



16de junio de 2023

CONVOCATORIA A LICITACIÓN INTERNACIONAL ITB No. UNFPA/PRY/ITB/2023/001

Para la creación de un

ACUERDO A LARGO PLAZO

Para la provisión de

Servicios de publicidad en radios, prensa escrita y redes sociales, y de elaboración de materiales audiovisuales”

CARTA DE PRESENTACIÓN

Estimado señor/señora:

1. El Fondo de Población de las Naciones Unidas (UNFPA), organismo internacional de desarrollo, invita a presentar ofertas para la provisión de servicios de publicidad en radios, prensa escrita y redes sociales, y de servicios de elaboración de materiales audiovisuales, para su proyecto PRY08CEN “Apoyo a la implementación del Censo Nacional de Población y Viviendas 2022 en Paraguay”. La implementación del CNPV 2022 está a cargo del Instituto Nacional de Estadísticas (INE) y es financiada con recursos del Préstamo N° 5224/OC/PR del Banco Interamericano de Desarrollo (BID).
2. Las ofertas se presentarán en formato electrónico. La oferta técnica, con las especificaciones técnicas, y la oferta financiera, con la información sobre precios, se deben presentar al mismo tiempo a la dirección paraguay.office@unfpa.org.
3. El oferente deberá cotizar todos los servicios.
4. Para poder presentar una licitación, lea atentamente los siguientes documentos adjuntos:
 - Sección I: [Instrucciones para los oferentes](#)
 - Sección II: [Términos de Referencia](#)
 - Sección III: [Condiciones Generales de Contratación del UNFPA](#)
 - Sección IV: [Condiciones especiales de UNFPA para los contratos](#)
 - Sección V: [Formularios de ofertas](#)
 - Sección VI: [Formas contractuales](#)
5. La oferta deberá llegar a la bandeja de entrada de la dirección de correo electrónico paraguay.office@unfpa.org; antes del 07 de julio de 2023, a las 10:00 horas, hora de Asunción, Paraguay.¹

¹Referencia: www.timeanddate.com/worldclock

6. Las ofertas se abrirán el 07 de julio de 2023, a las 15:00 horas, hora de Asunción, Paraguay, en las oficinas del UNFPA en Avda. Aviadores del Chaco 2050, Edificio WTC, Torre I, Piso 3, Asunción. Los oferentes o sus representantes autorizados podrán asistir a la apertura de ofertas. Les agradeceremos que antes del día 04 de julio de 2023, confirmen por correo electrónico si su empresa estará representada en la apertura.
7. En ningún caso se aceptarán las ofertas recibidas con posterioridad a la fecha y hora indicadas. Las ofertas presentadas con posterioridad al vencimiento del plazo no se registrarán y serán devueltas o se destruirán. Las ofertas que se hayan enviado a una dirección de correo electrónico que no sea paraguay.office@unfpa.org serán rechazadas.
8. Se anima a que los oferentes acusen recibo de la presente convocatoria a licitación internacional según el Formulario de Confirmación de Ofertas incluido en la Sección V.1 del presente documento. El formulario completo debe enviarse a UNFPA Paraguay, al correo electrónico paraguay.office@unfpa.org al menos una semana antes del plazo de sumisión de la oferta, indicando si se presentará o no la oferta. El formulario debe indicar nombre de la compañía, número de teléfono, dirección de correo electrónico y nombre de la persona de contacto. Si deciden no presentar ninguna oferta, les agradeceremos que nos indiquen sus motivos, para que UNFPA pueda ser más eficiente en futuras convocatorias.
9. Todas las consultas sobre los documentos de la licitación deben enviarse por escrito a UNFPA Paraguay, al correo electrónico paraguay.office@unfpa.org, antes del 30 de junio de 2023, a las 12:00 horas, hora de Asunción, Paraguay, indicando el nombre de la compañía, y que se trata de una consulta en relación con el proceso UNFPA/PRY/ITB/2023/001.
10. La presente carta no debe interpretarse de ninguna forma como una oferta de contratación de su empresa.
11. UNFPA recomienda a todos los oferentes que se inscriban en el Portal Mundial para los Proveedores de las Naciones Unidas (United Nations Global Marketplace, UNGM) (<http://www.ungm.org>). El UNGM es el portal de adquisiciones del sistema de las Naciones Unidas. Al hacerlo, pasarán a formar parte de la base de datos que utilizan los compradores de las Naciones Unidas cuando buscan proveedores. Asimismo, los proveedores pueden acceder en línea a todas las licitaciones de Naciones Unidas y, si se suscriben al Servicio de Licitaciones, pueden recibir automáticamente un aviso por correo electrónico de todas las oportunidades comerciales que correspondan a los bienes y servicios para los que se han registrado. En la Guía Interactiva para Proveedores del UNGM publicada en el sitio http://www.ungm.org/Publications/UserManuals/Suppliers/UserManual_Supplier.pdf se incluyen instrucciones sobre cómo suscribirse al Servicio de Alertas de Licitaciones.

Muy atentamente,

UNFPA, Paraguay



FONDO DE POBLACIÓN DE LAS NACIONES UNIDAS

CONVOCATORIA A LICITACIÓN INTERNACIONAL

ITB N° UNFPA/PRY/ITB/2023/001

Para la creación de un

ACUERDO A LARGO PLAZO

Para la provisión de

Servicios de publicidad en radios, prensa escrita y redes sociales, y de elaboración de materiales audiovisuales”

16 de junio de 2023

Índice

SECCIÓN I: Instrucciones para los Oferentes	5
A. Introducción	5
1. Alcance	5
2. Oferentes elegibles	5
3. Fraude y corrupción	7
B. Documentos de la Licitación	7
4. Documento de Licitación de UNFPA	7
5. Aclaraciones sobre el Documento de Licitación	8
6. Modificaciones al Documento de Licitación de UNFPA	8
C. Preparación de las ofertas	8
7. Documentos que deben presentarse junto con la oferta	8
8. Moneda de las ofertas y precios	9
9. Validez de la oferta	9
D. Presentación y apertura de las ofertas	9
10. Ofertas parciales	9
11. Ofertas alternativas.....	9
12. Ofertas	9
13. Presentaciones electrónicas.....	10
14. Vencimiento del plazo para la presentación de ofertas / Ofertas presentadas fuera de plazo	10
15. Conservación de las ofertas	11
16. Apertura de las ofertas	11
E. Evaluación y comparación de las ofertas.....	11
17. Confidencialidad.....	11
18. Aclaración de las ofertas	12
19. Cumplimiento de los requisitos de las ofertas.....	12
20. Incumplimientos, errores y omisiones.....	12
21. Examen preliminar de las ofertas.....	13
22. Examen de los términos y condiciones y evaluación técnica.....	13
23. Conversión a una moneda única	13
24. Evaluación de las ofertas.....	13
25. Comparación de los precios de las ofertas.....	13
26. Calificación posterior de los oferentes.....	13
27. Derecho de UNFPA a aceptar cualquier oferta y a rechazar cualquiera o todas	14
28. Derecho de UNFPA a anular una licitación	15
F. Adjudicación de acuerdo a largo plazo	15
29. Criterios para la adjudicación.....	15
30. Firma del acuerdo a largo plazo	16
31. Publicación de la adjudicación del LTA	16
32. Impugnación a adjudicación	16
SECCIÓN II: Términos de Referencia.....	17
SECCIÓN III: Condiciones Generales de Contratación del UNFPA	34
SECCIÓN IV: Condiciones Especiales de UNFPA para Contratos	35
SECCIÓN V: Formularios de Ofertas.....	37
V.1 – Formulario de Confirmación de Ofertas.....	39
V.2 – Formulario de Presentación de Ofertas	40
V.3 – Formulario de Identificación de Oferentes.....	41
V.4 – Formulario General de Servicios/Productos.....	43
V.5 – Formulario de Precios	58
SECCIÓN VI: Formas Contractuales	74

SECCIÓN I: Instrucciones para los Oferentes

A. Introducción

1. Alcance

- 1.1 La Oficina del UNFPA en Paraguay desea establecer acuerdos a largo plazo (LTA, por sus siglas en inglés) no exclusivos con proveedores calificados para la provisión de servicios de publicidad en radios, prensa escrita y redes sociales, y de elaboración de materiales audiovisuales para el Proyecto PRY08CEN “Apoyo a la implementación del Censo Nacional de Población y Vivienda 2022 en Paraguay”.
- 1.2 Como resultado de este proceso de licitación competitivo, UNFPA planea firmar acuerdos a largo plazo (LTA) no exclusivos con proveedores múltiples durante el periodo de un año. Además del término inicial, los LTA tendrán la opción de una extensión de un año, sujeto al cumplimiento satisfactorio y la competitividad de precios.
- 1.3 En caso de que UNFPA firme un LTA, se debe aplicar lo siguiente:
 - 1.3.1 El oferente exitoso debe acordar los mismos términos y condiciones para cualquier otra organización en el Sistema de Naciones Unidas, en Paraguay que desee valerse de tales términos, luego de obtener el consentimiento escrito por parte de UNFPA, Paraguay.
 - 1.3.2 Se deberá usar el modelo de LTA especificado en la [Sección VI](#).
 - 1.3.3 UNFPA no se comprometerá a comprar una cantidad mínima de bienes/servicios, y las compras se realizarán solo cuando exista una necesidad real. UNFPA no será responsable de los costos en caso de que no se realice una compra bajo un LTA resultante. Todas las reducciones a los valores de mercado provistas por el proveedor se entregarán en su totalidad a UNFPA.
 - 1.3.4 Los oferentes exitosos tendrán el derecho de revisar sus precios cada 12 meses desde el inicio del LTA y deben informar a UNFPA por escrito 90 días antes del periodo de 12 meses del incremento o la reducción del precio propuesto. Los oferentes exitosos deben proveer una justificación adecuada para el incremento de precios. UNFPA tendrá el derecho de aceptar el incremento o la reducción del precio o cancelar el LTA y deberá notificar al oferente exitoso por escrito sobre su decisión

2. Oferentes elegibles

- 2.1. Este proceso licitatorio está abierto a todas las compañías legalmente constituidas que puedan proveer el servicio requerido y que tengan la capacidad legal para realizar y entregar en el país, o a través de un representante autorizado.
- 2.2. Los oferentes y todas las partes que constituyen el oferente pueden tener cualquier nacionalidad. Si el LTA está asociado a bienes, su origen puede ser de cualquier país. A los fines de esta cláusula, el término "origen" significa el país donde se produjeron, fabricaron o procesaron los bienes; o, a través de la fabricación, procesamiento o ensamble, otros resultados de artículos reconocidos comercialmente que difieren sustancialmente en las características básicas de sus componentes.

- 2.3. Los oferentes no deberán tener un conflicto de intereses para poder considerarse elegibles. Los oferentes que tengan un conflicto de intereses serán descalificados. Se puede considerar que los oferentes tienen un conflicto de intereses con una o más partes del proceso de solicitud de propuesta si:
- 2.3.1 Están o estuvieron asociados en el pasado con una compañía o alguna de sus sucursales que haya estado comprometida con UNFPA para proveer servicios de asesoría para la preparación del diseño, especificaciones y otros documentos que se utilizarán en la adquisición de bienes y/o servicios a comprarse mediante la propuesta.
 - 2.3.2 Presentar más de una oferta en este proceso de licitación, excepto propuestas alternativas aceptadas bajo las instrucciones de la cláusula de oferentes 19 no es permitido. Sin embargo, esto no limita la participación de subcontratistas en más de una propuesta.
 - 2.3.3 Todo oferente que no esté seguro de si la situación constituye un conflicto de intereses debe exponer dicha situación ante UNFPA y buscar su asistencia.
 - 2.3.4 Se debe exponer la siguiente información en la propuesta:
 - 2.3.4.1 Las entidades oferentes cuyos propietarios, copropietarios, oficiales, directores, accionistas controlantes o personal clave sean familiares directos del personal de UNFPA en funciones de adquisiciones y/o todo oficial gubernamental del país beneficiario y/o todo socio implementador (IP, por sus siglas en inglés) que recibe bienes y/o servicios bajo esta SDP.
 - 2.3.4.2 Toda situación que pudiera conducir potencialmente a un conflicto de intereses, colusión o prácticas injustas de competencia reales o percibidas.
 - 2.3.4.3 No exponer la información mencionada anteriormente podría traer como consecuencia el rechazo o la descalificación de la oferta o de la adjudicación resultante del proceso de solicitud de propuesta.
- 2.4. Los oferentes bajo declaración de inelegibilidad por UNFPA conforme a la cláusula 2 al momento de la adjudicación del contrato serán descalificados.
- 2.5. Los oferentes no podrán presentar una propuesta si al momento de la presentación:
- 2.5.1 Aparece en la Lista de No Elegibles, en el [Portal mundial para los proveedores de las Naciones Unidas \(UNGM, por sus siglas en inglés\)](#), la cual consolida la información divulgada por las Agencias, Fondos o Programas del Sistema de Naciones Unidas.
 - 2.5.2 Está incluido en la Lista Consolidada de Sanciones del Consejo de Seguridad de Naciones Unidas, incluida la Lista de la Resolución 1267/1989 del Consejo de Seguridad de Naciones Unidas
 - 2.5.3 Ha recibido una sanción o una suspensión provisional impuesta por el Oficial Jefe de Adquisiciones (CPO, por sus siglas en inglés) del UNFPA, de conformidad con la Política del UNFPA para la Revisión y Sanciones de/a los Proveedores.
- 2.6 Todos los oferentes deben leer el Código de Conducta para Proveedores de las Naciones Unidas que se encuentra al hacer clic en Código de conducta del proveedor de las Naciones Unidas y reconocer que proporciona los estándares mínimos que se esperan de los proveedores de las Naciones Unidas. El Código de Conducta para Proveedores de la ONU incluye principios sobre trabajo, derechos humanos, medio ambiente y conducta ética.

- 2.7 Además, los oferentes deben tener en cuenta que ciertas disposiciones del Código de Conducta serían vinculantes para el licitante en caso de que se le adjudique un contrato, de conformidad con los términos y condiciones de dicho contrato. El UNFPA se reserva el derecho de validar el cumplimiento del licitante con el Código de Conducta para Proveedores en cualquier momento durante la duración del contrato.
- 2.8 Además, todo oferente deberá informar al UNFPA en el caso de que haya sido suspendido, vetado, sancionado, o de otra manera puesto bajo medidas de restricción de cualquier otra entidad. Es responsabilidad del oferente asegurar que su personal, sus socios de negocios conjuntos, sus subcontratistas y sus proveedores de servicios y sus proveedores, y/o los empleados de éstos, reúnan los requisitos de elegibilidad establecidos por el UNFPA.
- 2.9 Además de lo anterior, se informará a los oferentes que (i) el proyecto es financiado por el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) y (ii) que el BID tiene un Procedimiento de Sanciones en relación con las denuncias de fraude y corrupción según se define en dicho procedimiento.
- 2.10 Por ende, toda compañía que haya tenido actividades fraudulentas, poco profesionales o éticas, como se define en la cláusula 4, será temporalmente suspendida o permanentemente excluida de las relaciones comerciales con UNFPA.

3. Fraude y corrupción

- 3.1. La política de UNFPA respecto a fraudes y corrupción está disponible (en inglés) en el sitio https://www.unfpa.org/sites/default/files/admin-resource/Eths_Fraud_policy.pdf se aplica en su totalidad a la presente Convocatoria de Licitación Internacional. La presentación de cualquier oferta implica que el oferente está informado de dicha política.

B. Documentos de la Licitación

4. Documento de Licitación de UNFPA

- 4.1. Se espera que los oferentes analicen todas las instrucciones, formularios, especificaciones, términos y condiciones del documento de licitación de UNFPA. El oferente debe asumir todos los riesgos de una inobservancia de dichos documentos, lo que podrá afectar a la evaluación de su oferta u ocasionar su rechazo.
- 4.2. Se advierte a los oferentes que deben leer atentamente las especificaciones (vea la Sección II, "Términos de Referencia"), pues pueden existir requerimientos especiales. Se debe entender que las especificaciones técnicas incluidas en el presente no definen ningún servicio o producto de un fabricante en particular. Se recomienda a los oferentes que informen a UNFPA en caso de desacuerdo.
- 4.3. Las especificaciones son los requisitos mínimos para la aceptación de los bienes y servicios relacionados. Los bienes y servicios que se ofrezcan deben cumplir o superar todos los requisitos del presente documento. En materia de resistencia, calidad y mano de obra, los productos deben ajustarse a los niveles aceptados en la industria correspondiente. No se aceptará que, para cumplir los requisitos, se realicen modificaciones o adiciones a productos estándares básicos de menor tamaño o capacidad.

5. Aclaraciones sobre el Documento de Licitación

- 5.1 Los potenciales oferentes que necesiten alguna aclaración sobre el documento de licitación podrán enviar una comunicación por escrito a UNFPA en el transcurso de una semana a partir de la fecha de publicación de la licitación. UNFPA responderá por escrito a todas las solicitudes de aclaraciones que reciba y hará llegar su respuesta (incluyendo una explicación de la consulta, sin identificar la fuente de la solicitud) a todos los potenciales oferentes que hayan recibido los documentos de la licitación. También se publicará una copia de la respuesta de UNFPA en el Portal Mundial para los Proveedores de las Naciones Unidas (<http://www.ungm.org>).

6. Modificaciones al Documento de Licitación de UNFPA

- 6.1. En cualquier momento previo al vencimiento del plazo para la presentación de propuestas, UNFPA podrá, por cualquier motivo y sea por iniciativa propia o en respuesta a una aclaración solicitada por un potencial oferente, modificar los documentos del documento de la licitación mediante una enmienda.
- 6.2. Se notificará por escrito a todos los potenciales oferentes que hayan recibido los documentos de la licitación cualquier modificación que se incorpore a estos. A fin de que los potenciales oferentes cuenten con un período razonable para tener en cuenta las modificaciones al preparar sus ofertas, UNFPA podrá, a su entera discreción, prorrogar el vencimiento del plazo para la presentación de ofertas.

C. Preparación de las ofertas

7. Documentos que deben presentarse junto con la oferta

- 7.1. Documentos que demuestren la elegibilidad del oferente. Para demostrar su elegibilidad, los oferentes deben:
- Completar la oferta según el Formulario de presentación de ofertas de la [Sección V.2.](#)
 - Completar el Formulario de identificación de los oferentes de la [Sección V.3.](#)
- 7.2. Documentos que demuestren las calificaciones del oferente. Para demostrar sus calificaciones, los oferentes deben presentar los siguientes documentos a satisfacción de UNFPA:
- Prueba de que el oferente está legalmente constituido en el país, con un mínimo de diez (10) años de antigüedad, lo que debe acreditar con: (i) copia de los estatutos sociales de la empresa y sus enmiendas o adendas; (ii) copia del Registro Único del Contribuyente (RUC); y (iii) Certificado de Cumplimiento Tributario al día;
 - Documentación para la calificación posterior descrita en el punto 26 de las Instrucciones para los Oferentes.

El oferente debe asumir todos los riesgos de una omisión en la presentación de toda la información requerida, pues en tal caso se podría determinar que la propuesta no cumple sustancialmente con las disposiciones del documento de licitación de UNFPA en todos los aspectos aplicables, lo que puede resultar en un rechazo de su propuesta.

- 7.3. Documentos que demuestren la elegibilidad de los bienes y servicios relacionados y el cumplimiento de los requisitos. Los oferentes deben presentar:
- a. Formulario general de servicios/productos debidamente completado y firmado ([Sección V.5](#)), que será tomado como prueba documentaria del compromiso del oferente de proveer los servicios/productos descritos con las especificaciones técnicas y normas establecidas en la [Sección II](#): “Términos de Referencia”.

8. Moneda de las ofertas y precios

- 8.1. Todos los precios deben cotizarse en una moneda que se pueda convertir a dólares estadounidenses (USD).
- 8.2. Todos los precios deben cotizarse sin IVA.

9. Validez de la oferta

- 9.1. El precio de las ofertas debe ser válido durante 90 días a partir de la fecha de cierre para la presentación de ofertas especificada por UNFPA. Las ofertas cuyo período de validez sea menor, serán rechazadas por UNFPA por no cumplir los requisitos necesarios.
- 9.2. En casos excepcionales, UNFPA podrá solicitar la autorización de los oferentes para ampliar el período de validez. Tanto la solicitud como las respuestas se harán por medio de un correo electrónico.

