ANEXO - RESOLUCIÓN N° 196/SECM/16

ANEXO I

PROCEDIMIENTO ADMINISTRATIVO Y DE CONTROL DE CONTRATACIONES DE ESPACIOS PUBLICITARIOS Y PRODUCCIÓN DE MATERIAL PUBLICITARIO EN EL PLANO INTERNACIONAL BAJO EL MARCO DE LOS INCISOS 1, 4 Y 5 DEL ART. 28 DE LA LEY 2.095 (TEXTO CONSOLIDADO LEY N° 5.454).

DE LA COMPULSA

Artículo 1°: DE LA COMPULSA.OBJETO.

La compulsa semestral de Precios tiene por objeto la selección de los adjudicatarios en el proceso de contratación de servicios de publicidad y producción de material publicitario del Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

Tendrá su inicio en la Dirección General de Planeamiento de Medios de la Subsecretaría de Comunicación Social, o en el Organismo que en el futuro la reemplace y se confeccionará en base a los descuentos

ofrecidos sobre el precio de la tarifa bruta vigente prevista por el medio al momento de la contratación.

Artículo 2°: ALCANCE DE LA COMPULSA.

La compulsa abarcará los servicios de publicidad y la producción de material publicitario en los medios de televisión, radio, cine, vía pública y gráfica, determinados por la Dirección General de Planeamiento de Medios de acuerdo a los criterios observados en el mercado publicitario y detallados en la Planilla de Cotización prevista para cada uno de ellos.

Artículo 3°: DE LA COTIZACIÓN.

Los oferentes deberán cotizar un descuento en porcentaje sobre el precio de la tarifa bruta vigente prevista por el medio al momento de la contratación, de conformidad a la Planilla de Cotización.

Los descuentos deberán ser consignados exclusivamente en porcentajes, no pudiendo tomarse a los efectos de la comparación y elaboración de la compulsa ningún costo neto.

Los oferentes deberán realizar sus propuestas, separadamente, según el medio por el cual estén compulsando, ya sea televisión, radio, cine, vía pública o gráfica.

Las ofertas consistirán en un descuento por cada servicio ofrecido, el cual se estipulará en la Planilla de Cotización, cuyo valor será fijado por la Dirección General de Planeamiento de Medios al momento de la invitación a cotizar.

SISTEMAS DE MEDIOS

1. Los medios gráficos, televisivos y radiales a compulsar serán establecidos por la Dirección General de Planeamiento de Medios, al momento de realizar la convocatoria.
2. Asimismo, las salas de cine y complejos de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires a compulsar serán establecidas por la Dirección General de Planeamiento de Medios al momento de realizar la convocatoria.

Para todos estos supuestos, los oferentes deberán presentar un descuento en porcentajes sobre el precio de la tarifa bruta vigente prevista por el medio al momento de la recepción de la emisión de la orden de publicidad..

3. Los oferentes para medios en vía pública también deberán presentar un descuento en porcentajes sobre el precio de la tarifa bruta vigente prevista por el medio al momento de la emisión de la orden de publicidad pero en este caso no habrá un único ganador semestral, sino que se tendrán en cuenta los descuentos ofrecidos para cada dispositivo de vía pública al momento de la adjudicación, en función de los requerimientos específicos de cada campaña particular.

Utilizando los descuentos ofrecidos en la compulsa, podrá adjudicarse un mismo tipo de dispositivo de vía pública a varios oferentes, ponderando además del descuento, la disponibilidad y ubicación..

Los dispositivos a compulsar, la duración y la ubicación de los mismos son determinados por la Dirección General de Planeamiento de Medios.

REQUISITOS ADMINISTRATIVOS

Los oferentes deberán acompañar al momento de la presentación de la oferta, una Declaración Jurada, donde especifiquen:

- No tener demandas, arbitrajes u otro tipo de litigios pendientes que involucre o pueda tener impacto sobre más del cincuenta por ciento (50%) del activo total de la empresa.
- No poseer ninguna de las causales de inhabilidad para contratar con el Sector Público del Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires fijadas en el artículo 98 de la Ley 2095, consolidada por la Ley 5454.
- Constancia de AGIP (de Ingresos Brutos).
- Formulario Número 931 de AFIP con los comprobantes de pago de las cargas sociales.
- Certificado fiscal para contratar
- Certificado del Registro de Deudores alimentarios morosos.

Para el caso en que los medios no se presenten por sí, sino a través de Empresas o Centrales de Medios, estas últimas deberán adjuntar la conformidad expresa del medio al contenido de la propuesta comercial realizada.

