAUSA de UH. cm/col	Unidad	Evento
1.41	Espacio para anuncios color en página indeterminada en la revista Expo Mariano Roque Alonso. cm/col	Unidad	Evento
1.42	Espacio para anuncios color en página indeterminada en la revista Expo Mariano Roque Alonso, .1/2 página. Estimado 2 unidades. cm/col	Unidad	Evento
1.43	Espacio para anuncios color en página indeterminada en Revista Zapping. cm/col	Unidad	Evento
2	<b>SUPLEMENTOS</b>		
2.1	Espacio para anuncios color en página indeterminada en suplementos o Insertos del diario ABC Color. cm/col	Unidad	evento

2.2	Espacio para anuncios color en página indeterminada en suplementos o Insertos en papel ilustración, del diario ABC Color. cm/col	Unidad	evento
2.3	Espacio para anuncios color en página indeterminada en suplementos o Insertos del diario Ultima Hora. cm/col	Unidad	evento
2.4	Espacio para anuncios color en página indeterminada en suplementos o Insertos en papel ilustración, del diario Ultima Hora. cm/col	Unidad	evento
2.5	Espacio para anuncios color en página indeterminada en suplementos o Insertos del diario LA NACIÓN. cm/col	Unidad	evento
2.6	Espacio para anuncios color en página indeterminada en suplementos o Insertos en papel ilustración, del diario LA NACIÓN. cm/col	Unidad	evento
2.7	Espacio para anuncios color en página indeterminada en suplementos o Insertos del diario 5 Días. cm/col	Unidad	evento
2.8	Espacio para anuncios color en página indeterminada en suplementos o Insertos en papel ilustración, del diario 5 Días. cm/col	Unidad	evento
3	<b>OTRAS REVISTAS</b>		
3.1	Espacio para anuncios color en página indeterminada en revista de Asunción y el Departamento Central que realice cobertura de temas Financieros/Económicos, Agropecuario/industrial/comercial, o de contenido de interés social/cultural/ arquitectura e Ingeniería; o cuyo alcance (tirada y publico) permita al BNF llegar a los targets socioeconómicos definidos para cada publicación. Cm x Col.	Unidad	evento
3.2	Espacio para anuncios color en página indeterminada en revista del interior del país, que realice cobertura de temas Financieros/Económicos, Agropecuario/industrial/comercial, o de contenido de interés social; o cuyo alcance (tirada y publico) permita al BNF llegar a los targets socioeconómicos definidos para cada publicación. Cm x Col.	Unidad	evento
4	<b>TELEVISION - SPOTS CANAL 9 - SNT</b>		
4.1	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 05:30 a 09:00 Hs. de lunes a viernes.-	Segundo	evento
4.2	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 09:00 a 12:00Hs. de lunes a viernes.-	Segundo	evento

4.3	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 12.00 a 14:30 Hs. de lunes a viernes.-	Segundo	evento
4.4	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 14:30 a 20.00 Hs. de lunes a viernes.-	Segundo	evento
4.5	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 20.00 a 22.00 Hs. de lunes a viernes.-	Segundo	evento
4.6	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 22.00 a 24.00 Hs. de lunes a viernes.-	Segundo	evento
4.7	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 6:00 a 11:00 Hs. Sábados y Domingos.-	Segundo	evento
4.8	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 12:00 a 14:00 Hs. Sábados.-	Segundo	evento
4.9	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 19:00 a 21:00 Hs. Sábados.-	Segundo	evento
4.10	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 11:00 a 15:00 Hs. Domingos.-	Segundo	evento
4.11	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 19:00 a 21:00 Hs. Domingos.-	Segundo	evento
4.12	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 21:00 a 24:00 Hs. Domingos.-	Segundo	evento
5	<b>TELEVISION - SPOTS - CANAL 4 TELEFUTURO</b>		
5.1	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 05:30 a 09:00 Hs. de lunes a viernes.-	Segundo	evento
5.2	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 09:00 a 12:00Hs. de lunes a viernes.-	Segundo	evento
5.3	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 12.00 a 14:30 Hs. de lunes a viernes.-	Segundo	evento
5.4	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 14:30 a 20.00 Hs. de lunes a viernes.-	Segundo	evento



5.5	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 20.00 a 22.00 Hs. de lunes a viernes.-	Segundo	evento
5.6	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 22.00 a 24.00 Hs. de lunes a viernes.-	Segundo	evento
5.7	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 6:00 a 11:00 Hs. Sábados y Domingos.-	Segundo	evento
5.8	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 12:00 a 14:00 Hs. Sábados.-	Segundo	evento
5.9	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 19:00 a 21:00 Hs. Sábados.-	Segundo	evento
5.10	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 11:00 a 15:00 Hs. Domingos.-	Segundo	evento
5.11	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 19:00 a 21:00 Hs. Domingos.--	Segundo	evento
5.12	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 21:00 a 24:00 Hs. Domingos.--	Segundo	evento
6	TELEVISION - SPOTS - CANAL 11 - LA TELE		
6.1	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 05:30 a 09:00 Hs. de lunes a domingo	Segundo	evento
6.2	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 09:00 a 12:00 Hs. de lunes a domingo	Segundo	evento
6.3	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 12.30 a 14:30 Hs. de lunes a domingo	Segundo	evento
6.4	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 14:30 a 20.00 Hs. de lunes a domingo	Segundo	evento
6.5	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 20.00 a 22.00 Hs. de lunes a domingo	Segundo	evento
6.6	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 22.00 a 24.00 Hs. de lunes a domingo	Segundo	evento

7	TELEVISION - SPOTS - CANAL 5 DÍAS TV		
7.1	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 05:30 a 09:00 Hs. de lunes a domingo	Segundo	evento
7.2	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 09:00 a 12:00 Hs. de lunes a domingo	Segundo	evento
7.3	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 12.30 a 14:30 Hs. de lunes a domingo	Segundo	evento
7.4	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 14:30 a 20.00 Hs. de lunes a domingo	Segundo	evento
7.5	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 20.00 a 22.00 Hs. de lunes a domingo	Segundo	evento
7.6	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 22.00 a 24.00 Hs. de lunes a domingo	Segundo	evento
8	TELEVISION - SPOTS - CANAL 13 - RPC		
8.1	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 05:30 a 09:00 Hs. de lunes a viernes.-	Segundo	evento
8.2	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 09:00 a 12:00Hs. de lunes a viernes.-	Segundo	evento
8.3	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 12.00 a 14:30 Hs. de lunes a viernes.-	Segundo	evento
8.4	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 14:30 a 20.00 Hs. de lunes a viernes.-	Segundo	evento
8.5	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 20.00 a 22.00 Hs. de lunes a viernes.-	Segundo	evento
8.6	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 22.00 a 24.00 Hs. de lunes a viernes.-	Segundo	evento
8.7	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 6:00 a 11:00 Hs. Sábados y Domingos.-	Segundo	evento

8.8	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 12:00 a 14:00 Hs. Sábados.-	Segundo	evento
8.9	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 19:00 a 21:00 Hs. Sábados.-	Segundo	evento
8.10	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 11:00 a 15:00 Hs. Domingos.-	Segundo	evento
8.11	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 19:00 a 21:00 Hs. Domingos.--	Segundo	evento
8.12	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 21:00 a 24:00 Hs. Domingos.--	Segundo	evento
9	<b>TELEVISION - SPOTS - CANAL 5 - PARAVISION</b>		
9.1	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 05:30 a 09:00 Hs. de lunes a domingo	Segundo	evento
9.2	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 09:00 a 12:00 Hs. de lunes a domingo	Segundo	evento
9.3	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 12.30 a 14:30 Hs. de lunes a domingo	Segundo	evento
9.4	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 14:30 a 20.00 Hs. de lunes a domingo	Segundo	evento
9.5	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 20.00 a 22.00 Hs. de lunes a domingo	Segundo	evento
9.6	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 22.00 a 24.00 Hs. de lunes a domingo	Segundo	evento
10	<b>TELEVISION - SPOTS - CANAL 14 - PARAGUAY TV</b>		
10.1	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 05:30 a 09:00 Hs. de lunes a domingo	Segundo	evento
10.2	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 09:00 a 12:00 Hs. de lunes a domingo	Segundo	evento

10.3	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 12.30 a 14:30 Hs. de lunes a domingo	Segundo	evento
10.4	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 14:30 a 20.00 Hs. de lunes a domingo	Segundo	evento
10.5	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 20.00 a 22.00 Hs. de lunes a domingo	Segundo	evento
10.6	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 22.00 a 24.00 Hs. de lunes a domingo	Segundo	evento
11	TELEVISION - SPOTS - CANAL PRO		
11.1	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 05:30 a 09:00 Hs. de lunes a domingo	Segundo	evento
11.2	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 09:00 a 12:00 Hs. de lunes a domingo	Segundo	evento
11.3	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 12.30 a 14:30 Hs. de lunes a domingo	Segundo	evento
11.4	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 14:30 a 20.00 Hs. de lunes a domingo	Segundo	evento
11.5	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 20.00 a 22.00 Hs. de lunes a domingo	Segundo	evento
11.6	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 22.00 a 24.00 Hs. de lunes a domingo	Segundo	evento
12	TELEVISION - SPOTS - ABC TV		
12.1	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 05:30 a 09:00 Hs. de lunes a domingo	Segundo	evento
12.2	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 09:00 a 12:00 Hs. de lunes a domingo	Segundo	evento
12.3	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 12.30 a 14:30 Hs. de lunes a domingo	Segundo	evento

