

**Comisión para la Defensa y Promoción de la
Competencia (CDPC)**

Licitación Pública Nacional No. CDPC-LPN-009-2016

Diseño de Campaña de Promoción de la Libre Competencia en
Honduras

Tegucigalpa, Honduras 2016

INDICE

- I. INSTRUCCIONES A LOS OFERENTES
- II. DATOS DE LA LICITACIÓN
- III. CONDICIONES ESPECIALES
- IV. CRITERIOS DE EVALUACIÓN
- V. GARANTÍAS
- VI. ESPECIFICACIONES TÉCNICAS
- VII. CONTRATO
- VIII. CONDICIONES ESPECIALES DEL CONTRATO
- IX. FORMULARIOS ANEXOS

I. INSTRUCCIONES A LOS OFERENTES

I. DISPOSICIONES GENERALES

NOTA: se sugiere a los oferentes leer detenidamente este documento a fin de no incurrir en errores que puedan descalificar su oferta.

A. DATOS GENERALES SOBRE EL CONTRATANTE

Antecedentes

La Comisión para la Defensa y Promoción de la Competencia (CDPC), es una institución autónoma, con personalidad jurídica y patrimonio propio, con independencia funcional, administrativa, técnica y financiera, cuya labor se centra en dos áreas: Aplicación de la Ley para la Defensa y Promoción de la Competencia (LDPC) que refiere a los procedimientos sancionatorios, concentraciones económicas, recomendaciones u opiniones y otras infracciones establecidas, y la segunda, es la Abogacía de la Competencia que incluye las actividades que se ejecutan en relación a la promoción de un entorno competitivo en las actividades económicas.

Misión

Somos la institución rectora de la política de competencia que promueve y protege su ejercicio, ejecutando acciones orientadas a procurar el funcionamiento eficiente del mercado y el bienestar del consumidor, contribuyendo al alcance del desarrollo económico del país.

Visión

La Comisión para la Defensa y Promoción de la Competencia (CDPC) será reconocida, a nivel nacional e internacional, por su credibilidad e imparcialidad para promover y proteger el ejercicio de la libre competencia, procurando el funcionamiento eficiente del mercado y contribuyendo al desarrollo económico del país.

Valores; Compromiso, Liderazgo, Ética, Profesionalismo

Funciones

El Artículo 34 de la Ley para la Defensa y Promoción de la Competencia establece que la Comisión tiene las funciones siguientes:

- a) Emitir opiniones o recomendaciones en los casos en que estime conveniente o que soliciten, sobre los proyectos de leyes, reglamentos, decretos o acuerdos ejecutivos, resoluciones, acuerdos, convenios, tratados internacionales y los demás actos de la Administración Pública que tengan relación con la presente ley;
- b) Investigar la existencia de prácticas o conductas prohibidas por la presente ley y tomar las medidas que sean necesarias para que estas prácticas o conductas cesen, sin perjuicio de aplicar las sanciones que correspondan;
- c) Verificar e investigar las concentraciones económicas para determinar su compatibilidad con la presente ley y cuando sea una de las prohibidas, dictar las medidas de conformidad al artículo 19 de la presente ley;
- d) Dictar las medidas provisionales para evitar los efectos perjudiciales de los actos y prácticas incompatibles con la presente ley;
- e) Celebrar audiencias con la participación de los presuntos responsables, testigos y peritos;
- f) Dictar las disposiciones y normas que sean pertinentes para la aplicación de la presente ley;



- g) Divulgar en el territorio nacional la materia de la presente ley, mediante campañas de información;
- h) Realizar estudios relativos a la estructura y el comportamiento del mercado;
- i) Emitir dictamen sobre los asuntos de su competencia, cuando así lo requieran las autoridades judiciales o administrativas;
- j) Definir los mecanismos de organización interna para el funcionamiento de la Comisión
- k) Todas las otras atribuciones que le señale la ley.

Sobre la Competencia

En un sentido etimológico, la competencia puede definirse como un proceso dinámico en el que los agentes económicos (empresas o firmas) buscan constantemente obtener ventajas sobre sus competidores que les permita ganar oportunidades y ganar la preferencia de los consumidores en los diferentes mercados.

En términos económicos, se enumeran dos tipos de competencia: competencia perfecta y competencia monopolística. La competencia perfecta se refiere al modelo usado para formulación de teorías y modelos caracterizado por poseer infinidad de agentes que maximizan utilidades; no hay barreras a la entrada, no existen restricciones al comercio, no hay diferenciación de productos y la información es completa. Por su parte, la competencia monopolística surge de la existencia de una cantidad significativa de productores con productos diferenciados actuando en el mercado sin que exista un control dominante por parte de ninguno.

En este sentido, las prácticas anticompetitivas dentro de la competencia monopolística surgen cuando los agentes económicos realizan actos que minimizan o impiden el ejercicio de la libre competencia. Estas prácticas impiden alguna o varias de las características de competencia maximizando las utilidades de un solo agente económico.

Acorde a la LDPC las prácticas restrictivas pueden ser prohibidas por su naturaleza (Art 5 LDPC) y prohibidas según su efecto (Art. 7 LDPC). Las prácticas por su naturaleza (restricciones horizontales), se prohíben *per se*, y se refieren a cualquier tipo de convenio o practicas entre agentes económicos competidores o competidores potenciales que tengan por objeto o efecto fijar precios o descuentos, restringir la producción-comercialización de bienes o servicios, repartirse el mercado o participar concertadamente en subastas públicas o licitaciones. Por su parte las prácticas prohibidas según su efecto (restricciones verticales), son analizadas bajo lo que en la doctrina se le conoce como “regla de la razón”, es decir, se analiza caso por caso el efecto restrictivo o dañino que la práctica este causando a la libre competencia. Este último tipo de práctica supone ser realizada por un agente económico que ostente participación notable de mercado y las mismas pueden ser consideradas como no restrictivas si se demuestra que la práctica genera incrementos en la eficiencia económica y el bienestar del consumidor que compense el efecto negativo al proceso de libre competencia.

Confusión Conceptual y Terminológica entre Libre Competencia, Competitividad, Protección al Consumidor y Competencia Desleal

Un problema identificado por parte de la CDPC en su tiempo de operación como agencia de competencia nacional, es la marcada confusión conceptual y terminológica que buena parte de la población maneja al referirse al campo de la libre competencia. Dicha confusión se presta en las diferencias conceptuales entre términos que, aunque aparentan un significado similar, son ciertamente distintos.

Quizás, la principal confusión se da en considerar como sinónimos la libre competencia y la competitividad. Para comprender la dinámica de las interrelaciones entre ambos conceptos, es oportuno definir cada uno de los términos. Como ya se mencionó, la libre competencia se refiere a situaciones de mercado en la que los agentes económicos de forma libre buscan capturar el mayor número de consumidores, mientras que el término competitividad aplicado a un país, es la capacidad de la economía de ofrecer bienes y servicios que presenten alguna ventaja para poder competir (calidad, precio o ambos) en relación a los ofrecidos por otros, para cual se utilizan indicadores como: la calidad, productividad, servicio e imagen por parte de los oferentes.

Cabe destacar, que según la evidencia empírica, la relación entre competencia y competitividad está estrechamente vinculada, es decir, entre mayor es la competencia, mayor será el nivel de competitividad alcanzado. De ahí la importancia de la competencia y sus instrumentos de política eje para impulsar la competitividad y la economía, dado que la competencia incentiva a los negocios a mejorar su desempeño, desarrollar nuevos productos y dar respuesta a las circunstancias cambiantes. La competencia ofrece la promesa de mejores precios, mejores opciones para los consumidores y mayor eficiencia, aumenta el crecimiento económico e incrementa las oportunidades de empleo para la economía en conjunto.

Comúnmente suele considerarse similares los conceptos de competencia y protección al consumidor. En el contexto legal se destaca una diferencia central entre las leyes de defensa de la competencia y las de protección al consumidor. Las primeras buscan proteger o garantizar la existencia de diversas opciones en el mercado para que el consumidor pueda escoger tanto en variedad como en precios. Las segundas buscan proteger o garantizar al consumidor en la adquisición de sus productos o servicios que cumplan estandartes mínimos de calidad y condiciones físicas como pesos y medidas, el cumplimiento de contratos por parte de los proveedores y evitar la publicidad engañosa o tendenciosa.

Otra caso de confusión se da a la hora de distinguir los conceptos “libre competencia” y “competencia desleal”. La libre competencia se dirige a establecer las condiciones de transparencia bajo las cuales las empresas podrán actuar en el mercado libre. Mientras que, la competencia desleal establece el marco propicio para evitar prácticas contrarias a los usos honestos en materia de industria y comercio, que puede realizar un fabricante o vendedor para aumentar su cuota de mercado u eliminar competencia. En suma, la competencia desleal Implica faltar al deber de actuar de buena fe o a los usos y prácticas honradas en materia mercantil, así como usurpar un derecho ajeno, entre otros, la realización de actos de cualquier índole capaces de crear confusión con respecto al establecimiento, los productos, los servicios o las actividades de otro comerciante; el uso o propagación de indicaciones o de alegaciones falsas capaces de perjudicar o de desprestigiar el establecimiento, los productos, los servicios o las actividades de otro comerciante;

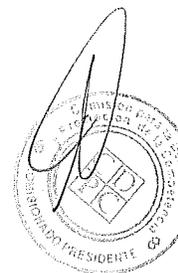
B. GLOSARIO (Para terminología sobre competencia Ver Anexo M)

- **La Administración:** Órganos competentes de la Administración Pública, centralizada o descentralizada, en cuanto desarrollen actividades de contratación.
- **La Ley:** Ley de Contratación del Estado y su Reglamento.
- **Órganos responsables de la Contratación:** Comisión para la Defensa y Promoción de la Competencia (CDPC).



- **CDPC:** Comision Para la Defensa y Promocion de la Competencia.
- **Proponente, Oferente o Licitador:** Toda persona natural o jurídica que cumpliendo los requisitos legales y reglamentarios, participe en un proceso de Licitacion promovido por autoridad competente.
- **Procedimientos de Contratación:** Procedimientos de selección de Adquisición de Servicios, incluyendo la licitación pública, con sus distintas etapas.
- **Licitación:** Procedimiento de selección de proveedores de suministros de bienes o servicios.
- **Adjudicación:** Es el acto mediante el cual la Comision Para la Defensa Promocion de la Competencia (CDPC), previo estudio de las ofertas presentadas: (I) selecciona a la que, ajustándose a los documentos de licitación, resulte la oferta mas conveniente y; (II) comunica este hecho en forma oficial a los oferentes.
- **Adjudicatario:** Empresa a quien se le adjudica la prestación del servicio, definida también en este documento como contratista.
- **Adendum:** Aclaración o modificación al documento base previo a la recepción de ofertas.
- **Bases de Licitación:** Llamado también Documento de Licitación ó Pliego de Condiciones son los documentos emitidos por la Comision Para la Defensa Promocion de la Competencia, que especifican detalladamente la prestación del servicio cuya contratación se licita, establecen las condiciones del contrato a celebrarse y determinan el trámite a seguir en el proceso de licitación.
- **Carta de Adjudicación:** Es la nota enviada por la Comision Para la Defensa Promocion de la Competencia (CDPC) al Contratista, mediante el cual le comunica la adjudicación para la prestación del servicio objeto de la Licitación Pública. Además indica el monto de dicha póliza y la vigencia de la misma.
- **Carta de Aceptación:** Es la nota que el Contratista remite a la Comision Para la Defensa Promocion de la Competencia (CDPC) y que constituye la aceptación formal para realizar la prestación del servicio.
- **Caso Fortuito:** Se entenderá caso fortuito o fuerza mayor, todo acontecimiento que no ha podido preverse ó, que previsto no ha podido evitarse, que imposibilita el exacto cumplimiento de las obligaciones contractuales. Se reconocen como causa de fuerza mayor entre otras: a) guerra, rebelión y motines; b) huelga, excepto aquella de empleados del contratista y; c) desastres naturales, tales como terremotos, maremotos, huracanes e inundaciones.
- **Comision:** La Comision Para la Defensa Promocion de la Competencia (CDPC)
- **Días Calendario:** Son los días que el contratista está obligado a cumplir con la entrega de la prestación del servicio.
- **Días Hábiles:** Son los días de la semana comprendidos entre lunes y viernes.
- **Documento Subsanable (DS):** Son los defectos u omisiones contenidas en la oferta, en cuanto no impliquen modificaciones del precio, objeto y condiciones ofrecidas.
- **DNS:** Documento no subsanable.
- **Garantía de Mantenimiento de la Oferta:** Es una Garantía extendida por un banco o compañía aseguradora de reconocida solvencia y debidamente autorizada para operar en la República de Honduras. Tiene por objeto asegurar a la Comision Para la Defensa y Promocion de la Competencia que el oferente está dispuesto a mantener su oferta por el período y monto establecido en estas Bases de Licitación y emitida a favor de la Comision.

