



Administración

SS: 21577

AUTORIZA LLAMADO PARA LA CONTRATACIÓN VÍA CONVENIO MARCO, BAJO LA MODALIDAD DE GRANDES COMPRAS DEL SERVICIO "CAMPAÑA COMUNICACIONAL FIESTAS PATRIAS 2016" Y APRUEBA INTENCIÓN DE COMPRA.

SANTIAGO, 20 JUN 2016

RESOLUCIÓN EXENTA N° 545

VISTO: Lo dispuesto en el Decreto con Fuerza de Ley N° 1/19.653, de 2000, del Ministerio Secretaría General de la Presidencia, que fija el texto refundido, coordinado y sistematizado de la Ley N° 18.575, Orgánica Constitucional de Bases Generales de la Administración del Estado; los Decretos con Fuerza de Ley N° 343, de 1953, y N° 279, de 1960, relativos a la organización, obligaciones y atribuciones de la Subsecretaría de Transportes; el Decreto Ley N° 557 de 1974, del Ministerio del Interior, que crea el Ministerio de Transportes; el Decreto Supremo N° 32, de 2008, que delega facultades en el Subsecretario de Transportes; en el Decreto Supremo N° 60 de 2014, que nombra Subsecretario de Transportes; ambos del Ministerio de Transportes y Telecomunicaciones; la Ley N° 19.886, de Bases sobre Contratos Administrativos y Prestación de Servicios, y su Reglamento, aprobado por Decreto Supremo N° 250, de 2004, del Ministerio de Hacienda; la Ley N° 20.882, de Presupuestos del Sector Público para el año 2016; la Resolución N° 90, de 25 de agosto de 2014, de la Dirección de Compras y Contratación Pública, que aprueba las bases de licitación pública para Convenio Marco de Campañas Comunicacionales, modificadas mediante Resoluciones 112, de 29 de diciembre de 2014 y N° 002, de 06 de enero de 2015, ambas de la Dirección de Compras y Contratación Pública; la Resolución N° 15, de 30 de abril de 2015, de la Dirección de Compras y Contratación Pública, que adjudica propuesta pública ID N° 2239-6-LP14, para Convenio Marco de Campañas Comunicacionales, modificada mediante Resolución 381, de 26 de octubre de 2015, de la Dirección de Compras y Contratación Pública; la Resolución N° 1.600, de 2008, de la Contraloría General de la República, que fija normas sobre exención del trámite de Toma de Razón; y en la demás normativa aplicable.

CONSIDERANDO:

1.- Que, La Comisión Nacional de Seguridad de Tránsito (CONASET), es el organismo técnico encargado de prestar asesoría en todas las materias asociadas a la seguridad de tránsito, y en particular las relativas a la formación y acreditación de conductores, al mejoramiento y control de la calidad vehicular, de las vías y espacios públicos, de los servicios de transporte, la fiscalización, la acción judicial, la atención de accidentes y seguros, a la puesta en marcha y explotación de sistemas de información, y a los aspectos de educación y comunicaciones.

2.- Que, entre las funciones asignadas a la CONASET, le corresponde recomendar las acciones Ministeriales y de Carabineros, en materia de campañas públicas de educación sobre seguridad de tránsito y difundir los planes de educación sobre seguridad de tránsito.

3.- Que, la Política Nacional de Tránsito, aprobada por Decreto Supremo 255, de 1981, del Ministerio de Transportes y Telecomunicaciones, establece como política específica relativa a los usuarios, difundir programas y planes referentes a la educación vial de los pasajeros y peatones.

4.- Que, en este contexto, por Memorandum N° 129, de fecha 14 de junio 2016, la Secretaria Ejecutiva de la Comisión Nacional de Seguridad de Tránsito, doña Gabriela Rosende Bustos, ha solicitado la contratación vía convenio marco, bajo la modalidad de Grandes Compras de "Campaña de Comunicación Fiestas Patrias 2016", fundando su solicitud en las siguientes consideraciones:





