

TDR



C N S V

CONSEJO NACIONAL DE SEGURIDAD VIAL



PROCESO DE CONTRATACIÓN DIRECTA

No. CNSV-SEDS-CD-GA-2021-16

**EL CONSEJO NACIONAL DE SEGURIDAD VIAL, A
TRAVÉS DE LA SECRETARÍA DE ESTADO EN EL
DESPACHO DE SEGURIDAD, REQUIERE LA:**

**“CONTRATACIÓN DE SERVICIOS DE
CONSULTORÍA PARA LA
ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN
SOBRE PREVENCIÓN Y SEGURIDAD
VIAL”**

ALDEA EL OCOTAL, F.M.

08 DE JUNIO DE 2021

SECCIÓN I:
INSTRUCCIONES A LOS OFERENTES PARA LA PRESENTACIÓN
DE OFERTAS

1. CONTRATANTE

El Consejo Nacional de Seguridad Vial (CNSV), a través de la Secretaría de Estado en el Despacho de Seguridad/Policía Nacional de Honduras – en adelante **EL CONTRATANTE** – promueve entre las empresas que tengan el interés de participar en el proceso de Contratación Directa No. CNSV-SEDS-CD-GA-2021-16, que tiene por objeto la “**CONTRATACIÓN DE SERVICIOS DE CONSULTORÍA PARA LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN SOBRE PREVENCIÓN Y SEGURIDAD VIAL**”, en el marco del **ESTADO DE EMERGENCIA SANITARIA** en todo el territorio nacional, declarada por el Señor Presidente Constitucional de la República en Consejo de Secretarios de Estado, mediante Decreto Ejecutivo No. PCM-005-2020 de fecha 10 de febrero de 2020, reformado por el PCM-016-2020, PCM-023-2020, y prorrogado hasta el 31 de diciembre de 2021 por el PCM-146-2020 del 29 de diciembre de 2020.

Esto con el propósito de continuar y fortalecer las acciones de prevención y control y garantizar la atención a las personas que están padeciendo de dengue; asimismo fortalecer las acciones de vigilancia, prevención, control y garantizar la atención a las personas ante la actual ocurrencia de infección por coronavirus (COVID-19).

2. JUSTIFICACIÓN

“**EL CONTRATANTE**” requiere la “**CONTRATACIÓN DE SERVICIOS DE CONSULTORÍA PARA LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN SOBRE PREVENCIÓN Y SEGURIDAD VIAL**”, con el propósito de fortalecer las capacidades internas y logísticas de dicha Dirección, que permitan contar con condiciones y herramientas propicias para mejorar el desarrollo del servicio policial, y potenciar la respuesta operativa que demanda la ciudadanía.

Todo esto como parte de las acciones y estrategias plasmadas por “EL CONTRATANTE” en el Plan Operativo Anual aprobado para el periodo 2021-2022.

3. TIPO DE CONTRATO

Como resultado de este proceso de contratación se podrá otorgar un **CONTRATO DE CONSULTORÍA** celebrado entre el Consejo Nacional de Seguridad Vial, a través de la Secretaría de Estado en el Despacho de Seguridad, y el(s) oferente(s) ganador(es).

4. OBJETO DE CONTRATACIÓN

Contratación de Servicios de Consultoría para la Estrategia de Comunicación sobre Prevención y Seguridad Vial.

5. FUENTE DE FINANCIAMIENTO

El financiamiento de esta contratación proviene de fondos del **FIDEICOMISO DE ADMINISTRACION DEL FONDO DE SEGURIDAD VIAL**, constituido entre la Secretaría de Estado en el Despacho de Finanzas (SEFIN), la Secretaría de Estado en el Despacho de Seguridad (SEDS) en representación del Consejo Nacional de Seguridad Vial y el Banco Hondureño para la Producción y la Vivienda (BANHPROVI).

6. IDIOMA DE LAS OFERTAS

Deberán presentarse en **español**, incluso información complementaria como catálogos técnicos, etc. En caso que la información complementaria esté escrita en idioma diferente al español, el proveedor deberá acompañar la traducción oficial de la Secretaría de Estado en los Despachos de Relaciones Exteriores y Cooperación Internacional para su validez.

7. NORMATIVA APLICABLE

- Constitución de la República.

- Tratados Internacionales ratificados por Honduras.
- Ley General de la Administración Pública.
- Ley de Procedimiento Administrativo.
- Ley de la Jurisdicción de lo Contencioso Administrativo.
- Ley de Contratación del Estado y su Reglamento.
- Código de Conducta y Ética del Servidor Público.
- Disposiciones Generales del Presupuesto General de la República 2021.
- Decretos Ejecutivos No. PCM-005-2020 de fecha 10 de febrero de 2020, reformado por el PCM-016-2020, PCM-023-2020, prorrogado hasta el 31 de diciembre de 2021 por el PCM-146-2020 del 29 de diciembre de 2020, y la normativa emitida en virtud de la Declaratoria de Emergencia Nacional Sanitaria por la Propagación del COVID-19.
- Demás normativa aplicable a la materia.

8. ACLARACIONES

Con el propósito de aclarar consultas que tengan los interesados en el proceso, incluyendo aquellas remitidas en formato físico o digital, el ente contratante celebrará una **Reunión Informativa de Aclaraciones bajo la modalidad virtual**, cuya participación es *opcional* y no obligatoria.

Posteriormente, se difundirá entre todos los interesados el documento oficial de Aclaraciones para su conocimiento y consideración al momento de preparar sus ofertas.

Datos de la Reunión:

- **Enlace de Ingreso:**
<https://us04web.zoom.us/j/74448064959?pwd=M1BPQTBVVk01Tnl1TGJYJTJBNENiZz09>
- **ID de Reunión:** 744 4806 4959
- **Código de Acceso:** EyACu2
- **Fecha:** 25/06/2021

- **Hora:** 10:00 a.m.
- **Período máximo para recibir aclaraciones:** lunes 28 de junio de 2021, a las 04:00 p.m., hora oficial de la República de Honduras.

9. PRESENTACIÓN DE OFERTAS

- a. Las ofertas se presentarán en formato físico en la **Ventanilla de atención al público de la Oficina de la Gerencia Administrativa de la Secretaría de Estado en el Despacho de Seguridad**, ubicada en el Edificio contiguo al Despacho Ministerial, Aldea El Ocotal, Francisco Morazán, antiguas instalaciones de la Academia Nacional de Policía, antes del Campo de Parada Marte.

Asimismo, deberá adjuntarse un CD con las ofertas en formato digital o remitirlas a los correos electrónicos siguientes: gerencia@seguridad.gob.hn y contratos.licitaciones@seguridad.gob.hn.

- La **fecha límite** de Presentación de Ofertas será: **martes 06 de julio de 2021**.
 - La **hora límite** de Presentación de Ofertas será hasta las **09:50 a.m.**, hora oficial de la República de Honduras (196 de Hondutel). Las ofertas que se reciban fuera de plazo serán rechazadas.
- b. El Acto Público de Apertura de Ofertas se realizará en el **Salón Multiusos de la Gerencia Administrativa** ubicado en el Edificio contiguo al Despacho Ministerial, Aldea El Ocotal, Francisco Morazán, antiguas instalaciones de la Academia Nacional de Policía, antes del Campo de Parada Marte, **a partir de las: 10:00 a.m.** hora oficial de la República de Honduras.

