

**ACUERDO No. 63-CNR/2022.** El Consejo Directivo del Centro Nacional de Registros, sobre lo tratado en el punto número seis, denominado: **Unidad de Adquisiciones y Contrataciones Institucional. Subdivisión seis punto uno, llamado: Informe de Resultados de la Licitación Pública N° LP-03/2022-CNR. “Servicio de Agencia de Publicidad para el CNR, año 2022”**; de la sesión ordinaria número diez celebrada de manera virtual y presencial, a las doce del meridiano, del nueve de marzo 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 por medio del Acuerdo de Consejo Directivo N° 17-CNR/2022, tomado en fecha 19 de enero de 2022, se autorizó, entre otros puntos, efectuar la Licitación Pública No. LP-03/2022-CNR “Servicio de Agencia de Publicidad para el CNR, año 2022”; se aprobaron las bases de la misma y la integración de la Comisión de Evaluación de Ofertas (en adelante CEO).
- II. Que la UACI efectuó el proceso de Licitación Pública, publicando el aviso de convocatoria el día 28 de enero del mismo año, en el periódico Diario El Salvador; asimismo, se publicó en el Sistema de Divulgación COMPRASAL del Ministerio de Hacienda y en la Página Web del CNR. La venta y descarga del pliego de bases en COMPRASAL, fue el 31 de enero y 1 de febrero, donde 6 interesados descargaron las Bases de Licitación.
- III. Que la recepción y apertura de ofertas se realizó el 16 de febrero del año en curso, presentando ofertas los participantes siguientes: **1) Lemusimún Publicidad, S.A. de C.V.; 2) Akvertising, S.A. de C.V. y 3) América Publicidad, S.A. de C.V.**
- IV. Que el servicio solicitado y licitado fue el siguiente:
  1. Crear dos campañas multimedia.
  2. Crear y diseñar contenido de tres campañas digitales.
  3. 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 de carácter legal.
  4. Coordinar y ejecutar la inversión publicitaria en los medios, según la estrategia comunicacional autorizada.
  5. Coordinar la colocación de anuncios institucionales y comerciales, de acuerdo a los planes de medios aprobados por el CNR.
  6. Garantizar la continuidad en la prestación del servicio subcontratando si fuera necesario, sin que ello signifique incremento en los costos pactados.
  7. Manejar la pauta en redes sociales de la institución.
  8. 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.)
  9. 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 logrados vs los propuestos.
  10. Presentar reportes mensuales de la inversión publicitaria.
  11. Presentar reportes trimestrales de redes sociales de métricas cuantitativas y cualitativas (Facebook y Twitter).



1

- V. Que los criterios de evaluación de los sobres N° 1, 2 y 3, en cuanto a la evaluación legal fue definida como cumple/no cumple; a la evaluación financiera se le asignó 100 puntos como máximo y 70 puntos como mínimo, con una ponderación del 100%; a la evaluación técnica se le otorgó 100 puntos como máximo y 85 puntos como mínimo, con una ponderación del 85%; y finalmente, a la evaluación económica se aplicó la fórmula (Precio de oferta más baja/Precio ofertado en evaluación) x 15, cuyo resultado se sumó a la ponderación obtenida en la evaluación técnica, a efecto de determinar la oferta de mayor puntaje, es decir, la más favorable para el CNR.
- VI. Que la CEO revisó y verificó que los ofertantes se hubiesen registrado y descargado las Bases de Licitación en el sitio electrónico de COMPRASAL, que no se encontraran en los listados de incapacitados e inhabilitados registrados en la UNAC, publicados en COMPRASAL, que las garantías de mantenimiento de oferta presentadas cumplieran con todos los requisitos requeridos en las Bases de Licitación, asimismo, se constató que todos los miembros de la CEO manifestaran no tener conflicto de interés con ninguno de los ofertantes. Posteriormente, se verificó la documentación requerida para el sobre No. 1 bajo el concepto de cumple/no cumple; de lo cual se obtuvo el resultado siguiente:
- Las sociedades Lemusimún Publicidad, S.A. de C.V., Akvertising, S.A. de C.V. y América Publicidad, S.A. de C.V.; fueron prevenidas para que subsanaran errores u omisiones, de conformidad al numeral 32 de las bases de licitación.
- VII. Que las sociedades **Lemusimún Publicidad, S.A. de C.V.; Akvertising, S.A. de C.V. y América Publicidad, S.A. de C.V.**, subsanaron las observaciones en tiempo y forma, en consecuencia, de conformidad al informe legal y revisión efectuada por la CEO, las 3 participantes se consideraron **elegibles** para continuar con el proceso de evaluación financiera.
- VIII. Que de conformidad al numeral 34 de las Bases de Licitación, la capacidad financiera se evaluó con base a 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 diciembre de 2018, 2019 y 2020. La evaluación financiera se realizó aplicando la metodología de índices o razones financieras, que miden fundamentalmente solvencia, endeudamiento y rentabilidad de los ofertantes. De la evaluación a los estados financieros de los 3 ofertantes, se obtuvo el resultado siguiente:

N°	NOMBRE DEL OFERTANTE	PUNTAJE
1	Lemusimún Publicidad, S.A. de C.V	70 PUNTOS
2	Akvertising, S.A. de C.V.	75 PUNTOS
3	América Publicidad, S.A. de C.V.	90 PUNTOS

De conformidad al informe presentado por la analista financiero y verificado por la CEO, las sociedades **Lemusimún Publicidad, S.A. de C.V.; Akvertising, S.A. de C.V. y América Publicidad, S.A. de C.V.** alcanzaron y/o superaron el puntaje mínimo de 70 puntos establecidos para la evaluación financiera, por lo que se consideraron **elegibles** para continuar con la evaluación técnica.

- IX.** Que la evaluación técnica se realizó en consideración a lo establecido en el numeral 35 y Sección III de las Bases de Licitación, de acuerdo al orden siguiente:
- A las sociedades Lemusimún Publicidad, S.A. de C.V. y Akvertising, S.A. de C.V. se les solicitó aclaración sobre la oferta presentada, de conformidad al numeral 32 de las Bases de Licitación. Para el caso de América Publicidad, se advirtió la necesidad de verificar la referencia emitida por el Banco Central de Reserva (BCR) para que se determinara el monto ejecutado por año, en los contratos reflejados en dicha referencia.
  - Por otra parte, debido a la importancia del puesto de Director de Cuentas en el manejo y coordinación de los equipos, fue necesario verificar las referencias emitidas para este cargo con todas las agencias participantes, para confirmar si las personas en cuestión, han desempeñado activamente el cargo.
  - Lemusimún Publicidad, S.A. de C.V. y Akvertising, S.A. de C.V. subsanaron las observaciones en tiempo y forma.
  - Todos los emisores de las cartas de referencia presentadas por las empresas ofertantes en relación al profesional que proponen como Director de Cuentas, confirmaron la autenticidad de las mismas. No obstante, para el caso de América Publicidad, S.A. de C.V. no se le asignó puntaje a la referencia emitida por el BCR, debido a que no cumplió con el monto mínimo de US\$ 100,000.00 por año requerido en las Bases de Licitación, lo cual no fue impedimento para continuar en el proceso de evaluación, solo se le restó un punto en ese criterio. En ese orden de ideas, los puntajes obtenidos por las empresas participantes se detallan a continuación:

ASPECTOS A EVALUAR	PUNTAJES MÁXIMOS	AKVERTISING, S.A. DE C.V.	LEMUSIMÚN PUBLICIDAD, S.A. DE C.V.	AMÉRICA PUBLICIDAD, S.A. DE C.V.
Capacidad administrativa y técnica	Hasta 20 puntos	17 puntos	18.5 puntos	17 puntos
Propuesta creativa	Hasta 40 puntos	32.5 puntos	40 puntos	40 puntos
Plan de medios	Hasta 40 puntos	40 puntos	40 puntos	40 puntos
<b>PUNTAJE TOTAL</b>	<b>100 puntos</b>	<b>89.5 puntos</b>	<b>98.5 puntos</b>	<b>97 puntos</b>

Por tanto, tomando en cuenta cada uno de los puntajes alcanzados por las sociedades participantes, las cuales superaron el mínimo requerido de 85, la ponderación obtenida por cada una de ellas fue la siguiente:

No.	OFERTANTE	OPERACIÓN ARTIMÉTICA	PONDERACIÓN OBTENIDA
1	Lemusimún Publicidad, S.A. de C.V.	98.5 puntos x 85%	83.73%
2	Akvertising, S.A. de C.V.	89.5 puntos x 85%	76.08%
3	América Publicidad, S.A. de C.V.	97 puntos x 85%	82.45%

Finalmente, se verificó el cumplimiento de las condiciones y términos del servicio ofertado, según lo requerido en la Sección III Términos de Referencia, con la presentación de la carta compromiso, según anexo 5 de las Bases de Licitación.

De conformidad a lo antes expuesto se concluyó que las 3 sociedades ofertantes eran elegibles para continuar con la evaluación de la oferta económica.

- X. Que en cumplimiento al numeral 36 de las Bases de Licitación, habiendo realizado las etapas previas de evaluación y resultando elegibles las 3 sociedades participantes para continuar en la siguiente etapa, la CEO revisó cada una de las ofertas económicas, cuyos montos se exponen a continuación:

No.	OFERTANTE	OFERTA ECONÓMICA
1	Lemusimún Publicidad, S.A. de C.V.	US\$95,389.08
2	Akvertising, S.A. de C.V.	US\$104,585.77
3	América Publicidad, S.A. de C.V.	US\$279,263.23