- *"Desde el Estado, se han realizado importantes esfuerzos para evitar las consecuencias de los accidentes provocados por el consumo del alcohol. Iniciativas como la Ley de Tolerancia 0 y Ley Emilia, en 2014, lograron inhibir conductas y contribuyeron a obtener resultados positivos en los últimos 13 años en materia de fallecidos en accidentes provocados por la conducción y el consumo de alcohol.*
- *Según recomendaciones de la CEPAL, expuestas en el documento sobre "Experiencias internacionales en campañas integrales y efectivas de seguridad vial (Edición N° 294, número 2 de 2011), la realización de campañas comunicacionales de seguridad vial, ha demostrado ser una medida efectiva en la reducción de los siniestros viales, siempre que éstas se enmarquen dentro de una política pública nacional.*
- *De acuerdo a los datos estadísticos, durante el año 2015 se incrementaron los fallecidos por alcohol en conductor (de 142 en 2014 a 152 en 2015) y los lesionados por alcohol en el conductor (de 4.781 en 2014 a 4.819 en 2015). A nivel nacional, diariamente, cinco personas mueren en accidentes de tránsito en Chile por diversas causas y son más de 1.600 los fallecidos en el tránsito a nivel país. Siendo el mes de septiembre una fecha emblemática, y teniendo en cuenta que existe entre las personas una predisposición mayor a consumir alcohol, es que se requiere concientizar para prevenir la conducción de vehículos durante dicho período.*
- *En este caso, el objetivo es generar una campaña de comunicación que será difundida los días previos y durante las Fiestas Patrias de 2016, orientada especialmente a prevenir accidentes provocados por la conducción con alcohol."*

5.- Que, la Dirección de Compras y Contratación Pública, mediante la Resolución N° 90 del 25 de agosto de 2014, aprobó las bases de licitación pública para Convenio Marco de Campañas Comunicacionales, las cuales fueron publicadas en el portal web www.mercadopublico.cl bajo el ID N° 2239-6-LP14, y adjudicada mediante Resolución N° 15, de 30 de abril de 2015, de la Dirección señalada.

6.- Que, el monto total estimado para la contratación del servicio requerido por la Subsecretaría de Transportes – CONASET para las festividades de fiestas patrias, supera las 1.000 UTM (mil Unidades Tributarias Mensuales).

7.- Que, en razón de la cuantía, procede la realización de un proceso de Gran Compra, de acuerdo a lo establecido en el artículo 14 bis del D.S. N° 250, 2004 del Ministerio de Hacienda, citado en el visto y en las Bases de Licitación antes individualizadas, específicamente en el numeral 10.8, "Compras mayores a UTM 1.000 (mil UTM)".

8.- Que, para dar inicio a dicho proceso, esta Subsecretaría debe comunicar su Intención de Compra a todos los proveedores adjudicados en el "Convenio Marco de Campañas Comunicacionales", en este caso de la categoría "Campañas Comunicacionales de Alto Impacto", a través del portal web www.mercadopublico.cl, indicando a lo menos, la fecha de decisión de compra, el producto o servicio requerido, la cantidad y las condiciones de entrega.

9.- Que, para estos efectos, la Comisión Nacional de Seguridad de Tránsito, ha elaborado el documento denominado "Intención de Compra para la contratación vía convenio marco bajo la modalidad de Grandes Compras a Campaña Comunicacional Fiestas Patrias 2016", cuyo texto íntegro se inserta en este acto para su aprobación y posterior publicación en el portal www.mercadopublico.cl.





10.- Que, existe disponibilidad presupuestaria para proceder al proceso de compra que por este acto se autoriza.

RESUELVO:

1. AUTORIZÁSE a efectuar invitación para la contratación vía Convenio Marco bajo la modalidad "Grandes Compras" de "**Campaña Comunicacional Fiestas Patrias 2016**" a los proveedores adjudicados en el "**Convenio Marco de Campañas Comunicacionales**", de la categoría "**Campañas Comunicacionales de Alto Impacto**", correspondientes al ID N° 2239-6-LP14 del Portal Web www.mercadopublico.cl.

2. APRUÉBASE la Intención de Compra para la contratación de la "**Campaña Comunicacional Fiestas Patrias 2016**", para la Subsecretaría de Transportes – CONASET, cuyo texto se inserta a continuación:

I BRIEF (TERMINOS DE REFERENCIA)

1. Antecedentes

El alcohol se encuentra entre los principales factores de riesgo de accidentes de tránsito, junto con las imprudencias y la velocidad. En Chile, 12% de los fallecidos en siniestros viales se vinculan al alcohol tanto en conductores, pasajeros y peatones. Son muchas las vidas que se podrían salvar si todos evitáramos conducir si hemos bebido alcohol.

Se requiere sensibilizar a los habitantes del país para que tengan una conducta responsable y tomen conciencia respecto de las implicancias y riesgos de beber alcohol y manejar.