D. Presentación y apertura de las ofertas

10. Ofertas parciales

- 10.1. En esta licitación no se permiten ofertas parciales.

11. Ofertas alternativas

- 11.1. No se aceptarán ofertas alternativas. En caso de que un proveedor presente más de una oferta, se aplicarán las siguientes disposiciones:
 - a. Se rechazarán todas las ofertas identificadas como alternativas y solo se evaluará la oferta básica.
 - b. Si no se indica cuál es la oferta básica y cuáles las alternativas, se rechazarán todas las ofertas.

12. Ofertas

- 12.1. Las ofertas se transmitirán en un mismo correo electrónico a la dirección de correo electrónico segura que designe el UNFPA.
- 12.2. Las ofertas serán preparadas conforme a la [Sección II](#), “Términos de Referencia”, a la que se debe adjuntar la documentación solicitada en la [Cláusula 7](#) de las Instrucciones para los Oferentes, y conforme al Formulario de Precios contenido en la [Sección V.5](#).

- 12.3. Las ofertas deberán estar firmadas por el oferente o una o más personas debidamente autorizadas para comprometer al oferente al cumplimiento del contrato. Las ofertas no deben contener interlineados ni textos borrados o sobrescritos, excepto cuando sean necesarios para corregir errores del oferente. En tal caso, las correcciones deben estar rubricadas por las personas que firman la oferta.

13. Presentaciones electrónicas

- 13.1. Las ofertas se presentarán en formato electrónico, para lo cual se aplicarán los siguientes lineamientos.
- 13.2. Los oferentes deben incluir una referencia clara a la licitación en cuestión en el campo del asunto, según se indique, pues de lo contrario es posible que se rechace la oferta. En el campo del asunto se debe incluir claramente el siguiente texto: ITB N° UNFPA/PRY/ITB/2023/001...[nombre del oferente]...
- 13.3. La oferta debe enviarse a paraguay.office@unfpa.org. Las ofertas que se reciban en la casilla de correo paraguay.office@unfpa.org no se darán a conocer ni se abrirán antes de la fecha de apertura programada. El envío de las ofertas a cualquier otra dirección de correo electrónico constituye una violación de la confidencialidad y hará que se invalide la oferta.
- 13.4. Los envíos por correo electrónico no deben superar los 10 MB, incluido el mensaje de presentación. Se recomienda que todos los documentos de la licitación se consoliden en la menor cantidad de adjuntos posible, que deberán enviarse en formatos de archivo que se utilicen habitualmente. Si la oferta incluye archivos electrónicos de gran tamaño, recomendamos enviarlos por separado antes de que venza el plazo, indicando en la línea de asunto el orden de los mensajes (mensaje 1, mensaje 2, etc.) después del número de referencia de la licitación y el nombre del oferente.
- 13.5. Será responsabilidad del oferente asegurar que las ofertas que se envíen por correo electrónico se reciban dentro del plazo. Cuando se remitan las ofertas de manera electrónica, todos los oferentes recibirán un acuse de recibo automático en respuesta al primer correo electrónico enviado. En el cuerpo de este primer correo electrónico, se solicita a los oferentes listar el número de correos electrónicos que conforman su oferta. Si no se recibiera ningún acuse de recibo desde UNFPA, por favor informe a UNFPA al correo paraguay.office@unfpa.org. Los oferentes recibirán respuesta a las preguntas enviadas a paraguay.office@unfpa.org ya que es un correo electrónico seguro.
- 13.6. A efectos de evitar una congestión en Internet a último momento, recomendamos enviar las ofertas lo antes posible antes del vencimiento del plazo.

14. Vencimiento del plazo para la presentación de ofertas / Ofertas presentadas fuera de plazo

- 14.1. Las ofertas deben presentarse a través del correo paraguay.office@unfpa.org antes del día y la hora (inclusive) que se indica en la Carta de Presentación del Documento de Licitación. En caso de duda respecto a la zona horaria del lugar donde se debe presentar la oferta, se puede consultar el sitio www.timeanddate.com/worldclock o enviar una consulta al UNFPA a la dirección de correo electrónica paraguay.office@unfpa.org.

- 14.2. En situaciones especiales y excepcionales, UNFPA podrá extender el plazo para la presentación de ofertas, en cuyo caso dicho cambio se comunicará a todos los potenciales oferentes que hayan recibido los documentos de la licitación y se publicará en el UNGM antes del vencimiento del plazo original.
- 14.3. Toda oferta que reciba UNFPA luego del vencimiento del plazo para la presentación de ofertas será rechazada y devuelta sin abrirla al Oferente. UNFPA no será responsable jurídicamente por las ofertas que reciba fuera del plazo, debido a problemas del oferente en la transmisión de los envíos por correo electrónico.

15. Conservación de las ofertas

- 15.1. Las ofertas recibidas antes del vencimiento del plazo de presentación y la hora de apertura de las ofertas se conservarán en un archivo seguro hasta la fecha de apertura de ofertas indicada en el documento de licitación de UNFPA. UNFPA no será responsable por la apertura prematura de las ofertas enviadas a una dirección incorrecta y/o con un error en la identificación de la licitación.

16. Apertura de las ofertas

- 16.1. UNFPA realizará una apertura pública de las ofertas en el lugar, fecha y hora que se indican a continuación:

Dirección: Avda. Aviadores del Chaco 2050. Edificio WTC, Torre I, Piso 3, Asunción, Paraguay
Fecha: 07 de julio de 2023
Hora: 15:00 horas, hora de Asunción, Paraguay

- 16.2. Las ofertas que se reciban por medios electrónicos antes del vencimiento del plazo se guardarán en un archivo seguro que se abrirá en la fecha y hora indicadas en el documento de licitación. Si un mismo oferente envía varias ofertas, solo se abrirá la última que se haya recibido.
- 16.3. Las ofertas serán abiertas en público en la fecha y lugar indicados en la Convocatoria a Licitación, e inmediatamente se levantará el acta pertinente.
- 16.4. A la apertura solamente podrán asistir quienes hayan presentado ofertas o sus representantes.
- 16.5. El informe estará disponible para ser examinado por los oferentes durante un período de treinta días a partir de la fecha de apertura. No se podrá brindar a los oferentes ninguna información que no se haya incluido en el informe de apertura.
- 16.6. Ninguna oferta será rechazada durante la apertura de sobres, excepto en caso de ofertas presentadas fuera de plazo, que se devolverán a los oferentes sin abrir.

E. Evaluación y comparación de las ofertas

17. Confidencialidad

- 17.1. La información sobre el análisis, evaluación, comparación y calificación posterior de las ofertas, así como las recomendaciones de adjudicación de contratos, no se darán a conocer ni a los oferentes

ni a otras personas que no estén oficialmente relacionadas con el proceso, en tanto no se haya publicado la adjudicación del contrato.

- 17.2. Cualquier medida que tome el oferente a fin de incidir en el análisis, evaluación, comparación y calificación posterior de las ofertas por parte de UNFPA, así como en la adjudicación del contrato, podrá ser causa de rechazo de la oferta.

18. Aclaración de las ofertas

- 18.1. Para ayudar en el análisis, evaluación y comparación de las ofertas, UNFPA podrá pedir a los oferentes aclaraciones referentes a las ofertas. Las solicitudes de aclaraciones de UNFPA y las respuestas deben plantearse por medios electrónicos y no se solicitará, ofrecerá ni permitirá ninguna modificación de los precios o el contenido y la sustancia de las ofertas.

19. Cumplimiento de los requisitos de las ofertas

- 19.1. La determinación de UNFPA sobre el cumplimiento de los requisitos del documento de licitación por parte de las ofertas se basará en su contenido.
- 19.2. Para que se considere que una oferta cumple sustancialmente los requisitos del documento de licitación, debe cumplir todos los términos, condiciones y especificaciones de los documentos de la licitación sin presentar ninguna desviación, reserva ni omisión sustancial. A estos efectos se considera como desviación, reserva u omisión sustancial una situación que:
- a. modifique de manera sustancial el alcance, calidad o rendimiento de los bienes y servicios relacionados especificados en el contrato; o
 - b. límite de modo sustancial los derechos de UNFPA o las obligaciones del oferente conforme al contrato de una forma que resulte incongruente con los documentos de la licitación; o
 - c. sí al ser rectificadas, afectaría injustamente la posición competitiva de los demás oferentes que presentaron ofertas que cumplen sustancialmente los requisitos.

20. Incumplimientos, errores y omisiones

- 20.1. Cuando una oferta cumpla sustancialmente los requisitos de los documentos de la licitación:
- a. UNFPA podrá hacer una exención a incumplimientos u omisiones que no constituyan una desviación sustancial.
 - b. UNFPA podrá solicitar al oferente que, dentro de un plazo razonable, presente la información o documentación necesaria para rectificar los incumplimientos u omisiones respecto al documento de licitación que no sean significativos para la oferta. Tales omisiones no deben tener relación alguna con el precio propuesto. Un incumplimiento de la solicitud por parte del oferente podrá generar el rechazo de la oferta.
 - c. UNFPA corregirá los errores aritméticos en función de lo siguiente:
 - Si hay una discrepancia entre el precio unitario y el precio total que se obtiene multiplicando el precio unitario por la cantidad, prevalecerá el precio unitario y se corregirá el precio total, salvo que, según UNFPA, exista un error evidente en la colocación del punto decimal en el

precio unitario. En tal caso, será válida la cotización del precio total y se corregirá el precio unitario;

- Si hay una discrepancia entre letras y cifras, la cantidad en letras prevalecerá.
- sí hay un error en un total que corresponde a la suma o resta de subtotales, los subtotales prevalecerán y se corregirá el total.

21. Examen preliminar de las ofertas

21.1. UNFPA examinará las ofertas para determinar si están completas, si incluyen todos los documentos y la documentación técnica solicitada en la Cláusula 7 de las Instrucciones para los Oferentes, y si los documentos presentados están completos. UNFPA también examinará si se han cometido errores de cálculo, si los documentos están debidamente firmados y si, en general, las ofertas están en orden.

22. Examen de los términos y condiciones y evaluación técnica

22.1. UNFPA examinará las ofertas para confirmar que no contengan desviaciones, reservas ni omisiones sustanciales respecto de las condiciones y requisitos especificados en la [Sección II](#), “Términos de Referencia”; la [Sección III](#), “Condiciones Generales de Contratación del UNFPA”; y la [Sección IV](#), “Términos y Condiciones Especiales de UNFPA para los Contractos”.

22.2. Si tras el examen de los términos y condiciones y la evaluación técnica, UNFPA determina que la oferta no cumple sustancialmente los requisitos según se establece en la [Cláusula 21](#) de las Instrucciones para los Oferentes, la oferta será rechazada.

23. Conversión a una moneda única

23.1. A efectos de facilitar la evaluación y comparación de ofertas, UNFPA convertirá a dólares estadounidenses todos los importes de las ofertas expresados en las diferentes monedas en las cuales se pueden pagar los importes de las ofertas, según el tipo de cambio oficial de las Naciones Unidas vigente en el último día para la presentación de ofertas.

24. Evaluación de las ofertas

24.1. UNFPA evaluará todas las ofertas que, llegadas a esta fase de la evaluación, cumplan sustancialmente con los requisitos.

25. Comparación de los precios de las ofertas

25.1. UNFPA comparará todas las ofertas que cumplan sustancialmente con los requisitos del documento de licitación para determinar cuál es la oferta que propone el precio más bajo.

25.2. Lo que se comparará será el precio de los servicios entregados en el destino final.

26. Calificación posterior de los oferentes

- 26.1. UNFPA determinará a su satisfacción si el oferente que cotizó el precio más bajo y que cumple sustancialmente los requisitos de la licitación está calificado para cumplir el contrato en forma satisfactoria.
- 26.2. Dicha determinación se basará en un análisis de las pruebas documentales de las calificaciones del oferente que se presentaron en la oferta.
- 26.3. El UNFPA tomará en cuenta los elementos siguientes para la evaluación de las ofertas:
- a. Estado legal: El oferente debe presentar prueba documentaria de que está legalmente constituido en el país, con un mínimo de diez (10) años de antigüedad, lo que debe acreditar con: (i) copia de los estatutos sociales de la empresa y sus enmiendas o adendas; (ii) copia del Registro único del Contribuyente (RUC); y (iii) Certificado de Cumplimiento Tributario al día.
 - b. Solidez financiera: El oferente debe demostrar que tiene la capacidad financiera suficiente, para lo que debe: (i) presentar copia de los balances y los estados financieros auditados correspondientes a los últimos tres (3) ejercicios; (ii) mostrar un coeficiente de liquidez (activo corriente/pasivo corriente) promedio en los últimos tres (3) años igual o mayor a 1.0; y (iii) proveyendo información sobre contactos de entidades bancarias y personas de contacto a quienes UNFPA pueda solicitar referencias.
 - c. Experiencia y capacidad: El proveedor debe tener experiencia en la prestación de servicios similares a los solicitados en esta licitación, acreditando: (i) haber suscrito y cumplido satisfactoriamente a lo menos tres (3) contratos para la prestación de servicios similares a aquellos para los cuales se presenta oferta; y (ii) haber tenido una facturación anual de Gs. 500.000.000, en promedio, durante los últimos tres (3) años (2020, 2021 y 2022) en contratos similares a los de esta licitación. No serán considerados los contratos/facturas que no cuenten con constancia de cumplimiento satisfactorio.
- 26.3 El oferente deberá informar sobre casos anteriores que resultaron en acciones desfavorables contra el oferente y los fabricantes de los productos ofrecidos, durante los últimos cinco años. Dichas acciones desfavorables podrán ser tratadas como antecedentes de cumplimiento insatisfactorio cuando se analice la adjudicación de un contrato. De no existir casos en el pasado que hayan generado acciones desfavorables, el oferente deberá indicarlo claramente en su oferta.
- 26.4. Sin perjuicio de todo lo anterior, a la hora de analizar la decisión sobre la adjudicación, UNFPA se reserva el derecho a evaluar la capacidad y competencia del oferente para cumplir satisfactoriamente el contrato.
- 26.5. Aun cuando los oferentes cumplan los criterios de calificación mencionados anteriormente, pueden ser descalificados si han declarado información falsa o equívoca en los formularios, declaraciones y adjuntos presentados como prueba del cumplimiento de los requisitos de calificación, y/o si registran resultados pobres como, por ejemplo, no cumplir apropiadamente los contratos, demoras excesivas en el cumplimiento, litigios, dificultades financieras, etc.

27. Derecho de UNFPA a aceptar cualquier oferta y a rechazar cualquiera o todas

- 27.1. Una oferta rechazada por el UNFPA no podrá cumplir con los requisitos, a pesar de que los elementos de no-conformidad de la oferta sean corregidos por el oferente. Una oferta que cumple los requisitos exigidos se define como una oferta que se ajusta a todos los términos y condiciones

del documento de licitación de UNFPA, sin ninguna desviación significativa. UNFPA determinará el cumplimiento de cada oferta cotejando los documentos de la licitación.

27.2. UNFPA se reserva el derecho a rechazar cualquier oferta, si el oferente no ha cumplido anteriormente con sus obligaciones o no ha completado su trabajo a tiempo, conforme a un contrato, o si, según UNFPA, el oferente no está en condiciones de cumplir el contrato.

27.3. Los oferentes renuncian a sus derechos de apelar contra la decisión que tome UNFPA.

28. Derecho de UNFPA a anular una licitación

28.1. UNFPA se reserva el derecho a anular una licitación y rechazar todas las ofertas en cualquier momento anterior a la adjudicación de una orden de compra, sin por ello incurrir en ninguna responsabilidad para con los oferentes afectados, ni tener obligación alguna de proveer información sobre los fundamentos de su decisión.

F. Adjudicación de acuerdo a largo plazo

29. Criterios para la adjudicación

29.1. Esta convocatoria está sujeta a que el UNFPA disponga de los fondos del financiamiento que se requieren. En caso de que se vaya a adjudicar un acuerdo de largo plazo (LTA), UNFPA adjudicará el acuerdo de largo plazo (LTA) al o a los oferentes que hayan presentado ofertas que cumplan sustancialmente los requisitos de los documentos de la licitación y hayan cotizado los precios más bajos.

29.2. UNFPA se reserva el derecho de suscribir múltiples acuerdos para adquirir cualquiera de los productos en caso de que, a criterio de UNFPA, el oferente que ofrece el precio más bajo no pueda cumplir plenamente los requisitos de entrega, o considere que tal decisión será beneficiosa para UNFPA. Cualquier acuerdo que se establezca en estas condiciones será hecho en función de la cotización más baja, la segunda cotización más baja, la tercera cotización más baja y así sucesivamente, siempre que se cumpla sustancialmente con los requisitos de esta licitación.

29.3. Previamente a la adjudicación del contrato u orden de compra (según corresponda), se solicitará a los adjudicatarios que entreguen muestras de los productos solicitados al usuario final en Paraguay. La presentación de las muestras debe hacerse como se indica en el apartado 5.1 de la Sección II Términos de Referencia. El costo del envío de las muestras correrá a cargo del oferente.

29.4. Si así se requiere, el oferente deberá permitir a los representantes de UNFPA a acceder a sus instalaciones en un horario razonable para inspeccionar los locales que se utilizarán para la producción, prueba y embalaje de los productos. El oferente debe también proporcionar la asistencia que sea razonable a los representantes de UNFPA para que realicen dicha inspección, incluyendo copias de los resultados de las pruebas o informes de control de calidad, según sea necesario. UNFPA podrá inspeccionar la planta de fabricación del oferente que cumpla los requisitos del documento de licitación y cotice el precio más bajo a efectos de evaluar su capacidad para cumplir satisfactoriamente el contrato conforme a los términos y condiciones especificados en la Convocatoria de Licitación.

30. Firma del acuerdo a largo plazo

- 30.1. Antes del vencimiento del período de validez de la oferta, UNFPA enviará a los oferentes exitosos un LTA válido durante un (1) año, lo que constituirá una notificación de la adjudicación. El oferente seleccionado firmará y fechará el LTA y lo enviará nuevamente a UNFPA, en el transcurso de 10 días a partir de que haya recibido el LTA. Para facilitar el proceso de firma del LTA, se espera que los oferentes revisen el modelo de LTA que se encuentra en las Sección VI, con anterioridad a la presentación de la oferta
- 30.2. El LTA se establecerá entre el oferente exitoso y UNFPA para permitir que UNFPA contrate la provisión de los bienes/servicios especificados. El acuerdo resultante representa una oferta de parte del oferente exitoso para proveer a UNFPA con bienes/servicios, al precio acordado y bajo las condiciones de contrato detalladas durante la duración del acuerdo. Estos acuerdos no se considerarán como contratos, y UNFPA no está obligado a un compromiso financiero. Solo las órdenes de compra realizadas en conformidad a dichos acuerdos constituirán un compromiso de parte de UNFPA. Luego de recibir las órdenes de compra emitidas en conformidad al LTA firmado, el oferente exitoso deberá prestar los servicios/entregar los bienes según el programa de entregas definido en las órdenes de compra.
- 30.3. UNFPA se reserva el derecho de discontinuar los acuerdos si el desempeño del proveedor no es satisfactorio para UNFPA.
- 30.4. Las empresas que han suscrito LTA deben mantener los precios fijados y no deben estar sujetos a modificaciones a lo largo de la validez de los acuerdos. Dichas empresas deben ser responsables de aplicar toda oferta especial o descuento (si se aplica) que pueda ser efectivo en el momento de cumplir la orden de cualquier orden de compra emitida bajo los acuerdos. Esos descuentos se verán reflejados en las facturas correspondientes del proveedor.

31. Publicación de la adjudicación del LTA

- 31.1. UNFPA publicará la adjudicación del LTA en el portal UNGM (<http://www.ungm.org>), donde incluirá el nombre de la compañía adjudicataria, la descripción de los servicios/bienes y la fecha del LTA.

32. Impugnación a adjudicación

- 34.1. Los proveedores que perciban que han sido injustamente tratados en relación con la presente licitación o la adjudicación de un LTA, contrato u orden de compra podrán presentar una queja directamente al Jefe de Oficina de UNFPA a través del siguiente correo electrónico: galianomares@unfpa.org. Luego, el Jefe de Oficina de UNFPA hará una evaluación de la queja y enviará una respuesta al proveedor en el transcurso de una semana. Si el proveedor no queda satisfecho con la respuesta del Jefe de Oficina del UNFPA, podrá enviar la queja al Jefe de la Subdivisión de Servicios de Adquisición a través del correo procurement@unfpa.org, quien responderá al proveedor en el transcurso de una semana y le aconsejará qué pasos deberá seguir, si fuera necesario.

