

**ACUERDO No. 17-CNR/2022.** El Consejo Directivo del Centro Nacional de Registros, sobre lo tratado en el punto número siete: **Unidad de Adquisiciones y Contrataciones Institucional. Subdivisión siete punto uno: Aprobación de Bases y nombramiento de la Comisión Evaluadora de Ofertas, en la Licitación Pública LP-03/2022-CNR, "Servicio de Agencia de Publicidad para el CNR, año 2022"**, de la sesión ordinaria número tres celebrada de forma presencial y virtual a las catorce horas del diecinueve de enero de dos mil veintidós; 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 adquirir y contratar los servicios de una agencia de publicidad para el diseño, creación de contenido digital, producción, coordinación y ejecución de la inversión en medios, que brinde propuestas estratégicas de comunicación que permitan dar a conocer los diferentes servicios, proyectos, logros y temas de interés que la institución brinda, así como publicar anuncios de convocatoria y avisos de resultados de los procesos de adquisición y contratación de la Institución.
- II. Que la unidad solicitante es la Gerencia de Comunicaciones, quien justifica su requerimiento de la siguiente manera: "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 son necesarios los servicios de una agencia de publicidad, para coordinar y ejecutar la inversión publicitaria en los medios de comunicación que se requieran."
- III. Que el servicio comprende lo siguiente:
  - Crear dos campañas multimedia.
  - Crear y diseñar contenido de tres campañas digitales.
  - Diseñar y publicar los avisos de convocatoria y resultados para los procesos de adquisición y contratación del CNR en prensa escrita, así como cualquier otro anuncio establecido por la ley.
  - Coordinar y ejecutar la inversión publicitaria en los medios, según la estrategia comunicacional autorizada.
  - 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.
  - Manejar la pauta en redes sociales de la institución.
  - Supervisar que las campañas y anuncios sean ejecutadas de acuerdo a la inversión de medios aprobada, y en coherencia con los términos de referencia contratados (cantidades, programas, medidas, etc.)



- Elaborar 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 pauta, que indique objetivo, inversión, target, medios y alcance logrado vrs los propuestos.
- Presentar reportes mensuales de la inversión publicitaria.
- Presentar reportes trimestrales de redes sociales de métricas cuantitativas y cualitativas (Facebook y Twitter).

IV. Que el plazo del contrato será a partir de la firma del mismo hasta el 31 de diciembre de 2022 y el plazo de entrega para los productos que se le solicitarán al contratista, a partir de la solicitud del servicio, será de acuerdo al siguiente detalle:

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

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

V. Que la evaluación legal, financiera, técnica y económica se realizará con base a los parámetros siguientes:

N°	CRITERIOS	PUNTOS		PONDERACIÓN
		MÁXIMO	MINIMO	
1	Evaluación Legal	Cumple /No cumple		Cumplimiento
2	Evaluación Financiera	100 puntos	70 puntos	100%
3	Evaluación Técnica	100 puntos	85 puntos	85%
4	Evaluación Económica	Formula		15%

Para que las ofertas puedan continuar con el proceso de evaluación, deberán haber alcanzado el cumplimiento y el puntaje mínimo de la evaluación antes relacionada. El proceso de evaluación se desarrollará conforme al orden establecido en la tabla anterior. El puntaje final se obtendrá sumando el resultado de la evaluación técnica más el puntaje de la evaluación económica (85% + 15%).

Los requisitos de elegibilidad establecidos en la tabla de evaluación, de existir participación conjunta de ofertantes, serán aplicados para cada uno de los participantes de conformidad a lo indicado en cada una de las etapas de evaluación.

#### EVALUACIÓN LEGAL: SOBRE N° 1

La presentación de la documentación legal del ofertante contenida en el sobre N° 1 de las Bases de Licitación (BL), es de carácter obligatorio, por lo tanto no se asignará puntaje. Se examinará que los documentos contengan y cumplan con las condiciones y requisitos legales para cada caso. De existir participación conjunta de ofertantes, cada uno deberá cumplir de manera individual con la documentación requerida, por lo que en el caso que uno de ellos sea declarado no elegible, la participación conjunta no continuará con la siguiente etapa de evaluación.

La CEO verificará el cumplimiento de las condiciones de la Garantía de Mantenimiento de Oferta, como lo indica el artículo 51 del RELACAP. La falta de cumplimiento de alguna condición ocasionará que se le solicite al ofertante que subsane en el plazo señalado.

