



RESOLUCIÓN EXENTA 4.1D/N° 3185 11.08.2017

MAT.: AUTORIZA PUBLICACIÓN PROCESO DE GRAN COMPRA PARA "SERVICIO DE CAMPAÑAS COMUNICACIONALES" DEL FONDO NACIONAL DE SALUD.

VISTOS: lo dispuesto en el Libro I del D.F.L. N°1/2005 del Ministerio de Salud; las facultades que me confiere el Decreto Supremo N°46/2014 del Ministerio de Salud; Ley N°19.886; D.S. 250/2004 del Ministerio de Hacienda; la Resolución Exenta 4A/N° 35/2016, del Fondo Nacional de Salud; Ley N° 20.730, del Lobby, del Ministerio Secretaría General de la Presidencia; la Ley N° 20.981 de Presupuestos del Sector Público para el año 2017, y lo señalado en la Resolución N°1600/2008, de la Contraloría General de la República.

CONSIDERANDO:

1. Que el Fondo Nacional de Salud ha debido asumir los desafíos que demanda la modernización de la gestión pública y la Reforma de Salud, debiendo implementar diversos esfuerzos comunicacionales con el objeto de hacer efectiva la protección social en salud, a sus 13,8 millones de usuarios.
2. Que, de acuerdo al punto anterior, para la institución resulta imprescindible contratar los servicios de una Agencia Publicitaria especializada para desarrollar y desplegar una campaña comunicacional especialmente diseñada, que permita informar a la ciudadanía los avances y mejoras que Fonasa ha realizado para establecer una nueva relación con sus beneficiarios mejorando el acceso y calidad en la atención.
3. Que se ha verificado que el producto o servicio requeridos se encuentra disponible en el Convenio Marco, y corresponde a una compra mayor a 1.000 UTM.
4. Que, la provisión del "Servicio de Campañas Comunicacionales", se realizará bajo la modalidad de Gran Compra a través del Convenio Marco de Campañas Comunicacionales ID 2239-6-LP14.
5. Que, esta entidad cuenta con los recursos presupuestarios suficientes para financiar la contratación referida, por lo que dicto la siguiente:

RESOLUCIÓN:

1. Apruébense las especificaciones administrativas, técnicas y los respectivos anexos del Proceso de Gran Compra para el "Servicio de Campañas Comunicacionales" cuyo texto se señala a continuación:

ESPECIFICACIONES ADMINISTRATIVAS

PROCESO GRAN COMPRA "SERVICIO DE CAMPAÑAS COMUNICACIONALES"

1. INTRODUCCIÓN

El Fondo Nacional de Salud -en adelante Fonasa- es un Servicio Público funcionalmente descentralizado, dotado de personalidad jurídica y patrimonio propio, creado por Decreto Ley N° 2.763, de 1979, cuyo texto refundido fue fijado por el Libro I, del Decreto con Fuerza de Ley N° 1, de 2005, del Ministerio de Salud. FONASA ha debido asumir los desafíos que demanda la modernización de la gestión pública y la Reforma de Salud, debiendo implementar diversos esfuerzos comunicacionales con el objeto de hacer efectiva la protección social en salud a sus 13,8 millones de usuarios. En este contexto ha desarrollado de manera permanente un conjunto de acciones destinadas a la promoción de beneficios, difusión de derechos y deberes en el ámbito de la protección de la salud de sus usuarios, a objeto de lograr el efectivo ejercicio y cumplimiento de éstos, junto al correcto uso del sistema de salud pública, de tal forma de tener usuarios informados y empoderados.

Se ha logrado potenciar adicionalmente una serie de productos concretos como servicios en línea, la red de canales de contacto tanto Web como de redes sociales, su red territorial de sucursales, así como la introducción de mejoras en los procesos, avances en la construcción de redes integrales de salud, articulación del sistema público y/o complementación con el privado entre otros para cumplir con las demandas en salud de la población usuaria, todas teniendo por objetivo la entrega de un servicio de excelencia.

Por lo tanto considerando lo descrito, así como lo señalado en los requerimientos técnicos de la presente intención de compra, y considerando el briefing estratégico que FONASA dispone a las agencias publicitarias participantes, para la institución resulta imprescindible contratar los servicios de una Agencia Publicitaria especializada para desarrollar y desplegar una campaña comunicacional especialmente diseñada, cuyo objetivo es informar y difundir las ventajas para nuestros asegurados del nuevo modelo de atención de Fonasa, que utiliza la tecnología al servicio de las personas, que permite agregar nuevos servicios y canales de atención para los usuarios y prestadores.

2. OBJETIVO

La presente compra de servicios tiene por objeto obtener la asesoría, creativa y de marketing de una agencia publicitaria especializada con reconocida experiencia en el rubro, para lograr construir y desarrollar una campaña comunicacional integral para el Fondo, cuya estrategia permita a la institución dar a conocer las ventajas a sus asegurados del nuevo modelo de atención de Fonasa, que dispone moderna tecnología al servicio de las personas permitiendo agregar nuevos servicios y canales de atención para usuarios y prestadores.

Dicha campaña creativa se debe desarrollar, producir y ejecutar para su difusión y puesta en medios, logrando instalar y posicionar los conceptos y mensajes de campaña a difundir a los públicos objetivos específicos y opinión pública en general.

Para estos efectos el servicio será contratado a través del Convenio Marco de "Campañas Comunicacionales" ID 2239-6-LP14, en la modalidad de Gran Compra.

3. ADMINISTRACIÓN

3.1 ADMINISTRADOR Y COORDINADOR DEL ACUERDO COMPLEMENTARIO

El Fondo Nacional de Salud supervisará el buen cumplimiento del servicio requerido, para lo cual designará como Administrador del acuerdo complementario al Jefe del Departamento de Comunicaciones y Marketing de FONASA, o quien se designe en su representación.

Las funciones de la administración y coordinación del acuerdo complementario incluirán, entre otras:

1. Supervisar y controlar los trabajos, velando por el estricto cumplimiento de la calidad de los servicios y de los plazos estipulados.
2. Exigir y fiscalizar el estricto cumplimiento del acuerdo complementario en todos sus aspectos.
3. Firmar ordinarios u oficios dirigidos al proveedor seleccionado que digan relación con la situación contractual del servicio.
4. Supervisar el servicio y coordinar toda actividad relacionada con el desarrollo de las actividades, verificando la oportunidad, calidad del servicio contratado y el fiel cumplimiento de las labores a realizar.
5. Controlar que los servicios requeridos desde el momento de la selección de la oferta y hasta el término del servicio comprado, sean cumplidos de acuerdo a las exigencias de las especificaciones y lo ofertado.
6. Resolver y requerir el recurso de su competencia en el caso de aplicación de multas en los casos que corresponda.
7. Fiscalizar el cumplimiento de la normativa legal por parte del contratista, mediante solicitud de certificado de cumplimiento de las obligaciones laborales y previsionales del proveedor, otorgado por la dirección del trabajo y proponer en caso de incumplimiento, el término anticipado del acuerdo complementario cuando corresponda.
8. Visar el pago de la factura.

3.2 CONTRAPARTE TÉCNICA DEL ACUERDO COMPLEMENTARIO

Así como existirá un Administrador del Acuerdo Complementario de la compra, se definirá una contraparte técnica de FONASA, que será nombrada en el inicio del proyecto que tendrá, entre otras funciones:

1. Recibir a conformidad el producto esperado, planteando al proveedor seleccionado, las observaciones y/o recomendaciones que se estimen pertinentes.
2. Colaborar y asistir al proveedor seleccionado, en el ámbito de sus competencias.
3. Autorizar por escrito adecuaciones, atender y resolver situaciones coyunturales o emergentes no consideradas. La comunicación entre la

Contraparte Técnica y el proveedor seleccionado se hará por escrito y/o por correo electrónico.

4. Verificar y dar aprobación a los informes mensuales o los estados de pago.
5. Proponer multas según desempeño y resultados de los servicios.
6. Entregar al proveedor seleccionado los detalles técnicos de los servicios solicitados y/o esperados.
7. Registrar y reportar fallos que sean detectadas, manteniendo un registro de ellas.
8. Aprobar el protocolo de seguridad interna y externa que permita mantener la integridad y confidencialidad de la información, diseñado por el proveedor seleccionado.

4. PRESENTACIÓN DE LAS OFERTAS

Las propuestas deben ser ingresadas en el Portal www.mercadopublico.cl, en las fechas estipuladas en el Calendario del Proceso de Gran Compra. No se aceptarán propuestas que no sean ingresadas en forma electrónica y en el plazo estipulado.