Las Centrales de Medios además deberán acreditar una certificación contable extendida por Contador Público Nacional que certifique su facturación anual correspondiente a los últimos dos ejercicios en concepto de publicidad.

Los oferentes deberán demostrar su experiencia en el rubro habiendo prestado servicios similares al objeto de la presente compulsa de precios, en el sector público o privado, local y/o internacional en los últimos tres años, los que deberán ser acreditados mediante nómina indicando; (I) Denominación y domicilio de la institución o empresa a quién se le proveyó el servicio, nombre, apellido y cargo de las personas que pueden ser consultadas y fecha de realización; (II) Características técnicas de los servicios provistos.

Artículo 4º: CONDICIONES PARA SER OFERENTE.

Los participantes además de reunir los requisitos previstos para la compulsa, deberán cumplir con los siguientes recaudos:

- a. Ser Sociedades regularmente constituidas por alguna de las modalidades previstas y habilitadas por la Legislación vigente en la materia.
- b. Los oferentes deberán estar inscriptos en el RIUPP (Registro Informatizado Único y Permanente de Proveedores) o haber iniciado el trámite de inscripción.

Artículo 5º: DE LA INVITACIÓN A OFERTAR

Serán invitados por medio fehaciente a participar de la compulsa de precios, a los proveedores del mercado publicitario que se encuentren en condiciones de ofrecer descuentos sobre tarifas de Televisión, Radio, Cine, Vía pública, Gráfica y se hallen inscriptos en el Registro Único y Permanente de Proveedores del Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires (RIUPP) y los potenciales interesados que identifique la Dirección General Planeamiento de Medios.

Artículo 6º: FORMALIDADES PARA LA INVITACIÓN A OFERTAR

La Dirección General de Planeamiento de Medios, mediante acto administrativo dispondrá la invitación a los oferentes (el llamado a cotizar) para la presentación en la compulsa de precios.

La invitación deberá cursarse con no menos de diez (10) días corridos de anticipación a la fecha fijada para la apertura de ofertas, por un medio electrónico u otro medio fehaciente y publicarse en el Boletín Oficial de la Ciudad de Buenos Aires por el término de dos (2) días inmediatos posteriores.

Artículo 7º: DE LA PRESENTACIÓN DE LAS OFERTAS

La oferta con la planilla de cotización y la documentación solicitada, deberá cumplir la totalidad de los requisitos económicos financieros, técnicos y administrativos del presente, y deberá ser presentada en sobre cerrado en el lugar, fecha y hora fijados para la Apertura de Ofertas que establezca la Dirección General Planeamiento de Medios.

No serán admitidas las presentaciones extemporáneas, es decir aquellas que fueran presentadas con posterioridad a la Apertura de Ofertas.

Toda la documentación que se acompañe, incluida la planilla de cotización deberá estar firmada por la persona titular del medio o con poder de representación suficiente.

Artículo 8º: CONOCIMIENTO DE LAS CONDICIONES

La presentación de la oferta importa, de parte del oferente, el pleno conocimiento de toda la normativa que rige el procedimiento de selección, la evaluación de las circunstancias, la previsión de sus consecuencias, y la aceptación en su totalidad de las condiciones estipuladas, como así también de todas las circulares con o sin consulta que se hubieran emitido, sin que pueda alegar en adelante su desconocimiento.

Asimismo, implica la aceptación de la competencia de los Juzgados en lo Contencioso Administrativo y Tributario de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, renunciando a cualquier otra Jurisdicción y competencia, frente a cualquier situación judicial que se pueda llegar a suscitar.

Artículo 9º: DE LA APERTURA DE OFERTAS

La fecha de apertura de ofertas será diez (10) días antes de la finalización de la compulsa vigente, en el horario determinado por la Dirección General de Planeamiento de Medios.

Artículo 10º: REQUISITOS DEL ACTO DE APERTURA

En el Acta de Apertura de propuestas se deben dejar establecidos los siguientes datos:

- Fecha y Hora de la apertura
- Lugar de celebración
- Cantidad de oferentes
- Nombre o Razón Social de los oferentes
- Firma de los presentes

Artículo 11º: DEL PROCEDIMIENTO DE EVALUACIÓN DE OFERTAS

La Dirección General Planeamiento de Medios verificará el cumplimiento de los requisitos exigidos y confeccionará un cuadro comparativo de las ofertas válidas con los descuentos ofrecidos por cada medio compulsado de acuerdo a las especificaciones técnicas que surjan de la planilla de cotización. Las ofertas que no cumplan con los requisitos serán identificadas como inadmisibles y se expresará el motivo correspondiente.

