

ACUERDO No. 73- CNR/2021. El Consejo Directivo del Centro Nacional de Registros, sobre lo tratado en el **punto número cuatro:** Aprobación de Términos de Referencia mediante la aplicación del procedimiento de Bolpros No. Bolpros-05/2021-CNR “Servicio de Agencia de Publicidad para el CNR, año 2021”; de la sesión extraordinaria número dos celebrada en forma virtual y presencial, a las once horas con quince minutos del siete de mayo de dos mil veintiuno; punto expuesto por el jefe de la Unidad de Adquisiciones y Contrataciones Institucional –UACI- licenciado Andrés Rodas Gómez, y

CONSIDERANDO:

- I) Que el objeto del proceso es 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. Dentro de los objetivos de comunicación se encuentra: 1) Posicionar la imagen institucional como moderna, eficiente y ágil en sus servicios por medio de campañas creativas amigables para la población, 2) 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 y 3) Informar sobre las diferentes licitaciones y resultados de los procesos de adquisición y contratación, así como anuncios de carácter legal.
- II) Que la unidad solicitante es la Gerencia de Comunicaciones, la que justifica esta adquisición sobre la base de generar mejoras en los servicios para los usuarios, 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 y se propone como Administradora de Contrato que resulten de este proceso, a la licenciada Claudia Regina Arévalo Flores, Gerente de Comunicaciones.
- III) Que el plazo contractual para el o los proveedores con quien se contrate el presente proceso, será a partir del cierre de negociación y suscripción del contrato hasta el 31 de diciembre de 2021.
- IV) Que dentro el alcance del servicio se encuentra:
 - 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.
 - 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 a 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 de acuerdo a la inversión de medios aprobada.
 - Elaboración de reportes de pauta de la ejecución de la campaña.
 - Reportes mensuales de la inversión publicitaria.
- V) Que los aspectos a considerar de la población objeto, será tomando en consideración la segmentación demográfica, población en general, el género: Hombres y mujeres; la edad: 18 años en adelante, nivel socio económico, siendo todos los niveles socioeconómicos (ABCD), la ubicación geográfica: cobertura nacional. Dividiéndose el público externo en dos grandes categorías: los usuarios recurrentes y los usuarios nuevos/potenciales; sin embargo, existe otro público, tales como público interno, empresas, instituciones públicas y privadas.
- VI) Que los medios publicitarios a utilizar serán las redes sociales/internet: (mediante la creación, diseño/adaptación, audiovisuales, desarrollo de contenido para diferentes tipos de publicaciones en redes sociales y motores de búsqueda) y prensa escrita (las publicaciones de artes en blanco y negro, así como full color, de acuerdo a la propuesta del plan de medios a desarrollar en la estrategia presentada por la agencia de publicidad).
- VII) Que se convocará a una reunión de carácter obligatoria, el segundo día hábil a partir de publicada la Oferta de Compra en el sistema de BOLPROS, utilizando la plataforma de GOOGLE MEET. Para ello, los puestos de bolsa, deberán enviar los correos de los interesados en ofertar a BOLPROS, quien coordinará la hora y detalles, en ella se expondrá la información detallada que se anexa (brief publicitario: campaña multimedia y campaña digital) y se concederá espacios de preguntas y respuestas sobre la misma.
- VIII) Que los criterios de evaluación serán los siguientes:

N°	CRITERIOS	PUNTOS	
		MÁXIMO	MÍNIMO
1	Funcionamiento y Capacidad Instalada	100 puntos	85 puntos
2	Evaluación Técnica (Desarrollo de Campañas)	100 puntos	85 puntos

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.

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

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)

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
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

C. Experiencia general de la agencia de publicidad (30 puntos)

DESCRIPCIÓN	PUNTOS
<p>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.</p>	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 excelente y en concordancia a la información proporcionada en el Anexo 5	10 puntos
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 5	0 puntos

D. Respaldo como miembros de la AMPS (Asociación de Medios Publicitarios Salvadoreños) y la ASAP (Asociación Salvadoreña de Agencias de Publicidad) (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

Criterios de evaluación técnica (Desarrollo de campañas)

	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

A. Condición de obligatoriedad

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 máximo de respuesta de 2 días hábiles, después de que se requiera el servicio, o en caso de emergencia, respuesta inmediata.	

B. Propuesta integral de las campañas publicitarias, según brief (campaña publicitaria multimedia propuesta y de la campaña digital tipo)

	Los aspectos a evaluar serán:	PUNTOS
	Creatividad	15
	Calidad	15
	Sinergia	10
	Claridad	10
	TOTAL	50

C. ESTRATEGIA DE MEDIOS (50 puntos)

CRITERIOS A 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

Las ofertas presentadas deberán cumplir con un mínimo de 85 puntos de 100 posibles de la evaluación de las Especificaciones Técnicas, para continuar con el proceso de negociación.

Para todos los aspectos ponderables de la evaluación Técnica, 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.