Los interesados en presenciar el Acto Público de Apertura de Ofertas podrán realizarlo también bajo la **modalidad virtual**, a través de la aplicación Zoom, ingresando en el siguiente enlace, el día y hora antes indicados.

- **Enlace:**

<https://us04web.zoom.us/j/76292552760?pwd=bUhiYS9IcWFKVC9Sd0xFeU8xYUt0dz09>

- **ID de Reunión:** 762 9255 2760
- **Código de Acceso:** daA0SL

Para ello, deberán indicar con claridad su nombre, apellido y condición en la que participa (representante – empresa, contratante, beneficiario final, etc. - veedor, órgano contralor, interesado, público en general).

- c. Los oferentes presentarán sus **ofertas firmadas y selladas, en idioma español, formato físico y digital**, en lempiras, foliadas e inicializadas en todas sus hojas por el Oferente o Representante Legal. Asimismo, los Oferentes **NO podrán presentar ofertas alternativas**.

Para la entrega de las ofertas en formato físico, deberán sujetarse a las indicaciones siguientes:

- **FORMATO FÍSICO**

Las ofertas se presentarán en tres (3) sobres diferentes, debidamente cerrados, rotulados en idioma español.

- a. **PRIMER SOBRE: OFERTA ECONÓMICA**

Contendrá Original y dos (2) copias de la Oferta Económica y será rotulado “OFERTA ECONÓMICA”.

- b. **SEGUNDO SOBRE: OFERTA TÉCNICA**

Contendrá Original y dos (2) copias de la Oferta Técnica y será rotulado “OFERTA TÉCNICA”.

- c. **TERCER SOBRE: DOCUMENTACIÓN LEGAL**

Contendrá Original y dos (2) copias de la Documentación Legal y será rotulado “DOCUMENTACIÓN LEGAL”.

Todos los sobres deberán rotularse de la manera siguiente:

PARTE CENTRAL:

Gerencia Administrativa
Secretaría de Estado en el Despacho de Seguridad
Aldea El Ocotal, Francisco Morazán

ESQUINA SUPERIOR IZQUIERDA

Nombre completo del oferente, dirección completa, números de teléfonos, correo electrónico oficial para las comunicaciones correspondientes.

ESQUINA INFERIOR IZQUIERDA

OFERTA DEL PROCESO DE CONTRATACIÓN DIRECTA
No. CNSV-SEDS-CD-GA-2021-16
“CONTRATACIÓN DE SERVICIOS DE CONSULTORÍA PARA LA
ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN SOBRE PREVENCIÓN Y
SEGURIDAD VIAL”.

ESQUINA SUPERIOR DERECHA

Fecha límite de recepción; **martes 06 de julio de 2021.**

Hora límite de recepción: **09:50 a.m.** hora oficial de la República de Honduras.

La parte de atrás de la cerradura de los sobres, debe estar estampada con el sello de la empresa.

Si el paquete no está sellado y rotulado según lo solicitado, la Secretaría de Estado en el Despacho de Seguridad no recibirá la oferta.

- **FORMATO DIGITAL**

La versión digital de las ofertas podrá remitirse anexando un CD en los sobres presentados físicamente o remitiendo la documentación pertinente a las direcciones

de correo electrónico gerencia@seguridad.gob.hn y contratos.licitaciones@seguridad.gob.hn

Cada archivo deberá identificarse según su contenido, siguiendo todas las formalidades antes descritas (firmadas, selladas, foliadas, etc.) y distinguiendo si se trata de Oferta Económica, Técnica o Documentación Legal.

10. VIGENCIA DE LAS OFERTAS

Las ofertas deberán tener una vigencia mínima de **Treinta (30)** días calendario, contados a partir del día de presentación de la oferta.

No obstante, en casos calificados y cuando fuere estrictamente necesario, el órgano contratante podrá solicitar la ampliación del plazo a todos los proponentes, siempre que fuere antes de la fecha prevista para su vencimiento.

11. DOCUMENTACIÓN A PRESENTAR:

Toda la documentación será dirigida a la Secretaría de Estado en el Despacho de Seguridad, en representación del Consejo Nacional de Seguridad Vial. Cada oferta deberá incluir los siguientes documentos:

INFORMACIÓN LEGAL (SOBRE DOCUMENTACIÓN LEGAL):

- a. Copia de Escritura de Constitución y sus Reformas debidamente inscritas en el Registro Mercantil.
- b. Copia del Poder del Representante Legal del oferente, debidamente inscrito en el Registro Mercantil.
- c. Copia de RTN del Representante Legal de la empresa.

- d. Copia de Tarjeta de Identidad y RTN del Representante Legal de la empresa.
- e. Constancia de Inscripción en el Registro de Proveedores y Contratistas del Estado extendida por ONCAE, o que se encuentra en trámite, en su caso.
- f. Constancia de Solvencia extendida por el Servicio de Administración de Rentas (SAR).
- g. Constancia de no tener litigios pendientes contra el Estado de Honduras, extendida por la Procuraduría General de la República.
- h. Declaración Jurada sobre Prohibiciones o Inhabilidades.
- i. Declaración Jurada de la empresa y de su Representante Legal de no estar comprendido en ninguno de los casos señalados de los artículos 3 y 4 de la Ley Contra el Lavado de Activos.
- j. Declaración Jurada de la empresa y de su Representante Legal de que actúa conforme a los Principios de Buena Fe, Integridad, Honorabilidad y Conducta Ética, Moral y respeto a las Leyes de la República, y no se ha prestado, ofrecido ni aceptado para la comisión de colusión, actos deshonestos, prácticas corruptivas, engaño, influencia y otros que vulneren la legalidad y transparencia del presente proceso de contratación.
- k. Formulario de Información sobre el Oferente.
- l. Copia del Formulario de Presentación de Oferta (**DEBE INCLUIRSE SU ORIGINAL EN EL SOBRE DE LA OFERTA ECONÓMICA**).

En caso de presentar copia de documentos, estas deberán venir debidamente autenticadas por Notario Público.

Las auténticas de fotocopias y firmas deberán presentarse en certificados de autenticidad separados.

INFORMACIÓN FINANCIERA (INCLUIR EN EL SOBRE DE DOCUMENTACIÓN LEGAL):

- a) Documentos probatorios de acceso inmediato a dinero en efectivo **por al menos el 50%** del valor total de la oferta, pueden ser evidencias de montos depositados en caja y bancos, constancias de créditos abiertos otorgados por instituciones bancarias, nacionales o extranjeras, etc.
- b) Copia autenticada de los Estados Financieros del ejercicio fiscal inmediato anterior, auditados por una compañía debidamente autorizada e inscrita en la Comisión Nacional de Bancos y Seguros.
- c) Los índices financieros de liquidez y endeudamiento mínimos requeridos son los siguientes: Índice de Liquidez: Activo Corriente/Pasivo Corriente, Índice de Endeudamiento: Pasivo Total/Activo Total.
- d) Autorización para que la Secretaría de Estado en el Despacho de Seguridad¹ pueda verificar la documentación presentada con los emisores.

