

TÉRMINOS DE REFERENCIA

CAMPAÑA DE PROMOCIÓN PARA SISTEMA DE TELEPEAJE

ÍNDICE

1. Antecedentes
2. Información general del sistema de Telepeaje
3. Registro de nuevos clientes y vehículos
4. Distribución y colocación de tags
5. Objeto del llamado
6. Plazo del contrato
7. Plazo de presentación de ofertas
8. Publicidad de las ofertas
9. Contenido de las ofertas
10. Aprobación del plan de campaña
11. Forma de pago
12. Evaluación de las ofertas
13. Criterios de evaluación
14. Reunión informativa
15. Anexo I – Puestos de Peaje
16. Anexo II - Procedimiento para presentación electrónica de oferta.

1. Antecedentes

La Corporación Vial del Uruguay S.A. (CVU) es una empresa privada que opera una Concesión Vial de las principales carreteras del país otorgada por el Ministerio de Transporte y Obras Públicas (MTO). El paquete accionario de CVU pertenece en su totalidad a la Corporación Nacional para el Desarrollo (CND).

CVU debe construir, rehabilitar y mantener las vías concesionada, teniendo la explotación de los puestos de peajes ubicados en ellas. Los ingresos procedentes de la recaudación de los peajes constituyen una de sus fuentes de financiamiento.

El sistema de Telepeaje disponible a nivel nacional es gestionado por CVU.

2. Información general del sistema de Telepeaje

El mercado potencial de usuarios de peajes está compuesto por el parque automotor de las categorías A y B del Sistema Único de Cobro de Ingresos Vehiculares (SUCIVE).

El parque automotor nacional categorías A y B de SUCIVE al 10/08/2020 se compone de 1.182.963 vehículos¹.

Los vehículos registrados en el sistema de Telepeaje al 31/08/2020 son 417.712.

Los clientes registrados en el sistema de Telepeaje al 31/07/2020 son 232.862. Un mismo cliente puede tener más de un vehículo registrado a su nombre.

Los tránsitos por puestos de peajes fueron 32.169.427 en 2019 los cuales se discriminan en el siguiente detalle. Del total de estos tránsitos el 51% de ellos utilizaron el Sistema de Telepeaje.

ESTACION DE PEAJE	CANT_CAT_1	CANT_CAT_2	CANT_CAT_3	CANT_CAT_4	CANT_CAT_5	CANT_CAT_6	CANT_CAT_7	CANT_TOTAL
1 Cebollati	460.659	3.325	19.842	27.641	7.186	2.943	124.378	645.974
2 Centenario	515.102	8.895	26.982	39.678	13.134	3.556	197.712	805.059
3 Cufre	1.425.344	13.391	59.958	92.025	22.811	4.916	143.079	1.761.524
4 Garzon	1.247.990	3.761	30.100	40.170	12.992	2.335	69.917	1.407.265
5 La Barra	3.682.048	38.180	166.249	281.682	67.923	8.924	411.553	4.656.559
6 Manuel Diaz	564.791	8.597	19.537	31.353	12.059	3.061	150.804	790.202
7 Mercedes	904.831	16.154	33.582	34.962	12.893	3.298	309.347	1.315.067
8 Pando	8.432.179	30.528	164.197	366.724	40.216	5.286	15.033	9.054.163
9 Paso del Puerto	548.856	5.884	21.346	35.464	9.086	2.679	158.744	782.059
10 Queguay	700.060	5.381	30.264	28.810	12.113	3.497	218.360	998.485
11 Ruta 9	489.609	1.755	18.042	6.482	11.226	2.730	129.325	659.169
12 Santa Lucia	972.708	11.190	43.691	31.934	13.388	6.903	173.548	1.253.362
13 Solis	4.332.193	19.294	118.316	113.249	32.628	5.791	9.950	4.631.421
14 Soca	1.162.328	6.024	48.490	58.569	21.993	5.815	352.496	1.655.715
15 Mendoza	1.312.651	10.751	59.013	75.750	24.512	5.913	264.813	1.753.403
2019	26.751.349	183.110	859.609	1.264.493	314.160	67.647	2.729.059	32.169.427

Los 15 peajes existentes en las rutas nacionales son gestionados por CVU (13) y otros dos concesionarios (1 cada uno). Los 15 peajes cuentan con el servicio de Telepeaje brindado por CVU.