- IX)** Que de conformidad a lo expuesto por la unidad solicitante, mediante correo electrónico de fecha 06/05/2021 del presente, ha determinado la necesidad de realizar el proceso de contratación de agencia de publicidad con carácter urgente, ya que más de la mitad de las iniciativas y proyectos institucionales a promocionar y divulgar están planteados, según el Plan de Comunicaciones por Procesos, desde mayo 2021, por lo que es necesario contar con una agencia que apoye en el diseño de las campañas y las pautas, en el menor tiempo posible. Por otra parte, se manifestó que la Secretaría de Comunicaciones de la Presidencia, ha indicado que es necesario que la institución y sus iniciativas tengan visibilidad en medios la cual no ha sido suficiente en lo que va de esta gestión.

- X)** Que conforme a la cláusula VII del convenio suscrito con Bolpros "Convenio por servicios de negociación por cuenta del Estado", cláusula de Comisiones, se establece que "En el marco del presente CONVENIO, la Institución se obliga a pagar a BOLPROS, por los servicios que le preste y sobre operaciones realizadas, una comisión más el impuesto a la transferencia de bienes muebles y a la prestación de servicios "IVA".
- XI)** Que dentro de las condiciones de negociación, existe la con carácter de urgencia por operaciones de Mercado Abierto y/o Adendas por Incremento, se cobrará un total de 2% más IVA, que incluye:
- a) Comisión por negociación con carácter de urgencia en la Bolsa 1 % más IVA.
 - b) Comisión por servicios de representación por cuenta del Estado 1 % más IVA.

Las adendas por modificaciones a condiciones del contrato tendrán un costo de US\$ 15.00 más IVA, para negociaciones Regulares o de Carácter de Urgencia.

- XII)** Que el expositor de conformidad con lo dispuesto en los artículos 2 "Sujetos a la Ley" letra e), 82 Bis "Administradores de Contratos" de la Ley de Adquisiciones y Contrataciones de la Administración Pública - LACAP-, 2 y 10 de la Ley de Bolsas de Productos y Servicios; Convenio por Servicios de Negociación por Cuenta del Estado, suscrito entre el CNR y BOLPROS, de fecha 22 de octubre de 2020; Reglamento General de la Bolsa e Instructivos de la Bolsa y numeral 6.10 "Administración de Contratos" del Manual de Procedimientos para el Ciclo de Gestión de Adquisiciones y Contrataciones de las Instituciones de la Administración Pública; solicita al Consejo Directivo:

1. Autorizar la realización de las gestiones del proceso de contratación N° BOLPROS-05/2021-CNR, denominado "servicio de agencia de publicidad para el CNR, año 2021", para el período comprendido a partir del cierre de negociación y suscripción del contrato al 31 de diciembre de 2021, por medio de la aplicación del procedimiento bursátil, con la Bolsa de Productos de El Salvador, S.A. DE C.V.; y una comisión del 2% por ciento más IVA, debido a que el trámite del proceso se gestionará por negociación con carácter de urgencia por operaciones de Mercado Abierto, de conformidad a la cláusula VII del convenio, para lo cual se instruya a la Administración, efectúe las acciones que fueren necesarias para cumplir el debido procedimiento legal.
2. Autorizar al Director o Subdirector Ejecutivo para suscribir, modificar o retirar las Órdenes de Negociación, así como autorizar el trámite de las adendas que puedan resultar de la modificación del contrato de dicho servicio.
3. Nombrar como Administradora del Contrato de dicho servicio, a la licenciada Claudia Regina Arévalo Flores, Gerente de Comunicaciones.
4. Designar al Director o Subdirector Ejecutivo, la atribución de nombrar a otro(a) Administrador del contrato, cuando por alguna situación especial fuera necesario.

Por tanto, el Consejo Directivo sobre la base de las disposiciones legales antes citadas y la solicitud del expositor en uso de sus atribuciones legalmente conferidas:

ACUERDA: I) Autorizar la realización de las gestiones del proceso de contratación N° BOLPROS-05/2021-CNR, denominado "servicio de agencia de publicidad para el CNR, año 2021", para el período comprendido a partir del cierre de negociación y suscripción del contrato al 31 de diciembre de 2021, por medio de la aplicación del procedimiento bursátil, con la Bolsa de Productos de El Salvador, S.A. DE C.V.; y una comisión del 2% más IVA, debido a que el trámite del proceso se gestionará por negociación con carácter de urgencia por operaciones de Mercado Abierto, de conformidad a la Cláusula VII del convenio, para lo cual se instruye a la Unidades involucradas

en este proceso, efectúen las acciones que fueren necesarias para cumplir el debido procedimiento legal. **II) Autorizar** al Director o Subdirector Ejecutivo para suscribir, modificar o retirar las órdenes de negociación, así como autorizar el trámite de las adendas que puedan resultar de la modificación del contrato de dicho suministro. **III) Nombrar** como Administradora del Contrato de dicho servicio, a la licenciada Claudia Regina Arévalo Flores, Gerente de Comunicaciones. **IV) Designar** al Director o Subdirector Ejecutivo, la atribución de nombrar a otro Administrador del Contrato, cuando por alguna situación especial fuera necesario. **V) Comuníquese.** Expedido en San Salvador, siete de mayo de dos mil veintiuno.



Jorge Camilo Frigueros Guevara
Secretario del Consejo Directivo