Las Bases de Licitación determinaban que la evaluación económica partiría de la oferta más baja del total de las ofertas elegibles para ser evaluadas en la etapa indicada y que las que fuesen más altas, obtendrían un puntaje inversamente proporcional, en comparación a la oferta más baja, por lo que la CEO procedió a la aplicación de la fórmula definida en dichas bases, donde la oferta más favorable sería la que obtuviese el mayor puntaje. Aplicada la fórmula a cada una de las sociedades ofertantes en evaluación, así: puntos obtenidos =  $(POMB / POE) \times 15$ ; en dónde, POMB es: Precio de Oferta Más Baja; POE: Precio Ofertado en la Evaluación, los puntajes obtenidos fueron:

No.	OFERTANTE	Porcentaje de Evaluación Técnica	Porcentaje de Evaluación Económica	PUNTAJE OBTENIDO
1	Lemusimún Publicidad, S.A. de C.V.	83.73	15	98.73
2	Akvertising, S.A. de C.V.	76.08	13.68	89.76
3	América Publicidad, S.A. de C.V.	82.45	5.12	87.57

La oferta con mayor puntaje fue la de la sociedad **Lemusimún Publicidad, S.A. de C.V.**, siendo por tanto la más favorable para la institución, la cual además está dentro de la disponibilidad presupuestaria asignada al presente proceso y cumple con todas las condiciones establecidas en las Bases de Licitación, según ha quedado

establecido en los informes y actas emitidas por la CEO, en consecuencia, es elegible para recomendar su adjudicación. Asimismo, la CEO constató nuevamente, que la ofertante **Lemusimún Publicidad, S.A. de C.V.** no se encontrara dentro de los registros de inhabilitados/ incapacitados por la UNAC, publicados en COMPRASAL. Además, verificó en los registros de la UACI, que no tuviese multas pendientes de pago, de conformidad al artículo 159 de la LACAP.

Por lo que habiendo finalizado la evaluación económica y con el objeto de darle cumplimiento a los artículos 55 y 56 de la LACAP, Sección II "Evaluación de Ofertas" numerales 36, 38 y Sección IV "Adjudicación del Contrato", numeral 40 "Criterios para la Adjudicación" de las Bases de Licitación, la Comisión de Evaluación de Ofertas recomendó:

**Adjudicar la Licitación Pública N° LP-03/2022-CNR "Servicio de Agencia de Publicidad para el CNR, año 2022", a la sociedad Lemusimún Publicidad, S.A. de C.V., para un plazo comprendido a partir la firma del contrato hasta el 31 de diciembre de 2022, por un monto de US\$ 95,389.08 IVA incluido.**

XI. Que el expositor con base en la recomendación de la CEO, en lo dispuesto en los artículos 234 de la Constitución de la República de El Salvador; artículos 55, 56 y 82 Bis de la Ley de Adquisiciones y Contrataciones de la Administración Pública (LACAP); artículo 56 de su Reglamento (RELACAP); numerales 6.3.1.7, 6.3.1.8 y 6.10 del Manual de Procedimientos para el Ciclo de Gestión de Adquisiciones y Contrataciones de las Instituciones de la Administración Pública, emitido por la Unidad Normativa de Adquisiciones y Contrataciones de la Administración Pública – UNAC del Ministerio de Hacienda; Sección IV "Adjudicación del Contrato"; numeral 40 "Criterios para la Adjudicación" de las Bases de Licitación y en la Política Anual de Adquisiciones y Contrataciones de las Instituciones de la Administración Pública, año 2022; solicita al Consejo Directivo:

1. Adjudicar la Licitación Pública N° LP-03/2022-CNR "Servicio de Agencia de Publicidad para el CNR, año 2022", a la sociedad **Lemusimún Publicidad, S.A. de C.V.**, para un plazo comprendido a partir de la firma del contrato hasta el 31 de diciembre de 2022, por un monto de US\$ 95,389.08, IVA incluido.
2. Nombrar como Administradora del Contrato que resulte de este proceso, a la licenciada Claudia Regina Arévalo Flores, Gerente de Comunicaciones del Centro Nacional de Registros.
3. Designar al Director Ejecutivo, la atribución de nombrar a otro Administrador de Contrato, cuando por alguna situación especial fuera necesario.

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

**ACUERDA: I) Adjudicar la Licitación Pública N° LP-03/2022-CNR "Servicio de Agencia de Publicidad para el CNR, año 2022", a la sociedad Lemusimún Publicidad, S.A. de C.V., para un plazo comprendido a partir de la firma del contrato hasta el 31 de diciembre de 2022, por un monto US\$ 95,389.08, IVA incluido. II) Nombrar**

como Administradora de Contrato a la licenciada Claudia Regina Arévalo Flores, Gerente de Comunicaciones del Centro Nacional de Registros. **III) Designar** al Director Ejecutivo, la atribución de nombrar a otro Administrador de Contrato, cuando por alguna situación especial fuera necesario. **IV) Instruir** a la Unidad Jurídica que elabore el instrumento legal correspondiente. **V) Comuníquese**. Expedido en San Salvador, catorce de marzo de dos mil veintidós.



Jorge Camilo Rigueros Guevara  
Secretario del Consejo Directivo