Sólo de esta forma podremos avanzar hacia una cultura de la seguridad vial, en que cada persona asuma su propia responsabilidad en la prevención de accidentes.

Desde el Estado, se han realizado importantes esfuerzos para evitar las consecuencias de los accidentes provocados por el consumo del alcohol. Iniciativas como la Ley de Tolerancia 0 y Ley Emilia, en 2014, lograron inhibir conductas y contribuyeron a obtener resultados positivos en los últimos 13 años en materia de fallecidos en accidentes provocados por la conducción y el consumo de alcohol.

Sin embargo, la capacidad limitada de fiscalización y el tiempo transcurrido desde la publicación de ambas leyes, ha contribuido al "relajo" de los conductores, que han incurrido nuevamente en conductas imprudentes, elevando las cifras de siniestralidad en el último período.

Concretamente, de acuerdo a los datos estadísticos, durante el año 2015 se incrementaron los fallecidos por alcohol en conductor (de 142 en 2014 a 152 en 2015) y los lesionados por alcohol en el conductor (de 4.781 en 2014 a 4.819 en 2015). A nivel nacional, diariamente, cinco personas mueren en accidentes de tránsito en Chile por diversas causas y son más de 1.600 los fallecidos en el tránsito a nivel país. Siendo el mes de septiembre una fecha emblemática, y teniendo en cuenta que existe entre las personas una predisposición mayor a consumir alcohol, es que se requiere concientizar para prevenir la conducción de vehículos durante dicho período.

Este esfuerzo será complementado con otras líneas de acción, en los ámbitos educativos, normativos y de fiscalización, tendientes, como ya dijimos, a construir una cultura de la seguridad vial en nuestro país, que nos permita disminuir la cifra de fallecidos en accidentes de tránsito.





Paralelamente, se requiere entonces del apoyo de campañas de comunicación, de alto impacto, provocativas y educativas a la vez, que grafiquen claramente las consecuencias que implica la pérdida de un familiar, amigo o persona cercana, en un accidente de tránsito.

En este caso, el objetivo es generar una campaña de comunicación que será difundida los días previos y durante las Fiestas Patrias de 2016, orientada especialmente a prevenir accidentes provocados por la conducción con alcohol.

2. Público Objetivo

La sociedad en su conjunto. Con foco especial en jóvenes entre 18 y 35 años, ya que es el segmento con mayor participación en los accidentes de tránsito con presencia de alcohol.

Público Secundario: Personas que influyen en el público objetivo. Mujeres entre 18 y 65 años y hombres adultos de 36 a 60 años, de todos los estratos socioeconómicos.

3. Objetivo

Provocar impacto y alto rechazo de las conductas imprudentes, específicamente de conducir con alcohol, y generar conciencia que la muerte accidental no existe en el tránsito, que se puede evitar y generar conciencia vial a partir de un hecho fatal. Generar conciencia y educar acerca de los riesgos y las consecuencias que provocan las principales causas de los accidentes fatales como el consumo de alcohol en los conductores.

4. Mensajes

- No puedes conducir si has bebido alcohol.
- Conducir con alcohol puede producir tu muerte o la de otros.
- Es responsabilidad de cada uno prevenir accidentes de tránsito provocados por el consumo de alcohol.
- Si conduciendo con alcohol provocas la muerte o lesiones gravísimas a una persona, deberás enfrentar penas efectivas de cárcel.

5. Tono y Estilo

- De alto impacto.
- Provocativo.
- Educativo.

6. Ejecución y Soportes

Los oferentes deberán presentar una propuesta comunicacional que incluya lo siguiente:

- Radio: Una (1) Frase 30".
- 1 Spot audiovisual con diferentes duraciones:
 - 15 segundos.
 - 30 segundos.
 - 1:15 minutos.
- Productos de merchandising: con mensajes de SdT:
 - Revolvedores, alcotest desechables, aromáticos, magnéticos, etc. (sólo referencia. Se escogerá un solo producto).

7. Plan de medios para exhibir la campaña

- Radio: 1 frase de 30 segundos.
- Redes Sociales: 3 Spots (minutaje mencionado anteriormente).
- Televisión: 1 Spot de 30 segundos (se evaluará su publicación de acuerdo a la propuesta presentada por la agencia).





De acuerdo al presupuesto disponible, el plan de medios debe considerar:

- Tener una presencia masiva y sistemática en **radios** de alcance nacional y regional.
- Lograr una amplia viralización en **Redes Sociales**.
- Exhibir en **Televisión Abierta** en horarios punta y prime durante un período corto de duración (tres días previo a las festividades, considerando el monto disponible).

