



CENTRO
NACIONAL
DE REGISTROS

DOCUMENTO EN VERSION PÚBLICA

De conformidad a los

Artículos:

24 letra “c” y 30 de la LAIP.

**Se han eliminado los datos
personales**

CONTRATO DE COMPRA VENTA

| | | | |
|---|--|------------------------------|--------------|
| FECHA: | 9 JUNIO DE 2021 | CONTRATO N°: | 28048 |
| TIPO ENTREGA: | ENTREGA A PLAZOS | VIGENCIA HASTA: | 31/12/2021 |
| NOMBRE OFERTA: | BOLPROS-05/2021-CNR "SERVICIO DE AGENCIA DE PUBLICIDAD PARA EL CNR, AÑ .. | | |
| PRODUCTO: | BOLPROS-05/2021-CNR "SERVICIO DE AGENCIA DE PUBLICIDAD PARA EL CNR, AÑO 2021" | | |
| UNIDAD: | SEGUN ANEXO | ORIGEN | INDIFERENTE |
| CANTIDAD: | 1 | PRECIO UNITARIO US\$: | 79925 |
| PLAZO ENTREGA: | SEGUN ANEXO | PLAZO DE PAGO: | 30 CORRIDOS |
| GARANTIA FIEL CUMPLIMIENTO: | 10.0 % | | |
| PUESTO DE BOLSA O LICENCIATARIO COMPRADOR: | BOLPROS S.A. DE C.V. | | |
| AGENTE DE BOLSA COMPRADOR: | | | |
| N° CREDENCIAL: | | | |
| PUESTO DE BOLSA O LICENCIATARIO VENDEDOR: | MULTISERVICIOS BURSATILES, S.A. | | |
| AGENTE DE BOLSA VENDEDOR: | | | |
| N° CREDENCIAL: | | | |
| DATOS DE LIQUIDACION MONETARIA | | | |
| VALOR NEGOCIADO: | US\$ | | \$ 79,925.00 |
| IVA S/VALOR NEGOCIADO: | US\$ | | \$ 10,390.25 |
| TOTAL: | US\$ | | \$ 90,315.25 |
| OBSERVACIONES: | <p>AL VALOR NEGOCIADO SE DEBE DE INCLUIR LOS IMPUESTOS SEGUN EL REGIMEN TRIBUTARIO QUE APLIQUE, EL CUAL DEPENDERA DEL SUJETO Y NATURALEZA DEL BIEN NEGOCIADO – OFERTA DE COMPRA – 134/2021, VER FORMULARIO DE PRECIOS, ASI MISMO LAS CONDICIONES BURSATILES ESTABLECIDAS SEGUN LOS CONTRATOS DE COMISION DE LOS PUESTO DE BOLSA O EL CONVENIO POR SERVICIOS DE NEGOCIACION POR CUENTA DEL ESTADO DE LA BOLSA DE PRODUCTOS DE EL SALVADOR</p> | | |

FIRMA DEL AGENTE COMPRADOR

FIRMA DEL AGENTE VENDEDOR

FIRMA DEL DIRECTOR DE CORRO



Anexo de Contrato No. 28048, Oferta de Compra No. 134, 09/06/2021

| | |
|--|---|
| Denominación | BOLPROS-05/2021-CNR "SERVICIO DE AGENCIA DE PUBLICIDAD PARA EL CNR, AÑO 2021" |
| Producto | SERVICIO DE AGENCIA DE PUBLICIDAD |
| Precio | Según Anexo FONDOS PROPIOS |
| Institución Compradora | Centro Nacional de Registros (CNR) |
| Término | <ul style="list-style-type: none"> • Bolsa de Productos de El Salvador, Sociedad Anónima de Capital Variable que en lo sucesivo se denominará la Bolsa. • Gerencia de Servicios Institucionales de BOLPROS, que en lo sucesivo se denominará GSI. • Centro Nacional de Registros, que en lo sucesivo se denominará CNR |
| Condiciones de Negociación | <ol style="list-style-type: none"> 1. La negociación se realizará por la totalidad de la oferta. 2. Podrán participar en la presente negociación las personas naturales y/o jurídicas que no se encuentren incapacitadas para ofertar y contratar, impedidas para ofertar y/o inhabilitadas para participar y contratar con la Administración Pública. 3. TRES (3) días hábiles antes de la negociación se deberá entregar a BOLPROS, S.A. DE C.V., una Declaración Jurada ante notario en la que manifieste que no ha constituido acuerdos colusorios con uno, varios o todos los demás ofertantes que participan en el presente proceso, y que constituyan violación al literal c) del artículo 25 de la ley de competencia según el modelo de declaración jurada establecido en el mecanismo bursátil, de acuerdo con el ANEXO N° 2. |
| Especificaciones Técnicas | Según especificaciones técnicas |
| Origen | Indiferente |
| Fecha, volumen, horario y lugar de entrega | <p>HORARIO DEL SERVICIO</p> <p>Los horarios mínimos que se requiere para los servicios son los siguientes: De lunes a viernes de 07:30 a.m. a 5:00 p.m., con disponibilidad de atención de emergencia (fuera de horario y días de atención si el caso lo amerita necesario) durante el transcurso del contrato.</p> <p>TIEMPO Y PLAZO DE ENTREGA</p> <p>El tiempo o plazo de entrega para los productos que se le solicitarán al proveedor contratista, a partir de la solicitud del servicio, será de acuerdo con el siguiente detalle:</p> |



1
[Handwritten signature]

Anexo de Contrato No. 28048, Oferta de Compra No. 134, 09/06/2021

| PRODUCTO | TIEMPO PARA PRIMER ENTREGA | TIEMPO PARA MODIFICACIONES DE PRODUCTOS PRESENTADOS |
|--|----------------------------|---|
| Diseño creativo y estrategia de medios para campaña publicitaria | 7 días hábiles | Hasta 3 días hábiles |
| Contenido para redes sociales | 3 días hábiles | Hasta 2 días hábiles |
| Anuncios desplegados | 2 días hábiles | 1 día hábil |

La Institución compradora una vez reciba los productos solicitados, tramitará la aprobación correspondiente de la Administración Superior. Una vez aprobado se acordará por escrito con el proveedor, los tiempos de producción de los materiales solicitados.

LUGAR Y HORA

El lugar de entrega del Servicio será en la Gerencia de Comunicaciones y la forma de entrega será por medio digital (correo electrónico).

SUBCONTRATACIÓN

El Proveedor podrá subcontratar servicios complementarios que deriven de las actividades propias que emanen del contrato.

El subcontratista solo ostentará derechos frente al proveedor vendedor por razón de la subcontratación y frente a la Institución Compradora, responderá siempre el proveedor vendedor de todas las obligaciones que le correspondan por razón del contrato mismo.

La Institución Compradora se exime de responsabilidad si el proveedor vendedor cae en mora o impago con los medios o proveedores subcontratados; sin embargo, si esta situación afecta a la implementación de las campañas en los diferentes medios a contratar según sea el caso, podrá efectuar el cobro de la penalización, ya sea mediante el pago directo por parte del proveedor vendedor o mediante el descuento bajo figura de compensación cuando efectúe el pago del servicio al Proveedor.

PRÓRROGA EN EL TIEMPO DE ENTREGA DEL SUMINISTRO

Si durante la ejecución de la entrega del suministro existen demoras por cualquier acto, cambios ordenados en el mismo, inconveniente con los insumos de la materia prima por parte de sus proveedores o cualquier otra causa que no sea imputable al Contratista y que esté debidamente comprobada y documentada, el Contratista tendrá derecho a que se le conceda una prórroga de acuerdo con la normativa de la Bolsa.

En todo caso, el Contratista deberá documentar las causas que han generado los retrasos en la ejecución del suministro, las cuales deberán ser confirmadas y autorizadas por el Administrador del Contrato.

La solicitud de prórroga deberá tramitarse de conformidad a lo establecido en la normativa de la Bolsa.

Anexo de Contrato No. 28048, Oferta de Compra No. 134, 09/06/2021

| | |
|---|---|
| | <p>El CNR a través del Administrador del Contrato podrá efectuar reprogramaciones en los servicios contratados de acuerdo intereses institucionales, con la anticipación oportuna, previo acuerdo del Contratista, sin que este trámite signifique modificación del contrato.</p> <p>El Administrador de Contrato, considerando las situaciones imprevistas o causas justificadas técnicamente, durante la ejecución en la entrega del servicio podrá designar otro lugar, fecha para la entrega, sin que esto signifique una erogación adicional para el mismo, ni la realización del trámite de modificativa del contrato, el suministrante se obliga a realizar la entrega conforme lo requerido. Para validar el cambio, éste debe ser comunicado a la Bolsa, con la debida anticipación a la fecha estipulada para la entrega, debiéndose realizar toda entrega dentro de la vigencia total del contrato.</p> <p>VARIACIONES DE LAS CANTIDADES DEL SUMINISTRO</p> <p>Ante las necesidades propias de la institución y a solicitud de la Administradora del Contrato respectivo y durante la vigencia del mismo, el proveedor deberá estar en la capacidad de aceptar incrementos de los servicios hasta por un TREINTA (30%) del valor contratado según la normativa de BOLPROS, para lo cual se emitirá una Adenda de Incremento y como consecuencia el precio total del contrato podrá variar, este porcentaje podrá ser hasta en un 100%, de conformidad a los artículos 82 y 83 del Instructivo de Operaciones y Liquidaciones de la Bolsa. A la vez el proveedor deberá entregar la garantía de cumplimiento de contrato correspondiente al monto que se ha incrementado, si es el caso.</p> |
| <p>Documentación requerida para toda entrega</p> | <p>ACTAS DE RECEPCIÓN: Toda acta de recepción debe ir firmada por el Proveedor y la Administradora de Contrato nombrados para tal efecto, a más tardar dentro de los DIEZ (10) días hábiles posteriores a la finalización de cada mes, sin embargo, este plazo podrá variar si se requiere tramitar ordenes de publicidad con la Gerencia Administrativa de la Secretaría de Comunicaciones de la Presidencia.</p> <p>Se consignará lugar, día y hora de la recepción; nombre del Proveedor; fecha y referencia del contrato del servicio recibido, asimismo como observaciones o incumplimientos que a la fecha están en proceso de solventar, detallando en cada informe los tiempos en días calendario, si existiere mora en la entrega del servicio</p> <p>ORDEN DE ENTREGA: Al finalizar el suministro el proveedor deberá presentar ante el Administrador de contrato orden de entrega para firma y sello, luego deberá entregar está a la Bolsa para su liquidación.</p> |
| <p>Garantías</p> | <p>GARANTÍAS</p> <p>Los proveedores deberán presentar previo a la negociación:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Garantía de Mantenimiento de Oferta La garantía de mantenimiento de oferta será el DOS PUNTO CINCO por ciento (2.5%) más IVA, del monto total ofertado. Posterior al cierre de contrato, el proveedor que resulte ganador deberá presentar: 2. Garantía de Cumplimiento de Contrato |



[Handwritten signature]