12.4	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 14:30 a 20:00 Hs. de lunes a domingo	Segundo	evento
12.5	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 20.00 a 22.00 Hs. de lunes a domingo	Segundo	evento
12.6	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 22.00 a 24.00 Hs. de lunes a domingo	Segundo	evento
13	TELEVISION - SPOTS - NOTICIAS PY		
13.1	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 05:30 a 09:00 Hs. de lunes a viernes.-	Segundo	evento
13.2	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 09:00 a 12:00Hs. de lunes a viernes.-	Segundo	evento
13.3	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 12.00 a 14:30 Hs. de lunes a viernes.-	Segundo	evento
13.4	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 14:30 a 20.00 Hs. de lunes a viernes.-	Segundo	evento
13.5	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 20.00 a 22.00 Hs. de lunes a viernes.-	Segundo	evento
13.6	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 22.00 a 24.00 Hs. de lunes a viernes.-	Segundo	evento
13.7	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 6:00 a 11:00 Hs. Sábados y Domingos.-	Segundo	evento
13.8	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 12:00 a 14:00 Hs. Sábados.-	Segundo	evento
13.9	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 19:00 a 21:00 Hs. Sábados.-	Segundo	evento
13.10	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 11:00 a 15:00 Hs. Domingos.-	Segundo	evento
13.11	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 19:00 a 21:00 Hs. Domingos.--	Segundo	evento

13.12	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 21:00 a 24:00 Hs. Domingos.-	Segundo	evento
14	TELEVISION - SPOTS - GEN		
14.1	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 05:30 a 09:00 Hs. de lunes a viernes.-	Segundo	evento
14.2	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 09:00 a 12:00Hs. de lunes a viernes.-	Segundo	evento
14.3	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 12.00 a 14:30 Hs. de lunes a viernes.-	Segundo	evento
14.4	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 14:30 a 20.00 Hs. de lunes a viernes.-	Segundo	evento
14.5	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 20.00 a 22.00 Hs. de lunes a viernes.-	Segundo	evento
14.6	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 22.00 a 24.00 Hs. de lunes a viernes.-	Segundo	evento
14.7	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 6:00 a 11:00 Hs. Sábados y Domingos.-	Segundo	evento
14.8	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 12:00 a 14:00 Hs. Sábados.-	Segundo	evento
14.9	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 19:00 a 21:00 Hs. Sábados.-	Segundo	evento
14.10	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 11:00 a 15:00 Hs. Domingos.-	Segundo	evento
14.11	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 19:00 a 21:00 Hs. Domingos.-	Segundo	evento
14.12	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 21:00 a 24:00 Hs. Domingos.-	Segundo	evento
15	TELEVISION - SPOTS - ÑANDUTI TV		

15.1	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 05:30 a 09:00 Hs. de lunes a domingo	Segundo	evento
15.2	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 09:00 a 12:00 Hs. de lunes a domingo	Segundo	evento
15.3	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 12.30 a 14:30 Hs. de lunes a domingo	Segundo	evento
15.4	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 14:30 a 20.00 Hs. de lunes a domingo	Segundo	evento
15.5	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 20.00 a 22.00 Hs. de lunes a domingo	Segundo	evento
15.6	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 22.00 a 24.00 Hs. de lunes a domingo	Segundo	evento
16	TELEVISION - SPOTS - TIGO SPORTS		
16.1	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 05:30 a 09:00 Hs. de lunes a domingo	Segundo	evento
16.2	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 09:00 a 12:00 Hs. de lunes a domingo	Segundo	evento
16.3	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 12.30 a 14:30 Hs. de lunes a domingo	Segundo	evento
16.4	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 14:30 a 20.00 Hs. de lunes a domingo	Segundo	evento
16.5	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 20.00 a 22.00 Hs. de lunes a domingo	Segundo	evento
16.6	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 22.00 a 24.00 Hs. de lunes a domingo	Segundo	evento
17	TELEVISION - SPOTS - CANAL C9N		
17.1	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 05:30 a 09:00 Hs. de lunes a domingo	Segundo	evento

17.2	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 09:00 a 12:00 Hs. de lunes a domingo	Segundo	evento
17.3	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 12.30 a 14:30 Hs. de lunes a domingo	Segundo	evento
17.4	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 14:30 a 20.00 Hs. de lunes a domingo	Segundo	evento
17.5	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 20.00 a 22.00 Hs. de lunes a domingo	Segundo	evento
17.6	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 22.00 a 24.00 Hs. de lunes a domingo	Segundo	evento
18	TELEVISION - SPOTS - America TV		
18.1	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 05:30 a 09:00 Hs. de lunes a viernes.-	Segundo	evento
18.2	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 09:00 a 12:00Hs. de lunes a viernes.-	Segundo	evento
18.3	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 12.00 a 14:30 Hs. de lunes a viernes.-	Segundo	evento
18.4	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 14:30 a 20.00 Hs. de lunes a viernes.-	Segundo	evento
18.5	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 20.00 a 22.00 Hs. de lunes a viernes.-	Segundo	evento
18.6	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 22.00 a 24.00 Hs. de lunes a viernes.-	Segundo	evento
18.7	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 6:00 a 11:00 Hs. Sábados y Domingos.-	Segundo	evento
18.8	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 12:00 a 14:00 Hs. Sábados.-	Segundo	evento
18.9	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 19:00 a 21:00 Hs. Sábados.-	Segundo	evento



18.10	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 11:00 a 15:00 Hs. Domingos.-	Segundo	evento
18.11	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 19:00 a 21:00 Hs. Domingos.-	Segundo	evento
18.12	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 21:00 a 24:00 Hs. Domingos.-	Segundo	evento
19	TELEVISION - SPOTS - UNICANAL		
19.1	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 05:30 a 09:00 Hs. de lunes a viernes.-	Segundo	evento
19.2	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 09:00 a 12:00Hs. de lunes a viernes.-	Segundo	evento
19.3	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 12.00 a 14:30 Hs. de lunes a viernes.-	Segundo	evento
19.4	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 14:30 a 20.00 Hs. de lunes a viernes.-	Segundo	evento
19.5	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 20.00 a 22.00 Hs. de lunes a viernes.-	Segundo	evento
19.6	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 22.00 a 24.00 Hs. de lunes a viernes.-	Segundo	evento
19.7	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 6:00 a 11:00 Hs. Sábados y Domingos.-	Segundo	evento
19.8	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 12:00 a 14:00 Hs. Sábados.-	Segundo	evento
19.9	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 19:00 a 21:00 Hs. Sábados.-	Segundo	evento
19.10	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 11:00 a 15:00 Hs. Domingos.-	Segundo	evento
19.11	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 19:00 a 21:00 Hs. Domingos.--	Segundo	evento

19.12	PUBLICIDAD TELEVISIVA - Emisión de spot en horario de 21:00 a 24:00 Hs. Domingos.--	Segundo	evento
20	TV CABLE INTERIOR. PROGRAMACION LOCAL - Lunes a Domingos, de 7:00 a 22:00 horas.-		
20.1	Ayolas - Canal 4	Segundo	evento
20.2	Caacupe - Canal 2	Segundo	evento
20.3	Caaguazu - Canal 16	Segundo	evento
20.4	Caazapa - Canal 10	Segundo	evento
20.5	Cnel. Bogado - Canal 8	Segundo	evento
20.6	Cnel. Oviedo - Canal 5	Segundo	evento
20.7	Colonias Unidas - Canal 10	Segundo	evento
20.8	Concepcion - Norte Cable	Segundo	evento
20.9	Pedro Juan Caballero - Telenorte	Segundo	evento
20.10	Pilar - TV Cable Pilar	Segundo	evento
20.11	Salto del Guaira - TV Cable Mbaracayú	Segundo	evento
20.12	San Ignacio - Canal 7	Segundo	evento
20.13	San Juan Ms. - Canal 7	Segundo	evento
20.14	Santa Rita - Canal 5	Segundo	evento
20.15	Villarrica - Canal 8	Segundo	evento
21	RADIO AM Y FM - Espacios para spots de radio de 1 (un) segundo en radios AM y FM de capital, Central e interior del país. Todos los ítems de deberán ser cotizados como espacios en tandas rotativas en horario de 6:00 a 20:00 horas de lunes a domingos.		

21.1	Radio Nacional del Paraguay 95.1 FM	Segundo	evento
21.2	RADIOS DE AMPLITUD MODULADA AM RADIO 1000 AM	Segundo	evento
21.3	RADIOS DE AMPLITUD MODULADA AM RADIO CHACO BOREAL 1330 AM - LUNES A DOMINGOS.	Segundo	evento
21.4	RADIOS DE AMPLITUD MODULADA AM RADIO CARITAS 680 AM - LUNES A DOMINGOS	Segundo	evento
21.5	RADIOS DE AMPLITUD MODULADA AM RADIO ABC CARDINAL 730 AM - LUNES A DOMINGOS	Segundo	evento
21.6	RADIOS DE AMPLITUD MODULADA AM RADIO 1o. DE MARZO 780 AM - LUNES A DOMINGOS	Segundo	evento
21.7	RADIOS DE AMPLITUD MODULADA AM RADIO 1020 AM - LUNES A DOMINGOS	Segundo	evento
21.8	RADIOS DE AMPLITUD MODULADA AM RADIO LIBRE - LUNES A DOMINGOS	Segundo	evento
21.9	RADIOS DE AMPLITUD MODULADA AM RADIO NACIONAL 920 AM - LUNES A DOMINGOS	Segundo	evento
21.10	RADIOS DE AMPLITUD MODULADA AM RADIO 970 AM - LUNES A DOMINGOS	Segundo	evento
21.11	RADIOS DE AMPLITUD MODULADA AM RADIO LA UNION 800 AM - LUNES A DOMINGOS	Segundo	evento
21.12	RADIOS DE AMPLITUD MODULADA AM RADIO MONUMENTAL 1080 AM - LUNES A DOMINGOS	Segundo	evento
21.13	RADIOS DE AMPLITUD MODULADA AM RADIO UNO 650 AM - LUNES A DOMINGOS	Segundo	evento
21.14	RADIOS DE FRECUENCIAS MODULADAS FM VENUS FM - LUNES A DOMINGOS	Segundo	evento
21.15	RADIOS DE FRECUENCIAS MODULADAS FM CANAL 100 FM - LUNES A DOMINGOS	Segundo	evento
21.16	RADIOS DE FRECUENCIAS MODULADAS FM LATINA FM - LUNES A DOMINGOS	Segundo	evento