La difusión de la campaña de prevención de accidentes y fallecidos en el tránsito durante las festividades patrias de septiembre de 2016 tendrá dos fases:

Fase 1:

Lanzamiento campaña en radios de cobertura nacional y regional y despliegue campaña en Redes Sociales.

Fecha de inicio: jueves 1 de septiembre.

Fecha de Término: lunes 19 de septiembre.

Fase 2:

Lanzamiento campaña en Televisión abierta de cobertura nacional.

Fecha de aplicación: miércoles 14, jueves 15 y viernes 16 de septiembre.

Además, debe considerar:

- Producción de activación en terreno en Santiago y en algunas capitales regionales a definir: desarrollo de la idea creativa y producción de una activación tipo BTL en terreno relacionada con la idea creativa de la campaña. Puede ser una intervención urbana para el lanzamiento de la campaña, que sea atractiva para lograr difusión y de esta forma, generar consciencia sobre la importancia de la seguridad de tránsito.
- Merchandising para bajada campaña en terreno: producción de elementos que hagan referencia a la campaña, que incluyan mensajes de seguridad de tránsito asociados al alcohol y la conducción, como una manera de complementar y apoyar su difusión en terreno. Al respecto, el requerimiento no incluye envíos ni distribución y no necesitaremos promotores.

Referencias:

Revolvedores, alcotest desechables, aromáticos, magnéticos, etc. Deberán incluir el logo de Gobierno de Chile /Conaset.

Impresión de 50.000 volantes que incluyan mensajes de la campaña y de seguridad de tránsito asociados al alcohol y la conducción. También deberán incluir el logo de Gobierno de Chile/Conaset.

Consideraciones

La creación de Plan de Medios debe ser con cobertura nacional y regional de acuerdo al público objetivo de la campaña. Considerar al menos el 25% de la inversión total del plan de medios en medios con clara identificación regional, como lo establece el Artículo 19 de la Ley de Presupuesto 2016.

El Plan de Medios debe presentarse en formato Excel o planilla, especificando; frecuencia, valores netos por programa y GRP's/CPM/CPC según corresponda.

Alcanzar la mayor cantidad de GRP medidos con rating total personas, no total hogares.

Presentar Cronograma de implementación del Plan de Medios.

El oferente al que se le adjudique la licitación, será responsable de la distribución, costos e implementación de todos los materiales a los distintos soportes que se establezcan en el plan de medios.





La inversión del plan de medios debe ser de al menos un 70% modificable del monto neto adjudicado.

Se requiere que la agencia de medios cuente con una línea de crédito con Google y en el caso de no tenerla deben asumir el costo del impuesto del 35%.

Para Facebook deben crear una cuenta independiente, que permita ir contabilizando la campaña.

Se requiere que la agencia entregue un reporte diario para conocer la distribución del presupuesto y evaluar el rendimiento de la campaña, ya que en caso de no tener los resultados esperados se contará con el tiempo para hacer modificaciones.

Una vez terminada la campaña se debe enviar una presentación digital e impresa con la verificación y resultados de todos los medios en los cuales se exhibió la campaña.

Incluir logos institucionales y mensajes GC referidos a alcohol y conducción.

Incluir subtítulos y lengua de señas.

- **Reunión informativa**

Se realizará una reunión informativa el segundo día hábil después de publicada en el portal la resolución exenta que autoriza el llamado para la contratación vía convenio marco, bajo la modalidad de grandes compras del servicio "Campaña Comunicacional Fiestas Patrias 2016" y aprueba intención de compra, en dependencias de CONASET en calle Nueva York 9 piso 10 a las 10:00 horas.

Se solicita la asistencia de un máximo de dos personas por agencia. Los asistentes a esta reunión informativa deben portar cédula de identidad y documento que acredite pertenencia a la agencia que representa (tarjeta de presentación, credencial, etc.).

- **Presentación Agencias**

Una vez cerrado el proceso de recepción de ofertas, la Comisión Evaluadora citará a los oferentes participantes para que realicen la presentación de sus ofertas.

El horario y fecha de presentación de los oferentes será informado por Conaset a través de correo electrónico, para lo cual los oferentes en su propuesta técnica deberán señalar claramente cuál es la casilla (correo electrónico) en donde se deberá hacer llegar esta información.

8. Presupuesto

El presupuesto disponible para la contratación de "Campaña Comunicacional Fiestas Patrias 2016" alcanza la suma total de \$100.000.000.- (cien millones de pesos), comisión de agencia e impuestos incluidos.