La categoría a la que deben postular es:

Nº	ID Convenio Marco	Nombre Categoría
1	960850	Asesorías Creativas de Alto Impacto

4.1 CONSULTAS Y RESPUESTAS

Los participantes o proponentes podrán hacer las consultas, tanto de carácter técnico como de índole administrativa, que estimen necesarias, dentro del plazo establecido en calendario general. Las consultas y/o aclaraciones sólo se podrán formular por escrito, a través del correo electrónico compras@fonasa.cl y jimuno@fonasa.cl.

El Fondo Nacional de Salud responderá las consultas y aclaraciones y podrá emitir complementos que permitan una mejor comprensión e interpretación de las bases y/o del proceso de licitación, lo que se hará adjuntando un documento resumen con las consultas y respuestas, a través del portal www.mercadopublico.cl y dentro del período establecido en el calendario general.

4.2 REUNION INFORMATIVA

Se realizará una reunión informativa previa con las Agencias que acepten la invitación a participar en el proceso a través del portal www.mercadopublico.cl. Se solicita confirmar la asistencia de un máximo de dos personas por agencia, a través del correo electrónico: compras@fonasa.cl y jimuno@fonasa.cl. Los asistentes a esta reunión informativa deben portar Cédula de Identidad o documento que acredite pertenencia a la agencia que representa (carta simple de presentación firmada por representante legal, tarjeta de presentación, credencial, etc).

El horario, lugar y fecha de la reunión se informará en el **Anexo N°1**.

4.3 DECLARACIÓN JURADA

El proveedor deberá entregar junto con los antecedentes antes señalados al momento de presentar su oferta una **"DECLARACIÓN JURADA SIMPLE"** que acredite que no se encuentra en ninguna de las inhabilidades contempladas en los incisos 1 y 6 del artículo 4 de las Ley 19.886. Adicionalmente deberá declarar en caso de personas jurídicas, que no ha sido condenado por delitos de lavado de activos, financiamiento del terrorismo y cohecho (art.8 y 10, ley 20.393) de acuerdo a la ley 20.393, sobre Responsabilidad Penal de las Personas Jurídicas. Lo anterior, deberá acreditarse adjuntando una declaración Jurada según formato del **Anexo N°3**.

4.4 MONTO ESTIMADO DE LA COMPRA

El monto del presupuesto estimado para esta compra es de **\$ 600.000.000.-** (seiscientos millones de pesos) **con IVA y comisión incluidos.**

Las ofertas que presenten los proponentes deben tener una vigencia mínima de 60 días corridos, a contar de la fecha del cierre de recepción de las Propuestas.

4.5 MODIFICACIONES

Con todo, si esta intención de compra fuere objeto de modificación, antes del cierre de recepción de ofertas se les otorgará a los oferentes el plazo máximo de 5 días corridos para la adecuación de las ofertas.

5. COMISIÓN EVALUADORA DE OFERTAS Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN

5.1 COMISIÓN EVALUADORA DE OFERTAS

El análisis, estudio y ponderación de las ofertas que se presenten a la licitación, corresponderá a una Comisión Evaluadora.

La Comisión de Evaluación realizará el proceso de evaluación sólo respecto de aquellas propuestas que hayan sido calificadas como admisibles.

La evaluación se efectuará considerando en su análisis todos los antecedentes exigidos a los oferentes, sean estos de carácter técnico, legal, económico u otros. Esta Comisión propondrá a la Directora de la Institución, la selección de la intención de compra del oferente que cumpla con el puntaje exigido, una vez aplicados los criterios de evaluación, o bien, estimando que la misma se declare desierta, por no existir ninguna oferta de interés o conveniente para el Fondo Nacional de Salud. Sin perjuicio de lo anterior, para su función, la Comisión podrá incluir a otros expertos para emitir opinión.

La Comisión Evaluadora se aprobará mediante una resolución que se dictará y publicará con anterioridad al cierre de recepción de las ofertas.

5.2 CRITERIOS DE EVALUACIÓN DE OFERTAS

La evaluación de las ofertas se realizará por categoría considerando los siguientes criterios y ponderadores:

Categoría Asesoría Creativa de Alto Impacto (ID 960850)

	Criterios	Ponderación
1	Proyectos realizados (PR)	8,33 %
2	Briefing (B)	58,33 %
3	Comisión (C)	30 %
4	Cumplimiento de Requisitos Formales de Presentación de Oferta (RF)	3,34 %

A continuación se detallan los criterios de evaluación:

1. Proyectos Realizados (8,33%):

Se evaluará la experiencia del oferente en proyectos realizados en campañas comunicacionales los últimos 5 años, por un monto igual o superior a 4.000 UTM, de acuerdo con la información entregada por los oferentes en el **Anexo N°6** y verificada por la Comisión Evaluadora mediante los datos de contacto informados por el oferente.

Los puntajes para este subcriterio serán asignados de la siguiente manera:

CRITERIO	DESCRIPCION	PUNTAJE
Proyectos realizados	10 o más proyectos	100 puntos
	Entre 7 y 9 proyectos	80 puntos
	Entre 3 y 6 proyectos	60 puntos
	2 o menos proyectos	0 puntos

El puntaje ponderado de este criterio, se obtendrá de la multiplicación del puntaje obtenido, por el ponderador del criterio definido para esta categoría.

2. Briefing (58,33%):

El proponente deberá entregar una propuesta de campaña comunicacional a partir del Brief tipo definido en el **Anexo N°4**, el cual deberá dar cumplimiento claramente a los puntos solicitados que a continuación se indican:

- ✓ Objetivo: deberá cumplir con el objetivo principal solicitado en el Briefing tipo.
- ✓ Público Objetivo: A quién va dirigida la campaña, deberá cumplir el rango etario y con la descripción del target más allá del perfil socioeconómico.
- ✓ Mensaje: el mensaje deberá ser acorde a la idea creativa presentada, la cual a su vez deberá cumplir con lo solicitado en el Briefing.
- ✓ Tono y Estilo: la campaña propuesta deberá cumplir con el estilo solicitado, el cual deberá ser coincidente con la línea editorial de la Institución. De igual forma el tono deberá ser coincidente con el solicitado en el Brief, por ejemplo formal, juvenil, etc.
- ✓ Soporte y Ejecución: la campaña propuesta deberá cumplir con:
 - Mix de medios solicitados.
 - Plan de medios acorde a los objetivos y público objetivo.
 - Soportes solicitados.
 - Inversión regional solicitada.

- Presenta los productos esperados.
- La gráfica cumple con los requisitos de la normativa gráfica de gobierno (uso de logo, color, etc.)

Los puntajes para este criterio serán asignados de la siguiente manera:

CRITERIO	CONCEPTO	CUMPLE	PUNTAJE
Briefing	Objetivo	SI	20 puntos
		NO	0 puntos
	Público Objetivo	SI	20 puntos
		NO	0 Puntos
	Mensaje	SI	20 puntos
		NO	0 puntos
	Tono y Estilo	SI	20 puntos
		NO	0 puntos
	Ejecución y Soporte	SI	20 puntos
		NO	0 puntos

En caso de omitir o no dar cumplimiento con los puntos solicitados en alguno de los conceptos, se asignará 0 ptos. en el mencionado concepto.

El puntaje ponderado de este criterio, se obtendrá de la multiplicación del puntaje obtenido, por el ponderador del criterio definido para esta categoría.

3. Comisión (30%)

Para realizar la evaluación de este criterio el proveedor deberá informar en el **Anexo N° 2** el porcentaje de comisión que cobra la empresa por el desarrollo de las campañas o asesorías requeridas respecto del valor total de la propuesta.

La asignación de puntaje será de acuerdo a la siguiente tabla:

TRAMOS PORCENTAJE DE COMISIÓN APLICADA	PUNTAJE	
0	5	100
5,1	8	75
8,1	9	60
9,1	10	40
10,1	12	30
12,1	ó más	5

El puntaje ponderado de este criterio, se obtendrá de la multiplicación del puntaje obtenido, por el ponderador del criterio definido para esta categoría.

4. Cumplimiento de Requisitos Formales de Presentación de Oferta (3,34%)

El oferente deberá cumplir con todo lo solicitado en la presente intensión de compra:

DESCRIPCION	PUNTAJE
Cumple con los requisitos de presentación de oferta	100
No Cumple con los requisitos de presentación de oferta	0

El oferente que presente su oferta cumpliendo todos los requisitos formales de presentación de la misma y acompañando todos los antecedentes requeridos, hasta antes del cierre de presentación de las ofertas, obtendrá 100 puntos. El

oferente que haya incumplido los requisitos formales o haya omitido antecedentes o certificaciones al momento de presentar su oferta, aun cuando los haya acompañado con posterioridad, en virtud del artículo 40, inciso 2º, del reglamento de la ley N° 19.886 y dentro del plazo definido para acompañar dichos antecedentes, obtendrá 0 puntos en este criterio.