No se admitirán las rectificaciones que impliquen una ventaja económica a favor del respectivo oferente por sobre el resto o que afecte el principio de igualdad o implique una mejora de la oferta.

Artículo 12º: INFORMACIÓN COMPLEMENTARIA

Para la evaluación de las ofertas, la Dirección General Planeamiento de Medios podrá requerir a los oferentes, la información complementaria que estime necesaria para el cumplimiento de su cometido sin que ello afecte el derecho de igualdad entre ellos, ni altere los términos de las ofertas presentadas.

Artículo 13°: DE LA ADJUDICACIÓN

La adjudicación debe realizarse a favor de las ofertas más convenientes, en consideración al descuento ofrecido.

En caso de que resulte una igualdad en los descuentos, luego de realizado el procedimiento previsto en el artículo 106, inciso d), apartado 3, del Decreto N° 95/2014, o medie un incumplimiento total o parcial de las obligaciones contractuales a cargo del oferente la adjudicación deberá realizarse teniendo en cuenta los siguientes elementos de juicio:

- a) los antecedentes comerciales,
- b) los antecedentes contractuales, como el cumplimiento, el tiempo y forma de las contrataciones previas si las hubiera y
- c) las demás prestaciones ofrecidas.

El Acto de Adjudicación determinará los proveedores seleccionados, con quienes se realizará cada contratación.

Ante el incumplimiento del adjudicatario en tiempo y forma de las obligaciones emergentes de la contratación, podrá dar lugar a rechazar futuras contrataciones en materia de publicidad con ese proveedor.

Los adjudicatarios se darán a conocer mediante un acto administrativo que será publicado en el Boletín Oficial durante un (1) día y notificado por medios electrónicos u otro medio fehaciente.

Las ofertas que no cumplan con los requisitos fijados en el presente anexo, o con las pautas fijadas en la convocatoria, serán consideradas inadmisibles y no serán objeto de evaluación.

DE LA COMPULSA EN EL PLANO INTERNACIONAL

Artículo 14°: INICIO DE CONTRATACIÓN EN EL PLANO INTERNACIONAL

Las contrataciones de espacios publicitarios y producción de material publicitario en el plano internacional tendrán su inicio en la Dirección General Planeamiento de Medios dependiente de la Subsecretaría de Comunicación Social, o en el organismo que en el futuro la reemplace.

Artículo 15°: DE LA INVITACIÓN A OFERTAR.

Serán invitados por medio fehaciente a participar de la compulsa, todos los proveedores del mercado publicitario que se encuentren en condiciones de ofrecer descuentos sobre tarifas de Televisión y Vía Pública Internacional y se hallen inscriptos en el Registro Único y Permanente de Proveedores (RIUPP) del Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires .

Podrán presentarse y participar de la compulsa, aquellos proveedores que se hallen preinscriptos en el Registro Único y Permanente de Proveedores (RIUPP) del Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, pero no podrán suscribirse Órdenes de Publicidad a su favor hasta tanto no se haya formalizado su inscripción.

Artículo 16°: DE LAS ÓRDENES DE PUBLICIDAD

En lo que respecta al procedimiento y contenido de las Órdenes de Publicidad, se remite a los artículos 25 y 26 de la presente reglamentación.

Artículo 17°: DE LA COMPULSA INTERNACIONAL

El Director/a General de Planeamiento de Medios suscribirá un acto administrativo por el cual invite a los proveedores a presentarse a la compulsa de precios publicitarios en el Plano Internacional.

Artículo 18°: FORMALIDADES PARA LA INVITACIÓN A OFERTAR

Las invitaciones a los proveedores deben cursarse de acuerdo a lo previsto en el artículo 6 del presente.

Artículo 19°: DE LA APERTURA DE OFERTAS

La fecha de apertura de propuestas será diez (10) días antes de la finalización de la compulsa vigente, en el horario que fije la Dirección general de Planeamiento de Medios en el Acto Administrativo de convocatoria.

Artículo 20°: COMPULSA TELEVISIÓN INTERNACIONAL

Los oferentes deberán presentar un descuento sobre las tarifas brutas vigentes previstas por el medio al momento de la contratación.

Artículo 21°: COMPULSA VÍA PÚBLICA INTERNACIONAL

Los oferentes deberán cotizar el costo por metro cuadrado (m2) en los soportes detallados en el Anexo correspondiente de compulsa, como así también en segundos según se detalle en el mentado anexo de la correspondiente compulsa para el caso de los dispositivos digitales.