La presente campaña alcanza a los 15 peajes del Sistema de Telepeaje.

¹ Fuente: Observatorio Nacional de Infraestructura, Transporte y Logística del MTO. Considerar categorías A y B. www.observatorio.mtop.gub.uy

En el período 08/2019 – 07/2020 se dieron de alta **76.279** nuevos tags, de acuerdo con el siguiente detalle:

ASIGNACION DE TAGS 2019/2020			
Agosto 2019	01/08/2019	31/08/2019	4.609
Setiembre 2019	01/09/2019	30/09/2019	12.606
Octubre 2019	01/10/2019	31/10/2019	6.614
Noviembre 2019	01/11/2019	30/11/2019	6.337
Diciembre 2019	01/12/2019	31/12/2019	10.791
Enero 2020	01/01/2020	31/01/2020	10.095
Febrero 2020	01/02/2020	28/02/2020	7.078
Marzo 2020	01/03/2020	31/03/2020	3.795
Abril 2020	01/04/2020	30/04/2020	1.459
Mayo 2020	01/05/2020	31/05/2020	2.812
Junio 2020	01/06/2020	30/06/2020	4.521
Julio 2020	01/07/2020	31/07/2020	5.562
TOTAL TAGS ASIGNADOS PERIODO			76.279

Los vehículos con matrículas uruguayas que pasaron al menos una vez por un peaje sin utilizar tag entre 01/01/2020 y 31/08/2020 fueron 629.600.

El adjudicatario recibirá la actualización de la información de tags registrados entre 01/07/2020 y la fecha de inicio de su trabajo.

El adjudicatario recibirá mensualmente informes de nuevos registros de tags (por clientes y por vehículos) y de los totales acumulados a la fecha.

3. Registro de nuevos clientes y vehículos

El registro del tag requiere la siguiente información del cliente: Cédula Identidad, nombre, medio de pago a utilizar, número de móvil y correo electrónico.

Para cada vehículo se debe registrar: matrícula, marca, modelo y color.

Lugares habilitados para registrar nuevos clientes y vehículos y retirar y colocar tags:

- 15 puestos de peajes en rutas nacionales.
- Empresas con convenio
- Bancos y tarjetas de crédito
- Plataforma web del Sistema de Telepeajes

4. Distribución y colocación de tags.

Los lugares habilitados para entrega de tags son:

- 15 puestos de peajes en rutas nacionales.
- Local ACU de Colonia y Yí.
- Local Auxicar Av. Italia y Caldas.

Se prevé continuar realizando acuerdos con empresas para utilizar sus instalaciones como lugares de entrega y colocación de tags.

La empresa adjudicataria podrá proponer nuevos convenios para la distribución y/o colocación de Tags.

Los usuarios podrán colocar y activar los tags por sí mismos siguiendo un instructivo vía telefónica o web.

5. Objeto del llamado

CVU contratará los servicios de una empresa especializada para elaborar e implementar una campaña de promoción de uso de tags con la finalidad de incrementar la proporción de usuarios del sistema de Telepeaje entre el total de usuarios de peajes a nivel nacional.

El objetivo perseguido es alcanzar una participación de pagos de peajes mediante el sistema de Telepeaje (pre o post pago) de al menos:

- 65% del total durante el primer cuatrimestre del contrato.
- 75% del total durante el segundo cuatrimestre del contrato.
- 80% del total durante el tercer cuatrimestre del contrato.