5.3 RESOLUCION DE EMPATES

En caso de empate entre dos o más propuestas, la compra se resolverá sobre los siguientes criterios de evaluación establecidos en el Convenio Marco ID 2239-6-LP14, en el respectivo orden:

1. Mayor puntaje en el Criterio Briefing.
2. Mayor puntaje en el Criterio Comisión.

De persistir el empate se procederá a través de sorteo.

6. FACULTAD DE RESELECCIÓN DE OFERTA

En caso de empate entre ofertas, o que el proveedor originalmente seleccionado no entregue la Declaración Jurada indicada en el **Anexo N°3**, desista de su oferta, sea inhábil para contratar con el Estado, no suscriba el acuerdo complementario en el plazo establecido en el numeral 8 de esta Gran Compra, o no entregue la Garantía de Fiel Cumplimiento del Acuerdo Complementario en el plazo establecido en el numeral 10 de esta Gran Compra, FONASA podrá seleccionar al oferente que le siga en puntaje, de acuerdo a la evaluación de las propuestas y siempre que dicha oferta sea de Interés para FONASA.

7. CONSIDERACIONES

Para la presentación de las ofertas es necesario que el oferente adjunte el **Anexo N° 5** donde debe mencionar a los profesionales que trabajarán en la asesoría creativa (director creativo, de cuenta, de arte, ejecutiva (o) de cuentas, además del portafolio de quien desarrollará el proyecto digital). Si durante el desarrollo de la asesoría creativa alguno(s) de los profesionales sale(n) del proyecto deberá(n) ser reemplazado(s) por un profesional con igual o mejor experiencia.

8. FORMALIZACIÓN DE LA RELACIÓN CONTRACTUAL – ACUERDO COMPLEMENTARIO

La relación contractual se formalizará mediante la suscripción del acuerdo Complementario entre las partes. El proveedor seleccionado suscribirá el contrato en oficinas de Fonasa, Monjitas N°665, Santiago, en el plazo máximo de 7 días hábiles contado desde la notificación de la selección de la oferta en el portal del mercado público y encontrándose la Garantía del Fiel Cumplimiento del Acuerdo Complementario entregada.

Transcurrido este período, Fonasa entenderá, que el proveedor seleccionado rehúsa la suscripción del acuerdo y podrá reelegir al proveedor que sigue en puntaje, siempre que dicha oferta sea de interés para Fonasa.

9. FACTURACIÓN, INFORMES DE RECEPCIÓN Y PAGO

9.1 FACTURACIÓN

Se realizará la facturación en 3 etapas, parceladas de acuerdo al siguiente detalle:

Nº	Hito	Porcentaje de pago
1	Primera Etapa: Producción y ejecución Estrategia Creativa campaña global y producción piezas de la primera etapa.	40%
2	Segunda Etapa: Ejecución del Plan de Medios de primera etapa.	20%
3	Tercera Etapa: Producción piezas y ejecución del Plan de Medios de segunda etapa de la campaña.	40%
TOTAL		100%

9.2 INFORMES DE RECEPCIÓN CONFORME DEL SERVICIO

Para otorgar el visto bueno a los servicios prestados, el proveedor deberá emitir junto a la factura los informes y antecedentes necesarios indicados en Brief, con el detalle de los servicios entregados y recepcionados conforme por Fonasa. La entrega de estos informes debe ser a más tardar el quinto día hábil de cada mes, debiendo contener la información del mes inmediatamente anterior.

9.3 PAGO

El pago será efectuado dentro de los 30 días corridos contados desde la fecha de presentación de la factura en Oficina de Partes de FONASA, Calle Monjitas N° 665, Primer Piso, Santiago, y mediante transferencia electrónica.

Para proceder al pago las facturas deberán tener previa conformidad del administrador del acuerdo complementario y de los informes que justifiquen el cumplimiento de los servicios prestados, de acuerdo a lo establecido en el numeral 9.2 "Informes de recepción conforme del servicio" de las especificaciones administrativas. De ser rechazada la facturación, por errores o tener la empresa obligaciones pendientes que deban ser descontadas de ésta, se retendrá su pago, hasta que se enmienden o se regularicen las deudas.

El plazo que tendrá el Fondo para efectuar reparos u observaciones técnicas o administrativas será de 10 días hábiles, contados desde la recepción de la Factura y del Estado de Pago en Oficina de Partes de Fonasa Nivel Central. De existir reparos u observaciones por parte del Fondo Nacional de Salud, éstas serán comunicadas a la empresa, para que ésta, dentro de un plazo de diez días hábiles contados desde la fecha de despacho de tal comunicación, subsane o aclare los reparos formulados. Una vez que la empresa haya corregido las observaciones formuladas por el Fondo, éste otorgará su conformidad dentro del plazo de los cinco días hábiles siguientes y el proveedor procederá a entregar la factura en la Oficina de Partes del FONASA.

9.4 CESIÓN DE CRÉDITOS

El proveedor deberá informar a Fonasa oportunamente, si va a ceder el crédito que emane del acuerdo complementario, de acuerdo a lo establecido en la Ley N° 19.983, informando el nombre, Rut y dirección del cesionario del crédito.

10. GARANTÍA FIEL CUMPLIMIENTO DEL ACUERDO COMPLEMENTARIO

Para respaldar el íntegro, correcto y oportuno cumplimiento del Acuerdo Complementario, la empresa seleccionada debe entregar una Garantía de Fiel Cumplimiento, emitida a la vista y de carácter irrevocable, con el requisito de que no tenga condiciones que afecten el pago de la garantía de manera rápida y efectiva, a favor del Fondo Nacional de Salud, por un monto equivalente al **5%** del monto total del Acuerdo Complementario, impuestos incluidos, y cuya glosa debe indicar **"Garantía de fiel cumplimiento del Acuerdo Complementario para Gran Compra de "Servicio de Campañas Comunicacionales"** del Fondo Nacional de Salud, y cuyo vencimiento debe exceder en 90 días corridos a la vigencia del Acuerdo Complementario.

En el evento que la garantía se otorgue de manera electrónica, deberá ajustarse a la ley N° 19.799, sobre documentos electrónicos, firma electrónica y servicios de certificación de dichas firmas.

Esta garantía debe ser entregada dentro del plazo máximo de 5 días hábiles contados desde la selección de la oferta.

El objeto de este documento es garantizar cualquier incumplimiento o infracción a las obligaciones que emanan del acuerdo complementario lo que será constatado, ponderado y evaluado por el Administrador del Acuerdo Complementario. También cauciona el cumplimiento de las obligaciones laborales y sociales de los trabajadores en los términos señalados en el artículo 11 de la ley 19.886. Sin perjuicio de lo anterior, también se hará efectiva esta garantía sin más trámite, en caso que el contrato termine anticipadamente, por causa imputable a la adjudicataria, conforme lo previene el numeral 10.14 de las bases de Convenio Marco que rigen este proceso, y para el pago constitutivo de multas, según lo previene el numeral 10.12 de las bases de Convenio Marco de estas bases.

Esta garantía será custodiada por la Sección Tesorería del Fondo Nacional de Salud, por el período de su vigencia, y se devolverá al término de su vencimiento, si no hubiesen situaciones pendientes que ameriten hacer efectiva la misma.

11. AUMENTO O DISMINUCION DE SERVICIOS

Fonasa podrá requerir al oferente seleccionado, la prestación de servicios adicionales, siempre que se relacionen directamente con el mismo y signifiquen una mejora a los servicios contratados hasta por un máximo del 30% del precio total del acuerdo complementario original y siempre que existan las disponibilidades presupuestarias suficientes. Por otra parte, según las necesidades de FONASA en el marco de la continuidad operacional del proceso, la cantidad contratada podrá disminuir en un máximo de 30% del precio total del acuerdo complementario original.

El aumento y disminución de los servicios deberá formalizarse a través de la modificación del acuerdo complementario, aprobada mediante la correspondiente resolución, la que deberá estar totalmente tramitada para su ejecución. Tratándose de un aumento del servicio, este no podrá superar los 2 meses posteriores al término del acuerdo complementario.

El oferente seleccionado deberá necesariamente presentar una caución que garantice el fiel cumplimiento de las obligaciones emanadas del aumento del monto del acuerdo complementario debiendo para tal efecto consignar una Garantía de Fiel Cumplimiento, tomada a la vista, en carácter irrevocable, y extendida a favor del Fondo Nacional de Salud, por un monto equivalente al 5% del valor total del aumento del acuerdo complementario, impuesto incluido, cuya glosa debe indicar "Garantía de fiel cumplimiento del aumento del Acuerdo Complementario para Gran Compra de Servicio de Campañas Comunicacionales" y cuyo vencimiento debe exceder en 90 días corridos a la vigencia del servicio.