En el mencionado Anexo se detallarán:

- Región;
- País;
- Tipo: Aeropuerto o Vía Pública Tradicional;
- Ciudad;
- Categoría, según la densidad de población para el caso de las ciudades (A-B), o según la afluencia de pasajeros para el caso de los aeropuertos (A-B)
- Soportes: Dispositivos múltiples y aeropuertos;
- Costo por metro cuadrado (m2): el cual deberá ser completado por el oferente, el cual deberá incluir el IVA (impuesto al valor agregado);
- Costo por la cantidad de segundos que se detallen: el cual deberá ser completado por el oferente, el cual deberá incluir el IVA (impuesto al valor agregado);
- Observaciones: para los casos que ameriten alguna especie de aclaración por parte del oferente.

Las tarifas ofrecidas por parte de los compulsantes deberán considerar la clasificación de los aeropuertos según su afluencia de pasajeros y de los múltiples dispositivos según la densidad de población de las distintas ciudades.

Los dispositivos clasificados en A, ya sean aeropuertos como así también los múltiples dispositivos, tienen un mayor volumen de contacto que los clasificados en B.

Artículo 22°: DE LA ADJUDICACIÓN

No habrá un único ganador semestral en Vía Pública Internacional, sino que se tendrán en cuenta los costos del metro cuadrado (m²) ofrecidos para cada dispositivo de Vía Pública al momento de la adjudicación. Utilizando las tarifas ofrecidas en la compulsa, podrá adjudicarse un mismo tipo de dispositivo a varios oferentes, ponderando además del costo del metro cuadrado (m²), el costo de los segundos, la disponibilidad, la ubicación y la estrategia de comunicación.

Las tarifas ofrecidas en la compulsa deberán consignarse exclusivamente incluyendo el impuesto al valor agregado (IVA).

Artículo 23°: DE LA DOCUMENTACIÓN.

La presentación de documentación en la compulsa en el Plano Internacional debe efectuarse en sobre cerrado y deberá contener la firma del titular o persona con poder suficiente que obligue al proveedor para contratar con el Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

Artículo 24°: INFORMACIÓN COMPLEMENTARIA

La Dirección General Planeamiento de Medios, se reserva el derecho de exigirle a aquellos proveedores que han sido ganadores de la compulsa de precios, toda aquella documentación complementaria que resulte necesaria, a fin de garantizar una correcta y dinámica implementación de las diversas campañas publicitarias en los diferentes medios objetos de la compulsa.

DEL PROCEDIMIENTO ADMINISTRATIVO Y CONTROL PARA LA EMISIÓN DE ÓRDENES DE PUBLICIDAD

Artículo 25°: DE LAS ÓRDENES DE PUBLICIDAD.

Será requisito indispensable para el inicio de las contrataciones publicitarias la caratulación del Expediente administrativo correspondiente a cada una de las Órdenes de Publicidad a emitir por la Dirección General de Planeamiento de Medios.

De manera previa a la emisión de la Orden de Publicidad, será requisito indispensable vincular al expediente un antecedente, solicitud de campaña y/o *brief* de medios, mediante el cual la Dirección General Planeamiento de medios deje de manifiesto la estrategia de planificación para la campaña que se pretende comunicar.

Luego de analizada la solicitud recibida por la Dirección General de Planeamiento de Medios o sobre la

base del *brief* de medios, dicha Dirección General emitirá una Reserva y/o Orden de Publicidad en el Sistema de Administración de Documentos Electrónicos (SADE) a favor del proveedor que haya resultado adjudicatario de la compulsa y con el que se decida contratar durante el plazo de vigencia de la misma.

Artículo 26°: DEL CONTENIDO DE LAS ÓRDENES DE PUBLICIDAD.

Las órdenes de publicidad deben contener la siguiente información:

- Fecha
- N° de Orden de Publicidad
- N° de expediente
- Campaña Publicitaria
- Repartición Solicitante
- Proveedor Adjudicado de la Orden de Publicidad
- CUIT, domicilio y N° de Ente del Proveedor
- Descripción de la Pauta Publicitaria
- Fecha de entrega
- Importe
- Condiciones de pago
- Firma del/la Director/a General de Planeamiento de Medios.

No podrán subscribirse ni entregarse órdenes de Publicidad a ningún proveedor que no se encuentre inscripto en el Registro Único y Permanente de Proveedores (RIUPP) del Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

Los proveedores que se encuentren pre-inscriptos y no cuenten con el alta definitiva como proveedores o cuenten con documentación desactualizada en el registro, deberán regularizar su situación en forma previa a la emisión de la Orden de Publicidad, caso contrario no podrán recibir las respectivas órdenes de publicidad.