Tiempo y duración de la campaña.

La difusión deberá realizarse de preferencia del día jueves 1 de septiembre al día lunes 19 de septiembre 2016.

9. Otros

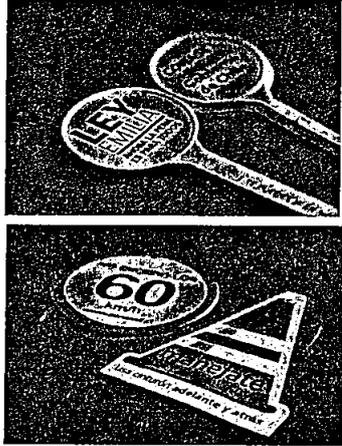
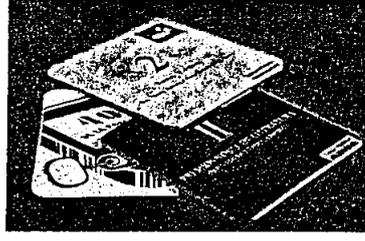
Elementos mandatorios que deben estar presentes en la comunicación:

- Logo de Conaset.
- Mensaje o slogan central definitivo de la campaña.

Referencia





Tac Australia + OTROS	Spot en YouTube: https://www.youtube.com/watch?v=8hSkv1kMYQI
<p>Productos</p>  	<p>Productos con mensajes de SdT (SÓLO REFERENCIA) Revolvedores, alcotest desechables, aromáticos, magnéticos, etc.</p>

II. ASPECTOS ADMINISTRATIVOS

1. Calendario

Actividad	Fecha	Hora
Comunicación de Intención de Compra	Día 1.	—
Reunión Informativa	Día 2 después de publicada en el portal la Resolución que autoriza la intención de compra.	10:00
Inicio de Consultas	Día 3 a partir de la publicación de la intención de compra.	—
Final de Consultas	Día 4 contado desde la fecha de publicación de la intención de compra.	23:59
Publicación de Respuestas y Aclaraciones	Día 6 del cierre de plazo de consultas.	16:00
Cierre de recepción de ofertas	Día 14 contado desde la publicación de la intención de compra.	23:59
Fecha estimada de Decisión de Compra	En un plazo máximo de 15 días a partir de la evaluación de ofertas.	—





Todos los plazos establecidos se entenderán que son de días corridos. Cuando las bases dispongan que se trate de plazos de días hábiles, se entenderá que son inhábiles los días sábados, domingos y festivos. Con todo, en cualquiera de los casos antes señalados, cuando el último día del plazo sea inhábil, éste se entenderá prorrogado al primer día hábil siguiente.

2. Evaluación de las ofertas

La evaluación de las ofertas se realizará considerando los siguientes criterios y ponderaciones:

Criterios de evaluación	Ponderación
Briefing	70%
Precio	5%
Comisión	25%

2.1 Briefing

El proponente debe entregar una propuesta de campaña basada en el brief presentado, la cual deberá dar cumplimiento claramente a los puntos solicitados que a continuación se indican:

Concepto	Descripción	Cumple	Puntaje
Ejecución y Soporte	La Campaña Comunicacional debe cumplir con idea creativa y plan de medios conforme a lo solicitado y debe ser acorde a los objetivos y público objetivo.	SI	33,3
		NO	0
Plan de medios acorde al "Objetivo"	Deberá cumplir con el objetivo principal solicitado en el Brief.	SI	33,3
		NO	0
Plan de medios acorde al "Público Objetivo"	A quién va dirigida la campaña. Deberá cumplir con el rango etario y con la descripción del target, más allá del perfil socioeconómico.	SI	33,3
		NO	0

En caso de no dar cumplimiento con los puntos solicitados en algún concepto, se asignará 0 puntos en el mencionado concepto. Los puntajes serán calculados aproximando a cifras sin decimal.

Los puntajes obtenidos en cada concepto serán sumados y posteriormente ponderados por el porcentaje asignado por este criterio.

2.2 Precio

Para realizar la evaluación de este criterio, el proveedor deberá informar en su respectiva oferta, **en el Anexo N°1**, y en la **Ficha Electrónica**, el precio que cobrará por la asesoría a realizar, según el presupuesto definido en el Brief de esta intención de compra.