En el caso de disminución del servicio, si este excede en un 10%, el proveedor podrá ponderar el cambio de la garantía de fiel cumplimiento del acuerdo complementario, por una de menor cuantía, siempre y cuando esta cumpla con lo establecido en el numeral 10 (5 % del monto total del Acuerdo Complementario, impuesto incluido, cuya glosa debe indicar "Garantía de fiel cumplimiento del Acuerdo Complementario para Gran Compra de Servicio de Campañas Comunicacionales" y cuyo vencimiento debe exceder en 90 días corridos a la vigencia del Acuerdo Complementario).

12. PLAZO DE IMPLEMENTACIÓN

El plazo total para el proceso de implementación del proyecto completo no podrá exceder de los 4 meses, plazo que comenzará a transcurrir a contar del 1° día hábil, desde el acto administrativo que aprueba el acuerdo complementario con la empresa seleccionada.

13. VIGENCIA DEL ACUERDO COMPLEMENTARIO

El acuerdo complementario tendrá una duración total de 4 meses, a contar de su total aprobación, sin perjuicio de lo anterior y por razones de buen servicio, las prestaciones comiencen a contar de la fecha de firma del acuerdo complementario, previa autorización por escrito por el Administrador del acuerdo complementario.

Con todo, el primer pago por los servicios adquiridos sólo se realizará una vez concluida la total tramitación del acto administrativo aprobatorio y contra entrega de los productos y servicios estipulados en las presentes bases, previa recepción conforme de los productos, por parte de la contraparte técnica del Servicio.

14. MULTAS Y PROCEDIMIENTO DE APLICACIÓN DE MULTAS

El proveedor seleccionado podrá ser sancionado con el pago de multas establecidas en el numeral 10.12 de las bases de Convenio Marco que rigen este proceso.

15. TERMINO ANTICIPADO DEL ACUERDO COMPLEMENTARIO

El término anticipado del acuerdo complementario, se realizará según lo estipulado en el numeral 10.14 de las bases de Convenio Marco que rigen este proceso.

16. CONFIDENCIALIDAD

El oferente seleccionado se obliga en forma irrevocable a que toda información que el Fondo Nacional de Salud le haya proporcionado o le proporcione con motivo del respectivo proceso de Gran Compra tendrá el carácter de confidencial, cualquiera sea la forma o formato a través del cual se exprese dicha información, sea que se contenga en documentos, memorandos, escritos de otra naturaleza, discos, cintas, archivos computacionales o en cualquier otra forma.

El oferente seleccionado solo utilizará la Información Confidencial con el fin de alcanzar los objetivos de esta compra y no divulgará, publicará ni permitirá la publicación de todo o parte de esta información. Así mismo, adoptará las medidas que sean pertinentes para que su personal solo tenga acceso a la información que sea estrictamente necesaria para el cumplimiento de las obligaciones asumidas en esta compra.

Al momento del término, por cualquier causa, de la presente compra, el oferente seleccionado debe restituir, según lo indique el Fondo Nacional de Salud, la información confidencial y toda copia, resumen o extracto de ésta, contenida en cualquier documento de trabajo, memorandos u otros escritos, medios magnéticos o archivos computacionales, sin retener copias, resúmenes o extractos de la misma, en ninguna forma.

En el evento que por orden judicial o de autoridad competente, el oferente seleccionado se viere obligado a divulgar todo o parte de la información confidencial, debe notificar previamente y de inmediato de esta circunstancia al Fondo Nacional de Salud.

La divulgación, por cualquier medio, de la totalidad o parte de la información referida por parte del oferente seleccionado durante la vigencia de la respectiva compra, o después de su finalización, dará lugar al Fondo Nacional de Salud a entablar las acciones judiciales que correspondan contra la empresa responsable, sin perjuicio de la responsabilidad solidaria por los actos en infracción de esta obligación que hayan ejecutado sus empleados y quienes resulten responsables.

**ESPECIFICACIONES TÉCNICAS
BRIEF
PROCESO GRAN COMPRA "SERVICIO DE CAMPAÑAS COMUNICACIONALES"**

1. CONTEXTO / ANTECEDENTES

A partir del año 2014, FONASA diseñó una planificación estratégica para el período 2014-2018, cuyo objetivo es fortalecer el rol del Seguro Público de Salud. Los principios que guiaron dicha planificación fueron: la gestión participativa, el robustecimiento institucional y la actualización tecnológica. El resultado de este trabajo derivó en las siguientes definiciones estratégicas período 2014-2018:

Misión: Ser el seguro público solidario y único que garantiza el acceso universal a salud de calidad, oportuna y con protección financiera a toda su población asegurada.

Objetivos estratégicos:

- a. Construir un nuevo Plan de Salud, preventivo, integral y flexible que responda a las necesidades de los ciudadanos, asegurando acceso a cobertura efectiva de salud con protección financiera.
- b. Gestionar compra sanitaria eficiente, con calidad y oportunidad, a prestadores del ámbito público y privado.
- c. Fortalecer la regulación y monitoreo financiero del sector salud, asegurando un balance en las fuentes de financiamiento y una gestión financiera sectorial eficiente.
- d. Mejorar la calidad de atención de Fonasa, mediante una comunicación transparente y oportuna, participación ciudadana activa y más y mejores puntos de contacto.
- e. Desarrollar nuevas capacidades institucionales a través de comunicación efectiva, fortalecimiento de la gestión de personas, mejoría en la gestión de procesos, actualización de estructura y normativa, e incorporación de tecnologías de información e infraestructura. Se suma el objetivo estratégico de implementar el Sistema Informático Integrado del Seguro (SIIS) como acelerador tecnológico que respalda y da soporte a la Gestión de Cambio.

Durante este período, los énfasis institucionales se han definido considerando al beneficiario como eje central, resguardando su oportunidad en el acceso, cobertura, financiamiento y resolución oportuna de la atención de salud, con énfasis en los grupos vulnerables, fortaleciendo el acceso de los afiliados a productos y servicios estratégicos de Fonasa, a través de plataformas transaccionales, servicios de auto consulta y canales más cercanos de atención con gestión eficiente y resolución de problemas.

En este contexto se rediseñó fonasa.cl lo que permitió implementarla como una web transaccional con servicios en línea, dentro de los cuales cabe mencionar venta bono web, Afiliación en línea, devolución de excesos, seguimiento de licencia médica, entre otros; también se expandieron canales de atención y venta de productos y servicios Fonasa, dentro de los cuales se encuentran, convenios con Correos de Chile, Caja Vecina de Banco Estado y presencia en prestadores de la red pública y privada; además de aumentar el acceso de productos y servicios Fonasa a ciudadanos extranjeros, específicamente

inmigrantes haitianos y fortalecimiento de RRSS como canal válido de información.

En el ámbito del nuevo sistema informático integrado del Seguro (SIIS), se ha avanzado en fortalecer el sistema de salud mediante la digitalización de sus procesos, para llegar a lograr la trazabilidad financiera y sanitaria de los afiliados, esto es saber cuánto gasta, dónde y con quién se atiende un paciente. Para ello, estamos trabajando en un piloto de interoperabilidad con distintos organismos y prestadores públicos y privados, es decir, obteniendo y cruzando información desde distintas fuentes.

Insights de y al consumidor

Fonasa forma parte de un sistema de salud público, que involucra a otros actores del sector, que tienen sus propios procesos y tecnologías. El trabajo realizado para comunicar los sistemas internos y reforzar las propias tecnologías de la institución, ha permitido introducir un nuevo modelo de atención al usuario, basado en la digitalización.

Este nuevo modelo de atención se traduce en el fortalecimiento de la atención remota, que permite ahorrar tiempo y realizar los trámites más frecuentes sin necesidad de acercarse a las sucursales de Fonasa. Ejemplo de estos cambios son el desarrollo de un nuevo sitio web con la posibilidad de comprar bonos de atención, kioscos de autoatención, incorporación de puntos de venta Cajavecina para pagar sus bonos, entre otros.

El usuario de Fonasa tiene una evaluación positiva de su gestión, sin embargo, el acceso a la salud pública depende también de otros actores involucrados y los usuarios esperan que Fonasa sea el articulador que vele por la protección de sus derechos. Asimismo esperan un continuo esfuerzo por mejorar la calidad del servicio entregado, reforzando el trato digno y garantizando el acceso a la salud.

La modernización y la inclusión son los pilares de la gestión de Fonasa, que ha definido su misión como "ser el Seguro Público solidario y único que garantiza el acceso universal a salud de calidad, oportuna y con protección financiera a toda la población asegurada".

2. OBJETIVOS

El Fondo Nacional de Salud invita a participar de una gran compra para el desarrollo de una **campana comunicacional para difundir el nuevo modelo de atención y su impacto en la calidad de atención hacia nuestros asegurados.**

Esta campaña debe basarse en los atributos asociados al servicio prestado por Fonasa, como es la inclusividad, dignidad, eficiencia y el derecho al acceso a la salud. Asimismo, el estilo debe incorporar un **enfoque ciudadano**, sobre la base de **ejemplos de servicios específicos**, con el apoyo de **testimonios reales** y dirigido a sus usuarios y a la opinión pública en general.