21.17	RADIOS DE FRECUENCIAS MODULADAS FM RADIO FARRA - LUNES A DOMINGOS	Segundo	evento
21.18	RADIOS DE FRECUENCIAS MODULADAS FM POPULAR FM - LUNES A DOMINGOS	Segundo	evento
21.19	RADIOS DE FRECUENCIAS MODULADAS FM URBANA FM - LUNES A DOMINGOS	Segundo	evento
21.20	RADIOS DE FRECUENCIAS MODULADAS FM EMISORAS PY - LUNES A DOMINGOS	Segundo	evento
21.21	RADIOS DE FRECUENCIAS MODULADAS FM ASPEN FM - LUNES A DOMINGOS	Segundo	evento
21.22	RADIOS DE FRECUENCIAS MODULADAS FM MONTECARLO FM - LUNES A DOMINGOS	Segundo	evento
21.23	RADIOS DE FRECUENCIAS MODULADAS FM RQP FM - LUNES A DOMINGOS	Segundo	evento
21.24	RADIOS DE FRECUENCIAS MODULADAS FM DISNEY FM - LUNES A DOMINGOS	Segundo	evento
21.25	RADIOS DE FRECUENCIAS MODULADAS FM CORAZON FM - LUNES A DOMINGOS	Segundo	evento
21.26	RADIOS DE FRECUENCIAS MODULADAS FM ROCK & POP - LUNES A DOMINGOS	Segundo	evento
21.27	RADIOS DE FRECUENCIAS MODULADAS FM ESTACION 40 - LUNES A DOMINGOS	Segundo	evento
21.28	RADIOS DE FRECUENCIAS MODULADAS FM EXCLUSIVA FM - LUNES A DOMINGOS	Segundo	evento
21.29	RADIOS DE FRECUENCIAS MODULADAS FM AMOR FM - LUNES A DOMINGOS	Segundo	evento
21.30	RADIOS DE FRECUENCIAS MODULADAS FM CONQUISTADOR FM - LUNES A DOMINGOS	Segundo	evento
21.31	RADIOS DE FRECUENCIAS MODULADAS FM NEW CONCERT FM - LUNES A DOMINGOS	Segundo	evento
21.32	RADIO FM RADIO TOP MILLENIUM 91.5 FM	Segundo	evento
21.33	RADIO FM 106.5 RADIO PALMA	Segundo	evento
22	INTERIOR		

22.1	94.3 Yuty FM de la ciudad de Yuty	Segundo	evento
22.2	radio Metro 106.1 de la ciudad de Santa Rosa Misiones	Segundo	evento
22.3	FM 88.3 Radio San Pedro Apóstol S.A. de la ciudad de San Pedro del Paraná	Segundo	evento
22.4	RADIO FM 95.3 RA. CONTINENTAL	Segundo	evento
22.5	Radio Curuguaty FM 98.7 de la ciudad de Curuguaty	Segundo	evento
22.6	Radio 860 AM La Voz de la Cordillera de la ciudad de Caacupé	Segundo	evento
22.7	Radio Aguai Poty 90.5 FM de la ciudad de Fulgencio Yegros	Segundo	evento
22.8	Radio FM Guairá 103.5	Segundo	evento
22.9	Radio AM 1260 Panambí Verá	Segundo	evento
22.10	Radio Caazapá Poty 98.1 FM	Segundo	evento
22.11	Radio Caazapá Digital 104.7 FM	Segundo	evento
22.12	Radio 105.3 Arandú, J. Eulogio Estigarribia	Segundo	evento
22.13	Radio 106.3 Horizonte, Caaguazú	Segundo	evento
22.14	Radio 95.7 FM radio Encarnación	Segundo	evento
22.15	Radio Arapysandu 1040 AM de la ciudad de San Ignacio Misiones	Segundo	evento
22.16	Radio 640 AM Caaguazú	Segundo	evento
22.17	Radio Santa Helena FM 103.9	Segundo	evento
22.18	Radio Norte 94.5 FM	Segundo	evento
22.19	Radio Prensa 5 96.5 fm	Segundo	evento

22.20	Radio Parque CDE 102.5 FM	Segundo	evento
22.21	Radio Progreso FM 88.3 de Santa Rita	Segundo	evento
22.22	Radio Máxima FM 99.9 de Santa Rita	Segundo	evento
22.23	<b>Radio Sol 89.9 FM de Santa Rosa del Monday</b>	Segundo	evento
22.24	Naranjaty 103.3 FM Naranjal	Segundo	evento
22.25	<b>Radio Integración 104.3 FM de Ciudad del Este</b>	Segundo	evento
22.26	Katueté 88.3 FM de Katueté	Segundo	evento
22.27	Karapa FM 89.9 Katuete Digital	Segundo	evento
22.28	Portal de Itapúa FM 96.7 Naranjito Itapúa	Segundo	evento
22.29	Transcontinental Hernandarias 98.1 FM	Segundo	evento
22.30	Radio ZP 12 700 AM C.A. López de Pilar	Segundo	evento
22.31	Radio 100.5 FM Amambay	Segundo	evento
22.32	Radio FM 98.3 Arandú de Salto del Guairá	Segundo	evento
22.33	Radio Frontera FM 101.7, Carmelo Peralta	Segundo	evento
22.34	RADIO GUYRÁ CAMPANA 1420 AM	Segundo	evento
22.35	Radio Guairá 840 AM	Segundo	evento
22.36	Radio FM 89.1 RA. CONCIERTO	Segundo	evento
22.37	RADIO FM 91.5 RA. MISIONES	Segundo	evento
22.38	RADIO AM 1180 RCO CNEL. OVIEDO	Segundo	evento

22.39	RADIO FM 105.9 San Pedro	Segundo	evento
23	<b>RADIOS AM Y FM ELEGIDOS-</b> Espacios para spots de radio de 1 (un) segundo en radios AM y FM de capital, Central e interior del país, en Horarios Elegidos. El BNF podrá elegir los programas dentro de los cuales se deberán pasar sus menciones a viva voz, o sus spots grabados, dependiendo del formato de cada programa.		
23.1	RADIOS DE AMPLITUD MODULADA AM RADIO 1o. DE MARZO 780 AM - LUNES A DOMINGOS, de 6:00 a 11:29 horas.--	Segundo	evento
23.2	RADIOS DE AMPLITUD MODULADA AM RADIO 1o. DE MARZO 780 AM - LUNES A DOMINGOS, de 11:30 a 19:00 horas.--	Segundo	evento
23.3	RADIOS DE AMPLITUD MODULADA AM RADIO MONUMENTAL 1080 AM - LUNES A DOMINGOS, de 6:00 a 11:29 horas.---	Segundo	evento
23.4	RADIOS DE AMPLITUD MODULADA AM RADIO MONUMENTAL 1080 AM - LUNES A DOMINGOS, de 11:30 a 19:00 horas.--	Segundo	evento
23.5	RADIOS DE FRECUENCIAS MODULADAS FM VENUS FM - LUNES A DOMINGOS, de 7:00 a 12:00 horas.--	Segundo	evento
23.6	RADIOS DE FRECUENCIAS MODULADAS FM VENUS FM - LUNES A DOMINGOS, de 12:01 a 19:00 horas.--	Segundo	evento
23.7	RADIOS DE FRECUENCIAS MODULADAS FM MONTECARLO FM - LUNES A DOMINGOS, de 7:00 a 12:00 horas.--	Segundo	evento
23.8	RADIOS DE FRECUENCIAS MODULADAS FM MONTECARLO FM - LUNES A DOMINGOS, de 12:01 A 18:00 horas.--	Segundo	evento
23.9	RADIO 98.5 ABC FM - Lunes a Domingos de 6:00 a 12:00 horas.	Segundo	evento
23.10	RADIO 98.5 ABC FM - Lunes a Domingos de 12:01 a 18:00 horas.	Segundo	evento
24	<b>PANTALLAS LED VIA PUBLICA</b>		
24.1	Emisión de Spot publicitario de 10 (diez) segundos en Cartel publicitario de Pantalla Led con resolución digital de alta resolución (Asunción/ Central). Tamaño mínimo de pantalla 8x4 metros, No menos de 1040 repeticiones en zonas de alto tráfico vehicular, a ser definidas en conjunto con la Convocante. Salidas cada 80 segundos como máximo durante el horario de 6:00 a 23:00 horas de lunes a domingos.	Mensual	evento