Actualmente la recaudación por tag es el 47% de la recaudación anual.

Dentro de los 30 días de firmado el contrato de servicios, el adjudicatario deberá presentar una propuesta de campaña de promoción de uso del sistema de Telepeaje por medio de tags, que comprenderá:

- A. Un plan de promoción de ventas que contenga:
 - a. Definición del servicio y sus atributos principales
 - b. Segmentación propuesta de clientes – usuarios
 - c. Posicionamiento del producto – servicio
 - d. Áreas geográficas y lugares físicos de distribución, cadena de distribución y su logística, distribución a lo largo del año de las acciones. Consideraciones de acciones en fechas claves
 - e. Audiencia objetivo
 - f. Mensaje central de la campaña
- B. Un plan de comunicación asociado al plan de campaña propuesto
- C. Un presupuesto de la campaña que incluya todos los costos fijos y variables.
- D. Un plan financiero de la campaña
- E. Indicadores de medición y evaluación de los resultados esperados.
- F. Servicio de Community Manager para cuentas de Twitter, Facebook y otras durante la ejecución de la campaña.
- G. Otra información que el adjudicatario estime pertinente.

Para la etapa de implementación, CVU estructurará un equipo de trabajo que será la contraparte del adjudicatario durante el periodo de ejecución del plan.

Todo el material generado será propiedad de CVU y podrá ser reutilizado sin limitaciones.

6. Plazo del contrato

El plazo del contrato será de 12 meses contados a partir de la notificación de la No Objeción del MTOP al contrato suscrito.

Considerando los resultados obtenidos, el contratante podrá prorrogar, previa No Objeción del Concedente (MTOP), la contratación de los servicios al contratado por un período adicional de hasta 6 meses, en iguales condiciones de remuneración.

7. Plazo para presentación de ofertas

El plazo para la presentación de ofertas vence el 16 de octubre de 2020 a la hora 14:00.

Las ofertas se presentarán por vía electrónica, según el procedimiento detallado en el Anexo II.

8. Publicidad de las ofertas.

Al vencimiento del plazo para la presentación de ofertas, las mismas se subirán a la página de CVU por un lapso de 72hs, para que los oferentes puedan dar vista de ellas.

9. Contenido de las ofertas

La oferta constará de A) Oferta técnica y B) Oferta económica.

A. Oferta técnica

La oferta técnica tendrá dos componentes:

- i. Antecedentes de la empresa y del personal que asignará al trabajo en formulación y ejecución de planes de promoción de ventas, preferentemente de servicios, con detalle de objetivos establecidos y resultados obtenidos. Se identificará al personal responsable de las áreas relevantes de la campaña, mencionando sus principales logros vinculados al objeto del contrato.
- ii. Una propuesta conceptual (no detallada) para los principales aspectos del plan de campaña:
 - Herramientas de campaña a priorizar.
 - Objetivos promocionales propuestos
 - Audiencia objetivo que se propone
 - Mensaje principal propuesto
 - Mezcla promocional propuesta
 - Principales rubros previstos del presupuesto (no se requieren montos)
 - Indicadores de desempeño propuestos.

B. Oferta económica

La oferta económica tendrá dos componentes:

- i. Un valor fijo que deberá discriminar los montos para todo el período del contrato de:

- a. Honorarios total por servicios
 - b. Gastos detallados de publicidad de la campaña por canal y medio de comunicación a utilizar.
 - c. Otros gastos de la campaña.
- ii. Un valor variable por cada nuevo tag registrado que supere el 80% (ochenta por ciento) de la cantidad de nuevos tags registrados en igual mes del período agosto de 2019 a julio de 2020 (ver detalle en Anexo VII).

El monto total de inversión a realizar por concepto de valor fijo no puede superar U\$S 400.000 (dólares americanos cuatrocientos mil) + iva para el período contractual de 12 meses previsto.

Los montos deberán expresarse en pesos uruguayos, desagregando los impuestos que correspondan.