Se identificarán aquellos servicios cuyo precio no se considere como válidamente ofertados, es decir, que correspondan a errores evidentes, entendiendo por tales, aquellos en que los precios ofertados estén notoriamente fuera y alejados de la curva de distribución normal de precios.





Para efectos de determinar los errores evidentes, la Subsecretaría de Transportes aplicará la fórmula para la identificación de un intervalo de confianza establecida en las bases de la licitación para Convenio Marco de Campañas Comunicacionales, ID 2239-6-LP14, de manera de establecer el límite superior e inferior entre los cuales fluctuará el precio de cada servicio, para ser considerado como oferta válida.

Una vez aplicado el intervalo de confianza, se considerará y comparará el precio sin IVA, expresado en Pesos Chilenos. Se tendrá en consideración el precio del servicio por proveedor y se comparará con el menor precio para la categoría respectiva, mediante la siguiente fórmula:

Criterio	Puntuación
Precio	$X = (\text{Precio mínimo ofertado} / \text{Precio Ofertado por el proveedor}) \times 100$

Donde:

Precio mínimo ofertado: el precio más bajo ofertado en esta licitación.

Precio Oferta: el precio ofertado por el proveedor.

2.3 Comisión de Agencia

Para realizar la evaluación de este criterio, el proveedor deberá informar en su respectiva oferta, en el **Anexo N°1**, el porcentaje de comisión que cobra la empresa por el desarrollo de la asesoría requeridas respecto del valor total de la propuesta que presente al presente requerimiento.

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

Tramos porcentaje comisión aplicada (%)		Puntaje
Entre:	Y:	
1	6	100
6.1	10	70
10.1	13	50
13.1	15	30
15.1	18	20
18.1	o mas	0

El puntaje ponderado de este criterio, se obtendrá de la multiplicación del puntaje obtenido, por el ponderador del criterio definido.

3. Mecanismo de desempate

En el caso que dos o más oferentes al final de la evaluación obtengan el mismo puntaje, los criterios para definir la oferta mejor evaluada se sujetarán al siguiente orden de prelación:

1º) Mayor puntaje en el Concepto "Campaña Comunicacional acorde al Público Objetivo#" del Criterio "Briefing".

2º) Mayor puntaje en el Criterio "Plan de Medios".

3º) Por sorteo.

4. Comisión Evaluadora

Las propuestas serán revisadas por una comisión evaluadora, integrada por tres funcionarios públicos, de planta o a contrata, de la Subsecretaría de Transportes. Adicionalmente, y de manera fundada, podrán integrar la comisión, dos profesionales a honorarios con calidad de agente público, que presten servicios en la Subsecretaría de Transportes y cuyos convenios contemplen la tarea de integrar comisiones evaluadoras.





5. Selección De La Oferta y Acuerdo Complementario

Una vez realizada la selección de la oferta en la Gran Compra, aprobada por acto administrativo, se procederá a suscribir un Acuerdo Complementario entre las partes, en las que especificarán las condiciones particulares del servicio, sin perjuicio de las obligaciones que emanan del Convenio Marco que suscribió el Proveedor con la Dirección de Compras y Contratación Pública.

Previo a la suscripción del Acuerdo complementario, el proveedor seleccionado deberá hacer entrega de la garantía de fiel cumplimiento a que se refiere el número 6 y de una declaración jurada simple que acredite que no se encuentra en ninguna de las inhabilidades contempladas en los incisos 1° y 6° del artículo 4° de la Ley 19.886.

El Acuerdo Complementario se adjuntará a la orden de compra que se emita.

6. Garantía de fiel y oportuno cumplimiento

El proveedor seleccionado, conjuntamente con la suscripción del acuerdo complementario señalado en el numeral 5 precedente, deberá entregar un instrumento de garantía que cumpla los siguientes requisitos:

- a) Debe ser irrevocable.
- b) Pagadera a la vista y al solo requerimiento de la Subsecretaría.
- c) Tomada en un banco comercial con oficinas en Santiago de Chile.
- d) A la orden de la Subsecretaría de Transportes, RUT N° 61.212.000-5.
- e) Por un monto equivalente al 5% del monto total del contrato, impuestos incluidos.
- f) Deberá contemplar la siguiente glosa: "Para garantizar el fiel y oportuno cumplimiento del contrato '**Campaña Comunicacional Fiestas Patrias 2016**', y las obligaciones que ordena el artículo 11° de la Ley N° 19.886". Este requisito no será exigible respecto del vale vista.
- g) Debe expresarse en pesos chilenos.
- h) La vigencia de dicha garantía deberá comprender el plazo total del servicio, más 60 días hábiles, contados desde la fecha de término del mismo.
- i) Debe ser tomada por uno o varios integrantes del adjudicatario.