24.2	Emisión de Spot publicitario de 10 (diez) segundos en Cartel publicitario de Pantalla Led con resolución digital de alta resolución (Interior del país). Tamaño mínimo de pantalla 8x4 metros. Mínimo 1040 repeticiones diarias de 10 (diez) segundos cada una. Salidas cada 80 segundos como máximo durante el horario de 6:00 a 23:00 horas de lunes a domingos. En zonas de alto tráfico vehicular, a ser definidas en conjunto con la Convocante.	Mensual	evento
24.3	Emisión de Spot publicitario de 10 (diez) segundos en Pantallas LED Curvas, con capacidad de proyectar videos en 3D anamórficos, en la ciudad de Asunción, de medidas mínimas 14 metros x 14 metros. Mínimo 1040 repeticiones diarias de 10 (diez) segundos cada una. Salidas cada 80 segundos como máximo durante el horario de 6:00 a 23:00 horas de lunes a domingos. La Convocante podrá cambiar la publicidad tantas veces como lo desee. Incluye reporte de medición de audiencia.	Mensual	evento
24.4	Emisión de Spot publicitario de 10 (diez) segundos en Pantallas LED Curvas, con capacidad de proyectar videos en 3D anamórficos, en la ciudad de Asunción, de medidas mínimas 25 metros x 4 metros. Mínimo 1040 repeticiones diarias de 10 (diez) segundos cada una. Salidas cada 80 segundos como máximo durante el horario de 6:00 a 23:00 horas de lunes a domingos. La Convocante podrá cambiar la publicidad tantas veces como lo desee. Incluye reporte de medición de audiencia.	Mensual	evento
24.5	Emisión de Spot publicitario de 10 (diez) segundos en pantallas LED montadas en carrocerías de vehículos, con recorrido por calles de Asunción, itinerario a ser acordado con el BNF.	Mensual	evento
24.6	Emisión de Spot publicitario en pantallas LED montadas en carrocerías de vehículos, de un nínimo de 4 x 2,20 metros, en ubicaciones dentro de Asunción/ Central, a ser definidas por el BNF, por un mínimo de 8 horas diarias.	Mensual	evento
24.7	Emisión de Spot publicitario en pantallas LED montadas en carrocerías de vehículos, de un nínimo de 4 x 2,20 metros, en ubicaciones dentro de hasta 150 Km de Asunción, a ser definidas por el BNF, por un mínimo de 8 horas diarias.	Mensual	evento
24.8	Emisión de Spot publicitario en pantallas LED montadas en carrocerías de vehículos, de un nínimo de 4 x 2 metros, en ubicaciones mayores a 150 Km de Asunción, a ser definidas por el BNF, por un mínimo de 8 horas diarias.	Mensual	evento
25	<b>CINE</b>		
25.1	Servicio de publicidad en cines de alta concurrencia en salas regulares de Asunción y ciudades del interior. Contratación mínima de 2 salas de forma mensual, para emisión de spot de 30 segundos de duración, antes de cada película, de miércoles a domingo.	Mensual	evento



25.2	Servicio de publicidad en cines de alta concurrencia en salas premier 3D Y XD en Asunción y ciudades del interior. Contratación mínima de 2 salas de forma mensual, para emisión de spot de 30 segundos de duración, antes de cada película, de miércoles a domingo.	Mensual	evento
26	<b>CARTELES VIA PUBLICA</b>		
26.1	Espacio en carteles ruterios en Asunción/ Central, de un mínimo de 32 metros cuadrados de área, con iluminación frontal. El proveedor deberá incluir los costos de energía eléctrica, y cualquier otro gasto o impuestos.	Mensual	evento
26.2	Espacio en carteles ruterios en Interior del país, de un mínimo de 32 metros cuadrados de área, con iluminación frontal. El proveedor deberá incluir los costos de energía eléctrica, y cualquier otro gasto o impuestos.	Mensual	evento

El oferente adjudicado deberá presentar el Recibo de pago con una constancia oficial firmada por el representante legal o Gerente General del Medio donde el BNF haya contratado espacios o servicios, con el detalle de lo contratado, en un periodo máximo de 15 (quince) días calendario, contados desde la fecha en que el BNF haya pagado al Oferente adjudicado la factura por la Orden de Servicio respectiva.

El oferente adjudicado deberá cumplir con el procedimiento indicado en el párrafo anterior, el cual será entregado a la Gerencia Departamental de Productos de Desarrollo y Marketing, casa matriz del BNF, y en caso de incumplimiento el oferente adjudicado se sujetará a multas, conforme al porcentaje establecido en las Condiciones Contractuales (0,5% por cada día de incumplimiento que será deducido del monto de la factura presentada correspondiente a los ítems que no presenten el recibo de pago en el plazo establecido), una vez constatado el incumplimiento del procedimiento, se emitirá una nota por día de incumplimiento.

**Justificación:** Por la complejidad del servicio, resulta necesario que el oferente adjudicado cumpla con el procedimiento, a fin de garantizar que el servicio se ejecute con normalidad y sin inconveniente en el proceso, de manera a evitar riesgos operativos, patrimoniales y salvaguardar la seguridad de los recursos humanos del BNF.

<b>LOTE N° 4: PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL - PRODUCCION : AUDIOVISUALES, SPOTS, DOCUMENTALES, MATERIAL IMPRESO</b>			
<b>Ítem</b>	<b>Descripción</b>	<b>Unidad de Medida</b>	<b>Presentación</b>
1	Compra de paquetes de 5 imágenes de images Banks full hd formato jpg tamaños 1920x1080 pixeles para usos en redes sociales, materiales impresos y digitales por el periodo de tiempo que dure el contrato. Las imágenes deberán incluir personas de raza hispana.	Unidad	Evento
2	Compra de paquetes de 5 videos tipo clips de images banks full hd formato .mov o mp4 para usos en redes sociales y digitales por el periodo de tiempo que dure el contrato. Las imágenes deberán incluir personas de raza hispana.	Unidad	Evento

3	Elaboración Spots de Televisión de Hasta 30 segundos de duración que incluya producción integral, locación, actores, con cámaras de imagen de alta definición, drone 4K (3840x2160 píxeles, también conocido como Ultra HD), para canales de aire y cables paraguayos en formato AVI SD y HD y para plataformas de internet en calidad HD y grabación en formato 4K (3840x2160 píxeles, también conocido como Ultra HD). Estimado: 6 (seis) unidades.	Unidad	Evento
4	Elaboración de spot de radio de 30 segundos de duración, que incluya la producción integral, estudio de grabación, voces, con formato para frecuencia AM/FM. Estimado: 6 (seis) unidades.	Unidad	Evento
5	Producción fotográfica para avisos publicitarios para prensa escrita y de contenido digital, que incluya la producción integral, locación, con actores que incluyan personajes representativos del público objetivo del BNF, la utilización de equipos con cámaras profesionales de alta definición de al menos 36 mpx, ópticas para fotografía y cine digital. Estimado 1 (una) unidad.	Unidad	Evento
6	Servicio de Fotografías alusivas a productos, realizadas en estudio para nuevos lanzamientos de productos. Estimado 5 (cinco) unidades.	Unidad	Evento
7	Servicio de fotografías alusivas a productos, en estudio para nuevos lanzamientos (incluye contratación de modelos, retoque digital). Estimado 1 (una) unidades.	Unidad	Evento
8	Producción de cápsulas Audiovisuales de un máximo de 60 segundos, con calidad FHD, dentro de la ciudad de Asunción; formatos admisibles mp4, m4v, avi, y similares. Estimado 4 (cuatro) unidades. Incluye Edición y adaptación a formatos para Redes Sociales (Facebook, Twitter, Instagram, IGTV, y las que el BNF defina).	Unidad	Evento
9	Producción Audiovisual con calidad FHD, formatos admisibles mp4, m4v, avi, y similares. Incluye: de 1 Hasta 4 cámaras, según necesidad del evento. Traslado a cuenta del proveedor, edición y entrega del material en alta resolución. DESDE CASA MATRIZ HASTA 50KM. Estimado 4 (cuatro) unidades. Incluye además: cobertura Fotográfica, y Tomas aéreas con Drone. Incluye adaptación a formatos para Redes Sociales (Facebook, Twitter, Instagram, IGTV, y las que el BNF defina).	Unidad	Evento
10	Producción Audiovisual con calidad FHD, formatos admisibles mp4, m4v, avi, y similares. Incluye: de 1 Hasta 4 cámaras, según necesidad del evento. Traslado a cuenta del proveedor, edición con enfoque periodístico y entrega del material en alta resolución. DESDE 51 KM HASTA 150 KM de ASUNCIÓN. Estimado 4 (cuatro) unidades. Incluye además: cobertura Fotográfica, y Tomas aéreas con Drone. Incluye adaptación a formatos para Redes Sociales (Facebook, Twitter, Instagram, IGTV, y las que el BNF defina).	Unidad	Evento