- a. Informar y difundir las ventajas para nuestros asegurados del nuevo modelo de atención de Fonasa, que utiliza la tecnología al servicio de las personas, que permite agregar nuevos servicios y canales de atención para los usuarios y prestadores.

- b. Dar a conocer la forma simple y transparente de acceder a los nuevos servicios y canales de atención remota no presenciales, que complementan la oferta de valor del plan de cobertura de Fonasa; y potenciar el uso de estos mismos.

3. PÚBLICO OBJETIVO:

- **Primario:** Total Población usuaria de Fonasa
- **Secundario:**
 - Ciudadanía en general
 - Prestadores de salud

4. MENSAJES (Sólo referenciales)

- a. Nos modernizamos para mejorar tu atención.
- b. Somos el Seguro de Salud que te protege
- c. Fonasa, más moderna, rápida y mejor.

5. TONO Y ESTILO

Tono cercano, directo, cálido, testimonial

6. EJECUCIÓN Y SOPORTES

Se requiere el servicio de asesoría creativa, elaboración de productos e implementación de un plan de medios para una campaña comunicacional a nivel nacional y regional **definida en dos fases** bajo un mismo concepto central creativo, cuyos productos tangibles en que anclará cada fase corresponderá al lanzamiento y difusión de la nueva App que contiene una serie de servicios de atención dispuestos para el asegurado y la explicitación del nuevo modelo de atención no presencial, anclado en la digitalización de sus servicios, respectivamente.

Etapa 1: La difusión de la nueva Apps será la etapa más fuerte de la campaña, cuyo objetivo principal es posicionarla como un canal de fácil acceso que facilita la utilización en dispositivos móviles de los servicios más demandados de Fonasa. Ello implica, descargarla, conocerla y usarla.

Etapa 2: Difundir la consolidación del nuevo modelo de atención no presencial, que permite -a través de distintos procesos y servicios digitales- entregar a los asegurados una atención más personalizada, oportuna, sin mayores trámites y de calidad.

La asesoría creativa deberá contener la creación de una estrategia comunicacional, con un gran concepto creativo central y bajadas de mensaje para cada etapa o fase de campaña, más la producción de piezas gráficas. Esta propuesta deberá incluir:

- 1 Producto Audiovisual, contempla spot de televisión de 30 segundos, para la primera fase.

- 5 Productos audiovisuales para RRSS de 15 a 20 seg, con animaciones o testimoniales. Tres para primera etapa y dos para segunda fase.
- 4 frases de radio de máximo 30 seg. Dos para cada fase.
- Diseño y adaptación de gráficas para los diferentes soportes (volantes, gigantografías, afiches). Para cada fase.
- Estrategia digital; Proponer diferentes soportes para estas plataformas (minisitio y RRSS), que incluya producción de piezas (viral, banners, post, etc), para cada fase.
- Diseño de actividad promocional para lanzamiento de campaña y como parte de la estrategia comunicacional (BTL).

Plan de medios: Se solicita la creación e implementación de un plan de medios nacional diferenciado para cada fase de campaña, que incluya lo siguiente:

- Cobertura nacional y regional de acuerdo al público objetivo de la campaña, que contemple los siguientes medios; televisión (sólo primera fase), como medio troncal con cobertura nacional y regional; digital con cobertura nacional y regional; radios con cobertura nacional y regional. Considerar al menos el 25% de la inversión total del plan en medios con clara identificación regional, como lo establece el Artículo 19 de la Ley de Presupuesto 2017.
- Estrategia de frecuencia: Se solicita poner especial énfasis en el desarrollo de una campaña de alta frecuencia que permita informar de la mejor manera a la ciudadanía a través de diferentes canales.
- La inversión del plan de medios debe ser de al menos el 85% del monto **total neto adjudicado**.
- Una vez terminada la campaña se debe enviar un informe con la verificación digital e impresa de todos los medios en los cuales se exhibió la campaña, el cual debe venir acompañado con los últimos planes de medios aprobados. Lo anterior para cada fase de campaña.
- Los Planes de Medios debe presentarse en formato Excel o planilla, especificando frecuencia, valores neto por programa y GRP's/CPM/CPC según corresponda.
- Alcanzar la mayor cantidad de GRP medidos con rating total personas, no total hogares.
- Presentar cronograma de implementación de los Planes de Medios y actividades asociadas a la campaña.
- El oferente al que se le adjudique la licitación, será responsable de la distribución, costos e implementación de todos los materiales a los distintos soportes que se establezcan en el plan de medios.
- Los costos de impresión del material gráfico POP para Sucursales (afiches, volantes, polidípticos, bigboys, etc.) serán de cargo de Fonasa, el oferente será responsable de entregar los diseños para los diferentes formatos y piezas gráficas, junto con los originales editables y visto bueno a prueba de color en imprenta.

- Los costos de producción del material para vía pública (ej: camineros, lunetas, paletas, vallas alto impacto, entre otros) deberán considerarse dentro de la propuesta presentada por el oferente.
- Se requiere que la agencia de medios cuente con una línea de crédito con Google y en el caso de no tenerla deben asumir el costo del impuesto del 35%.
- Para Facebook deben crear una cuenta independiente, que permita ir contabilizando la campaña.
- Para la estrategia digital se requiere que la agencia entregue al menos un informe diario a las 8:00 hrs., para conocer la distribución del presupuesto y evaluar el rendimiento de la campaña, ya que, en caso de no tener los resultados esperados se contará con el tiempo para hacer modificaciones.

Puntos a considerar

- Todos los productos gráficos deben ajustarse al manual de normas gráficas de Gobierno, que se puede descargar en kitdigital.gob.cl y manual gráfico de Fonasa.
- Los productos audiovisuales deben ir con subtítulos y lengua de señas según la Ley N°20.422, que establece normas sobre igualdad de oportunidades e Inclusión Social de Personas con Discapacidad. En su artículo 25 indica que toda campaña de servicio público financiada con fondos públicos deberá ser transmitida o emitida con subtítulo y Lengua de Señas.
- Se deben considerar derechos de modelos y personajes hasta fines de junio de 2018.
- La realización de material audiovisual y la subcontratación de terceros, deberán ser chequeados y aprobados por la contraparte técnica indicada en el contrato;
- Todos los costos de subcontrataciones son responsabilidad del proveedor contratado.
- Cabe mencionar que no necesariamente se ejecutarán todos los productos requeridos, pudiendo redistribuir los recursos para potenciar algún producto en particular. Se tomará la decisión desde el punto de vista estratégico con el fin de generar el mayor impacto posible.

7. REUNIÓN INFORMATIVA:

Se llevará a cabo una reunión informativa, el segundo día hábil de publicada la intención de compra, a las 9:30 hrs en dependencias de Fonasa ubicada en Monjitas 665 primer piso. Se solicita la confirmación de un máximo de dos personas por agencia al siguiente correo sahumada@fonasa.cl ó pbarria@fonasa.cl . Los asistentes a esta reunión informativa deben portar cédula de identidad y documento que acredite pertenencia a la agencia que representa (tarjeta de presentación, credencial, etc).

8. PRESUPUESTO

El presupuesto asignado a esta campaña es de 600.000.000 (impuestos y comisión incluidos).

9. FECHA DIFUSIÓN DE LA CAMPAÑA

La planificación de la campaña debe estar pensada en dos momentos de mayor actividad pública, de acuerdo a la planificación y lanzamiento de dos nuevos servicios que se incorporarán a los ya descritos. De tal manera de mantener una base de presencia en medios que se activará con mayor intensidad en los meses de octubre y noviembre-diciembre.

- Primera Etapa: Lanzamiento y difusión de la nueva App: octubre de 2017, duración un mes.
- Segunda etapa: Difusión nuevo modelo de atención no presencial, noviembre-diciembre, duración 3 semanas.

10. OTRAS CONSIDERACIONES

La campaña debe basarse en "un nuevo modelo de atención" y **su impacto en la calidad de atención hacia nuestros asegurados**, que se ejecuta a través de diversos ejemplos como:

- a. Nuevo Modelo de Atención:
De ejecutivos que venden bonos a asesores de salud
- b. Servicios Digitales:
 - Aplicación Apps
 - Venta de Bono atención Web
 - Kioscos de auto atención
 - Incorporación de CajaVecina como punto de pago de bonos
 - Devolución de Pago en Exceso en línea
 - Afiliación en línea
- c. Modernización de procesos con incorporación de tecnologías
 - Cuenta Médica del paciente
 - Interoperabilidad del sistema con prestadores públicos y privados

El concepto creativo de la campaña debe estar basado en los atributos que se busca relevar de la atención digital, como: eficiencia, universalidad/ inclusividad, dignidad y derecho a la salud.