Alternativamente, la Garantía de Fiel Cumplimiento de Contrato podrá estar constituida por una Póliza de Seguro, a favor de organismos públicos, de ejecución inmediata, sin liquidador, ni cláusula de arbitraje, emitida por una compañía aseguradora inscrita en la Superintendencia de Valores y Seguros de Chile, extendida a nombre de la Subsecretaría de Transportes y que deberá cubrir, ya sea a través de endoso o cláusula, el importe por las multas derivadas de incumplimientos a estas Bases de Licitación, o en su defecto, no deberá considerar en sus cláusulas la exclusión de dichos importes. En este caso, previo a su entrega, el Prestador del Servicio deberá acreditar haber pagado la totalidad de la prima correspondiente al período de vigencia de la Póliza respectiva.

La garantía deberá entregarse en las dependencias de la Comisión Nacional de Seguridad de Tránsito, ubicada en la calle Nueva York N° 9 piso 10°, comuna y ciudad de Santiago, en sobre cerrado y con rotulado "Garantía Contrato '**Campaña Comunicacional Fiestas Patrias 2016**'", con indicación del N° de ID de las presentes Bases en el portal www.mercadopublico.cl y el nombre del adjudicatario.

La garantía de fiel cumplimiento del contrato será devuelta transcurridos 60 días hábiles después de finalizados los servicios, una vez que la Contraparte Técnica de la Subsecretaría haya señalado, por escrito, su total conformidad con el servicio contratado y se encuentre acreditado el cumplimiento de las obligaciones laborales y previsionales de los trabajadores del contratante.

Si la entidad adjudicataria no cumple con las obligaciones que establecen las Bases, la oferta correspondiente y/o el contrato, la Subsecretaría queda desde ya autorizada para proceder a hacerla efectiva sin más trámite.





7. Pago

El pago de los servicios se realizará previa recepción conforme y aprobación de los servicios por parte de la contraparte técnica de la Subsecretaría y previa presentación de la factura correspondiente.

La Subsecretaría procederá a efectuar él o los pagos que corresponda/n dentro del plazo de 30 días corridos, contados desde la presentación de la correspondiente factura.

Las facturas deberán ser extendidas a:

Nombre : Fiscalización y Control
RUT : 61.975.600-2
Giro : Administración Pública
Dirección : Amunátegui 139, piso 1

En atención a la modalidad de pago, para los efectos del artículo 3° de la Ley N° 19.983 que regula la Transferencia y Otorga Mérito Ejecutivo a Copia de la Factura, la Subsecretaría tendrá un plazo de 15 (quince) días corridos, contados desde la recepción de las respectivas facturas, para reclamar en contra de su contenido. Previo a cada pago la contratada deberá entregar a la Subsecretaría de Transportes el cuadruplicado cobro ejecutivo cedible de la factura, para inutilizarlo.

De acuerdo con lo señalado en el Decreto Supremo N° 250, de 2004, del Ministerio de Hacienda, en caso que el proveedor registre saldos insolutos de remuneraciones o cotizaciones de seguridad social con sus actuales trabajadores o con trabajadores contratados en los últimos dos años, los primeros estados de pago producto de la ejecución de los servicios deberán ser destinados al pago de dichas obligaciones, debiendo el proveedor acreditar que la totalidad de las obligaciones se encuentren liquidadas al cumplirse la mitad del período de ejecución de los mismos con un máximo de seis meses. El incumplimiento de estas obligaciones por parte del proveedor, dará derecho a la Subsecretaría a dar término anticipado a la ejecución de los servicios.

8. Contraparte Técnica

La Subsecretaría de Transportes ejercerá la supervisión integral del desarrollo de la contratación, en sus aspectos técnicos y administrativos, a través de una Contraparte Técnica, la que estará conformada por el o los funcionarios que se designen para tales efectos, ya sean de planta o a contrata, que presten actualmente servicios en la Subsecretaría de Transportes o en sus Programas dependientes y/o profesionales a honorarios con calidad de agente público, cuyo convenio contemple la tarea de conformar contrapartes técnicas, y será designada en la parte resolutive del acto administrativo de selección.