La empresa oferente deberá tener los certificados de estar al día con BPS, DGI y BSE al momento de presentar la oferta y durante el período del contrato.

Los gastos de la campaña por valores mayores a \$ 100.000 (pesos uruguayos cien mil) + iva serán facturados directamente a CVU, que los abonará contra la presentación de la factura con constancia de recepción conforme del bien o servicio. No se admitirá el fraccionamiento de gastos que no responda a un criterio razonable de entregas.

Si ocurriesen cambios en la normativa que rige los peajes que requiriesen un esfuerzo comunicacional adicional, el contratante (previa No Objeción del Concedente) podrá solicitar al adjudicatario un aumento de hasta 50% en la pauta publicitaria con el consiguiente ajuste del valor fijo a pagar.

10. Aprobación del plan de campaña.

CVU tendrá un plazo máximo de 10 días hábiles para aprobarlo, solicitar modificaciones o rechazarlo.

En caso de solicitarse modificaciones, el adjudicatario dispondrá de un plazo máximo de hasta 15 días para realizarlas y volver a presentar el plan.

En caso de rechazo del plan, CVU pagará al adjudicatario un monto igual al 50% del valor fijo anual por concepto de honorarios ofertado como única compensación por todo concepto.

11. Forma de pago.

El pago del componente fijo correspondiente a honorarios se efectuará mensualmente a mes vencido a partir de la fecha de firma del contrato.

El derecho al cobro de los valores variables por nuevos registros de tags se generará a partir que el nuevo tag haya realizado su primer tránsito utilizando el sistema de Telepeaje.

La liquidación de los valores variables correspondientes a nuevos registros de tags se efectuará para cada mes comprendido entre la fecha de aprobación del plan de la campaña de promoción y la fecha de finalización del contrato.

Todos los pagos se harán dentro de los 10 días corridos de presentación de las correspondientes facturas.

12. Evaluación de las ofertas

La evaluación de la propuesta estará a cargo de un Comité de Evaluación integrado por personal de CND y CVU.

El Comité de Evaluación se reserva el derecho de declarar fracasado el llamado en cualquier etapa del proceso.

Previo a la adjudicación se deberá contar con la no objeción del MTOP.

13. Criterios de evaluación

	Puntaje máximo
Técnico	60
Resultados logrados en planes ejecutados por la empresa	30
Propuesta plan de campaña de promoción	30
Propuesta Económica	40
Valor fijo	30
Valor variable	10

Cálculo del puntaje correspondiente al componente “Valor Fijo” de la oferta económica.

- 1) Se calculará el “Valor Fijo” de cada oferta según la siguiente fórmula:

$$VF_x = H_x + GP_x + OG_x$$

Siendo

- VF_x = Valor fijo anual ofertado por la oferta X
- H_x = Monto anual de honorarios por servicios por la oferta X.
- GP_x = Monto anual de gastos de publicidad de campaña por la oferta X.
- OG_x = Monto anual de otros gastos de campaña por la oferta X.

- 2) Se calculará el puntaje del componente “Valor Fijo” para cada oferta según la fórmula:

$$PVF_x = 30 * (VF_m / VF_x)$$

Siendo

PVF_x = Puntaje por Valor Fijo de la oferta X

30 = Puntaje máximo posible

VF_m = Valor Fijo anual mínimo ofertado entre las ofertas competidoras.

VF_x = Valor Fijo anual ofertado por la oferta X

Cálculo del puntaje correspondiente al componente “Valor Variable” de la oferta económica

- 1) Se calculará el puntaje del componente “Valor Variable” para cada oferta según la fórmula:

$$PVV_x = 10 * (VV_m / VV_x)$$

Siendo

PVV_x = Puntaje por Valor Variable de la oferta X

10 = Puntaje máximo posible

VV_m = Valor Variable mínimo ofertado entre las ofertas competidoras.

