

ACUERDO No. 17-CNR/2024. El Consejo Directivo del Centro Nacional de Registros, sobre lo tratado en el **punto número seis: Unidad de Compras Públicas. Subdivisión seis punto dos: Aprobación de DSO y nombramiento de PEO. Licitación Competitiva No. LC-06/2024-CNR, denominada: Servicio de agencia de publicidad para el CNR, año 2024;** de la sesión ordinaria número tres, celebrada en forma virtual y presencial, a las doce horas meridiano, del veinticuatro de enero de dos mil veinticuatro; punto expuesto por la jefa *ad honorem* de la Unidad de Compras Públicas, Liliana María Valladares de López, y;

CONSIDERANDO:

- I. Que el objeto de este proceso es la adquisición y contratación de 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 con la finalidad de dar a conocer los servicios, proyectos, logros y temas de interés que la institución brinda, así como publicar anuncios de convocatoria de los procesos de compra.
- II. Que el solicitante es la Gerencia de Comunicaciones, quien manifiesta que 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 alcance de los servicios comprende lo siguiente: a) Creación de dos campañas 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 la institución; b) 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; c) Diseñar y publicar los avisos relacionados a los procesos de adquisición y contratación del CNR en prensa escrita, así como cualquier anuncio sobre la habilitación de plazos; d) Coordinar y ejecutar la inversión publicitaria en los medios, según la estrategia comunicacional autorizada; e) Coordinar la colocación de anuncios institucionales y comerciales, de acuerdo a los planes de medios aprobados por el CNR; f) Garantizar la continuidad en la prestación del servicio subcontratando si fuera necesario, sin que ello signifique incremento en los costos pactados; g) Suministrar servicios y productos complementarios para iniciativas comunicacionales, como: servicios de eventos y activaciones de marca, elaboración de promocionales, suscripciones de periódicos o

revistas, material P.O.P., display publicitarios, entre otros; h) Manejo de la pauta en redes sociales de la institución; i) 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).

- IV. Que el servicio se financiará con fondos propios del CNR, siendo la disponibilidad presupuestaria de US\$120,000.00, según certificación de asignación presupuestaria N° 4238, de fecha 10 de enero de 2024.
- V. Que la forma de adjudicación será total o parcial a un solo ofertante y el plazo de ejecución será a partir de la firma del contrato hasta el 31 diciembre de 2024.
- VI. Que la modalidad y forma de pago es crédito 15 días, realizándose pagos mensuales de acuerdo al manejo de la cuenta (fee de agencia).
- VII. Que las etapas de evaluación legal, financiera, técnica y económica son las siguientes:

N°	FACTORES	PUNTOS		PONDERACIÓN
		MÁXIMO	MÍNIMO	
1	Evaluación legal	Cumple /No cumple		100%
2	Evaluación financiera	100 puntos	70 puntos	100%
3	Evaluación técnica	100 puntos	85 puntos	85%
4	Evaluación económica	Fórmula		15%

El proceso de evaluación se desarrollará en forma secuencial, conforme al orden establecido en la tabla anterior, cuyos criterios son excluyentes, debiendo cumplir las condiciones establecidas y el puntaje mínimo para superar cada etapa. 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, según se detalla a continuación:

1. Evaluación legal: la evaluación legal del ofertante se realizará examinando los documentos legales solicitados, los cuales deberán cumplir con las condiciones y requisitos legales para cada caso. De existir participación conjunta de ofertantes, cada uno de los participantes 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 de ofertantes no continuará con la siguiente etapa de evaluación. El PEO, verificará la capacidad legal del oferente para ofertar y contratar, como lo indica el artículo 99 de la LCP. Se verificará además que los oferentes no se encuentren en los listados de inhabilitados e incapacitados, incluyendo la extinción del contrato por vía de la caducidad imputable al contratista, conforme la letra c del artículo 24 de la LCP y 118 inciso final de la Ley Simplificada de Adquisiciones para Obras Municipales.