- **Garantía de Cumplimiento:** Es la garantía otorgada por el contratista y emitida por una institución bancaria o aseguradora que opere legalmente en la República de Honduras, para garantizar el cumplimiento y la capacidad para ejecutar la prestación del servicio de acuerdo con las especificaciones y los términos del contrato y será equivalente al quince por ciento (15%) del monto final de la oferta del contrato y con vigencia por el tiempo de duración del mismo; Esta garantía se devolverá al contratista adjudicado al finalizar los tres meses después de la fecha de finalización del contrato.
- **Plazo:** es el período de tiempo estipulado en las Bases de la Licitación.
- **Contratista:** Es la persona natural o jurídica identificada como tal en la póliza, cuya propuesta ha sido aceptada por la Comisión Para la Defensa y Promoción de la Competencia (CDPC), para la prestación del servicio de acuerdo a las especificaciones y condiciones respectivas.
- **Formalización del contrato:** Suscripción de un contrato y su aprobación posterior cuando proceda.
- **Campaña promocional o publicitaria:** es grupo de ideas o creaciones que se realizan con el objetivo de vender un producto o servicio a partir del llamado de atención o interés generado en determinado conjunto de personas (público meta)
- **LPN:** Licitación Pública Nacional



CONVOCATORIA

Licitación Pública Nacional

Se les invita a las empresas legalmente establecidas en el país y autorizadas para participar en la **Licitación Pública Nacional No. CDPC-LPN-009-2016** a presentar ofertas para la **Diseño de campaña de promoción de la libre competencia en Honduras.**

El financiamiento para la realización del presente proceso proviene exclusivamente de fondos nacionales.

La licitación se efectuará de conformidad a los procedimientos de Licitación Pública Nacional (LPN), establecidos por la Ley de Contratación del Estado y su Reglamento.

Los interesados podrán adquirir de forma gratuita los pliegos de la presente licitación, en el Sistema Nacional de Compras y Contrataciones (HONDUCOMPRAS) www.honducompras.gob.hn en la página web de la CDPC www.cdpc.hn o vía correo electrónico a kmendoza@cdpc.hn, y mediante nota escrita pueden retirarlos en la Dirección Administrativa, ubicada Centro Morazán Torre 1, 6to Piso, Boulevard Morazán Tegucigalpa M.D.C. Honduras, Tel: (504)2221-8005. Se recomienda comunicar por escrito a la CDPC, que estará participando en el proceso de licitación.

RECIBO Y APERTURA DE OFERTAS; las ofertas deberán presentarse original y copia, cada una en sobre debidamente sellado, acompañada de la garantía de mantenimiento de la oferta, a más tardar el **día Jueves diez y siete (17) de Noviembre de 2016 a las dos en punto de la tarde (2:00 pm)**. Ese mismo día, a las dos con quince minutos (2:15 pm) se procederá al acto público de apertura de ofertas en el Salón de Conferencias de la CDPC, en presencia de los oferentes o de sus representantes, si consideran pertinente presenciar el acto, y del comité de evaluación y personal de la Comisión facultado para ello. **Las ofertas que se reciban fuera de plazo serán rechazadas.**

Tegucigalpa, M.D.C, 10 de Octubre, 2016

1.1 Objeto de la Licitación Pública Nacional No. CDPC-LPN-009-2016

La presente Licitación Pública tiene por objeto contratar los servicios para el Diseño de una Campaña de Promoción de la Libre Competencia en Honduras, que contribuya a incrementar el nivel de conocimiento en la población hondureña sobre los beneficios del funcionamiento de los mercados en libertad de competencia. Lo anterior se logrará a través de una campaña nacional en medios de comunicación que resalte, difunda y promueva los servicios y productos que la CDPC elabora, de conformidad con las especificaciones técnicas indicadas en los Términos de Referencia que forman parte integrante de las bases de Licitación Pública.

1.2 Para todos los efectos de estos Documentos de Licitación:

- 1.2.1 El término “por escrito” significa comunicación en forma escrita (por ejemplo por correo electrónico, facsímile, telex, etc.) con prueba de recibido;
- 1.2.2 Si el contexto así lo requiere, “singular” significa “plural” y viceversa, siempre y cuando favorezca a los intereses de la Comisión; y
- 1.2.3 “Día” significa día calendario.

1.3 Fuente de fondos:

La contratación a que se refiere esta Licitación se financiará exclusiva y totalmente con recursos nacionales, correspondiente a los fondos de la Institución.

1.4 Fraude y corrupción:

- 1.4.1 El Estado Hondureño exige a todos los organismos ejecutores y organismos contratantes, al igual que a todas las firmas, entidades o personas oferentes por participar o participando en procedimientos de contratación, incluyendo, entre otros, solicitantes, oferentes, contratistas, consultores y concesionarios (incluyendo sus respectivos funcionarios, empleados y representantes), observar los más altos niveles éticos durante el proceso de selección y las negociaciones o la ejecución de un contrato. Los actos de fraude y corrupción están prohibidos.
- 1.4.2 Si se comprobare que ha habido entendimiento malicioso entre dos o más oferentes, las respectivas ofertas no serán consideradas, sin perjuicio de la responsabilidad legal en que éstos hubieren incurrido.
- 1.4.3 Los actos de fraude y corrupción son sancionados por la Ley de Contratación del Estado, sin perjuicio de la responsabilidad en que se pudiera incurrir conforme al Código Penal.

1.5 Idioma

El español, es el Idioma Oficial para todos los efectos relativos a los documentos (legales y especificaciones) y comunicaciones de esta Licitación y formalización del contrato.

1.6 Correspondencia Oficial:

La correspondencia oficial será enviada a la siguiente dirección:

COMISIÓN PARA LA DEFENSA Y PROMOCION DE LA COMPETENCIA (CDPC) / ATENCION : KENIA MENDOZA, Ubicada Centro Morazán Torre 1, 6to Piso, Boulevard Morazán Tegucigalpa M.D.C. Honduras, Tel: (504)2221-8005 Correo kmendoza@cdpc.hn, Ciudad: Tegucigalpa, Atención: Licitación Pública Nacional No. CDPC-LPN-009-2016

1.7 Presentacion de la Oferta

Los Oferentes deben entregar en sobres separados y completamente sellados, una oferta que contenga documentos originales y una copia de estos, debidamente identificados, (ORIGINAL Y COPIA), estos deben ser presentados ajustándose al pliego de condiciones, en el orden solicitado, empastados, foliados, firmados por el representante legal o persona competente para ello y sellados.

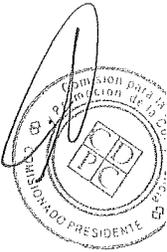
Los sobres que contengan las Ofertas se recibirán, en la Sala de Conferencias del pleno de la Comisión para la Defensa y Promoción de la Competencia (CDPC), a más tardar el día Jueves diez y siete (17) de Noviembre de 2016 a las dos en punto de la tarde (2:00 pm). Ese mismo día, a las dos con quince minutos (2:15 pm), se procederá a la apertura de las mismas.

La sola presentación de una Oferta será suficiente para continuar con el proceso y la apertura se llevará a cabo con los que asistan al acto.

Designación de la Persona que representa al oferente

Los oferentes designarán en sus Ofertas el nombre, cargo y dirección de la persona que tenga plena autoridad para solventar cualquier reclamación que pueda surgir en relación a la oferta presentada, antes y después de la suscripción del Contrato, como se detalla a continuación:

NOMBRE:
CARGO:
LICITADOR:
DIRECCIÓN:
TELÉFONO:



1.8 Contenido y Rotulación De Sobres

Los oferentes presentarán una oferta original y una copia firmadas, foliadas y rubricadas en todas las páginas de la misma, en sobres cerrados, sellados con goma o pegamento y con sello de la Empresa al reverso del sobre, escritos a máquina y en idioma Español, de acuerdo a los requerimientos siguientes:

- Documentación Legal requerida en las bases.
- Oferta: Carta Propuesta de acuerdo al Anexo A de las presentes Bases.
- Documentación Técnica requerida en las Bases
- Propuesta gráfica de Diseño de Campaña de la Libre Competencia

1.8.1 Rotulación de los sobres (original y copia), los dos (2) sobres sellados contentivos de los documentos de oferta, en original y una (1) copia, serán rotulados de la siguiente manera:

Parte Central:

DRECCION ADMINISTRATIVA
DISEÑO DE CAMPAÑA DE PROMOCIÓN DE LA LIBRE COMPETENCIA EN HONDURAS,
TEGUCIGALPA, M.D.C.
HONDURAS, C. A.

Esq. Sup. Izquierda: Oferente y su Dirección Completa

Esq. Inf. Izquierda: Oferta Licitación Pública No.CPC-LPN-009-2016

Esq. Sup. Derecha: Fecha de Recepción y Apertura de Ofertas

1.8.2 Orden en la presentación de las ofertas. Los dos (2) documentos de oferta, original y una copia, deberán estar organizados bajo las siguientes reglas de presentación y orden:

- Todas las ofertas deberán presentarse protegidas con carátula y anillos en forma adecuada y segura.- La Portada deberá contener el Nombre del Oferente, el Número de Licitación y la fecha de Apertura.
 - Todas las ofertas se dividirán en secciones de la siguiente manera:
 - Índice
 - Carta Propuesta: Ver Anexo A.
 - Garantía de Mantenimiento de Oferta indicando monto, vigencia y cláusula obligatoria. Ver Anexo d
 - Oferta Económica: Utilizando el formato del Anexo G.
 - Documentos Legales: De acuerdo a lo expuesto en las presentes Bases.
 - Propuesta gráfica del Diseño de Campaña de la Libre Competencia en Honduras
- Cada sección de la oferta debe ir con un separador indicando el nombre de la sección, de preferencia con colores que permitan su fácil manejo.

1.9 Capacidad de los Oferentes

En esta Licitación Pública podrán participar como oferentes personas jurídicas; nacionales y extranjeras, que cuenten con autorización para ejercer el comercio en Honduras y que ya estén establecidas en el país; y que se compruebe su capacidad tanto técnica como financiera y cuenten con amplia experiencia en la realización de consultorías similares a la presente.

Los interesados podrán adquirir de forma gratuita los pliegos de la presente licitación, en el Sistema Nacional de Compras y Contrataciones (HONDUCOMPRAS) www.honducompras.gob.hn en la página web de la CDPC www.cdpc.hn o vía correo electrónico a kmendoza@cdpc.hn, y mediante nota escrita pueden retirarlos en la Dirección Administrativa, ubicada en el edificio de la Comisión

No podrán participar como miembros del equipo consultor funcionarios, empleados o consultores con cargo permanente dentro de la CDPC, ni sus parientes dentro del tercer grado de consanguinidad y segundo de afinidad.

De igual forma, solamente los oferentes que hayan presentado la carta de aplicación en el período establecido, serán notificados de cualquier adenda o aclaración a las bases de licitación.

1.10 Apertura de las Ofertas

Seguidamente después de la recepción de las ofertas y en presencia de representantes de la Comisión Para la Defensa y Promoción de la Competencia (CDPC), comité evaluador de la Licitación, Oferentes o sus representantes y demás facultados a asistir al acto, se procederá a la apertura de las mismas.

I. DATOS DE LA LICITACIÓN

2. CONDICIONES GENERALES

2.1 Aceptación del Contenido de las Bases

El presente pliego de condiciones constituye la base de cualquier oferta y por consiguiente se considera como incluidas en ella, y formará parte del contrato, una vez que se formalice. La presentación de la Oferta presume la aceptación incondicional del Oferente de las instrucciones indicadas en el documento Base de esta Licitación y la declaración

responsable, que reúne todas y cada una de la condiciones exigidas para contratar con la Comisión Para la Defensa y Promoción de la Competencia (CDPC).