11	Producción Audiovisual con calidad FHD, formatos admisibles mp4, m4v, avi, y similares. Incluye: de 1 Hasta 4 cámaras, según necesidad del evento. Traslado a cuenta del proveedor, edición con enfoque periodístico y entrega del material en alta resolución. DESDE 151 KM HASTA 300 KM de ASUNCIÓN. Estimado 4 (cuatro) unidades. Incluye además: cobertura Fotográfica, y Tomas aéreas con Drone. Incluye adaptación a formatos para Redes Sociales (Facebook, Twitter, Instagram, IGTV y las que el BNF defina).	Unidad	Evento
12	Producción Audiovisual con calidad FHD, formatos admisibles mp4, m4v, avi, y similares. Incluye: de 1 Hasta 4 cámaras, según necesidad del evento. Traslado a cuenta del proveedor, edición con enfoque periodístico y entrega del material en alta resolución. DESDE 301 KM DE ASUNCIÓN EN ADELANTE. Estimado 4 (cuatro) unidades. Incluye además: cobertura Fotográfica, y Tomas aéreas con Drone. Incluye adaptación a formatos para Redes Sociales (Facebook, Twitter, Instagram, IGTV, Youtube y las que el BNF defina).	Unidad	Evento
13	Servicio de jornada fotográfica en exteriores, para Asunción, y ciudades del Departamento Central. (incluye: traslado a cuenta del proveedor, retoques digitales). Incluye toma aérea con Drone, calidad FHD. Estimado 4 (cuatro) unidades.	Unidad	Evento
14	Creación de personaje animado en 2D. Estimado 1 (una) unidad	Unidad	Evento
15	Creación de personaje animado en 3D. Estimado 1 (una) unidad	Unidad	Evento
16	Diseño y producción de video de hasta 45 segundos de duración en formato MOV o mp4 medidas Full HD 1920x1080píxeles que incluya locución comercial, banda sonora y masterización. Pudiendo además, incluir imágenes animadas creadas por el oferente. Con reducción para instagram 10 segundos y 15 segundos. Incluye banda sonora. Incluye imágenes y/o videos de Banco de Imágenes. Incluye adaptación a formatos para Redes Sociales (Facebook, Twitter, Instagram e IGTV, Youtube y las que el BNF defina).	Unidad	Evento
17	Realización de spots animados de Hasta 45 segundos. Incluye: animática, diseño de personajes, diseño de background y props, animación en 2D, motion graphics, post producción, composición final, música original, grabación de locución. La convocante entregará el Brief para la elaboración del story board. Estimado 1 (una) unidad.	Unidad	Evento
18	Desarrollo de juegos interactivos para redes sociales, con temáticas relacionadas a productos y servicios financieros. Estimado 1 (una) unidad.	unidad	Evento
19	Desarrollo de realidad aumentada, para búsqueda de comercios adheridos y cajeros automáticos del banco. Estimado 1 (una) unidad.	Unidad	Evento
20	Jingle cantado con 1 voz, con locutor final. Estimado 1 (una) unidad.	Unidad	Evento
21	Jingle cantado con 2 voces, con locutor final. Estimado 1 (una) unidad.	Unidad	Evento

22	Realización de video 360° para promociones, en formato (3840x2160 píxeles, también conocido como Ultra HD) de alta resolución.	Unidad	Evento
23	Grabación de locución en estudio. Incluye cache del locutor/a (La cotización debe incluir hasta 3 correcciones de locución). Estimado 6 (seis) unidades.	Unidad	Evento
24	Servicio de cobertura audiovisual de presentaciones institucionales Hasta 4 (cuatro) cámaras con swicher. Incluye: Producción, post producción, edición gráfica, animaciones en 2D, musicalización y pack final, de Casa Matriz Hasta 50 km Obs: El oferente deberá proveer móvil para el traslado de los equipos y personales, así como todo gasto de viáticos y hospedaje de su personal. Estimado 10 (diez) unidades.	Unidad	Evento
25	Servicio de Live streaming, por las redes sociales oficiales de Casa Matriz Hasta 50 km . Obs: El oferente deberá proveer móvil para el traslado de los equipos y personales, así como todo gasto de viáticos y hospedaje de su personal. Estimado 2 (dos) unidades.	Unidad	Evento
26	Servicio de multicopiado en DVD de materiales. DVD con logo impreso a full color, correctamente rotulado con caja contenedora transparente. Paquete de 50 (cincuenta) unidades.	Unidad	Evento
27	Spot publicitario de 10 (diez) segundos para Carteles publicitarios en Pantalla Led, sin sonido, con resolución digital adecuada al tamaño de cada pantalla, según definición de la Convocante. Estimado 12 (doce) unidades.	Unidad	Evento
28	Impresión de Informe de Gestión según diseño. Formato impreso: mínimo 100 (cien) páginas, máximo 150 (ciento cincuenta) páginas; impreso en papel ilustración mate 170 gramos (interior), tamaño A4, cerrado, tapa ilustración mate 300 gr. Plastificado prolam con barniz sectorizado, full color. Con caja triplex 300grs, full color, plastificado, con barniz sectorizado y embolsado. Incluye versión Digital para distribución por medios electrónicos. Paquete de 100 (cien) unidades. Incluye hasta 2 (dos) pruebas de color. Tiempo máximo de entrega: 10 días hábiles.--	Unidad	Evento
29	<b>PARA LOS TRABAJOS SOLICITADOS EN ITEMS 22, 24 Y 25 DESDE 51 KM HASTA 150 KM.</b>	Unidad	Evento
30	<b>PARA LOS TRABAJOS SOLICITADOS EN ITEMS 22, 24 Y 25. DESDE 151 KM HASTA 300 KM.</b>	Unidad	Evento
31	<b>PARA LOS TRABAJOS SOLICITADOS EN ITEMS 22, 24 Y 25 DESDE 301 KM Y MÁS.</b>	Unidad	Evento

Observación: a los efectos de la cotización, los oferentes deberán tener en cuenta que los ítems 29, 30 y 31 serán abonados únicamente por la distancia recorrida por cada orden de servicio emitida sin importar la cantidad de ítems solicitados. Una orden de servicio no podrá contener más de uno de estos ítems (29, 30 y 31).

LOTE N° 5: PRODUCCIÓN MATERIALES	Unidad de medida	Presentación
PRODUCCION DE MATERIALES IMPRESOS, MERCHANDISING Todos los ítems deberán tener 6 (seis) meses de garantía desde la aceptación del trabajo por parte del BNF.-		
Tazas de cerámica, 300 ml, con impresión por sublimación de logo y textos, según diseño. Colores blanco, gris grafito, negro, rosa, verde.	Unidad	Evento
Tazas de cerámica con platito, 80 ml, blancas, con impresión por sublimación de logo y textos, según diseño.	Unidad	Evento
Vasos de vidrio, 300 ml, con grabado de logo y textos en Laser, según diseño.	Unidad	Evento
Impresión digital full color según diseño, A4. Papel de ilustración.	Unidad	Evento
Impresión digital full color según diseño, A3. Papel de ilustración. Paquete de 500 unidades.-	Unidad	Evento
Impresión Offset full color según diseño, en cartulina. Medidas 15x10 cm. Paquete de 500 unidades.-	Unidad	Evento
Impresión Offset full color según diseño, en cartulina de hilo. Medidas 15x10 cm. Paquete de 500 unidades.-	Unidad	Evento
Impresión Offset según diseño. Medidas 15x10 cm. Papel de fibra de algodón. Paquete de 500 unidades.-	Unidad	Evento
Dípticos tamaño cerrado 19 x 19 cm. Full color, en papel ilustración 170 gr. Paquete de 200 unidades.-	Unidad	Evento
Impresión de volantes en papel ilustración mate 150grs tamaño 22x12,5 a full color impreso a un solo lado. Paquete de 250 (doscientas cincuenta) unidades.	Unidad	Evento
Impresión de volantes en papel ilustración mate 150grs tamaño 22x12,5 a full color impreso a ambos lados. Paquete de 250 (doscientas cincuenta) unidades.	Unidad	Evento
Impresión de volantes, medida 14x21cm ilustración mate 150 grs, plastificado prolam. Paquete de 250 (doscientas cincuenta) unidades.	Unidad	Evento
Impresión de volantes, full color, medida 10x15 cm ilustración mate 150 grs. Paquete de 250 (doscientas cincuenta) unidades.	Unidad	Evento

Folleto trípticos a full color, tamaño (abierto) de 32 x 21 cm. Papel ilustración mate de 150 gr. Paquete de 200 unidades.-	Unidad	Evento
Folleto trípticos a full color, tamaño (abierto) de 43,5x28 cm. Papel ilustración mate de 170 gr. Paquete de 200 unidades.	Unidad	Evento
Exhibidor para flyers según diseño, en cartulina. Material: cartón dúplex 280 gr. impresión full color 1 (una) cara. Terminación: corte y armado. Laminado en mate. Medidas: 22x15cm.- Incluye material adhesivo para fijación al mostrador. Paquete de 200 unidades.	Unidad	Evento
Table Tent (cartel para mostrador autosustentado) Material: cartón dúplex 240 gr. impresión full color en ambas caras. Terminación: corte y armado. Laminado. Medidas: 13x18cm.- Incluye material adhesivo para fijación al mostrador. Paquete de 200 unidades.	Unidad	Evento
Impresión de Afiches impreso a full color, en papel ilustración mate 150 gr., tamaño 37 x 55 cm. Paquete de 100 unidades.	Unidad	Evento
Afiches impreso a full color, en papel ilustración mate 150 gr., tamaño 29,7 x 42 cm. Paquete de 100 unidades.	Unidad	Evento
Carpeta en triplex 280grs, impreso a full color en ambos lados, plastificado mate prolam, con solapa interna en la tapa trasera para contener hojas, con plastificado prolam mate. Tamaño cerrado (23 cm x 34 cm). Paquete de 100 unidades.	Unidad	Evento
Bolsos de papel medida 61x39,5 cm en papel ilustración mate 250grs impreso a full color, troquelado, plastificado prolam brillo.	Unidad	Evento
Folleto tríptico, a full color, tamaño (cerrado) de 14,5 x 28 cm. Papel ilustración de 170 gr. Paquete de 250 unidades.	Unidad	Evento
Sobre de tamaño oficio en papel obra 120 grs, impreso a full color. Paquete de 200 unidades.	Unidad	Evento
Sobre tamaño 31 x 44,5cm ilustración mate 90grs . Paquete de 200 unidades.	Unidad	Evento
Block anotador Tapa Según diseño; contratapa emplacado jumbo 1400gr impreso a full color, retiración de tapa y contratapa impresión full color, interior: 100 (cien) hojas en papel obra 70 grs. a (1) una raya; logotipos impresos en cada hoja a un color, según diseño. Incluye 5 (cinco) separadores en papel ilustración con imágenes, espiralado doble de metal.	Unidad	Evento