Anexo de Contrato No. 28048, Oferta de Compra No. 134, 09/06/2021

| | |
|--|---|
| | <p>El Suministrante para asegurar el cumplimiento de todas sus obligaciones contractuales deberá rendir una garantía de cumplimiento de contrato, equivalente a DIEZ por ciento (10%) más IVA, de la suma total contratada, según artículos 7 y 9 del Instructivo de Garantías de la Bolsa de Productos de El Salvador.</p> <p>Esta garantía se hará efectiva en los siguientes casos:</p> <ul style="list-style-type: none">a) Cuando el Contratista incumpla alguna de las especificaciones consignadas en el contrato sin causa justificada;b) Cuando se comprueben defectos en la entrega del servicio, y el Contratista, sin causa justificada, no subsanare los defectos comprobados en el plazo establecido en el contrato; y,c) En los demás casos establecidos en la Ley y en el Contrato. <p>Las Garantías de Mantenimiento de Oferta y de cumplimiento de contrato se deberán emitir a favor de BOLPROS, S.A. de C.V., y serán devueltas una vez se cumpla con las especificaciones del contrato y conforme a la normativa de La Bolsa.</p> <p>La garantía podrá constituirse a través de Fianzas emitidas por afianzadoras, aseguradoras o Bancos autorizados por la Superintendencia del Sistema Financiero; cheques certificados o cheque de caja, librado contra un Banco regulado por la Ley de Bancos o de Bancos Cooperativos y Sociedades de Ahorro y Crédito, los cuales deberán ser depositados a la cuenta de garantías a nombre de Bolsa de Productos de El Salvador, Sociedad Anónima de Capital Variable, pero debe realizarse con fondos firme, cuenta corriente No. 1301-13795 del Banco Cuscatlán.</p> <p>Si la Garantía es emitida por un Banco Extranjero deberá ser avalada o confirmada por una Institución financiera acreditada en El Salvador.</p> |
| Penalización económica y ejecución coactiva | <p>PENALIZACIÓN ECONÓMICA Y EJECUCIÓN COACTIVA:</p> <p>PENALIZACIÓN POR ENTREGA EXTEMPORÁNEA</p> <p>El incumplimiento a lo contratado por parte del proveedor será sancionado conforme lo establecido en el Reglamento e Instructivos especiales de BOLPROS, S.A. DE C.V.</p> <p>En el caso que el proveedor entregue o brinde el suministro fuera del plazo establecido en el Contrato y sus Anexos, junto con la documentación requerida para la entrega, la Institución Compradora podrá permitir la entrega fuera de los plazos establecidos en el contrato, y aplicará una penalización CERO PUNTO DIEZ por ciento (0.10 %) sobre el monto de lo entregado con atraso, por cada día de extemporaneidad.</p> <p>El plazo para poder entregar con extemporaneidad aplicando la penalización antes indicada no podrá exceder a QUINCE (15) días hábiles, posteriores a la fecha original de entrega, según contrato.</p> <p>La penalización mínima por imponer será el equivalente un salario mínimo del sector comercio.</p> |

Anexo de Contrato No. 28048, Oferta de Compra No. 134, 09/06/2021

La penalización deberá ser calculada por la Institución compradora y enviará a la GSI de BOLPROS para su revisión.

El cobro de la penalización se realizará dentro de los CINCO (5) días hábiles siguientes a la notificación al proveedor, el cual deberá presentar antes del vencimiento de ese plazo, nota en la cual acepta que se realice el descuento sobre el pago que tenga pendiente, luego el Banco procederá a realizar el descuento de la multa en la factura o Comprobante de Crédito Fiscal CCF, realizando la cancelación de la diferencia después de haber realizado el descuento de penalización.

Para iniciar la gestión de cobro con la entidad compradora debe adjuntarse el recibo de pago de la penalización si la hubiere y además deberá considerarse la fecha de corte de recepción de documentos a cobro por parte de la entidad compradora para la emisión del quedan correspondiente.

La Institución Compradora según sea el caso, podrá efectuar el cobro de la penalización, ya sea mediante el pago directo por parte del cliente vendedor o mediante el descuento bajo figura de compensación cuando efectúe el pago de los productos o servicios.

PROCEDIMIENTO PARA LA DETERMINACIÓN DE INCUMPLIMIENTO E IMPOSICIÓN Y CÁLCULO DE PENALIDADES

a) Determinación de la penalidad:

- I. El Administrador de Contrato notificará a la UACI del CNR para que se notifique a la GSI/BOLPROS con nota y documentación de respaldo el plazo incumplido.
- II. Institución Compradora calcula penalización y la GSI revisa.
- III. GSI entrega penalización al Puesto de Bolsa vendedor y éste al proveedor.
- IV. El proveedor se presenta a cancelar penalización al CNR y sigue los pasos determinados en el literal b).

b) Procedimiento para el pago de la penalidad:

El proveedor deberá presentarse a la Tesorería del CNR (UFI), ubicada en Oficinas Centrales, 1ª Calle Poniente y Final 43 Av. Norte, N° 2310, módulo II, San Salvador, para realizar el pago.

EJECUCIÓN COACTIVA POR PRODUCTOS Y SERVICIOS NO ENTREGADOS.

En caso que los productos no sean entregados, en el plazo original o vencidos los quince días arriba indicados para entregar en forma extemporánea con penalización, la USI deberá solicitar a la Bolsa que efectúe la ejecución coactiva del contrato por lo no entregado, de conformidad a los artículos 79 y siguientes del Instructivo de Operaciones y Liquidaciones de la Bolsa de Productos de El Salvador, S.A. de C.V.; dicha solicitud deberá ser dirigida al Gerente General de BOLPROS, S.A. DE C.V., y deberá contener la información relativa al número de contrato, cantidades incumplidas, monto equivalente al incumplimiento, y toda aquella información que permita establecer, identificar y cuantificar el incumplimiento.

Los CINCO (5) días hábiles para solicitar la ejecución coactiva por lo no cumplido, se contarán a partir de la fecha límite de entrega original acordada contractualmente o a partir del último



Anexo de Contrato No. 28048, Oferta de Compra No. 134, 09/06/2021

| | |
|---|---|
| | <p>día del plazo concedido con penalización; conforme a lo dispuesto en los artículos 79 y siguientes del Instructivo de Operaciones y Liquidaciones.</p> <p>Será obligatorio para el Puesto de Bolsa Vendedor e Institución Compradora, que, en caso de existir acuerdos entre las partes, dichos acuerdos sean informados a la Bolsa, antes de la realización de las nuevas ruedas de negociación en virtud de la ejecución coactiva; caso contrario la Bolsa continuará con el proceso de ejecución hasta la liquidación de la garantía.</p> |
| <p>Documentación para tramitar cobro y Fecha de pago de anticipos y de productos o servicios</p> | <p>EL MÉTODO DE FACTURACIÓN SERA DIRECTA.</p> <p>Para trámite de cobro se deberá presentar la siguiente documentación:</p> <ul style="list-style-type: none">a) Factura Consumidor Final duplicada del suministrante a nombre del Centro Nacional de Registros. Debiendo incluir el nombre del servicio, número de contrato, el precio unitario o paquete y el precio total debe consignarse con dos decimales. Previa notificación por parte del Administrador del Contrato, se emitirá factura de consumidor final, con el detalle de los servicios.b) En caso de re facturación por errores del suministrante, el tiempo máximo de presentación de las nuevas facturas, no excederá de DIEZ (10) días hábiles y no generará cobro por mora.c) Acta de recepción del cliente comprador debidamente firmada y sellada por la Administradora de Contrato nombrado para tal efecto.d) El pago se hará en un plazo máximo de quince (15) días hábiles, según lo establecido en este documento, en las oficinas designadas por el comprador para el trámite de pago.e) El pago será mensual de acuerdo con el manejo de la cuenta (Fee de Agencia) y plan de medios ejecutados en dicho período, autorizado por el Administrador de Contrato, contra entrega al informe de trabajos realizados.f) Adjuntar original de la orden de publicidad (de los anuncios y/o comerciales que se tramitaron y que fueron autorizados por la Gerencia Administrativa de la Secretaría de Comunicaciones de la Presidencia de la República).g) Adjuntar copias de las facturas de medios o proveedores contratados que respalden los servicios prestados por la Agencia con relación al presente servicio. <p><u>TRÁMITE DE PAGO</u></p> <p>El CNR efectuará pagos mensuales, según lo indicado en el literal e) del párrafo 2° de este numeral.</p> <p>De los pagos al proveedor se efectuarán las retenciones establecidas en estos documentos contractuales y según la legislación vigente del país.</p> <p>El trámite de pago se podrá realizar bajo dos modalidades:</p> <p>Pago electrónico con abono a cuenta, para lo cual el suministrante deberá presentarse a la UFI de la entidad Compradora para retirar y/o completar el formulario con información del ofertante, por lo que en caso de no presentarla, el pago se realizará por medio de cheque.</p> |

Anexo de Contrato No. 28048, Oferta de Compra No. 134, 09/06/2021

| | |
|------------------------------|---|
| | <p>Pago se cancele en la Tesorería del CNR, por medio de cheque.</p> <p>En cada factura se debe descontar el UNO POR CIENTO (1%) en concepto de retención del Impuesto a la Transferencia de Bienes Muebles y la Prestación de Servicios - IVA, según aplique.</p> |
| <p>Otras Condiciones</p> | <p>1. OBLIGACIONES ESPECIALES DEL PROVEEDOR: Se detallan las siguientes obligaciones que tienen un carácter especial:</p> <ul style="list-style-type: none">a. El Proveedor contratista deberá cumplir con la legislación aplicable, Oferta de Compra y con las instrucciones que le giren la Administradora del Contrato.b. Atender lineamientos publicitarios de la Secretaría de Comunicaciones de la Presidencia, lo cual será facilitado por la Gerencia de Comunicaciones de la Institución Contratante.c. Delegar a un representante que cuente con perfil profesional, responsable y con atención prioritaria hacia la Institución Contratante, con amplia experiencia en el campo publicitario y de atención a entidades gubernamentales; y excelentes relaciones públicas, que contribuyan a una óptima comunicación y seguimiento a requerimientos de las Administradoras del Contrato.d. Mantener disponibilidad de trabajo durante el periodo vigente de la contratación para atender el llamado que se le haga; por medio de la Administradora del Contrato, para resolver cualquier petición relacionada con el servicio contratado, así como aquellos casos de emergencia que surjan incluso en días no hábiles y en periodos de vacaciones, si lo hubiere, como un valor agregado del servicio.e. Elaborar de manera original y creativa el material a publicarse, tales como: artes para publicaciones, diseño de contenido para redes sociales, entre otros; así como realizar planes de medios que refleje la inversión, con la finalidad de alcanzar las necesidades globales de comunicación deseadas.f. Efectuar reuniones de coordinación a requerimiento de la Institución Compradora, a fin de dar seguimiento y retroalimentación de las estrategias de promoción y publicidad implementadas, para conocer los resultados de la inversión realizada y presentar sugerencias para optimizar la inversión futura. Estas reuniones se realizarán con el ejecutivo de la cuenta, previa convocatoria por parte de la Administradora del Contrato.g. Cumplir eficientemente con los trabajos asignados, dentro del tiempo requerido por el CNR.h. Entregar mensualmente reportes de monitoreo de medios contratados y reportes de la ejecución de la pauta, con pruebas de los materiales publicados, alcance por red social con sus capturas de publicaciones, resultados de la campaña pautaada.i. Realizar los cambios que sean necesarios a línea gráfica, conceptualización de materiales, producción de cuñas o cualquier otra solicitud que se requiera hasta lograr la aprobación y satisfacción de las Administradora del Contrato.j. No realizar ninguna acción o efectuar cambios al plan publicitario, sin la debida autorización de la Administración Superior y/o de las Administradora de Contrato. |