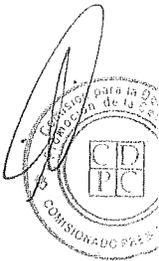
2.2 Interpretación, Discrepancias y Omisiones

Toda controversia y omisión en el presente documento ó dudas en su interpretación, deberá ser notificada por escrito al Comité de Evaluación de Licitaciones de la Comisión Para la Defensa y Promoción de la Competencia (CDPC), dentro de los tres (3) días hábiles después de adquiridas las Bases de la presente Licitación; el Comité Evaluador contestará dentro de los tres (3) días hábiles siguientes a la recepción de la solicitud de aclaración, rechazándose automáticamente, las solicitudes extemporáneas.

Si a juicio del Comité Evaluador, se estima que es necesario hacer alguna aclaración y/o modificación respecto a los pliegos de Licitación, se preparará un ADDENDUM a los pliegos de condiciones de licitación y será dirimida conforme a lo estipulado por la Ley de Contratación del Estado, el cual se les hará llegar a todos los oferentes participantes.

2.3 Leyes y Reglamentos Aplicables

Las controversias que se susciten en el presente proceso de Licitación No CDPC-LPN-009-2016 serán dirimidas en base a la Ley de la COMISION PARA LA DEFENSA Y PROMOCION DE LA COMPETENCIA (CDPC) y su Reglamento, Ley de Contratación del Estado y su Reglamento, Ley de Procedimiento Administrativo, Disposiciones Generales del Presupuesto y su Reglamento y, demás leyes vigentes en el país aplicables a la materia y al Sector Público de Honduras.



2.4 Procedimiento de Recepción de Ofertas

Las Ofertas serán recibidas en la fecha y hora indicada en el presente pliego de condiciones, las ofertas serán abiertas y leídas por el Coordinador del Comité de Evaluación, con la asistencia únicamente de las personas que comparezcan el día y la hora señalada en las Bases de la presente Licitación, dando lectura a lo siguiente:

- Nombre de la empresa oferente;
- Nombre del o la representante de la empresa, debidamente autorizado/a para asistir a este acto de recepción y apertura;
- La propuesta económica: se dará lectura al costo total a pagar, incluidos los impuestos. En este apartado, las empresas oferentes deberán presentar de manera desglosada y en una tabla los costos unitarios y el costo total ofertado **en moneda nacional**;
- La Garantía de mantenimiento de oferta; monto, número de la garantía, institución bancaria o compañía de seguros que la emite, vigencia de la garantía y cláusula obligatoria.

2.5 Contenido de la Oferta

El Oferente deberá presentar junto con su oferta en sobre original los siguientes documentos:

- a) Carta Propuesta, firmada y sellada por el representante legal y/o Gerente según diseño (Anexo A).
- b) Garantía de Mantenimiento de Oferta. (Anexo D) DNS
- c) Resumen presentación de ofertas (Anexo B), la propuesta debe contener desglosando cuáles serían los costos de cada producto. DNS
- d) Propuesta técnica que contenga la descripción pormenorizada del servicio que oferta. DNS.

- e) Documentos que acrediten su existencia jurídica, como lo son escrituras de constitución y/o sus modificaciones, número de identificación tributaria de la empresa, permiso de operación y solvencia que acredite tanto al representante legal como de la empresa de la Dirección Ejecutiva de Ingresos (DEI).
- f) Capacidad Técnica del Oferente para desarrollar el proyecto, de acuerdo al Anexo H.
- g) Plan de Trabajo para el desarrollo de la consultoría, de acuerdo al Anexo J
- h) Declaración jurada (Anexo C) autenticada en donde se haga constar que ni la entidad y ni su Representante Legal están comprendidos en alguna de las inhabilidades señaladas en los artículos 15, 16 y 18 de la Ley de Contratación del Estado.
- i) Declaración Jurada debidamente otorgada ante el notario (Ver Anexo C).
- j) Constancia original o fotocopia autenticada vigente de estar inscrito en el Registro de Proveedores y Contratistas del Estado extendida por la Oficina Normativa de Compras y Contrataciones del Estado (ONCAE), vigente a la fecha de apertura de las ofertas. DS
- k) Acreditar mediante constancias firmadas y selladas, los servicios que ha prestado en el ámbito de publicitario con características equivalentes al requerido en este pliego de condiciones por un periodo igual o superior a los últimos tres años. DS
- l) Descripción del Enfoque, Metodología y Plan de Actividades, de acuerdo al Anexo I
- m) Composición del Equipo y Asignación de Responsabilidades, de acuerdo al Anexo K
- n) Currículum Vitae del personal propuesto, de acuerdo al Anexo L, adjuntando copia simple de títulos universitarios
- o) Estructura organizativa del Oferente.
- p) Cualquier otra información adicional técnica que se considere sea relevante.
- q) CD-ROM conteniendo la información incluida en el sobre de la Oferta(s) técnica(s), en formato pdf y en formato editable.
- r) Propuesta gráfica del Diseño de Campaña de la Libre Competencia en Honduras, impresa y en CD-ROM
- s) Para la oferta económica:
- t) Una carta oferta firmada por el representante legal o su apoderado(a), que se ajuste a los términos del modelo de este volumen (Ver Anexo A) y que se considera como parte de la oferta.
- u) El detalle de los precios ofertados de acuerdo al modelo presentado en el Anexo G. En caso que la oferta contenga más de una opción, deberá identificarse el número de la opción y respetarse la presentación de los precios ofertados de acuerdo al Anexo G.
- v) CD-ROM conteniendo la información de la Oferta(s) Económicas(s) debidamente completadas por el Oferente de acuerdo al Anexo G (formato hoja electrónica editable en Excel).
- w) Una declaración (por separado) de garantía de buena calidad y funcionamiento del servicio. Dicha garantía estará vigente hasta que se haya realizado la recepción definitiva de todos los componentes del servicio contratado.

El oferente que resultare adjudicado además de los documentos listados anteriormente deberá, previo a la suscripción del contrato, presentar:

1. **Constancia original o copia autenticada vigente de la Procuraduría General de la Republica**, en la que se haga constar que su representada no ha sido objeto de sanción administrativa firme en dos o más expedientes por infracciones tributarias durante los últimos cinco años y de no haber sido objeto de resolución firme de cualquier contrato celebrado con la administración.

2. **Garantía de Cumplimiento:** por el quince por ciento (15%) del valor ofertado de los servicios a entregar.
3. **Garantía de Calidad:** Mediante declaración jurada debidamente autenticada, los Oferentes deberán garantizar, que los servicios ofrecidos serán resueltos de conformidad y que se ajustan estrictamente a las especificaciones requeridas.

Cuando se trate de documentos fotocopiados, los mismos deberán ser legibles y estar autenticados por Notario.

2.6 Subsanación

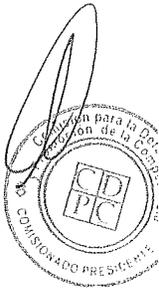
Podrán ser subsanados los defectos u omisiones contenidos en las ofertas, en cuanto no impliquen modificaciones del precio, objeto y condiciones ofrecidas, de acuerdo con lo previsto en los artículos 5, párrafo segundo y 50 de la Ley de Contratación del Estado de Honduras y artículo 132 de su reglamento. En estos casos, el oferente deberá subsanar el defecto u omisión dentro de los cinco (05) días hábiles siguientes a la fecha de notificación correspondiente de la omisión; si no lo hiciera la oferta no será considerada.

2.7 Confidencialidad Del Proceso

- 2.7.1 Posterior a la apertura de Ofertas, la información relacionada con el contenido de las ofertas, examen, evaluación, comparación de ofertas y recomendaciones, para la adjudicación de la licitación, no deberá ser revelada a los oferentes u otras personas no relacionadas oficialmente con el proceso, hasta que la adjudicación de la licitación haya sido notificada al oferente adjudicado.
- 2.7.2 Cualquier acción de un oferente, por influenciar en algunas de las personas responsables en el proceso de análisis de las ofertas, podrá resultar en la descalificación de la oferta por él presentada.
- 2.7.3 Hasta tanto no se notifique la resolución de adjudicación de la licitación, se entenderá que todas las actuaciones del Comité de Evaluación tendrán carácter confidencial, por lo tanto, los miembros de dicho comité no podrán dar información alguna relacionada con la licitación.
- 2.7.4 A partir de la apertura de las ofertas hasta el momento de notificación de adjudicación, los oferentes no podrán comunicarse con el Comité de Evaluación designada por la Comisión Para la Defensa y Promoción de la Competencia (CDPC), sobre ningún aspecto de su oferta o de las ofertas de otros oferentes, salvo que se solicite por escrito cualquier aclaración por los licitadores.
- 2.7.5 Cualquier intento o hecho por parte de un oferente en incurrir sobre lo antes señalado, influenciar en las decisiones de la Comisión Para la Defensa y Promoción de la Competencia (CDPC) o del Comité Evaluador

2.8 Pago de Comisiones

Se hace del conocimiento de los oferentes: que queda terminantemente prohibido el pago de comisiones a favor de intermediario alguno, en todo caso, cualquier comisión que pudiera pagarse a intermediarios, por política de la Compañía oferente, deberá eliminarse totalmente y reducirse del costo ofertado.



III. CONDICIONES ESPECIALES

3.1 De la Revisión entre los Oferentes

Posterior a la Audiencia de Apertura, las ofertas serán leídas públicamente y en voz alta, incluyendo los precios unitarios cuando así lo solicitare un oferente, debiendo permitírseles examinar los documentos inmediatamente después del acto de apertura, sin perjuicio de la confidencialidad prevista en el artículo 6 párrafo segundo de la Ley de Contratación del Estado de Honduras, 10 y 12, párrafo segundo de su Reglamento, a efecto de que estos puedan presentar oficialmente cualquier comentario, artículos 50, de la Ley de Contratación del Estado y 124 de su Reglamento.

3.2 Revisión de las Ofertas

Los oferentes podrán revisar las ofertas de sus competidores durante un plazo de un (1) día hábil, inmediatamente después del acto de apertura, cualquier comentario a las mismas lo podrá hacer por escrito, en los dos (2) días hábiles siguientes a la revisión de las mismas; pasado este término no se aceptará comentario alguno.

3.3 Motivo de rechazo y descalificación

Se podrán rechazar y/o descalificar las Ofertas presentadas por los oferentes, por las razones siguientes:

- a) No estar firmada por el oferente o su representante legal el formulario o carta de presentación de la oferta y cualquier documento referente a precios unitarios o precios por partidas específicas.
- b) Estar escritas en lápiz «grafito»
- c) Haberse omitido la Garantía de Mantenimiento de Oferta o cuando fuere presentada por un monto o vigencia inferior a lo exigido, o sin ajustarse a los tipos de garantía admisibles.
- d) Haberse presentado por compañías o personas inhabilitadas para contratar con el Estado, de acuerdo con los artículos 15 y 16 de la Ley;
- e) Haberse presentado con raspaduras o enmiendas en el precio, plazo de entrega, cantidad o en otro aspecto sustancial de la propuesta, salvo cuando hubieran sido expresamente salvadas por el oferente en el mismo documento;
- f) Haberse presentado por oferentes que no hayan acreditado satisfactoriamente su solvencia económica y financiera y su idoneidad técnica o profesional;
- g) Establecer condicionamientos que no fueren requeridos;
- h) Establecer cláusulas diferentes a las previstas en la Ley, en el Reglamento o en las bases de Licitación;
- i) Haberse presentado por oferentes que hubieren ofrecido pagos u otros beneficios indebidos a funcionarios o empleados para influir en la adjudicación del contrato;
- j) Si la oferta es presentada fuera de la hora y fecha señalada para el acto de recepción, no se recibirá.
- k) Si los sobres no están completamente sellados.
- l) Si presenta más de una oferta o alternativas.
- m) Cuando se presenten ofertas con precios considerablemente superiores al presupuesto estimado por la Comisión Para la Defensa y Promoción de la Competencia (CDPC).

- n) ñ) Cualquier otra inadmisibilidad establecida en el artículo 131 del Reglamento de la Ley de Contratación del Estado.
- o) Incurrir en otras causales de inadmisibilidad previstas en las leyes o que fundada y expresamente dispusiera el pliego de condiciones.

