

LLAMADO A AGENCIAS DE PUBLICIDAD

PLIEGO DE CONDICIONES – CONTRATACIÓN MARCO DE SERVICIOS DE COMUNICACIÓN EN SALUD

Ministerio de Salud Pública (MSP)

1. DEFINICIÓN DE LA CONTRATACIÓN

1.1 Objeto

El Ministerio de Salud Pública (en adelante, "el MSP" o "el ORGANISMO") convoca a agencias de publicidad para la contratación de servicios integrales de comunicación destinados al desarrollo e implementación de una campaña de salud mental.

La contratación comprenderá, a demanda del MSP, servicios de:

- Planificación estratégica de comunicación en publicidad.
- Desarrollo creativo de contenidos de comunicación publicitarios.
- Diseño y producción de piezas de publicidad.
- Planificación y supervisión de medios.
- Cotización de producción audiovisual, gráfica y de toda índole.
- Cotización, compra y gestión de espacios en medios.
- Implementación de campañas de publicidad.
- Gestión de producción audiovisual, gráfica y de toda índole que se requiera, así como las compras de espacios en medios.
- Seguimiento y reportes.

Los servicios serán solicitados mediante requerimientos específicos del MSP, donde se establecerán los objetivos, plazos y entregables de cada acción de comunicación.

El monto máximo a adjudicar en el marco del presente llamado será de hasta \$5.000.000 (pesos uruguayos cinco millones) IVA incluido para el ejercicio 2026.

2. ALCANCE DEL LLAMADO

La contratación comprenderá la provisión integral de servicios de comunicación que el MSP requiera durante la vigencia del contrato, de acuerdo con las necesidades institucionales. Las piezas de comunicación deberán adecuarse a los lineamientos institucionales del MSP y a los criterios de comunicación pública y sanitaria en coordinación con el Departamento de Comunicación del MSP, que actuará como contraparte técnica.

Los servicios podrán comprender, entre otros:

- desarrollo de estrategias de comunicación,
- desarrollo creativo y conceptual,
- diseño gráfico y digital,
- producción audiovisual y animaciones,
- generación de contenidos,
- planificación estratégica de medios,
- gestión de pauta y tráfico de materiales,
- seguimiento, optimización y reportes,
- y otros que puedan ser requeridos por el MSP oportunamente.

3. PROPUESTA PARA OFERTA

La propuesta del oferente tendrá una ponderación total de 100 puntos, distribuidos entre la propuesta técnica (70 puntos) y la propuesta económica (30 puntos), de acuerdo con lo establecido en el numeral 7 del presente pliego.

La propuesta del oferente deberá incluir obligatoriamente:

- Antecedentes generales de la empresa, vinculados a campañas de comunicación.
- Antecedentes específicos de campañas de comunicación del Estado.
- Antecedentes específicos de campañas de salud mental.
- Ejercicio práctico (propuesta creativa) según lo establecido en el numeral 3.2.
- Propuesta económica conforme al numeral 4.

3.1 Antecedentes

Las campañas deberán ser de producción nacional y realizadas en los últimos cinco (5) años. Se considera campaña a un conjunto articulado de piezas y acciones

comunicacionales, desarrolladas bajo un mismo concepto estratégico y creativo, con objetivos definidos, implementadas en dos o más medios y orientadas a un público específico en un período determinado.

3.1.1 Antecedentes generales

Se solicita la presentación de antecedentes generales de campañas de comunicación multimedios que las empresas oferentes entiendan pertinentes al objeto del presente llamado, realizadas en los últimos cinco (5) años.

Las empresas deberán presentar hasta seis (6) antecedentes generales.

Los antecedentes deberán presentarse mediante material gráfico y/o audiovisual, según corresponda.

3.1.2 Antecedentes específicos

Se solicita la presentación de antecedentes específicos de campañas de comunicación con organismos públicos, correspondientes a campañas de impacto social, de producción nacional, realizadas en los últimos cinco (5) años.

La empresa deberá presentar hasta cuatro (4) antecedentes específicos.