Es relevante considerar proyectar la comunicación desde experiencias reales con el nuevo Seguro Público de Salud, con un enfoque testimonial y ciudadano.

Destacar el trabajo de los funcionarios, incentivándolos a ser actores activos en la difusión de esta transformación de la institución, destacando el compromiso de los funcionarios con quienes se ha trabajado para avanzar en la transformación a un Seguro de Salud.

ANEXO N° 1

CALENDARIO GENERAL

**PROCESO DE GRAN COMPRA "SERVICIO DE CAMPAÑAS COMUNICACIONALES"
DEL FONDO NACIONAL DE SALUD**

FECHA	ACTIVIDAD
11/08/2017	Publicación de la Gran Compra en el sitio www.mercadopublico.cl y Realización de invitación a los oferentes.
16/08/2017	Reunión informativa, dependencias del Fonasa ubicadas en Monjitas 665, primer piso, Santiago Centro. Horario : 09:30 hrs
11/08/2017	Recepción de Preguntas.
17/08/2017	Término de recepción de Preguntas.
21/08/2017	Respuestas de las preguntas subidas a la intención de compras.
24/08/2017	Recepción Electrónica de Propuestas.
25/08/17	Comunica fechas de presentación de Agencias.
29/08/2017	Presentación Propuestas de Agencias en Fonasa. Monjitas 665, primer piso, Santiago Centro. Horario: A comunicar a cada Agencia.
05/09/2017	Adjudicación y comunicación del resultado del proceso, mediante la publicación de la Resolución que seleccione la oferta o la declare desierta.
5 días hábiles contado desde la notificación de selección de la oferta	Plazo fatal de entrega de la Garantía de Fiel Cumplimiento del Acuerdo Complementario.
5 días hábiles contado desde el envío del documento a la firma de la empresa	Firma de Acuerdo por parte del proveedor

ANEXO N° 2

OFERTA COMISIÓN

**PROCESO DE GRAN COMPRA "SERVICIO DE CAMPAÑAS COMUNICACIONALES"
DEL FONDO NACIONAL DE SALUD**

ID Producto	Nombre Proyecto	Cantidad	Porcentaje Comisión (sobre el total del Proyecto)	Monto Total del Proyecto con IVA Incluido (valor en pesos)
960850	Campaña Comunicacional Fonasa	1%	\$.....

Nombre Proveedor:	
Nombre Representante Legal:	
Rut Representante Legal:	
Firma Representante Legal:	
Fecha:	

ANEXO N° 3

DECLARACIÓN JURADA

PROCESO DE GRAN COMPRA "SERVICIO DE CAMPAÑAS COMUNICACIONALES" DEL FONDO NACIONAL DE SALUD

Yo,..... Rut:..... en mi
calidad de Representante Legal de la empresa.....
Rut: declaro:

1. Que ninguno de nuestros socios, es un funcionario directivo del Fondo Nacional de Salud, ni se encuentra unido a alguno de los mencionados funcionarios por los vínculos de parentesco descritos en la letra b) del artículo 54 de la ley N° 18.575, ley Orgánica Constitucional de Bases Generales de la Administración del Estado, hoy refundida en el DFL 1/19653 de Ministerio secretaría general de la Presidencia del año 2000, ni es socio de una sociedad de personas en que aquéllos ni dichos parientes formen parte, ni tienen participación en sociedades comanditas por acciones o anónimas cerradas en que aquellos o sus parientes sean accionistas, ni es socio en una sociedad anónima abierta en que aquéllos o éstos sean dueños de acciones que representen el 10% o más del capital, ni es gerente, administrador, representante o director de cualquiera de las sociedades antedichas.
2. Que la empresa que represento no ha sido condenada por prácticas antisindicales o infracción a los derechos fundamentales del trabajador, en los dos años previos a la presentación de la propuesta.
3. Que la empresa que represento no ha sido condenada por delitos concursales, establecidos en el Código penal (art. 401, ley 20.720), dentro de los dos años anteriores al momento de presentar la oferta, formular la propuesta o recibir o suscribir el contrato.
4. Que la empresa que represento no ha incurrido en las conductas previstas por la Ley N°20.393, en los artículos 8 y 10, que establece la responsabilidad penal de las personas jurídicas en los delitos de lavado de activos, financiamiento del terrorismo y delitos de cohecho que indica, (Según Anexo N°2-B).

Nombre Proveedor:	
Nombre Representante Legal:	
Rut Representante Legal:	
Firma Representante Legal:	
Fecha:	

ANEXO N° 4

BRIEF DE CAMPAÑA FONASA

PROCESO DE GRAN COMPRA "SERVICIO DE CAMPAÑAS COMUNICACIONALES" DEL FONDO NACIONAL DE SALUD

	Descripción de los Servicios Solicitados	Páginas del documento donde se encuentra
1	CONTEXTO / ANTECEDENTES	
2	OBJETIVO DE COMUNICACIÓN	
3	PÚBLICO OBJETIVO: TARGET	
4	INSIGHTS DE Y AL CONSUMIDOR	
5	MENSAJE	
6	TONO Y ESTILO	
7	BENEFICIOS	
8	SOPORTE Y EJECUCION: - Mix de medios - Plan de Medios - Soportes Solicitados - Inversión Regional Solicitada	
9	ENTREGABLES Productos esperados: gráfica, videos, frases radiales, entre otras.	
10	FECHA SALIDA	
11	PRESUPUESTO Y COMISIÓN	
12	CONSIDERACIONES	
13	CARTA GANTT DEL PROYECTO	

* El oferente debe mencionar cada uno de los puntos solicitados tanto como lo desee, con el fin de tener claridad de la oferta.

ANEXO N° 5

DETALLE PROFESIONALES DEL PROYECTO

PROCESO DE GRAN COMPRA "SERVICIO DE CAMPAÑAS COMUNICACIONALES"
DEL FONDO NACIONAL DE SALUD

N°	Nombre Profesional	Rut	Título y Cargo	Años de experiencia en Campañas Comunicacionales
1				
2				
3				
4				
5				

Nombre Proveedor:	
Nombre Representante Legal:	
Rut Representante Legal:	
Firma Representante Legal:	
Fecha:	

ANEXO N° 6

EXPERIENCIA DEL OFERENTE

**PROCESO DE GRAN COMPRA "SERVICIO DE CAMPAÑAS COMUNICACIONALES"
DEL FONDO NACIONAL DE SALUD**

Experiencia oferente							Referencia Contraparte		
N°	Inst. u Organización donde se realiza el proyecto	Año en que se realiza el proyecto	Nombre del Proyecto/sector Industrial/Área de impacto en la organización	Breve Descripción del Proyecto	Monto del Proyecto	Duración del proyecto en meses	Nombre	Correo	Cargo

*incorporar tantas líneas como se requiera

Nombre Proveedor:	
Nombre Representante Legal:	
Rut Representante Legal:	
Firma Representante Legal:	
Fecha:	

2. Apruébese el siguiente formato de acuerdo complementario:

ACUERDO COMPLEMENTARIO

“SERVICIO DE CAMPAÑA COMUNICACIONAL”,

ENTRE

FONDO NACIONAL DE SALUD

Y

< nombre prestador >

En Santiago de Chile, a ___ de ____ de 201__, entre el **FONDO NACIONAL DE SALUD**, persona jurídica de Derecho Público, creado por Decreto Ley N°2.763 de 1979, hoy refundido en el Libro I del DFL N°1 de 2005, del Ministerio de Salud, RUT N°61.603.000-0, representado legalmente por su Directora Nacional, doña _____, cédula nacional de identidad N° _____, ambos con domicilio en esta ciudad, calle Monjitas N° 665, comuna de Santiago, en adelante **FONASA**; y la sociedad _____, RUT N° _____, representada por, don _____, cédula nacional de identidad N° _____, todos con domicilio en esta ciudad, en calle _____ N°, comuna de _____, en adelante “el proveedor”, o “ la empresa”; han convenido la celebración del siguiente Acuerdo Complementario al Convenio Marco ID N°2239-6-LP13 de Campañas Comunicacionales, suscrito entre la Dirección de Compras y Contratación Pública y la empresa XXXXXXXX:

PRIMERO: ANTECEDENTES

El Fondo Nacional de Salud invitó a todos los proveedores que tienen adjudicado el convenio marco ID N°2239-6-LP13, de la Dirección de Compras y Contratación Pública, la intención de compra de los servicios detallados en la Resolución Exenta XXXXXXXXXXXXX, de XXX de XXX de 2017 que autorizó la publicación del proceso Gran Compra “CAMPAÑA COMUNICACIONAL PARA EL FONDO NACIONAL DE SALUD” para que presenten ofertas de acuerdo a los requerimientos señalados en las Especificaciones Administrativas y Técnicas de la mencionada resolución exenta.