INFORMACIÓN TÉCNICA (SOBRE OFERTA TÉCNICA):

1. Presentación de un portafolio o dossier de la empresa, con énfasis en los trabajos de campañas sociales más relevantes realizadas en los últimos cinco años; por cada trabajo incluido en el dossier deberá describir:

- a) Nombre de la campaña
- b) Año de la campaña
- c) Duración de la campaña (mes/al mes)
- d) Cliente (nombre de la organización, nombre y correo electrónico de la persona contacto)
- e) Naturaleza/Descripción de la campaña

¹ Autorización debe presentarse en papel membretado, firmado y sellado por el Representante Legal.

- f) Público meta
- g) Impactos y logros de la campaña
- h) Monto de la campaña
- i) Listado de Clientes Corporativos

2. Perfil de la empresa no superior a quince (15) páginas, que deberá incluir la información sobre la identidad y antecedentes, localización, oficinas, web, equipos, tecnología disponible, etc.

3. La empresa deberá de contar con un mínimo de 10 años de experiencia en el sector de publicidad, marketing o comunicaciones. Se requiere como mínimo de tres (3) contratos de campañas masivas de comunicación de valor (en conjunto no menor a USD 700,000.00), naturaleza (por lo menos uno de los contratos debe ser de temáticas sociales, ambientales, en derechos humanos o gobernabilidad) y complejidad (que en por lo menos dos contratos se hayan requerido servicios multidisciplinarios, por ejemplo: equipo creativo, equipo de diseño, equipo de gestión de prensa, equipo de redes sociales, etc.), en los últimos 5 años.

4. La experiencia será acreditada mediante la presentación de copia de contratos o certificación/constancia de clientes con la siguiente información: fecha de inicio y finalización del contrato (si aún no ha finalizado deberá de indicar el porcentaje que a la fecha se ha ejecutado), duración del contrato, valor expresado en cifras, nivel de satisfacción (malo, bueno, muy bueno, excelente), naturaleza del servicio, complejidad del servicio, entre otros. Indicar nombre, número de teléfono y correo electrónico de la persona contacto.

5. Presentar el organigrama de la empresa con indicación de puestos.

6. Facturación anual promedio mínimo de USD 1,000,000.00 durante los últimos 3 años (acumulativo).

7. Calificación del personal clave propuesto (cumple/no cumple).

El personal directamente implicado por evaluar es:

- Director de proyecto: Profesional con título universitario en comunicación, comunicación social, comunicación corporativa o carrera afín. Con Maestría. Mínimo 15 años de experiencia. Experiencia específica de 8 años en campañas sociales.
- Creativo Senior: Profesional con título universitario en marketing, diseño gráfico o afines. Mínimo 10 años de experiencia en conceptualización y campañas. Experiencia en al menos 4 campañas sociales.
- Diseñador gráfico: Profesional con título universitario en diseño gráfico o afines. Mínimo 3 años de experiencia. Experiencia específica en al menos 2 campañas sociales.
- Relacionador público: Profesional con título en periodismo, comunicación, marketing o afines. Con Maestría. Al menos 10 años de experiencia profesional. Experiencia específica en relación con periodistas.
- Planificador de medios: Título en comunicación, marketing, técnico en comunicación o afines. Al menos 10 años de experiencia laboral. Experiencia específica de al menos 7 años en negociación con medios, manejo de pauta publicitaria, negociación publicitaria.

8. Metodología, enfoque y plan de aplicación propuestos con su respectivo organigrama según Términos de Referencia.

INFORMACIÓN ECONÓMICA (SOBRE OFERTA ECONÓMICA)

- a. Original del Formulario de Presentación de Oferta (Ver Anexos).
- b. Plan de Oferta o Formato de Cotización (Ver Anexos).
- c. Este Plan deberá ser firmado y sellado por el Representante Legal del ofertante, en papel membretado. Los precios deberán presentarse en Lempiras y únicamente con dos decimales.
- d. El valor total de la oferta deberá comprender todos los impuestos correspondientes y costos asociados hasta la entrega de los bienes y/o servicios ofertados a la Secretaría de Estado en el Despacho de Seguridad/Policía Nacional.

12. CRITERIOS DE EVALUACIÓN TÉCNICA

Las ofertas serán evaluadas de acuerdo a la siguiente rutina de fases acumulativas y criterios:

#	Criterios	Puntos obtenibles
1	Calificación, capacidad y experiencia del oferente	15
2	Metodología, enfoque y plan de aplicación propuestos	40
3	Estructura de gestión y personal clave	15
	Total	70
	Puntaje mínimo para pasar:	60

#	Criterios: calificación, capacidad y experiencia del oferente	Puntos obtenibles
1	Experiencia en el sector de publicidad, marketing o comunicaciones: Mínimo 10 años (cumple/no cumple) Más de 10 a 19 años: 1 punto. Más de 20 años: 2 puntos.	2
2	Campañas sociales: 1 campaña (cumple/no cumple). 2 campañas: 1 punto. 3 o más campañas: 2 puntos	2
3	Experiencia con clientes: Experiencia con institución pública: 2 puntos. Experiencia con organismo internacional: 1 punto. Experiencia con ONGs: 1 punto. Experiencia con sector privado: 1 punto.	5
4	Capacidad: Descripción de servicios con al menos estos servicios en la misma campaña: concepto creativo, gestión de prensa, comunicación de crisis, pauta publicitaria, gestión de redes sociales, producción audiovisual: 1 punto por cada cliente que cumpla con todos los servicios al mismo tiempo hasta un máximo de 4 puntos. Listado de clientes corporativos: 0.5 puntos hasta un máximo de 2 puntos.	6

#	Criterios: Metodología, enfoque y plan de aplicación propuestos	Puntos obtenibles
1	¿Se describe de manera clara y a profundidad la propuesta metodológica establecida para lograr los productos definidos en los TDR? Incluye descripción detallada del enfoque metodológico de manera comprensible y clara (10 puntos). El enfoque metodológico es coherente con los objetivos de la campaña y los productos esperados, además, demuestra experiencia y brinda un valor agregado a la realización de la campaña (10 puntos). El enfoque metodológico incluye estrategias diferenciadas de acuerdo con los distintos públicos objetivos, así como un enfoque de género e interculturalidad (10 puntos).	30
2	¿El plan de trabajo presentado incluye de manera clara las actividades, responsables y plazos conforme a lo expresado en los términos de referencia?	10

Incluye un plan de trabajo detallado de las actividades, servicios y productos a realizar conforme a los TDR. (4 puntos)	
La secuencia de actividades y la planificación es lógica y responde a lo solicitado en los TDR. (3 punto)	
Incluye un cronograma detallado de las actividades a realizar conforme a los TDR (3 puntos).	