3.1.3 Antecedentes de salud mental

Se valorará la presentación de antecedentes específicos de hasta dos (2) campañas de comunicación vinculadas a temáticas de salud mental.

Todas las campañas antecedentes deberán presentarse mediante material gráfico y/o audiovisual, según corresponda.

Se deben presentar únicamente campañas realizadas por la empresa oferente; no se permite integrar a la propuesta antecedentes de los/las integrantes del equipo de la empresa oferente.

3.2 Ejercicio práctico (propuesta creativa)

Los oferentes deberán presentar un ejercicio práctico consistente en una propuesta creativa y estratégica de comunicación aplicada a una campaña de prevención de intentos de autoeliminación, sobre la base del brief que el MSP proporcionará junto con el presente llamado en Anexo 1.

El ejercicio deberá contemplar:

- Concepto creativo y estratégico general de la campaña.
- Propuesta de mensajes clave.
- Hasta 3 ejemplos de piezas de comunicación (bocetos gráficos, guiones o storyboards de piezas audiovisuales, entre otros).
- Propuesta preliminar de planificación de medios mediante racional estratégico (no se requiere el desarrollo de la planificación ni visualización de salidas en flowchart).

El ejercicio práctico será evaluado según lo establecido en el Anexo 1 del presente pliego.

4. MONTO ECONÓMICO Y PROPUESTA ECONÓMICA

El monto máximo a adjudicar es de \$5.000.000 (pesos uruguayos cinco millones) IVA incluido, que deberá ser ejecutado en el año 2026.

Una vez asignado el monto total al oferente adjudicado, la división de presupuesto en cuanto a rubros se realizará de la siguiente manera:

- Entre 65% y 70% para pauta en medios (online y offline).
- Entre 20% y 25% para producción.
- Entre 5% y 10% para honorarios.

Esta distribución es orientativa y podrá ajustarse según las características de cada acción de comunicación.

5. PRESENTACIÓN DE OFERTAS

5.1 Las propuestas deberán ser presentadas en formato digital, en archivos PDF, sin contraseñas ni bloqueos, por medio del correo comunicaciones@msp.gub.uy, hasta el día 24 de setiembre de 2026, hora 15:00h.

5.2. La presentación de la oferta implica la aceptación total de las condiciones establecidas en el presente pliego.

5.3. Deberá cotizarse en Moneda Nacional por el total de cada ítem, debiéndose incluir en el precio el IVA. En el caso que esta información no surja de la propuesta, se considerará que el precio cotizado comprende los mismos.

6. PLAZO DE MANTENIMIENTO DE LA OFERTA

Las ofertas serán válidas y obligarán al oferente por el término de 90 (noventa) días hábiles, a contar desde la fecha de apertura del presente procedimiento.

7. COMUNICACIONES Y PRÓRROGAS

7.1 Aclaraciones

Las solicitudes de aclaraciones deberán realizarse dentro del plazo fijado en la publicación del presente llamado, el que nunca podrá ser menor a tres (3) días hábiles anteriores a la fecha fijada para la recepción de ofertas. Vencido dicho término no será obligatorio para el MSP proporcionar más datos aclaratorios.

Dichas solicitudes de aclaración podrán ser formuladas por los interesados por escrito vía mail a: comunicaciones@msp.gub.uy

7.2 Modificación del pliego particular

El MSP podrá, antes que venza el plazo para la apertura del llamado, modificar el Pliego por iniciativa propia con una antelación de (3) tres días antes de la fecha límite de recepción de ofertas.

7.3 Prórrogas

Cualquier interesado podrá solicitar prórroga de la Apertura de ofertas. La misma se presentará por escrito y de forma fundada, vía mail a: comunicaciones@msp.gub.uy. Dicha solicitud deberá realizarse hasta tres (3) días hábiles antes de la fecha de apertura establecida para el presente llamado.

La prórroga será resuelta por el MSP según su exclusivo criterio, y se reserva el derecho de atender la solicitud o desestimarla. En ambos casos, vencidos los plazos mencionados, el MSP no estará obligado a pronunciarse.

