

**MODIFICA BASES DE LICITACIÓN PÚBLICA PARA LA CONTRATACIÓN DEL DISEÑO E IMPLEMENTACIÓN DE UNA CAMPAÑA DE DIFUSIÓN MASIVA EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y/O VÍA PÚBLICA DE LOS SERVICIOS ON LINE DE LA OFICINA INTERNET DEL SERVICIO DE REGISTRO CIVIL E IDENTIFICACIÓN, ESPECIFICACIONES TÉCNICAS Y ANEXOS.**

**RESOLUCIÓN EXENTA 004536**

**SANTIAGO, 06 DIC. 2010**

**VISTOS:**

**Hoy se resolvió lo que sigue:**

Lo dispuesto en el D.F.L. N° 1/19.653, que aprueba el texto refundido, coordinado y sistematizado de la ley N° 18.575, Orgánica Constitucional de Bases Generales de la Administración del Estado; lo señalado en el artículo 7° letras g), y u) de la Ley N° 19.477, Orgánica del Servicio de Registro Civil e Identificación; lo dispuesto en la Ley N° 19.886, de Bases sobre Contratos Administrativos de Suministros y Prestación de Servicios y su Reglamento aprobado por Decreto Supremo N° 250, de 2004 del Ministerio de Hacienda, en especial lo dispuesto en su artículo 19; la Resolución Exenta N° 4318 de 19 de noviembre de 2010, del Servicio de Registro Civil e Identificación, que Dispone llamado a licitación pública para la Contratación del diseño e implementación de una campaña de difusión masiva en medios de comunicación y/o vía pública de los servicios on line de la oficina internet del Servicio, y aprueba Bases Administrativas, Especificaciones Técnicas y Anexos; lo dispuesto en las secciones 1.3 Documentos que rigen esta licitación y 1.5 Modificaciones a las bases, y lo establecido en la Resolución N° 1.600 de 2008, de la Contraloría General de la República; y

**CONSIDERANDO:**

1. Que, mediante Resolución Exenta N° 4318 de 19 de noviembre de 2010, del Servicio de Registro Civil e Identificación, se dispuso el llamado a licitación pública para la Contratación del diseño e implementación de una campaña de difusión masiva en medios de comunicación y/o vía pública de los servicios on line de la oficina internet del Servicio, y se aprobaron las Bases Administrativas, Especificaciones Técnicas y Anexos.

2. Que, dada la naturaleza del servicio objeto de la licitación pública, resulta necesario incorporar una mayor precisión respecto del "concepto creativo" y asignarle una valoración esencial en este proyecto de difusión masiva de servicios on line de la oficina Internet del Servicio de Registro Civil e Identificación.

CALIDAD

CALIDEZ

COLABORACIÓN

COMUNICACIONES CORPORATIVAS - CATEDRAL 1772, SANTIAGO. FONO: 782.2729

SITIO WEB [www.RegistroCivil.cl](http://www.RegistroCivil.cl) // CALL CENTER 600 370 2000

3. Que, resulta indispensable que la propuesta gráfica que se presente en este proyecto, explique el concepto creativo a través de piezas gráficas por cada soporte comunicacional ofertado.

4. Que, actualmente el proceso de licitación pública se encuentra en la etapa de Respuestas a las consultas efectuadas por los Oferentes.

5. Que, el Servicio al amparo del artículo 19 del Reglamento de Compras Públicas y de acuerdo a la facultad otorgada por las Bases de licitación, en la sección 1.5 Modificaciones a las bases, ha estimado necesario modificar las bases de la licitación en referencia, publicadas en el Portal de Licitaciones [www.MercadoPublico.cl](http://www.MercadoPublico.cl), bajo el número de adquisición 545854-49-LP10

**RESUELVO:**

1. **Sustitúyase** el párrafo primero de la sección 3.1 Oferta Técnica de las Bases de Licitación pública para la Contratación del diseño e implementación de una campaña de difusión masiva en medios de comunicación y/o vía pública de los servicios on line de la oficina internet del Servicio, aprobadas por Resolución Exenta N° 4318 de 19 de noviembre de 2010, de la dirección nacional del Servicio, por el siguiente:

“La oferta técnica debe incluir una descripción detallada de los soportes comunicacionales (radio, TV, publicaciones escritas y/o on line, vía pública, etc.) ofrecidos para la difusión (con día, horario, lugares, etc, de publicación), adjuntando la medición del impacto en la comunidad de cada uno de los soportes comunicacionales, con datos actualizados de audiencia por día, tiraje según día de publicación, pasajeros diarios etc. Asimismo, los proponentes, en su oferta técnica, deberán presentar una propuesta gráfica publicitaria de la campaña de difusión masiva, explicando el concepto creativo a través de piezas gráficas por cada soporte comunicacional ofertado; un plan de medios; mediciones de impacto de los soportes comunicacionales actualizados considerando los requerimientos y objetivos de la campaña de difusión detalladas en las secciones 9.1 y 9.2 de las ESPECIFICACIONES TÉCNICAS.”

2. **Sustitúyase** en la sección 4.7.4 Evaluación Técnica, de las bases de Licitación pública en referencia, la Pauta de Evaluación allí contenida, por la siguiente:

**“PAUTA DE EVALUACIÓN**

CRITERIOS	PONDERACIÓN %
<p><b>Experiencia:</b> Se otorgarán los siguientes puntajes de acuerdo a la experiencia en campañas de difusión <u>avalada con contactos de referencia</u>:</p> <p>100 puntos a quien acredite más de 30 campañas de difusión a distintos clientes</p> <p>80 puntos a quien acredite entre 28 y 30 campañas de difusión a distintos clientes</p>	<p><b>Subfactor A</b></p> <p><b>5%</b></p>

CAIDAD

CALIDEZ

COLABORACIÓN

COMUNICACIONES CORPORATIVAS - CATEDRAL 1772, SANTIAGO. FONO: 782.2729

SITIO WEB [www.RegistroCivil.cl](http://www.RegistroCivil.cl) // CALL CENTER 600 370 2000

<p>60 puntos a quien acredite entre 26 y 27 campañas de difusión a distintos clientes 40 puntos a quien acredite entre 24 y 25 campañas de difusión a distintos clientes 20 puntos a quien acredite entre 22 y 23 campañas de difusión a distintos clientes 10 puntos a quien acredite 20 o menos campañas de difusión a distintos clientes. El puntaje debe ser multiplicado por 0,05</p>	
<p><b>Concepto Creativo (propuesta gráfica publicitaria)</b> El concepto creativo presente en la propuesta gráfica publicitaria del oferente será evaluado por la comisión, considerando los siguientes aspectos esenciales y que dependerán del grado de cumplimiento con las variables a evaluar: A la(s) ofertas(s) con mayor a) claridad en el mensaje de promoción y difusión de los servicios en línea de la oficina Internet, y b) relación con la visión, misión, valores y objetivos estratégicos del Servicio, entre todas las ofertas se le asignará cien (100) puntos y a cada una de las ofertas restantes se les asignará el puntaje correspondiente, de acuerdo a la siguiente fórmula: Mejor concepto creativo                    100 puntos Segundo concepto creativo                75 puntos Tercer concepto creativo                  50 puntos Cuarto concepto creativo                  25 puntos Quinto concepto creativo                  0 puntos PE= (mejor concepto creativo ofertado/mejor concepto creativo a evaluar) * 100. El resultado de esta operación se multiplicará por 0.15 (resultado operación * 0.15) La información de los servicios en línea de la oficina internet y los valores, misión, visión, objetivos estratégicos se puede consultar en el sitio web del Servicio <a href="http://www.registrocivil.cl">www.registrocivil.cl</a></p>	<p><b>Subfactor B</b>  <b>15%</b></p>
<p><b>Tiempo de exposición de la campaña en los medios de comunicación y/o vía pública:</b>  El puntaje de este subfactor se asignará entre cero (0) y cien (100) puntos. A la(s) oferta(s) con mayor tiempo de exposición entre todas las ofertas se le asignará cien (100) puntos y a cada una de las ofertas restantes se les asignará el puntaje correspondiente de acuerdo a la siguiente fórmula. PE = (tiempo de exposición a evaluar ofertado/ mayor tiempo de exposición/) * 100 El resultado de esta operación se multiplicará por 0.15 (resultado operación * 0.15) El tiempo mínimo de la campaña debe ser de tres meses.</p>	<p><b>Subfactor C</b>  <b>15%</b></p>
<p><b>Impacto del plan de medios utilizado:</b> El puntaje de este subfactor se asignará entre cero (0) y cien (100) puntos. A la(s) oferta(s) cuyo plan de medios tenga mayor impacto comprobable a través de mediciones de audiencia, tiraje, cantidad de pasajeros etc., se le asignará cien (100) puntos y a cada una de las ofertas restantes se les asignará el puntaje correspondiente de acuerdo</p>	<p><b>Subfactor D</b>  <b>15%</b></p>