#	Criterios: Estructura de gestión y personal clave	Puntos obtenibles
1	<p>Director de proyecto: Profesional con título universitario en comunicación, comunicación social, comunicación corporativa o afín (cumple/no cumple).</p> <p>Con Maestría: 1 punto. Mínimo 15 años de experiencia: 2 puntos. Experiencia específica de 8 años en campañas sociales: 2 puntos.</p>	5
2	<p>Creativo Senior: Profesional con título universitario en marketing, diseño gráfico o afines. (cumple/no cumple).</p> <p>Mínimo 10 años de experiencia en conceptualización y campañas: 1 punto. Experiencia en al menos 4 campañas sociales: 1 punto.</p>	2
3	<p>Diseñador gráfico: Profesional con título universitario en diseño gráfico o afines (cumple/no cumple).</p> <p>Mínimo 3 años de experiencia: 1 punto. Experiencia específica en al menos 2 campañas sociales: 1 punto.</p>	2
4	<p>Relacionador público: Profesional con título en periodismo, comunicación, marketing o afines. (cumple/no cumple).</p> <p>Con Maestría: 1 punto Al menos 10 años de experiencia profesional: 1 punto</p>	2
5	<p>Planificador de medios: Título en comunicación, marketing, técnico en comunicación o afines. (cumple/no cumple).</p> <p>Al menos 10 años de experiencia laboral: 2 puntos. Experiencia específica de al menos 7 años en negociación con medios, manejo de pauta publicitaria, negociación publicitaria: 2 puntos.</p>	4

- **La institución se reserva el derecho de solicitar y programar una inspección o visita de campo para validar la información contenida en los sobres, verificar la calidad de equipos (materiales y otros), requerir de demostración práctica, etc.**
- **Una vez adjudicado el contrato, la empresa ganadora deberá firmar una Declaración de Confidencialidad y Ética en la que ha de indicar cualquier conflicto de interés que tenga o pueda tener durante la ejecución del respectivo Contrato.**

- **La Propuesta Técnica no deberá incluir precios o información financiera. Caso contrario la misma será considerada no habilitada.**
- **La oferta técnica deberá incluir metodologías detalladas para el desarrollo de cada aspecto de esta solicitud de propuesta.**
- **No está permitida en la presente Contratación Directa, asociación o participación en consorcio.**

13. TÉRMINOS DE REFERENCIA

1. Antecedentes

Los accidentes viales son un problema de salud pública, lo que supone un aumento del gasto público del Estado, pero también un cambio en la vida de las familias afectadas (trauma o muerte).

El aumento del parque vehicular hace que el riesgo de accidentes aumente, más cuando se entrecruza con el aumento de ciclistas, motociclistas y transeúntes, que son los grupos más afectados por accidentes con consecuencia de muerte.

Honduras se encuentra por sobre la tasa regional de mortalidad causada por accidentes (2021), siendo la segunda causa de muertes externas en el país (tasa: 9.61 por cada 100 mil) (141 muertes al mes; 5 muertes cada día). Los fines de semana es cuando más se registran ocurrencias.

Las ciudades más afectadas son el Distrito Central, San Pedro Sula y Choloma. Los hombres son más afectados que las mujeres (86.8% v/s 13.2%). De los 20 a 29 años se ubicaron la mayoría de las víctimas, seguido del grupo de adultos mayores.

Atropellos y colisiones son los dos principales eventos de tránsito con producto de muerte. 30% de las víctimas son producto de volcamientos, despistes y choques. La imprudencia (peatón y conductor), falta de pericia y obstrucción son las principales causas.

Las prevenciones de los accidentes de tránsito no dependen solamente de tener regulaciones o políticas, sino que requieren de un cambio cultural, pues las malas prácticas pueden evitarse mediante la sensibilización.

Por más que se fortalezca la Ley de Tránsito, por ejemplo, con límites de velocidad, no manejar bajo la influencia del alcohol o usar el cinturón, si no hay un cambio actitudinal en las personas, las leyes solo serán disuasivas.

Debemos construir una cultura que nos permita como población entender la seguridad vial como un compromiso de todos y todas.

2. Objetivo

Sensibilizar a la población (conductores y transeúntes) para modificar hábitos y conductas negativas en la vía para prevenir accidentes de tránsito y disminuir el riesgo de mortalidad en los desplazamientos.

3. Objetivos específicos

- Diseñar y ejecutar una campaña de sensibilización e información sobre seguridad vial.
- Promover cambios de comportamiento de riesgo asociados a las principales causas de accidentes.
- Difundir campañas con enfoque de género e interculturalidad, que facilite el acceso de la información a todos los grupos de interés.
- Desarrollar productos comunicacionales para poblaciones indígenas de diferentes procedencias culturales en el país, por ejemplo; Miskita, comunidades garífunas o afrodescendientes, y otras ubicada geográficamente en el interior del país, tomando en consideración sus lenguas y sus costumbres.
- Desarrollar las piezas, productos y acciones de comunicación (afiches, spots, cuñas radiales, conferencias de prensa, etc.) de acuerdo con los públicos objetivo.
- Gestionar, contratar, reportar y monitorear el impacto de la publicidad por diferentes medios/plataformas a través de una empresa especializada en monitoreo publicitario.

- Mejorar el comportamiento de los usuarios de las vías de tránsito mediante campañas de seguridad vial.

4. Actividades

- Desarrollar la estrategia de comunicación de la campaña por implementar conteniendo al menos los siguientes apartados: objetivo general, objetivos específicos (SMART), lineamientos de comunicación, modelo de comunicación, actividades y sub actividades, responsables, entregables, indicadores y testigos, cronograma de implementación.
- Desarrollar imagen Corporativa del CNSV.
- Desarrollar el concepto creativo de la campaña por implementar, validarlo mediante grupo focal en Tegucigalpa y San Pedro Sula, además de en primera instancia con el contratante.
- Crear los artes y piezas gráficas y audiovisuales necesarias para implementar la campaña y sus adecuaciones mensuales.
- Gestionar, contratar, reportar y monitorear la publicidad en plataformas virtuales y en medios tradicionales de cobertura nacional y regional empleando una empresa especializada en monitoreo de publicidad en medios.
- Desarrollo de un Plan de Marketing Digital en base al ecosistema digital.
- Colaborar en la cobertura de conferencias de prensa (comunicado, fotografía, distribución comunicado) vinculadas a la campaña y al CNSV y convocar periodistas, asegurando la participación de al menos 10 medios de comunicación de cobertura nacional por evento.
- Apoyar la gestión de crisis comunicacionales y de reputación en el marco de la campaña.
- Desarrollo de plan de medios y gestionar la pauta publicitaria a nivel nacional y local.

5. Productos

- **Producto 1:** Estrategia de comunicación con objetivo general, objetivos específicos (SMART), lineamientos de comunicación, modelo de comunicación, actividades y sub

actividades, responsables, entregables, indicadores y testigos, cronograma de implementación.