Anexo de Contrato No. 28048, Oferta de Compra No. 134, 09/06/2021

| | |
|------------------------------|---|
| | <p>k. Todo material a publicitar deberá estar autorizado por la Administradora de Contrato de la Institución Compradora, previo a la publicación y/o transmisión en los medios aprobados.</p> <p>l. Todo el material realizado, diseñado y producido será propiedad de la institución Compradora.</p> <p>m. El Proveedor contratista deberá enviar todo el material preparado y aprobado por la Institución Compradora, a los medios de comunicación acordados, para su publicación o difusión en la forma que más convenga a los intereses de la Institución Compradora. Debiendo remitir copia del material y editables a la Administradora de Contrato.</p> <p>n. Tanto el Proveedor como el personal asignado para prestar el servicio están obligados y comprometidos a no divulgar información Institucional.</p> <p>o. Al cierre del contrato la agencia deberá remitir un cuadro control de los requerimientos ejecutados con sus costos, detallado el monto presupuestario ejecutado durante el contrato.</p> <p>p. Se requiere reunión preparatoria con agencia y proveedor ganador, el mismo día de cierre de la negociación, para establecer actividades a desarrollar y programación de trabajo.</p> <p>2. Un día después de cerrado el contrato, el Puesto de Bolsa vendedor deberá presentar a la GSI los precios unitarios detallando el precio unitario y total con IVA y sin IVA (ver ANEXO N° 9), tomando en consideración que el precio unitario y el precio total debe consignarse con dos (2) decimales. Caso contrario la Institución se reserva el derecho de considerar únicamente los dos (2) primeros decimales, o cuando proceda, aproximará el segundo decimal al número inmediato superior siempre que el tercer decimal sea igual o mayor que cinco.</p> |
| Vigencia del Contrato | La vigencia del contrato será a partir del cierre de negociación hasta el 31 de diciembre de 2021. |
| Adendas y Prórrogas | Para los contratos producto de esta Oferta de Compra se aceptarán prórrogas y adendas de acuerdo con los Arts. 82, 83 y 86 del Instructivo de Operaciones y Liquidaciones de la Bolsa de Productos de El Salvador, S.A. de C.V. |

1. OBJETO DE LA COMPRA

El CNR por medio de la Unidad de Adquisiciones y Contrataciones Institucional (UACI), gestiona la presente oferta de compra para la contratación de los servicios de una agencia de publicidad altamente competente y legalmente establecida, que brinde servicios para la creación, ejecución, asesoría e inversión en medios para diferentes campañas publicitarias, realizando propuestas estratégicas de comunicación de los diferentes servicios, proyectos y logros que la institución ofrece en pro de la ciudadanía, mediante medios de comunicación que se consideren convenientes, durante el período de contratación establecido. Así como para publicar anuncios relativos a los procedimientos de adquisición y contratación de la Institución Compradora.

Anexo de Contrato No. 28048, Oferta de Compra No. 134, 09/06/2021

2. OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN

- a) Posicionar la imagen institucional como moderna, eficiente y ágil en sus servicios por medio de campañas creativas amigables para la población.
- b) Dar a conocer servicios, proyectos y logros institucionales así como sus beneficios y requisitos para la población por medio de una estrategia de medios eficiente y efectiva.
- c) Informar sobre las diferentes licitaciones y resultados de los procesos de adquisición y contratación, así como anuncios de carácter legal.

3. PRECIOS UNITARIOS

| ÍTEM | UNIDAD DE MEDIDA | CANT. |
|------|------------------|-------|
| 1 | Servicio | 1 |

4. JUSTIFICACIÓN DE LA UNIDAD SOLICITANTE

El Centro Nacional de Registros está trabajando de manera enfática en generar mejoras en los servicios para los usuarios y usuarias, desarrollando diferentes proyectos e iniciativas que deben darse a conocer a toda la población a través de una estrategia de medios eficiente y efectiva, por lo que es necesario los servicios de una agencia de publicidad, para coordinar y ejecutar la inversión publicitaria en los medios de comunicación que sean necesarios.

5. MARCO LEGAL

El presente proceso estará sujeto a la Constitución de la República, Ley de Adquisiciones y Contrataciones de la Administración Pública (LACAP) artículo 2 letra e), normativa BOLPROS y demás normativas vigentes aplicables.

6. ACEPTACIÓN Y PREPARACIÓN DE OFERTAS

El proveedor al presentar su oferta acepta sin reservas las especificaciones técnicas, condiciones, indicaciones y términos establecidos, los cuales constituyen el marco normativo que regirá el procedimiento de contratación, así como la formulación y ejecución del contrato.

Para preparar su oferta, el proveedor deberá examinar cuidadosamente lo detallado en cada una de las secciones e incluyendo los anexos del presente documento.

Este sufragará todos los costos relacionados con la preparación y presentación de su oferta. Será responsable por las consecuencias y costos provenientes de la falta de conocimiento o errónea interpretación de este documento.

7. IDIOMA DE LA OFERTA

Las ofertas, así como toda la correspondencia y documentos relativos a ella, que intercambien el proveedor y el CNR, deberán redactarse en idioma castellano o traducirse a dicho idioma



Anexo de Contrato No. 28048, Oferta de Compra No. 134, 09/06/2021

Los documentos complementarios y literatura impresa que proporcione el proveedor podrán estar escritos en otro idioma, a condición de que vaya acompañado de una traducción fiel del documento en idioma castellano.

Los documentos públicos que sean extendidos por Instituciones o autoridades extranjeras deben presentarse debidamente apostillados, según el Convenio de la Haya o legalizada por el correspondiente consulado de conformidad al artículo 334 del Código Procesal Civil y Mercantil, según el caso.

8. IMPEDIDOS PARA OFERTAR Y CONTRATAR

Podrán ofertar y contratar con la administración pública, todas las personas naturales o jurídicas, nacionales o extranjeras, que tengan capacidad legal para obligarse; conforme al derecho común, con facultades legales, técnicas y financieras para proporcionar el servicio requerido, incluyendo a la micro, pequeña y mediana empresa, siempre que estas puedan garantizar la calidad y demás condiciones del servicio requerido.

Si alguno de los proveedores, a la fecha de presentación de ofertas, así como durante el período de evaluación de ofertas se encontrare en el registro de inhabilitados e incapacitados de la UNAC, publicado en COMPRASAL, automáticamente quedará descalificado y no será sujeto de negociación, lo cual será verificado de oficio por el CNR y comunicada por ésta a BOLPROS.

El proveedor deberá declarar que no se encuentra incapacitado para ofertar y contratar, así como sobre otras condiciones establecidas en el Anexo 1 Declaración Jurada.

9. RESPONSABILIDAD SOCIAL PARA LA PREVENCIÓN Y ERRADICACIÓN DEL TRABAJO INFANTIL

En caso se comprobaré por la Dirección General de Inspección de Trabajo del Ministerio de Trabajo y Previsión Social, incumplimiento por parte del oferente a la Normativa que prohíbe el trabajo infantil y de Protección de la persona adolescente trabajadora; se iniciará el procedimiento para determinar el cometimiento o no dentro del procedimiento adquisitivo, o durante a la ejecución contractual. En caso se comprobare por la Dirección General de Inspección de Trabajo y Previsión Social, incumplimiento por parte del proveedor a la normativa anterior, la institución compradora iniciará el procedimiento de ejecución coactiva por incumplimiento a obligaciones contractuales, de conformidad al Anexo 1 Declaración Jurada.

10. EVALUACIÓN DE OFERTAS

La oferta técnica deberá ser presentada de conformidad a las especificaciones establecidas en la Oferta de Compra, debiendo además de incorporar los documentos de respaldo que se le solicite.

Las ofertas serán evaluadas por la entidad compradora por medio de la unidad solicitante, para verificar el contenido, documentación y cumplimiento conforme lo solicitado en la Oferta de Compra, legislación vigente aplicable, así como la correspondencia tramitada en el proceso de elaboración y evaluación de ofertas, utilizando para ello los factores, puntajes y criterios de evaluación establecidos en la Oferta de Compra. Posteriormente a la evaluación respectiva se dará a conocer las ofertas que han sido aceptadas para seguir en el proceso de la negociación.

Anexo de Contrato No. 28048, Oferta de Compra No. 134, 09/06/2021

11. CRITERIOS DE EVALUACIÓN DE OFERTAS

Las ofertas serán evaluadas, de acuerdo a los criterios establecidos en el siguiente cuadro:

| N° | CRITERIOS | PUNTOS | |
|------|---|------------|-----------|
| | | MÁXIMO | MÍNIMO |
| 11.1 | Funcionamiento y Capacidad Instalada | 100 puntos | 85 puntos |
| 11.2 | Evaluación Técnica (Desarrollo de Campañas) | 100 puntos | 85 puntos |

El proceso de evaluación se desarrollará en dos fases, conforme al orden establecido en la tabla anterior, cuyos factores son excluyentes, es decir, **el Proveedor para continuar con el proceso de Desarrollo de Campañas, deberá haber alcanzado el puntaje mínimo (85 puntos) establecido en la etapa previa, Funcionamiento y Capacidad Instalada.**

Los Proveedores deben mencionar en sus documentos de oferta, la información requerida en los numerales 11.1 y 11.2 Si no son mencionados expresamente o no adjunta la documentación de respaldo requerida para comprobar lo expuesto en su oferta, se le podrá prevenir y posteriormente se procederá a continuar con la evaluación de la información presentada y/o subsanada y disponible al momento. Si aun habiéndose prevenido, no cumple con los criterios requeridos para establecer puntaje, será evaluado con cero puntos.

Dentro del desarrollo de campañas se deberá presentar el diseño de **una campaña publicitaria multimedia y una campaña digital**, de acuerdo con los briefs publicitario anexado para tal fin (ANEXO N° 7 y ANEXO N° 8).

Los Proveedores podrán presentar materiales gráficos, audios, bocetos, piezas de prensa, entre otros, que se consideren necesarios para ilustrar la propuesta, sin que esto genere compromiso alguno con la institución, ni modificación de la oferta presentada. **Estas campañas podrán ser consideradas en la ejecución del contrato o ser modificada en su temática, de acuerdo a las necesidades del CNR.**

11.1. CRITERIOS DE EVALUACIÓN ETAPA DEL FUNCIONAMIENTO Y CAPACIDAD INSTALADA

| | CRITERIOS DE EVALUACIÓN | PUNTAJE |
|---|---|-------------------|
| A | Organigrama de la Agencia de Publicidad | 25 puntos |
| B | Experiencia del personal propuesto por la agencia | 30 puntos |
| C | Experiencia General de la agencia de publicidad | 30 puntos |
| D | Respaldo como miembros de la AMPS y la ASAP | 15 puntos |
| | TOTAL | 100 puntos |



Anexo de Contrato No. 28048, Oferta de Compra No. 134, 09/06/2021

11.1.1 METODOLOGÍA PARA LA EVALUACIÓN DE LA ETAPA DE FUNCIONAMIENTO Y CAPACIDAD INSTALADA

A. Organigrama de la agencia de publicidad (25 puntos)

| DESCRIPCIÓN | PUNTOS |
|--|------------------|
| Organigrama de la agencia de publicidad | 25 puntos |
| Presenta Organigrama de la agencia de publicidad con una breve descripción de las áreas con las que cuenta la empresa. | 25 puntos |
| No presenta Organigrama de la agencia de publicidad | 0 puntos |

B. Experiencia del personal propuesto por la agencia (30 puntos) Anexo 4

| DESCRIPCIÓN | PUNTOS |
|--|------------------|
| Experiencia del personal propuesto por la agencia (La agencia cuenta con el personal mínimo requerido para el manejo del contrato. Anexo 4 | 30 puntos |
| 1- Presenta hoja de vida del Director de Cuentas | 3 puntos |
| El Director de cuentas tiene más de 2 años de experiencia en el cargo propuesto | 3 puntos |
| 2- Presenta hoja de vida del Director Creativo | 3 puntos |
| El Director creativo tiene más de 2 años de experiencia en el cargo propuesto | 3 puntos |
| 3- Presenta hoja de vida del Community Manager | 2 puntos |
| El Community Manager tiene más de 2 años de experiencia en el cargo propuesto ** | 2 puntos |
| 4- Presenta hoja de vida del Especialista en la creación de contenido digital | 2 puntos |
| El especialista en la creación de contenido digital tiene más de 2 años de experiencia en el cargo propuesto | 2 puntos |
| 5- Presenta hoja de vida del Director de Medios | 3 puntos |

Anexo de Contrato No. 28048, Oferta de Compra No. 134, 09/06/2021

| | |
|--|----------|
| El Director de Medios tiene más de 2 años de experiencia en el cargo propuesto | 3 puntos |
| 6- Presenta hoja de vida del Planificador de Medios | 2 puntos |
| El Planificador de Medios tiene más de 2 años de experiencia en el cargo propuesto | 2 puntos |

En este rubro se evaluará la experiencia del personal que el oferente proponga para ejecutar el servicio durante el periodo de vigencia de la contratación respectiva, en el entendido que dicho personal deberá estar disponible para atender las necesidades del CNR.