<p>a la siguiente fórmula:  <math>PE = (\text{mayor impacto ofertado} / \text{mayor impacto a evaluar}) * 100</math>          El resultado de esta operación se multiplicará por 0.15 (resultado operación * 0.15)</p>	
<p><b>Plan de medios (cantidad de soportes comunicacionales utilizados)</b>          El puntaje de este subfactor se asignará entre cero (0) y cien (100) puntos. A la(s) oferta(s) que tengan mejor plan de medios (mayor cantidad de soportes comunicacionales) entre todas las ofertas se le asignará cien (100) puntos y a cada una de las ofertas restantes se les asignará el puntaje correspondiente de acuerdo a la siguiente fórmula:  <math>PE = (\text{mayor cantidad de soportes ofertados} / \text{cantidad de soportes a evaluar}) * 100</math>          El resultado de esta operación se multiplicará por 0.10 (resultado operación * 0.10)          La cantidad mínima de soportes a utilizar debe ser de dos.</p>	<p><b>Subfactor E</b> <b>10%</b></p>
<p><b>Trabajadores con discapacidad contratados:</b>          Sin trabajadores con discapacidad 0 puntos;          1 persona contratada → 40 puntos;          2 a 4 personas contratadas → 80 puntos          Sobre 5 personas contratadas → 100 puntos  <u>Fórmula obtención puntaje técnico (PT)</u>  <i>Puntos por personas discapacitadas contratadas * 0,05</i></p>	<p><b>Subfactor F</b> <b>5%</b></p>

La asignación de los puntajes se efectuará con un (1) decimal, aplicando la regla de redondeo.

El puntaje técnico corresponde a la suma de la ponderación de los subfactores, de acuerdo a la siguiente fórmula

$$PT = \text{total ponderado factor} = (A+B+C+D+E+F)$$

**1. Sustitúyase** la sección 9.1

Requerimientos Generales del acápite 9 ESPECIFICACIONES TÉCNICAS de las bases de licitación en referencia, por el siguiente:

“Los proponentes deberán presentar una propuesta gráfica publicitaria de la campaña de difusión masiva, explicando el concepto creativo a través de piezas gráficas por cada soporte comunicacional ofertado; un plan de medios; mediciones de impacto de los soportes comunicacionales actualizados solicitada en los antecedentes de la Oferta Técnica en la que, al menos, deberá contener como soporte de comunicación masiva el uso de: radioemisoras, transporte público y medios de comunicación escritos y/o electrónicos nacionales, presentación de las piezas gráficas por cada soporte comunicacional que oferte; especificación del tiempo de duración por cada soporte comunicacional. Todo lo anterior será valorado de acuerdo a lo especificado en el punto 4.7.4 Evaluación Técnica.

La empresa adjudicataria deberá proporcionar un informe de monitoreo de resultados de la campaña en el punto medio del lapso de tiempo que se destinará para ésta. De esta forma, podrán ser abordadas medidas para potenciarla en su segunda etapa y

CALIDAD

CALIDEZ

COLABORACIÓN

COMUNICACIONES CORPORATIVAS - CATEDRAL 1772, 3er PISO, SANTIAGO. FONO: 782.2729

SITIO WEB [www.RegistroCivil.cl](http://www.RegistroCivil.cl) // CALL CENTER 600 370 2000

final de campaña. Todo ello de acuerdo con lo señalado en la sección 3.1 OFERTA TÉCNICA.”