- **Producto 2:** Desarrollo de un concepto creativo, slogan y mensajes de la campaña multi-target. Este producto será revisado y aprobado por el contratante, una vez aprobado la empresa validará el concepto de la campaña, sus mensajes y piezas gráficas principales con el público objetivo mediante dos grupos focales, uno en Tegucigalpa y otro en San Pedro Sula antes de iniciar el proceso de difusión. La retroalimentación de los grupos focales debe ser integrada en el concepto creativo. Se deberá incluir la imagen corporativa del CNSV.

- **Producto 3:** Desarrollo y gestión de un plan de medios y contratación de pauta publicitaria para el desarrollo de la campaña de seguridad vial con prensa web, radio, televisión y redes sociales. Se requiere de un reporte mensual de pauta contratada con respaldos de televisión, radio, prensa web y métricas de redes sociales, así como informes mensuales de pago a los medios incluyendo las facturas. Asimismo, se requiere de un informe final de resultados obtenidos, el alcance e impactos del Plan por medios.
 - El plan de medios para la oferta económica por presentar, debe incluir, al menos 12 medios televisivos de mayor rating que permitan lograr en conjunto más de 1,000 impactos al mes, y sobrepasar los 3,500 GRPs mensuales.
 - El plan de medios debe incluir televisión, cable local, radio, exteriores, prensa y prensa web.
 - Se evaluará la capacidad de negociación y de ROI (disminución de los accidentes viales) que negocie la empresa para el plan de medios a incluir en esta solicitud de cotización.

- **Producto 4:** Edición, producción, postproducción, musicalización con compra de derechos de autor, de spots radiales (al menos 3 cuñas), como de spots de televisión (al menos 3 spots), con inclusión de lenguaje de señas.

- **Producto 5:** Desarrollo de plan de marketing digital que incluya plan de publicaciones, desarrollo de contenido basado en los diversos públicos de la campaña. Se incluye Facebook e Instagram con diseños y copys. Se incluye twitter con información de interés noticioso (no solo arte, sino que investigación para atraer interés de los medios). Se contempla la creación de 3 piezas gráficas semanales para Facebook e Instagram (12 al mes), 4 publicaciones en twitter con datos de carácter noticioso a la semana (16 al mes), la contratación de pauta publicitaria para web y redes sociales. Los contenidos deben incluir 1 video corto/gif/animación a la semana (4 al mes) y 2 posts de imagen (8 al mes). Solo se podrán utilizar personas hondureñas en las imágenes, debiendo integrarse la diversidad de públicos foco de esta campaña. Si es necesario hacer sesiones de fotografía, deberán ser incluidas en la oferta económica.
- **Producto 6:** Desarrollar un manual de gestión de crisis e implementar planes de contingencia de ser necesario. Dar seguimiento a la campaña en medios de comunicación y presentar informes semanales de su abordaje en medio con gráficas de positivo/negativo/neutro.
- **Producto 7:** Desarrollar un (1) comunicado/nota de prensa semanal (4 al mes) y distribuirlo a los medios de comunicación sensibilizando y educando sobre la problemática de los accidentes de tránsito.
- **Producto 8:** Desarrollar una (1) dinámica de comunicación para el desarrollo (C4D) cada dos meses con policías de tránsito para sensibilizar a los conductores.
- **Producto 9:** Elaborar reportes mensuales de las acciones implementadas y avance en los indicadores de la estrategia de comunicación, brindar recomendaciones de ajuste a la campaña. Elaborar el informe final de toda la campaña con los resultados alcanzados y las lecciones aprendidas.

6. Calendario de productos

ETAPA	FECHA ENTREGA
Etapa 1	Semana 1 a 3 del contrato
<p>Producto 1: estrategia de comunicación con objetivo general, objetivos específicos (SMART), lineamientos de comunicación, modelo de comunicación, actividades y sub actividades, responsables, entregables, indicadores y testigos, cronograma de implementación.</p> <p>Producto 2: Desarrollo de un concepto creativo, slogan y mensajes de la campaña multi-target. Este producto será revisado y aprobado por el contratante, una vez aprobado la empresa validará el concepto de la campaña, sus mensajes y piezas gráficas principales con el público objetivo mediante dos grupos focales, uno en Tegucigalpa y otro en San Pedro Sula antes de iniciar el proceso de difusión. La retroalimentación de los grupos focales debe ser integrada en el concepto creativo.</p> <p>Producto 3: Desarrollo y gestión de un plan de medios.</p> <p>Producto 5: Desarrollo de plan de marketing digital.</p>	<p>Todos los productos deben entregarse en la primera y segunda semana y en la tercera semana queda la validación con grupos focales (producto 2) y la incorporación de retroalimentación (productos 1, 3 y 5).</p>
Etapa 2	Semana 4 y 5
<p>Producto 6: Desarrollar un manual de gestión de crisis e implementar planes de contingencia de ser atingente.</p> <p>Producto 4: Edición, producción, postproducción, musicalización con compra de derechos de autor, de un spot radial y un spot de televisión con inclusión de lenguaje de señas. Contratación de 30 vallas publicitarias (10 TGU, 10 SPS y 10 en las principales carreteras del país)</p> <p>Producto 5: Iniciar la implementación del plan de marketing digital con publicaciones de redes sociales e inversión de pauta publicitaria.</p> <p>Producto 3: contratación de pauta publicitaria aprobada e inicio de publicidad.</p>	
Etapa 3	Mes 2
<p>Producto 3: gestión del plan de medios aprobado y contratación de pauta publicitaria. Entrega reporte 1 de inversión de pauta.</p> <p>Producto 5: implementación del plan de marketing digital con publicaciones de redes sociales e inversión de pauta publicitaria.</p> <p>Producto 6: Seguimiento a la campaña en medios de comunicación y presentar informes semanales de su abordaje en medio con gráficas de positivo/negativo/neutro.</p> <p>Producto 7: Desarrollar un (1) comunicado/nota de prensa semanal (4 al mes) y distribuirlo a los medios de comunicación sensibilizando sobre la problemática de los accidentes de tránsito.</p> <p>Producto 8: Desarrollar una (1) dinámica de comunicación para el desarrollo (C4D) con policías de tránsito para sensibilizar a los conductores.</p>	