Block anotador, tapa semi dura, impresión según diseño a full color; interior: 50 (cincuenta) hojas sin rayas, en papel obra 70 grs.; logotipos impresos en cada hoja a un color, según diseño.	Unidad	Evento
Impresión de parasoles para autos medida abierto 122x57cm impreso a full color a un solo lado con troquelado en papel triplex 350grs. Paquetes de 100 unidades.-	Unidad	Evento
Pendrive de metal con grabado de 1 logo en bajo relieve. Capacidad mínima 8 Gb. Presentación en caja con cuna.	Unidad	Evento
Pendrive en plástico con grabado de logotipo del BNF. Capacidad mínima 8 Gb. Presentación en caja con cuna.	Unidad	Evento
Cintas colgantes en poliéster, medida de grosor 2 cm, sublimado según diseño, full color, y terminación con mosquetón. Paquete de 200 (doscientas) unidades. Colores gris grafito, negro, blanco, rosado.	Unidad	Evento
Cintas colgantes en poliéster, medida de grosor 2 cm, sublimado según diseño, full color, y terminación con argolla. Paquete de 200 (doscientas) unidades. Colores gris grafito, negro, blanco, rosado.	Unidad	Evento
Cintas colgantes en nylon tipo seda, medida de grosor 2 cm, impresión serigráfica según diseño, full color, y terminación con argolla. Paquete de 200 (doscientas) unidades. Colores gris grafito, negro, blanco, rosado.	Unidad	Evento
Cintas colgantes en nylon tipo seda, medida de grosor 2 cm, impresión serigráfica según diseño, full color, y terminación con mosquetón. Paquete de 200 (doscientas) unidades. Colores gris grafito, negro, blanco, rosado.	Unidad	Evento
Bolígrafo ecológico de cartón reciclado, logo impreso a un solo color. Paquete de 100 (cien) Unidades.	Unidad	Evento
Bolígrafo, logo impreso a un solo color. Paquete de 100 (cien) Unidades.	Unidad	Evento
Kepis en tela tropical con impresión serigráfica a un solo color en frente y dorso. Paquete de 100 (cien) unidades.-	Unidad	Evento
Kepis en tela tropical con bordado a full color en frente y dorso. Paquete de 100 (cien) unidades.-	Unidad	Evento
Pines de metal calado en medida 9 cm cuadrados, según diseño, con prendedor de sujeción de imán o similar. Paquete de 100 (cien) unidades.-	Unidad	Evento

<p>Remeras tipo polo, tela piqué, mangas cortas, con logo bordado a full color en los tamaños P,M,G,L,XL Y XXL. Estructura: Peso 212 Grm - 110 Grm, Hilado 40.7- 50 Lavado: Mercerizado-pre lavado, con objetivo de pre encogimiento. Clasificación: Primera Calidad</p> <p>Puntuación :25 pts./ 100 m2 (sistema 4 puntos). Encogimiento Máximo: 3% (Método AATCC 135-Secado Normal,Max 70 C). Construcción: Cuello en punta: Cuello Polo, Abertura frontal parcial. Botones: Tipo nacarados de L 22 con 3 botones y ojales. Costura: Terminación en el cuello y manga con Rib</p> <p>Costura sobrecargada en el cerrado de costado. Confección Paraguaya</p> <p>Combinados: En bajo tirilla, canesú interno y cuello interno</p> <p>Tejido de combinado: Rayas al mismo tono de la prenda. Composicion: 100% de algodón.-- Costuras: Punto por Centímetro: 12-14 en todas las costuras. Colores: Negro, gris grafito, rosado.--</p> <p>Paquete de 20 (veinte) unidades.--</p>	Unidad	Evento
<p>Termo de plástico para tereré, de 1 litro, forrado en cuero ecológico, con logo bordado a full color, con guampa forrada. Paquete de 20 (veinte) unidades.--</p>	Unidad	Evento
<p>Camisas bordadas. Silueta: Sport relajada. Tacto: Sensación de Suavidad en la tela. Tejido : 100% algodón natural, de fácil planchado. Composicion: 100% algodón , siendo vedado otros materiales. Color: Blanco con combinado. Estrutura: Peso 100 Grm - 110 Grm ,Hilado 50. Mangas :largas con puños cerrados por ojales y botones en el puño y en de la abertura.</p> <p>Lavado : Mercerizado-pre lavado ,con objetivo de pre encogimiento. Clasificación: Primera Calidad. Puntuación :25 pts./ 100 m2 (sistema 4 puntos). Encogimiento Máximo: 3% (Método AATCC 135-Secado Normal , Max 70 C). Desvió de Peso ( ASTM 3882) Tolerancia 2% después de lavado</p> <p>Construcción: Cuello en punta : Carteron con entretela. Tipo de entretela : Tejida en solapa , tirilla y manga corta. Confección Paraguaya.</p> <p>Combinados: En bajo tirilla, canesú interno y cuello interno. Tejido de combinado: Rayas. Composicion : 100% de algodón , siendo vedados otros materiales. Botón nacarado de cuatro agujeros, color del tejido.</p> <p>Cuello y entretela pre encogida.</p> <p>Paquete de 20 (veinte) unidades.--</p>	Unidad	Evento
<p>Termos con interior de acero inoxidable de 2,5 litros para agua fría/caliente, bombeo con palanca, forrados en cuero ecológico, con logotipo de la empresa bordado full color con guampa forrada. Paquete de 20 (veinte) unidades.--</p>	Unidad	Evento
<p>Termos con interior de acero inoxidable de 1 litro para agua fría/caliente, bombeo con palanca, forrados en cuero ecológico, con logotipo de la empresa bordado full color con guampa forrada. Paquete de 20 (veinte) unidades.--</p>	Unidad	Evento
<p>Llavero de metal con logo resinado a full color, con presentación en cajitas personalizadas individuales. Paquete de 100 Unidades.</p>	Unidad	Evento
<p>Sombrilla, material 100% impermeable de poliéster, tamaño 32cm de alto x 5,5cm de diámetro. Tamaño de expansión 64cm de altura por 105 de diámetro, 8 esqueletos con logo impreso en 2 caras, en serigrafía a full color. Paquete de 50 Unidades</p>	Unidad	Evento



Mochilas en TNT con asas de cordón de Nylon con logo impreso en serigrafía a full color. Tamaño mínimo de 50cm. X 50cm. Paquete de 50 Unidades	Unidad	Evento
Mouse pad en símil cuero con logo en bajo relieve. Tamaño mínimo de 20 cm. x 20 cm. Paquete de 50 Unidades.	Unidad	Evento
Impresión full color en Mouse pad, con laminado texturizado mate, con goma de neopreno negro de 4mm, bordes redondeados, compatible con mouse óptico. Tamaño: 18 cm x 21 cm. Incluye la Provisión del Mouse Pad. Paquete de 50 Unidades	Unidad	Evento
Globos personalizados N° 10 con logo del BNF a 1 color de tinta. Incluye provisión de palitos sostenedores. Paquete de 100 (cien) unidades.	Unidad	Evento
Globos personalizados N° 12 color dorado platino con logo del BNF a 1 color de tinta. Incluye provisión de palitos sostenedores. Paquete de 100 (cien) unidades. provisión de palitos sostenedores. Paquete de 100 (cien) unidades.	Unidad	Evento
Set de asado con estuche MDF lustrado, con logo grabado, con bisagras y cerrojo metálico; incluye: tabla de madera de guayaivi de medidas 40x25 cm, con logo grabado y lustrada con cera de abeja; un juego de tenedor y cuchillo asaderos de acero inoxidable, mangos de madera lustrada.	Unidad	Evento
Estuche porta documentos ejecutivo en símil cuero con logo en bajo relieve. Tamaño cerrado: 24cm de largo por 16,5 de ancho, interior con separadores. Paquete de 20 Unidades.	unidad	Evento
Porta chequeras en cuero ecológico con logo en bajo relieve. Paquete de 50 Unidades.	unidad	Evento
Cajas contenedoras para tarjetas de crédito, con orejillas de soporte para tarjeta en papel triplex 300 grs, impreso a full color, medida 52,9x41cm troquelado, con plastificado prolam brillo. Paquete de 50 Unidades.--	unidad	Evento
Banderas en tela de primera calidad con el logo serigrafiado a full color. Medidas 1,60 m de largo por 0,90 m de alto. --	Unidad	Evento
Impresión de credenciales para funcionarios medida 8,5 x 5,5cm, full color con foto y logo. Incluye producción fotográfica en el área Gran Asunción. No incluye traslados a otras regiones del país. Paquetes de 20 unidades.--	Unidad	Evento
Impresión de credenciales para funcionarios medida 8,5 x 5,5cm , full color con foto y logo. No incluye producción fotográfica. Paquete de 20 Unidades.--	Unidad	Evento
Sobre tamaño A3 impreso a full color en papel obra 120grs. Paquete de 200 (doscientas) unidades.	Unidad	Evento