#### EVALUACIÓN FINANCIERA: SOBRE N° 1

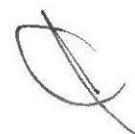
La capacidad financiera se evaluará con base en los Estados Financieros Básicos debidamente auditados con dictamen y notas explicativas del auditor y depositados en el Registro de Comercio para los ejercicios finalizados al 31 de diciembre de 2018, 2019 y 2020.

La evaluación financiera se realizará aplicando la metodología de índices o razones financieras, que miden fundamentalmente solvencia, endeudamiento y rentabilidad de los ofertantes, así:

	<b>SOLVENCIA</b>	<b>ÍNDICE &gt;</b>	<b>PUNTOS</b>
a.	Activo Corriente / Pasivo Corriente	1.40	35
<b>ENDEUDAMIENTO</b>		<b>ÍNDICE = &lt;</b>	
b.	Pasivo Total / Activos Totales x 100	60.00	35
<b>RENTABILIDAD</b>		<b>ÍNDICE &gt;</b>	
c.	Utilidad Neta / Patrimonio x 100	20.00	30
<b>TOTAL</b>			<b>100</b>

La tabla se aplicará a los estados financieros de los periodos solicitados de cada año y se promedian los resultados para determinar la evaluación global de la capacidad financiera de cada ofertante.

De existir participación conjunta de ofertantes, la verificación y evaluación de la documentación financiera requerida se hará evaluando por separado los Estados Financieros de cada uno de sus miembros sumando los resultados de cada una de ellas, a efecto de obtener un promedio, conforme a la tabla financiera antes detallada. En el caso que el promedio no alcance el mínimo requerido, la participación conjunta no será elegible para continuar con la evaluación técnica.



En el caso que el ofertante no cumpla con la nota mínima de **70 puntos** como promedio en la evaluación financiera, no será considerada elegible para continuar con la evaluación técnica.

EVALUACIÓN TÉCNICA: SOBRE N° 2

Durante la presente etapa la CEO evaluará la documentación e información presentada en el sobre N° 2 “Oferta Técnica” solicitada en este numeral y en la Sección III de las bases de licitación, verificando los criterios de evaluación que se establecen en el siguiente cuadro:

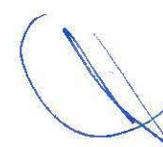
CRITERIOS	PUNTOS		PONDERACIÓN
	MÁXIMO	MÍNIMO	
Evaluación técnica	100 puntos	85 puntos	85%

**Evaluación técnica:** La evaluación técnica se realizará de conformidad a los criterios que se detallan en el siguiente cuadro, debiendo el ofertante presentar lo que en el mismo se requiere para efecto de evaluación:

ASPECTOS A EVALUAR	Puntaje total: 100 puntos (equivalente al 85% de toda la evaluación)
<b>Capacidad administrativa y técnica</b>	<b>Hasta 20 puntos</b>
Presenta carta del representante legal, con firma legalizada por notario, indicando que tiene la capacidad instalada, para prestar el servicio solicitado en la presente licitación.	2.5 puntos
Presenta constancia emitida por la Asociación Salvadoreña de Agencias de Publicidad (ASAP).	2 puntos
Presenta constancia emitida por la Asociación de Medios Publicitarios Salvadoreños (AMPS).	2 puntos
Presentar cinco (5) referencias emitidas por empresas, instituciones u organismos a los que haya suministrado servicios iguales o similares a los de la presente contratación (campañas o cuentas publicitarias). Dichas campañas, deben ser igual o mayor de US\$ 100,000.00 de inversión por un año durante el período del año 2018 al año 2021. En caso de haber suministrado servicios iguales o similares para el CNR, una de estas cinco referencias presentadas debe ser emitida por esta Institución y debe corresponder al último contrato ejecutado. Serán referencias satisfactorias, calificadas de muy bueno a excelente. Solo se evaluarán ofertas técnicas que presenten grado de satisfacción de Muy Bueno o	5 puntos