SECCIÓN II: Términos de Referencia

1. ANTECEDENTES

El 9 de marzo de 2022, el Instituto Nacional de Estadísticas (INE) y el Fondo de Población de las Naciones Unidas (UNFPA) suscribieron un Acuerdo para la asistencia del UNFPA al INE en la implementación del Censo Nacional de Población y Viviendas 2022 (CNPV 2022), a ser financiada con recursos del Contrato de Préstamo N° 5224/OC-PR suscrito por el Gobierno de la República de Paraguay y el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) para el financiamiento del “Programa de Fortalecimiento del Sistema Estadístico Nacional de Paraguay”, en el marco del cual se está implementando el CNPV 2022.

Con la asistencia del UNFPA, el 9 de noviembre de 2022, el INE realizó el ejercicio censal en todo el país y actualmente, en la etapa post-censal, está procesando los datos con miras a conocer los resultados del Censo. Para la realización del Censo, entre las múltiples tareas de asistencia que el UNFPA aportó servicios comunicacionales contratados específicamente para apoyar la difusión y comunicaciones en la etapa censal; y, en esta oportunidad, a solicitud del INE, el UNFPA aportará nuevamente servicios comunicacionales contratados específicamente para apoyar la difusión y comunicaciones del Censo en la etapa post-censal.

En este contexto, el UNFPA está realizando el presente proceso de Convocatoria a Licitación Internacional (ITB, por sus siglas en inglés), N° UNFPA/PRY/ITB/2023/001, para la provisión de “Servicios de publicidad en radios, prensa escrita y redes sociales, y de elaboración de audiovisuales”, con el propósito de seleccionar y contratar al proveedor o proveedores de dichos servicios.

2. OBJETIVO

El objetivo de los servicios de publicidad en radios, prensa escrita y redes sociales, y de elaboración de audiovisuales que se busca contratar, es la provisión de los servicios que se describen con detalle más abajo, y que serán utilizados por el INE en el marco de la estrategia para la difusión y comunicación del Censo en general, y de los resultados censales, en particular.

3. ACTIVIDADES A SER DESARROLLADAS

- Planificar en conjunto con el INE la campaña de difusión de información sobre el Censo Nacional de Población y Viviendas 2022 durante la etapa post-censal.
- Creatividad, storyboard de campaña para el material audiovisual a ser difundido, siguiendo los lineamientos establecidos por el INE, en función de la campaña “madre” de difusión aprobada y en ejecución.
- Producir y entregar el material audiovisual requerido, de acuerdo con los temas y diseños aprobados por el INE, en las fechas acordadas.
- Proponer y gestionar servicios adicionales en las radios, prensa escrita y redes sociales contratadas que potencien el impacto comunicacional de la campaña de difusión del CNPV 2022, como, entrevistas, cobertura de prensa, PNT (publicidad no-tradicional) y otros, sin costo para el Proyecto.
- Contratar espacios en las radios, prensa escrita y redes sociales, buscando el mejor aprovechamiento de dichos espacios.
- Asegurar la difusión del material audiovisual provisto por el INE o elaborado por la agencia, en los espacios de radios, prensa escrita y redes sociales contratados

- Contratar y supervisar los servicios de monitoreo del cumplimiento de las emisiones acordadas en todos los radios, prensa escrita y redes sociales contratadas (auditoría de pautas), asegurando que los servicios sean prestados satisfactoria y oportunamente.
- Presentar un informe sobre las emisiones realizadas en los medios contratados, comparando lo planificado con lo emitido según el control de auditoría de pautas.
- Presentar un informe sobre los resultados alcanzados con la inversión publicitaria, en términos del impacto en la sociedad.
- Presentar constancia de emisión de pautas, emitido por cada medio contratado (IBOPE, Metromedia, etc.).

4. DESCRIPCIÓN DE LOS SERVICIOS Y ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

4.1 LOTE 1: SERVICIOS DE PUBLICIDAD EN RADIOS

<i>Item</i>	<i>Descripción del Servicio</i>	<i>Unidad de Medida</i>
1.1	1 de Marzo-AM (Capital)	
1.1.1	Horario rotativo 5hs a 20hs - Lunes a Domingo (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad
1.1.2	Horario elegido de 5hs a 13hs - Lunes a Domingo (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad
1.2	970-AM (Capital)	
1.2.1	Horario rotativo 5hs a 20hs - Lunes a Domingo (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad
1.2.2	Horario elegido de 5hs a 13hs - Lunes a Domingo (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad
1.2.3	Horario elegido de 14hs a 22hs - Lunes a Domingo (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad
1.3	Cardinal-AM (Capital)	
1.3.1	Horario rotativo 5hs a 20hs - Lunes a Domingo (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad
1.3.2	Horario elegido de 5hs a 13hs - Lunes a Domingo (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad
1.3.3	Horario elegido de 14hs a 22hs - Lunes a Domingo (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad
1.4	Mil-AM (Capital)	
1.4.1	Horario rotativo 5hs a 20hs - Lunes a Domingo (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad
1.4.2	Horario elegido de 5hs a 13hs - Lunes a Domingo (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad
1.4.3	Horario elegido de 14hs a 22hs - Lunes a Domingo (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad
1.5	Monumental-AM (Capital)	
1.5.1	Horario rotativo 5hs a 20hs - Lunes a Domingo (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad
1.5.2	Horario elegido de 5hs a 13hs - Lunes a Domingo (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad
1.5.3	Horario elegido de 14hs a 22hs - Lunes a Domingo (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad
1.6	Nacional-AM (Capital)	
1.6.1	Horario rotativo 5hs a 20hs - Lunes a Domingo (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad
1.6.2	Horario elegido de 5hs a 13hs - Lunes a Domingo (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad
1.6.3	Horario elegido de 14hs a 22hs - Lunes a Domingo (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad
1.7	Ñandutí-AM (Capital)	
1.7.1	Horario rotativo 5hs a 20hs - Lunes a Domingo (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad
1.7.2	Horario elegido de 5hs a 13hs - Lunes a Domingo (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad
1.7.3	Horario elegido de 14hs a 22hs - Lunes a Domingo (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad
1.8	Unión-AM (Capital)	
1.8.1	Horario rotativo 5hs a 20hs - Lunes a Domingo (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad

1.8.2	Horario elegido de 5hs a 13hs - Lunes a Domingo (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad
1.8.3	Horario elegido de 14hs a 22hs - Lunes a Domingo (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad
1.9	Cáritas-AM (Capital)	
1.9.1	Horario rotativo 5hs a 20hs - Lunes a Domingo (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad
1.9.2	Horario elegido de 5hs a 13hs - Lunes a Domingo (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad
1.9.3	Horario elegido de 14hs a 22hs - Lunes a Domingo (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad
1.10	Uno-AM (Capital)	
1.10.1	Horario rotativo 5hs a 20hs - Lunes a Domingo (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad
1.10.2	Horario elegido de 5hs a 13hs - Lunes a Domingo (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad
1.10.3	Horario elegido de 14hs a 22hs - Lunes a Domingo (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad
1.11	Canal 100-FM (Capital)	
1.11.1	Horario rotativo 6hs a 21hs - Lunes a Domingo (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad
1.11.2	Horario elegido de 6hs a 13hs - Lunes a Domingo (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad
1.11.3	Horario elegido de 14hs a 22hs - Lunes a Domingo (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad
1.12	Conquistador-FM (Capital)	
1.12.1	Horario rotativo 6hs a 21hs - Lunes a Domingo (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad
1.20.2	Horario elegido de 6hs a 13hs - Lunes a Domingo (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad
1.20.3	Horario elegido de 14hs a 22hs - Lunes a Domingo (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad
1.13	Urbana-FM (Capital)	
1.13.1	Horario rotativo 6hs a 21hs - Lunes a Domingo (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad
1.13.2	Horario elegido de 6hs a 13hs - Lunes a Domingo (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad
1.13.3	Horario elegido de 14hs a 22hs - Lunes a Domingo (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad
1.14	Venus-FM (Capital)	
1.14.1	Horario rotativo 6hs a 21hs - Lunes a Domingo (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad
1.14.2	Horario elegido de 6hs a 13hs - Lunes a Domingo (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad
1.14.3	Horario elegido de 14hs a 22hs - Lunes a Domingo (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad
1.15	Palma-FM (Capital)	
1.15.1	Horario rotativo 6hs a 21hs - Lunes a Domingo (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad
1.15.2	Horario elegido de 6hs a 13hs - Lunes a Domingo (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad
1.15.3	Horario elegido de 14hs a 22hs - Lunes a Domingo (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad
1.16	Paraguay - FM (Capital)	
1.16.1	Horario rotativo 6hs a 21hs - Lunes a Domingo (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad
1.16.2	Horario elegido de 6hs a 13hs - Lunes a Domingo (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad
1.16.3	Horario elegido de 14hs a 22hs - Lunes a Domingo (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad
1,17	Hei-FM (Capital)	
1,17.1	Horario rotativo 6hs a 21hs - Lunes a Domingo (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad
1,17.2	Horario elegido de 6hs a 13hs - Lunes a Domingo (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad
1,17.3	Horario elegido de 14hs a 22hs - Lunes a Domingo (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad
1.18	98,5-FM	
1.18.1	Horario rotativo 6hs a 21hs - Lunes a Domingo (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad
1.18.2	Horario elegido de 6hs a 13hs - Lunes a Domingo (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad
1.18.3	Horario elegido de 14hs a 22hs - Lunes a Domingo (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad
1.19	RADIOS DEL INTERIOR (Horarios de emisión 4 a 15 horas)	
1.19.1	Concepcion - AM (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad

1.19.2	Encarnacion - AM (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad
1.19.3	Ñasaindy - AM (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad
1.19.4	RCO - AM (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad
1.19.5	Regional - AM (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad
1.19.6	San Roque - AM (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad
1.19.7	Guyra Campana - AM (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad
1.19.8	La Voz de la Cordillera - AM (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad
1.19.9	Mangore - AM (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad
1.19.10	Pai Puku - AM (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad
1.19.11	Mburucuya -AM (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad
1.19.12	Parque - AM (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad
1.19.13	Panambi Vera - AM (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad
1.19.14	Amambay - FM (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad
1.19.15	Am?rica - FM (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad
1.19.16	Capital - FM (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad
1.19.17	Carapeguá - FM (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad
1.19.18	Ciudad - FM (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad
1.19.19	Colmenar - FM (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad
1.19.20	Continental - FM (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad
1.19.21	Encarnacion - FM (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad
1.19.22	Piribebuy - FM (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad
1.19.23	San Juan - FM (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad
1.19.24	Triunfo - FM (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad
1.19.25	Activa - FM (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad
1.19.26	Alternativa - FM (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad
1.19.27	Am?rica - FM (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad
1.19.28	Aquidaban - FM (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad
1.19.29	Arapy - FM (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad
1.19.30	Atyra - FM (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad
1.19.31	Ayolas - FM (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad
1.19.32	Caazapá - FM (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad
1.19.33	CaazapaPoty - FM (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad
1.19.34	Cedroty - FM (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad
1.19.35	Centenario - FM (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad
1.19.36	Chore - FM (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad
1.19.37	Concierto - FM (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad
1.19.38	Corpus - FM (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad
1.19.39	Del Sol - FM (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad
1.19.40	Dinamica - FM (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad
1.19.41	Educación - FM (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad
1.19.42	El Trigal - FM (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad
1.19.43	Encuentro - FM (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad
1.19.44	Evolución - FM (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad
1.19.45	Excelsior - FM (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad

1.19.46	Favorita - FM (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad
1.19.47	FM del Este (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad
1.19.48	Frontera - FM (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad
1.19.49	Guaira - FM (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad
1.19.50	Horizonte - FM (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad
1.19.51	Integraci?n - FM (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad
1.19.52	ItaKaru - FM (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad
1.19.53	KoePyahu - FM (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad
1.19.54	KokuePoty - FM (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad
1.19.55	La Nueva - FM (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad
1.19.56	La Paz - FM (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad
1.19.57	Transcontinental - FM (Hernendarias) (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad
1.19.58	Libertad - FM (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad
1.19.59	Lucero del Alba - FM (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad
1.19.60	Magnificat - FM (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad
1.19.61	Manantial - FM (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad
1.19.62	Marandu - FM (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad
1.19.63	Mas - FM (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad
1.19.64	Medano - FM (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad
1.19.65	Misiones - FM (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad
1.19.66	Norte - FM (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad
1.19.67	Ñuai - FM (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad
1.19.68	Panamericana - FM (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad
1.19.69	Pop - FM (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad
1.19.70	Progreso - FM (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad
1.19.71	San Ignacio - FM (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad
1.19.72	San Isidro - FM (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad
1.19.73	San Luis - FM (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad
1.19.74	Sanguri - FM (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad
1.19.75	Santa Helena - FM (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad
1.19.76	Santa Rita - FM (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad
1.19.77	Serranía - FM (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad
1.19.78	Sin Fronteras - FM (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad
1.19.79	Studio - FM (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad
1.19.80	Tradición - FM (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad
1.19.81	Tricolor - FM (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad
1.19.82	Parque - FM (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad
1.19.83	Transamerica - FM (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad
1.19.84	Vision - FM (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad
1.19.85	Ybypyta - FM (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad
1.19.86	Yerutí - FM (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad
1.19.87	Yhaguy - FM (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad
1.19.88	Guaira - AM (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad
1.19.89	Amambay - AM (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad

Requerimientos específicos para el Lote 1:

- Estas especificaciones técnicas solo se refieren a **pautaje en radios**.
- Se deben cotizar los espacios de radio considerando los horarios de mayor rating, según los servicios de medición de audiencia (IBOPE, Metromedia, entre otros) para los diferentes medios.
- Los horarios insertados en las planillas son referenciales, el oferente exitoso tendrá que planificar la estrategia para optimizar las pautas y conseguir alto impacto.

4.2 LOTE 2: SERVICIOS DE PUBLICIDAD EN PRENSA ESCRITA

<i>Item</i>	<i>Descripción del Servicio</i>	<i>Unidad de Medida</i>
2.1	ABC COLOR - Lunes a sábado	
2.1.1	Página indeterminada B/N	Centímetros
2.1.2	Página Indeterminada Color	Centímetros
2.1.3	Página elegida 3 Color	Centímetros
2.1.4	Página elegida 5 Color	Centímetros
2.1.5	Página elegida 7 Color	Centímetros
2.1.6	Página elegida impar B/N	Centímetros
2.1.7	Página elegida impar Color	Centímetros
2.1.8	Solicitada B/N - Pag. Elegida impar	Centímetros
2.1.9	Solicitada Color - Pag. Elegida impar	Centímetros
2.1.10	Solicitada B/N - Pag. Indeterminada	Centímetros
2.1.11	Solicitada Color - Pag. Indeterminada	Centímetros
2.1.12	Inserto sin impresión	Centímetros
2.1.13	Inserto con impresión	Centímetros
2.2	ABC COLOR - Domingo	
2.2.1	Página Indeterminada B/N	Centímetros
2.2.2	Página Indeterminada Color	Centímetros
2.2.3	Página elegida 3 Color	Centímetros
2.2.4	Página elegida 5 Color	Centímetros
2.2.5	Página elegida 7 Color	Centímetros
2.2.6	Página elegida impar B/N	Centímetros
2.2.7	Página elegida impar Color	Centímetros
2.2.8	Solicitada B/N - Pag. Elegida impar	Centímetros
2.2.9	Solicitada Color - Pag. Elegida impar	Centímetros
2.2.10	Solicitada B/N - Pag. Indeterminada	Centímetros
2.2.11	Solicitada Color - Pag. Indeterminada	Centímetros
2.2.12	Inserto sin impresión. 30.000 ejemplares. Zona Asunción, Área Metropolitana, Ciudad del Este, Encarnación y Coronel Oviedo.	Centímetros
2.2.13	Inserto con impresión. 30.000 ejemplares. Zona Asunción, Área Metropolitana, Ciudad del Este, Encarnación y Coronel Oviedo. Papel ilustración, tamaño A3 (abierto), color, 4 y 8 páginas.	Centímetros
2.3	ULTIMA HORA - Lunes a sábado	
2.3.1	Página Indeterminada B/N	Centímetros
2.3.2	Página Indeterminada Color	Centímetros

2.3.3	Página elegida 3 Color	Centímetros
2.3.4	Página elegida 5 Color	Centímetros
2.3.5	Página elegida 7 Color	Centímetros
2.3.6	Página elegida impar B/N	Centímetros
2.3.7	Página elegida impar Color	Centímetros
2.3.8	Solicitada B/N - Pag. Elegida impar	Centímetros
2.3.9	Solicitada Color - Pag. Elegida impar	Centímetros
2.3.10	Solicitada B/N - Pag. Indeterminada	Centímetros
2.3.11	Solicitada Color - Pag. Indeterminada	Centímetros
2.3.12	Inserto sin impresión	Centímetros
2.3.13	Inserto con impresión	Centímetros
2.4	ULTIMA HORA - Domingo	
2.4.1	Página Indeterminada B/N	Centímetros
2.4.2	Página Indeterminada Color	Centímetros
2.4.3	Página elegida 3 Color	Centímetros
2.4.4	Página elegida 5 Color	Centímetros
2.4.5	Página elegida 7 Color	Centímetros
2.4.6	Página elegida impar B/N	Centímetros
2.4.7	Página elegida impar Color	Centímetros
2.4.8	Solicitada B/N - Pag. Elegida impar	Centímetros
2.4.9	Solicitada Color - Pag. Elegida impar	Centímetros
2.4.10	Solicitada B/N - Pag. Indeterminada	Centímetros
2.4.11	Solicitada Color - Pag. Indeterminada	Centímetros
2.4.12	Inserto sin impresión	Centímetros
2.4.13	Inserto con impresión	Centímetros
2.4.14	Página Indeterminada B/N	Centímetros
2.5	LA NACION - Lunes a sábado	
2.5.1	Página Indeterminada B/N	Centímetros
2.5.2	Página Indeterminada Color	Centímetros
2.5.3	Página elegida 3 Color	Centímetros
2.5.4	Página elegida 5 Color	Centímetros
2.5.5	Página elegida 7 Color	Centímetros
2.5.6	Página elegida impar B/N	Centímetros
2.5.7	Página elegida impar Color	Centímetros
2.5.8	Solicitada B/N - Pag. Elegida impar	Centímetros
2.5.9	Solicitada Color - Pag. Elegida impar	Centímetros
2.5.10	Solicitada B/N - Pag. Indeterminada	Centímetros
2.5.11	Solicitada Color - Pag. Indeterminada	Centímetros
2.6	LA NACION - Domingo	
2.6.1	Página Indeterminada B/N	Centímetros
2.6.2	Página Indeterminada Color	Centímetros
2.6.3	Página elegida 3 Color	Centímetros
2.6.4	Página elegida 5 Color	Centímetros
2.6.5	Página elegida 7 Color	Centímetros