3.4 Retiro de Ofertas de los Oferentes

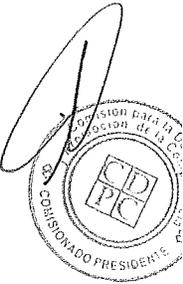
Cuando el oferente desee retirar su oferta y su petición llegase después de iniciado el acto de apertura, el Comité de Evaluación de Licitaciones no aceptará el retiro de la oferta.

IV. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

4.1 Evaluación de las Ofertas

La Comisión para la Defensa y Promoción de la Competencia (CDPC) utilizará para la evaluación de las Ofertas, fundamentalmente los siguientes parámetros:

- 4.1.1 El componente legal se evaluará con base a la documentación presentada, se examinará que los documentos contengan y cumplan con las condiciones y requisitos legales establecidos para cada caso. La revisión se realizará con el objetivo de determinar la capacidad legal de los oferentes.
- 4.1.2 Cumplimiento de las condiciones generales, especificaciones técnicas (condiciones especiales), y demás requerimientos que señalen los pliegos de condiciones de la Licitación, requisitos con los cuales la oferta se considerará seleccionada para la fase de adjudicación.
- 4.1.3 La Comisión para la Defensa y Promoción de la Competencia (CDPC) evaluará las ofertas tomando en cuenta el cumplimiento de los beneficios solicitados y los que sean más convenientes a los intereses del mismo, extremos que deberán ser debidamente justificados, mediante la evaluación técnica, caso por el cual los oferentes no podrán reclamar indemnización de ninguna clase, de acuerdo a lo preceptuado en los artículos 51, 52, 55 de la Ley y 134, 135 y 140 del Reglamento a la Ley de Contratación del Estado.
- 4.1.4 El Componente Técnico se evaluará de acuerdo al cumplimiento de las especificaciones técnicas descritas en los Términos de Referencia. En este componente se evaluará la experiencia que tiene el ofertante en la realización de consultorías similares o relacionadas a la del objeto de la presente licitación, así como la formación y experiencia de sus consultores.



La evaluación se realizará de acuerdo con los siguientes criterios:

EVALUACIÓN DEL COMPONENTE TÉCNICO		
CRITERIOS		Puntaje Maximo
1. Experiencia Especifica del Oferente Relativa al Trabajo		30
1.1	El oferente cuenta con experiencia comprobable en el diseño y/o ejecución de campañas promocionales.	15
1.2	El oferente cuenta con experiencia comprobable en el diseño y/o ejecución de campañas promocionales, en los últimos cinco (5) años.	15
2. Metodología, Plan de Trabajo y Propuesta grafica de		40

EVALUACIÓN DEL COMPONENTE TÉCNICO		
CRITERIOS		Puntaje Maximo
campana en Respuesta a los Términos de Referencia		
2.1	Metodología propuesta para el desarrollo general del Proyecto, combinando recursos técnicos con logísticos que proponen cumplir con la totalidad de las actividades establecidas en las presentes Bases,	20
2.2	Plan de Trabajo detallando claramente la estrategia, productos, actividades, recursos, de conformidad con lo descrito en las presentes Bases,	10
2.3	Sugerencias que impliquen ofrecer valores agregados en su propuesta. Incluye la identificación dentro de su propuesta, de componentes que representen un valor agregado respecto de lo solicitado en las presentes Bases,	10
3. Calificaciones y Competencias del personal clave para la ejecución del proyecto^{1/}		30
3.1	Formación Académica: Profesionales debidamente titulados en Ciencias de la Comunicación, Relaciones Públicas, Marketing y /o carreras afines.	15
3.2	Experiencia; en trabajos y temas relacionados con campañas sociales, campañas de imagen y similares, en los últimos cinco (5) años.	15
TOTAL		100

^{1/} El equipo debe designar quién será el Jefe o Coordinador del Equipo, y esta persona será el enlace principal ante la CDPC.

4.1.5 Evaluación Económica:

- El Comité de Evaluación revisará y corregirá los errores aritméticos. Al corregir los errores aritméticos, en caso de alguna discrepancia entre una cantidad parcial y la cantidad total, o entre palabras y cifras, los primeros prevalecerán. Además de las correcciones enunciadas, las actividades y productos descritos en la propuesta técnica pero no costeadas, serán asumidas para ser incluidas en los precios de otras actividades o productos.
- Se deberá entender por monto total de la oferta, el monto revisado y corregido por el Comité de Evaluación de Ofertas.
- Si el ganador no acepta el precio corregido por la Comisión de Evaluación de Ofertas, se hará efectiva la Garantía de Mantenimiento de Oferta. En tal caso se procederá a adjudicar al oferente que haya obtenido el segundo lugar en la evaluación total de las ofertas y así sucesivamente.

4.2 Adjudicación de la Oferta

La COMISIÓN PARA LA DEFENSA Y PROMOCIÓN DE LA COMPETENCIA (CDPC), se reserva el derecho de adjudicar o rechazar total o parcialmente las ofertas presentadas, o cancelar la Licitación si así lo estima conveniente a los intereses del Estado de Honduras. En tales casos los oferentes no podrán reclamar indemnización de ninguna clase.

La adjudicación del contrato, se hará al oferente que cumpliendo las condiciones de participación e idoneidad para ejecutar el contrato, cumpla con lo siguiente:

- a) Cumpla con las condiciones técnicas requeridas en este pliego de condiciones, específicamente en la SECCION VI o las mejore.
- b) El oferente que cumpla el inciso “a” precedente debe tener una adecuada solidez financiera y resultados de operación de los últimos dos años (no operar con pérdidas), para garantizar el pago de los siniestros.

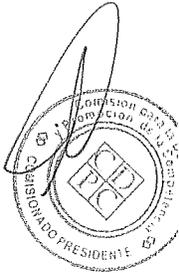
Por lo tanto, la determinación de adjudicación se hará sobre la Oferta que más convenga y se ajuste a los criterios identificados por la COMISION PARA LA DEFENSA Y PROMOCION DE LA COMPETENCIA (CDPC), y que así lo determine el Comité Evaluador de la licitación.

4.3 Adjudicación

La Oferta sólo se considerará definitivamente adjudicada cuando haya sido notificada por escrito, al oferente favorecido, con conocimiento de todos los demás que hayan participado en el proceso. El Oferente adjudicado, será contratado por la COMISIÓN PARA LA DEFENSA Y PROMOCIÓN DE LA COMPETENCIA (CDPC), de conformidad con las disposiciones legales vigentes en la República de Honduras.

4.4 Formalización de Contrato

La adjudicación será emitida a favor de la Compañía o Empresa que habiendo cumplido con los términos de la licitación, sea lo que más convenga a los intereses de la COMISION PARA LA DEFENSA Y PROMOCION DE LA COMPETENCIA (CDPC). El oferente cuya propuesta sea adjudicada, se presentará en nuestra oficina, a suscribir el contrato (Anexo F) dentro del plazo acordado por el Comité Evaluador de la Licitación y por ende establecido en la notificación, previa presentación de la Garantía de Cumplimiento de Contrato.



4.5 Declaración Desierta

La CDPC podrá declarar DESIERTA la Licitación sólo cuando:

- a) A la convocatoria a la Licitación no concurre oferente alguno; en ese sentido la Comisión de Evaluación de Ofertas levantará el Acta correspondiente, en la cual recomendará que se promueva una nueva Licitación.
- b) Si las ofertas recibidas superan el presupuesto disponible para la presente Licitación
- c) Si a la convocatoria a la Licitación solo una empresa presenta oferta, ésta será aceptada para su análisis y si cumple con los requerimientos solicitados por la CDPC podrá adjudicarse; pero si el precio del suministro está demasiado alto en relación a los precios de mercado, se declarará desierta dicha Licitación.
- d) Al evaluar las ofertas éstas no cumplan con los requerimientos del servicio solicitado en las Bases de la Licitación.

V. GARANTÍAS

5.1 Garantía de Mantenimiento de Oferta

Los oferentes deberán acompañar una Garantía de Mantenimiento de Oferta en Moneda Nacional (Lempiras), equivalente por lo menos al tres por ciento (3%), del monto total de la oferta, extendida a nombre de la COMISIÓN PARA LA DEFENSA Y PROMOCIÓN DE

LA COMPETENCIA (CDPC), y podrá consistir en: Cheque Certificado, Fianza o Garantía Bancaria, expedida por institución bancaria o aseguradora del país y servirá para garantizar el fiel cumplimiento de la oferta presentada, la que tendrá una vigencia mínima de noventa (90) días hábiles a partir de la fecha de Apertura de las ofertas y será devuelta a los oferentes tan pronto como se decida la adjudicación, a excepción del oferente favorecido. (Anexo D)

Cláusula Obligatoria “La presente garantía será ejecutada al simple requerimiento de la Comisión Para la Defensa y Promoción de la Competencia (CDPC), sin más trámite que la presentación de la misma acompañada del correspondiente certificado de incumplimiento”.

Cuando exista cualquier error en la Garantía, será motivo de rechazo y descalificación de la oferta ya que la misma no es subsanable.

5.2 Plazo de Mantenimiento de Precios

Los montos propuestos se mantendrán firmes por el plazo de noventa (90) días hábiles, comenzando su vigencia a partir del día de la Apertura de Ofertas.

5.3 Ejecución de la Garantía de Mantenimiento de Oferta

Si el Oferente que recibiere la Notificación de Adjudicación, se negase a formalizar el contrato respectivo dentro del plazo acordado, el caso se referirá a la Dirección Administrativa de la COMISIÓN PARA LA DEFENSA Y PROMOCIÓN DE LA COMPETENCIA (CDPC) y con el asesoramiento del Comité de Evaluación de la Licitación optará por una de las alternativas siguientes:

- a) Adjudicar al segundo oferente Calificado.
- b) Adjudicar el Contrato al próximo oferente Calificado, en caso de que el anterior no acepte.
- c) Ordenar la celebración de una nueva Licitación.
- d) En el caso de que el oferente adjudicado se negare a firmar el Contrato, se le ejecutará su Garantía de Mantenimiento de Oferta, para cubrir la diferencia entre la cantidad ofrecida por él y la del segundo o siguiente Oferente Calificado.

5.4 Garantía de Cumplimiento de Contrato

El oferente favorecido con la adjudicación deberá cambiar la Garantía de Mantenimiento de Oferta por otra, denominada Garantía de Cumplimiento, por el quince por ciento (15%) del valor total del contrato, podrá consistir en: Cheque Certificado, Fianza o Garantía Bancaria expedida por institución bancaria o aseguradora del país (Anexo E) y tendrá una vigencia del plazo establecido en el contrato para la prestación de los servicios requeridos y servirá para garantizar que la Compañía adjudicada ejecutará y cumplirá todas las condiciones estipuladas en éstas bases y en el contrato suscrito. En la Garantía de Cumplimiento, deberá incluirse como cláusula obligatoria el texto siguiente:

Cláusula Obligatoria “La presente garantía será ejecutada al simple requerimiento de la Comisión Para la Defensa y Promoción de la Competencia, sin más trámite que la presentación de la misma acompañada del correspondiente certificado de incumplimiento”.

5.5 Garantía de Calidad de los Servicios requeridos

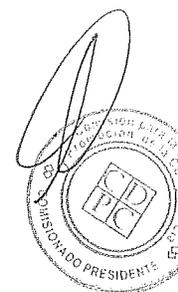
Mediante declaración jurada debidamente autenticada, los Oferentes deberán garantizar, que los servicios ofrecidos serán resueltos de conformidad y que se ajustan estrictamente a las especificaciones requeridas.

VI. ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

FINALIDAD: Diseñar una campaña visual para promocionar la “Libre Competencia en Honduras”. Las piezas publicitarias se publicarán en medios tradicionales, prensa, radio, televisión, videos educativos y redes sociales.

La empresa consultora deberá elaborar un plan de trabajo y un cronograma de actividades, las cuales formaran parte de las especificaciones técnicas de esta consultoría. Esta propuesta deberá ir acompañada de la metodología a seguir para lograr los productos solicitados. La propuesta y el cronograma de actividades serán validados por el comité de seguimiento del proyecto.