2. 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 los años 2019, 2021 y 2022 o si fue constituida posterior al año 2019 deberá presentar los estados financieros de los años que tenga de existir como empresa. Se excluye 2020 debido a los efectos causados por la pandemia y estado de emergencia decretado en el país. La evaluación financiera se realizará aplicando la metodología de índices o razones financieras, así:

	SOLVENCIA	ÍNDICE >	PUNTOS
a.	Activo corriente / Pasivo corriente	1.40	35
	ENDEUDAMIENTO	ÍNDICE = <	
b.	Pasivo total / Activos totales x 100	60.00	35
	RENTABILIDAD	ÍNDICE >	
c.	Utilidad neta / Patrimonio x 100	20.00	30
	TOTAL		100

La tabla anterior, se aplicará a los estados financieros de los períodos solicitados de cada año y se promediarán los puntos obtenidos 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 los ofertantes que lo integren, sumando los puntos de cada uno de ellos, 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 de ofertantes no será elegible para continuar con la evaluación técnica. En el caso que el ofertante no cumpla con la nota mínima de **70 puntos** en promedio en la evaluación financiera, no será considerado elegible para continuar con la evaluación técnica.

3. Evaluación técnica: durante esta etapa el PEO evaluará la documentación e información presentada en el sobre N° 2 "oferta técnica" solicitada en este numeral y en la Sección III del documento de solicitud, verificando los criterios de evaluación que se establecen en el siguiente cuadro. De conformidad al artículo 82, literal f de la LCP, la institución podrá requerir cualquier documento que considere pertinente para verificar información relacionada a la oferta. El CNR podrá solicitar aclaraciones y/o realizar prevenciones durante el proceso de evaluación de ofertas, de conformidad a lo establecido en el numeral 14 de los documentos de solicitud de ofertas. La evaluación técnica se desarrollará de conformidad a la siguiente tabla con criterios técnicos ponderados establecidos a continuación:

CRITERIOS DE EVALUACIÓN TÉCNICA	Puntaje total: 100 puntos (equivalente al 85% de toda la evaluación)
Capacidad administrativa y técnica	20 puntos
Presenta carta suscrita por la representante legal, 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
Presenta 5 referencias dirigidas al CNR o a quien interese en original o fotocopia simple, emitidas, por instituciones públicas, privadas u organismos a los que haya suministrado servicios iguales o similares a los de la presente contratación (campañas o cuentas publicitarias); dichas campañas o cuentas publicitarias, deben ser igual o mayor de US\$100,000.00 de inversión por año, ejecutadas durante el período comprendido del año 2019 al año 2023 (no se admitirán referencias con inversión acumulada en varios años). Las referencias deberán estar firmadas y selladas por el titular, director, gerente o la persona a cargo de la administración del contrato de la institución o empresa, indicando el número de teléfono o el correo electrónico y nombre de la persona de contacto, según modelo del formulario F5 (carta de referencia del servicio brindado), del documento de solicitud de oferta. Si fueren presentadas en otro formato, se aceptarán siempre que contengan los requisitos detallados en dicho formulario. En caso de haber suministrado servicios iguales o similares para el CNR en el periodo señalado (2019 a 2023), deberá manifestar en su oferta los datos del último contrato, los que serán verificados de conformidad a los artículos 4 y 6 de la LPA, para ser evaluados, debido a que equivaldrá a una de las cinco referencias solicitadas. Solo se evaluarán referencias técnicas que presenten grado de satisfacción de muy bueno o excelente (Si las referencias son calificadas de bueno o regular no serán tomadas en cuenta para la evaluación). Las referencias serán corroboradas por el PEO con las entidades emisoras o con la institución si fuere el caso. De no poder verificarse la información, no será tomada en cuenta la referencia correspondiente para su ponderación. Se aceptarán cartas o constancias de referencia emitidas por una misma institución pública o privada, siempre y cuando sea de contratos y campañas diferentes, asignándosele la ponderación correspondiente. Nota: A las referencias que cumplan con las condiciones antes indicadas, se le asignará 1 punto por cada una.	5 puntos
Presenta portafolio de campañas realizadas para otros clientes y detalle de los contratos de publicidad ejecutados en los últimos 3 años.	2.5 Puntos
Personal clave asignado a trabajar con el CNR: director de cuentas, director creativo, director digital y director de medios. Cada profesional propuesto debe cumplir el perfil siguiente: <ul style="list-style-type: none"> • Experiencia: 5 años (continua o alterna) como mínimo en el puesto propuesto (adjuntar hoja de vida de cada profesional). • Nivel académico: graduado universitario de diseño gráfico, comunicaciones, edición, marketing o carrera a fin (adjuntar copia de título universitario de cada profesional). 	Hasta 6 Puntos