2.6.6	Página elegida impar B/N	Centímetros
2.6.7	Página elegida impar Color	Centímetros
2.6.8	Solicitada B/N - Pag. Elegida impar	Centímetros
2.6.9	Solicitada Color - Pag. Elegida impar	Centímetros
2.6.10	Solicitada B/N - Pag. Indeterminada	Centímetros
2.6.11	Solicitada Color - Pag. Indeterminada	Centímetros
2.7	POPULAR - Lunes a sábado	
2.7.1	Página Indeterminada B/N	Centímetros
2.7.2	Página Indeterminada Color	Centímetros
2.7.3	Página elegida 3 Color	Centímetros
2.7.4	Página elegida 5 Color	Centímetros
2.7.5	Página elegida 7 Color	Centímetros
2.7.6	Página elegida impar B/N	Centímetros
2.7.7	Página elegida impar Color	Centímetros
2.7.8	Solicitada B/N - Pag. Elegida impar	Centímetros
2.7.9	Solicitada Color - Pag. Elegida impar	Centímetros
2.7.10	Solicitada B/N - Pag. Indeterminada	Centímetros
2.7.11	Solicitada Color - Pag. Indeterminada	Centímetros
2.7.12	Inserto sin impresión	Centímetros
2.7.13	Inserto con impresión	Centímetros
2.8	DIARIO POPULAR - Domingo	
2.8.1	Página Indeterminada B/N	Centímetros
2.8.2	Página Indeterminada Color	Centímetros
2.8.3	Página elegida 3 Color	Centímetros
2.8.4	Página elegida 5 Color	Centímetros
2.8.5	Página elegida 7 Color	Centímetros
2.8.6	Página elegida impar B/N	Centímetros
2.8.7	Página elegida impar Color	Centímetros
2.8.8	Solicitada B/N - Pag. Elegida impar	Centímetros
2.8.9	Solicitada Color - Pag. Elegida impar	Centímetros
2.8.10	Solicitada B/N - Pag. Indeterminada	Centímetros
2.8.11	Solicitada Color - Pag. Indeterminada	Centímetros
2.9	CRONICA - Lunes a sábado	
2.9.1	Página Indeterminada B/N	Centímetros
2.9.2	Página Indeterminada Color	Centímetros
2.9.3	Página elegida 3 Color	Centímetros
2.9.4	Página elegida 5 Color	Centímetros
2.9.5	Página elegida 7 Color	Centímetros
2.9.6	Página elegida impar B/N	Centímetros
2.9.7	Página elegida impar Color	Centímetros
2.9.8	Solicitada B/N - Pag. Elegida impar	Centímetros
2.9.9	Solicitada Color - Pag. Elegida impar	Centímetros
2.9.10	Solicitada B/N - Pag. Indeterminada	Centímetros
2.9.11	Solicitada Color - Pag. Indeterminada	Centímetros

2.9.12	Inserto sin impresión	Centímetros
2.9.13	Inserto con impresión	Centímetros
2.10	CRONICA - Domingo	
2.10.1	Página Indeterminada B/N	Centímetros
2.10.2	Página Indeterminada Color	Centímetros
2.10.3	Página elegida 3 Color	Centímetros
2.10.4	Página elegida 5 Color	Centímetros
2.10.5	Página elegida 7 Color	Centímetros
2.10.6	Página elegida impar B/N	Centímetros
2.10.7	Página elegida impar Color	Centímetros
2.10.8	Solicitada B/N - Pag. Elegida impar	Centímetros
2.10.9	Solicitada Color - Pag. Elegida impar	Centímetros
2.10.10	Solicitada B/N - Pag. Indeterminada	Centímetros
2.10.11	Solicitada Color - Pag. Indeterminada	Centímetros
2.11	5 DIAS - Lunes a viernes	
2.11.1	Página Indeterminada B/N	Centímetros
2.11.2	Página Indeterminada Color	Centímetros
2.11.3	Página elegida 3 Color	Centímetros
2.11.4	Página elegida 5 Color	Centímetros
2.11.5	Página elegida 7 Color	Centímetros
2.11.6	Página elegida impar B/N	Centímetros
2.11.7	Página elegida impar Color	Centímetros
2.11.8	Solicitada B/N - Pag. Elegida impar	Centímetros
2.11.9	Solicitada Color - Pag. Elegida impar	Centímetros
2.11.10	Solicitada B/N - Pag. Indeterminada	Centímetros
2.11.11	Solicitada Color - Pag. Indeterminada	Centímetros
2.12	EL INDEPENDIENTE - Lunes a viernes	
2.12.1	Página Indeterminada B/N	Centímetros
2.12.2	Página Indeterminada Color	Centímetros
2.12.3	Página elegida 3 Color	Centímetros
2.12.4	Página elegida 5 Color	Centímetros
2.12.5	Página elegida 7 Color	Centímetros
2.12.6	Página elegida impar B/N	Centímetros
2.12.7	Página elegida impar Color	Centímetros
2.12.8	Solicitada B/N - Pag. Elegida impar	Centímetros
2.12.9	Solicitada Color - Pag. Elegida impar	Centímetros
2.12.10	Solicitada B/N - Pag. Indeterminada	Centímetros
2.12.11	Solicitada Color - Pag. Indeterminada	Centímetros
2.13	EXTRA - Lunes a sábado	
2.13.1	Página Indeterminada B/N	Centímetros
2.13.2	Página Indeterminada Color	Centímetros
2.13.3	Página elegida 3 Color	Centímetros
2.13.4	Página elegida 5 Color	Centímetros
2.13.5	Página elegida 7 Color	Centímetros

2.13.6	Página elegida impar B/N	Centímetros
2.13.7	Página elegida impar Color	Centímetros
2.13.8	Solicitada B/N - Pag. Elegida impar	Centímetros
2.13.9	Solicitada Color - Pag. Elegida impar	Centímetros
2.13.10	Solicitada B/N - Pag. Indeterminada	Centímetros
2.13.11	Solicitada Color - Pag. Indeterminada	Centímetros
2.14	EXTRA - Domingo	
2.14.1	Página Indeterminada B/N	Centímetros
2.14.2	Página Indeterminada Color	Centímetros
2.14.3	Página elegida 3 Color	Centímetros
2.14.4	Página elegida 5 Color	Centímetros
2.14.5	Página elegida 7 Color	Centímetros
2.14.6	Página elegida impar B/N	Centímetros
2.14.7	Página elegida impar Color	Centímetros
2.14.8	Solicitada B/N - Pag. Elegida impar	Centímetros
2.14.9	Solicitada Color - Pag. Elegida impar	Centímetros
2.14.10	Solicitada B/N - Pag. Indeterminada	Centímetros
2.14.11	Solicitada Color - Pag. Indeterminada	Centímetros
2.15	REVISTA DOMINICAL ABC COLOR	
2.15.1	Aviso de pie de página medida 20x5	Unidad
2.15.2	Aviso de ¼ de página medida 10x13	Unidad
2.15.3	Aviso de ½ página horizontal	Unidad
2.15.4	Aviso de 1 página al corte 22x28	Unidad
2.15.5	Aviso en página 3 medida 22x28	Unidad
2.15.6	Aviso de doble página al corte medida 44x28	Unidad

Requerimientos específicos para el Lote 2:

- Estas especificaciones técnicas solo se refieren a pauta en prensa escrita.
- El oferente exitoso tendrá que planificar la estrategia para optimizar las pautas y conseguir alto impacto acorde a los días de mayor tirada de los diferentes medios de prensa escrita.

4.3 LOTE 3: SERVICIOS DE PUBLICIDAD EN REDES SOCIALES

Item	Descripción del Servicio	Unidad de Medida
3.1	Facebook + Instagram (Posteos promocionales por Brand Awareness o interacción, según se plantee el objetivo del material Video ADS) ? Paquete de alcance de 500.000	Unidad
3.2	Google (Red Display, Lightbox, YouTube, Adwords) ? Paquete de alcance de 300.000	Unidad
3.3	Sitios Web Paraguayos - Banners Se debería indicar al menos 8 opciones de sitio	Unidad
3.4	Facebook ADS -Banner Web dentro de las redes sociales oficiales, incluye Servicio de administración de comunidad para red social , generación de contenido, diseño de materiales, atención al cliente en horario de 07:00 a 17:00 hs de lunes a viernes incluido feriados, elaboración de informes mensuales	Global mensual
3.5	GOOGLE- Banner Web rotativos. Elaboración y el desarrollo de estrategias de marketing online y SMM. (SMM: Es la creación, el posicionamiento y la publicidad de la marca dentro de las Redes Sociales a través de un conjunto de herramientas y estrategias de Marketing on line	Global mensual

3.6	FACEBOOK -Banner Web dentro de las redes sociales oficiales, incluye Servicio de administración de comunidad para red social , generación de contenido, diseño de materiales, atención al cliente en horario de 07:00 a 17:00 hs de lunes a viernes incluido feriados, elaboración de informes mensuales	Global mensual
3.7	TWITTER -Banner Web dentro de las redes sociales oficiales, incluye Servicio de administración de comunidad para red social , generación de contenido, diseño de materiales, atención al cliente en horario de 07:00 a 17:00 hs de lunes a viernes incluido feriados, elaboración de informes mensuales	Global mensual
3.8	INSTAGRAM -Banner Web dentro de las redes sociales oficiales, incluye Servicio de administración de comunidad para red social , generación de contenido, diseño de materiales, atención al cliente en horario de 07:00 a 17:00 hs de lunes a viernes incluido feriados, elaboración de informes mensuales	Global mensual
3.9	Facebook ADS-Banner Web rotativos . Elaboración y el desarrollo de estrategias de marketing online y SMM. (SMM: Es la creación, el posicionamiento y la publicidad de la marca dentro de las Redes Sociales a través de un conjunto de herramientas y estrategias de Marketing on line	Unidad costo por click
3.10	Twitter -Banner Web rotativos . Elaboración y el desarrollo de estrategias de marketing online y SMM. (SMM: Es la creación, el posicionamiento y la publicidad de la marca dentro de las Redes Sociales a través de un conjunto de herramientas y estrategias de Marketing on line	Global mensual
3.11	Instagram -Banner Web rotativos . Elaboración y el desarrollo de estrategias de marketing online y SMM. (SMM: Es la creación, el posicionamiento y la publicidad de la marca dentro de las Redes Sociales a través de un conjunto de herramientas y estrategias de Marketing on line	Global mensual

Requerimientos específicos para el Lote 3:

- Estas especificaciones técnicas solo se refieren a pauta en redes sociales.
- En estos ítems no deben considerarse los costos de los materiales a ser difundidos, los mismos serán proveídos por el INE.
- Los horarios insertados en las planillas son referenciales, el oferente exitoso tendrá que planificar la estrategia para optimizar las pautas y conseguir alto impacto de acuerdo al análisis de los horarios de mayor tráfico en las diferentes redes sociales.

4.4 LOTE 4: SERVICIOS DE ELABORACIÓN DE AUDIOVISUALES

Item	Descripción del Servicio	Unidad de Medida
4.1	Elaboración del planning general y específico de la campaña institucional, ideas publicitarias, guiones, storyboard, insight estratégico.	Unidad
4.2	Video entrevistas Asunción/Central a dos cámaras. Incluye: Realización de redacción de gacetilla de prensa para edición, cronista para entrevistas, edición de video con enfoque periodístico, animaciones en 2D, post producción, musicalización y pack final. <i>Video de hasta 1 minuto de duración</i> . Obs: El Oferente deberá tener móvil para su traslado de equipos y personal.	Unidad
4.3	Video entrevistas Asunción/Central a dos cámaras. Incluye: Realización de redacción de gacetilla de prensa para edición, cronista para entrevistas, edición de video con enfoque periodístico, animaciones en 2D, post producción, musicalización y pack final. <i>Video de hasta 3 minutos de duración</i> Obs: El Oferente deberá tener móvil para su traslado de equipos y personal.	Unidad
4.4	Grabación de locución en estudio. Incluye cache del locutor/a (La cotización debe incluir hasta 3 correcciones de locución)	Unidad
4.5	Composición de efectos visuales en 2D	Unidad
4.6	Composición de efectos visuales en 3D	Unidad
4.7	Zócalos en 2D	Unidad
4.8	Zócalos en 3D	Unidad
4.9	Motion Graphics 2D	Unidad
4.10	Motion Graphics 3D	Unidad
4.11	Servicio de Live streaming, por las redes sociales oficiales en Asunción/Central .Obs: El Oferente deberá tener móvil para su traslado de equipos y personal.	Unidad

4.12	Servicio de Live streaming, por las redes sociales oficiales en el interior del país hasta 650km de Asunción. .Obs: El Oferente deberá tener móvil para su traslado de equipos y personal.	Unidad
4.13	Elaboración de spots de televisión de 30 segundos de duración que incluya producción integral, locación, actores, con cámaras de imagen de alta definición, grúa, traveling, drone 4K, 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.	Unidad
4.14	Elaboración de spots de televisión de 45 segundos de duración que incluya producción integral, grabación en estudio con chromakey, actores, con cámaras de imagen de alta definición, 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.	Unidad
4.15	Banner Gif animado	Unidad
4.16	Banner Flash	Unidad
4.17	Banner Jpg	Unidad
4.18	Creación de video bumper de 6 seg para youtube	Unidad
4.19	Creación de video bumper de 10 seg para youtube	Unidad
4.20	Servicio de adaptación de materiales audiovisuales en versión 16:9 para Instagram	Unidad
4.21	Servicio de adaptación de materiales audiovisuales en versión 9:16 para Facebook	Unidad
4.22	Servicio de reducción de materiales hasta 10 seg para redes sociales	Unidad
4.23	Servicio de reducción de materiales hasta 15 seg para redes sociales	Unidad
4.24	Servicio de reducción de materiales hasta 20 seg para redes sociales	Unidad
4.25	Servicio de reducción de materiales hasta 30 seg para redes sociales	Unidad

Requerimientos específicos para el Lote 4:

El oferente deberá cotizar la creatividad de campañas institucionales, planificación, diseño, grabación, producción, postproducción y edición de los materiales desarrollados, teniendo en cuenta el equipo técnico, materiales, herramientas de trabajo y traslados requeridos para el servicio que a continuación se describe.

El oferente deberá encargarse de la producción global de los videos, tales como planificación de ideas para las campañas audiovisuales, grabaciones en alta definición, guiones creativos, storyboard, insight estratégico, animaciones en 2D y 3D, servicios de streaming para eventos indicados por el INE, entre otros, de acuerdo al cronograma de entrega de trabajos definidos y acordados con la Dirección de Comunicaciones del Instituto Nacional de Estadística

Requisitos técnicos para la elaboración de materiales audiovisuales.

Estos requisitos son enunciativos y no limitantes, de otras actividades conducentes a los objetivos esperados, según las características específicas de cada servicio.

a) Pre-Producción

- Creatividad y desarrollo de campañas: el oferente deberá presentar una estrategia comunicacional y planificación de cronograma de grabaciones, ediciones, postproducciones, y publicación de materiales de acuerdo a las indicaciones del equipo de comunicación del INE.
- Plan de producción: El oferente deberá presentar un cronograma general y un plan de rodaje.

b) Post Producción

- Montaje y/o Edición: El oferente deberá realizar el montaje del material R3D en Adobe Premiere o similar, que soporte resolución 4K para poder obtener en 1K el ritmo necesario del montaje en función a cada video, el corte debe mostrar en la edición el conjunto de imágenes obtenidas en el rodaje siguiendo el guión creativo previamente trabajado con el equipo de comunicación del INE, storyboard e insight estratégico.
- Animación 2D y 3D: El oferente deberá mediante la animación 2D y en 3D lograr los efectos requeridos por el INE en función a tiempos y también subtítulos que se incluyen en el corte de los materiales audiovisuales, tras coordinación con el equipo de comunicación del INE.
- Masterización: El oferente deberá realizar los Renders necesarios que nos permitan contar con las adaptaciones y optimizaciones de calidad, tamaños y Codecs, para medios de difusión, como también otros soportes para redes sociales, canales de tv y otros.
- Duración de los spots: Los videos deberán durar entre 30 segundos y 3 minutos (formato documental) de acuerdo a las indicaciones del equipo de comunicación del INE.

c) **Informaciones generales**

- Los costos de derechos de autor, por uso de música y otros requeridos, deben estar cubiertos por el oferente.
- El oferente deberá gestionar todos los permisos de grabación como ser, uso de imagen de quienes participen en el video, locaciones, etc.
- El oferente debe encargarse del traslado de sus equipos, personal, actores y guionista hasta el lugar de prestación del servicio requerido.
- Los productos audiovisuales deben ser entregados: En formato FULL HD - 4K, 2 copias cada uno y en FORMATO MP4 y MOV - 2 copias cada uno
- Las imágenes resultantes de la producción pasan a ser propiedad del Instituto Nacional de Estadística

5. OTROS REQUISITOS

5.1. PRESENTACIÓN DE MUESTRAS

Previamente a la emisión de una orden de compra, se solicitará al adjudicatario que presenten al usuario final (INE), las muestras de los servicios/productos a ser contratados en cada lote, en los términos que se indica a continuación:

a) **Lote 1: Servicios de publicidad en radios**

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

- Plan de medios radiales
- Ocho (8) Radios AM
- Ocho (8) Radios FM
- Ocho (8) Radios AM/FM del interior

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.

Los criterios a 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.

Las muestras deberán ser presentadas en el término de 5 días calendario contados a partir de la fecha en que se soliciten. Esto será considerado requisito indispensable para la emisión de la orden de compra. Formato digital (DVD/pendrive).

b) Lote 2: Servicios de publicidad en prensa escrita

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

- Plan de pauta en medios escritos
- Al menos un (1) aviso de página entera a color en medios de prensa escrita
- Al menos un (1) aviso de 6x20 cm/col o similar a color en medios de prensa escrita

Los criterios a 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 medios seleccionados por el oferente deberán estar orientados al público.

Las muestras deberán ser presentadas en el término de 5 días calendario contados a partir de la fecha en que se soliciten. Esto será considerado requisito indispensable para la emisión de la orden de compra. Formato digital (DVD/pendrive).

c) Lote 3: Servicios de publicidad en redes sociales

Presentar un mínimo de 1 (una) muestra de Planes de Medios implementados, de por lo menos quince (15) días de duración, y que haya incluido como mínimo:

- Un (1) Plan de pauta en medios digitales (Facebook, Instagram, Google Ads entre otros)
- Un (1) Informe de pauta

Los criterios a ser utilizados para la verificación de las muestras son:

El Plan de Pauta deberá incluir como mínimo, los ítems definidos para cada muestra. Se verificará la coherencia entre los canales utilizados, con el objetivo de la campaña, y con el público objetivo definidos.

Las muestras deberán ser presentadas en el término de 5 días calendario contados a partir de la fecha en que se soliciten. Esto será considerado requisito indispensable para la emisión de la orden de compra. Formato digital (DVD/pendrive).

d) Lote 4: Servicios de elaboración de materiales audiovisuales

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

- Un (1) Boceto de Campaña para medios tradicionales y digitales, incluyendo el contexto, el objetivo, y el concepto de la campaña o público objetivo o el slogan o claim.
- Un (1) KV de campaña y aplicación de manual de marca
- Un (1) Guión para Spot de TV
- Un (1) guión para spot de Radio
- Un (1) boceto de aviso para medios escritos.
- Dos (2) recortes periodísticos de 2 (dos) avisos diferentes (cada uno de servicios diferentes) a color
- Un (1) spot de TV de 30 segundos
- Un (1) spot tipo bumper, para Youtube.
- Un (1) spot de Radio de 30 segundos
- Tres (3) spots de TV de 30 segundos en formato 9:16 reel
- Dos (2) adaptaciones de videos para pantallas en Vía pública
- Dos (2) animaciones en 2D

Los criterios ser utilizados para la verificación de las muestras del material audiovisual son:

- Cada boceto y guión deberá tener coherencia con el objetivo, público objetivo y el slogan de la campaña.
- El KV de la campaña desarrollada deberá contener aplicaciones del mismo en varios materiales de comunicación (banners, backpodium, merchandising, presencia institucional, etc)
- Los avisos para medios escritos deberán corresponder al boceto.
- Los spots de TV para redes sociales y radio deberán corresponder a los guiones presentados.
- El spot tipo bumper deberá tener relación con los demás materiales presentados, y tener una duración máxima de seis (6) segundos.
- Los Spots de TV para redes sociales y Radio deberán cumplir los requisitos técnicos detallados en el presente llamado y la duración mínima deberá ser de treinta (30) segundos
- El Audiovisual deberá cumplir con los requisitos técnicos detallados en el presente llamado y la duración mínima deberá ser de sesenta (60) segundos
- Los video entrevistas deberán estar correctamente identificados el evento y los entrevistados con duración mínima deberá ser de cuarenta y cinco (45) segundos
- Las animaciones deberán ser en 2D y la duración mínima de cinco (5) segundos

Las muestras deberán ser presentadas en el término de cinco (5) días calendario contados a partir de la fecha en que se soliciten. Esto será considerado requisito indispensable para la emisión de la orden de compra. Formato digital (DVD/pendrive).