Se comunicará a todos los interesados a través del correo comunicaciones@msp.gub.uy

8. EVALUACIÓN DE LAS PROPUESTAS

La admisión inicial de una propuesta no será obstáculo a su rechazo si se constatare luego defectos que violen los requisitos legales o aquellos sustanciales contenidos en el presente pliego.

Se considerarán apartamientos sustanciales aquellos que no pueden subsanarse sin alterar materialmente la igualdad de los oferentes.

Las ofertas que cumplan con las especificaciones requeridas en este llamado serán evaluadas teniendo en cuenta los siguientes factores de evaluación:

8.1 Puntaje total de evaluación – 100 puntos

La evaluación se compondrá de la propuesta técnica (70 puntos) y la propuesta económica (30 puntos), de acuerdo con la siguiente distribución:

****A) Propuesta técnica – hasta 70 puntos****

****A.1) Antecedentes – hasta 35 puntos:****

- Antecedentes generales: hasta 15 puntos (hasta 2,5 puntos por campaña, máximo seis campañas).

- Antecedentes específicos con organismos públicos: hasta 15 puntos (hasta 3,75 puntos por campaña, máximo cuatro campañas).
- Antecedentes de salud mental: hasta 5 puntos (hasta 2,5 puntos por campaña, máximo dos campañas).

****A.2) Ejercicio práctico (propuesta creativa) – hasta 35 puntos:****

- Concepto creativo y racional estratégico: hasta 15 puntos.
- Desarrollo de mensajes clave: hasta 5 puntos.
- Calidad y pertinencia de las piezas propuestas: hasta 10 puntos.
- Propuesta de racional de planificación de medios: hasta 5 puntos.

****B) Propuesta económica – hasta 30 puntos****

La ponderación económica se calculará otorgándose el máximo puntaje (30 puntos) a la oferta de menor valor total, y aplicándose a las restantes ofertas la siguiente fórmula:

****Puntaje económico = $30 \times (\text{Menor oferta} / \text{Máximo monto destinado})$ ****

8.2 Resultará adjudicataria la oferta que obtenga el mayor puntaje total, siempre que cumpla con la totalidad de los requisitos habilitantes y las condiciones sustanciales del presente pliego. En caso de empate, podrá el MSP solicitar mejora de ofertas.

9. EQUIPO Y HERRAMIENTAS

La empresa oferente deberá describir sus procesos de trabajo y las herramientas de gestión, planificación, seguimiento y reporting utilizadas.

Las herramientas deberán estar incluidas en los valores cotizados.

Deberá aclararse expresamente el uso de herramientas de inteligencia artificial en la generación de materiales.

10. USO DE MATERIALES Y DERECHOS

El MSP será propietario de los materiales generados y aprobados en el marco del contrato, sujeto a los derechos contratados.

Los archivos deberán ser entregados en formato editable.

En caso de incluir derechos de imagen o de voz, se acordará oportunamente el costo de producción tercerizado.

Los oferentes deberán mantener estricta confidencialidad respecto de las campañas y materiales en desarrollo con anterioridad a su lanzamiento público. Queda prohibida la subcontratación de servicios sin autorización previa y expresa del MSP.

11. PLAZOS, EJECUCIÓN Y CONDICIONES GENERALES

La ejecución de los servicios se realizará a demanda del MSP durante la vigencia del contrato. La vigencia del contrato será hasta el 31 de diciembre de 2026 o hasta la ejecución del monto máximo previsto.

El MSP podrá solicitar desarrollos con carácter urgente atendiendo a las necesidades de comunicación sanitaria.

El MSP podrá requerir adaptaciones o ajustes de piezas desarrolladas en el marco del contrato cuando resulte necesario para su adecuación a distintos medios, públicos o territorios.

El Departamento de Comunicación del MSP actuará como contraparte técnica del contrato, definiendo lineamientos, validando entregables y coordinando las órdenes de trabajo.

12. FORMA DE PAGO

La facturación se realizará contra entrega y conformidad de la contraparte del MSP.