

Términos de Referencia

Diseño de una estrategia de comunicación, imagen y reposicionamiento del FONDES-INACOOP

1. ANTECEDENTES

El artículo 40 de la Ley N° 18.716 de 24 de diciembre de 2010 (Carta Orgánica del Banco de la República Oriental del Uruguay), autoriza la creación de fondos con el objetivo de apoyar el financiamiento de proyectos viables y sustentables que resulten de interés a juicio del Poder Ejecutivo. Por su parte, el mencionado artículo encomienda al Poder Ejecutivo, a través del Ministerio de Economía y Finanzas, reglamentar la forma de funcionamiento de los fondos a crearse.

Con fecha 30 de setiembre de 2015, se dicta la ley 19.337, a través de la cual se crea el FONDO DE DESARROLLO, el cual se instrumentó a través de dos particiones, administradas por la Agencia Nacional de Desarrollo (ANDE) e Instituto Nacional del Cooperativismo (INACOOP).

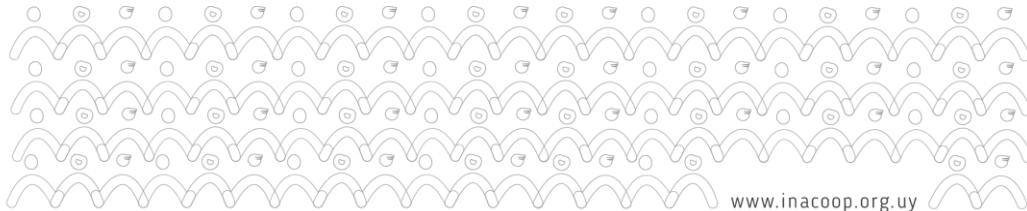
Posteriormente, el 30 de mayo de 2016 se publica el Decreto 159/2016 del Poder Ejecutivo reglamentando la ley 19.337, el cual prevé que el FONDES-INACOOP tendrá como cometidos principales: promover y apoyar el desarrollo de las distintas formas de la economía social y solidaria; promover y apoyar el desarrollo de las empresas cooperativas; promover y apoyar la creación, desarrollo y consolidación de emprendimientos productivos con la participación de sus trabajadores en la dirección y en el capital de la empresa, en particular, los emprendimientos autogestionarios.

Adicionalmente establece como cometidos generales para cada partición: i) Promover y apoyar la profesionalización, la aplicación de las mejores prácticas de gestión empresarial, el incremento de la productividad y la sustentabilidad de los emprendimientos apoyados. ii) Promover y apoyar las acciones de responsabilidad social empresarial. iii) Promover la participación del sistema financiero en la financiación de los proyectos elegibles. iv) Promover la reinversión de las utilidades en los emprendimientos apoyados con la finalidad de incrementar la productividad y favorecer la sustentabilidad.

2. OBJETO DEL LLAMADO

A partir de la normativa vigente que establece la creación de FONDES-INACOOP, sus cometidos y de lo definido por las actuales autoridades, se establece la necesidad de realizar un cambio en el diseño (re-diseño) de la imagen institucional, que refleje y se ajuste a los verdaderos valores del FONDES-INACOOP y del origen del fondo y la transformación que se ha experimentado, para reposicionar la herramienta persiguiendo los siguientes cometidos:

- 1- Diseñar una nueva imagen institucional adecuada a la misión, visión y los valores **actuales** de la organización; para contribuir a que el FONDES-INACOOP sea revalorada como una “herramienta pública confiable, profesional y responsable” de apoyo a la Economía Social y Solidaria en el marco del desarrollo sustentable nacional.



2- Diseñar una estrategia de comunicación para dar a conocer los fines y las actividades de la institución, a la comunidad en su conjunto.