Sobre tamaño 18x12 cm, impreso a full color en papel obra 120grs. Paquete de 200 (doscientas) unidades.	Unidad	Evento
Porta chequera en simil cuero, logotipo del BNF en bajorrelieve. Paquete de 200 (doscientas) unidades.	Unidad	Evento
Portalapices en simil cuero, logotipo del BNF en bajorrelieve. Paquete de 200 (doscientas) unidades.	Unidad	Evento
Mochilas: Organización de bolsillo delantero, bolsillo para botellas de agua, interior acolchado para protección de notebooks, Correa de hombro acolchada, Panel inferior acolchado plano. Mínimo 2 compartimientos interiores. 100% poliéster. Logotipo del BNF en full color impreso sobre la cara frontal, según diseño a ser proveído por el BNF. Paquete de 50 (cincuenta) unidades.--	Unidad	Evento
Calendarios para escritorios con espiral doble, mensual, en forma piramidal tamaño 21x10cm, con 14 paginas mínimo (6 hojas más tapa y contratapa). Logo en todas las páginas y una imagen diferente en cada página, diseño a ser proveído. Base: Papel triple 350gr. Tripa: hojas ilustración 150gr impreso frente y dorso, full color. Cobertura Base: laminado matte. Impresión frente y dorso. Acabado: Espiral doble anillo. Paquete de 200 unidades.	Unidad	Evento
Bolígrafo de metal plateado/dorado, logo grabado a láser, de logos y/o textos a ser definidos por la contratante. En paquetes de 100 (cien) unidades.	Unidad	Evento
Bolsas en material de tela TNT (grueso) con impresión serigrafiado en ambos lados, full color, con costura térmica y manija troquelada, rectangular, tamaño (45x45) Colores admitidos: blanco, gris grafito, verde, rosa, negro. Paquetes de 100 unidades.	Unidad	Evento
Calcomanía impresión en material adhesivo full color en alta resolución , pegado sobre material PVC de 3 milímetros de espesor con cinta doble faz al dorso	M2	Evento
Porta taco de material simil cuero con logo impreso en bajo relieve, más taco tipo post-it de 300 hojas con logo impreso tipo marca de agua en cada hoja. Tamaño cuadrado de 12cm ancho y 5cm de alto. Los pedidos se realizaran en grupos de 200 unidades	Unidad	Evento
Servicio de impresión en libreta full coloren tapa y contratapa plástica o cartulina triplex de 250 gramos plastificada, con espiral doble, hojas internas fondeadas a un color, 80 hojas medias 20x15cm. Según necesidad y diseño a ser proveído. Los pedidos se realizaran en grupos mínimos de 200 unidades.	Unidad	Evento
Alcancía de lata cilíndrica, tamaño de 10x8cm impresión full color. Según necesidad y diseño a ser proveído. Paquete de 100 unidades.	Unidad	Evento
Alcancía de lata cuadrada, tamaño 10x8cm impresión full color. Según necesidad y diseño a ser proveído. Paquete de 100 unidades.	Unidad	Evento

Cajas de material MDF, medidas 20 cm largo x 20 cm ancho x 10 cm alto, logo grabado a láser según diseño; caja pintada según diseño, pintura mate. Bisagras metálicas.	Unidad	Evento
Cajas de material MDF, medidas 40 cm largo x 40 cm ancho x 10 cm alto, logo grabado a láser según diseño; caja pintada según diseño, pintura mate. Bisagras metálicas.	Unidad	Evento

## Identificación de la unidad solicitante y justificaciones

- **Nombre, cargo y la dependencia de la Institución de quien solicita el llamado a ser publicado:** Pablo Dimas Aranda Soto - Gerente Departamental de Desarrollo de Productos y Marketing.
- **Justificación de la necesidad que se pretende satisfacer mediante la contratación a ser realizada:** El BNF es un banco más del sistema financiero nacional, que, si bien es propiedad del Estado paraguayo, compite de igual a igual con los demás bancos e instituciones financieras del país en la captación de clientes y colocación de productos y servicios.
- **Justificación de la planificación:** El llamado responde a una necesidad periódica.
- **Justificación las especificaciones técnicas establecidas:** El Banco tiene misión el Fomento, pero no puede dejar de ser rentable y auto-sustentable. Por esta razón, debe participar activamente en el mercado a través de la publicidad, para el mantenimiento y mejora constante de su imagen en todos los medios posibles, tanto tradicionales como digitales. Cuanto más productos y servicios, pueda el BNF colocar en el mercado, mejor posicionado estará tanto financieramente, como en su imagen institucional.

## Plan de entrega de los bienes

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

No aplica.

Ítem	Descripción del bien	Cantidad	Unidad de medida	Lugar de entrega de los bienes	Fecha(s) final(es) de entrega de los bienes
(Indicar el N°)	(Indicar la descripción de los bienes)	(Insertar la cantidad de bienes a proveer)	(Indicar la unidad de medida de los bienes)	(Indicar el nombre del lugar)	(Indicar la(s) fecha(s) de entrega requerida(s))

## Plan de entrega de los servicios

LOTE N° 1 DISEÑO, CREATIVIDAD, REDES SOCIALES					
N°	Descripción del Servicio	Cantidad	Unidad de Medida del Servicio	Lugar de prestación del Servicio	Fecha Final de Ejecución de los Servicios
1	DISEÑO Y CREATIVIDAD INTEGRAL	1	Según Especificaciones Técnicas	Banco Nacional de Fomento, sito Independencia Nacional entre 25 de mayo y Cerro Corá, Piso 1 Gerencia de Prod. y Marketing.	Se emitirá orden de servicio al inicio de cada mes el cual será remitido a través del correo electrónico oficial del BNF, los plazos serán conformes a las Especificaciones Técnicas
2	DISEÑO, PUBLICACIÓN Y ADMINISTRACIÓN DE CONTENIDOS DIGITALES PUBLICITARIOS Y DE FORMATO NOTICIOSO, EN LOS CANALES DIGITALES DEL BNF	1	Según Especificaciones Técnicas	Banco Nacional de Fomento, sito Independencia Nacional entre 25 de mayo y Cerro Corá, Piso 1 Gerencia de Prod. y Marketing.	Se emitirá orden de servicio al inicio de cada mes el cual será remitido a través del correo electrónico oficial del BNF, los plazos serán conformes a las Especificaciones Técnicas

LOTE N° 2 CARTELERÍA					
Ítem	Descripción del Servicio	Cantidad	Unidad de medida de los servicios	Lugar de prestación del servicio	Fecha(s) final(es) de entrega de los bienes

Todos, a excepción de los ítems 51, 111,171,231	Cartelería	1	Según Especificaciones Técnicas	En los locales que indique la Gerencia de Prod. y Marketing, BNF.-	3 (tres) días hábiles para Asunción y Central. Interior: 5 (cinco) días. Ambos casos, a partir de la emisión de la Orden de Servicio, a través del correo electrónico oficial del BNF, o en forma impresa.
Ítems 51, 111,171,231			Según Especificaciones Técnicas	En los locales que indique la Gerencia de Prod. y Marketing, BNF.-	5 (cinco) días hábiles para Asunción y Central. Interior: 7 (siete) días. Ambos casos, a partir de la emisión de la Orden de Servicio, a través del correo electrónico oficial del BNF, o en forma impresa.

LOTE N° 3 MEDIOS					
Ítem	Descripción del servicio	Cantidad	Unidad de medida de los servicios	Lugar donde los servicios serán prestados	Fecha(s) final(es) de ejecución de los servicios
Todos	Contratación e Implementación de espacios para publicidad en Medios tradicionales, digitales.	1	Según Especificaciones Técnicas	Banco Nacional de Fomento, sito Independencia Nacional entre 25 de mayo y Cerro Corá, Piso 1 Gerencia de Prod. y Marketing.	3 (tres) días hábiles, a partir de la emisión de la Orden de Servicio, a través del correo electrónico oficial del BNF, o en forma impresa.

LOTE N° 4 PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL					
Ítem	Descripción del servicio	Cantidad	Unidad de medida de los servicios	Lugar donde los servicios serán prestados	Fecha(s) final(es) de ejecución de los servicios
Todos, menos el 37.-	PRODUCCION: AUDIOVISUALES, SPOTS, DOCUMENTALES	1	Unidad	Banco Nacional de Fomento, sito Independencia Nacional entre 25 de mayo y Cerro Corá, Piso 1 Gerencia de Prod. y Marketing.	4 (cuatro) días hábiles, a partir de la emisión de la Orden de Servicio, a través del correo electrónico oficial del BNF, o en forma impresa.

Ítem 37	Impresión de Informe de Gestión	1	Unidad	Banco Nacional de Fomento, sito Independencia Nacional entre 25 de mayo y Cerro Corá, Piso 1 Gerencia de Prod. y Marketing.	7 (siete) días hábiles, a partir de la emisión de la Orden de Servicio, a través del correo electrónico oficial del BNF, o en forma impresa.
------------	---------------------------------	---	--------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

LOTE N° 5 PRODUCCIÓN DE MATERIALES					
Ítem	Descripción del servicio	Cantidad	Unidad de medida de los servicios	Lugar donde los servicios serán prestados	Fecha(s) final(es) de ejecución de los servicios
Todos, a excepción del ítem 4.-	Producción de Materiales Impresos, Merchandising	1	Unidad	Banco Nacional de Fomento, sito Independencia Nacional entre 25 de mayo y Cerro Corá, Piso 1 Gerencia de Prod. y Marketing.	3 (tres) días hábiles, a partir de la emisión de la Orden de Servicio, a través del correo electrónico oficial del BNF, o en forma impresa.

