



---

Pliego de Condiciones Particulares  
Adquisición de servicios de diseño de identidad visual para la  
Agencia del Cine y el Audiovisual del Uruguay (ACAU)

**Memoria Descriptiva - ANEXO A**

---



## **1. Introducción**

### **Sobre ACAU**

La Agencia del Cine y el Audiovisual del Uruguay (ACAU) es una organización de derecho público no estatal, creada a partir de la Ley 20.075 del 20 de octubre de 2022, que modifica la redacción de los artículos de la Ley N° 18.284, de 16 de mayo de 2008.

Su creación obedece a la necesidad de contar en el ámbito público a nivel nacional, con un instrumento ágil para abordar los desafíos que surgen de sectores dinámicos y cambiantes, como el audiovisual.

Tiene como misión ser el ente estatal a cargo de la creación e impulso de políticas públicas, en articulación con el sector público y privado, en relación con el cine y el audiovisual del Uruguay; así como representar al cine y el audiovisual uruguayo a nivel nacional e internacional.

Por su carácter de representación nacional del sector, la ACAU se posiciona como un organismo integrador de las diferentes aristas del sector del cine y el audiovisual, que busca generar políticas que apuntan a fomentar la producción de obra nacional, el posicionamiento de Uruguay como destino para la realización de producciones internacionales, articular entre las diferentes ramas del audiovisual y su interrelación, favorecer el posicionamiento internacional y el desarrollo a nivel territorial.

La ACAU, cuenta con un presidente y un Consejo Directivo Honorario, integrado por representantes del Ministerio de Educación y Cultura, el Ministerio de Economía y Finanzas, el Ministerio de Industria, Energía y Minería y un representante de las organizaciones representativas del sector del cine y el audiovisual (productores, directores, guionistas, realizadores, distribuidores, etc.).

Asimismo, la ACAU cuenta con una Mesa Consultiva, con representación de los diferentes actores del sector (productores, directores, guionistas, realizadores, distribuidores, exhibidores, archivos, actores, canales públicos y privados, el Ministerio de Turismo, Uruguay XXI, el Ministerio de Relaciones Exteriores, la Comisión del Patrimonio Cultural de la Nación, Cinemateca Uruguaya, las direcciones de Cultura de las intendencias, instituciones de formación en la materia, etc.).

Sus cometidos, establecidos en la normativa son:

A) Promover, coordinar y desarrollar planes y programas de apoyo a las políticas de desarrollo de la industria cinematográfica audiovisual nacional, en el marco de las industrias creativas y culturales.

B) Fomentar e incentivar la producción nacional, coproducción, distribución y exhibición de obras y proyectos audiovisuales nacionales e internacionales. Se entiende por contenido audiovisual el resultado de un proceso creativo y productivo de imágenes en movimiento que, resultante de actividades cinematográficas y audiovisuales, pueda ser exhibido en una pantalla, sea a través de salas de cines, tecnología móvil, plataformas, televisión abierta, VOD, gaming o cualquier otra creada o por crearse.

C) Fomentar la distribución y exhibición, en forma recíproca y equilibrada, del cine y del audiovisual de aquellos países o bloques regionales con los que se mantengan acuerdos de coproducción y cooperación.

D) Promover la aprobación de las normas que se entiendan necesarias para el mejor desenvolvimiento del cine y el audiovisual nacional en sus diferentes dimensiones: cultural, artística, económica, comercial e industrial.

E) Otorgar, de acuerdo con sus posibilidades financieras, incentivos para acrecentar la actividad cinematográfica y audiovisual nacional, en las fases de concepción, elaboración de guiones, producción, distribución y comercialización.

F) Instrumentar convenios de reciprocidad con otros institutos para conceder y obtener acceso preferencial a los respectivos mercados nacionales.

G) Celebrar con organismos estatales, personas públicas no estatales y organizaciones privadas convenios tendientes a la instrumentación de los mecanismos de fomento previstos en la presente ley.

H) Preservar y contribuir a la conservación, mantenimiento y difusión del patrimonio fílmico y audiovisual nacional.

I) Fomentar acciones e iniciativas para el desarrollo de la cultura cinematográfica, tales como la formación de espectadores y el perfeccionamiento de técnicos, profesionales, docentes y gestores culturales, cinematográficos y audiovisuales.

J) Coordinar con los organismos del Estado competentes todo tipo de procedimiento, gestión o exoneración que facilite la circulación de insumos y de obras audiovisuales.

K) Implementar el Programa Uruguay Audiovisual.

L) Desarrollar por sí, o junto con las entidades públicas y privadas vinculadas al sector, los planes de investigación que se entiendan necesarios para el mejoramiento del sector audiovisual.

M) Promover la incorporación del cine y el audiovisual a la educación formal.

N) Promover y defender la propiedad intelectual, así como la estrategia de posicionamiento global del país en el marco de las industrias creativas.

O) Contribuir al fortalecimiento de las capacidades locales en las dimensiones cultural, artística, económica, comercial e industrial.

P) Promover la profesionalización de los distintos eslabones de la cadena de valor del sector.