Mediante Resolución Exenta XXXXXXXXXXXXX, de XX de XXX de 2017, el Fondo Nacional de Salud seleccionó la oferta presentada por la empresa XXXXXXXXXX, RUT N°XXXXXXXXXXXX, para el servicio “CAMPAÑA COMUNICACIONAL PARA EL FONDO NACIONAL DE SALUD”, en razón de haber cumplido con los requerimientos solicitados y constituyendo la oferta más conveniente a los intereses y necesidades de la institución.

SEGUNDO: OBJETIVO DEL ACUERDO COMPLEMENTARIO

El presente acuerdo complementario, en adelante el Acuerdo, tiene por objeto, obtener la asesoría, creativa y de marketing de una agencia publicitaria especializada con reconocida experiencia en el rubro, para lograr construir y desarrollar una campaña comunicacional integral para el Fondo, cuya estrategia permita a la institución plasmar y documentar el trabajo realizado durante el

período dando cuenta de la transformación de la institución. Dicha campaña creativa se debe desarrollar, producir y ejecutar para su difusión y puesta en medios, logrando instalar y posicionar los conceptos y mensajes de campaña a difundir a los públicos objetivos específicos y opinión pública en general.

El servicio contratado deberá entregarse en estricto cumplimiento a los requisitos que se establecen en las Especificaciones Técnicas contenidas en la Resolución EXENTA XXXXXXXXXXXXXXX, de XXX de XXX de 2017 que autorizó la publicación del proceso Gran Compra "CAMPAÑA COMUNICACIONAL PARA EL FONDO NACIONAL DE SALUD"

TERCERO: ADMINISTRACIÓN DEL ACUERDO COMPLEMENTARIO

Administrador del Acuerdo Complementario

El Fondo Nacional de Salud supervisará el buen cumplimiento del servicio requerido, para lo cual designará como Administrador del acuerdo complementario al Jefe del Departamento de Comunicaciones y Marketing de FONASA, o quien se designe en su representación.

Las funciones de la administración y coordinación del acuerdo complementario incluirán, entre otras:

1. Supervisar y controlar los trabajos, velando por el estricto cumplimiento de la calidad de los servicios y de los plazos estipulados.
2. Exigir y fiscalizar el estricto cumplimiento del acuerdo complementario en todos sus aspectos.
3. Firmar ordinarios u oficios dirigidos al proveedor seleccionado que digan relación con la situación contractual del servicio.
4. Supervisar el servicio y coordinar toda actividad relacionada con el desarrollo de las actividades, verificando la oportunidad, calidad del servicio contratado y el fiel cumplimiento de las labores a realizar.
5. Controlar que los servicios requeridos desde el momento de la selección de la oferta y hasta el término del servicio comprado, sean cumplidos de acuerdo a las exigencias de las especificaciones y lo ofertado.
6. Resolver y requerir el recurso de su competencia en el caso de aplicación de multas en los casos que corresponda.
7. Fiscalizar el cumplimiento de la normativa legal por parte del contratista, mediante solicitud de certificado de cumplimiento de las obligaciones laborales y previsionales del proveedor, otorgado por la dirección del trabajo y proponer en caso de incumplimiento, el término anticipado del acuerdo complementario cuando corresponda.
8. Visar el pago de la factura.

Contraparte Técnica del Acuerdo Complementario

Así como existirá un Administrador del Acuerdo Complementario de la compra, se definirá una contraparte técnica de FONASA, que será nombrada en el inicio del proyecto que tendrá, entre otras funciones:

1. Recibir a conformidad el producto esperado, planteando al proveedor seleccionado, las observaciones y/o recomendaciones que se estimen pertinentes.

2. Colaborar y asistir al proveedor seleccionado, en el ámbito de sus competencias.
3. Autorizar por escrito adecuaciones, atender y resolver situaciones coyunturales o emergentes no consideradas. La comunicación entre la Contraparte Técnica y el proveedor seleccionado se hará por escrito y/o por correo electrónico.
4. Verificar y dar aprobación a los informes mensuales o los estados de pago.
5. Proponer multas según desempeño y resultados de los servicios
6. Entregar al proveedor seleccionado los detalles técnicos de los servicios solicitados y/o esperados.
7. Registrar y reportar fallos que sean detectadas, manteniendo un registro de ellas.
8. Aprobar el protocolo de seguridad interna y externa que permita mantener la integridad y confidencialidad de la información, diseñado por el proveedor seleccionado.

CUARTO: MONTO DEL ACUERDO COMPLEMENTARIO, FACTURACIÓN Y FORMA DE PAGO DE LOS SERVICIOS

El presente Acuerdo Complementario tendrá un monto Total de \$ (..... PESOS)

FACTURACIÓN

Se realizará la facturación en 3 etapas, parceladas de acuerdo al siguiente detalle:

Nº	Hito	Porcentaje de pago
1	Primera Etapa: Producción y ejecución Estrategia Creativa campaña global y producción piezas de la primera etapa.	40%
2	Segunda Etapa: Ejecución del Plan de Medios de primera etapa.	20%
3	Tercera Etapa: Producción piezas y ejecución del Plan de Medios de segunda etapa de la campaña.	40%
TOTAL		100%

INFORMES DE RECEPCIÓN CONFORME DEL SERVICIO

Para otorgar el visto bueno a los servicios prestados, el proveedor deberá emitir junto a la factura los informes y antecedentes necesarios indicados en Brief, con el detalle de los servicios entregados y recepcionados conforme por Fonasa. La entrega de estos informes debe ser a más tardar el quinto día hábil de cada mes, debiendo contener la información del mes inmediatamente anterior.

PAGO

El pago será efectuado dentro de los 30 días corridos contados desde la fecha de presentación de la factura en Oficina de Partes de FONASA, Calle Monjitas N° 665, Primer Piso, Santiago, y mediante transferencia electrónica.

Para proceder al pago las facturas deberán tener previa conformidad del administrador del acuerdo complementario y de los informes que justifiquen el cumplimiento de los servicios prestados, de acuerdo a lo establecido en el numeral 9.2 "Informes de recepción conforme del servicio" de las especificaciones administrativas. De ser rechazada la facturación, por errores o tener la empresa obligaciones pendientes que deban ser descontadas de ésta, se retendrá su pago, hasta que se enmienden o se regularicen las deudas.

El plazo que tendrá el Fondo para efectuar reparos u observaciones técnicas o administrativas será de 10 días hábiles, contados desde la recepción de la Factura y del Estado de Pago en Oficina de Partes de Fonasa Nivel Central. De existir reparos u observaciones por parte del Fondo Nacional de Salud, éstas serán comunicadas a la empresa, para que ésta, dentro de un plazo de diez días hábiles contados desde la fecha de despacho de tal comunicación, subsane o aclare los reparos formulados. Una vez que la empresa haya corregido las observaciones formuladas por el Fondo, éste otorgará su conformidad dentro del plazo de los cinco días hábiles siguientes y el proveedor procederá a entregar la factura en la Oficina de Partes del FONASA.

QUINTO: CESIÓN DE CRÉDITOS

El proveedor deberá informar a Fonasa oportunamente, si va a ceder el crédito que emanen del acuerdo complementario, de acuerdo a lo establecido en la Ley N° 19.983, informando el nombre, Rut y dirección del cesionario del crédito.

SEXTO: GARANTÍA DE FIEL CUMPLIMIENTO DEL ACUERDO COMPLEMENTARIO

Para respaldar el íntegro, correcto y oportuno cumplimiento del Acuerdo Complementario, la Empresa entrega la Garantía de Fiel Cumplimiento, (NOMBRE DEL DOCUMENTO), N°, de (NOMBRE DE LA INSTITUCIÓN) de fecha, emitida a la vista y de carácter irrevocable, a favor del Fondo Nacional de Salud, equivalente al 5 % del monto total del Acuerdo Complementario, impuesto incluido, cuya glosa indica "**Garantía de fiel cumplimiento del Acuerdo Complementario para Gran Compra de Servicio de Campañas Comunicacionales**" y cuya fecha de vencimiento es de fecha

El objeto de este documento es garantizar cualquier incumplimiento o infracción a las obligaciones que emanan del acuerdo complementario lo que será constatado, ponderado y evaluado por el Administrador del Acuerdo Complementario. También cauciona el cumplimiento de las obligaciones laborales y sociales de los trabajadores en los términos señalados en el artículo 11 de la ley 19.886. Sin perjuicio de lo anterior, también se hará efectiva esta garantía sin más trámite, en caso que el contrato termine anticipadamente, por causa imputable a la adjudicataria, conforme lo previene el numeral 10.15 de las bases de Convenio Marco que rigen este proceso, y para el pago constitutivo de multas, según lo previene el numeral 10.13 de las bases de Convenio Marco de estas bases.