VV_x = Valor Variable ofertado por la oferta X

Ejemplo de cálculo

Concepto		Oferta A	Oferta B	Oferta C
Honorario anual	H	100	90	85
Gasto publicidad anual	GP	220	230	210
Otros gastos anual	OG	80	60	60
Valor Fijo anual	VF	400	380	355
Valor Fijo mínimo	VF _m			355
Puntaje por Valor Fijo	PVF	26,63	28,03	30,00

Concepto		Oferta A	Oferta B	Oferta C
Valor Variable	VV	1,10	1,20	1,50
Valor Variable mínimo	VV _m	1,10		
Puntaje por Valor Variable	PVV	10,00	9,17	7,33

Concepto		Oferta A	Oferta B	Oferta C
Puntaje por Valor Fijo	PVF	26,63	28,03	30,00
Puntaje por Valor Variable	PVV	10,00	9,17	7,33
Puntaje total	PT	36,63	37,20	37,33

Tomando en cuenta el ejemplo anterior, la oferta ganadora es la “C” siendo la que obtiene mayor puntaje.

14. Reunión informativa

Se realizará una reunión informativa con el fin de evacuar dudas el 25 de setiembre de 2020 a las 14hs.

Lugar: Sala de Corporación Nacional para el Desarrollo.

ANEXO I

PUESTOS DE PEAJE

Peaje Barra Santa Lucia
(RUTA 1 km 23.500)
Tel.: 2347 4673 / 098 288 011

Peaje Capilla de Cella
(RUTA 9 km 79.500)
Tel.: 4370 7001

Peaje Cebollati
(RUTA 8 km 206.250)
Tel.: 4440 8002

Peaje Centenario
(RUTA 5 km 246.350)
Tel.: 4664 6412 / 098 288 005

Peaje Cufre
(RUTA 1 km 107.350)
Tel.: 4550 2813 / 098 288 009

Peaje Garzon
(RUTA 9 km 191)
Tel.: 4470 2131

Peaje Manuel Diaz
(RUTA 5 km 423.200)
Tel.: 4630 2980 / 098 288 006

Peaje Mendoza
(RUTA 5, km 67.700)
Tel.: 4330 9268

Peaje Mercedes
(RUTA 2 km 284.400)
Tel.: 4560 2189 / 098 288 010

Peaje Pando
(RUTA INTERBALNEARIA km 33)
Tel.: 4376 6554

Peaje Paso del Puerto



CORPORACION VIAL DEL URUGUAY S.A.



(RUTA 3 km 245.200)

Tel.: 4360 4499 / 098 288 004

Peaje Queguay

(RUTA 3: km 392.750)

Tel.: 4720 2806 / 098 288 003

Peaje Santa Lucia

(RUTA 11 km 81)

Tel.: 4338 9354

Peaje Soca

(RUTA 8 km 50.5)

Tel.: 4374 0455 / 4374 0612

Peaje Solis

(RUTA INTERBALNEARIA km 81)