Q) Promover la incorporación competitiva del país en el mercado de producciones internacionales.

R) Gestionar y administrar el Fondo de Fomento Cinematográfico y Audiovisual creado por el artículo 7° de la presente ley, así como los recursos financieros que se obtengan mediante donaciones, legados, patrocinios, inversiones y acciones de cooperación internacional.

S) Extender las certificaciones de nacionalidad, origen o de sello cultural a las obras audiovisuales.

## **2. Objeto del llamado**

**Realizar el diseño de la identidad visual de la ACAU, que permita identificar la marca con los valores de la organización, aplicable a las formas de comunicación actuales.**

El proveedor seleccionado deberá crear y realizar la identidad de la ACAU (incluyendo el manual de identidad de marca, logotipo y la producción de algunos productos de comunicación específicos).

Estos productos de comunicación serán la base para comenzar a construir el posicionamiento de la ACAU a nivel nacional e internacional. Al mismo tiempo deberá servir como plataforma comunicacional sobre la cual construir luego campañas de comunicación y diseños de su página web y otros materiales comunicacionales a desarrollar.

Actividades a cumplir por el proveedor seleccionado:

Desarrollar todos los componentes del manual de identidad de la ACAU incluyendo, al menos:

- Marca gráfica: logotipo, componentes, usos correctos, paleta de colores, íconos, uso de imágenes y fotografías, tipografía, y ejemplos de aplicaciones.

- El manual deberá incluir con mayor detalle algunas aplicaciones específicas incluyendo el look and feel de sitio web, firma de correo electrónicos, redes sociales, papelería y cartelería básica.

## **LOGO**

### **Objetivos específicos para el diseño:**

- Crear la identidad visual de la organización, de manera que permita asociar de forma directa el logo con la organización.
- Diseñar un logo que permita una adecuación con la cultura del público objetivo y con las nuevas formas de comunicación (mundo digital).
- Contar con una estructura visual de marca que contemple la futura creación de cascada de marcas (áreas internas de gestión, programas, etc.).

### **Qué debe tener el logo:**

- Debe ser conceptual: que refleje los valores de la institución.
- Debe adaptarse a la cultura del público objetivo y a un consumo digital en pequeños tamaños.
- Debe ser sencillo, de fácil lectura, recordación y reproducción en distintos soportes.
- El isotipo debe ser una forma en sí misma, separada del nombre.
- Debe mantener una buena lectura en convivencia con otras marcas.
- Debe tener una aplicación vertical y otra horizontal.

## **PROGRAMA DE IDENTIDAD VISUAL**

Crear un manual de identidad amplio que prevea lineamientos visuales para creación de submarcas a futuro, aplicación de slogan, ejemplos de uso, etc.

La utilización de una marca parece algo sencillo, sin embargo se transforma en una tarea muy delicada ya que su correcto uso influye decisivamente en el carácter y estilo que una institución proyecta.

De la correcta aplicación de sus reglas y lineamientos, y de la capacidad de crear a partir de ellos, depende en buena medida la construcción de una imagen sólida y diferenciada.

Por los motivos descriptos el manual de identidad debe contemplar:

- Lineamientos para el desarrollo de submarcas.
- Mundo gráfico amplio con aplicaciones de diferentes soportes.
- Iconografía y grafismos.
- Diseño de lineamientos visuales para folletería y papelería para unificar las comunicaciones de la institución.
- Ejemplos de aplicaciones individuales y con otras instituciones (Ministerios de Educación y Cultura; Economía y Finanzas; Industria, Energía y Minería; Relaciones Exteriores; Turismo; Uruguay XXI; asociaciones del sector privado; intendencias departamentales; organismos internacionales; etc.).

## **UNA VEZ ADJUDICADO EL PROVEEDOR SE REALIZARÁN LAS SIGUIENTES ETAPAS DE TRABAJO**

### **Etapas 1: Toma de conocimiento de la situación actual | Plazo tentativo: 2 semanas.**

Algunos puntos a considerar:

- Deberán definirse niveles de jerarquía tipográfica (título, subtítulo, cuerpo de texto) y diferenciar tipografía de logotipo y tipografía para materiales en general.
- Estudio del marco de referencia.
- Estudio de referentes a nivel nacional, regional y mundial.
- Objetivos, Misión, Visión / Atributos diferenciales / Manual de identidad.
- Definición de públicos.

### **Etapas 2: Definición de lineamientos | Plazo tentativo: 2 semanas**

En una segunda etapa deben definirse los elementos básicos de identificación de la institución para definir el alcance del diseño y su correspondiente normativa de aplicación que asegurará la integridad de la nueva marca y la relación con el ecosistema.

### **Etapas 3: Elaboración de entregables | Plazo tentativo: 4 semanas.**

Se pretende que el programa de identidad visual quede reflejado en un nuevo manual de marca, que permita su fácil entendimiento e implementación. Los lineamientos estéticos planteados deberán además materializarse en entregables concretos, como ser:

<b>Aplicaciones</b>
Hoja membretada
Tarjetas personales
Firma de mail
Roll up
Señalética interna y externa
Back
Folletos
Plantillas presentaciones
Formularios
Convivencias
Etiquetas
Carpetas
Sobres
Lapiceras
Camisetas
Placas para redes sociales

### **3. Consultas**

Los oferentes podrán realizar consultas a [llamados@latu.org.uy](mailto:llamados@latu.org.uy) hasta el 13 de Marzo a la hora 17:00.