Producto 9: Elaborar reporte mensual de las acciones implementadas y avance en los indicadores de la estrategia de comunicación, brindar recomendaciones de ajuste a la campaña.	
Etapa 4	Mes 3
<p>Producto 3: gestión del plan de medios aprobado y contratación de pauta publicitaria. Entrega reporte 2 de inversión de pauta.</p> <p>Producto 5: implementación del plan de marketing digital con publicaciones de redes sociales e inversión de pauta publicitaria.</p> <p>Producto 6: Seguimiento a la campaña en medios de comunicación y presentar informes semanales de su abordaje en medio con gráficas de positivo/negativo/neutro.</p> <p>Producto 7: Desarrollar un (1) comunicado/nota de prensa semanal (4 al mes) y distribuirlo a los medios de comunicación sensibilizando sobre la problemática de los accidentes de tránsito.</p> <p>Producto 9: Elaborar reporte mensual de las acciones implementadas y avance en los indicadores de la estrategia de comunicación, brindar recomendaciones de ajuste a la campaña.</p>	
Etapa 5	Mes 4
<p>Producto 3: gestión del plan de medios aprobado y contratación de pauta publicitaria. Entrega reporte 3 de inversión de pauta.</p> <p>Producto 4: Edición, producción, postproducción, musicalización con compra de derechos de autor, de un spot radial y un spot de televisión con inclusión de lenguaje de señas.</p> <p>Producto 5: implementación del plan de marketing digital con publicaciones de redes sociales e inversión de pauta publicitaria.</p> <p>Producto 6: Seguimiento a la campaña en medios de comunicación y presentar informes semanales de su abordaje en medio con gráficas de positivo/negativo/neutro.</p> <p>Producto 7: Desarrollar un (1) comunicado/nota de prensa semanal (4 al mes) y distribuirlo a los medios de comunicación sensibilizando sobre la problemática de los accidentes de tránsito.</p> <p>Producto 8: Desarrollar una (1) dinámica de comunicación para el desarrollo (C4D) con policías de tránsito para sensibilizar a los conductores.</p> <p>Producto 9: Elaborar reporte mensual de las acciones implementadas y avance en los indicadores de la estrategia de comunicación, brindar recomendaciones de ajuste a la campaña.</p>	
Etapa 6	Mes 5
<p>Producto 3: gestión del plan de medios aprobado y contratación de pauta publicitaria. Entrega reporte 4 de inversión de pauta.</p> <p>Producto 5: implementación del plan de marketing digital con publicaciones de redes sociales e inversión de pauta publicitaria.</p>	

<p>Producto 6: Seguimiento a la campaña en medios de comunicación y presentar informes semanales de su abordaje en medio con gráficas de positivo/negativo/neutro.</p> <p>Producto 7: Desarrollar un (1) comunicado/nota de prensa semanal (4 al mes) y distribuirlo a los medios de comunicación sensibilizando sobre la problemática de los accidentes de tránsito.</p> <p>Producto 9: Elaborar reporte mensual de las acciones implementadas y avance en los indicadores de la estrategia de comunicación, brindar recomendaciones de ajuste a la campaña.</p>	
Etapa 7	Mes 6
<p>Producto 3: gestión del plan de medios aprobado y contratación de pauta publicitaria. Entrega reporte 5 de inversión de pauta.</p> <p>Producto 4: Edición, producción, postproducción, musicalización con compra de derechos de autor, de un spot radial y un spot de televisión con inclusión de lenguaje de señas.</p> <p>Producto 5: implementación del plan de marketing digital con publicaciones de redes sociales e inversión de pauta publicitaria.</p> <p>Producto 6: Seguimiento a la campaña en medios de comunicación y presentar informes semanales de su abordaje en medio con gráficas de positivo/negativo/neutro.</p> <p>Producto 7: Desarrollar un (1) comunicado/nota de prensa semanal (4 al mes) y distribuirlo a los medios de comunicación sensibilizando sobre la problemática de los accidentes de tránsito.</p> <p>Producto 8: Desarrollar una (1) dinámica de comunicación para el desarrollo (C4D) con policías de tránsito para sensibilizar a los conductores.</p> <p>Producto 9: Elaborar reporte mensual de las acciones implementadas y avance en los indicadores de la estrategia de comunicación, brindar recomendaciones de ajuste a la campaña.</p>	

7. Coordinación y supervisión

El prestador de servicios estará bajo la supervisión de la Secretaría de Seguridad/CNSV.

8. Conformidad del servicio

La aprobación de productos estará a cargo de la Secretaría de Seguridad/CNSV.

9. Periodo de la contratación

La duración de la ejecución de la campaña es por un periodo de 6 meses.

GARANTÍAS

Se aceptarán solamente Fianzas y Garantías Bancarias emitidas por instituciones debidamente autorizadas, Cheques Certificados y Bonos del Estado representativos de obligaciones de la deuda pública, que fueren emitidos de conformidad con la Ley de Crédito Público.

a. GARANTÍA DE CUMPLIMIENTO DE CONTRATO

- Plazo de presentación: Hasta **cinco (05) días hábiles** posteriores a la suscripción del contrato.
- Valor: La Garantía de Cumplimiento del Contrato deberá ser al menos, por el valor equivalente **al quince por ciento (15%)** del monto contractual.
- Vigencia: Deberá estar vigente hasta **al menos noventa (90) días calendario** posteriores a la fecha de vencimiento de la vigencia del contrato.
- Esta garantía se incrementará en la misma proporción en que el valor del contrato llegase a aumentar.

b. GARANTÍA DE CALIDAD²

- Plazo de presentación: Hasta **cinco (05) días hábiles** después de la Recepción Final del Suministro.
- Valor: La Garantía de Calidad sustituirá la Garantía de Cumplimiento del Contrato, cuyo monto será **equivalente al cinco por ciento (5%)** del monto contractual.
- Vigencia: **Un (01) año** contado a partir de la Recepción Final.

² Garantía de Calidad: Solamente en caso de requerirlo la institución para los suministros que sean pertinentes.

14. FORMA DE PAGO

Los pagos se realizarán en cada una de las 6 etapas, conforme los servicios que han sido ejecutados y la pauta que haya sido contratada y emitida / validada en cada uno de sus informes más la comisión por gestión de pauta ofertada y adjudicada.

15. MULTAS

Cuando el Proveedor incurriere en mora en el cumplimiento de sus obligaciones contractuales por causas imputables al mismo, se le impondrá el pago de una multa por cada día de retraso, de conformidad lo establecido en la Ley de Contratación del Estado, su Reglamento y las Disposiciones Generales del Presupuesto General de Ingresos y Egresos de la República vigentes.

TÉRMINOS Y CONDICIONES GENERALES PARA LA CONTRATACIÓN

1. La Adjudicación de esta Contratación será en una sola oferta.

En ese sentido, los oferentes deberán cotizar la cantidad total de servicios solicitados.

2. La Oferta Económica debe formularse **considerando el INCOTERM DDP** (Puesto en lugar convenido, asumiendo todos los costos).

ANEXOS

Formulario de Información sobre el Oferente

[El Oferente deberá completar este formulario de acuerdo con las instrucciones siguientes. No se aceptará ninguna alteración a este formulario ni se aceptarán sustitutos.]