1. Evaluar la percepción de la libre competencia en Honduras a través de una encuesta electrónica.
2. Definir el segmento de mercado al cual estará dirigida la campaña y cuál será su cobertura.
3. Revisar todos los elementos que conforman la imagen actual de la CDPC, a fin de evaluar el impacto y la comprensión que tiene el mensaje e idea central estos incluyen: slogan, logotipo, imágenes, bocetos, entre otros.
4. Definir los valores centrales de la campaña promocional a través de una encuesta dirigida a los presidentes y directores de las Cámaras De Comercio, Consejo Hondureño De La Empresa Privada, asociaciones de productores y representantes del gobierno.
5. Elaborar una propuesta sobre el diseño y creatividad de la campaña que defina los elementos que deberá contener el concepto comercial, tomado en cuenta que el cliente final perciba un valor agregado sobre los beneficios de la Libre Competencia en Honduras.
6. Identificar los elementos del diseño de la campaña de promoción de la libre competencia en Honduras.
7. Realizar reuniones con el comité de seguimiento de la CDPC, con los siguientes objetivos:
 - Comprensión de los conceptos que quieren transmitir.
 - Definir los objetivos de los productos solicitados
 - Validar y aprobar los borradores propuestos para el diseño y contenido de los productos esperados.
 - Tomando en cuenta toda la información recopilada y al obtener el concepto validado por el comité de seguimiento de la CDPC, se deberá trabajar con el diseño del material promocional, formular y proponer la identidad visual y el mensaje promocional.
8. Diseñar un manual de marca, concepto comercial y material de promoción, que logre incluir mensajes directos para promocionar la Libre Competencia en Honduras:
 - Incluir propuesta de gráficos, artes, storyboards, spot de radio, prensa, pagina web, redes sociales así como también materiales a distribuir en la campaña como ser:



- materiales promocionales e informativos (brochures, boletines, memorias y volantes).
- Proveer materiales institucionales (carpetas, posters, banners, invitaciones para eventos, backdrop) así como otros que aporten a la promoción de la Libre Competencia en Honduras y CDPC.
 - Deberá incluir cotizaciones de impresión de materiales.
9. Desarrollar un plan de medios (Mix de Medios de comunicación) adecuados que permita sugerir:
- Definir qué medios de comunicación se utilizaran.
 - Estimar tiempo (corto, mediano y largo plazo) y presupuesto de las campañas.
 - Proponer medios masivos (ATL) y medios directos no tradicionales (BTL) que logren un impacto esperado en la campaña.
10. Proponer un plan de monitoreo de resultados o un recall de impacto y recordación publicitaria.
11. Desarrollar y documentar en la propuesta cualquier otra actividad el equipo consultor considere oportuno para alcanzar los objetivos deseados.

VII. CONTRATO

CONDICIONES GENERALES DEL CONTRATO

7.1 Vigencia del Contrato

Los servicios solicitados tendrán una vigencia de seis (6) meses calendario a partir de la fecha de adjudicación. La compañía o Empresa seleccionada presentará a la COMISIÓN PARA LA DEFENSA Y PROMOCIÓN DE LA COMPETENCIA (CDPC) dentro de los siguientes quince (15) días hábiles el plan de trabajo actualizado una vez que se haya formalizado el contrato correspondiente.

7.2 Forma de Pago

El pago se realizará en lempiras (L), en un período no mayor a los quince (15) días posteriores a la presentación de los comprobantes de cobro, a través de la COMISIÓN PARA LA DEFENSA Y PROMOCIÓN DE LA COMPETENCIA (CDPC) conforme a los procedimientos administrativos establecidos, debiendo presentar los siguientes documentos que acompañen a los informes previamente aceptados por la CDPC:

- a) Factura comercial y recibo de entrega a nombre de la COMISIÓN PARA LA DEFENSA Y PROMOCIÓN DE LA COMPETENCIA (CDPC), conteniendo el detalle del servicio prestado
- b) Los pagos serán distribuidos de la siguiente manera:

Pagos	Porcentaje	Productos a entregar
1er pago	20%	Firma de contrato y aprobación del plan de trabajo y metodología
2do pago	50%	Entrega del primer informe (tres meses después de adjudicado)
1er pago	30%	Entrega del informe final y todos los materiales propuestos en estas bases y el contrato, en formato editable. Con la aprobado por la CDPC

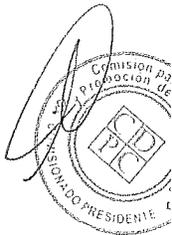
El oferente podrá solicitar dentro de su oferta una forma de pago diferente a la propuesta por la CDPC. Dicha condición será negociada con el oferente ganador, si conviene a los intereses de la CDPC.

7.3 Garantía de Cumplimiento de Contrato

El oferente favorecido con la adjudicación deberá cambiar la Garantía de Mantenimiento de Oferta por otra, denominada Garantía de Cumplimiento, por el quince por ciento (15%) del valor total del contrato, podrá consistir en: Cheque Certificado, Fianza o Garantía Bancaria expedida por institución bancaria o aseguradora del país y tendrá una vigencia del plazo establecido en el contrato para la prestación de los servicios requeridos y servirá para garantizar que la empresa adjudicada ejecutará y cumplirá todas las condiciones estipuladas en éstos pliegos y en el contrato suscrito. En la Garantía de Cumplimiento, deberá incluirse como cláusula obligatoria el texto siguiente:

“La presente garantía será ejecutada al simple requerimiento de la Comisión Para la Defensa y Promoción de la Competencia, sin más trámite que la presentación de la misma acompañada del correspondiente certificado de incumplimiento”.

La Garantía de Cumplimiento será devuelta al oferente adjudicado cuando se le extienda el finiquito respectivo que acredite el total cumplimiento del contrato, previa Acta de Recepción final satisfactoria, emitida por la Comisión Especial nombrada para tal efecto (Art. 225 del Reglamento de la Ley de Contratación del Estado).



7.4 Garantía de Calidad de los Servicios requeridos

Mediante declaración jurada debidamente autenticada, los Oferentes deberán garantizar, que los servicios ofrecidos serán resueltos de conformidad y que se ajustan estrictamente a las especificaciones requeridas

VIII. CONDICIONES ESPECIALES DEL CONTRATO

8.1 Solución de Controversia o Diferencia

Cualquier diferencia, controversia o conflicto de orden jurídico o interpretación de los servicios, que se suscite entre la Comisión para la Defensa y Promoción de la Competencia (CDPC) y la Empresa adjudicataria, sobre la prestación del servicio, deberá ser resuelto en forma conciliatoria entre ambas partes; sin embargo, sino se pusieren de acuerdo a lo prescrito en la Ley de Contratación del Estado y demás Leyes aplicables en su caso, ambas partes, deberán someterse a la jurisdicción y competencia del Juzgado de lo Contencioso Administrativo del Departamento de Francisco Morazán.

8.2 Rescisión del Contrato

El contrato podrá ser rescindido por cualquiera de las causas señaladas en el artículo 127 de la ley de Contratación del Estado.

8.3 Aceptación

Todo oferente, al momento de presentar su Oferta en la presente Licitación reconoce y acepta que:

- a) Ha leído y entendido, analizado y revisado claramente el Documento de los Pliegos de Condición de Licitación, asimismo acepta el sometimiento a todas las Leyes de la República de Honduras aplicables al caso concreto, por lo que su oferta ha sido preparada de conformidad con los términos precitados.
- b) No podrá alegar omisiones o interpretación errónea respecto a su Oferta presentada y se compromete a acatar y respetar la Resolución que para tal efecto emita la autoridad competente de la Comisión Para la Defensa y Promoción de la Competencia (CDPC), relacionada con la presente Licitación.

IX. FORMULARIOS ANEXOS

ANEXO A

CARTA PROPUESTA

Lugar y fecha

Señores Comisionados

COMISIÓN PARA LA DEFENSA Y PROMOCIÓN DE LA COMPETENCIA (CDPC)

Ciudad.

REFERENCIA:

Licitación Pública Nacional No. CDPC-LPN-009-2016

Diseño de Campaña de Promoción de la Libre Competencia en Honduras

Estimados Señores Comisionados

Yo (Nombre Claro y completo de quien suscribe); de: (edad de quien suscribe); (Estado Civil); (profesión u oficio); (nacionalidad); (domicilio); (tarjeta de identidad de quien suscribe) y en el caso de extranjeros número de pasaporte); me dirijo a ustedes, en atención a su llamado a licitación No. _____ Para la contratación de: (descripción de los servicios).

Por medio de la presente, acepto que he leído y entendido todos los requerimientos del Pliego de Condiciones y que acepto las cláusulas del mismo.

Me comprometo a prestar los servicios ofertados, cumpliendo con las exigencias solicitadas y en los lugares indicados en el Pliego de Condiciones.

Mi oferta total es: (indicar el valor en letras y números por cada lote ofertado).

El monto total de mi Garantía de Mantenimiento de Oferta es por un tres por ciento (3%) del valor total ofertado extendido a favor de la Comisión para la Defensa y Promoción de la Competencia.

La validez de mi oferta será por un período de Noventa (90) días hábiles contados a partir de la fecha fijada para la apertura de las ofertas.

Nombre o Razón Social del Oferente: _____

ANEXO B

CUADRO RESUMEN PRESENTACIÓN DE OFERTA

Yo; _____ actuando en mi condición de representante legal de la empresa _____ participante en la Licitación Publica Nacional No.-CDPC-LPN-009-2016, de la Comisión para la Defensa y Promoción de la Competencia, por este medio **DECLARO**: haber obtenido y examinado los pliegos de la licitación pública, así como las especificaciones técnicas, cuyos servicios serán el Diseño de Campaña de Promoción de la Libre Competencia en Honduras, de conformidad con las mismas ofrezco suministrar los servicios que corresponden; (Detallar los servicios). Oferta que asciende a un monto total de Lps. (letras y números).

Asimismo declaro, que de resultar mi oferta como la más conveniente a los intereses de la Comisión Para la Defensa y Promoción de la Competencia, me comprometo a suscribir el contrato y aceptar desde ahora cada una de las cláusulas estipuladas en el mismo, rendir la garantía de cumplimiento correspondiente por el monto de quince por ciento (15%) sobre el valor adjudicado, la cual estará vigente durante el plazo previsto y a cumplir con los trámites para el suministro oportuno de los servicios que originan la presentación de esta Carta Propuesta a partir de la NOTIFICACIÓN que se me haga de la aprobación.

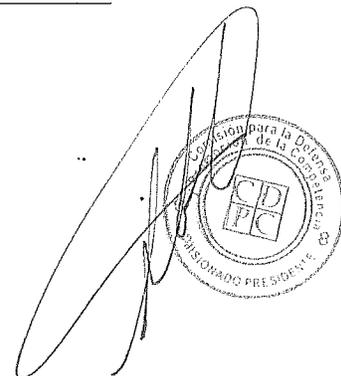
Finalmente en mi condición antes indicada, garantizo que los servicios propuestos en este acto, reúnen y cumplen con las características y condiciones establecidas en el documento de licitación.

Fecha: _____

Nombre Licitante: _____

Compañía: _____

Dirección: _____ Firma _____



The image shows a handwritten signature in black ink over a circular official seal. The seal contains the text 'Comisión para la Defensa y Promoción de la Competencia' around the perimeter and 'CDPC' in the center. Below the seal, the words 'COMISIONADO PRESIDENTE' are visible.

ANEXO C DECLARACIÓN JURADA

Yo, (nombre del representante legal de la Empresa), (generales), actuando en mi condición de Gerente General y representante Legal, de la Empresa (nombre de la Sociedad), por este acto Declaro bajo juramento que mi persona, mi representada y los socios de la misma no nos encontramos comprendidos dentro de las inhabilidades establecidas en los artículos 15 y 16 de la Ley de Contratación del Estado, que textualmente dice:

- 1) Haber sido condenados mediante sentencia firme por delitos contra la propiedad, delitos contra la fe pública, cohecho, enriquecimiento ilícito, negociaciones incompatibles con el ejercicio de funciones públicas, malversación de caudales públicos o contrabando por defraudación fiscal, mientras subsista la condena.
- 2) Haber sido declarado en quiebra o en concurso de acreedores mientras no fueren rehabilitados.
- 3) Ser funcionarios o empleados, con o sin remuneración, al servicio de los Poderes del Estado o de cualquier institución descentralizada, Municipalidad u organismo que se financie con fondos públicos, sin perjuicio de lo previsto en el artículo 258 de la Constitución de la República.
- 4) Haber dado lugar, por causa de la que hubiere sido declarado culpable, a la resolución firme de cualquier contrato celebrado con la administración o a la suspensión temporal en el Registro de Proveedores y Contratistas en tanto dure la sanción. En el primer caso, la prohibición de contratar tendrá una duración de dos (2) años, excepto en aquellos casos en que haya sido objeto de resolución en sus contratos en dos ocasiones, en cuyo caso la prohibición de contratar será definitiva.
- 5) Ser cónyuge, persona vinculada por unión de hecho o parientes dentro del cuarto grado de consanguinidad o segundo de afinidad de cualquiera de los funcionarios o empleados bajo cuya responsabilidad esté la precalificación de las empresas, la evaluación de las propuestas, la adjudicación o la firma del contrato.
- 6) Haber intervenido directamente o como asesores en cualquier etapa de los procedimientos de contratación o haber participado en la preparación de las especificaciones, planos, diseños, o términos de referencia, excepto en actividades de supervisión de construcción.