5.2. PLAN DE ENTREGAS

a) Plazo de entrega de los productos

Los proveedores seleccionados deberán acordar la prestación de los servicios dentro del período de vigencia del Acuerdo de Largo Plazo que se suscriba, y a prestarlos efectivamente (hacer las entregas), incluyendo la presentación de los informes, de acuerdo con el cronograma de entrega que se acuerde con el INE en cada Orden de Compra.

b) Forma de entrega de los productos

Para cada uno de los lotes, la entrega de los servicios y de los reportes, según corresponda, debe hacerse como se indica a continuación:

Lotes	Servicios/Reportes	Tiempo de entrega
Lote 1: Servicios de publicidad en radios	<ul style="list-style-type: none"> • Emisión de pautas • Certificado de emisión de pautas, emitido por cada medio a ser contratado 	<ul style="list-style-type: none"> • Las pautas deberán ser emitidas a partir de las cuarenta y ocho (48) horas después de emitida la orden de servicio. • El reporte deberá ser presentado dentro de los tres (3) días hábiles siguientes a la finalización de la emisión de la pauta
Lote 2: Servicios de publicidad en prensa escrita	<ul style="list-style-type: none"> • Publicaciones • Reporte impreso (recorte de diario) y digital al término de la publicación 	<ul style="list-style-type: none"> • Las publicaciones deberán ser realizadas a partir de las veinticuatro (24) horas después de emitida la orden de servicio. • El reporte deberá ser presentado dentro de los dos (2) días hábiles siguientes a la finalización de la publicación
Lote 3: Servicios de publicidad en redes sociales	<ul style="list-style-type: none"> • Emisión de pautas • Reporte impreso con informe de pauta realizada 	<ul style="list-style-type: none"> • Las pautas deberán ser emitidas a partir de las cuarenta y ocho (48) horas después de emitida la orden de servicio. • El reporte deberá ser presentado dentro de los tres (3) días hábiles siguientes a la finalización de la emisión de la pauta
Lote 4: Servicios de elaboración de audiovisuales	<ul style="list-style-type: none"> • Materiales audiovisuales producidos • Reporte sobre los materiales audiovisuales desarrollados, en CD o DVD, correctamente rotulados 	<ul style="list-style-type: none"> • Los materiales audiovisuales deben ser producidos dentro de los ocho (8) días hábiles siguientes a la orden de servicio con la aprobación del material. • El reporte deberá ser presentado dentro de los tres (3) días hábiles siguientes a la finalización de la producción del material audiovisual aprobado.

c) Lugar de entrega

Los servicios se prestarán en los lugares que corresponda hacerlo de acuerdo con los requerimientos establecidos en el apartado 4 de esta Sección.

Por su parte, los productos que corresponda presentar físicamente deberán entregarse en la dirección del Edificio Central del INE, Naciones Unidas c/ Centeno, Fernando de la Mora Norte, Asunción, Paraguay.

SECCIÓN III: Condiciones Generales de Contratación del UNFPA

Las condiciones generales de contratación se pueden consultar en:
<http://www.unfpa.org/resources/unfpa-general-conditions-contract>

SECCIÓN IV: Condiciones Especiales de UNFPA para Contratos

PRECIOS UNITARIOS DEL LTA	Los precios unitarios que se convengan en el LTA son precios máximos que no pueden aumentarse dentro del período de vigencia del LTA.
GARANTÍA DE CUMPLIMIENTO (para las Órdenes de Compra)	<p>Una garantía de cumplimiento debe presentarse para cuando se emita una orden de compra.</p> <p>La garantía de cumplimiento en original debe presentarse dentro de los diez (10) días hábiles desde la fecha de emisión de la orden de compra. El valor de la garantía de cumplimiento debe ser del 5% del costo de los servicios estipulado en la orden de compra.</p> <p>La garantía de cumplimiento debe ser incondicional e irrevocable y en la forma de:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Póliza de seguro emitida por una compañía de seguros - Una garantía bancaria incondicional - Una letra de cambio a la vista - Un cheque de caja - Un cheque certificado <p>En caso de que se presente la garantía de cumplimiento en la forma de un cheque o letra de cambio a favor de UNFPA, dichos documentos deben estar acompañados de una declaración firmada por la institución emisora indicando en el membrete el periodo de validez y que confirma la irrevocabilidad del cheque o letra de cambio durante el periodo requerido. Los bancos que emitan la garantía de cumplimiento deben ser aceptables para el Contralor de UNFPA; deben ser bancos certificados por el Banco Central del país para operar como banco comercial.</p> <p>La garantía de cumplimiento debe denominarse en la moneda de pago de la orden de compra, según las partes del precio de la orden de compra; y debe tener un periodo de validez de 45 días después de la fecha de finalización indicada en la orden de compra. UNFPA se reserva el derecho de exigir una extensión de la garantía de cumplimiento, de ser necesario.</p> <p>La baja de la garantía de cumplimiento debe llevarse a cabo luego de la expiración de la garantía de cumplimiento o luego de la confirmación de recepción de los bienes/servicios de parte del proveedor. La garantía de cumplimiento debe devolverse al proveedor por UNFPA.</p>
DEFINICIÓN DE LOS BIENES Y SERVICIOS	<p>Los servicios a ser prestados son la contratación de espacios en radios, prensa escrita y redes sociales para la difusión de los diferentes aspectos del Censo Nacional de Población y Viviendas 2022 en su etapa post-censal, incluyendo la difusión del material audiovisual elaborado por el proveedor u otro material que le sea entregado por el INE (ver en la Sección II: Términos de Referencia la descripción de estos servicios junto con las especificaciones técnicas y otros requerimientos).</p> <p>Los servicios deben incluir: diseño, instalación, puesta en marcha, servicios de capacitación, asistencia técnica y garantía según se requiera en la orden de compra.</p> <p>Se considerará que los servicios a ser prestados incluyen todo lo que el proveedor requiera para prestarlos.</p>

RESPONSABILIDAD POR LAS ADQUISICIONES	<p>UNFPA actúa por encargo del Instituto Nacional de Estadística (INE), en el marco de: (i) el Acuerdo para la Entrega de Productos suscrito con el INE el 9 de marzo de 2022, con el objetivo de prestar asistencia técnica y operativa para la implementación del CNPV 2022; y (ii) el Acuerdo sobre Asistencia Técnica entre la República del Paraguay y el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), suscrito el 10 de octubre de 1977 y ratificado por el Congreso de la Nación Paraguaya el 7 de junio de 1978 mediante Ley Nº 686/1978, que se aplica mutatis mutandis al UNFPA.</p> <p>La asistencia del UNFPA al INE, se provee en el marco del Proyecto de Apoyo a la Implementación del CNPV 2022 (PRY08CEN), que es financiado con recursos del Préstamo 5224/OC-PR del Banco Interamericano de Desarrollo (BID).</p> <p>En este contexto, toda responsabilidad financiera como resultado del contrato u orden de compra a que de origen este proceso de ITB, yace con el INE.</p>
INDICADORES CLAVE DE DESEMPEÑO	<p>El desempeño del oferente exitoso debe monitorearse y evaluarse por UNFPA de forma semanal para permitir la evaluación de la efectividad, eficiencia y/o consistencia de los bienes/servicios provistos. Los resultados de la evaluación se comunicarán al proveedor para permitir mejoras. Se tomarán en cuenta los resultados de las evaluaciones de cumplimiento para nuevas contrataciones. La evaluación se basará, entre otros, en los siguientes indicadores clave de desempeño:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Entrega oportuna de los bienes y servicios basada en los requerimientos del INE. • Nivel de satisfacción de calidad, competencia técnica y gestión de inconvenientes pos-entrega. • Oportuna y efectiva comunicación y profesionalismo. • Adhesión al acuerdo de largo plazo, órdenes de compra y términos de referencia. <p>Los indicadores clave de desempeño pueden modificarse y/o agregarse durante la validez de este contrato.</p>
CONDICIONES DE PAGO	<p>La política de UNFPA es pagar por el cumplimiento de los servicios contractuales prestados y/o efectuar el pago sobre el logro de los objetivos específicos descritos en el contrato.</p>
DAÑOS Y PERJUICIOS	<p>En caso de que se suscriba un LTA y que el oferente no acepte una orden de compra para prestar los servicios según lo estipulado en el LTA, el UNFPA se reserva el derecho de tomar las medidas que corresponda.</p> <p>En caso de que se emita una orden de compra y que el oferente no cumpla con prestar los servicios según lo estipulado en el LTA, el UNFPA se reserva el derecho de reclamar por daños y perjuicios por parte del proveedor y deducir el 3 % del valor de los servicios de conformidad con la orden de compra por cada semana adicional de retraso, hasta un máximo de 10 % del valor de la orden de compra. El pago o deducción de dichos daños y perjuicios no debe relevar al proveedor de cualquiera de sus obligaciones o responsabilidades en conformidad al contrato u orden de compra actual.</p>

SECCIÓN V: Formularios de Ofertas

La siguiente lista de verificación se incluye como cortesía para los oferentes. Recomendamos utilizarla al preparar la oferta para asegurarse de incluir toda la información necesaria. La lista sirve como referencia interna para los oferentes y no es necesario que se adjunte a la oferta.

ACTIVIDAD	LUGAR	SÍ / NO / NO CORRESPONDE	OBSERVACIONES
¿Tomó nota de la fecha de vencimiento del plazo para la presentación de ofertas?	Carta de presentación, Numeral 5		
¿Ha leído y comprendido todas las Instrucciones para los oferentes de la Sección I de los documentos de la licitación?	Sección I		
¿Ha examinado y aceptado las Condiciones especiales de contratación del UNFPA?	Sección III		
¿Ha examinado y aceptado las Condiciones especiales del UNFPA para los contratos?	Sección IV		
¿Ha completado el Formulario de confirmación de ofertas?	Sección V.1		
¿Ha completado el Formulario de presentación de ofertas?	Sección V.2		
¿Ha completado el Formulario de identificación de los oferentes?	Sección V.3		
¿Ha completado el Formulario general de servicios/productos?	Sección V.4		
¿Ha completado y firmado el Formulario de precios?	Sección V.5		
¿Ha examinado todos los formularios para contratos pertinentes?	Sección VI		
¿Ha proporcionado prueba de que su firma es una empresa establecida, que se ha constituido legítimamente en su país?	Sección I, Numeral 7.2.a.		
¿Ha confirmado por escrito que su compañía no ha sido suspendida por el sistema de las Naciones Unidas ni excluida por el grupo del Banco Mundial?	Sección I, Numeral 2.4.		
¿Ha adjuntado pruebas documentales de que los productos cumplen las especificaciones técnicas y normas indicadas en la Sección II,	Sección I, Numeral 7.3.a.		

“Especificaciones técnicas y listado de requisitos”?			
¿Ha cerrado y marcado las ofertas conforme a las Instrucciones para los oferentes, cláusula 13 (ofertas electrónicas)?	Sección I, Numeral 13.		
Si su presentación es electrónica, ¿el archivo de la oferta es inferior a 10MB? (Si no lo es, consulte el Numeral 13.4 de las Instrucciones para los oferentes.)	Sección I, Numeral 13.4.		
¿Ha adjuntado copia del balance y estados contables auditados de los últimos tres (3) ejercicios de su empresa?	Sección I, Numeral 26.3.a.		

V.1 – Formulario de Confirmación de Ofertas

[Complete este formulario y envíelo antes de la apertura de las ofertas.]

Para: UNFPA/Paraguay
De: [Nombre de la compañía]
[Persona de contacto]
[Teléfono]
[Correo electrónico]
[Dirección]

Fecha: _____
E-mail: Paraguay.office@unfpa.org

Asunto: Convocatoria a Licitación Internacional N° UNFPA/PRY/ITB/2023/001

Sí, tenemos la intención de presentar una oferta.

NO, no podemos presentar una oferta en respuesta a la Convocatoria de Licitación de referencia por las siguientes razones:

- Nosotros no suministramos los productos y servicios solicitados.
- En este momento, no podemos presentar una oferta competitiva para los servicios solicitados.
- En este momento, no disponemos de los servicios solicitados.
- No podemos cumplir las especificaciones solicitadas.
- No podemos ofrecer el tipo de embalaje solicitado.
- Solo podemos ofrecer precios FCA.
- La información suministrada es insuficiente para presentar una cotización.
- La Convocatoria a Licitación es demasiado complicada.
- Para preparar una cotización necesitaríamos un plazo más prolongado.
- No podemos cumplir los requisitos de entrega.
- No podemos aceptar sus términos y condiciones (por favor, aclare: términos de pago, solicitud de garantía de cumplimiento, etc.)
- No somos exportadores.
- Actualmente no tenemos capacidad de producción disponible.
- Nuestra empresa permanece cerrada durante las vacaciones.
- Debemos dar prioridad a las solicitudes de otros clientes.
- No realizamos ventas directas; solamente trabajamos a través de distribuidores.
- No contamos con servicios postventa en el país receptor.
- La persona encargada de las licitaciones no se encuentra en la oficina.
- Otro (por favor, indique el motivo)

Por favor seleccione una de las opciones siguientes:

- Queremos recibir futuras ITB referentes a ese tipo de servicios
- No queremos recibir ITB referentes a ese tipo de servicios

Si UNFPA necesita alguna aclaración del oferente respecto de esta licitación, debe comunicarse con el Sr./Sra. _____, teléfono/dirección de correo electrónico _____, quien podrá asistirles.

V.2 – Formulario de Presentación de Ofertas

[El oferente debe completar este formulario conforme a las instrucciones. No debe alterar el formato del documento y no se aceptará ninguna sustitución.]

Fecha: [Ingrese la fecha (día, mes y año) de la presentación de la oferta.]

Convocatoria a Licitación:N° UNFPA/PRY/ITB/2023/001

Para: UNFPA, Paraguay

Estimado señor/señora:

Por la presente, certificamos que hemos examinado los documentos de la Licitación No. UNFPA/PRY/ITB/2023/001 y sus modificaciones. Asimismo, ofrecemos suministrar, conforme a los documentos de la licitación y de conformidad con el cronograma de entregas indicado en el Anexo III – Términos de Referencia, que estarán sujetos a los Términos y Condiciones Generales de Contratación del UNFPA que se incluyen en el documento.

Aceptamos mantener esta oferta durante un plazo de 90 días a partir de la fecha establecida para la apertura de los sobres de la Convocatoria a Licitación, la que continuará siendo vinculante para nosotros y podrá ser aceptada en cualquier momento previo al vencimiento de dicho período.

Nosotros, incluyendo cualesquiera subcontratistas o proveedores referentes a cualquiera parte del presente contrato, tenemos nacionalidad de los países_____ [ingrese la nacionalidad del Oferente, incluso las nacionalidades de todas las partes del Oferente, si es una "Joint Venture", y las nacionalidades de cada subcontratista y proveedor; el comprador debe suprimir ese texto si no aplica]

No tenemos ningún conflicto de intereses según se define en la Cláusula 2.1 de las Instrucciones para los oferentes.

Nuestra empresa, incluidas nuestras afiliadas y subsidiarias, así como nuestros subcontratistas o proveedores, respecto a cualquier parte del contrato, no hemos sido declarados inelegibles por UNFPA, según se define en la Cláusula 2.2 de las Instrucciones para los oferentes.

Comprendemos que ustedes no están obligados a aceptar la oferta de menor valor ni ninguna otra oferta que reciban.

El presente documento se firma hoy, de de[año].

Firma:

[Inserte la firma de la persona cuyo nombre y cargo se han indicado.]

En calidad de:

[Inserte la autoridad jurídica de la persona que firma el Formulario de presentación de ofertas.]

Nombre:

[Inserte el nombre completo de la persona que firma el Formulario de presentación de ofertas.]

Empresa:

[Inserte el nombre de la empresa]

V.3 – Formulario de Identificación de Oferentes
Oferta No. UNFPA/PRY/2023/001

1. Organización

Nombre de la empresa/institución	
Domicilio, ciudad, país	
Número de teléfono	
Correo electrónico	
Fecha de constitución	
Representante legal: Nombre/apellido/cargo	
Estructura jurídica: persona natural / S.A., S.R.L., ONG / institución / otra (por favor, indique)	
Tipo de organización: Fabricante, mayorista, comerciante, proveedor de servicios, etc.	
Áreas de conocimientos técnicos y experiencia de la organización	
Licencias vigentes, si las hubiera, y permisos (con fecha, número y fecha de vencimiento)	
Antigüedad como proveedor de organismos de las Naciones Unidas	
Antigüedad como proveedor de UNFPA	
Capacidad de producción	
Subsidiarias en la región (indique nombres y direcciones, si es pertinente para la oferta)	
Representantes comerciales en el país: Nombre/dirección/teléfono (solamente para compañías internacionales)	

2. Certificación de garantía de la calidad

Sistema Internacional de Gestión de la Calidad (Quality Management System, QMS)	
Listado de otros certificados ISO o equivalentes	
Existencia y características del laboratorio de control de calidad interno (si es pertinente para la oferta)	

3. Experiencia del personal

Total, de la nómina	
Número de empleados que participaron en contratos de suministro similares	

4. Lista de clientes de referencia

Indique las direcciones de los clientes de referencia

<i>Nombre de la empresa</i>	<i>Persona de contacto</i>	<i>Teléfono</i>	<i>Correo electrónico</i>
1.			
2.			
3.			

5. Datos de las personas a las que UNFPA puede contactar para solicitar aclaraciones durante la evaluación de las ofertas

<i>Nombre y Apellido</i>	<i>Teléfono</i>	<i>Correo electrónico</i>
1.		
2.		

P.D.: Estas personas deben estar disponibles durante las dos semanas siguientes a la recepción de la oferta.