ASPECTOS A EVALUAR	Puntaje total: 100 puntos (equivalente al 85% de toda la evaluación)
<p>desarrollo de la estrategia publicitaria, presentando una propuesta única, no copia de otras estrategias realizadas por CNR o cualquier otra institución a escala nacional e internacional (5 puntos).</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Innovación: aporta elementos innovadores para crear vínculos con las audiencias (5 puntos).</li> <li>• Claridad: el mensaje en la propuesta creativa es fácil de identificar, comprensible y directo (5 puntos).</li> </ul>	
<p>Presenta los materiales de la campaña (spot, guiones para cuña de radio, piezas gráficas, y otros que hayan sido contemplados en la propuesta del ofertante) diseñados con base a un mensaje central, de acuerdo al racional creativo y por ende al Brief de la campaña.</p>	7.5 puntos
<p>Presenta una estrategia para medios digitales con el diseño de contenido a utilizar, herramientas, recursos y canales.</p>	7.5 puntos
<p><b>Plan de Medios</b></p>	<b>Hasta 40 puntos</b>
<p>El ofertante deberá proponer un plan de medios basado en el BRIEF de la campaña DEMO solicitado en los términos de referencia y condiciones del servicio, que contenga los siguientes medios: Televisión, radio, prensa escrita, vía pública, medios digitales u otros medios de difusiones masivas o alternativas, que proponga la agencia. Se deben considerar los medios, franjas y programas de más alto rating, mayor alcance e impacto <b>(5 puntos)</b>.</p> <p>El plan de medios presenta una idea creativa y de alto impacto, combinando de la mejor forma alcance - frecuencia; coberturas nacionales – departamentales, etc.; ayudando con ello al cumplimiento de los objetivos de comunicación de una forma estratégica, eficaz y eficiente. <b>(10 puntos)</b>.</p>	15 puntos máximo
<p>El plan de medios contiene el detalle de los medios a contratar distribuidos por perfil y cobertura; horario de transmisión de los mensajes especificando franjas y/o espacios; total de impactos (cuñas, spot, etc.); costo unitario por cuña, spot, etc.; rating de franjas o espacios incluidos en el plan.</p>	10 puntos
<p>Presenta plan de medios digitales (páginas web, motores de búsqueda y redes sociales) Para este caso se deberá presentar objetivo, medio, formatos, segmentación, fecha de pauta, KPI o indicadores por formato, total de inversión y distribución de la pauta.</p>	10 puntos

ASPECTOS A EVALUAR	Puntaje total: 100 puntos (equivalente al 85% de toda la evaluación)
<p>Excelente (Si todas las referencias presentadas son calificadas de bueno o regular las ofertas técnicas presentadas no serán tomadas en cuenta para la evaluación). Según anexo 3 de las bases de licitación. Nota: A las referencias que cumplan con las condiciones antes indicadas, se le asignará 1 punto por cada uno</p>	
<p>Presenta portafolio de campañas realizadas para otros clientes y detalle de los contratos de publicidad ejecutados en los últimos 3 años.</p>	2.5 Puntos
<p>Personal Clave asignado a trabajar con CNR: Director de Cuentas, Director Creativo, Director Digital y Director de Medios.</p> <p>Cada profesional propuesto debe cumplir el perfil siguiente:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Experiencia: Cinco (5) años (continua o alterna) como mínimo en el puesto propuesto (Adjuntar hoja de vida de cada profesional).</li> <li>• Nivel académico: Graduado universitario de: diseño gráfico, comunicaciones, edición, marketing o carrera a fin (Adjuntar copia de título universitario de cada profesional).</li> <li>• Referencias de clientes por campañas realizadas: tres (3) referencias de clientes sobre campañas llevadas a cabo; que hagan constar el desempeño profesional del personal propuesto (excelente o muy bueno). Según anexo 4 de las bases de licitación.</li> </ul> <p>Nota: A cada profesional propuesto se le asignará 1.5 puntos si cumple con el perfil requerido.</p>	Hasta 6 Puntos
<b>Propuesta creativa</b>	<b>Hasta 40 puntos</b>
<p>Presenta racional creativo de una campaña demo basada en Brief proporcionado por CNR</p>	2.5 Puntos
<p>Presenta y justifica la idea creativa, sus elementos gráficos, colores, formas u otros elementos creativos.</p>	2.5 Puntos
<p>Presenta propuesta creativa vinculada a lo solicitado en el Brief proporcionado por CNR, cumpliendo con los siguientes criterios:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Diseño publicitario: cada uno de los elementos gráficos que se toman en cuenta, tanto imágenes como formas, colores, tipografía u otros elementos, han sido elegidos con una motivación determinada, acorde a la imagen institucional y a la imagen de gobierno (5 puntos).</li> <li>• 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</li> </ul>	Hasta 20 Puntos