Por lo antes expuesto y no encontrándose mi persona, mi representada y los socios de la misma en las inhabilidades establecidas en los numerales anteriores de conformidad a lo establecido en el Artículo 15 y 16 de la Ley de Contratación del Estado, firmo la presente declaración jurada a los _____ días del mes de _____ del año 2016.

Nombre del representante legal de las Empresa

Firma y sello del representante legal de las Empresa

ANEXO D
FORMATO GARANTÍA MANTENIMIENTO DE OFERTA

NOMBRE DE ASEGURADORA / BANCO _____
GARANTÍA / FIANZA DE MANTENIMIENTO DE OFERTA N° _____
FECHA DE EMISIÓN: _____
AFIANZADO/GARANTIZADO: _____
DIRECCIÓN Y TELÉFONO: _____

Fianza / Garantía a favor de _____, para garantizar que el Afianzado/Garantizado, mantendrá la OFERTA, presentada en la licitación _____ para el Diseño de Campaña de Promoción de la Libre Competencia en Honduras.

SUMA AFIANZADA/GARANTIZADA: _____

VIGENCIA De: _____ Hasta: _____

BENEFICIARIO: COMISIÓN PARA LA DEFENSA Y PROMOCIÓN DE LA COMPETENCIA.

CLAÚSULA OBLIGATORIA: “La presente garantía será ejecutada al simple requerimiento de la Comisión Para la Defensa y Promoción de la Competencia, sin más trámite que la presentación de la misma acompañada del correspondiente certificado de incumplimiento”.

Las garantías o fianzas emitidas a favor de la COMISIÓN PARA LA DEFENSA Y PROMOCIÓN DE LA COMPETENCIA, serán solidarias, incondicionales, irrevocables y de realización automática y no deberán adicionarse cláusulas que anulen o limiten la cláusula obligatoria.

Se entenderá por el incumplimiento si el Afianzado/Garantizado:

1. Retira su oferta durante el período de validez de la misma.
2. No acepta la corrección de los errores (si los hubiere) del Precio de la Oferta.
3. Si después de haber sido notificado de la aceptación de su Oferta por el Contratante durante el período de validez de la misma, no firma o rehúsa firmar el Contrato, o se rehúsa a presentar la Garantía de Cumplimiento.
4. Cualquier otra condición estipulada en los pliegos de condiciones de licitación pública.

En fe de lo cual, se emite la presente Fianza/Garantía, en la ciudad de _____, Municipio de _____, a los _____ del mes de _____ del año _____.

FIRMA AUTORIZADA

ANEXO E
GARANTÍA DE CUMPLIMIENTO

NOMBRE ASEGURADORA / BANCO _____
GARANTÍA / FIANZA DE CUMPLIMIENTO N°: _____
FECHA DE EMISIÓN: _____
AFIANZADO/GARANTIZADO: _____
DIRECCIÓN Y TELÉFONO: _____

Fianza / Garantía a favor de _____, para garantizar que el Afianzado/Garantizado, salvo fuerza mayor o caso fortuito debidamente comprobados, CUMPLIRÁ cada uno de los términos, cláusulas, responsabilidades y obligaciones estipuladas en el contrato firmado al efecto entre el Afianzado/Garantizado y el Beneficiario, para el Diseño de Campaña de Promoción de la Libre Competencia en Honduras

SUMA AFIANZADA/ GARANTIZADA:

VIGENCIA De: _____ Hasta: _____
BENEFICIARIO: COMISIÓN PARA LA DEFENSA Y PROMOCIÓN DE LA COMPETENCIA.

CLAÚSULA OBLIGATORIA: “La presente garantía será ejecutada al simple requerimiento de la Comisión Para la Defensa y Promoción de la Competencia, sin más trámite que la presentación de la misma acompañada del correspondiente certificado de incumplimiento”.

Las garantías o fianzas emitidas a favor de la COMISIÓN PARA LA DEFENSA Y PROMOCIÓN DE LA COMPETENCIA, serán solidarias, incondicionales, irrevocables y de realización automática y no deberán adicionarse cláusulas que anulen o limiten la cláusula obligatoria.

En fe de lo cual, se emite la presente Fianza/Garantía, en la ciudad de _____, Municipio de _____, a los _____ del mes de _____ del año _____.

FIRMA AUTORIZADA

ANEXO F
FORMATO DE CONTRATO

(Este documento será elaborado por asesoría legal de la COMISIÓN PARA LA DEFENSA Y PROMOCIÓN DE LA COMPETENCIA, tomando en cuenta estos términos)

[El Contratante completará este formulario de acuerdo con las instrucciones indicadas]

ESTE CONTRATO es celebrado El día [indicar: número] de [indicar: mes] de [indicar: año].

ENTRE

1. Indicar nombre completo del Contratante], una [indicar la descripción de la entidad jurídica, por ejemplo, la COMISIÓN PARA LA DEFENSA Y PROMOCIÓN DE LA COMPETENCIA, [indicar la dirección del Contratante] (en adelante denominado “el Contratante”), y
2. Indicar el nombre de la empresa o compañía publicitaria] (en adelante denominada “la compañía”).

POR CUANTO el Contratante ha llamado a licitación respecto de ciertos Bienes y Servicios, [inserte una breve descripción de los bienes y servicios] y ha aceptado una oferta de la compañía para el suministro de dichos Bienes y Servicios por la suma de [indicar el Precio del Contrato expresado en palabras y en cifras] (en adelante denominado “Precio del Contrato”).

ESTE CONTRATO ESTIPULA LO SIGUIENTE:

1. En este Contrato las palabras y expresiones tendrán el mismo significado que se les asigne en las respectivas condiciones del Contrato a que se refieran.
2. Los siguientes documentos constituyen el Contrato entre el contratante y la compañía, y serán leídos e interpretados como parte integral del Contrato:
 - a) Este Contrato;
 - b) Las Condiciones Especiales del Contrato
 - c) Las Condiciones Generales del Contrato;
 - d) Los Requerimientos Técnicos (incluyendo la Lista de Requisitos y las Especificaciones Técnicas);
 - e) La oferta de la compañía y las Listas de Precios originales;
 - f) La notificación de Adjudicación del Contrato emitida por el contratante.
 - g) [Agregar aquí cualquier otro(s) documento(s)]
3. Este Contrato prevalecerá sobre todos los otros documentos contractuales. En caso de alguna discrepancia o inconsistencia entre los documentos del Contrato, los documentos prevalecerán en el orden enunciado anteriormente.
4. En consideración a los pagos que el contratante hará a la compañía conforme a lo estipulado en este Contrato, la compañía se compromete a proveer los Bienes y Servicios al Comprador y a subsanar los defectos de éstos de conformidad en todo respecto con las disposiciones del Contrato.
5. El contratante se compromete a pagar a la compañía como contrapartida del suministro de los bienes y servicios y la subsanación de sus defectos, el Precio del Contrato o las sumas que resulten pagaderas de conformidad con lo dispuesto en el Contrato en el plazo y en la forma prescritos en éste.

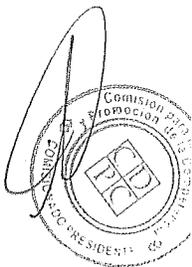
EN TESTIMONIO de lo cual las partes han suscrito el presente Contrato de conformidad con las leyes de [indicar el nombre de la ley del país que gobierna el Contrato] en el día, mes y año antes indicados.

Por y en nombre del contratante

Firmado: [indicar firma] en capacidad de [indicar el título u otra designación apropiada]

Por y en nombre la compañía

Firmado: [indicar la(s) firma(s) del (los) representante(s) autorizado(s) del Proveedor] en capacidad de [indicar el título u otra designación apropiada]



ANEXO G
FORMA DE PRESENTACIÓN OFERTA ECONÓMICA

Categoría	Cant.	Precio unitario	Total sin Imp
Costos Directos			
Honorarios			
Pagos Proveedores (materiales, producción, fotografía, y medios de comunicación)			
Papelería			
Impresión y publicación de informe			
Otros			
Sub Total			
Costos Indirectos			
Gastos administrativos			
Cumunicacion			
Otros			
Sub Total			
Total			

Se deberá entregar la información económica de la oferta, de acuerdo a los formatos contenidos en el archivo electrónico correspondiente, y entregarse juntamente con el sobre de la Oferta Económica en un CD-ROM.

ANEXO H.
CAPACIDAD TÉCNICA DEL OFERENTE PARA DESARROLLAR EL PROYECTO

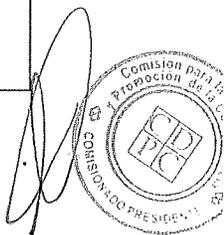
A – Organización del Consultor

[Proporcione aquí una descripción breve de dos páginas de los antecedentes y organización de su firma/ entidad y de cada uno de los asociados con este trabajo.]

B – Experiencia del Consultor

[En el siguiente formato, proporcione información sobre cada uno de los trabajos para los cuales su firma y cada uno de los asociados con este trabajo fueron contratados legalmente, como individuos o como persona jurídica, o como una de las principales firmas integrantes de una asociación, para prestar servicios de consultoría similares a los solicitados bajo este trabajo. Use 20 páginas máximo]

Nombre del trabajo	Valor aproximado del contrato (en US\$ o Lempiras):
País: Lugar dentro del país:	Duración del trabajo (meses):
Nombre del Contratante:	Número total de persona-meses para realizar el trabajo:
Dirección:	Valor aproximado de los servicios prestados por su firma bajo el contrato (en US\$ o Lempiras)
Fecha de iniciación (mes / año): Fecha de terminación (mes / año):	Número de persona-meses profesional proporcionado por consultores asociados:
Nombre de los consultores asociados, si los hubo:	Nombre de funcionarios de nivel superior de su empresa involucrado y funciones desempeñadas (indique los perfiles más significativos tales como Director/ Coordinador de Proyecto, Jefe del equipo):
Descripción narrativa del trabajo:	
Descripción de los servicios efectivamente provistos por el personal de la firma para el proyecto:	



ANEXO I.

FORMULARIO DE DESCRIPCIÓN DEL ENFOQUE, METODOLOGÍA Y PLAN DE ACTIVIDADES PARA LA EJECUCIÓN DEL TRABAJO.

[El enfoque técnico, la metodología y el plan de trabajo son componentes claves de la propuesta técnica. Se le sugiere que presente su propuesta técnica (50 páginas incluyendo gráficos y diagramas) dividida en las tres partes siguientes:

- a) Enfoque técnico y metodología
- b) Plan de trabajo, y
- c) Organización y dotación de personal.

a) Enfoque técnico y metodología.

En este capítulo el Consultor deberá explicar su comprensión de los objetivos del trabajo, enfoque de los servicios, metodología para llevar a cabo las actividades y obtener el producto esperado, y el grado de detalle de dicho producto. Usted deberá destacar los problemas que se están tratando y su importancia, y explicar el enfoque técnico que usted adoptaría para tratarlos. El Consultor deberá explicar la metodología que propone adoptar y resaltar la compatibilidad de esa metodología con el enfoque propuesto.

b) Plan de Trabajo.

En este capítulo deberá proponer las actividades principales del trabajo, su contenido y duración, fases y relaciones entre sí, etapas (incluyendo las aprobaciones provisionales del Contratante), y las fechas de entrega de los informes. El plan de trabajo propuesto deberá ser consistente con el enfoque técnico y la metodología, demostrando una comprensión de los TDR y habilidad para traducirlos en un plan de trabajo factible. Aquí se deberá incluir una lista de los documentos finales, incluyendo informes, planos y tablas que deberán ser presentadas como producto final. El plan de trabajo deberá ser consistente con el Programa de Trabajo.

c) Organización y Dotación de Personal.