V.4 – Formulario General de Servicios/Productos

LOTE 1: PUBLICIDAD EN RADIOS			
	<i>Items</i>	<i>Descripción de los servicios y especificaciones mínimas / obligatorias</i>	<i>CUMPLE / NO CUMPLE</i>
1.1	1 de Marzo-AM (Capital)		
1.1.1	Horario rotativo 5hs a 20hs - Lunes a Domingo (Spots hasta 30 Seg.)		
1.1.2	Horario elegido de 5hs a 13hs - Lunes a Domingo (Spots hasta 30 Seg.)		
1.2	970-AM (Capital)		
1.2.1	Horario rotativo 5hs a 20hs - Lunes a Domingo (Spots hasta 30 Seg.)		
1.2.2	Horario elegido de 5hs a 13hs - Lunes a Domingo (Spots hasta 30 Seg.)		
1.2.3	Horario elegido de 14hs a 22hs - Lunes a Domingo (Spots hasta 30 Seg.)		
1.3	Cardinal-AM (Capital)		
1.3.1	Horario rotativo 5hs a 20hs - Lunes a Domingo (Spots hasta 30 Seg.)		
1.3.2	Horario elegido de 5hs a 13hs - Lunes a Domingo (Spots hasta 30 Seg.)		
1.3.3	Horario elegido de 14hs a 22hs - Lunes a Domingo (Spots hasta 30 Seg.)		
1.4	Mil-AM (Capital)		
1.4.1	Horario rotativo 5hs a 20hs - Lunes a Domingo (Spots hasta 30 Seg.)		
1.4.2	Horario elegido de 5hs a 13hs - Lunes a Domingo (Spots hasta 30 Seg.)		
1.4.3	Horario elegido de 14hs a 22hs - Lunes a Domingo (Spots hasta 30 Seg.)		
1.5	Monumental-AM (Capital)		
1.5.1	Horario rotativo 5hs a 20hs - Lunes a Domingo (Spots hasta 30 Seg.)		
1.5.2	Horario elegido de 5hs a 13hs - Lunes a Domingo (Spots hasta 30 Seg.)		
1.5.3	Horario elegido de 14hs a 22hs - Lunes a Domingo (Spots hasta 30 Seg.)		
1.6	Nacional-AM (Capital)		
1.6.1	Horario rotativo 5hs a 20hs - Lunes a Domingo (Spots hasta 30 Seg.)		
1.6.2	Horario elegido de 5hs a 13hs - Lunes a Domingo (Spots hasta 30 Seg.)		
1.6.3	Horario elegido de 14hs a 22hs - Lunes a Domingo (Spots hasta 30 Seg.)		
1.7	Ñandutí-AM (Capital)		

1.7.1	Horario rotativo 5hs a 20hs - Lunes a Domingo (Spots hasta 30 Seg.)		
1.7.2	Horario elegido de 5hs a 13hs - Lunes a Domingo (Spots hasta 30 Seg.)		
1.7.3	Horario elegido de 14hs a 22hs - Lunes a Domingo (Spots hasta 30 Seg.)		
1.8	Unión-AM (Capital)		
1.8.1	Horario rotativo 5hs a 20hs - Lunes a Domingo (Spots hasta 30 Seg.)		
1.8.2	Horario elegido de 5hs a 13hs - Lunes a Domingo (Spots hasta 30 Seg.)		
1.8.3	Horario elegido de 14hs a 22hs - Lunes a Domingo (Spots hasta 30 Seg.)		
1.9	Cáritas-AM (Capital)		
1.9.1	Horario rotativo 5hs a 20hs - Lunes a Domingo (Spots hasta 30 Seg.)		
1.9.2	Horario elegido de 5hs a 13hs - Lunes a Domingo (Spots hasta 30 Seg.)		
1.9.3	Horario elegido de 14hs a 22hs - Lunes a Domingo (Spots hasta 30 Seg.)		
1.10	Uno-AM (Capital)		
1.10.1	Horario rotativo 5hs a 20hs - Lunes a Domingo (Spots hasta 30 Seg.)		
1.10.2	Horario elegido de 5hs a 13hs - Lunes a Domingo (Spots hasta 30 Seg.)		
1.10.3	Horario elegido de 14hs a 22hs - Lunes a Domingo (Spots hasta 30 Seg.)		
1.11	Canal 100-FM (Capital)		
1.11.1	Horario rotativo 6hs a 21hs - Lunes a Domingo (Spots hasta 30 Seg.)		
1.11.2	Horario elegido de 6hs a 13hs - Lunes a Domingo (Spots hasta 30 Seg.)		
1.11.3	Horario elegido de 14hs a 22hs - Lunes a Domingo (Spots hasta 30 Seg.)		
1.12	Conquistador-FM (Capital)		
1.12.1	Horario rotativo 6hs a 21hs - Lunes a Domingo (Spots hasta 30 Seg.)		
1.20.2	Horario elegido de 6hs a 13hs - Lunes a Domingo (Spots hasta 30 Seg.)		
1.20.3	Horario elegido de 14hs a 22hs - Lunes a Domingo (Spots hasta 30 Seg.)		
1.13	Urbana-FM (Capital)		
1.13.1	Horario rotativo 6hs a 21hs - Lunes a Domingo (Spots hasta 30 Seg.)		
1.13.2	Horario elegido de 6hs a 13hs - Lunes a Domingo (Spots hasta 30 Seg.)		
1.13.3	Horario elegido de 14hs a 22hs - Lunes a Domingo (Spots hasta 30 Seg.)		
1.14	Venus-FM (Capital)		
1.14.1	Horario rotativo 6hs a 21hs - Lunes a Domingo (Spots hasta 30 Seg.)		
1.14.2	Horario elegido de 6hs a 13hs - Lunes a Domingo (Spots hasta 30 Seg.)		

1.14.3	Horario elegido de 14hs a 22hs - Lunes a Domingo (Spots hasta 30 Seg.)		
1.15	Palma-FM (Capital)		
1.15.1	Horario rotativo 6hs a 21hs - Lunes a Domingo (Spots hasta 30 Seg.)		
1.15.2	Horario elegido de 6hs a 13hs - Lunes a Domingo (Spots hasta 30 Seg.)		
1.15.3	Horario elegido de 14hs a 22hs - Lunes a Domingo (Spots hasta 30 Seg.)		
1.16	Paraguay - FM (Capital)		
1.16.1	Horario rotativo 6hs a 21hs - Lunes a Domingo (Spots hasta 30 Seg.)		
1.16.2	Horario elegido de 6hs a 13hs - Lunes a Domingo (Spots hasta 30 Seg.)		
1.16.3	Horario elegido de 14hs a 22hs - Lunes a Domingo (Spots hasta 30 Seg.)		
1,17	Hei-FM (Capital)		
1,17.1	Horario rotativo 6hs a 21hs - Lunes a Domingo (Spots hasta 30 Seg.)		
1,17.2	Horario elegido de 6hs a 13hs - Lunes a Domingo (Spots hasta 30 Seg.)		
1,17.3	Horario elegido de 14hs a 22hs - Lunes a Domingo (Spots hasta 30 Seg.)		
1.18	98,5-FM		
1.18.1	Horario rotativo 6hs a 21hs - Lunes a Domingo (Spots hasta 30 Seg.)		
1.18.2	Horario elegido de 6hs a 13hs - Lunes a Domingo (Spots hasta 30 Seg.)		
1.18.3	Horario elegido de 14hs a 22hs - Lunes a Domingo (Spots hasta 30 Seg.)		
1.19	RADIOS DEL INTERIOR (Horarios de emisión 4 a 15 horas)		
1.19.1	Concepcion - AM (Spots hasta 30 Seg.)		
1.19.2	Encarnacion - AM (Spots hasta 30 Seg.)		
1.19.3	Ñasaindy - AM (Spots hasta 30 Seg.)		
1.19.4	RCO - AM (Spots hasta 30 Seg.)		
1.19.5	Regional - AM (Spots hasta 30 Seg.)		
1.19.6	San Roque - AM (Spots hasta 30 Seg.)		
1.19.7	Guyra Campana - AM (Spots hasta 30 Seg.)		
1.19.8	La Voz de la Cordillera - AM (Spots hasta 30 Seg.)		
1.19.9	Mangore - AM (Spots hasta 30 Seg.)		
1.19.10	Pai Puku - AM (Spots hasta 30 Seg.)		
1.19.11	Mburucuya -AM (Spots hasta 30 Seg.)		
1.19.12	Parque - AM (Spots hasta 30 Seg.)		

1.19.13	Panambi Vera - AM (Spots hasta 30 Seg.)		
1.19.14	Amambay - FM (Spots hasta 30 Seg.)		
1.19.15	Am?rica - FM (Spots hasta 30 Seg.)		
1.19.16	Capital - FM (Spots hasta 30 Seg.)		
1.19.17	Carapeguá - FM (Spots hasta 30 Seg.)		
1.19.18	Ciudad - FM (Spots hasta 30 Seg.)		
1.19.19	Colmenar - FM (Spots hasta 30 Seg.)		
1.19.20	Continental - FM (Spots hasta 30 Seg.)		
1.19.21	Encarnacion - FM (Spots hasta 30 Seg.)		
1.19.22	Piribebuy - FM (Spots hasta 30 Seg.)		
1.19.23	San Juan - FM (Spots hasta 30 Seg.)		
1.19.24	Triunfo - FM (Spots hasta 30 Seg.)		
1.19.25	Activa - FM (Spots hasta 30 Seg.)		
1.19.26	Alternativa - FM (Spots hasta 30 Seg.)		
1.19.27	Am?rica - FM (Spots hasta 30 Seg.)		
1.19.28	Aquidaban - FM (Spots hasta 30 Seg.)		
1.19.29	Arapy - FM (Spots hasta 30 Seg.)		
1.19.30	Atyra - FM (Spots hasta 30 Seg.)		
1.19.31	Ayolas - FM (Spots hasta 30 Seg.)		
1.19.32	Caazapá - FM (Spots hasta 30 Seg.)		
1.19.33	CaazapaPoty - FM (Spots hasta 30 Seg.)		
1.19.34	Cedroty - FM (Spots hasta 30 Seg.)		
1.19.35	Centenario - FM (Spots hasta 30 Seg.)		
1.19.36	Chore - FM (Spots hasta 30 Seg.)		
1.19.37	Concierto - FM (Spots hasta 30 Seg.)		
1.19.38	Corpus - FM (Spots hasta 30 Seg.)		
1.19.39	Del Sol - FM (Spots hasta 30 Seg.)		
1.19.40	Dinamica - FM (Spots hasta 30 Seg.)		
1.19.41	Educación - FM (Spots hasta 30 Seg.)		
1.19.42	El Trigal - FM (Spots hasta 30 Seg.)		

1.19.43	Encuentro - FM (Spots hasta 30 Seg.)		
1.19.44	Evolución - FM (Spots hasta 30 Seg.)		
1.19.45	Excelsior - FM (Spots hasta 30 Seg.)		
1.19.46	Favorita - FM (Spots hasta 30 Seg.)		
1.19.47	FM del Este (Spots hasta 30 Seg.)		
1.19.48	Frontera - FM (Spots hasta 30 Seg.)		
1.19.49	Guaira - FM (Spots hasta 30 Seg.)		
1.19.50	Horizonte - FM (Spots hasta 30 Seg.)		
1.19.51	Integraci?n - FM (Spots hasta 30 Seg.)		
1.19.52	ItaKaru - FM (Spots hasta 30 Seg.)		
1.19.53	KoePyahu - FM (Spots hasta 30 Seg.)		
1.19.54	KokuePoty - FM (Spots hasta 30 Seg.)		
1.19.55	La Nueva - FM (Spots hasta 30 Seg.)		
1.19.56	La Paz - FM (Spots hasta 30 Seg.)		
1.19.57	Transcontinental - FM (Hernendarias) (Spots hasta 30 Seg.)		
1.19.58	Libertad - FM (Spots hasta 30 Seg.)		
1.19.59	Lucero del Alba - FM (Spots hasta 30 Seg.)		
1.19.60	Magnificat - FM (Spots hasta 30 Seg.)		
1.19.61	Manantial - FM (Spots hasta 30 Seg.)		
1.19.62	Marandu - FM (Spots hasta 30 Seg.)		
1.19.63	Mas - FM (Spots hasta 30 Seg.)		
1.19.64	Medano - FM (Spots hasta 30 Seg.)		
1.19.65	Misiones - FM (Spots hasta 30 Seg.)		
1.19.66	Norte - FM (Spots hasta 30 Seg.)		
1.19.67	Ñuai - FM (Spots hasta 30 Seg.)		
1.19.68	Panamericana - FM (Spots hasta 30 Seg.)		
1.19.69	Pop - FM (Spots hasta 30 Seg.)		
1.19.70	Progreso - FM (Spots hasta 30 Seg.)		
1.19.71	San Ignacio - FM (Spots hasta 30 Seg.)		
1.19.72	San Isidro - FM (Spots hasta 30 Seg.)		

1.19.73	San Luis - FM (Spots hasta 30 Seg.)		
1.19.74	Sanguri - FM (Spots hasta 30 Seg.)		
1.19.75	Santa Helena - FM (Spots hasta 30 Seg.)		
1.19.76	Santa Rita - FM (Spots hasta 30 Seg.)		
1.19.77	Serranía - FM (Spots hasta 30 Seg.)		
1.19.78	Sin Fronteras - FM (Spots hasta 30 Seg.)		
1.19.79	Studio - FM (Spots hasta 30 Seg.)		
1.19.80	Tradición - FM (Spots hasta 30 Seg.)		
1.19.81	Tricolor - FM (Spots hasta 30 Seg.)		
1.19.82	Parque - FM (Spots hasta 30 Seg.)		
1.19.83	Transamerica - FM (Spots hasta 30 Seg.)		
1.19.84	Vision - FM (Spots hasta 30 Seg.)		
1.19.85	Ybypyta - FM (Spots hasta 30 Seg.)		
1.19.86	Yerutí - FM (Spots hasta 30 Seg.)		
1.19.87	Yhaguy - FM (Spots hasta 30 Seg.)		
1.19.88	Guaira - AM (Spots hasta 30 Seg.)		
1.19.89	Amambay - AM (Spots hasta 30 Seg.)		

LOTE 2: PUBLICIDAD EN PRENSA ESCRITA

<i>Items</i>	<i>Descripción de los servicios y especificaciones mínimas / obligatorias</i> <i>[A ser completada por UNFPA]</i>	<i>Descripción de los servicios ofrecidos y declaración del oferente sobre cualquier desviación</i> <i>(A ser completada por el oferente)</i>	<i>CUMPLE / NO CUMPLE</i>
2.1	ABC COLOR - Lunes a sábado		
2.1.1	Página indeterminada B/N		
2.1.2	Página Indeterminada Color		
2.1.3	Página elegida 3 Color		
2.1.4	Página elegida 5 Color		
2.1.5	Página elegida 7 Color		
2.1.6	Página elegida impar B/N		
2.1.7	Página elegida impar Color		

2.1.8	Solicitada B/N - Pag. Elegida impar		
2.1.9	Solicitada Color - Pag. Elegida impar		
2.1.10	Solicitada B/N - Pag. Indeterminada		
2.1.11	Solicitada Color - Pag. Indeterminada		
2.1.12	Inserto sin impresión		
2.1.13	Inserto con impresión		
2.2	ABC COLOR - Domingo		
2.2.1	Página Indeterminada B/N		
2.2.2	Página Indeterminada Color		
2.2.3	Página elegida 3 Color		
2.2.4	Página elegida 5 Color		
2.2.5	Página elegida 7 Color		
2.2.6	Página elegida impar B/N		
2.2.7	Página elegida impar Color		
2.2.8	Solicitada B/N - Pag. Elegida impar		
2.2.9	Solicitada Color - Pag. Elegida impar		
2.2.10	Solicitada B/N - Pag. Indeterminada		
2.2.11	Solicitada Color - Pag. Indeterminada		
2.2.12	Inserto sin impresión. 30.000 ejemplares. Zona Asunción, Área Metropolitana, Ciudad del Este, Encarnación y Coronel Oviedo.		
2.2.13	Inserto con impresión. 30.000 ejemplares. Zona Asunción, Área Metropolitana, Ciudad del Este, Encarnación y Coronel Oviedo. Papel ilustración, tamaño A3 (abierto), color, 4 y 8 páginas.		
2.3	ULTIMA HORA - Lunes a sábado		
2.3.1	Página Indeterminada B/N		
2.3.2	Página Indeterminada Color		
2.3.3	Página elegida 3 Color		
2.3.4	Página elegida 5 Color		
2.3.5	Página elegida 7 Color		
2.3.6	Página elegida impar B/N		
2.3.7	Página elegida impar Color		

2.3.8	Solicitada B/N - Pag. Elegida impar		
2.3.9	Solicitada Color - Pag. Elegida impar		
2.3.10	Solicitada B/N - Pag. Indeterminada		
2.3.11	Solicitada Color - Pag. Indeterminada		
2.3.12	Inserto sin impresión		
2.3.13	Inserto con impresión		
2.4	ULTIMA HORA - Domingo		
2.4.1	Página Indeterminada B/N		
2.4.2	Página Indeterminada Color		
2.4.3	Página elegida 3 Color		
2.4.4	Página elegida 5 Color		
2.4.5	Página elegida 7 Color		
2.4.6	Página elegida impar B/N		
2.4.7	Página elegida impar Color		
2.4.8	Solicitada B/N - Pag. Elegida impar		
2.4.9	Solicitada Color - Pag. Elegida impar		
2.4.10	Solicitada B/N - Pag. Indeterminada		
2.4.11	Solicitada Color - Pag. Indeterminada		
2.4.12	Inserto sin impresión		
2.4.13	Inserto con impresión		
2.4.14	Página Indeterminada B/N		
2.5	LA NACION - Lunes a sábado		
2.5.1	Página Indeterminada B/N		
2.5.2	Página Indeterminada Color		
2.5.3	Página elegida 3 Color		
2.5.4	Página elegida 5 Color		
2.5.5	Página elegida 7 Color		
2.5.6	Página elegida impar B/N		
2.5.7	Página elegida impar Color		
2.5.8	Solicitada B/N - Pag. Elegida impar		

2.5.9	Solicitada Color - Pag. Elegida impar		
2.5.10	Solicitada B/N - Pag. Indeterminada		
2.5.11	Solicitada Color - Pag. Indeterminada		
2.6	LA NACION - Domingo		
2.6.1	Página Indeterminada B/N		
2.6.2	Página Indeterminada Color		
2.6.3	Página elegida 3 Color		
2.6.4	Página elegida 5 Color		
2.6.5	Página elegida 7 Color		
2.6.6	Página elegida impar B/N		
2.6.7	Página elegida impar Color		
2.6.8	Solicitada B/N - Pag. Elegida impar		
2.6.9	Solicitada Color - Pag. Elegida impar		
2.6.10	Solicitada B/N - Pag. Indeterminada		
2.6.11	Solicitada Color - Pag. Indeterminada		
2.7	POPULAR - Lunes a sábado		
2.7.1	Página Indeterminada B/N		
2.7.2	Página Indeterminada Color		
2.7.3	Página elegida 3 Color		
2.7.4	Página elegida 5 Color		
2.7.5	Página elegida 7 Color		
2.7.6	Página elegida impar B/N		
2.7.7	Página elegida impar Color		
2.7.8	Solicitada B/N - Pag. Elegida impar		
2.7.9	Solicitada Color - Pag. Elegida impar		
2.7.10	Solicitada B/N - Pag. Indeterminada		
2.7.11	Solicitada Color - Pag. Indeterminada		
2.7.12	Inserto sin impresión		
2.7.13	Inserto con impresión		
2.8	DIARIO POPULAR - Domingo		

2.8.1	Página Indeterminada B/N		
2.8.2	Página Indeterminada Color		
2.8.3	Página elegida 3 Color		
2.8.4	Página elegida 5 Color		
2.8.5	Página elegida 7 Color		
2.8.6	Página elegida impar B/N		
2.8.7	Página elegida impar Color		
2.8.8	Solicitada B/N - Pag. Elegida impar		
2.8.9	Solicitada Color - Pag. Elegida impar		
2.8.10	Solicitada B/N - Pag. Indeterminada		
2.8.11	Solicitada Color - Pag. Indeterminada		
2.9	CRONICA - Lunes a sábado		
2.9.1	Página Indeterminada B/N		
2.9.2	Página Indeterminada Color		
2.9.3	Página elegida 3 Color		
2.9.4	Página elegida 5 Color		
2.9.5	Página elegida 7 Color		
2.9.6	Página elegida impar B/N		
2.9.7	Página elegida impar Color		
2.9.8	Solicitada B/N - Pag. Elegida impar		
2.9.9	Solicitada Color - Pag. Elegida impar		
2.9.10	Solicitada B/N - Pag. Indeterminada		
2.9.11	Solicitada Color - Pag. Indeterminada		
2.9.12	Inserto sin impresión		
2.9.13	Inserto con impresión		
2.10	CRONICA - Domingo		
2.10.1	Página Indeterminada B/N		
2.10.2	Página Indeterminada Color		
2.10.3	Página elegida 3 Color		
2.10.4	Página elegida 5 Color		

2.10.5	Página elegida 7 Color		
2.10.6	Página elegida impar B/N		
2.10.7	Página elegida impar Color		
2.10.8	Solicitada B/N - Pag. Elegida impar		
2.10.9	Solicitada Color - Pag. Elegida impar		
2.10.10	Solicitada B/N - Pag. Indeterminada		
2.10.11	Solicitada Color - Pag. Indeterminada		
2.11	5 DIAS - Lunes a viernes		
2.11.1	Página Indeterminada B/N		
2.11.2	Página Indeterminada Color		
2.11.3	Página elegida 3 Color		
2.11.4	Página elegida 5 Color		
2.11.5	Página elegida 7 Color		
2.11.6	Página elegida impar B/N		
2.11.7	Página elegida impar Color		
2.11.8	Solicitada B/N - Pag. Elegida impar		
2.11.9	Solicitada Color - Pag. Elegida impar		
2.11.10	Solicitada B/N - Pag. Indeterminada		
2.11.11	Solicitada Color - Pag. Indeterminada		
2.12	EL INDEPENDIENTE - Lunes a viernes		
2.12.1	Página Indeterminada B/N		
2.12.2	Página Indeterminada Color		
2.12.3	Página elegida 3 Color		
2.12.4	Página elegida 5 Color		
2.12.5	Página elegida 7 Color		
2.12.6	Página elegida impar B/N		
2.12.7	Página elegida impar Color		
2.12.8	Solicitada B/N - Pag. Elegida impar		
2.12.9	Solicitada Color - Pag. Elegida impar		
2.12.10	Solicitada B/N - Pag. Indeterminada		