Esta garantía será custodiada por la Sección Tesorería del Fondo Nacional de Salud, por el período de su vigencia, y se devolverá al término de su vencimiento, si no hubiesen situaciones pendientes que ameriten hacer efectiva la misma.

SÉPTIMO: PLAZO DE IMPLEMENTACIÓN

El plazo total para el proceso de implementación del proyecto completo no podrá exceder de los 4 meses, plazo que comenzará a transcurrir a contar del 1º día hábil, desde el acto administrativo que aprueba el acuerdo complementario con la empresa seleccionada.

OCTAVO: VIGENCIA DEL ACUERDO COMPLEMENTARIO

El acuerdo complementario tendrá una duración total de 4 meses, a contar de su total aprobación, sin perjuicio de lo anterior y por razones de buen servicio, las prestaciones comiencen a contar de la fecha de firma del acuerdo complementario, previa autorización por escrito por el Administrador del acuerdo complementario.

Con todo, el primer pago por los servicios adquiridos sólo se realizará una vez concluida la total tramitación del acto administrativo aprobatorio y contra entrega de los productos y servicios estipulados en las presentes bases, previa recepción conforme de los productos, por parte de la contraparte técnica del Servicio.

NOVENO: AUMENTO O DISMINUCION DE SERVICIOS

Fonasa podrá requerir, la prestación de servicios adicionales, siempre que se relacionen directamente con el mismo y signifiquen una mejora a los servicios contratados hasta por un máximo del 30% del precio total del acuerdo complementario original y siempre que existan las disponibilidades presupuestarias suficientes. Por otra parte, según las necesidades de FONASA en el marco de la continuidad operacional del proceso, la cantidad contratada podrá disminuir en un máximo de 30% del precio total del acuerdo complementario original.

El aumento y disminución de los servicios deberá formalizarse a través de la modificación del acuerdo complementario, aprobada mediante la correspondiente resolución, la que deberá estar totalmente tramitada para su ejecución. Tratándose de un aumento del servicio, este no podrá superar los 2 meses posteriores al término del acuerdo complementario.

El oferente seleccionado deberá necesariamente presentar una caución que garantice el fiel cumplimiento de las obligaciones emanadas del aumento del monto del acuerdo complementario debiendo para tal efecto consignar una Garantía de Fiel Cumplimiento, tomada a la vista, en carácter irrevocable, y extendida a favor del Fondo Nacional de Salud, por un monto equivalente al 5% del valor total del aumento del acuerdo complementario, impuesto incluido, cuya glosa debe indicar "Garantía de fiel cumplimiento del aumento del Acuerdo Complementario para Gran Compra de Servicio de Campañas Comunicacionales" y cuyo vencimiento debe exceder en 90 días corridos a la vigencia del servicio.

En el caso de disminución del servicio, si este excede en un 10%, el proveedor podrá ponderar el cambio de la garantía de fiel cumplimiento del acuerdo complementario, por una de menor cuantía, siempre y cuando esta cumpla con lo establecido en el numeral 10 (5 % del monto total del Acuerdo Complementario, impuesto incluido, cuya glosa debe indicar "Garantía de fiel cumplimiento del Acuerdo Complementario para Gran Compra de Servicio de

Campañas Comunicacionales" y cuyo vencimiento debe exceder en 90 días corridos a la vigencia del Acuerdo Complementario).

DECIMO: CONFIDENCIALIDAD

El oferente seleccionado se obliga en forma irrevocable a que toda información que el Fondo Nacional de Salud le haya proporcionado o le proporcione con motivo del respectivo proceso de Gran Compra tendrá el carácter de confidencial, cualquiera sea la forma o formato a través del cual se exprese dicha información, sea que se contenga en documentos, memorandos, escritos de otra naturaleza, discos, cintas, archivos computacionales o en cualquier otra forma.

El oferente seleccionado solo utilizará la Información Confidencial con el fin de alcanzar los objetivos de esta compra y no divulgará, publicará ni permitirá la publicación de todo o parte de esta información. Así mismo, adoptará las medidas que sean pertinentes para que su personal solo tenga acceso a la información que sea estrictamente necesaria para el cumplimiento de las obligaciones asumidas en esta compra.

Al momento del término, por cualquier causa, de la presente compra, el oferente seleccionado debe restituir, según lo indique El Fondo Nacional de Salud, la información confidencial y toda copia, resumen o extracto de ésta, contenida en cualquier documento de trabajo, memorandos u otros escritos, medios magnéticos o archivos computacionales, sin retener copias, resúmenes o extractos de la misma, en ninguna forma.

En el evento que por orden judicial o de autoridad competente, el oferente seleccionado se viere obligado a divulgar todo o parte de la información confidencial, debe notificar previamente y de inmediato de esta circunstancia al Fondo Nacional de Salud.

La divulgación, por cualquier medio, de la totalidad o parte de la información referida por parte del oferente seleccionado durante la vigencia de la respectiva compra, o después de su finalización, dará lugar al Fondo Nacional de Salud a entablar las acciones judiciales que correspondan contra la empresa responsable, sin perjuicio de la responsabilidad solidaria por los actos en infracción de esta obligación que hayan ejecutado sus empleados y quienes resulten responsables.

UNDECIMO: MULTAS Y PROCEDIMIENTO PARA APLICACIÓN DE MULTAS

El procedimiento para la aplicación de las multas, se realizará según lo estipulado en el numeral 10.12 de las bases de Convenio Marco que rigen este proceso.

DÉCIMO SEGUNDO: TÉRMINO ANTICIPADO DEL ACUERDO COMPLEMENTARIO

El Fondo Nacional de Salud según lo estipulado en el N° 10.14 de las Bases de Convenio Marco que rigen este proceso, se reserva el derecho de poner término anticipado al Acuerdo Complementario, en los casos allí señalados.

DÉCIMO TERCERO: INSTRUMENTOS QUE INTEGRAN Y COMPLEMENTAN LA RELACIÓN CONTRACTUAL

En todos los aspectos atinentes al presente acuerdo, regirán además de lo estipulado en el presente instrumento, como normas obligatorias y complementarias, las contenidas en los siguientes documentos:

- a) Bases de Licitación Pública del Convenio Marco ID nº 2239-6-LP14 y sus Anexos.
- b) Resolución Exenta XXXX de fecha XXX de XXX de 2017, que autorizó la publicación del proceso Gran Compra "SERVICIO DE CAMPAÑAS COMUNICACIONALES". Gran Compra (Intención de Compras): Especificaciones Administrativas, Especificaciones Técnicas, Anexos y Modelo de Acuerdo Complementario.
- c) Consultas, aclaraciones y complementos, y las correspondientes respuestas y aclaraciones si las hubiere.
- d) Oferta Técnica y Económica del proveedor seleccionado, en lo que no contravenga a las disposiciones de la Gran Compra.
- e) Resolución de selección del proveedor.

DÉCIMO CUARTO: PRÓRROGA DE COMPETENCIA

Para todos los efectos legales del presente Acuerdo Complementario, las partes fijan su domicilio en la ciudad y comuna de Santiago y se someten a la jurisdicción y competencia de sus Tribunales Ordinarios de Justicia.

DÉCIMO QUINTO: EJEMPLARES DEL ACUERDO COMPLEMENTARIO

El presente Acuerdo Complementario se suscribe en tres ejemplares, quedando uno en poder de la empresa, y el resto en poder del Fondo Nacional de Salud, para su distribución.

DÉCIMO SEXTA: PERSONERÍAS

La personería de la Dra. XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX para representar a FONASA en la presente contratación, consta en XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX de fecha XX de marzo del 2014, del Ministerio de Salud; y la de don/doña _____, para representar a _____, consta en Escritura Pública _____ de _____ de _____, la que fue reducida a escritura pública, con fecha ____ de _____ de _____, ante el Notario Público de _____ don/ña _____.

3. Publíquese este documento correspondiente a las especificaciones del proceso de gran compra "**PROCESO GRAN COMPRA PARA SERVICIO DE CAMPAÑAS COMUNICACIONALES**" en el sitio www.mercadopublico.cl

ANÓTESE, COMUNÍQUESE Y ARCHÍVESE,



Jeanette Vega
DRA. JEANETTE VEGA MORALES
DIRECTORA NACIONAL
FONDO NACIONAL DE SALUD

[Handwritten signature]
LBR/VCG/EHO/OTV/MPL/jmsm

DISTRIBUCIÓN:

- Depto. Comunicaciones y Marketing
- Subdepto. Finanzas
- Subdepartamento de Administración
- Sección Compras y Abastecimiento
- Gloria Wasaff Valenzuela, Sección Compras y Abastecimiento
- Oficina de Partes

Ing. N° 234