Artículo 27°: AFECTACIÓN DE GASTOS PREVENTIVA.

Emitida la Orden de Publicidad, se realizara la afectación preventiva de gastos.

Artículo 28°: DE LAS OBLIGACIONES DE LOS PROVEEDORES.

Una vez efectuada la emisión de publicidad requerida mediante orden de publicidad, el adjudicatario deberá certificar la correspondiente prestación de servicios.

La Certificación deberá ser realizada ante la Dirección General Planeamiento de Medios dentro de los veinte (20) días hábiles posteriores a la fecha de realización de la campaña publicitaria.

Se deberá instrumentar la certificación mediante declaración jurada según el tipo de contratación y el medio que corresponda, acompañando toda la documentación respaldatoria certificada por el titular o apoderado con poder suficiente que acredite la misma.

La Dirección General Planeamiento de Medios podrá solicitar cualquier documentación, información, y realizar por sí o por terceros un monitoreo de medios para confirmar la realización y calidad de la publicidad requerida.

Artículo 29°: AFECTACIÓN DE GASTOS DEFINITIVA.

Certificado el cumplimiento de la prestación de servicios de publicidad requerido, se emitirá la afectación

definitiva del gasto requerido por la Orden de Publicidad, la cual deberá constar en el expediente administrativo por el cual tramita la contratación.

Artículo 30°: APROBACIÓN DEL PROCEDIMIENTO.

El Subsecretario de Comunicación Social o quien en el futuro lo reemplace, contando con el respaldo presupuestario correspondiente, será el encargado de emitir el acto administrativo que apruebe el procedimiento llevado a cabo para la contratación publicitaria.

En dicho acto se deberá dejar establecida la modalidad de contratación aplicada, y la fundamentación de la elección del procedimiento por la cual se ha llevado a cabo.

Artículo 31°: EMISIÓN DE PARTES DE RECEPCIÓN DEFINITIVA Y PAGO.

Emitido el acto administrativo de aprobación del procedimiento, se deberán emitir los Partes de Recepción Definitiva, en base a lo cual el proveedor podrá realizar la facturación correspondiente.

Artículo 32°: DE LAS OBLIGACIONES DEL GCABA.

Durante la vigencia de la contratación la Dirección General Planeamiento de Medios está obligada a contratar con aquel proveedor que haya ofrecido el mejor descuento sobre el medio compulsado, a excepción de Vía Pública y los supuestos previstos en los casos de igualdad de descuentos o de incumplimiento total o parcial de las obligaciones a cargo del adjudicatario.

Son obligaciones del GCABA durante la ejecución del contrato confeccionar las órdenes de publicidad para cada uno de los servicios solicitados.

Artículo 33°: DE LA CERTIFICACIÓN DE LA PUBLICIDAD

En lo que respecta a la Certificación de la Publicidad, se remite a lo establecido en el artículo 28 del presente.

Artículo 34°: DEL PROCEDIMIENTO DE SELECCIÓN POR EXCLUSIVIDAD

En aquellos casos donde la selección del adjudicatario se realice de acuerdo a lo establecido en los inc. 5 del Art. 28 de la Ley 2.095, el proveedor deberá presentar en forma previa a la entrega por la Dirección General Planeamientos de Medios de la Orden de Publicidad correspondiente, una Declaración Jurada en donde manifieste poseer un servicio publicitario único y ser el único autorizado a comercializar el mismo.

Artículo 35°: DEL PROCEDIMIENTO DE URGENCIA

Cuando la urgencia de la contratación lo demande y la selección de proveedor no se encuadre dentro de los parámetros previstos en los incisos 4 y 5 del mentado Art. 28, se deberán solicitar cotización expedidas por aquellos a proveedores que se encuentran en condiciones de prestar el servicio.

Las cotizaciones cursadas deben ser realizadas por medio fehaciente, resultando apto para la realización de las mismas, el correo electrónico.

ANEXO - RESOLUCIÓN N° 196/SECM/16 (continuación)

Las solicitudes de cotización deben ser suscriptas por el funcionario responsable y deben ser adjuntadas a las actuaciones por la que tramita la contratación.

Los pedidos de cotización deben fijar una fecha máxima para la respuesta y contener un completo detalle de la contratación publicitaria que se desea llevar a cabo, incluyendo fecha de emisión, duración, campaña y/o cualquier otro detalle relevante para la confección de la cotización requerida.

Se deberá confeccionar un cuadro comparativo de precios con las cotizaciones recibidas. En dicho cuadro deberán constar los precios ofrecidos por los diferentes proveedores para los distintos servicios requeridos.

FIN DEL ANEXO