2.12.11	Solicitada Color - Pag. Indeterminada		
2.13	EXTRA - Lunes a sábado		
2.13.1	Página Indeterminada B/N		
2.13.2	Página Indeterminada Color		
2.13.3	Página elegida 3 Color		
2.13.4	Página elegida 5 Color		
2.13.5	Página elegida 7 Color		
2.13.6	Página elegida impar B/N		
2.13.7	Página elegida impar Color		
2.13.8	Solicitada B/N - Pag. Elegida impar		
2.13.9	Solicitada Color - Pag. Elegida impar		
2.13.10	Solicitada B/N - Pag. Indeterminada		
2.13.11	Solicitada Color - Pag. Indeterminada		
2.14	EXTRA - Domingo		
2.14.1	Página Indeterminada B/N		
2.14.2	Página Indeterminada Color		
2.14.3	Página elegida 3 Color		
2.14.4	Página elegida 5 Color		
2.14.5	Página elegida 7 Color		
2.14.6	Página elegida impar B/N		
2.14.7	Página elegida impar Color		
2.14.8	Solicitada B/N - Pag. Elegida impar		
2.14.9	Solicitada Color - Pag. Elegida impar		
2.14.10	Solicitada B/N - Pag. Indeterminada		
2.14.11	Solicitada Color - Pag. Indeterminada		
2.15	REVISTA DOMINICAL ABC COLOR		
2.15.1	Aviso de pie de página medida 20x5		
2.15.2	Aviso de ¼ de página medida 10x13		
2.15.3	Aviso de ½ página horizontal		
2.15.4	Aviso de 1 página al corte 22x28		

2.15.5	Aviso en página 3 medida 22x28		
2.15.6	Aviso de doble página al corte medida 44x28		

LOTE 3: PUBLICIDAD EN REDES SOCIALES			
<i>Items</i>	<i>Descripción de los servicios y especificaciones mínimas / obligatorias</i> <i>[A ser completada por UNFPA]</i>	<i>Descripción de los servicios ofrecidos y declaración del oferente sobre cualquier desviación</i> <i>(A ser completada por el oferente)</i>	<i>CUMPLE / NO CUMPLE</i>
3.1	Facebook + Instagram (Posteos promocionales por Brand Awareness o interacción, según se plantee el objetivo del material Video ADS) ? Paquete de alcance de 500.000		
3.2	Google (Red Display, Lightbox, YouTube, Adwords) ?Paquete de alcance de 300.000		
3.3	Sitios Web Paraguayos - Banners Se debería indicar al menos 8 opciones de sitio		
3.4	Facebook ADS -Banner Web dentro de las redes sociales oficiales, incluye Servicio de administración de comunidad para red social , generación de contenido, diseño de materiales, atención al cliente en horario de 07:00 a 17:00 hs de lunes a viernes incluido feriados, elaboración de informes mensuales		
3.5	GOOGLE- Banner Web rotativos . Elaboración y el desarrollo de estrategias de marketing online y SMM. (SMM: Es la creación, el posicionamiento y la publicidad de la marca dentro de las Redes Sociales a través de un conjunto de herramientas y estrategias de Marketing on line		
3.6	FACEBOOK -Banner Web dentro de las redes sociales oficiales, incluye Servicio de administración de comunidad para red social , generación de contenido, diseño de materiales, atención al cliente en horario de 07:00 a 17:00 hs de lunes a viernes incluido feriados, elaboración de informes mensuales		
3.7	TWITTER -Banner Web dentro de las redes sociales oficiales, incluye Servicio de administración de comunidad para red social , generación de contenido, diseño de materiales, atención al cliente en horario de 07:00 a 17:00 hs de lunes a viernes incluido feriados, elaboración de informes mensuales		
3.8	INSTAGRAM -Banner Web dentro de las redes sociales oficiales, incluye Servicio de administración de comunidad para red social , generación de contenido, diseño de materiales, atención al cliente en horario de 07:00 a 17:00 hs de lunes a viernes incluido feriados, elaboración de informes mensuales		
3.9	Facebook ADS-Banner Web rotativos . Elaboración y el desarrollo de estrategias de marketing online y SMM. (SMM: Es la creación, el posicionamiento y la publicidad de la marca dentro de las Redes Sociales a través de un conjunto de herramientas y estrategias de Marketing on line		

3.10	Twitter -Banner Web rotativos . Elaboración y el desarrollo de estrategias de marketing online y SMM. (SMM: Es la creación, el posicionamiento y la publicidad de la marca dentro de las Redes Sociales a través de un conjunto de herramientas y estrategias de Marketing on line		
3.11	Instagram -Banner Web rotativos . Elaboración y el desarrollo de estrategias de marketing online y SMM. (SMM: Es la creación, el posicionamiento y la publicidad de la marca dentro de las Redes Sociales a través de un conjunto de herramientas y estrategias de Marketing on line		

LOTE 4: ELABORACIÓN DE MATERIALES AUDIOVISUALES			
Items	Descripción de los servicios y especificaciones mínimas / obligatorias <i>[A ser completada por UNFPA]</i>	Descripción de los servicios ofrecidos y declaración del oferente sobre cualquier desviación <i>(A ser completada por el oferente)</i>	CUMPLE / NO CUMPLE
4.1	Elaboración del planning general y específico de la campaña institucional, ideas publicitarias, guiones, storyboard, insight estratégico.		
4.2	Video entrevistas Asunción/Central a dos cámaras. Incluye: Realización de redacción de gacetilla de prensa para edición, cronista para entrevistas, edición de video con enfoque periodístico, animaciones en 2D, post producción, musicalización y pack final. <i>Video de hasta 1 minuto de duración.</i> Obs: El Oferente deberá tener móvil para su traslado de equipos y personal.		
4.3	Video entrevistas Asunción/Central a dos cámaras. Incluye: Realización de redacción de gacetilla de prensa para edición, cronista para entrevistas, edición de video con enfoque periodístico, animaciones en 2D, post producción, musicalización y pack final. <i>Video de hasta 3 minutos de duración</i> Obs: El Oferente deberá tener móvil para su traslado de equipos y personal.		
4.4	Grabación de locución en estudio. Incluye cache del locutor/a (La cotización debe incluir hasta 3 correcciones de locución)		
4.5	Composición de efectos visuales en 2D		
4.6	Composición de efectos visuales en 3D		
4.7	Zócalos en 2D		
4.8	Zócalos en 3D		
4.9	Motion Graphics 2D		
4.10	Motion Graphics 3D		
4.11	Servicio de Live streaming, por las redes sociales oficiales en Asunción/Central .Obs: El Oferente deberá tener móvil para su traslado de equipos y personal.		
4.12	Servicio de Live streaming, por las redes sociales oficiales en el interior del país hasta 650km de Asunción. .Obs: El Oferente deberá tener móvil para su traslado de equipos y personal.		

4.13	Elaboración de spots de televisión de 30 segundos de duración que incluya producción integral, locación, actores, con cámaras de imagen de alta definición, grúa, traveling, drone 4K, 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.		
4.14	Elaboración de spots de televisión de 45 segundos de duración que incluya producción integral, grabación en estudio con chromakey, actores, con cámaras de imagen de alta definición, 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.		
4.15	Banner Gif animado		
4.16	Banner Flash		
4.17	Banner Jpg		
4.18	Creación de video bumper de 6 seg para youtube		
4.19	Creación de video bumper de 10 seg para youtube		
4.20	Servicio de adaptación de materiales audiovisuales en versión 16:9 para Instagram		
4.21	Servicio de adaptación de materiales audiovisuales en versión 9:16 para Facebook		
4.22	Servicio de reducción de materiales hasta 10 seg para redes sociales		
4.23	Servicio de reducción de materiales hasta 15 seg para redes sociales		
4.24	Servicio de reducción de materiales hasta 20 seg para redes sociales		
4.25	Servicio de reducción de materiales hasta 30 seg para redes sociales		

V.5 – Formulario de Precios

[El oferente debe completar este formulario de precios conforme a las instrucciones que se impartieron. Las filas de productos de la columna 1 del Listado de precios deben coincidir con las de la lista de bienes y servicios relacionados del Listado de requisitos de UNFPA]

Convocatoria a Licitación Internacional:	UNFPA/PRY/ITB/2023/001
Oferente:	
Precios Totales del Oferente:	<i>[El oferente debe ingresar el precio y la moneda]</i>

LOTE 1: PUBLICIDAD EN RADIOS				
<i>Item</i>	<i>Descripción del Servicio</i>	<i>Unidad de Medida</i>	<i>Cantidad</i>	<i>Precio Unitario</i> <i>En Gs. - Sin IVA</i>
1.1	1 de Marzo-AM (Capital)			
1.1.1	Horario rotativo 5hs a 20hs - Lunes a Domingo (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad	1	
1.1.2	Horario elegido de 5hs a 13hs - Lunes a Domingo (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad	1	
1.2	970-AM (Capital)			
1.2.1	Horario rotativo 5hs a 20hs - Lunes a Domingo (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad	1	
1.2.2	Horario elegido de 5hs a 13hs - Lunes a Domingo (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad	1	
1.2.3	Horario elegido de 14hs a 22hs - Lunes a Domingo (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad	1	
1.3	Cardinal-AM (Capital)			
1.3.1	Horario rotativo 5hs a 20hs - Lunes a Domingo (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad	1	
1.3.2	Horario elegido de 5hs a 13hs - Lunes a Domingo (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad	1	
1.3.3	Horario elegido de 14hs a 22hs - Lunes a Domingo (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad	1	
1.4	Mil-AM (Capital)			
1.4.1	Horario rotativo 5hs a 20hs - Lunes a Domingo (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad	1	
1.4.2	Horario elegido de 5hs a 13hs - Lunes a Domingo (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad	1	
1.4.3	Horario elegido de 14hs a 22hs - Lunes a Domingo (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad	1	
1.5	Monumental-AM (Capital)			
1.5.1	Horario rotativo 5hs a 20hs - Lunes a Domingo (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad	1	

1.5.2	Horario elegido de 5hs a 13hs - Lunes a Domingo (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad	1	
1.5.3	Horario elegido de 14hs a 22hs - Lunes a Domingo (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad	1	
1.6	Nacional-AM (Capital)		1	
1.6.1	Horario rotativo 5hs a 20hs - Lunes a Domingo (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad	1	
1.6.2	Horario elegido de 5hs a 13hs - Lunes a Domingo (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad	1	
1.6.3	Horario elegido de 14hs a 22hs - Lunes a Domingo (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad	1	
1.7	Ñandutí-AM (Capital)		1	
1.7.1	Horario rotativo 5hs a 20hs - Lunes a Domingo (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad	1	
1.7.2	Horario elegido de 5hs a 13hs - Lunes a Domingo (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad	1	
1.7.3	Horario elegido de 14hs a 22hs - Lunes a Domingo (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad	1	
1.8	Unión-AM (Capital)		1	
1.8.1	Horario rotativo 5hs a 20hs - Lunes a Domingo (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad	1	
1.8.2	Horario elegido de 5hs a 13hs - Lunes a Domingo (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad	1	
1.8.3	Horario elegido de 14hs a 22hs - Lunes a Domingo (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad	1	
1.9	Cáritas-AM (Capital)		1	
1.9.1	Horario rotativo 5hs a 20hs - Lunes a Domingo (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad	1	
1.9.2	Horario elegido de 5hs a 13hs - Lunes a Domingo (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad	1	
1.9.3	Horario elegido de 14hs a 22hs - Lunes a Domingo (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad	1	
1.10	Uno-AM (Capital)		1	
1.10.1	Horario rotativo 5hs a 20hs - Lunes a Domingo (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad	1	
1.10.2	Horario elegido de 5hs a 13hs - Lunes a Domingo (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad	1	
1.10.3	Horario elegido de 14hs a 22hs - Lunes a Domingo (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad	1	
1.11	Canal 100-FM (Capital)		1	
1.11.1	Horario rotativo 6hs a 21hs - Lunes a Domingo (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad	1	
1.11.2	Horario elegido de 6hs a 13hs - Lunes a Domingo (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad	1	
1.11.3	Horario elegido de 14hs a 22hs - Lunes a Domingo (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad	1	
1.12	Conquistador-FM (Capital)		1	
1.12.1	Horario rotativo 6hs a 21hs - Lunes a Domingo (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad	1	
1.20.2	Horario elegido de 6hs a 13hs - Lunes a Domingo (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad	1	
1.20.3	Horario elegido de 14hs a 22hs - Lunes a Domingo (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad	1	

1.13	Urbana-FM (Capital)			1
1.13.1	Horario rotativo 6hs a 21hs - Lunes a Domingo (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad	1	
1.13.2	Horario elegido de 6hs a 13hs - Lunes a Domingo (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad	1	
1.13.3	Horario elegido de 14hs a 22hs - Lunes a Domingo (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad	1	
1.14	Venus-FM (Capital)			1
1.14.1	Horario rotativo 6hs a 21hs - Lunes a Domingo (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad	1	
1.14.2	Horario elegido de 6hs a 13hs - Lunes a Domingo (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad	1	
1.14.3	Horario elegido de 14hs a 22hs - Lunes a Domingo (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad	1	
1.15	Palma-FM (Capital)			1
1.15.1	Horario rotativo 6hs a 21hs - Lunes a Domingo (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad	1	
1.15.2	Horario elegido de 6hs a 13hs - Lunes a Domingo (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad	1	
1.15.3	Horario elegido de 14hs a 22hs - Lunes a Domingo (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad	1	
1.16	Paraguay - FM (Capital)			1
1.16.1	Horario rotativo 6hs a 21hs - Lunes a Domingo (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad	1	
1.16.2	Horario elegido de 6hs a 13hs - Lunes a Domingo (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad	1	
1.16.3	Horario elegido de 14hs a 22hs - Lunes a Domingo (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad	1	
1,17	Hei-FM (Capital)			1
1,17.1	Horario rotativo 6hs a 21hs - Lunes a Domingo (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad	1	
1,17.2	Horario elegido de 6hs a 13hs - Lunes a Domingo (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad	1	
1,17.3	Horario elegido de 14hs a 22hs - Lunes a Domingo (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad	1	
1.18	98,5-FM			1
1.18.1	Horario rotativo 6hs a 21hs - Lunes a Domingo (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad	1	
1.18.2	Horario elegido de 6hs a 13hs - Lunes a Domingo (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad	1	
1.18.3	Horario elegido de 14hs a 22hs - Lunes a Domingo (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad	1	
1.19	RADIOS DEL INTERIOR (Horarios de emisión 4 a 15 horas)			1
1.19.1	Concepcion - AM (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad	1	
1.19.2	Encarnacion - AM (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad	1	
1.19.3	Ñasaindy - AM (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad	1	
1.19.4	RCO - AM (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad	1	
1.19.5	Regional - AM (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad	1	

1.19.6	San Roque - AM (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad	1	
1.19.7	Guyra Campana - AM (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad	1	
1.19.8	La Voz de la Cordillera - AM (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad	1	
1.19.9	Mangore - AM (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad	1	
1.19.10	Pai Puku - AM (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad	1	
1.19.11	Mburucuya -AM (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad	1	
1.19.12	Parque - AM (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad	1	
1.19.13	Panambi Vera - AM (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad	1	
1.19.14	Amambay - FM (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad	1	
1.19.15	Am?rica - FM (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad	1	
1.19.16	Capital - FM (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad	1	
1.19.17	Carapeguá - FM (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad	1	
1.19.18	Ciudad - FM (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad	1	
1.19.19	Colmenar - FM (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad	1	
1.19.20	Continental - FM (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad	1	
1.19.21	Encarnacion - FM (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad	1	
1.19.22	Piribebuy - FM (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad	1	
1.19.23	San Juan - FM (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad	1	
1.19.24	Triunfo - FM (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad	1	
1.19.25	Activa - FM (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad	1	
1.19.26	Alternativa - FM (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad	1	
1.19.27	Am?rica - FM (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad	1	
1.19.28	Aquidaban - FM (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad	1	
1.19.29	Arapy - FM (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad	1	
1.19.30	Atyra - FM (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad	1	
1.19.31	Ayolas - FM (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad	1	
1.19.32	Caazapá - FM (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad	1	
1.19.33	CaazapaPoty - FM (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad	1	
1.19.34	Cedroty - FM (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad	1	
1.19.35	Centenario - FM (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad	1	

1.19.36	Chore - FM (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad	1	
1.19.37	Concierto - FM (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad	1	
1.19.38	Corpus - FM (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad	1	
1.19.39	Del Sol - FM (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad	1	
1.19.40	Dinamica - FM (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad	1	
1.19.41	Educación - FM (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad	1	
1.19.42	El Trigal - FM (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad	1	
1.19.43	Encuentro - FM (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad	1	
1.19.44	Evolución - FM (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad	1	
1.19.45	Excelsior - FM (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad	1	
1.19.46	Favorita - FM (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad	1	
1.19.47	FM del Este (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad	1	
1.19.48	Frontera - FM (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad	1	
1.19.49	Guaira - FM (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad	1	
1.19.50	Horizonte - FM (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad	1	
1.19.51	Integraci?n - FM (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad	1	
1.19.52	ItaKaru - FM (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad	1	
1.19.53	KoePyahu - FM (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad	1	
1.19.54	KokuePoty - FM (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad	1	
1.19.55	La Nueva - FM (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad	1	
1.19.56	La Paz - FM (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad	1	
1.19.57	Transcontinental - FM (Hernendarias) (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad	1	
1.19.58	Libertad - FM (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad	1	
1.19.59	Lucero del Alba - FM (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad	1	
1.19.60	Magnificat - FM (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad	1	
1.19.61	Manantial - FM (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad	1	
1.19.62	Marandu - FM (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad	1	
1.19.63	Mas - FM (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad	1	
1.19.64	Medano - FM (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad	1	
1.19.65	Misiones - FM (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad	1	

1.19.66	Norte - FM (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad	1	
1.19.67	Ñuai - FM (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad	1	
1.19.68	Panamericana - FM (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad	1	
1.19.69	Pop - FM (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad	1	
1.19.70	Progreso - FM (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad	1	
1.19.71	San Ignacio - FM (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad	1	
1.19.72	San Isidro - FM (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad	1	
1.19.73	San Luis - FM (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad	1	
1.19.74	Sanguri - FM (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad	1	
1.19.75	Santa Helena - FM (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad	1	
1.19.76	Santa Rita - FM (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad	1	
1.19.77	Serranía - FM (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad	1	
1.19.78	Sin Fronteras - FM (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad	1	
1.19.79	Studio - FM (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad	1	
1.19.80	Tradición - FM (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad	1	
1.19.81	Tricolor - FM (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad	1	
1.19.82	Parque - FM (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad	1	
1.19.83	Transamerica - FM (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad	1	
1.19.84	Vision - FM (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad	1	
1.19.85	Ybypyta - FM (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad	1	
1.19.86	Yerufí - FM (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad	1	
1.19.87	Yhaguy - FM (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad	1	
1.19.88	Guaira - AM (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad	1	
1.19.89	Amambay - AM (Spots hasta 30 Seg.)	Unidad	1	
SUBTOTAL LOTE 1 - PUBLICIDAD EN RADIOS				

LOTE 2: PUBLICIDAD EN PRENSA ESCRITA				
<i>Item</i>	<i>Descripción del Servicio</i>	<i>Unidad de Medida</i>	<i>Cantidad</i>	<i>Precio Unitario</i>
				<i>En Gs. - Sin IVA</i>