ASPECTOS A EVALUAR	Puntaje total: 100 puntos (equivalente al 85% de toda la evaluación)
Dentro del plan de medios se evaluará la capacidad de negociación del ofertante, brindando la mejor oferta posible a CNR (paquetes, costos especiales, bonificaciones y valores agregados).	5 puntos
<b>PUNTAJE TOTAL</b>	<b>100 puntos</b>

**Nota:** En caso de no cumplir la totalidad de cada aspecto evaluado, no se le asignará puntuación parcial y tendrá cero puntos en el que lo presente incompleto.

Para esta evaluación es indispensable colocar los datos requeridos para cada uno de los planes de medios propuestos. Debiendo además presentar toda la documentación que permita verificar el cumplimiento de cada uno de los requisitos detallados en el cuadro anterior.

Para que un oferente pueda pasar a la etapa de evaluación económica, será preciso haber obtenido un mínimo de **85 puntos** en la etapa evaluación técnica, de lo contrario se considerará como no elegible, para continuar con el proceso de evaluación económica. El puntaje obtenido en esta evaluación se multiplicará por 85% a efecto de establecer la ponderación alcanzada.

**Para presentar la oferta, la agencia debe tomar en cuenta además de la inversión de la campaña tipo, aspectos como:**

- 1) Inversión de **una campaña multimedia adicional** que se ejecutará dentro del período contratado (similar a la campaña tipo).
- 2) Inversión de **tres campañas digitales adicionales** que se ejecutarán dentro del período contratado.
- 3) Presupuesto de medios para anuncios desplegados en prensa, anuncios de ley tales como convocatorias de licitaciones y avisos de resultados de los procesos de adquisición y contratación de la institución, de acuerdo al siguiente detalle:

MEDIDA	SECCIÓN	COLOR	FRECUENCIA
6 col. X13"	Secciones premium	FC	2 anuncios semanales de página completa (6 col. X 13"), full color, 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.
-------------	--------------	-----	--

4) Incluir en la inversión, suscripción de banco de imágenes que puedan ser descargadas para uso del CNR, contemplando un paquete de 50 imágenes mensuales por 5 meses (meses a definir por la institución).

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

VI. La evaluación económica tiene una ponderación del 15%.

La evaluación del sobre N° 3, se realizará a las ofertas que cumplan con la evaluación legal, que hayan alcanzado y/o superado el puntaje mínimo de **70 puntos** en la Evaluación Financiera, y que alcancen o superen el puntaje mínimo requerido de **85 puntos** en la evaluación técnica.

Las agencias participantes deberán presentar en su oferta económica un monto total que servirá para la ejecución del contrato, durante todo el período de vigencia del mismo. El monto total deberá incluir IVA.

La CEO revisará las operaciones aritméticas de la oferta económica. Si se verifican inconsistencias en las operaciones aritméticas, entre el precio unitario, las cantidades y monto total, se notificará al ofertante a través del jefe de la UACI, con la finalidad que revisen y confirmen el monto total de la oferta y se remita la subsanación de las prevenciones correspondientes.

La evaluación económica partirá de la oferta económica más baja del total de las ofertas elegibles para ser evaluadas en la presente etapa. Las ofertas que sean más altas obtendrán un puntaje inversamente proporcional, en comparación a la oferta más baja, de la siguiente manera:

$$\text{Puntos obtenidos} = (\text{POMB} / \text{POE}) \times 15$$

En dónde:

POMB es: Precio de Oferta Más Baja

POE: Precio Ofertado en la Evaluación

EL PUNTAJE TOTAL VENDRA DADO POR:

$$\text{Puntaje Total de la oferta} = C + D$$

En dónde

C es: Evaluación técnica

D es: Evaluación oferta económica

La oferta más favorable será la que obtenga el mayor puntaje. Como consecuencia a lo dicho el CNR no está

obligado a aceptar la oferta con el precio más bajo, ni ninguna otra de las ofertas que reciba, si éstas no se ajustan totalmente a los términos y condiciones de las Bases de Licitación.