En caso de que se presente un profesional que atienda dos áreas a la vez, el puntaje se otorgará por el promedio de miembros presentados.

En caso de que el proveedor proponga más de un especialista por área de trabajo, el puntaje se otorgará según el que tenga más años de experiencia del personal propuesto por especialidad.

La Institución Compradora se reserva el derecho de implementar los mecanismos necesarios para verificar la información presentada por el ofertante.

**Se aclara que, si es obligatorio presentar el perfil Community Manager, ya que estamos evaluando que es una agencia con experiencia digital. Si bien no necesitamos a un community manager para estar contestando comentarios y preguntas de la comunidad, sí para darle seguimiento y verificar la estrategia digital propuesta por la agencia.

C. Experiencia general de la agencia de publicidad (30 puntos) ANEXO N° 5

| DESCRIPCIÓN | PUNTOS |
|---|-----------|
| Experiencia general de la agencia de publicidad: Para esto se deberá presentar portafolio de campañas realizadas para otros clientes y detalle de los contratos de publicidad ejecutados en los últimos 3 años, por medio de cartas o constancias que califiquen los servicios de la agencia participante como Excelente ; asimismo se deberá detallar monto de los contratos manejados, nombre del cliente y periodo de ejecución, contacto y teléfonos de la persona que recibió el servicio, en concordancia a la información proporcionada en el Anexo 5 | 30 puntos |
| Presenta portafolio de campañas realizadas para otros clientes | 10 puntos |
| Presenta 5 constancias emitidas por otros clientes, de contratos realizados en los últimos 3 años calificando los servicios recibidos como Excelente y en concordancia a la información proporcionada en el Anexo 5 | 20 puntos |
| Presenta 3 constancias emitidas por otros clientes, de contratos realizados en los últimos 3 años calificando los servicios recibidos como | 10 puntos |



Anexo de Contrato No. 28048, Oferta de Compra No. 134, 09/06/2021

| | |
|---|----------|
| Excelente y en concordancia a la información proporcionada en el Anexo 5 | |
| Presenta 2 o 1 constancia por otros clientes, de contratos realizados de los últimos 3 años calificando los servicios recibidos como Excelente y en concordancia a la información proporcionada en el ANEXO N° 5 | 0 puntos |

Para respaldar los años de experiencia del Proveedor, se deberá presentar debidamente completado el formato entregado en el **ANEXO N° 5**, señalando la experiencia general y similar acumulada, con contratos que podrán haberse ejecutado por un plazo de un año o en su caso, varios contratos ejecutados en un mismo año; en este último caso, se llevará a cabo la sumatoria de contratos a lo largo de un mismo año; adjuntando los debidos documentos de respaldo de la experiencia del proveedor (cartas, constancias).

De existir la ejecución de contratos en un mismo año, se tomará en cuenta el tiempo de ejecución de ambos contratos y no la sumatoria de los meses de cada contrato.

Para contabilizar un año de experiencia, deberá respaldarse ya sea por un sólo contrato o varios que reflejen al menos 6 meses de trabajo; de lo contrario no se considerará 1 año de experiencia.

La Entidad Compradora se reserva el derecho de implementar los mecanismos necesarios para verificar la información presentada por el proveedor.

Nota: Se aclara que, Sí es necesario presentar las constancias y no solo el cuadro. Pueden presentar cartas de referencias utilizadas para otros procesos recientes siempre y cuando contengan los datos solicitados en el anexo 5. Además, dichas cartas deben de ser emitidas y firmadas por dichos clientes, el cuadro resumen debe de ir firmado por el representante legal o apoderado de la agencia. El CNR se reserva el derecho de comprobar los grados de satisfacción de satisfacción y datos expuestos en dicho cuadro.

D. Respaldo como miembros de la AMPS y la ASAP (15 puntos).

| DESCRIPCIÓN | PUNTOS |
|--|------------------|
| Respaldo como miembros de la AMPS y la ASAP | 15 puntos |
| Presenta constancia como miembro de la Asociación Salvadoreña de Agencias de Publicidad (ASAP) | 7.5 puntos |
| Presenta constancia como miembro de la Asociación de Medios Publicitarios Salvadoreños (AMPS) | 7.5 puntos |

Para que un ofertante pueda continuar a la etapa de evaluación técnica, será preciso haber obtenido un mínimo de 85 puntos de 100, en la etapa de Funcionamiento y Capacidad Instalada, de lo contrario se considerará como no elegible, para continuar con el proceso de evaluación.

11.2. CRITERIOS DE EVALUACIÓN TÉCNICA (Desarrollo de Campañas)

Las ofertas serán evaluadas, de acuerdo con los criterios establecidos en el siguiente cuadro:

Anexo de Contrato No. 28048, Oferta de Compra No. 134, 09/06/2021

| | CRITERIOS DE EVALUACIÓN | PUNTAJE |
|---|---|-------------------|
| | ESPECIFICACIONES TÉCNICAS | |
| A | Condición de Obligatoriedad Capacidad de respuesta para atender las necesidades planteadas por la institución compradora | Cumple/ No cumple |
| B | Propuesta integral de las campañas publicitarias, según brief anexos 7 y 8. | 50 |
| C | Estrategia de medios | 50 |
| | TOTAL | 100 |

11.2.1 METODOLOGÍA PARA LA EVALUACIÓN DE LA ETAPA

A. CONDICIÓN DE OBLIGATORIEDAD: CAPACIDAD DE RESPUESTA PARA ATENDER LAS NECESIDADES PLANTEADAS

| CONDICIÓN DE OBLIGATORIEDAD | CUMPLE/ NO CUMPLE |
|---|-------------------|
| La capacidad de respuesta para atender las necesidades de los anuncios y/o comerciales, según necesidades deberá ser detallada en una carta compromiso, que refleje una atención de lunes a viernes, en horas hábiles (07:30 a.m. a 5:00 p.m.), con la disponibilidad de atención de emergencias (fuera de horario y días de atención si el caso lo amerita). Dicha carta debe comprender, a la vez, un tiempo estipulado de respuesta máximo 2 días hábiles, después de que se requiera el servicio, o en caso de emergencia, respuesta inmediata. | |

En caso de que el Proveedor no cumpla en esta fase con la condición de obligatoriedad: capacidad de respuesta para atender las necesidades planteadas por la institución compradora, **no será considerado para continuar con el proceso de evaluación**; es decir, no se evaluará la propuesta integral de la campaña publicitaria y racional de medios.

Por tratarse de una entidad pública de servicio permanente, laborando aún en fines de semana y días festivos, se requiere la asignación de personal de turno para cubrir necesidades de emergencia que se presenten.

B. PROPUESTA INTEGRAL DE LAS CAMPAÑAS PUBLICITARIAS, SEGÚN BRIEF (50 PUNTOS)

Para la evaluación de las Especificaciones Técnicas, se calificarán las propuestas de campañas publicitarias tipo, de acuerdo con los briefs publicitarios entregados en los **ANEXO N° 7 y ANEXO N° 8**; adjuntando la estrategia creativa y el racional de medios correspondiente. A la vez, se evaluarán los valores agregados obtenidos y sugeridos por la agencia para el posicionamiento



Anexo de Contrato No. 28048, Oferta de Compra No. 134, 09/06/2021

de las campañas publicitarias propuestas. En la segunda fase se calificarán y evaluarán las ofertas con base a los siguientes parámetros:

| | Los aspectos por evaluar serán: | PUNTOS |
|--|--|---------------|
| | Creatividad | 15 |
| | Calidad | 15 |
| | Sinergia | 10 |
| | Claridad | 10 |
| | TOTAL | 50 |

Creatividad

Capacidad para desarrollar ideas innovadoras relativas al mensaje, estilo o mecanismo que aumente el impacto en la campaña publicitaria tipo, tomando en consideración la población objeto y el desarrollo de la estrategia publicitaria, dentro de los elementos que se evaluarán dentro de este rubro están: el uso del color, la disposición gráfica y de textos, imágenes acordes al mensaje, entre otros elementos.

Calidad

Crear contenido de calidad así como utilizar recursos gráficos, fotográficos, etc. manteniendo el parámetro de calidad realizada por la Secretaría de Comunicaciones de la Presidencia.

Sinergia

Materiales y contenido acorde a la imagen institucional, la imagen de Gobierno y el público objetivo. Logrando comunicación que conecte con la población.

Claridad

Mensaje directo, certero y comprensible, lenguaje sencillo, explicativo; que responda a las necesidades de comunicación y contenido entregado en el brief publicitario.

C. ESTRATEGIA DE MEDIOS (50 puntos)

El Proveedor deberá presentar una justificación en la que explique la estrategia de medios a desarrollar para implementar las campañas publicitarias tipo, que permita alcanzar los objetivos trazados por la Institución Compradora, definiendo alcance esperado por medio propuesto, inversión mensual, objetivos, medios específicos a utilizar y target; así como las bonificaciones para potenciar la compra, tales como: bonificación de cuñas, presencia de marca, patrocinio de hora, entre otros, que sean de impacto y aseguren el posicionamiento de la institución en el país.

Dicho racional deberá corresponder a lo planteado en las especificaciones técnicas de este mismo documento y deberá ser congruente (en cuanto a los productos y servicios detallados) con la oferta económica a presentar.

Anexo de Contrato No. 28048, Oferta de Compra No. 134, 09/06/2021

La inversión deberá considerarse en un 75% en medios escritos y un 25% en digitales, para establecer su oferta.

Se evaluará este aspecto tomando en consideración lo establecido en la siguiente tabla:

| CRITERIOS POR EVALUAR | PUNTOS |
|---|------------------|
| Estrategia de medios propuesta/ Detalle de los medios/ Población Objetivo | 20 puntos |
| Inversión desglosada por mes, objetivo, medio, target y alcance esperado. *** | 20 puntos |
| Bonificaciones (Todos los valores agregados que puedan potenciar el posicionamiento de la imagen institucional, como parte de la negociación que la agencia realice con los medios) | 10 puntos |
| TOTAL | 50 puntos |

*** Se aclara que, en esta parte lo que se evaluará es la distribución de pauta por cada medio propuesto para cumplir los objetivo, especificar el target y el alcance esperado con dicha inversión. Esto debe ir acorde con la oferta económica que se verá en la siguiente etapa.

Para esta evaluación es indispensable colocar los datos requeridos para cada uno de los planes de medios propuestos.

ADICIONAL AL PRESUPUESTO DE MEDIOS PARA LAS CAMPAÑAS PUBLICITARIAS TIPO (2), se deberá contemplar para el precio de negociación en la oferta de Compra los siguientes aspectos de los que se requiere servicios:

A) Inversión de las dos campañas digitales adicionales que se ejecutarán dentro del período contratado (similares a la campaña tipo).

B) Presupuesto de medios para anuncios desplegados en prensa, anuncios de ley tales como licitación y avisos de resultados de los procesos de adquisición y contratación de la institución Compradora, de acuerdo con el siguiente detalle:

| MEDIDA | SECCIÓN | COLOR | FRECUENCIA |
|-------------|-------------------|-------|---|
| 6 COL X13" | Secciones Premium | FC | 6 anuncios de página completa al mes (de mayo a diciembre) o su equivalente en pulgadas a distribuir según estrategia de comunicación del CNR |
| 3 col. X 7" | Licitaciones | B/N | 1 vez al mes durante el período de contrato |
| 3 col. X 5" | Licitaciones | B/N | 1 vez al mes durante el período de contrato |



Anexo de Contrato No. 28048, Oferta de Compra No. 134, 09/06/2021

Las ofertas presentadas deberán cumplir con **un mínimo de 85 puntos de 100 puntos** posibles de la evaluación Técnica (Desarrollo de Campañas), para continuar con el proceso de negociación.