Fecha: *[indicar la fecha (día, mes y año) de la presentación de la Oferta]*

No.: *[indicar el número del proceso]*

Página _____ de _____ páginas

1. Nombre jurídico del Oferente <i>[indicar el nombre jurídico del Oferente]</i>
2. País donde está constituido o incorporado el Oferente en la actualidad o País donde intenta constituirse o incorporarse <i>[indicar el país de ciudadanía del Oferente en la actualidad o país donde intenta constituirse o incorporarse]</i>
3. Año de constitución o incorporación del Oferente: <i>[indicar el año de constitución o incorporación del Oferente]</i>
4. Dirección jurídica del Oferente en el país donde está constituido o incorporado: <i>[indicar la Dirección jurídica del Oferente en el país donde está constituido o incorporado]</i>
5. Información del Representante autorizado del Oferente: Nombre: <i>[indicar el nombre del representante autorizado]</i> Dirección: <i>[indicar la dirección del representante autorizado]</i> Números de teléfono y facsímil: <i>[indicar los números de teléfono y facsímil del representante autorizado]</i> Dirección de correo electrónico: <i>[indicar la dirección de correo electrónico del representante autorizado]</i>
6. Se adjuntan copias de los documentos originales de:

Formulario de Presentación de la Oferta

[El Oferente completará este formulario de acuerdo con las instrucciones indicadas. No se permitirán alteraciones a este formulario ni se aceptarán substituciones.]

Fecha: *[Indicar la fecha (día, mes y año) de la presentación de la Oferta]*

No.: *[indicar el número del proceso]*

Invitación No.: *[indicar el No. del Llamado]*

Alternativa No. *[indicar el número de identificación si esta es una oferta alternativa]*

A: *[nombre completo y dirección del Comprador]*

Nosotros, los suscritos, declaramos que:

- a. Hemos examinado y no hallamos objeción alguna a los documentos de contratación, incluso sus Enmiendas Nos. *[indicar el número y la fecha de emisión de cada Enmienda];*
- b. Ofrecemos proveer _____ de conformidad con los Documentos de Contratación.
- c. El precio total de nuestra Oferta, excluyendo cualquier descuento ofrecido en el rubro (d) a continuación es: *[indicar el precio total de la oferta en palabras y en cifras, indicando las diferentes cifras en las monedas respectivas];*
- d. Los descuentos ofrecidos y la metodología para su aplicación son:

Descuentos. Si nuestra oferta es aceptada, los siguientes descuentos serán aplicables: *[detallar cada descuento ofrecido y el artículo específico en la Lista de Bienes al que aplica el descuento].*

Metodología y Aplicación de los Descuentos. Los descuentos se aplicarán de acuerdo a la siguiente metodología: *[Detallar la metodología que se aplicará a los descuentos];*

- e. Nuestra oferta se mantendrá vigente por el período establecido en el Documento de Contratación, a partir de la fecha límite fijada para la presentación de las ofertas. Esta oferta nos obligará y podrá ser aceptada en cualquier momento antes de la expiración de dicho período;
- f. Si nuestra oferta es aceptada, nos comprometemos a obtener una Garantía de Cumplimiento del Contrato y de Calidad, de conformidad con lo dispuesto en los Documentos de Contratación y la Ley de Contratación del Estado.
- g. La nacionalidad del oferente es:

- h. No tenemos conflicto de intereses.
- i. Nuestra empresa, sus afiliados o subsidiarias, incluyendo todos los subcontratistas o proveedores para ejecutar cualquier parte del contrato son elegibles.
- j. Las siguientes comisiones, gratificaciones u honorarios han sido pagados o serán pagados en relación con el proceso de esta contratación o ejecución del Contrato: [indicar el nombre completo de cada receptor, su dirección completa, la razón por la cual se pagó cada comisión o gratificación y la cantidad y moneda de cada dicha comisión o gratificación]

Nombre del Receptor	Dirección	Concepto	Monto

(Si no han sido pagadas o no serán pagadas, indicar “ninguna”. Si no aplica, escribir N/A)

- k. Entendemos que esta oferta, junto con su debida aceptación por escrito incluida en la notificación de adjudicación, constituirán una obligación contractual entre nosotros, hasta que el Contrato formal haya sido perfeccionado por las partes.
- l. Entendemos que ustedes no están obligados a aceptar la oferta evaluada como la más baja ni ninguna otra oferta que reciban.

Firma: *[indicar el nombre completo de la persona cuyo nombre y calidad se indican]* En calidad de *[indicar la calidad jurídica de la persona que firma el Formulario de la Oferta]*

Nombre: *[indicar el nombre completo de la persona que firma el Formulario de la Oferta]*

Debidamente autorizado para firmar la oferta por y en nombre de: *[indicar el nombre completo del Oferente]*

El día _____ del mes _____ del año _____ *[indicar la fecha de la firma]*

Declaración Jurada sobre Prohibiciones o Inhabilidades

Yo _____, mayor de edad, de estado civil _____, de nacionalidad _____, con domicilio en _____ y con Tarjeta de Identidad/pasaporte No. _____ actuando en mi condición de representante legal de _____ (Indicar el Nombre de la Empresa Oferente) _____, por la presente HAGO DECLARACIÓN JURADA: Que ni mi persona ni mi representada se encuentran comprendidos en ninguna de las prohibiciones o inhabilidades a que se refieren los artículos 15 y 16 de la Ley de Contratación del Estado, que a continuación se transcriben:

“ARTÍCULO 15.- Aptitud para contratar e inhabilidades. Podrán contratar con la Administración, las personas naturales o jurídicas, hondureñas o extranjeras, que teniendo plena capacidad de ejercicio, acrediten su solvencia económica y financiera y su idoneidad técnica y profesional y no se hallen comprendidas en algunas de las circunstancias siguientes:

- 1) Haber sido condenados mediante sentencia firme por delitos contra la propiedad, delitos contra la fe pública, cohecho, enriquecimiento ilícito, negociaciones incompatibles con el ejercicio de funciones públicas, malversación de caudales públicos o contrabando y defraudación fiscal, mientras subsista la condena. Esta prohibición también es aplicable a las sociedades mercantiles u otras personas jurídicas cuyos administradores o representantes se encuentran en situaciones similares por actuaciones a nombre o en beneficio de las mismas;
- 2) DEROGADO;
- 3) Haber sido declarado en quiebra o en concurso de acreedores, mientras no fueren rehabilitados;
- 4) Ser funcionarios o empleados, con o sin remuneración, al servicio de los Poderes del Estado o de cualquier institución descentralizada, municipalidad u organismo que se financie con fondos públicos, sin perjuicio de lo previsto en el Artículo 258 de la Constitución de la República;
- 5) Haber dado lugar, por causa de la que hubiere sido declarado culpable, a la resolución firme de cualquier contrato celebrado con la Administración o a la suspensión temporal en el Registro de Proveedores y Contratistas en tanto dure la sanción. En el primer caso, la prohibición de contratar tendrá una duración de dos (2) años, excepto en aquellos casos en que haya sido objeto de resolución en sus contratos en dos ocasiones, en cuyo caso la prohibición de contratar será definitiva;
- 6) Ser cónyuge, persona vinculada por unión de hecho o parientes dentro del cuarto grado de consanguinidad o segundo de afinidad de cualquiera de los funcionarios o empleados bajo cuya responsabilidad esté la precalificación de las empresas, la evaluación de las propuestas, la adjudicación o la firma del contrato;
- 7) Tratarse de sociedades mercantiles en cuyo capital social participen funcionarios o empleados públicos que tuvieren influencia por razón de sus cargos o participaren directa o indirectamente en cualquier etapa de los procedimientos de selección de contratistas. Esta prohibición se aplica también a las compañías que cuenten con socios que sean cónyuges, personas vinculadas por unión de hecho o parientes dentro del cuarto grado de consanguinidad o segundo de afinidad de los funcionarios o empleados a que se refiere el numeral anterior, o

aquellas en las que desempeñen, puestos de dirección o de representación personas con esos mismos grados de relación o de parentesco; y,

8) Haber intervenido directamente o como asesores en cualquier etapa de los procedimientos de contratación o haber participado en la preparación de las especificaciones, planos, diseños o términos de referencia, excepto en actividades de supervisión de construcción.