VII. Que para conformar a la Comisión de Evaluación de Ofertas se proponen a las personas siguientes:

N°	NOMBRE	CARGO
1.	Lic. Vilma Aracely Orellana Meléndez. Subgerente de Publicidad.	Solicitante
2	Lic. Claudia Regina Arévalo Flores. Gerente de Comunicaciones.	Experta en la Materia
3	Lic. David Alberto Gómez Guerrero. Especialista en Publicidad y Licitaciones (Delegado de la Secretaría de Comunicaciones de la Presidencia de la República).	Experto en la Materia
4	Lic. María del Carmen Ávalos Ávalos Técnico Contable	Analista Financiero
5	Lic. Claudia Elizabeth Díaz de Rodríguez Asesor Legal	Analista Legal
6	Lic. Liliana María Valladares de López Técnico UACI	Delegada UACI

VIII. Que el jefe de la UACI de conformidad a lo expuesto y de conformidad a lo regulado en los artículos 18, 20, 43, 44, 45 y 55 de la LACAP, 20 y 21 del RELACAP, numerales 6.3.1 y 7.6 del Manual de Procedimientos para el Ciclo de Gestión de Adquisiciones y Contrataciones de las Instituciones de la Administración Pública y Política Anual de Adquisiciones y Contrataciones de las Instituciones de la Administración Pública para el año 2022 vigente, y las letras ii) del Romano III. II OBJETIVOS ESPECÍFICOS de la Política Pública de Comunicación Gubernamental, en uso de sus atribuciones legales solicita al Consejo Directivo:

1. Autorizar a la Administración para llevar a cabo el proceso de adquisición y contratación de la Licitación Pública No. LP-03/2022-CNR "Servicio de Agencia de Publicidad para el CNR, año 2022".
2. Aprobar las bases de la Licitación Pública No. LP-03/2022-CNR "Servicio de Agencia de Publicidad para el CNR, año 2022".
3. Nombrar a la Comisión de Evaluación de Ofertas, proponiendo a las personas siguientes: Licenciada Vilma Aracely Orellana Meléndez, Subgerente de Publicidad - Solicitante; licenciada Claudia Regina Arévalo Flores, Gerente de Comunicaciones - experta en la materia; licenciado David Alberto Gómez Guerrero, Especialista en Publicidad y Licitaciones (Delegado de la Secretaría de Comunicaciones de la Presidencia de la República - experto en la materia, licenciada María del Carmen Ávalos Ávalos, Técnico Contable - analista financiero; licenciada Claudia Elizabeth Díaz de Rodríguez, asesor legal - analista legal y licenciada Liliana María Valladares de López, técnico de la UACI - delegada por el jefe de la UACI.



4. Designar al Director Ejecutivo para nombrar o sustituir a algún miembro de la Comisión de Evaluación de Ofertas, cuando por alguna situación especial fuere necesario.

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

**ACUERDA:** I) **Autorizar** a la Administración para llevar a cabo el proceso de adquisición y contratación de la Licitación Pública No. LP-03/2022-CNR "Servicio de Agencia de Publicidad para el CNR, año 2022"; para lo cual se instruye a la Dirección Ejecutiva, Gerencia de Comunicaciones y la UACI efectúen las acciones que fueren necesarias para cumplir el debido procedimiento legal. II) **Aprobar** las bases de la Licitación Pública No. LP-03/2022-CNR "Servicio de Agencia de Publicidad para el CNR, año 2022. III) **Nombrar** a la Comisión de Evaluación de Ofertas, la cual estará conformada por las personas siguientes: Licenciada Vilma Aracely Orellana Meléndez, Subgerente de Publicidad - Solicitante; licenciada Claudia Regina Arévalo Flores, Gerente de Comunicaciones - experta en la materia; licenciado David Alberto Gómez Guerrero, Especialista en Publicidad y Licitaciones (Delegado de la Secretaría de Comunicaciones de la Presidencia de la República - experto en la materia, licenciada María del Carmen Ávalos Ávalos, Técnico Contable - analista financiero; licenciada Claudia Elizabeth Díaz de Rodríguez, asesor legal - analista legal y licenciada Liliana María Valladares de López, técnico de la UACI - delegada por el jefe de la UACI. IV) **Designar** al Director Ejecutivo para nombrar o sustituir a algún miembro de la Comisión de Evaluación de Ofertas, cuando por alguna situación especial fuere necesario. V) **Comuníquese**. Expedido en San Salvador, veinte de enero de dos mil veintidós.



  
Jorge Camilo Trigueros Guevara.  
Secretario del Consejo Directivo.