Para todos los aspectos ponderables de los criterios de evaluación de oferta, que aun habiéndose prevenido, no cumple con el criterio requerido para establecer puntaje, será evaluado con **cero puntos**.

La negociación se realizará por su totalidad.

Conforme a las necesidades que se vayan presentando en la ejecución del contrato, la Administradora de Contrato podrá modificar, inclusive cambiar las estrategias inicialmente planteadas.

Se aclara que, Como lo detalla el ANEXO 8 "Brief campaña Digital" deben utilizar la campaña digital de NOTARIO EN LÍNEA como base para replicar esa inversión en las 2 campañas digitales adicionales que se mencionan. Es decir, en la inversión se debe considerar como que tendremos: 1 campaña multimedios y 3 campañas digitales en el periodo de contratación

12. INFORMACIÓN QUE LA INSTITUCIÓN PROVEERA

Con el propósito de facilitarles a los participantes la elaboración de sus ofertas técnicas, se adjunta la siguiente información:

- a. Información de las dependencias de la institución que contiene los servicios que esta presta, y **ANEXO N° 6**.
- b. Para efectos de elaboración de la oferta técnica, el proveedor deberá tomar en cuenta el brief publicitario de la campaña multimedia y el brief de la campaña digital demo, que se anexan a estos términos de referencia (**ANEXO N° 7 y ANEXO N° 8**).
- c. Manual de marca y filosófico/brandbook para proporcionar una guía práctica de los lineamientos básicos para desarrollar materiales de comunicación visual en diversos esfuerzos institucionales y marketing (se proporciona a los participantes los archivos en digital posterior a la reunión obligatoria).
- d. Manual de marca Gobierno para Autónomas que guía la forma de cómo la marca institucional debe interactuar con la marca de Gobierno (se proporciona a los participantes los archivos en digital posterior a la reunión obligatoria)

13. REUNIÓN OBLIGATORIA

El segundo día hábil después de publicada la Oferta de Compra en el sistema de BOLPROS una **reunión de carácter obligatorio** en la plataforma de GOOGLE MEET, para ello los puestos de bolsa, deberán enviar los correos de los interesados en ofertar a BOLPROS, quien coordinara la hora y detalles, en ella se expondrá detallada la información que se anexa (brief publicitario) y se concederá espacios de preguntas y respuestas sobre la misma.

14. ALCANCE DEL SERVICIO

- Crear una campaña multimedia, para dar a conocer los diferentes servicios y proyectos del Centro Nacional de Registros, con una producción a un costo razonable según las tarifas de mercado que se manejan para este tipo de productos, con altos índices de calidad y efectividad, basándose en una creatividad dinámica, que permita desarrollar ideas innovadoras ajustadas a las necesidades de comunicación de nuestra institución.

Anexo de Contrato No. 28048, Oferta de Compra No. 134, 09/06/2021

- Crear y diseñar contenido de tres campañas digitales, para dar a conocer proyectos y logros del Centro Nacional de Registros, generando la estrategia de pauta en un plan que indique objetivo, inversión, target, medios y alcance esperado. En medios de interés como: Facebook, Twitter, Youtube, Google Ads, entre otras.
- Diseñar y publicar los avisos referentes a los procedimientos de adquisición y contratación del CNR en prensa escrita, así como cualquier otro anuncio de carácter legal.
- Coordinar y ejecutar la inversión publicitaria en los medios, según la estrategia comunicacional
- Coordinar la colocación de anuncios institucionales y comerciales, de acuerdo con los planes de medios aprobados por el CNR.
- Garantizar la continuidad en la prestación del servicio subcontratando si fuera necesario, sin que ello signifique incremento en los costos pactados.
- Manejo de la pauta en redes sociales de la institución.
- Supervisar que las campañas y anuncios sean ejecutadas según la inversión de medios aprobada.
- Elaboración de reportes de pauta de la ejecución de la campaña.
- Reportes mensuales de la inversión publicitaria

15. POBLACIÓN OBJETO

Segmentación demográfica:

Población en general

Por sexo: Hombres y Mujeres.

Por edad: 18 años en adelante.

Por Nivel Socio Económico: Todos los niveles socioeconómicos (ABCD).

Por Ubicación Geográfica: Cobertura nacional.

En el caso del CNR podemos dividir el público externo en 2 grandes grupos:

a. Usuarios recurrentes:

Este perfil se caracteriza por utilizar los servicios y productos de uno o más registros en repetidas ocasiones. Siendo en su mayoría profesionales como Abogados, Contadores, Notarios, Ingenieros, Empresarios y Comerciantes que visitan la institución varias veces al mes.

Su conocimiento de los servicios/productos y procesos internos de la institución son bastantes amplios, están pendientes de nuevos servicios, cambios en decretos y leyes que puedan afectar los procesos que normalmente hacen.

Para este perfil es más fácil entender los mensajes técnicos y procesos más complicados.

Al tener experiencia y conocimiento de los procesos, son muy críticos cuando encuentran anomalías y dificultades al recibir un servicio y producto o no reciben la atención que esperan.

Buscan información relevante, oportuna y específica de productos y servicios.



Anexo de Contrato No. 28048, Oferta de Compra No. 134, 09/06/2021

b. Usuarios nuevos/potenciales:

Este perfil se caracteriza por su falta de conocimiento de los servicios/productos que ofrece el CNR así como los procesos que debe realizar, ya que es probable que sólo haga uso de nuestros servicios en ocasiones muy específicas, 1 o 2 veces en su vida. Por ejemplo: al comprar o vender su casa, registrar su terreno, inscribir su empresa o registrar su marca, etc. Siendo en su mayoría: emprendedores, artistas, diseñadores y ciudadanos en general.

Su conocimiento de los servicios/productos y procesos internos de la institución es poca, al igual que su conocimiento técnico, por lo que los mensajes técnicos y procesos complicados, no son bien recibidos ni comprendidos.

Para este perfil, tener que solicitar un servicio/producto en el CNR suena como algo complicado, burocrático y tedioso. Está a la expectativa de la experiencia que tendrá en la institución y aunque no vuelva a hacer uso de los servicios/productos, es probable que comente de su experiencia positiva o negativa con otras personas de su entorno.

Busca información clara, relevante y oportuna de los servicios/productos de los que necesita hacer uso y además al ser la mayor parte de la población general, está pendiente del quehacer institucional en la gestión gubernamental.

Otros públicos:

Público interno

Instituciones públicas y privadas

Empresas

16. REQUERIMIENTOS MINIMOS PARA LA OFERTA DE COMPRA POR LOS PROVEEDORES

Para efecto de evaluación, deberá cumplir con los siguientes aspectos:

16.1 FUNCIONAMIENTO Y CAPACIDAD INSTALADA:

El ofertante deberá presentar lo siguiente:

- a. Presentar organigrama de la agencia de publicidad, considerando las diferentes disciplinas o áreas requeridas para el manejo de la cuenta.

Tales como: Dirección de cuentas, Creatividad, Community Manager y Desarrollo de contenido digital, Dirección de Medios, Producción, entre otros.

- b. Experiencia del personal: Presentar el personal propuesto por la agencia, con nombres y cargos, para el manejo de la cuenta. En esta parte se incluirá la experiencia del personal mínimo requerido con al menos de un profesional en puestos claves como: 1- Director de Cuentas, 2- Director Creativo, 3- Community Manager 4- Especialista en la creación de contenido digital, 5- Director de medios, 6- Planificador de medios.

Para completar esta información, se deberá anexar hoja de vida y fotocopia legible certificada del título de cada profesional. Tener como mínimo 2 años de experiencia para cada puesto propuesto (**ANEXO N° 4**).

Anexo de Contrato No. 28048, Oferta de Compra No. 134, 09/06/2021

- c. Experiencia general de la Agencia de publicidad ofertante: La información de este apartado permitirá evaluar la experiencia del ofertante en servicios generales de publicidad digital y multimedios de tipo gubernamental, a los requeridos por el contratante (**ANEXO N° 5**).

Para esto se deberá presentar portafolio de campañas realizadas para otros clientes y detalle de los contratos de publicidad ejecutados en los últimos 3 años, por medio de cartas o constancias que califiquen los servicios de la agencia participante como Excelente; asimismo se deberá detallar monto de los contratos manejados, nombre del cliente y periodo de ejecución, contacto y teléfonos de la persona que recibió el servicio, según formato presentado en el **ANEXO N° 7** y **ANEXO N° 8**.

- d. Respaldo como miembro de la AMPS y de la ASAP.

16.2 EVALUACIÓN TÉCNICA (DESARROLLO DE CAMPAÑAS)

- a. Presentar diseño de una campaña publicitaria Multimedia, con su respectivos artes, demos y lo que consideren necesario para ilustrar su propuesta, sin que esto genere compromiso alguno con la institución, según brief **ANEXO N° 7** y **ANEXO N° 8**.
- b. Presentar diseño de contenido de una de las dos campañas digitales, según brief **ANEXO N° 7** y **ANEXO N° 8**. Se aclara que, solo se debe realizar diseño de contenido para 2 campañas: 1 multimedios y 1 digital. La campaña digital a presentar corresponde al brief de NOTARIO EN LÍNEA (anexo 8), mientras que la campaña multimedios corresponde al brief de CONTACT CENTER (anexo 7). Para las otras 2 campañas digitales que se mencionan no se deben diseñar contenidos, pero sí se debe incluir en el plan de medios la inversión asignada para cada una de ellas. Es decir, en la inversión se debe considerar como que tendremos 1 campaña multimedios y 3 campañas digitales en el periodo de contratación.
- c. Presentar racional e inversión de medios que justifique la estrategia de la campaña publicitaria Multimedia propuesta y de la campaña digital tipo, contemplando: objetivo, inversión desglosado por mes, medio, target, alcance, así como valores agregados presentados por el proveedor que justifique la inversión presentada.
- d. En el consolidado de inversión publicitaria que se presente, se debe contemplar la inversión de las dos campañas adicionales, equivalentes a la campaña publicitaria digital tipo, contemplada dentro del período del contrato.
- e. Presupuesto de medios para anuncios desplegados en prensa, anuncios de ley tales como licitación y avisos de resultados de los procesos de adquisición y contratación de la institución Compradora, de acuerdo con el siguiente detalle:

| MEDIDA | SECCIÓN | COLOR | FRECUENCIA |
|-------------|-------------------|-------|---|
| 6 COL X13" | Secciones Premium | FC | 6 anuncios de página completa al mes (de mayo a diciembre) o su equivalente en pulgadas a distribuir según estrategia de comunicación del CNR |
| 3 col. X 7" | Licitaciones | B/N | 1 vez al mes durante el periodo de contrato |



Anexo de Contrato No. 28048, Oferta de Compra No. 134, 09/06/2021

| | | | |
|-------------|--------------|-----|---|
| 3 col. X 5" | Licitaciones | B/N | 1 vez al mes durante el período de contrato |
|-------------|--------------|-----|---|

- f. La inversión deberá considerarse en un 75% en medios escritos y un 25% en digitales, para establecer su oferta.