Observación:

Documentos mínimos que deben adjuntarse a los informes para el procesamiento de pago:

- Aplica para todos los lotes: Para bienes: Actas de recepción parcial, firmadas por autoridades del BNF, ya sean de sucursales o casa matriz, con visto bueno de o de la Gerencia Dep. de Desarrollo de Productos y Marketing.
- Aplica para todos los lotes: Para servicios: Actas de recepción parcial, firmadas por autoridades del BNF, ya sean de sucursales o casa matriz, con visto bueno de o de la Gerencia Dep. de Desarrollo de Productos y Marketing.
- Para servicios del Lote 1, DISEÑO, CREATIVIDAD, REDES SOCIALES, ítems 4 al 10, se requerirá, además, copias de los recibos originales de inversión realizada en concepto de Pautaje de las diferentes plataformas contratadas (Meta - Facebook, Instagram-, Google, Twitter, LinkedIn), y además detalles completos sobre inversión (gasto) de cada campaña y pauta realizada, así como la segmentación definida, el alcance logrado, las impresiones logradas, CPC resultante, CPM resultante. Firmados por el representante legal del oferente.
- Para servicios del Lote 1, DISEÑO, CREATIVIDAD, REDES SOCIALES, ítems 1 y 2, se requerirá, además, un informe mensual de todos los materiales publicados, con fecha y hora, el alcance obtenido, las impresiones, así como de la estadística de cantidad y el tipo de interacciones en las cuentas oficiales administradas; el crecimiento o decrecimiento de seguidores versus mes anterior; además, un informe mensual de los materiales diseñados en el período, adjuntando una carpeta de los mismos, original y editable. Esta carpeta podrá ser digital, ya sea en medio físico o en la nube, con acceso para bajar los contenidos.
- Para servicios del Lote 1, DISEÑO, CREATIVIDAD, REDES SOCIALES, ítem 36, se requerirá, además, la presentación de un informe mensual de las acciones realizadas ante situaciones de crisis, de las acciones de difusión en medios de comunicación, notas y entrevistas, relacionamiento con personas influyentes; así también copias de las gacetillas, noticias y notas realizadas a través del servicio contratado; copia de reporte de publicaciones de la marca en medios, así como del informe de Free Publicity
- Para servicios y productos del Lote 2. Cartelería, se requerirá, además, fotografías de los trabajos realizados, así como original del presupuesto aprobado o copia firmada por el representante legal del oferente.
- Para servicios y productos del Lote 3, Medios, se requerirá, además, Certificados originales de cada medio de comunicación o copias de los mismos firmadas por el representante legal del oferente.

Planos y diseños

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

No Aplica

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 indican a continuación:

No Aplica

Indicadores de Cumplimiento

El documento requerido para acreditar el cumplimiento contractual será:

Planificación de indicadores de cumplimiento:

Será presentado: Informe.

Frecuencia: Conforme necesidad.

Indicador	Tipo	Fecha de presentación prevista
Informe	Informe	Durante la ejecución contractual, de acuerdo al plazo establecido en el plan de entregas de los servicios y por cada Orden de Servicio emitida, el área administradora del contrato emitirá el informe exigido para el pago correspondiente.

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.

## Criterios de Adjudicación

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 procesos de contratación en los cuales se aplique la modalidad de contrato abierto, se efectuará por las cantidades o montos máximos solicitados en el llamado, sin que ello implique obligación de la convocante de requerir la provisión de esa cantidad o monto durante 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 requerida, 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 llamados en los cuales se aplique la modalidad 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

La comunicación de la adjudicación a los oferentes será como sigue:

1. Dentro de los cinco (5) días corridos de haberse resuelto la adjudicación, la convocante comunicará a través del Sistema de Información de Contrataciones Públicas, copia del informe de evaluación y del acto administrativo de adjudicación, los cuales serán puestos a disposición pública en el referido sistema. Adicionalmente el sistema generará una notificación a los oferentes por los medios remotos de comunicación electrónica pertinentes, la cual será reglamentada por la DNCP.
2. En sustitución de la notificación a través del Sistema de Información de Contrataciones Públicas, las convocantes podrán dar a conocer la adjudicación por cédula de notificación a cada uno de los oferentes, acompañados de la copia íntegra del acto administrativo y del informe de evaluación. 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.

La misma deberá ser solicitada dentro de los dos (2) días hábiles siguientes en que el oferente haya tomado conocimiento de los términos del Informe de Evaluación de Ofertas.

La convocante deberá dar respuesta a dicha solicitud dentro de los dos (2) días hábiles de haberla recibido y realizar la audiencia en un plazo que no exceda de dos (2) días hábiles siguientes a la fecha de respuesta al oferente.

## **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
a) Certificado de no encontrarse en quiebra o en convocatoria de acreedores expedido por la Dirección General de Registros Públicos;
b) Certificado de no hallarse en interdicción judicial expedido por la Dirección General de Registros Públicos;
c) Constancia de no adeudar aporte obrero patronal expedida por el Instituto de Previsión Social;
d) 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;
e) 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.
f) Certificado de Cumplimiento Tributario vigente a la firma del contrato.

## 2. Documentos. Consorcios

a) Cada integrante del consorcio que sea una persona física o jurídica deberá presentar los documentos requeridos para oferentes individuales especificados en los apartados precedentes.

b) Original o fotocopia del consorcio constituido.

c) Documentos que acrediten las facultades del firmante del contrato para comprometer solidariamente al consorcio.

d) 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.

# CONDICIONES CONTRACTUALES

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

## Interpretación

### 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.

## 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 seguirá 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 resultara 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 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.

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 participen 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 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 Información del Personal (FIP) y en el Formulario de Informe de Servicios Personales (FIS), a través del SIPE.

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.

---

## **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:

- a. Nota de remisión u orden de prestación de servicios según el objeto de la contratación;
- b. 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;
- c. REPSE (registro de prestadores de servicios) todos los que son prestadores de servicios;
- d. Certificado de Cumplimiento Tributario;
- e. Constancia de Cumplimiento con la Seguridad Social;
- f. Formulario de Informe de Servicios Personales (FIS).

**Otras formas y condiciones de pago al proveedor en virtud del contrato serán las siguientes:** Los proveedores adjudicados deberán habilitar una cuenta en el Banco Nacional de Fomento, a fin de realizar la acreditación del pago correspondiente y así agilizar el proceso de liquidación de cancelación de obligaciones del Banco, para el efecto serán exonerados los requisitos de mantenimiento de Cajas de Ahorros, consistente en el depósito inicial y saldo promedio mínimo requerido; además deberán presentar documentos requeridos por la SEPRELAD según el Artículo 33 de la Resolución 70/2019 política de Conozca a su proveedor formulario Anexo 2 Perfil del cliente. Así mismo, se deberá adjuntar al legajo documentario copia de la nota de notificación de adjudicación emitida por la Gerencia Departamental Operativa de Contrataciones.

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 de 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 calendario 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.

## **Solicitud de Pago de Anticipo**

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

No Aplica

## Reajuste

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

El precio del contrato estará sujeto a reajustes. EL **PROVEEDOR** solicitará por escrito a La **contratante** el reajuste de precios exponiendo la causa del mismo.

La contratante reconocerá un reajuste en los costos de los servicios, en la medida en que durante su vigencia, exista una variación sustancial de precios en la economía nacional y ésta se vea reflejada en el índice de los precios de consumo, publicado por el Banco Central del Paraguay, en un valor igual o mayor al 15% (quince) por ciento, sobre la inflación oficial esperada para el mismo periodo. Los reajustes se aplicarán de la siguiente manera:

V1=	P x I.I.BCP
	15%

P= Precio del Servicio

I.I. BCP= Índice de Inflación emitido por el Banco Central del Paraguay

15%= Mínimo necesario para reajuste del precio

Los precios reajustados, solo tendrán incidencia sobre los servicios aún no ejecutados; y, no tendrán ningún efecto retroactivo respecto a los servicios que fueron ejecutados antes de la verificación del reajuste.

Para tal efecto, EL **PROVEEDOR** deberá solicitar por escrito a LA **CONTRATANTE**.

## 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 contratante podrá rescindir administrativamente el contrato cuando el valor de las multas supere el monto de la Garantía de Cumplimiento de Contrato.

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:

0,10

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.

## **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° 63 de la Ley N° 2051/2003.

1. Cuando el sistema de adjudicación adoptado sea de abastecimiento simultáneo las ampliaciones de los contratos se regirán por las disposiciones contenidas en la Ley N° 2051/2003, sus modificaciones y reglamentaciones, que para el efecto emita la DNCP.
2. Tratándose de contratos abiertos, las modificaciones a ser introducidas se regirán atendiendo a la reglamentación vigente.
3. La celebración de un convenio modificadorio conforme a las reglas establecidas en el artículo N° 63 de la Ley 2051/2003, que constituyan condiciones de agravación del riesgo cuando la Garantía de Cumplimiento de Contrato sea formalizada a través de póliza de caución, 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.

## 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.
6. 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;
- ii. Si el proveedor no cumple con cualquier otra obligación en virtud del contrato;
- 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 Fiel 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; o
- vi. En los demás casos previstos en este apartado.

#### 2. Terminación por insolvencia o quiebra

La contratante podrá rescindir 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:

- i. Que se complete alguna porción y se entregue de acuerdo con las condiciones y precios del contrato; y/o
- ii. 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.

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

Además de las ya indicadas en la cláusula anterior, otras causales de terminación de contrato son:

No Aplica

## **Resolución de Conflictos a través del Arbitraje**

Las partes se someterán a Arbitraje:

No

En caso que la convocante adopte el arbitraje como mecanismo de resolución de conflicto, la cláusula arbitral que regirá a las partes es la siguiente:

"Todas las controversias que deriven del presente contrato o que guarden relación con éste serán resueltas definitivamente por arbitraje, conforme con las disposiciones de la Ley N° 2051/03 "De Contrataciones Públicas", de la Ley N° 1879/02 "De arbitraje y mediación" y las condiciones del Contrato. El procedimiento arbitral se llevará a cabo ante el Centro de Arbitraje y Mediación del Paraguay (en adelante, "CAMP"). El tribunal estará conformado por tres árbitros designados de la lista del cuerpo arbitral del CAMP, que decidirá conforme a derecho, siendo el laudo definitivo y vinculante para las partes. Se aplicará el reglamento respectivo y demás disposiciones que regule dicho procedimiento al momento de ser requerido, declarando las partes conocer y aceptar los vigentes, incluso en orden a su régimen de gastos y costas, considerándolos parte integrante del presente contrato. Para la ejecución del laudo arbitral, o para dirimir cuestiones que no sean arbitrables, las partes se someterán a la jurisdicción de los tribunales de la ciudad de Asunción, República del Paraguay".

---

## 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 penal 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 (Declaratoria de Integridad).

# 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.