### **4. Requisitos Obligatorios**

Además de todos los requisitos formales establecidos en el pliego general, serán considerados requisitos excluyentes:

- Presentar lineamientos generales de la propuesta de diseño.

- Acreditar antecedentes de diseño de identidad institucional y marca corporativa.
- Acreditar antecedentes en los objetos del llamado: Desarrollo de programas de identidad visual y principales entregables requeridos.
- Detallar el equipo asignado al desarrollo de estas tareas.

## 5. Presentación de ofertas - Obligatorio

### A. Propuesta estratégica

- Presentación de lineamientos generales de la propuesta de diseño.
  - Equipo: Profesionales a cargo del desarrollo estratégico y de la ejecución de las necesidades requeridas.
  - Plan de trabajo Propuesta de ejecución de las necesidades detalladas, con plazos concretos y compromisos de entregables.

B. **Antecedentes:** Incluir los antecedentes más destacados con acceso a material que los acredite.

## 6. Cotización y forma de pago

El presupuesto debe ser expresado en pesos uruguayos, con impuestos desglosados. Se debe cotizar el producto final a entregar, incluyendo todos los costos directos e indirectos. Es necesario completar el siguiente cuadro.

<b>PROGRAMA DE IDENTIDAD VISUAL</b>	Presupuesto en \$ sin IVA
Totalidad del proyecto, incluyendo análisis, desarrollo de lineamientos gráficos y elaboración de entregables y presentaciones.	

**Adicionales: pueden o no ser contratado a determinar por la ACAU.**

<b>PROGRAMA DE IDENTIDAD VISUAL</b>	Presupuesto en \$ sin IVA
-------------------------------------	---------------------------



Adicional 1: Horas de diseño para otros materiales por fuera del llamado.	
Adicional 2: Desarrollo de merchandising aplicando lineamientos de diseño.	
Adicional 3: Desarrollo de submarcas.	

**Facturación y Forma de pago.** Las facturas se emitirán luego de finalizada las etapas detalladas en el punto 2- Objeto del llamado solo después de que los entregables se hayan entregado a satisfacción de la ACAU y de acuerdo con la siguiente tabla:

<b>Entregable</b>	<b>Porcentaje de pago</b>
Etapa 1: Toma de conocimiento de la situación actual   Plazo tentativo: 2 semanas	15%
Etapa 2: Definición de lineamientos   Plazo tentativo: 2 semanas	45%
Etapa 3: Elaboración de entregables   Plazo tentativo: 4 semanas.	40%

Los términos de pago serán penúltimo viernes del mes siguiente de presentada la factura y luego de conformada la misma por ACAU mediante transferencia bancaria. La facturación será a nombre de ACAU.

## **8. Criterio de evaluación técnica de las ofertas**

La selección de una propuesta no implica necesariamente la aceptación de esta en su totalidad. ACAU determinará una contraparte a los efectos de la supervisión de la ejecución del presente llamado, así como de las negociaciones necesarias para la articulación del programa con los equipos de trabajo internos que se dispondrán para la ejecución de este proyecto.

Solo pasarán a análisis de propuesta económica aquellas empresas que **superen los 85 puntos en la evaluación de propuesta técnica** (antecedentes y propuesta estratégica).

Para el análisis de las propuestas técnicas se considerarán los siguientes criterios:

- **Propuesta estratégica:** Evalúa la estrategia y modalidad de trabajo propuesta.
- **Equipo de trabajo:** A cuyos efectos deberán aportarse los CV.
- **Antecedentes:** Referencias de trabajos realizados anteriormente.

Se considerarán los aspectos de la siguiente forma:

- **Antecedentes:** 20 puntos (antigüedad en mercado 5 puntos, portafolio de proyectos similares a los solicitados 15 puntos).
- **Propuesta estratégica:** 80 puntos (propuesta 50 puntos, equipo asignado 20 puntos, plan de trabajo 10 puntos).

## **9. Propiedad intelectual**

La ACAU será el único titular de los derechos de autor y propiedad intelectual de todo lo creado en el marco del presente llamado y contratación.

El oferente deberá asegurar que las creaciones y obras realizadas serán originales y no infringen derecho alguno de Propiedad Intelectual o Industrial de terceros, así como tampoco derechos de imagen y/o protección de datos personales de participantes. En este contexto la empresa contratada será la única responsable por acciones legales y/o reclamaciones de cualquier naturaleza que puedan originarse en relación con la originalidad y autoría de las obras, materiales, imágenes, etc., realizadas en el marco del presente llamado, y responderá de los daños y perjuicios, multas, penas, costas, costos, gastos causídicos, honorarios de abogado, gastos, y cualesquiera otras pérdidas que pudieren irrogar a la ACAU por tal motivo.