17. CRITERIOS PARA LA CONTRATACIÓN

Una vez desarrollado todo el proceso de evaluación de ofertas presentadas, se determina la oferta que cumple con los requisitos establecidos en el presente documento y oferta de compra. Se considerarán para efectos de negociación y cierre de contrato los criterios siguientes:

- a. El CNR se reserva el derecho de contratar el servicio objeto de este proceso en forma **TOTAL**, así como **declararla desierta o sin efecto**.
- b. Las ofertas que no cumplan los requerimientos mínimos solicitados en las presentes Términos de Referencia no serán objeto de negociación en la BOLSA.
- c. El CNR podrá negociar el servicio hasta donde lo permita la disponibilidad presupuestaria.
- d. Con base al principio de racionalidad del gasto público, el CNR podrá no negociar el servicio, cuyos precios no estén acordes a los precios del mercado.
- e. Los proveedores que estuviesen sancionados con multas por incumplimientos contractuales con el CNR deberán estar solvente en el pago de estas al momento de formalizar nuevos contratos, como lo indica el artículo 159 de la LACAP.
- f. Si alguno de los proveedores, a la fecha de presentación de ofertas, así como durante el período de evaluación de ofertas se encontrare en el registro de inhabilitados e incapacitados de la UNAC, publicado en COMPRASAL, automáticamente quedará descalificado y no será sujeto de negociación, lo cual será verificado de oficio por el CNR y comunicada por éste a BOLPROS.

18. REQUISITOS POR CUMPLIR POR LA AGENCIA CONTRATADA

- a. Mantener reuniones periódicas con la Institución de acuerdo con las necesidades que amerite la ejecución del plan de publicidad, para dar seguimiento y retroalimentación de las estrategias publicitarias implementadas.
- b. Cumplir eficientemente dentro del tiempo requerido por la Institución Compradora, la ejecución de los trabajos asignados.
- c. No realizar ninguna acción o cambios al plan publicitario, sin la debida autorización de la Institución Compradora.
- d. Una vez aprobado el anuncio y/o comercial, impresos, entre otros, se procederá a la producción de estos, de acuerdo con lineamientos y autorizaciones obtenidas a través de las Administradora del Contrato.
- e. Todo material por publicitar deberá estar autorizado por la Institución Compradora, previo a la publicación y/o transmisión en los medios.

Anexo de Contrato No. 28048, Oferta de Compra No. 134, 09/06/2021

- f. La agencia debe enviar todo el material preparado y aprobado por la Institución Compradora, a los medios de comunicación acordados, para su publicación o difusión en la forma que más convenga a los intereses de la Institución Compradora. Deberá remitir copia del material a la Institución.
- g. Gestionar la autorización de la Institución Compradora y de la Secretaría de Comunicaciones de la Presidencia a través de la Administradora del Contrato, de acuerdo con los mecanismos establecidos para las instituciones de gobierno.
- h. Entregar mensualmente reportes de la ejecución de la pauta en medios, con pruebas de los materiales publicados, alcance por red social-con sus capturas de publicaciones, resultados de la campaña pauta, que indique objetivo, inversión, target, medios y alcance esperado.
- i. Mantener disponibilidad de trabajo durante el periodo vigente de la contratación para atender el llamado que se le haga; por medio de la Administradora del Contrato, para resolver cualquier petición relacionada con el servicio contratado, así como aquellos casos de emergencia que surjan incluso en días no hábiles y en periodos de vacaciones, si lo hubiere.

La Institución Compradora se reserva el derecho de realizar modificaciones en las propuestas que se presenten, de acuerdo con las necesidades comunicacionales de la Institución, así como en la inversión publicitaria según se estime conveniente durante el transcurso de la vigencia del contrato.

19. METODOLOGIA DE TRABAJO PARA EJECUCIÓN DEL SERVICIO

Durante el período de contratación, el Proveedor contratista deberá elaborar una campaña publicitaria multimedia y tres campañas digitales con su respectiva estrategia de medios que permitan llevar los mensajes a la población objeto, las cuales serán previamente validadas a través de la Administradora del Contrato, antes de su ejecución.

Conforme a las necesidades que se vayan presentando en la ejecución del contrato, la Administradora de Contrato podrá modificar, inclusive cambiar las estrategias inicialmente planteadas.

La Administradora del Contrato mantendrá comunicación con el Proveedor contratista, de los detalles de los anuncios y contenidos a realizar, con el objetivo de que éste presente diferentes propuestas de texto, bocetos y audios de los materiales que se soliciten, así como el plan de medios correspondiente.

Para la publicación de las campañas, anuncios y/o comerciales, el Proveedor contratista deberá tramitar a través de la Administradora de Contrato de la institución, la autorización previa de la Dirección Ejecutiva y de la Secretaría de Comunicaciones de la Presidencia de la República.

El Proveedor contratista deberá presentar a la institución el monitoreo de las publicaciones, pauta digital o cualquier otra pauta ejecutada, si la hubiere. Así como reportes de la pauta en medios, con pruebas de los materiales publicados, alcance por red social-con sus capturas de publicaciones, resultados de la campaña pauta.



Anexo de Contrato No. 28048, Oferta de Compra No. 134, 09/06/2021

20. ACCIONES POR DESARROLLAR PARA ALCANZAR LOS OBJETIVOS

A. DISEÑO DE UNA CAMPAÑA MULTIMEDIA, TRES CAMPAÑAS DIGITALES, ANUNCIOS COMERCIALES E INSTITUCIONALES:

Esto comprende todo el proceso creativo desde el desarrollo de la idea, diseño de línea gráfica, producción y adaptación de materiales finales para cada una de las campañas.

Adicionalmente levantamiento de textos para anuncios de prensa, boletines, y cualquier otro material a requerir por la Gerencia de Comunicaciones del CNR; incluyendo aquellos que sean para el uso de los públicos internos.

B. MANEJO DE LA CUENTA:

Elaborar propuestas de estrategias de comunicación, planificar, desarrollar y colocar la publicidad en los medios, previa autorización de la Gerencia de Comunicaciones del CNR. Desarrollar status periódicos, y llevar un control minucioso del presupuesto ejecutado.

Apoyo en otras actividades como convocatorias de prensa, gestión y coordinación de espacios de entrevistas, publicity, sin que esto represente un costo económico para la institución.

C. DISEÑO DE ANUNCIOS COMERCIALES O INSTITUCIONALES:

Elaborar de manera original y creativa el material a publicarse, tales como: artes para publicaciones, contenido para redes sociales, entre otros.

D. ESTRATEGIA DE MEDIOS:

Elaborar planes y estrategias de medios dirigidos al público objetivo, de manera eficiente y efectiva, con la finalidad de alcanzar las necesidades globales de comunicación deseadas.

E. PRODUCCIÓN DE MATERIAL PUBLICITARIO

Una vez aprobado el diseño de anuncios, contenido para redes sociales, entre otros, se procederá a la producción de estos de acuerdo con lineamientos y autorizaciones obtenidas a través de la Administradora del Contrato.

F. EJECUCIÓN DE LA CAMPAÑA

Gestionar la pauta con los medios autorizados, en las fechas requeridas y con el contenido de información previamente validada y autorizaciones obtenidas a través de la Administradora de Contrato de la Institución.

G. MONITOREO DE MEDIOS

Supervisar que las campañas y anuncios sean ejecutadas de acuerdo a la inversión de medios aprobada, y en coherencia con las especificaciones contratadas (cantidades, programas, medidas, etc).

H. REPORTE DE MEDIOS

Elaboración de reportes mensuales de la ejecución de la pauta en medios, con pruebas de los materiales publicados, alcance por medio, capturas de publicaciones, resultados de la campaña pagada, que indique objetivo, inversión, target, medios y alcance logrados vs propuestos.

Anexo de Contrato No. 28048, Oferta de Compra No. 134, 09/06/2021

21. MEDIOS PUBLICITARIOS POR UTILIZAR

Se refiere a la comunicación a través de medios de comunicación masivos y alternativos, tales como: prensa, redes sociales, entre otros.

a. Redes Sociales/Internet:

Creación, diseño/adaptación, audiovisuales, desarrollo de contenido para diferentes tipos de publicaciones en redes sociales y motores de búsqueda.

b. Prensa Escrita:

Publicaciones de artes en blanco y negro, así como full color, de acuerdo con la propuesta del plan de medios a desarrollar en la estrategia presentada por la agencia de publicidad.

22. ADMINISTRACIÓN Y SUPERVISIÓN DEL CONTRATO

El proveedor será el responsable de la prestación del servicio y con el objeto de tener una coordinación adecuada, entre el proveedor y la Institución Compradora, ésta última contará con una contraparte institucional; es decir, una persona que será nombrada como Administradora del Contrato, quien será el responsable de representar, coordinar el seguimiento y la ejecución del mismo, debiendo informar por escrito cualquier incumplimiento del proveedor, a la Unidad de Adquisiciones y Contrataciones (UACI) del CNR para que se notifique a BOLPROS S.A. DE C.V. los incumplimientos respectivos, así como también realizar la evaluación del contratista, dos veces al año, semestralmente.

El Administrador de Contrato deberá ser una persona de la Unidad Solicitante u otra dependencia, con la experiencia técnica en la adquisición o contratación de que se trate. Posterior al cierre de contrato se remitirán los datos del Administrador del Contrato, al o los proveedores y a BOLPROS, para coordinar la ejecución del contrato.

23. PROHIBICIÓN

La Contratista no podrá ceder, traspasar o subcontratar a ningún título los derechos y obligaciones que emanen del contrato. Ningún subcontrato o traspaso de derecho, relevará la Contratista, ni a su fiador de las responsabilidades adquiridas en el contrato y en las garantías.

24. RECLAMACIÓN DE DAÑOS, PERJUICIOS Y VICIOS OCULTOS

El plazo para que se extinga la responsabilidad al suministrante por daños, perjuicios y vicios ocultos prescribirá en el plazo establecido en los artículos 2253 y siguientes del Código Civil.

25. RECLAMOS AL PROVEEDOR

El mecanismo a utilizar para realizar un requerimiento o reclamo al Proveedor será por medio de correo electrónico, la cual será realizada por la Administradora del Contrato, quién de acuerdo a la naturaleza de la falta se le otorgará un plazo determinando y prudencial para que subsane lo reclamado

La Administradora del Contrato informará por escrito a la UACI cuando el suministrante no solvente satisfactoriamente el reclamo realizado en el tiempo establecido, adjuntando documentos que comprueben el incumplimiento, así como la respuesta que al suministrante ha manifestado, para iniciar el procedimiento administrativo sancionador establecido en la normativa de la Bolsa.



Anexo de Contrato No. 28048, Oferta de Compra No. 134, 09/06/2021

26. SOLUCIÓN DE CONTROVERSIAS Y ARBITRAJE

Se seguirá de acuerdo con Normativa de BOLPROS.

27. CLÁUSULA DE NO COLUSIÓN

TRES (3) días hábiles antes de la negociación, se deberá entregar a BOLPROS, S.A. DE C.V., una Declaración Jurada ante notario en la que manifieste que no ha constituido acuerdos colusorios con uno, varios o todos los demás proveedores que participan en el presente proceso, y que constituyan violación al literal c) del artículo 25 de la ley de competencia según el modelo de declaración jurada establecido en el mecanismo bursátil. Según formato de **ANEXO N° 2**.

Nota: Se aclara que, para las campañas ya sean digitales o impresas se firma como CNR:

-Para los artes de prensa pueden guiarse con el "Manual de marca GOES -Autónomas - Actualizado Agosto 2020" página 46. Se firma con el logo comercial CNR acompañado con el emblema de gobierno (ver pág.33. "manual de marca CNR 2019") Los cintillos se pueden utilizar en oscuro y blanco como lo indica la pág. 38 del "manual de marca CNR 2019".

- Para los artes digitales pueden guiarse con el "Manual de marca GOES -Autónomas - Actualizado Agosto 2020" página 43, y los cintillos igual que en impresos se utilizan en fondo claro u oscuro dependiendo de lo que se vea mejor y resalte con el arte.