En el ejercicio de dicha labor ejercerá las siguientes funciones:

- Supervisar, coordinar y controlar el funcionamiento del servicio, velando por el estricto cumplimiento de los objetivos señalados en el Brief.
- Velar por el correcto desarrollo del servicio, informando mediante oficio al Departamento Administrativo en caso de incumplimiento para la aplicación de multas.
- Dar visto bueno y recepción conforme de los servicios, para dar curso a los pagos.
- Las demás que sean necesarias para la correcta ejecución del servicio.

9. MULTAS

El proveedor seleccionado, podrá ser sancionado de conformidad a lo establecido en el punto 10.12 Multas y Sanciones de la licitación ID 2239-6-LP14





10. Anexos

ANEXO Nº 1 OFERTA ECONÓMICA

_____, ____ de _____ de 2016

_____, representante legal de la persona jurídica

_____ viene en formular la siguiente Oferta Económica en relación a la ejecución de la "Campaña Comunicacional Fiestas Patrias 2016"

Nombre del Proponente: _____

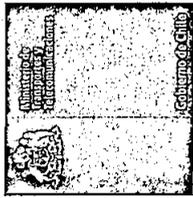
Rol Único Tributario Proponente: _____

"Campaña Fiestas Patrias 2016"	
TOTAL PROPUESTA CAMPAÑA COMUNICACIONAL FIESTAS PATRIAS 2016 PLAN DE MEDIOS	\$
+ VALOR COMISIÓN DE AGENCIA	\$
= TOTAL PROPUESTA NETO (Sin Impuestos)	\$
+ IMPUESTOS	\$
= VALOR TOTAL DE LA OFERTA CON IMPUESTOS	\$

PORCENTAJE DE COMISIÓN QUE COBRA EL PROVEEDOR POR EL DESARROLLO DE LAS CAMPAÑAS O ASESORÍAS REQUERIDAS	%
---	---

Firma del oferente o su Representante Legal





ANEXO Nº 2
Tabla de Evaluación – Plan de Medios

N°	Proveedor	Rut	Ejecución y Soporte				Total Puntaje	Objetivo	Público Objetivo	Total Briefing (70%)	Precio (5%)	Comisión de Agencia (25%)	Puntaje Final	Comentarios
			Idea Creativa de Campaña	Televisión	Radio	Digital								



3. **COMUNÍQUESE** la presente intención de compra a los proveedores adjudicatarios del "**Convenio Marco de Campañas Comunicacionales**", de la categoría "**Campañas Comunicacionales de Alto Impacto**", correspondientes al ID N° 2239-6-LP14 del Portal Web www.mercadopublico.cl

4. **DESÍGNASE** como Contraparte técnica de la Gran Compra para el servicio de "Campaña Comunicacional Fiestas Patrias 2016" a la Secretaria Ejecutiva de CONASET doña Gabriela Rosende Bustos, RUN 13.685.283-3, profesional a honorarios con Agencia Pública, asimilado al grado 4 E.U.S. En caso de ausencia o impedimento de la profesional designada precedentemente, ésta será reemplazada por doña Marcela Milena Lobo Barrientos, RUN 7.057.452-7, profesional a contrata, grado 4 E.U.S., de la Comisión Nacional de Seguridad de Tránsito.

5. **DESÍGNASE** como Comisión Evaluadora de las ofertas que se presenten en el procedimiento de Grandes Compras, vía Convenio Marco, a los siguientes funcionarios públicos:

- **Rodrigo Cruces Valerio**, RUN: 16.536.778-2, profesional a contrata, grado 7 E.U.S., de la Comisión Nacional de Seguridad de Tránsito.

- **Marcela Margarita Espinosa Leyton**, RUN: 12.485.553-5, profesional a contrata, grado 8 E.U.S., de la Comisión Nacional de Seguridad de Tránsito.

- **Carolina Guajardo Saavedra**, RUN: 13.480.089-5, profesional a contrata, grado 7 E.U.S., de la Comisión Nacional de Seguridad de Tránsito.

En caso de ausencia de alguna de las personas precedentemente señaladas, designase para su reemplazo a **Claudia Morales Moraga**, RUN: 10.322.992-8, profesional a contrata de la Comisión Nacional de Seguridad de Tránsito.

ANÓTESE, PUBLÍQUESE EN EL PORTAL WWW.MERCADOPUBLICO.CL Y ARCHÍVESE.


CRISTIAN BOWEN GARFIAS
SUBSECRETARIO DE TRANSPORTES



JAS/APP/MSZ/JFF/FAA/GRB/CGS/MCM

Distribución:

Depto. Administrativo,
CONASET
Oficina de Partes