En este capítulo deberá proponer la estructura y composición de su equipo. Deberá detallar las disciplinas principales del trabajo, el especialista clave responsable, y el personal técnico y de apoyo designado.]

ANEXO K.
COMPOSICIÓN DEL EQUIPO Y ASIGNACIÓN DE RESPONSABILIDADES

Personal Profesional				
Nombre del personal	Profesión	Área de Especialidad	Cargo asignado	Actividad asignada

ANEXO L.

FORMULARIO DE CURRICULUM VITAE

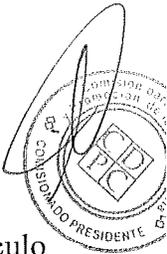
1. **Cargo propuesto** [solamente un candidato deberá ser nominado para cada posición]:
2. **Nombre de la firma:** [inserte el nombre de la firma que propone al candidato]:
3. **Nombre del individuo:** [inserte el nombre completo]:
4. **Fecha de nacimiento:** _____ Nacionalidad: _____
5. **Educación:** [Indicar los nombres de las universidades y otros estudios especializados del individuo, dando los nombres de las instituciones, grados obtenidos y las fechas en que los obtuvo.]
6. **Asociaciones profesionales a las que pertenece:** _____
7. **Otras especialidades** [Indicar otros estudios significativos después de haber obtenido los grados indicados en el 5 – Dónde obtuvo la educación]: _____
8. **Países donde tiene experiencia de trabajo:** [Enumere los países donde el individuo ha trabajado en los últimos diez años]: _____
9. **Idiomas** [Para cada idioma indique el grado de competencia: bueno, regular, pobre, en hablarlo, leerlo y escribirlo]: _____
10. **Historia Laboral** [Empezando con el cargo actual, enumere en orden inverso cada cargo que ha desempeñado desde que se graduó el candidato, indicando para cada empleo (véase el formulario siguiente): fechas de empleo, nombre de la organización, cargos desempeñados]:
Desde [Año]: _____ Hasta [Año] _____
Empresa: _____
Cargos desempeñados: _____

11. Detalle de las actividades asignadas	12. Trabajos que ha realizado que mejor demuestran la capacidad para ejecutar las tareas asignadas
[Enumere todas las tareas que desempeñará bajo este trabajo]	[Entre todos los trabajos que el individuo ha desempeñado, complete la siguiente información para aquellos que mejor demuestran su capacidad para ejecutar las tareas enumeradas bajo el punto 11.] Nombre de la tarea o proyecto: _____ Año: _____ Lugar: _____ Contratante: _____ Principales características del proyecto: _____ Actividades desempeñadas: _____

13. Certificación:

Yo, el abajo firmante, certifico que, según mi mejor conocimiento y mi entender, este currículum describe correctamente mi persona, mis calificaciones y mi experiencia. Entiendo que cualquier declaración voluntariamente falsa aquí incluida puede conducir a mi descalificación o la cancelación de mi trabajo, si fuera contratado. _____ Fecha: _____
[Firma del individuo o del representante autorizado del individuo] _____ Día / Mes / Año

Nombre completo del representante autorizado: _____
(Anexar copia de los títulos universitarios que posea y credenciales o registros, si aplica.)



ANEXO M.

TERMINOLOGÍA SOBRE COMPETENCIA

Abogacía de la Competencia: Conjunto de actividades realizadas por la autoridad para la promoción de un ambiente favorable a la competencia; estas actividades se dirigen a agentes económicos con el objetivo fundamental de dar a conocer los beneficios de la competencia, así como promover una cultura de competencia mediante la concientización y la expedición de normas pro competitivas como instrumento esencial y como principio de organización de una economía de libre mercado.

Abuso de posición de dominio): Se refiere a un tipo de práctica o conducta anticompetitiva que es realizada por un agente económico dominante en el sector en el que participa.

Acuerdo Colusorio: Acuerdo de voluntades (convenios, contratos, práctica concertada, conductas, arreglos o sus combinaciones) verbal o escrito por medio del cual varios agentes económicos se comprometen con la finalidad de restringir, limitar, falsear, impedir, total o parcialmente el proceso de libre competencia.

Acuerdo de Fijación de Precios/Tarifas/Descuentos: Arreglo entre vendedores para subir o fijar los precios/tarifas/descuentos con el fin de limitar la competencia entre empresas y obtener mayores utilidades. Los acuerdos de fijación de precios/tarifas/descuentos se hacen entre compañías en un intento por comportarse, en conjunto, como un monopolio.

Agente Económico: Se extiende a todos los agentes económicos competidores o competidores potenciales, así como no competidores, o sus asociaciones ya sean personas naturales o jurídicas, órganos o entidades de la administración pública, municipal, industriales, comerciales, profesionales o sus agrupaciones; tengan o no personalidad jurídica, entidades con o sin fines de lucro, u otras personas naturales o jurídicas que, por cualquier título, participen como sujetos activos en la actividad económica.

Agente Económico Competidor: Son aquellos agentes económicos que operan en el mismo eslabón de la cadena de producción de un mercado relevante específico.

Agente Económico Competidor Potencial: Son aquellos agentes económicos que sobre la base de criterios realistas sean capaces de realizar las inversiones suplementarias o los gastos de adaptación necesarios para poder participar en el mercado en un período corto.

Barreras a la Entrada: Las barreras a la entrada en un mercado pueden definirse como todos aquellos factores que impiden o dificultan el ingreso de agentes económicos en un sector económico determinado de la economía nacional. Estas pueden ser: Estructurales o Económicas, Estratégicas y Legales.

Barreras a la Movilidad: Barreras para impedir que un grupo estratégico de compañías dentro de una industria se traslade a otro grupo. Incluye barreras a la entrada, barreras a la salida y barreras a cambios entre industrias en la posición del mercado.

Barreras a la Salida: Todos aquellos factores que impiden o dificultan la salida de un agente económico de una industria económica determinada.

Bienestar del Consumidor: Beneficios que se derivan del consumo de bienes o servicios. Teóricamente se define por la autoevaluación de un individuo sobre su satisfacción, los precios específicos y el ingreso. Para medir el bienestar del mismo se utiliza el excedente del consumidor que es la diferencia de lo que se está dispuesto a pagar por un bien y lo que se paga realmente cuando lo compra.

Cadena de Valor: Combinación organizada de las actividades básicas y agregadas de una empresa para la oferta de sus bienes y servicios para generar mayores márgenes de utilidad.

Cártel: Acuerdo entre agentes económicos que participan en el mismo mercado y que realizan acuerdos, arreglos o prácticas concertadas, con el objeto de fijar políticas conjuntas en cuanto a precios, cantidades de producción y división del mercado.

Cláusula de No Competencia (Restricciones Accesorias): Cláusulas o pactos incluidos en un contrato en el cual una persona, empresa o cualquier agente económico asume la obligación de no competir en cierto mercado con otras, es decir, a no vender o producir ciertas mercancías o prestar determinados servicios, durante cierto tiempo, en un territorio delimitado.

Colusión: Es la combinación, concertación o acuerdo entre agentes económicos con el objeto de elevar o fijar precios, reducir la producción o restringir la distribución de productos, repartirse el mercado en áreas territoriales o la clientela, abstenerse concertadamente o coordinar posturas para participar en licitaciones con el propósito de incrementar sus utilidades.

Competencia Intermarca (Entre Marcas): Es la competencia que se produce entre empresas que comercializan productos homogéneos pero diferenciados y que suelen desarrollarse y competir sobre la base de marcas, rótulos u otros.

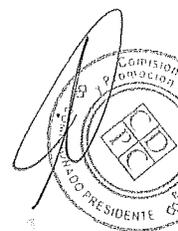
Competencia Intramarca: Es la competencia entre minoristas o distribuidores de la misma marca, y se realiza en términos de precio u otros. Ej. Un par de jeans se puede vender a diferentes precios dependiendo del tipo de almacén donde se compra (almacén, especializado).

Competencia Monopolística: Estructura de mercado en el cual existe una cantidad significativa de productores y no existen barreras a la entrada. Se diferencia de la competencia perfecta porque sus productos se encuentran parcialmente diferenciados, razón por la cual pueden ejercer cierta influencia sobre el precio de sus productos. En este mercado las empresas compiten vendiendo productos diferenciados que son sustitutos cercanos de los productos de otras empresas.

Concentración de Mercado: Está en función del número de empresas participantes en un mercado y sus respectivas cuotas de ese mercado. Es un indicador de cuanto poder de mercado podría ostentar una o varias empresas dentro del mercado relevante objeto de análisis.

Concentración Económica: es la Toma o el cambio de control de una o varias empresas a través de:

1. Participación accionaria, control de la administración, fusión, adquisición de la propiedad o cualquier derecho sobre acciones o participación de capital, títulos de deuda que causen cualquier tipo de influencia en las decisiones societaria.
2. La consolidación, la integración o la combinación en sus negocios en todo o parte.
3. Otras operaciones derivadas de adjudicaciones judiciales, los actos de liquidación voluntaria o forzosa y las herencias o legados, por medio de las cuales se concentren empresas, divisiones o partes de empresas y activos en general.
4. Cualquier otro acto en virtud del cual se agrupen acciones, partes sociales, fideicomisos o activos que se realicen entre proveedores, clientes o cualquier otro agente económico.



La operación de concentración económica será aquella que exceda los niveles de montos de activos, participación en el mercado relevante o volumen de ventas fijado por la Comisión mediante resolución.

Consumidor: La persona natural o jurídica, de hecho o de derecho, pública o privada que como destinatario final, adquiera, disfrute o utilice los bienes o los servicios, reciba información o se le ofrezca la misma.

Contrato Atado: Consiste en subordinar la celebración de contratos a la aceptación de prestaciones suplementarias que, por su naturaleza o por los usos mercantiles, no guarda relación alguna con el objeto de dichos contratos.

Contrato de Exclusividad: Contrato contentivo de transacciones sujetas a la condición de no usar, adquirir, vender o proporcionar, los bienes o servicios producidos, distribuidos o comercializados por un tercero.

Control: Se entenderá por control la capacidad de un agente económico de influenciar a otro a través del ejercicio de los derechos de propiedad, de la totalidad o parte de los activos del agente económico mediante los acuerdos que confieren influencia sustancial en la composición, votación o decisiones de los organismos directivos, administrativos o representantes legales del agente económico.

Correlación de precios: Se refiere al aumento o disminución de precios realizada en forma simultánea, por dos o más agentes económicos en un mercado específico.

Desregulación: Proceso conducente a la racionalización de trámites y requisitos de acceso al mercado con el fin de disminuir, simplificar y eliminar las regulaciones que sean innecesarias o excesivas que limitan la competencia en el mercado, con el fin de permitir un mayor acceso a bienes y servicios por parte de los consumidores.

Diferenciación de productos: Estrategia que utilizan las empresas para diferenciar sus productos. Se considera que los productos son diferenciados cuando existen atributos físicos, reales o perceptibles por los compradores, en tal forma que se prefiere ese producto y no el de la empresa rival.

Discriminación de precios: Estrategia o conjunto de estrategias que consiste en establecer mecanismos de precios no uniformes para el mismo bien o servicio semejantes por razones que en nada se relacionan con los costos.

Distribución Exclusiva: Acuerdo caracterizado por el hecho que una de las partes (generalmente el proveedor) le concede a la otra parte el revendedor un territorio delimitado en el cual debe centrar sus ventas.

Distribución Selectiva: Acuerdo caracterizado por el hecho que el proveedor escoge un selecto número de distribuidores existentes en el mercado.

Diversificación: Ampliación de una empresa existente hacia otra línea de producción o hacia un mercado nuevo.

Economía de Escala: Fenómeno en el cual el costo promedio por unidad de producción disminuye con el incremento de la escala o del volumen de producción de una empresa.

Eficiencia Económica: En términos de la Ley, debe entenderse como el beneficio derivado de las prácticas que permiten a sus participantes integrar sus capacidades productivas, lograr mayor eficiencia de la actividad económica, promover la innovación o fomentar la inversión productiva y que a la vez, se traduzcan en beneficios a los consumidores.