Anexo de Contrato No. 28048, Oferta de Compra No. 134, 09/06/2021

ANEXO N° 4

EXPERIENCIA DEL PERSONAL PROPUESTO

Lugar y Fecha _____

Señores

Centro Nacional de Registros

Presente.

Estimados Señores:

Con respecto al proceso de la Oferta de Compra N° _____ denominada **“SERVICIO DE AGENCIA DE PUBLICIDAD PARA EL CNR, AÑO 2021”**, detallo a continuación el nombre del personal propuesto y cargo.

| EMPRESA/ AGENCIA | CARGO DESEMPEÑADO | INICIO EN EMPRESA/ AGENCIA (MES Y AÑO) | FINAL EN EMPRESA/ AGENCIA (MES Y AÑO) | REFERENCIAS: NOMBRE, TELEFONO Y/O CORREO DE CONTACTO |
|---------------------|----------------------|---|--|---|
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |

Deberá presentar hoja de vida del personal propuesto y fotocopia (legible) certificada por Notario del título profesional. Presentar la documentación de respaldo solicitada a efecto.

El Centro Nacional de Registros se reserva el derecho de verificar la información presentada.

Nombre y Firma del Representante Legal

Sello



27
ccu

Anexo de Contrato No. 28048, Oferta de Compra No. 134, 09/06/2021

ANEXO N° 5

CARTA DE EXPERIENCIA GENERAL Y SIMILAR

Lugar y Fecha _____

Señores

Centro Nacional de Registros

Presente.

Estimados señores:

Con respecto al proceso de Oferta de Compra No. ____ "SERVICIO DE AGENCIA DE PUBLICIDAD PARA EL CNR, AÑO 2021", hago de su conocimiento que la agencia que represento cuenta con un total de _____ años de experiencia, brindando los servicios como el requerido y a continuación detallo los contratos de publicidad ejecutados.

| NOMBRE DEL CONTRATO | NOMBRE DEL CONTRATANTE | MONTO CONTRATADO | INICIO DEL CONTRATO Mes/Año | FIN DEL CONTRATO Mes/Año | NOMBRE Y TELÉFONO DEL CONTACTO | GRADO DE SATISFACCIÓN (EXCELENTE) |
|---------------------|------------------------|------------------|--------------------------------|-----------------------------|--------------------------------|--------------------------------------|
| | | | | | | |
| | | | | | | |
| | | | | | | |

En este apartado deberá anexar portafolio de trabajos realizados, organigrama de la agencia y constancia de asociado o en trámite de inscripción en AMPS Y ASAP

El Centro Nacional de Registros se reserva el derecho de verificar la información presentada.

Atentamente,

F _____

Nombre y Firma del Representante Legal o Apoderado

Sello

Anexo de Contrato No. 28048, Oferta de Compra No. 134, 09/06/2021

ANEXO N° 6 INFORMACIÓN DEL CNR

En diciembre de 1994, el Gobierno de la República de El Salvador, creó el Centro Nacional de Registros. Con una visión innovadora que permitiera cumplir la obligación del Estado de garantizar la seguridad jurídica sobre la propiedad, siguiendo orientaciones modernas para alcanzar un nivel técnico jurídico de calidad que brindara a los habitantes del país un servicio ágil y eficiente, para lo cual se contó con el apoyo del Órgano Legislativo.

Con esa visión se ratifica esta decisión en 1995, iniciando el CNR sus actividades como institución pública con autonomía administrativa y financiera, fusionando la Dirección General de Registros, el Registro de la Propiedad Raíz e Hipotecas, Registro Social de Inmuebles, Instituto Geográfico Nacional, el Registro de Comercio y el Catastro Nacional; consolidando de esta manera las funciones registrales en una sola institución.

Cada uno de dichos registros tiene sus propios objetivos y servicios para satisfacer las distintas necesidades de la población, convirtiéndose así el CNR en una institución con 5 instituciones adentro.

- **Registro de Comercio:**

Fundado el 1° de julio de 1973, en el Registro de Comercio se trabaja para brindar seguridad jurídica y publicidad registral a todas aquellas actividades que surgen del comercio y que por ley deben tener un registro y control por parte del Estado y garantizar con ello la legalidad en el tráfico mercantil, lo cual contribuye a fomentar la actividad comercial y las inversiones nacionales y extranjeras.

Es una oficina administrativa en la que se inscriben Matrículas de Empresa; Registro de Locales, Agencia o Sucursales; Balances Contables; Contratos Mercantiles; Constituciones; Modificaciones, Disoluciones y Liquidaciones de Sociedades; Mandatos Mercantiles y Credenciales; así como Otros Documentos Mercantiles que por Ley están sujetos a esta formalidad.

Servicios:

Actualmente, el Registro de Comercio posee una Oficina Central en San Salvador con Jurisdicción Nacional, con oficinas regionales en los departamentos de Santa Ana, para atención del occidente del país, y San Miguel, para atención en oriente; así como posee una ventanilla de recepción en la oficina del CNR en Sonsonate.

- **Registro de la Propiedad Raíz e Hipotecas**

El Registro de la Propiedad Raíz e Hipotecas comenzó a prestar servicios al público el 26 de mayo de 1881. Su fundamento constitucional descansa en la garantía que da el Estado a los ciudadanos, en la protección de la propiedad privada y la posesión.

La finalidad primordial del Registro de la Propiedad Raíz e Hipotecas es la de brindar seguridad jurídica a los derechos de propiedad y demás derechos reales sobre bienes inmuebles a través de las inscripciones del Registro, en virtud al principio de la publicidad registral, se presume que los



Anexo de Contrato No. 28048, Oferta de Compra No. 134, 09/06/2021

instrumentos registrados reflejan los derechos tal y como aparecen consignados en las inscripciones; regulando así el tráfico que se desarrolla sobre la propiedad inmobiliaria.

Servicios:

Los servicios del registro de Raíz e hipoteca se encuentran en las 14 oficinas departamentales.

Ventanilla Express: Certificaciones, inscripción de documentos y anotaciones preventivas.

Sistema de atención por turnos: compra venta, hipotecas, donaciones de inmuebles y asesoría judicial registral.

- **Registro de Garantías Mobiliarias**

El objetivo de este registro es el de impulsar el acceso al crédito, facilitando a la población la apertura de líneas de créditos, enfocados especialmente para micro, pequeños y medianos empresarios por medio de bienes muebles que pueden ser objetos de crédito.

Servicios:

El servicio de este registro es en línea y contemplan inscripciones registrales, solicitud de certificaciones y constancias, así como consultas en línea.

- **Registro de Propiedad Intelectual:**

La primera ley de marcas es del 11 de mayo de 1910 que se llamaba Ley de Marca de Fábrica y ésta fue derogada por la nueva Ley de Marcas de Fábrica que es del 30 de junio de 1921, la cual tuvo vigencia hasta el 6 de abril de 1989 y derogada por el Convenio Centroamericano para la Protección Intelectual, y entró en vigencia el 7 de abril de 1989, vigente hasta el 16 de julio de 2002, fue derogado por la nueva Ley de Marcas y Otros Signos Distintivos, que entró en vigencia el 17 de julio de 2002.

Registro de Propiedad Intelectual se encarga de proteger:

Propiedad Industrial: que comprende: Marcas, Nombres Comerciales, Expresiones o Señales de Publicidad Comercial, Emblemas, Patentes de Invención, Modelos de Utilidad y Diseños Industriales
Derecho de Autor y Derechos Conexos

Servicios:

Entre los servicios que brinda el registro están: registro de marca, nombre comercial, expresiones o señales de publicidad comercial y emblemas. Además de patentes de invención, modelos de utilidad y diseños industriales.

- **Instituto de Geográfico y del Catastro Nacional**

El Instituto Geográfico y del Catastro Nacional (IGCN) es una dependencia del Centro Nacional de Registros, que tiene a su cargo las investigaciones y estudios geográficos que comprende la elaboración de mapas cartográficos y catastrales siendo la responsable de mantener actualizada la información de los productos geocartográficos, plasmados en mapas, planos y textos e información de las propiedades, previo a la inscripción del Registro Inmobiliario, de acuerdo a las normas establecidas y basándose en la demanda de los clientes.

Servicios:

Los servicios del instituto se ofrecen también en los 14 departamentos.

Anexo de Contrato No. 28048, Oferta de Compra No. 134, 09/06/2021

La labor cartográfica de mapas a diferentes escalas abarca actividades desde la toma de fotografías aérea, como insumo básico, hasta la edición de mapa. Actualmente, cuenta con adelantos en la tecnología para que la producción se ejecute utilizando técnicas y equipo computacional, que reduzca los tiempos de producción y para que la variedad de los productos generados sea mayor.

En el ámbito catastral abarca desde establecer lineamientos y directrices para la ejecución de los procesos técnicos y administrativos de la gestión catastral, así como servir de enlace con entidades gubernamentales y representantes de organismos internacionales relacionados con el proceso de administración de tierras que asegure el tráfico inmobiliario y la valoración de los recursos naturales.



Anexo de Contrato No. 28048, Oferta de Compra No. 134, 09/06/2021

ANEXO N° 7

BRIEF CAMPAÑA MULTIMEDIA

Producto: Contact Center

Uno de los mayores retos del Centro Nacional de Registros, en cuanto al tema de atención al usuario, es la alta afluencia de personas en nuestras oficinas. Lo anterior impacta en nuestros usuarios en: largas colas y esperas, dificultad al encontrar parqueo, y citas/visitas "perdidas" por no traer la documentación y requisitos necesarios para el trámite a realizar.

Por otro lado, el canal de atención telefónico ha mostrado retos como: mala atención por parte de los agentes (con el sistema actual no se puede fiscalizar y llevar un control de cómo están atendiendo al usuario), largos tiempos de espera o falta de respuesta en el PBX, así como, poco acceso a información sobre los trámites.

Con el objetivo de modernizar y hacer más eficientes y cercanos nuestros servicios/productos se han implementado: servicios en línea, citas en línea y pago digital; como un paso más en el mejoramiento a la atención al usuario, se planea ampliar los canales de atención al usuario fortaleciendo el canal telefónico y agregando el canal de whatsapp y chat en vivo vía página web.

Actualmente, El CNR reporta un volumen grande de llamadas telefónicas de 7,589 al mes (dato de llamadas del mes de Octubre 2020) de todos los departamentos del país en nuestro PBX. Con este proyecto se reemplazará dicho PBX por un Contact Center que buscará resolver casos efectivamente por medio de un contacto telefónico, whatsapp y chat en vivo vía página web, sin tener que acudir a las oficinas de manera presencial.

Contact Center es la opción para asegurar la correcta atención de cada interacción con nuestros usuarios atendiéndolos de forma integral por la plataforma que más se adapte a sus necesidades.

Esta solución de hardware y software dará respuesta y resguardará la información de todas las llamadas telefónicas, asimismo, integrará todos los canales de atención al usuario de la institución, incluido las llamadas telefónicas, los chat en vivo vía página web, el correo electrónico y los mensajes de las redes sociales en una experiencia para agentes y usuarios.

OBJETIVO DE COMUNICACIÓN:

Posicionar la imagen de la institución con las partes interesadas como una institución moderna, eficiente, ágil en sus servicios, enfocada en la modernización del Estado, cercana a los usuarios.

OBJETIVO ESPECÍFICO

Posicionar un número telefónico único de atención a nivel nacional.

Promover los nuevos canales de contacto: whatsapp y chat en vivo por la página web.

Dar a conocer los beneficios del nuevo sistema de Contact Center.

Incentivar el uso del Contact Center para evitar y optimizar visitas presenciales a nuestras oficinas, así como, realización de consultas y quejas.

Cambiar la percepción negativa que actualmente tiene el servicio de PBX.