4. **Sustitúyase** la sección 10.1 ANEXO N° 1 CALENDARIO DE LA LICITACIÓN, por la siguiente:


“ 10.1 ANEXO N° 1 CALENDARIO DE LA LICITACIÓN,

1.	Publicación de bases	Se publicará en la plataforma de compras <a href="http://www.mercadopublico.cl">www.mercadopublico.cl</a> , dentro de los cinco (5) días hábiles siguientes a la fecha de la total tramitación del acto administrativo que aprueba las bases
2.	Consulta a las bases modificadas	Desde el primer (1er) día siguiente a la publicación de la resolución que modifica las bases de licitación hasta el segundo (2°) día de la publicación de la bases modificadas en la plataforma de compras <a href="http://www.mercadopublico.cl">www.mercadopublico.cl</a>
3.	Respuesta a las consultas	Se ingresarán en la plataforma de compras <a href="http://www.mercadopublico.cl">www.mercadopublico.cl</a> , desde el tercer (3er) hasta el día cuarto (4to) hábil siguiente al de la publicación de las bases modificadas.
5.	Cierre Ingreso electrónico de los antecedentes, oferta técnica y oferta económica	Deben estar ingresadas en la plataforma de compras <a href="http://www.mercadopublico.cl">www.mercadopublico.cl</a> , a más tardar a las 18 horas del cuarto (4°) día hábil siguiente al del término del plazo para dar respuesta a las consultas
6.	Apertura electrónica oferta técnica y oferta económica	El acto de apertura electrónica de las ofertas técnicas y ofertas económicas se realizará el día siguiente al del cierre del ingreso electrónico de las ofertas y antecedentes en la plataforma de compras <a href="http://www.mercadopublico.cl">www.mercadopublico.cl</a> en la oficina de Compras del departamento de Abastecimiento a las 15:30 horas.
7.	Presentación de la garantía	La garantía de seriedad de la oferta deberá presentarse en calle Catedral N° 1772 piso 3, el día siguiente al del cierre del ingreso electrónico de las ofertas y antecedentes y hasta las 14:30 horas.
8.	Evaluación de los antecedentes, oferta técnica y oferta económica	El período de evaluación de los antecedentes, de las ofertas técnicas y de las ofertas económicas se realizará dentro de los siete días siguientes al de la apertura electrónica de las ofertas.
9.	Plazo adicional para el ingreso de antecedentes y certificaciones	Deberán presentarse en el plazo fatal de dos (2) días hábiles, contados desde el requerimiento del SERVICIO, el que se informará a través de la plataforma de compras <a href="http://www.mercadopublico.cl">www.mercadopublico.cl</a> , durante el período de evaluación
10.	Adjudicación	La Resolución de Adjudicación, junto con los resultados de la evaluación, serán publicados en la plataforma de compras <a href="http://www.mercadopublico.cl">www.mercadopublico.cl</a> dentro de los diez días siguientes a la fecha del acto de apertura de las ofertas.

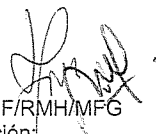
5. Publíquese, en formato PDF, la presente Resolución en el Sistema de Compras y Contratación Pública, [www.MercadoPublico.cl](http://www.MercadoPublico.cl), bajo el número de adquisición 545854-49-LP10

**ANÓTESE**



  
**CHRISTIAN BEHM SEPÚLVEDA**  
Director Nacional

Lo que transcribo a usted, para su conocimiento y demás fines

  
CBS/PMF/RMH/MFG

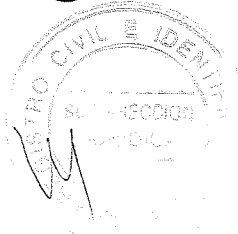
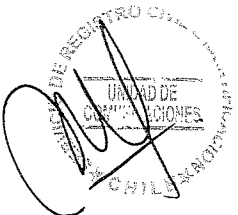
Distribución:

- Dirección Nacional
- Subdirecciones (4)
- Dpto. Abastecimiento
- Unidad de Comunicaciones corporativas

REF SJ N° 4074/LDH



JEFE DEPARTAMENTO  
DESARROLLO DE LAS PERSONAS (S)  
SERVICIO DE REGISTRO CIVIL E IDENTIFICACION



CALIDAD

CALIDEZ

COLABORACIÓN

COMUNICACIONES CORPORATIVAS - CATEDRAL 1772, SANTIAGO. FONO: 782.2729

SITIO WEB [www.RegistroCivil.cl](http://www.RegistroCivil.cl) // CALL CENTER 600 370 2000