ARTÍCULO 16.- Funcionarios cubiertos por la inhabilidad. Para los fines del numeral 7) del Artículo anterior, se incluyen el Presidente de la República y los Designados a la Presidencia, los Secretarios y Subsecretarios de Estado, los Directores Generales o Funcionarios de igual rango de las Secretarías de Estado, los Diputados al Congreso Nacional, los Magistrados de la Corte Suprema de Justicia, los miembros del Tribunal Supremo Electoral, el Procurador y Subprocurador General de la República, los magistrados del Tribunal Superior de Cuentas, el Director y Subdirector General Probidad Administrativa, el Comisionado Nacional de Protección de los Derechos Humanos, el Fiscal General de la República y el Fiscal Adjunto, los mandos superiores de las Fuerzas Armadas, los Gerentes y Subgerentes o funcionarios de similares rangos de las instituciones descentralizadas del Estado, los Alcaldes y Regidores Municipales en el ámbito de la contratación de cada Municipalidad y los demás funcionarios o empleados públicos que por razón de sus cargos intervienen directa o indirectamente en los procedimientos de contratación.”

En fe de lo cual firmo la presente en la ciudad de _____,
Departamento de _____, a los _____ días de mes de
_____ de _____.

Firma: _____

Esta Declaración Jurada debe presentarse en original con la firma autenticada ante Notario (En caso de autenticarse por Notario Extranjero debe ser apostillado).

Nombre de la empresa: _____

Firma y sello del Representante Legal: _____

Garantía de Cumplimiento

FORMATO GARANTIA DE CUMPLIMIENTO ASEGURADORA / BANCO

GARANTIA / FIANZA

DE CUMPLIMIENTO N°: _____

FECHA DE EMISION: _____

AFIANZADO/GARANTIZADO: _____

DIRECCION Y TELEFONO: _____

Fianza / Garantía a favor de _____, para garantizar que el Afianzado/Garantizado, salvo fuerza mayor o caso fortuito debidamente comprobados, **CUMPLIRA** cada uno de los términos, cláusulas, responsabilidades y obligaciones estipuladas en el contrato firmado al efecto entre el Afianzado/Garantizado y el Beneficiario, para la Ejecución del Proyecto: “ _____ ” ubicado en _____.

SUMA

AFIANZADA/ GARANTIZADA: _____

VIGENCIA De: _____ **Hasta:** _____

BENEFICIARIO: _____

CLAUSULA ESPECIAL OBLIGATORIA: "LA PRESENTE GARANTÍA/FIANZA SERÁ EJECUTADA POR EL MONTO TOTAL DE LA MISMA A SIMPLE REQUERIMIENTO BENEFICIARIO, ACOMPAÑADA DE UNA RESOLUCIÓN FIRME DE INCUMPLIMIENTO, SIN NINGÚN OTRO REQUISITO, PUDIENDO REQUERIRSE EN CUALQUIER MOMENTO DENTRO DEL PLAZO DE VIGENCIA DE LA GARANTÍA/FIANZA. LA PRESENTE GARANTÍA/FIANZA EMITIDA A FAVOR DEL BENEFICIARIO CONSTITUYE UNA OBLIGACIÓN SOLIDARIA, INCONDICIONAL, IRREVOCABLE Y DE EJECUCIÓN AUTOMÁTICA; EN CASO DE CONFLICTO ENTRE EL BENEFICIARIO Y EL ENTE EMISOR DEL TÍTULO, AMBAS PARTES SE SOMETEN A LA JURISDICCIÓN DE LOS TRIBUNALES DE LA REPÚBLICA DEL DOMICILIO DEL BENEFICIARIO. LA PRESENTE CLÁUSULA ESPECIAL OBLIGATORIA PREVALECERÁ SOBRE CUALQUIER OTRA CONDICIÓN".

A las Garantías Bancarias o fianzas emitidas a favor BENEFICIARIO no deberán adicionarse cláusulas que anulen o limiten la cláusula especial obligatoria.

En fe de lo cual, se emite la presente Fianza/Garantía, en la ciudad de _____, Municipio de _____, a los _____ del mes de _____ del año _____.

FIRMA AUTORIZADA

Garantía de Calidad

FORMATO GARANTIA DE CALIDAD

ASEGURADORA / BANCO

**GARANTIA / FIANZA
DE CALIDAD:** _____

FECHA DE EMISION: _____

AFIANZADO/GARANTIZADO _____

DIRECCION Y TELEFONO: _____

Fianza / Garantía a favor de _____, para garantizar la
calidad DE SUMINISTRO del Proyecto: “ _____ ” ubicado en
_____. Construido/entregado por el
Afianzado/Garantizado _____.

**SUMA
AFIANZADA/ GARANTIZADA:** _____

VIGENCIA De: _____ Hasta: _____

BENEFICIARIO: _____

"LA PRESENTE GARANTÍA/FIANZA SERÁ EJECUTADA POR EL MONTO TOTAL DE LA MISMA A SIMPLE REQUERIMIENTO BENEFICIARIO, ACOMPAÑADA DE UNA RESOLUCIÓN FIRME DE INCUMPLIMIENTO, SIN NINGÚN OTRO REQUISITO, PUDIENDO REQUERIRSE EN CUALQUIER MOMENTO DENTRO DEL PLAZO DE VIGENCIA DE LA GARANTÍA/FIANZA. LA PRESENTE GARANTÍA/FIANZA EMITIDA A FAVOR DEL BENEFICIARIO CONSTITUYE UNA OBLIGACIÓN SOLIDARIA, INCONDICIONAL, IRREVOCABLE Y DE EJECUCIÓN AUTOMÁTICA; EN CASO DE CONFLICTO ENTRE EL BENEFICIARIO Y EL ENTE EMISOR DEL TÍTULO, AMBAS PARTES SE SOMETEN A LA JURISDICCIÓN DE LOS TRIBUNALES DE LA REPÚBLICA DEL DOMICILIO DEL BENEFICIARIO. LA PRESENTE CLÁUSULA ESPECIAL OBLIGATORIA PREVALECE SOBRE CUALQUIER OTRA CONDICIÓN".

A las Garantías Bancarias o fianzas emitidas a favor BENEFICIARIO no deberán adicionarse cláusulas que anulen o limiten la cláusula especial obligatoria.

En fe de lo cual, se emite la presente Fianza/Garantía, en la ciudad de _____, Municipio
_____, a los _____ del mes de _____ del año _____.

FIRMA AUTORIZADA