Anexo de Contrato No. 28048, Oferta de Compra No. 134, 09/06/2021

PÚBLICO (S) OBJETIVO(S)

Usuarios, nacionales o extranjeros, que necesiten información o asesoría en los servicios que brinda el CNR. El Centro de Contacto del CNR estará ubicado en San Salvador, desde allí atenderá la demanda de atención al usuario de todo el país, y aquellas que se generen desde fuera del mismo, por cualquiera de los canales de comunicación.

Segmentación demográfica:

Población en general

Por sexo: Hombres y Mujeres.

Por edad: 18 años en adelante.

Por Nivel Socio Económico: Todos los niveles socioeconómicos (ABCD).

Por Ubicación Geográfica: Cobertura nacional.

En el caso del CNR podemos dividir el público externo en 2 grandes grupos:

a. Usuarios recurrentes:

Este perfil se caracteriza por utilizar los servicios y productos de uno o más registros en repetidas ocasiones. Siendo en su mayoría profesionales como abogados, contadores, notarios, ingenieros, empresarios y comerciantes que visitan la institución varias veces al mes. Su conocimiento de los servicios/productos y procesos internos de la institución son bastantes amplios, están pendientes de nuevos servicios, cambios en decretos y leyes que puedan afectar los procesos que normalmente hacen.

Para este perfil es más fácil entender los mensajes técnicos y procesos más complicados.

Al tener experiencia y conocimiento de los procesos, son muy críticos cuando encuentran anomalías y dificultades al recibir un servicio y producto o no reciben la atención que esperan.

Buscan información relevante, oportuna y específica de productos y servicios.

b. Usuarios nuevos/potenciales:

Este perfil se caracteriza por su falta de conocimiento de los servicios/productos que ofrece el CNR así como los procesos que debe realizar, ya que es probable que sólo haga uso de nuestros servicios en ocasiones muy específicas, 1 o 2 veces en su vida. Por ejemplo: al comprar o vender su casa, registrar su terreno, inscribir su empresa o registrar su marca, etc. Siendo en su mayoría: emprendedores, artistas, diseñadores y ciudadanos en general.

Su conocimiento de los servicios/productos y procesos internos de la institución es poca, al igual que su conocimiento técnico, por lo que los mensajes técnicos y procesos complicados, no son bien recibidos ni comprendidos.

Para este perfil, tener que solicitar un servicio/producto en el CNR suena como algo complicado, burocrático y tedioso. Está a la expectativa de la experiencia que tendrá en la institución y aunque no vuelva a hacer uso de los servicios/productos, es probable que comente de su experiencia positiva o negativa con otras personas de su entorno.



Anexo de Contrato No. 28048, Oferta de Compra No. 134, 09/06/2021

Busca información clara, relevante y oportuna de los servicios/productos de los que necesita hacer uso y además al ser la mayor parte de la población general, está pendiente del quehacer institucional en la gestión gubernamental.

BENEFICIOS DEL CONTACT CENTER:

Mayor rapidez en la atención

Alto nivel de calidad de servicio al cliente por parte de los agentes

Asesoría más efectiva y resolución de problemas

Diferentes canales de atención según preferencias del usuario

Optimización de tiempo y recursos minimizando visitas presenciales.

Cobertura nacional e internacional

TONO Y ESTILO DE LA COMUNICACIÓN

La comunicación debe ser directa, empática, cercano al usuario, amigable, fácil de entender.

ELEMENTOS EMOCIONALES

Me han ahorrado tiempo.

Buscan resolver mis problemas y hacer más fáciles mis trámites.

Me siento satisfecho con la atención de calidad que me han dado.

La institución me transmite confianza.

Me siento más cerca de la institución con menos burocracia.

Al fin se modernizaron.

ELEMENTOS RACIONALES

Es un servicio ágil y eficiente

Es una institución que está al servicio de la población y busca formas de mejorar sus servicios.

La institución se está modernizando realmente.

El Presidente se preocupa para que todas las instituciones den su mejor esfuerzo en beneficio de la población.

DESCRIPCIÓN TÉCNICA:

PBX: 2593-5000

La funcionalidad de cada uno de los componentes se describe de la siguiente manera:

- **IVR:**
Sistema telefónico con el fin de interactuar con el usuario a través de grabaciones de voz y el reconocimiento de respuestas simples. Para este esquema se plantea una grabación la cual se solicite si el usuario desea conocer el estatus de algún trámite en el CNR o desea hablar con un agente telefónico. Si el usuario elige conocer el estatus de algún trámite se le solicitará ingresar el número de presentación, la cual el sistema cotejará en la base de datos del CNR y responderá el estado actual de dicho trámite.
- **Plataforma de CallCenter, Redundancia y Almacenamiento de Llamadas:**
En este sistema se registra todos los tipos de llamadas, de esta manera se puede llevar:
 - Control o lista de las llamadas recibidas, rechazadas, en espera

Anexo de Contrato No. 28048, Oferta de Compra No. 134, 09/06/2021

- Tiempo de cada llamada, que agente lo atendió
- Eficiencia en el manejo de la llamada
- Tipología de llamadas
- Estadísticas de los agentes telefónicos y funcionamiento completo del Contact Center

Se puede crear o robustecer la base de datos de usuarios del CNR por oficina y por ende crear estrategias segmentadas

- Gestión de HelpDesk, Gestión de Tickets o Base de Conocimiento:
Consiste en registrar los casos de denuncias, sugerencias o avisos que pueden generarse a través de las llamadas a los agentes, se pretende que este sistema se integre a la Base de Conocimiento del Sistema de Quejas del CNR, con la finalidad de tener ahí toda la información de los casos que se presenten.
- Manejo de Redes Sociales y Web:
Este sistema permite llevar un control y administración de las diferentes cuentas de redes sociales institucionales, los cuales facilitan y documentan las diferentes conversaciones que se llevan a cabo con cada usuario, además se contemplan respuestas automatizadas mediante Inteligencia Artificial conocidos como chatbot, el cual presenta una serie de menús y respuestas, descongestionando el trabajo realizado por los agentes (Chatbot contemplado para WhatsApp y live char).

Nota: Se aclara que el, El CONTACT CENTER será una solución multiplataforma, que pondrá a disposición de los usuarios varios canales de contacto con la institución como:

- PBX/número telefónico con interacción (es decir con menús como los de los bancos o telefónicas. Ej, marque 1 atención al usuario, marque 2 para cobros, etc.)
- Whatsapp
- Chatbots en RRSS y página web (respuestas automatizadas mediante inteligencia artificial para consultas comunes y servicio de live chat con un asesor para seguimiento de trámites más complejos)

De todas esas plataformas se podrá llevar un control, haciendo registros de las llamadas y mensajes recibidos, así como clasificar las interacciones con ayuda de la gestión de tickets para llevar un control de denuncias, sugerencias o avisos.



Handwritten signature and initials.

Anexo de Contrato No. 28048, Oferta de Compra No. 134, 09/06/2021

ANEXO N° 8 BRIEF CAMPAÑA DIGITAL

Producto: Servicio de Notario en Línea

ANTECEDENTES:

En el CNR uno de nuestros mayores usuarios frecuentes son los abogados y en especial los notarios, quienes de manera independiente o como parte de bufetes de abogados, apoyan a las personas naturales y empresas a la realización de sus trámites registrales y catastrales.

El servicio de Notario en línea se creó con el objetivo de eliminar el fraude documental, que se da cuando una persona, realiza trámites o presenta documentos con el protocolo de un Notario sin su conocimiento o consentimiento, convirtiéndose en un riesgo muy alto para el Notario.

¿Qué es el servicio de Notario en Línea?

Es el envío de un aviso al correo electrónico del Notario registrado en el momento en que se presente en el CNR un documento formalizado ante sus oficinas notariales.

El aviso es de forma inmediata y automática y le mostrará: hora, N° de presentación, fecha, oficina registral, tipo de acto/contrato y el nombre del representante. De esta manera el Notario podrá saber si alguien más está haciendo uso de su acto notarial.

OBJETIVO DE COMUNICACIÓN

Posicionar la imagen de la institución con las partes interesadas como una institución moderna, eficiente, ágil en sus servicios, enfocada en la modernización del Estado, cercana a los usuarios.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Dar a conocer el servicio de Notario en Línea al segmento de interés.
- Comunicar los beneficios que representa este servicio para este segmento.
- Disuadir, de manera, indirecta el fraude documental al demostrar al público en general que hoy los notarios cuentan con un servicio que les brinda seguridad.

PÚBLICO OBJETIVO PRIMARIO

Segmentación demográfica:

Por sexo: Hombres y Mujeres.

Por edad: 30 a 60 años

Por Nivel Socio Económico: A, B

Por Ubicación Geográfica: Cobertura nacional.

Por oficio: Notarios, Abogados y Bufetes de Abogados

Descripción psicosocial

Usuarios recurrentes:

Este perfil se caracteriza por utilizar los servicios y productos de uno o más registros en repetidas ocasiones. Siendo en su mayoría profesionales (Notarios) que visitan la institución varias veces al mes.

Anexo de Contrato No. 28048, Oferta de Compra No. 134, 09/06/2021

Su conocimiento de los servicios/productos y procesos internos de la institución son bastantes amplios, están pendientes de nuevos servicios, cambios en decretos y leyes que puedan afectar los procesos que normalmente hacen.

BENEFICIOS DEL PROYECTO:

Brinda seguridad al notario al tener el control de todos los documentos que presente.

Ayudará a mantener su información actualizada en el CNR.

Al estar creado en nuestra base de datos se le facilitará hacer uso de nuestros servicios en línea en el Registro de la Propiedad Raíz e Hipotecas, Registro de Propiedad Intelectual y Registro de Comercio.

TONO Y ESTILO DE LA COMUNICACIÓN

La comunicación debe ser directa, empática, cercano al usuario, amigable, fácil de entender.

ELEMENTOS EMOCIONALES

Me siento seguro al realizar trámites en el CNR

La institución me transmite confianza y transparencia

Me siento más cerca de la institución porque ha escuchado mis problemas.

ELEMENTOS RACIONALES

Es una institución transparente y confiable que está al servicio de la población.

Se ha modernizado y ha buscado la forma de facilitar y mejorar sus servicios.

DESCRIPCIÓN TÉCNICA:

Pasos a seguir para el usuario.

- 1- Paga el servicio a través del sistema de pago en línea del CNR o en ventanillas de bancos. \$30 anual (o \$2.50 mensual renovable)
- 2- Solicita el servicio en www.cnr.gob.sv y pre chequea sus documentos.
- 3- Se acerca al CNR para validar sus datos y firma de contrato.
- 4- Disfruta de su servicio de Notario en Línea



Anexo de Contrato No. 28048, Oferta de Compra No. 134, 09/06/2021

FORMULARIO DE PRECIOS SIN IVA Y CON IVA ANEXO N° 9

| Contrato | 28048 | | | Número Oferta: | 134/2021 | |
|-----------------------|---|----------|----------|-----------------------|--------------|---------------------|
| Oferta: | BOLPROS-05/2021-CNR "SERVICIO DE AGENCIA DE PUBLICIDAD PARA EL CNR, AÑO 2021" | | | | | |
| Item | Productos | Unidad | Cantidad | Precio Unitario S/IVA | IVA | Monto Total C/IVA |
| 1 | BOLPROS-05/2021-CNR "SERVICIO DE AGENCIA DE PUBLICIDAD PARA EL CNR, AÑO 2021" | SERVICIO | 1.00 | \$ 79,925.00 | \$ 10,390.25 | \$ 90,315.25 |
| TOTAL CONTRATO | | | | | | \$ 90,315.25 |

Agente de Bolsa Credencial
BOLPROS, S.A. de C.V. (GSI)
Representante del Estado

Agente de Bolsa Credencial
Multiservicios Bursátiles, S.A
Puesto de Bolsa Vendedor

Director de Corro
BOLPROS, S.A. de C.V.