Los fines son: “Dar apoyo financiero y no financiero a proyectos productivos viables y sustentables promoviendo el desarrollo de la Economía Social y Solidaria”

Para lograr esto se debe:

- Identificar las principales fortalezas y debilidades de FONDES-INACOOP y establecer cuáles deberían ser los principales objetivos en términos de posicionamiento institucional
- Evaluar su nombre y posibles alternativas
- Establecer las bases y lineamientos principales para la elaboración de un plan de Comunicación y Relaciones Públicas que tenga como objetivo principal el reposicionamiento de FONDES-INACOOP
- Desarrollar la nueva marca gráfica que estará en contacto con el público

3. ENTREGABLES

1. Además de especificar los objetivos, alcance, metodología sugerida, cronograma de trabajo, solicitamos se integren a la propuesta antecedentes de diseño de identidad institucional y/o corporativa.
2. Una vez seleccionada la propuesta se deberá validar el Plan de trabajo. El proceso deberá ser participativo y contemplar todos los productos que se describieron en el apartado anterior.

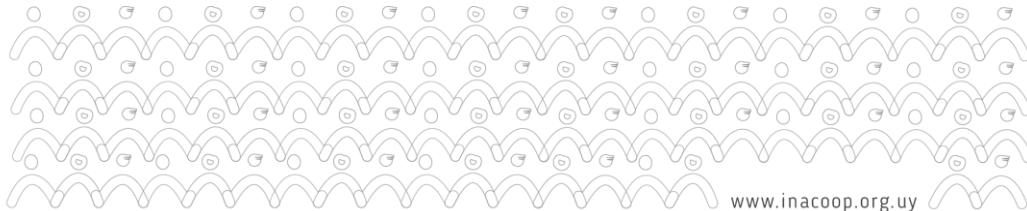
4. EVALUACIÓN DE LAS OFERTAS

Se evaluarán las ofertas desde el punto de vista técnico, jurídico-formal, pudiendo rechazarse aquellas que no se ajusten a los requerimientos y especificaciones sustanciales descritas en el presente llamado.

INACOOP se reserva el derecho de determinar a su exclusivo juicio y en forma definitiva si el oferente posee la capacidad técnica y financiera para realizar el suministro y prestación de productos y servicios requeridos en el presente llamado.

INACOOP podrá considerar como aspecto preponderante para rechazar una oferta, los antecedentes de los oferentes relacionados con la conducta comercial, contrataciones anteriores, falta de antecedentes o existiendo, que carezcan éstos de relación directa con el objetivo principal del llamado.

INACOOP se reserva el derecho de realizar por su cuenta las averiguaciones pertinentes a fin de constatar la veracidad de la información presentada en la oferta, así como las consultas necesarias al oferente.



5. EVALUACION TECNICA

Serán considerados solamente aquellos oferentes que alcancen los puntajes mínimos establecidos para cada ítem de evaluación y para la evaluación técnica en su conjunto. Los criterios y sub-criterios, y el sistema de puntos que se asignarán a la evaluación de las propuestas técnicas serán:

- (i) Entrevista con la consultora y/o consultores principales y/o a cargo del proyecto.
- (ii) Propuesta metodológica
- (iii) Experiencia específica en actividades requeridas:
 - a) Experiencia en diseño de identidad institucional, cambio de imagen y comunicación, tanto en empresas públicas como privadas valorando el trabajo con el sistema cooperativo.
 - b) Equipo profesional titulado con experiencia en las actividades requeridas.

Por su parte, se evaluará también la propuesta económica, valorando comparativamente precio y calidad de dichas propuestas, seleccionándose la oferta más conveniente a las necesidades del servicio.

6. EXENCIÓN DE RESPONSABILIDADES

INACOOP se reserva el derecho de desistir del llamado en cualquier etapa de su realización, de desestimar las ofertas que no se ajusten a las condiciones del presente llamado, reservándose también el derecho a rechazarlas si no las considera convenientes para INACOOP, sin generar derecho alguno de los participantes a reclamar por gastos, honorarios o indemnizaciones por daños y perjuicios.