<ul style="list-style-type: none"> Referencias de clientes por campañas realizadas: 3 referencias de clientes por campañas llevadas a cabo en la agencia; que haga constar el desempeño profesional del personal propuesto (excelente o muy bueno). Según formulario F10 (carta de referencia de clientes) del documento de solicitud de oferta. Nota: A cada profesional propuesto se le asignará 1.5 puntos si cumple con el perfil requerido. 	
Propuesta creativa	Hasta 40 puntos
Presenta racional creativo de una campaña demo basada en brief proporcionado por el CNR	2.5 Puntos
Presenta y justifica la idea creativa, sus elementos gráficos, colores, formas u otros elementos creativos.	2.5 Puntos
<p>Presenta propuesta creativa vinculada a lo solicitado en el brief proporcionado por el CNR, cumpliendo con los siguientes criterios:</p> <ul style="list-style-type: none"> 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). 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, presentando una propuesta única, no copia de otras estrategias realizadas por el CNR o cualquier otra institución a escala nacional e internacional (5 puntos). Innovación: aporta elementos innovadores para crear vínculos con las audiencias (5 puntos). Claridad: el mensaje en la propuesta creativa es fácil de identificar, comprensible y directo (5 puntos). 	Hasta 20 Puntos
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 demo proporcionado por el CNR.	7.5 puntos
Presenta una estrategia para medios digitales con el diseño de contenido a utilizar, herramientas, recursos y canales.	7.5 puntos
Plan de medios	Hasta 40 puntos
<p>El ofertante deberá proponer un plan de medios basado en el brief de la campaña demo solicitada en las especificaciones técnicas y condiciones del servicio, que contenga los siguientes medios: radio, prensa escrita, vía pública, medios digitales, material P.O.P. (afiches/tendcards) u otros medios de difusiones masivas o alternativas, que proponga la agencia. 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, secciones, etc.); costo unitario por cuña, anuncios, etc.; rating de franjas o espacios incluidos en el plan. Evaluando con ello la creatividad que tenga la agencia para la difusión de la campaña (5 puntos).</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</p>	15 puntos máximo

ello al cumplimiento de los objetivos de comunicación de una forma estratégica, eficaz y eficiente. (10 puntos).	
Dentro del plan de medios se evaluará la capacidad de negociación del ofertante, brindando la mejor oferta posible (paquetes, costos especiales, entre otros).	10 puntos
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.	10 puntos
Presenta valores agregados y/o bonificaciones que se obtendrían por la pauta.	5 puntos
TOTAL	100 puntos

En caso de no cumplir la totalidad de cada criterio evaluado, no se le asignará puntuación parcial y tendrá cero puntos en el que 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. Las ofertas que alcancen o superen el mínimo de **85 puntos** en la evaluación de los criterios técnicos de cada uno de los ítems, serán consideradas **elegibles** para continuar con el procedimiento de evaluación económica, de lo contrario, serán descalificadas. El puntaje obtenido en esta evaluación se multiplicará por 85% a efecto de establecer la ponderación alcanzada para este aspecto. 4. Evaluación económica: La evaluación económica tiene una ponderación del 15%. El PEO revisará las operaciones aritméticas de la oferta económica, los cuales se detallarán en el formulario F2 – Formulario de lista de cantidades. 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 UCP, con la finalidad que revise y confirme el monto total de la oferta y se remita la subsanación de las prevenciones correspondientes, de conformidad a lo establecido en el DSO. Para la evaluación de la oferta económica, las agencias participantes deberán presentar un monto total (oferta económica) que servirá para la ejecución del contrato durante todo el periodo de vigencia del mismo. El monto total deberá incluir el IVA. Para presentar la oferta económica, la agencia debe tomar en cuenta además de la inversión de la campaña demo, aspectos como: 1) Inversión de **una campaña multimedia adicional** que se ejecutará dentro del período contratado (similar a la campaña demo); 2) Inversión de **tres campañas digitales adicionales** que se ejecutarán dentro del período contratado y 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. X 13"	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 costos de producción en propuesta de materiales, si se amerita; 5) 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 10 meses (meses a definir por la institución). 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:

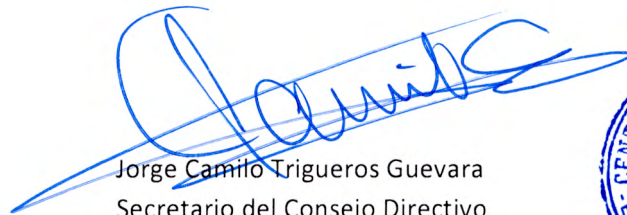
$Puntos\ obtenidos = (POMB / POE) \times 15$; en dónde POMB es el precio de oferta más baja, POE el precio ofertado en la evaluación. El puntaje total vendrá dado por el puntaje total de la oferta = C+D, en dónde C es la evaluación técnica y D es la evaluación de la oferta económica. **La oferta más favorable será la que obtenga el mayor puntaje total.** 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 éstos no se ajustan totalmente a los términos y condiciones de estas especificaciones técnicas.

VIII. Que se propone como miembros para integrar el PEO a Vilma Aracely Orellana Meléndez, subgerente de publicidad -solicitante-; Claudia Regina Arévalo Flores, gerente de comunicaciones -experta en la materia-; Rutilio Selin Batres, coordinador financiero -analista financiero-; Ena Lourdes Oliva López, técnico jurídico - analista legal- y María Lourdes Martel Navas, especialista en compras públicas -designada por la jefe UCP-.

La expositora, de conformidad con lo establecido en la Ley de Compras Públicas -LCP- en sus artículos 18, 20,21, 24, 25, 39, 81, 82, 93, 95 y 99; en la Ley de Procedimientos Administrativos -LPA- en sus artículos 4 y 6; Ley Simplificada de Adquisiciones para Obras Municipales en su artículo 118 inciso final, en el lineamiento 3.11, denominado: "Lineamiento para el método de contratación de Licitación Competitiva", emitido por la DINAC; en uso de sus atribuciones legales, solicita al Consejo Directivo: 1. Aprobar el documento de solicitud de ofertas de la Licitación Competitiva N° LC-06/2024-CNR, denominada: "Servicio de agencia de publicidad para el CNR, año 2024"; 2. Nombrar como miembros del PEO a las personas propuestas y que anteceden.3. Delegar al director ejecutivo o al subdirector ejecutivo para nombrar o sustituir un miembro del PEO, cuando fuere necesario.

Por tanto, el Consejo Directivo, con base en las disposiciones legales antes citadas y lo pedido por la expositora, en uso de sus atribuciones legalmente conferidas:

ACUERDA: I) **Aprobar** el documento de solicitud de ofertas de la Licitación Competitiva N° LC-06/2024-CNR, denominada: "Servicio de agencia de publicidad para el CNR, año 2024". II) **Nombrar** como miembros del PEO a Vilma Aracely Orellana Meléndez, subgerente de publicidad -solicitante-; Claudia Regina Arévalo Flores, gerente de comunicaciones -experta en la materia-; Rutilio Selin Batres, coordinador financiero -analista financiero-; Ena Lourdes Oliva López, técnico jurídico - analista legal- y María Lourdes Martel Navas, especialista en compras públicas -designada por la jefe UCP-. III) **Delegar** al director ejecutivo o al subdirector ejecutivo para nombrar o sustituir un miembro del PEO, cuando fuere necesario. IV) **Comuníquese**. Expedido en San Salvador, veintiséis de enero de dos mil veinticuatro.



Jorge Camilo Trigueros Guevara
Secretario del Consejo Directivo