Tel.: 4438 0032

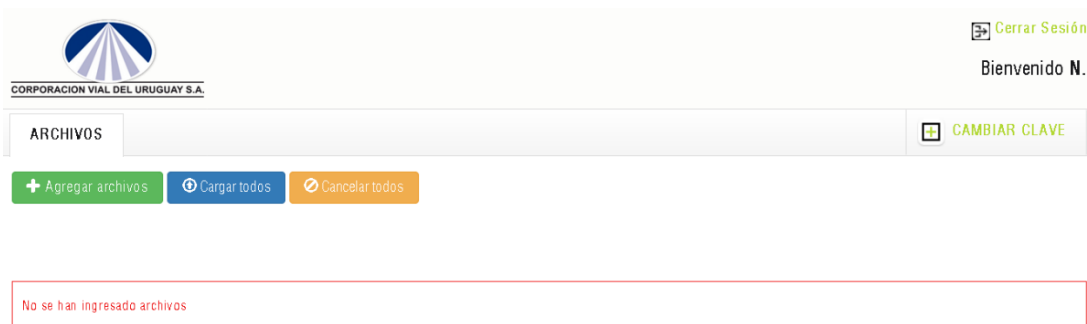
ANEXO II

PROCEDIMIENTO DE PRESENTACIÓN ELECTRÓNICA DE OFERTA

A las empresas que participen del presente llamado, se les creará un usuario y se les enviará una contraseña para acceder al Sistema de Administración de Licitaciones de CVU (SAL) (<https://licitaciones.cvu.com.uy>), una vez que ingresen al SAL deberán modificar su contraseña.

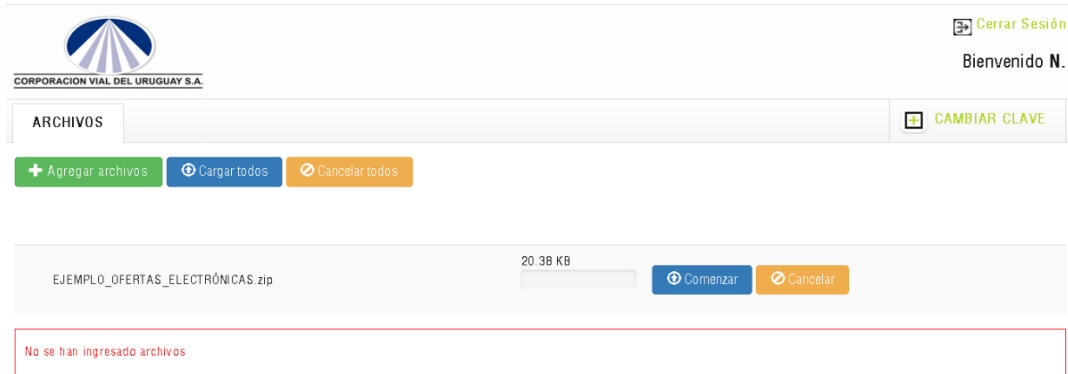


Una vez dentro del Sistema, recordar “CAMBIAR CLAVE”, corroborar donde dice “Bienvenido” que figure el Nombre de la Empresa y dirigirse al campo “Agregar Archivos” para “subir” la oferta.



Los Archivos: Deben subir una Carpeta Zipeada, que debe cumplir con los siguientes requisitos: Nombre de la Carpeta Zipeada: **“CampañaTelepeaje_NombreEmpresa”**, no puede haber espacios, puntos, comas, ni otro tipo de caracter, solo respetar el formato indicado anteriormente. Dentro de esa carpeta zipeada, deben presentar dos carpetas, **“PropuestaTécnicayAntecedentes”** y **“OfertaEconómica”**, los archivos que contenga cada carpeta, deben estar en formato PDF y con la firma electrónica del o los representantes de la Empresa en la última hoja de cada archivo.

Cuando ingresen a la opción de “Agregar Archivos”, allí deberán ubicar en el Directorio de su PC, la Carpeta Zipeada que contiene la oferta y seleccionar la misma. Se les mostrará el siguiente cuadro:



Luego “click” en Comenzar y se iniciará el proceso de carga de la Oferta. Que luego se mostrará de la siguiente manera:



Fecha	Archivo	Ruta	Tamaño	
24/04/2020 15:15:49	EJEMPLO_OFERTAS_ELECTRÓNICAS.zip	/licitaciones/N -Tejera/EJEMPLO_OFERTAS_ELECTRÓNICAS.zip	0,02 MB	

Una vez cargada la oferta Cerrar Sesión y finalizó el proceso.

ACLARACIÓN:

La Firma Electrónica debe gestionarla cada Empresa para su/s representante/s a través de Abitab (u otro medio habilitado para ello), allí se les entregará un token o vía de acceso digital, que les habilitará a utilizar la firma electrónica.