INACOOP se reserva el derecho de rechazar a su exclusivo juicio, la totalidad de las ofertas y de iniciar acciones en casos de incumplimiento de la oferta ya adjudicada.

7. ACEPTACIÓN

Por el solo hecho de presentarse al llamado, se entenderá que el oferente conoce y acepta sin reservas los términos y condiciones establecidos en el presente llamado.

Asimismo, el oferente acepta someterse a las leyes y Tribunales de la República Oriental del Uruguay, con exclusión de todo otro recurso.

8. PRESENTACIÓN DE OFERTAS

Las propuestas serán entregadas personalmente por el oferente en sobre único, cerrado mediante un método que pueda considerarse inviolable (pegamento, grapas, etc.), en las oficinas del INACOOP (Sarandí 302), desde las 10 horas hasta las 16 horas del día **27 de noviembre, remitido a Secretaría General**. El adjudicatario del presente llamado deberá enviar vía mail con todos los antecedentes, a la casilla llamados@inacoop.org.uy con el asunto: Llamado a Consultoría para la “Diseño de nueva imagen institucional y estrategia de comunicación de FONDES-INACOOP.”

Se requiere que el oferente identifique claramente el objeto del presente llamado al momento de realizar una comunicación, mediante la casilla de correo indicada anteriormente. Los oferentes podrán formular por escrito las consultas o aclaraciones que consideren necesarias hasta 2 (dos) días hábiles antes de la fecha prevista para el cierre del llamado. Las mismas serán respondidas en un plazo no mayor a 1 (un) día hábil.



9. DOCUMENTACIÓN REQUERIDA

El sobre contendrá:

- La identificación de la empresa oferente y la declaración de los nombres del o los socios que la integran (en caso de ser sociedades personales) o de sus representantes legales (en caso de ser sociedades anónimas).
- Certificado que acredite la constitución de la empresa, su integración y representación legal, así como demás aspectos jurídicos correspondientes (inscripciones, etc.).
- La documentación necesaria debe estar al día con los requerimientos de DGI y BPS. Las impresiones serán claras y precisas y serán firmadas por el oferente a través de sus titulares o representantes legales.

10. MONTO DEL LLAMADO, COTIZACIONES Y PRECIOS

Deberán cotizarse los servicios necesarios para cumplir el alcance y entregables definidos en el presente llamado. La propuesta económica deberá expresarse como “precio total” en pesos uruguayos, incluyéndose la totalidad de los impuestos que correspondan, explicitando claramente cuáles son. En caso que esta información no surja de la propuesta, se considerará que el precio cotizado incluye todos los impuestos.

11. PLAZO

El plazo máximo estipulado para la realización final del trabajo es de 120 días corridos. En este marco de tiempo se deberán presentar las propuestas de trabajo, considerando que los entregables se adaptarán al plan de entrega detallado y validado en el entregable 1.

12. FORMA DE PAGO

El pago se realizará a través de CONAFIN-AFISA y conforme a lo que se especifique en el contrato, contra la aceptación de cada entregable por parte de la Junta Directiva, de acuerdo al siguiente detalle:

- 30% contra entrega y aprobación de plan de actividades (entregable 1)
- 20% contra la presentación de avance de estudio de nombre.
- 50% contra entrega y finalización de la nueva imagen institucional

Se prevé que con cada entrega se realice una reunión entre las partes interesadas para contrastar, discutir y aprobar propuestas.



13. CONSULTAS Y COMUNICACIONES

A todos los efectos de comunicación, INACOOP pone a disposición de los interesados las siguientes vías de contacto:

- Correo electrónico: llamados@inacoop.org.uy
- Teléfono: 29165142 internos 101 o 114

14. CONTRAPARTE FUNCIONAL

Tanto la empresa consultora como el FONDES-INACOOP, deberán designar un Jefe de Proyecto que garantice la calidad y oportunidad de los productos de la consultoría.