2.1	ABC COLOR - Lunes a sábado			
2.1.1	Página indeterminada B/N	Centímetros	1	
2.1.2	Página Indeterminada Color	Centímetros	1	
2.1.3	Página elegida 3 Color	Centímetros	1	
2.1.4	Página elegida 5 Color	Centímetros	1	
2.1.5	Página elegida 7 Color	Centímetros	1	
2.1.6	Página elegida impar B/N	Centímetros	1	
2.1.7	Página elegida impar Color	Centímetros	1	
2.1.8	Solicitada B/N - Pag. Elegida impar	Centímetros	1	
2.1.9	Solicitada Color - Pag. Elegida impar	Centímetros	1	
2.1.10	Solicitada B/N - Pag. Indeterminada	Centímetros	1	
2.1.11	Solicitada Color - Pag. Indeterminada	Centímetros	1	
2.1.12	Inserto sin impresión	Centímetros	1	
2.1.13	Inserto con impresión	Centímetros	1	
2.2	ABC COLOR - Domingo			
2.2.1	Página Indeterminada B/N	Centímetros	1	
2.2.2	Página Indeterminada Color	Centímetros	1	
2.2.3	Página elegida 3 Color	Centímetros	1	
2.2.4	Página elegida 5 Color	Centímetros	1	
2.2.5	Página elegida 7 Color	Centímetros	1	
2.2.6	Página elegida impar B/N	Centímetros	1	
2.2.7	Página elegida impar Color	Centímetros	1	
2.2.8	Solicitada B/N - Pag. Elegida impar	Centímetros	1	
2.2.9	Solicitada Color - Pag. Elegida impar	Centímetros	1	
2.2.10	Solicitada B/N - Pag. Indeterminada	Centímetros	1	
2.2.11	Solicitada Color - Pag. Indeterminada	Centímetros	1	
2.2.12	Inserto sin impresión. 30.000 ejemplares. Zona Asunción, Área Metropolitana, Ciudad del Este, Encarnación y Coronel Oviedo.	Centímetros	1	
2.2.13	Inserto con impresión. 30.000 ejemplares. Zona Asunción, Área Metropolitana, Ciudad del Este, Encarnación y Coronel Oviedo. Papel ilustración, tamaño A3 (abierto), color, 4 y 8 páginas.	Centímetros	1	
2.3	ULTIMA HORA - Lunes a sábado			

2.3.1	Página Indeterminada B/N	Centímetros	1	
2.3.2	Página Indeterminada Color	Centímetros	1	
2.3.3	Página elegida 3 Color	Centímetros	1	
2.3.4	Página elegida 5 Color	Centímetros	1	
2.3.5	Página elegida 7 Color	Centímetros	1	
2.3.6	Página elegida impar B/N	Centímetros	1	
2.3.7	Página elegida impar Color	Centímetros	1	
2.3.8	Solicitada B/N - Pag. Elegida impar	Centímetros	1	
2.3.9	Solicitada Color - Pag. Elegida impar	Centímetros	1	
2.3.10	Solicitada B/N - Pag. Indeterminada	Centímetros	1	
2.3.11	Solicitada Color - Pag. Indeterminada	Centímetros	1	
2.3.12	Inserto sin impresión	Centímetros	1	
2.3.13	Inserto con impresión	Centímetros	1	
2.4	ULTIMA HORA - Domingo			
2.4.1	Página Indeterminada B/N	Centímetros	1	
2.4.2	Página Indeterminada Color	Centímetros	1	
2.4.3	Página elegida 3 Color	Centímetros	1	
2.4.4	Página elegida 5 Color	Centímetros	1	
2.4.5	Página elegida 7 Color	Centímetros	1	
2.4.6	Página elegida impar B/N	Centímetros	1	
2.4.7	Página elegida impar Color	Centímetros	1	
2.4.8	Solicitada B/N - Pag. Elegida impar	Centímetros	1	
2.4.9	Solicitada Color - Pag. Elegida impar	Centímetros	1	
2.4.10	Solicitada B/N - Pag. Indeterminada	Centímetros	1	
2.4.11	Solicitada Color - Pag. Indeterminada	Centímetros	1	
2.4.12	Inserto sin impresión	Centímetros	1	
2.4.13	Inserto con impresión	Centímetros	1	
2.4.14	Página Indeterminada B/N	Centímetros	1	
2.5	LA NACION - Lunes a sábado			
2.5.1	Página Indeterminada B/N	Centímetros	1	

2.5.2	Página Indeterminada Color	Centímetros	1	
2.5.3	Página elegida 3 Color	Centímetros	1	
2.5.4	Página elegida 5 Color	Centímetros	1	
2.5.5	Página elegida 7 Color	Centímetros	1	
2.5.6	Página elegida impar B/N	Centímetros	1	
2.5.7	Página elegida impar Color	Centímetros	1	
2.5.8	Solicitada B/N - Pag. Elegida impar	Centímetros	1	
2.5.9	Solicitada Color - Pag. Elegida impar	Centímetros	1	
2.5.10	Solicitada B/N - Pag. Indeterminada	Centímetros	1	
2.5.11	Solicitada Color - Pag. Indeterminada	Centímetros	1	
2.6	LA NACION - Domingo			
2.6.1	Página Indeterminada B/N	Centímetros	1	
2.6.2	Página Indeterminada Color	Centímetros	1	
2.6.3	Página elegida 3 Color	Centímetros	1	
2.6.4	Página elegida 5 Color	Centímetros	1	
2.6.5	Página elegida 7 Color	Centímetros	1	
2.6.6	Página elegida impar B/N	Centímetros	1	
2.6.7	Página elegida impar Color	Centímetros	1	
2.6.8	Solicitada B/N - Pag. Elegida impar	Centímetros	1	
2.6.9	Solicitada Color - Pag. Elegida impar	Centímetros	1	
2.6.10	Solicitada B/N - Pag. Indeterminada	Centímetros	1	
2.6.11	Solicitada Color - Pag. Indeterminada	Centímetros	1	
2.7	POPULAR - Lunes a sábado			
2.7.1	Página Indeterminada B/N	Centímetros	1	
2.7.2	Página Indeterminada Color	Centímetros	1	
2.7.3	Página elegida 3 Color	Centímetros	1	
2.7.4	Página elegida 5 Color	Centímetros	1	
2.7.5	Página elegida 7 Color	Centímetros	1	
2.7.6	Página elegida impar B/N	Centímetros	1	
2.7.7	Página elegida impar Color	Centímetros	1	

2.7.8	Solicitada B/N - Pag. Elegida impar	Centímetros	1	
2.7.9	Solicitada Color - Pag. Elegida impar	Centímetros	1	
2.7.10	Solicitada B/N - Pag. Indeterminada	Centímetros	1	
2.7.11	Solicitada Color - Pag. Indeterminada	Centímetros	1	
2.7.12	Inserto sin impresión	Centímetros	1	
2.7.13	Inserto con impresión	Centímetros	1	
2.8	DIARIO POPULAR - Domingo			
2.8.1	Página Indeterminada B/N	Centímetros	1	
2.8.2	Página Indeterminada Color	Centímetros	1	
2.8.3	Página elegida 3 Color	Centímetros	1	
2.8.4	Página elegida 5 Color	Centímetros	1	
2.8.5	Página elegida 7 Color	Centímetros	1	
2.8.6	Página elegida impar B/N	Centímetros	1	
2.8.7	Página elegida impar Color	Centímetros	1	
2.8.8	Solicitada B/N - Pag. Elegida impar	Centímetros	1	
2.8.9	Solicitada Color - Pag. Elegida impar	Centímetros	1	
2.8.10	Solicitada B/N - Pag. Indeterminada	Centímetros	1	
2.8.11	Solicitada Color - Pag. Indeterminada	Centímetros	1	
2.9	CRONICA - Lunes a sábado			
2.9.1	Página Indeterminada B/N	Centímetros	1	
2.9.2	Página Indeterminada Color	Centímetros	1	
2.9.3	Página elegida 3 Color	Centímetros	1	
2.9.4	Página elegida 5 Color	Centímetros	1	
2.9.5	Página elegida 7 Color	Centímetros	1	
2.9.6	Página elegida impar B/N	Centímetros	1	
2.9.7	Página elegida impar Color	Centímetros	1	
2.9.8	Solicitada B/N - Pag. Elegida impar	Centímetros	1	
2.9.9	Solicitada Color - Pag. Elegida impar	Centímetros	1	
2.9.10	Solicitada B/N - Pag. Indeterminada	Centímetros	1	
2.9.11	Solicitada Color - Pag. Indeterminada	Centímetros	1	

2.9.12	Inserto sin impresión	Centímetros	1	
2.9.13	Inserto con impresión	Centímetros	1	
2.10	CRONICA - Domingo			
2.10.1	Página Indeterminada B/N	Centímetros	1	
2.10.2	Página Indeterminada Color	Centímetros	1	
2.10.3	Página elegida 3 Color	Centímetros	1	
2.10.4	Página elegida 5 Color	Centímetros	1	
2.10.5	Página elegida 7 Color	Centímetros	1	
2.10.6	Página elegida impar B/N	Centímetros	1	
2.10.7	Página elegida impar Color	Centímetros	1	
2.10.8	Solicitada B/N - Pag. Elegida impar	Centímetros	1	
2.10.9	Solicitada Color - Pag. Elegida impar	Centímetros	1	
2.10.10	Solicitada B/N - Pag. Indeterminada	Centímetros	1	
2.10.11	Solicitada Color - Pag. Indeterminada	Centímetros	1	
2.11	5 DIAS - Lunes a viernes			
2.11.1	Página Indeterminada B/N	Centímetros	1	
2.11.2	Página Indeterminada Color	Centímetros	1	
2.11.3	Página elegida 3 Color	Centímetros	1	
2.11.4	Página elegida 5 Color	Centímetros	1	
2.11.5	Página elegida 7 Color	Centímetros	1	
2.11.6	Página elegida impar B/N	Centímetros	1	
2.11.7	Página elegida impar Color	Centímetros	1	
2.11.8	Solicitada B/N - Pag. Elegida impar	Centímetros	1	
2.11.9	Solicitada Color - Pag. Elegida impar	Centímetros	1	
2.11.10	Solicitada B/N - Pag. Indeterminada	Centímetros	1	
2.11.11	Solicitada Color - Pag. Indeterminada	Centímetros	1	
2.12	EL INDEPENDIENTE - Lunes a viernes			
2.12.1	Página Indeterminada B/N	Centímetros	1	
2.12.2	Página Indeterminada Color	Centímetros	1	
2.12.3	Página elegida 3 Color	Centímetros	1	

2.12.4	Página elegida 5 Color	Centímetros	1	
2.12.5	Página elegida 7 Color	Centímetros	1	
2.12.6	Página elegida impar B/N	Centímetros	1	
2.12.7	Página elegida impar Color	Centímetros	1	
2.12.8	Solicitada B/N - Pag. Elegida impar	Centímetros	1	
2.12.9	Solicitada Color - Pag. Elegida impar	Centímetros	1	
2.12.10	Solicitada B/N - Pag. Indeterminada	Centímetros	1	
2.12.11	Solicitada Color - Pag. Indeterminada	Centímetros	1	
2.13	EXTRA - Lunes a sábado			
2.13.1	Página Indeterminada B/N	Centímetros	1	
2.13.2	Página Indeterminada Color	Centímetros	1	
2.13.3	Página elegida 3 Color	Centímetros	1	
2.13.4	Página elegida 5 Color	Centímetros	1	
2.13.5	Página elegida 7 Color	Centímetros	1	
2.13.6	Página elegida impar B/N	Centímetros	1	
2.13.7	Página elegida impar Color	Centímetros	1	
2.13.8	Solicitada B/N - Pag. Elegida impar	Centímetros	1	
2.13.9	Solicitada Color - Pag. Elegida impar	Centímetros	1	
2.13.10	Solicitada B/N - Pag. Indeterminada	Centímetros	1	
2.13.11	Solicitada Color - Pag. Indeterminada	Centímetros	1	
2.14	EXTRA - Domingo			
2.14.1	Página Indeterminada B/N	Centímetros	1	
2.14.2	Página Indeterminada Color	Centímetros	1	
2.14.3	Página elegida 3 Color	Centímetros	1	
2.14.4	Página elegida 5 Color	Centímetros	1	
2.14.5	Página elegida 7 Color	Centímetros	1	
2.14.6	Página elegida impar B/N	Centímetros	1	
2.14.7	Página elegida impar Color	Centímetros	1	
2.14.8	Solicitada B/N - Pag. Elegida impar	Centímetros	1	
2.14.9	Solicitada Color - Pag. Elegida impar	Centímetros	1	

2.14.10	Solicitada B/N - Pag. Indeterminada	Centímetros	1	
2.14.11	Solicitada Color - Pag. Indeterminada	Centímetros	1	
2.15	REVISTA DOMINICAL ABC COLOR			
2.15.1	Aviso de pie de página medida 20x5	Unidad	1	
2.15.2	Aviso de ¼ de página medida 10x13	Unidad	1	
2.15.3	Aviso de ½ página horizontal	Unidad	1	
2.15.4	Aviso de 1 página al corte 22x28	Unidad	1	
2.15.5	Aviso en página 3 medida 22x28	Unidad	1	
2.15.6	Aviso de doble página al corte medida 44x28	Unidad	1	
SUBTOTAL LOTE 2 - PUBLICIDAD EN PRENSA ESCRITA				

LOTE 3: PUBLICIDAD EN REDES SOCIALES				
<i>Item</i>	<i>Descripción del Servicio</i>	<i>Unidad de Medida</i>	<i>Cantidad</i>	<i>Precio Unitario</i>
				<i>En Gs. - Sin IVA</i>
3.1	Facebook + Instagram (Posteos promocionales por Brand Awareness o interacción, según se plantee el objetivo del material Video ADS) ? Paquete de alcance de 500.000	Unidad	1	
3.2	Google (Red Display, Lightbox, YouTube, Adwords) ?Paquete de alcance de 300.000	Unidad	1	
3.3	Sitios Web Paraguayos - Banners Se debería indicar al menos 8 opciones de sitio	Unidad	1	
3.4	Facebook ADS -Banner Web dentro de las redes sociales oficiales, incluye Servicio de administración de comunidad para red social , generación de contenido, diseño de materiales, atención al cliente en horario de 07:00 a 17:00 hs de lunes a viernes incluido feriados, elaboración de informes mensuales	Global mensual	1	
3.5	GOOGLE- Banner Web rotativos . Elaboración y el desarrollo de estrategias de marketing online y SMM. (SMM: Es la creación, el posicionamiento y la publicidad de la marca dentro de las Redes Sociales a través de un conjunto de herramientas y estrategias de Marketing on line	Global mensual	1	
3.6	FACEBOOK -Banner Web dentro de las redes sociales oficiales, incluye Servicio de administración de comunidad para red social , generación de contenido, diseño de materiales, atención al cliente en horario de 07:00 a 17:00 hs de lunes a viernes incluido feriados, elaboración de informes mensuales	Global mensual	1	
3.7	TWITTER -Banner Web dentro de las redes sociales oficiales, incluye Servicio de administración de comunidad para red social , generación de contenido, diseño de materiales, atención al cliente en horario de 07:00 a 17:00 hs de lunes a viernes incluido feriados, elaboración de informes mensuales	Global mensual	1	
3.8	INSTAGRAM -Banner Web dentro de las redes sociales oficiales, incluye Servicio de administración de comunidad para red social , generación de contenido, diseño de materiales, atención al cliente en horario de 07:00 a 17:00 hs de lunes a viernes incluido feriados, elaboración de informes mensuales	Global mensual	1	
3.9	Facebook ADS-Banner Web rotativos . Elaboración y el desarrollo de estrategias de marketing online y SMM. (SMM: Es la creación, el posicionamiento y la publicidad de la marca dentro de las Redes Sociales a través de un conjunto de herramientas y estrategias de Marketing on line	Unidad costo por click	1	

3.10	Twitter -Banner Web rotativos . Elaboración y el desarrollo de estrategias de marketing online y SMM. (SMM: Es la creación, el posicionamiento y la publicidad de la marca dentro de las Redes Sociales a través de un conjunto de herramientas y estrategias de Marketing on line	Global mensual	1	
3.11	Instagram -Banner Web rotativos . Elaboración y el desarrollo de estrategias de marketing online y SMM. (SMM: Es la creación, el posicionamiento y la publicidad de la marca dentro de las Redes Sociales a través de un conjunto de herramientas y estrategias de Marketing on line	Global mensual	1	
SUBTOTAL LOTE 3 - PUBLICIDAD EN REDES SOCIALES				

LOTE 4: ELABORACIÓN DE MATERIAL AUDIOVISUAL PARA REDES SOCIALES

Item	Descripción del Servicio	Unidad de Medida	Cantidad	Precio Unitario
				En Gs. - Sin IVA
4.1	Elaboración del planning general y específico de la campaña institucional, ideas publicitarias, guiones, storyboard, insight estratégico.	Unidad	1	
4.2	Video entrevistas Asunción/Central a dos cámaras. Incluye: Realización de redacción de gacetilla de prensa para edición, cronista para entrevistas, edición de video con enfoque periodístico, animaciones en 2D, post producción, musicalización y pack final. <i>Video de hasta 1 minuto de duración.</i> Obs: El Oferente deberá tener móvil para su traslado de equipos y personal.	Unidad	1	
4.3	Video entrevistas Asunción/Central a dos cámaras. Incluye: Realización de redacción de gacetilla de prensa para edición, cronista para entrevistas, edición de video con enfoque periodístico, animaciones en 2D, post producción, musicalización y pack final. <i>Video de hasta 3 minutos de duración</i> Obs: El Oferente deberá tener móvil para su traslado de equipos y personal.	Unidad	1	
4.4	Grabación de locución en estudio. Incluye cache del locutor/a (La cotización debe incluir hasta 3 correcciones de locución)	Unidad	1	
4.5	Composición de efectos visuales en 2D	Unidad	1	
4.6	Composición de efectos visuales en 3D	Unidad	1	
4.7	Zócalos en 2D	Unidad	1	
4.8	Zócalos en 3D	Unidad	1	
4.9	Motion Graphics 2D	Unidad	1	
4.10	Motion Graphics 3D	Unidad	1	
4.11	Servicio de Live streaming, por las redes sociales oficiales en Asunción/Central .Obs: El Oferente deberá tener móvil para su traslado de equipos y personal.	Unidad	1	
4.12	Servicio de Live streaming, por las redes sociales oficiales en el interior del país hasta 650km de Asunción. .Obs: El Oferente deberá tener móvil para su traslado de equipos y personal.	Unidad	1	
4.13	Elaboración de spots de televisión de 30 segundos de duración que incluya producción integral, locación, actores, con cámaras de imagen de alta definición, grúa, traveling, drone 4K, 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.	Unidad	1	

4.14	Elaboración de spots de televisión de 45 segundos de duración que incluya producción integral, grabación en estudio con chroma key, actores, con cámaras de imagen de alta definición, 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.	Unidad	1	
4.15	Banner Gif animado	Unidad	1	
4.16	Banner Flash	Unidad	1	
4.17	Banner Jpg	Unidad	1	
4.18	Creación de video bumper de 6 seg para youtube	Unidad	1	
4.19	Creación de video bumper de 10 seg para youtube	Unidad	1	
4.20	Servicio de adaptación de materiales audiovisuales en versión 16:9 para Instagram	Unidad	1	
4.21	Servicio de adaptación de materiales audiovisuales en versión 9:16 para Facebook	Unidad	1	
4.22	Servicio de reducción de materiales hasta 10 seg para redes sociales	Unidad	1	
4.23	Servicio de reducción de materiales hasta 15 seg para redes sociales	Unidad	1	
4.24	Servicio de reducción de materiales hasta 20 seg para redes sociales	Unidad	1	
4.25	Servicio de reducción de materiales hasta 30 seg para redes sociales	Unidad	1	
SUBTOTAL LOTE 4 – ELABORACIÓN DE MATERIALES AUDIOVISUALES				
TOTAL GENERAL (Sin IVA)				

FIRMA Y COMPROMISO DEL OFERENTE	
<p>EN EL ENTENDIDO DE QUE UNFPA EXPEDIRÁ UNA ORDEN DE COMPRA DENTRO DEL PERÍODO DE VALIDEZ DE LA OFERTA, POR EL PRESENTE EL SUSCRITO SE COMPROMETE, SUJETO A LOS TÉRMINOS DE DICHA ORDEN DE COMPRA, A PROVEER TODOS Y CADA UNO DE LOS BIENES Y SERVICIOS OFRECIDOS, A LOS PRECIOS COTIZADOS, Y A ENTREGARLOS EN UNO O MÁS LUGARES DESIGNADOS, DENTRO DEL PLAZO DE ENTREGA INDICADO PREVIAMENTE.</p>	
Empresa oferente:	
Nombre:	
Dirección:	
Teléfono:	
Correo:	

Representante Autorizado:		Firma:	
Nombre			
Dirección			
Teléfono			
Correo			
Personas de contacto			
Nombre		Nombre	
Teléfono		Teléfono	
Correo		Correo	

SECCIÓN VI: Formas Contractuales

El modelo de Acuerdo de Largo Plazo de UNFPA está disponible en:
[1 e LTA General Goods Services_SPANISH 0813-Rev04 \(3\).pdf \(unfpa.org\)](#)