Eficiencia de Mercado: Es aquella eficiencia que se mide a través del beneficio que obtienen los productores y consumidores surtido del precio que fija el mercado al que están dispuestos a pagar todos los potenciales compradores y del precio al que todos los vendedores potenciales están dispuestos a producir y vender sus productos.

Estudios Sectoriales: Son los relativos al análisis de un sector de la economía, y que tiene como objetivo principal describir y analizar el desempeño de los diversos sectores de la economía, a efecto de conocer y evaluar su composición, tamaño, participantes, regulaciones y otros aspectos relevantes; a fin de establecer su incidencia en el nivel de competencia, que permita diagnosticar y proponer las medidas necesarias para fortalecer y mejorar las condiciones de competencia en los mismos.

Excedente del Consumidor: Diferencia entre lo que un consumidor paga de hecho por un bien o servicio y la cantidad máxima que normalmente estaría dispuesto a pagar.

Excedente del Productor: Es la diferencia existente entre los precios a los cuales los productores están dispuestos a vender sus productos y los que reciben en realidad.

Free Rider (Free Riding): Se refiere a cualquier agente económico (o individuo) que bajo diversas circunstancias se beneficia de las acciones o esfuerzo de otro, sin pagar ni compartir los costos en que esta última incurre.

Fusión: Cuando dos o mas sociedades se disuelven para integrar una nueva, o cuando una ya existente absorbe a otra u otras (fusión por absorción). La nueva sociedad o la incorporante, adquieren la titularidad de derechos y obligaciones de las sociedades disueltas.

Índice de Concentración: Es una herramienta estadística utilizada para medir el grado de concentración de un sector determinado. El más utilizado es el denominado *Herfindhal-Hirschman* (HHI), el cual se calcula como la sumatoria de los cuadrados de las participaciones de mercado individuales de todos los participantes.

Integración Vertical: Describe la propiedad o control, por parte de un agente económico, de las diferentes etapas del proceso de producción.

Innovación: Cambios que se efectúan con el objeto de mejorar los resultados e impactos tanto a nivel de la empresa como ante el consumidor o demandante de sus bienes y servicios. Se realizan con el fin de mejorar las técnicas operativas y productivas, de tal forma que se obtenga las misma (o mayor) cantidad de producción con mayor calidad utilizando menos recursos. Algunas innovaciones dan lugar a creaciones o mejoras en algo ya existente (inventos) o a la incursión de algo nunca antes utilizado (descubrimientos); todo ligado a la investigación.

Libre Competencia: Situación en la cual existen las condiciones para que cualquier agente económico, sea oferente o demandante, tenga completa libertad de participar del mercado, y quienes están dentro de él no tengan la posibilidad tanto individualmente como en colusión con otros, de imponer alguna condición en las relaciones de intercambio que afecte el funcionamiento eficiente del mercado.

Licitación Colusoria: Es una forma de colusión en la que agentes económicos competidores coordinan sus ofertas y posturas en licitaciones o concursos públicos de contratos, compras o suministros de proyectos en el sector público. Una forma se da cuando empresas acuerdan presentar licitaciones iguales, eliminando la competencia por precio. Otra, cuando las empresas llegan a un acuerdo sobre cuál será el licitante que ofrecerá la oferta más baja; o los licitantes que se abstendrán a participar de la licitación.



Medidas Condicionales: Son condiciones establecidas resultantes de una verificación previa o investigación de una concentración económica, como medidas previas a la autorización de la misma por parte de la CDPC.

Medidas Correctivas: Son medidas que la Comisión puede ordenar para que una concentración económica se ajuste a la LDPC. Entre estas medidas, sobresalen la modificación, transferencia o eliminación de una determinada línea de producción, la división o traspaso a terceros derechos sobre determinados activos y la modificación o eliminación de cláusulas de los contratos que se celebren.

Mercado: El conjunto de hechos y relaciones que posibilitan el intercambio de bienes y servicios en circunstancias determinadas por la oferta y la demanda que fija los precios y las demás condiciones de comercialización.

Mercado Geográfico: Requiere la evaluación del alcance territorial de la zona en la que se desarrollan actividades de suministro y prestación de bienes y servicios, en la que las condiciones de competencia son bastante homogéneas y pueden distinguirse de otras zonas debido, en particular, a que las condiciones de competencia en ella prevalecientes son sensiblemente distintas de aquellas.

Mercado de Producto: Es la totalidad de los bienes y servicios que los consumidores consideren intercambiables o sustituibles por razón de sus características, su precio o el uso que se prevea hacer de ellos.

Mercado Relevante: Es aquel que se define en función del “mercado de producto” y del “mercado geográfico” en su conjunto.

Monopolio Legal: Condición monopólica otorgada por el Estado o por ministerio de la Ley, sobre cierta actividad o bien de manera exclusiva a un agente económico en virtud de razones estratégicas de cualquier tipo, lo que impide la competencia de otras empresas.

Monopolio Natural: Condición monopólica que se da en un determinado mercado, en los casos que una sola empresa puede atender dicho mercado a un costo inferior a aquel que pudieran atender un conjunto de agentes económicos. Generalmente los monopolios naturales se dan en actividades como los servicios públicos.

Monopolio: Estructura del mercado en la cual sólo hay una empresa que vende un bien o servicio para el cual no existe ningún sustituto próximo. El monopolista posee una alta participación notable en el mercado, por lo que su principal crítica es que usualmente tiende a aumentar los precios y a disminuir la cantidad ofrecida.

Monopsonio: Consiste en aquel mercado con un solo comprador. En general, cuando el comprador tiene cierta influencia sobre el precio de sus insumos, se dice que tiene poder de monopsonio.

Notificación Previa Obligatoria: Obligación de los agente económicos involucrados en una operación de concentración económica a notificar ante la Comisión dicha concentración antes de surtir sus efectos.

Operación de Concentración Económica: Aquella operación dirigida a la concentración de empresas cuyos montos de activos, participación en el mercado relevante o volumen de ventas excedan a los niveles o umbrales fijados por la Comisión.

Oligopolio: Es la organización de mercado en que hay pocos vendedores de un bien o servicio de modo que las actividades de un vendedor podrían afectar las actividades de los demás. Dicha estructura facilita que los precios sean más altos y la producción sea inferior.

Oligopsonio: Consiste en aquel mercado con unos pocos compradores.

Participación de Mercado: Refiere a la medida del tamaño relativo de una empresa en un mercado en términos de la proporción de producción, ventas totales, o capacidad total que posee.

Participación Notable de Mercado o Posición de Dominio: Es la capacidad de actuación unilateral de un agente económico para actuar en el mercado con independencia de las acciones de clientes y competidores.

Práctica Anticompetitiva: Se refiere a una amplia gama de prácticas comerciales ilícitas en las cuales puede comprometerse uno o varios agentes económicos con el fin de restringir la competencia entre ellos para mantener o mejorar su posición relativa en el mercado y sus utilidades.

Práctica Concertada (Colusión Tacita): Se refiere a una forma de coordinación entre empresas que, sin haber desembocado en la celebración de un convenio propiamente dicho, sustituye conscientemente los riesgos de la competencia por una cooperación práctica entre ellas.

Precios: Valor que se da a un bien o servicio, expresado en términos monetarios. Relación de intercambio de un bien por otro, en otras palabras es la medida del valor de cambio de los bienes y servicios.

Precios Excesivos o Abusivos: Se refiere a los precios fijados muy por encima de los niveles competitivos como resultado de un monopolio o poder sobre el mercado.

Precios Predatorios: Conducta anticompetitiva consistente en ofrecer precios por debajo del costo de producción de una empresa con el fin de excluir a sus competidores del mercado.

Productos Heterogéneos: Se consideran aquellos productos que no presentan sustituibilidad entre ellos y los compradores fácilmente pueden percibir diferencias reales o verdaderas entre los ofrecidos por las diferentes empresas.

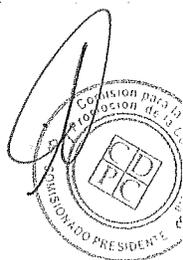
Productos Homogéneos: Se considera que existen productos homogéneos cuando son sustitutos perfectos y los compradores no perciben diferencias reales o verdaderas entre los productos ofrecidos por diferentes empresas. Ej. Cemento, harina, azúcar.

Promoción de la Competencia: Conjunto heterogéneo de acciones realizadas por la autoridad de competencia con el fin de propiciar un ambiente de interés y sensibilización sobre la libre competencia mediante mecanismos o acciones distintas a las utilizadas para la defensa de la competencia.

Regla de la Razón: Regla aplicada para la investigación de las prácticas anticompetitivas incluidas en el artículo 7 de la LDPC, las cuales son prohibidas según su efecto. La prohibición de estas prácticas se analiza caso por caso, aplicando la regla de la razón para determinar el efecto que las mismas tienen en el mercado.

Regla Per Se: Regla aplicada para la investigación de las prácticas anticompetitivas incluidas en el artículo 5 de la LDPC, que debido a su severo efecto anticompetitivo, son prohibidas por su naturaleza, en otras palabras, *per se*. Estas prácticas no pueden ser justificadas de ninguna manera y son nulas de pleno derecho dado la invalidez jurídica que la misma Ley les atribuye.

Repartición del Mercado: Acuerdo entre dos o más agentes económicos competidores que ofrecen el mismo bien con el objeto de eliminar la competencia entre ellos dividiéndose el área geográfica en la que operan, el canal de distribución, clientela o fuentes de aprovisionamiento.



Restricción en la Producción/Distribución/Suministro/Comercialización: Conducta restrictiva de la libre competencia propiciada por agentes económicos que compiten en el mismo nivel de la cadena de producción, dirigida a restringir de forma total o parcial la producción, distribución, suministro o comercialización de bienes o servicios; con el propósito de limitar las posibilidades de actuación de otros agentes económicos competidores.

Restricciones Horizontales: Acuerdos o comportamientos coordinados entre empresas en el mismo nivel de la cadena de producción. Se trata, en general, de una cooperación entre competidores, que puede crear problemas de competencia cuando con ello provoca efectos negativos sobre los precios, la producción, la innovación o la diversidad y la calidad de los productos.

Restricciones Verticales: Acuerdos entre agentes económicos que participan en distintos niveles de la cadena de valor, mediante los cuales se limitan los derechos de una o ambas partes. (Cuando se realizan con voluntad entre las partes se denominan [acuerdos anticompetitivos] y cuando son impuestos por una de las partes [abuso o explotación]). Un elemento clave de este tipo de acuerdos es que no existe una competencia directa entre las partes.

Sanción: Pena establecida por la LDPC a una infracción de la misma, que puede ser de tipo económico o conductual.

Supuesto de Hecho: Es el requisito legal a considerar en una investigación para determinar si una práctica es restrictiva a prohibir según su efecto de conformidad con el artículo 7 de la LDPC, consistente en comprobar que la participación en el mercado afectado del conjunto de los agentes económicos involucrados o de uno de ellos, es superior al establecido por la Comisión.

Sustituibilidad de la Demanda: Existe cuando al producirse un incremento en el precio de un bien o servicio en relación con otro, produce entre los consumidores un cambio en su patrón de compras, del bien o servicio cuyo precio ha aumentado al bien o servicio cuyo precio relativo ha disminuido.

Sustituibilidad de la Oferta: Existe cuando a un oferente de un determinado bien le resulta viable, producir otro bien que requiera de todos los activos necesarios para producir el primero, siempre y cuando lo pueda cumplir en el corto plazo y goce de presencia en el canal de comercialización y redes de distribución, para colocar su producto en el mercado.

Tarifa: Tabla de precios, derechos o impuestos que se carga por cada unidad de un bien o servicio con independencia de la cantidad adquirida.

Valoración de Umbrales: Criterios cuantitativos establecidos por la Comisión en relación al monto de los activos, el porcentaje de participación en el mercado y el monto de los ingresos que sirven como punto de partida para la verificación de una concentración económica.

Venta Atada o Condicionada: Se refiere a situaciones en las cuales el comercio de un bien o servicio está subordinado a la aceptación de otro bien y/o servicio que por su naturaleza no guarde relación con el primero.

Verificación Previa: Verificación por parte de la Comisión a operaciones de concentración susceptibles de restringir la libre competencia, siempre que excedan el monto de activos, participación en el mercado relevante o volumen de ventas así como los demás criterios establecidos para el análisis de concentraciones económicas. La verificación previa podrá ser voluntaria a solicitud de los notificantes.