



CORPORACIÓN SALVADOREÑA
DE TURISMO

ACTA N° 367/2019

En la ciudad de San Salvador, a las once horas con treinta minutos del día diez de octubre de dos mil diecinueve, reunidos en la Sala de Sesiones de la Corporación Salvadoreña de Turismo, los miembros de la Junta Directiva de esta institución, se estableció el quórum con la asistencia de la Licenciada **Morena Ileana Valdez Vigil**, Directora Presidenta; y, el Licenciado **Edwin Asael Ramírez Guardado**, Director Suplente; los Directores en representación del sector gubernamental, por el Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales, Ingeniero **Alexander Francisco Gil Arévalo**, Director Propietario; por el Ministerio de Cultura, Maestra **Mariemm Eunice Pleitez Quiñonez**, Directora Propietaria. En representación del sector no gubernamental actuando en calidad de propietarios, Licenciado **Ángel Roberto Calderón**; Señora **Aida del Carmen Pineda de Membreño**; Licenciado **Ricardo Miguel Granillo Funes**; y, Arquitecto **Rodrigo Barraza Domínguez**; y, y, actuando en calidad de suplentes, Ingeniero **José Herbert Sermeño Quezada**; y, Licenciado **Salvador Lisandro Villalobos Brizuela**; para realizar la sesión de Junta Directiva N° 367/2019. Encontrándose presente conforme al Art. 14 inciso primero de la Ley de CORSATUR, el Licenciado **Juan José Pineda Roa**, Gerente General de esta Institución. Así como la Licenciada **Leonor Alejandra Selva Flores**, asesora jurídica especializada para la Junta Directiva.

1.- **QUÓRUM**: Se comprobó quórum de apertura con la presencia de los directores arriba mencionados.

2.- **AGENDA**: Se dio lectura a la agenda habiendo sido aprobada.

3.- **ACUERDOS DE SESIÓN ANTERIOR**: Se dio lectura a acuerdos de sesión anterior.

4.- RECURSO DE REVISIÓN

LICITACIÓN ABIERTA DR-CAFTA 01/2019: CONTRATACIÓN DE SERVICIOS INTEGRALES PARA EL DESARROLLO DE EVENTOS NACIONALES, AÑO 2019: Recurso de Revisión

Esta Junta Directiva recibe el informe de la Comisión Especial de Alto Nivel nombrada para conocer del recurso interpuesto por GRUPO DECOARTE, S.A. de C.V., respecto de la decisión adoptada por este órgano colegiado de adjudicación de la Licitación Abierta cubierta por el DR-CAFTA 01/2019 denominado "Contratación de Servicios integrales para el desarrollo de eventos nacionales, año 2019", contenida en el Acuerdo 3039-364/2019, el cual se transcribe a continuación:



CORPORACIÓN SALVADOREÑA
DE TURISMO

Proceso: LICITACIÓN ABIERTA DR-CAFTA 01/2019:
"CONTRATACIÓN DE SERVICIOS INTEGRALES
PARA EL DESARROLLO DE EVENTOS NACIONALES,
AÑO 2019".

Recurrente: GRUPO DECOARTE, S.A. de C.V.

Acto Administrativo recurrido: Acuerdo N° 3039-364/2019

Asunto: Recomendación de la Comisión Especial de Alto Nivel

En la ciudad de San Salvador, a los nueve días del mes de octubre del año dos mil diecinueve, reunidos los suscritos miembros de la Comisión Especial de Alto Nivel, que en el transcurso de este documento puede denominarse "La Comisión", nombrada por la Junta Directiva de CORSATUR, mediante Acuerdo N° 3050-366/2019, de fecha treinta de septiembre del presente año, para conocer del recurso de revisión interpuesto por la sociedad GRUPO DECOARTE, S.A. DE C.V., emitimos la siguiente RECOMENDACIÓN:

I.- SOBRE EL RECURSO DE REVISIÓN PRESENTADO POR GRUPO DECOARTE, S.A. DE C.V.:

La sociedad GRUPO DECOARTE, S.A. de C.V., ofertante del proceso de Licitación Abierta cubierta por el DR-CAFTA 01/2019 denominado "Contratación de Servicios integrales para el desarrollo de eventos nacionales, año 2019", interpuso recurso de revisión en contra del acto administrativo de adjudicación de la licitación en comento, emitido por la Junta Directiva de CORSATUR, a favor de EXPO EL SALVADOR, S.A. de C.V. A continuación, se procede a transcribir los planteamientos de hecho y de derecho expuestas por la sociedad GRUPO DECOARTE, S.A. de C.V. en el recurso de revisión:

I. ANTECEDENTES

Que con fecha veinte de septiembre del presente año, mi representada fue notificada del Acuerdo N° 2993-359/2019, tomado por la Junta Directiva de la Corporación Salvadoreña de Turismo, a quien en adelante denominare CORSATUR, en sesión 364/2019 de fecha veinte de septiembre del presente año, en el cual adjudican la Licitación Abierta DR-CAFTA N° 01/2019 denominada "CONTRATACIÓN DE SERVICIOS INTEGRALES PARA EL DESARROLLO DE EVENTOS NACIONALES, AÑO 2019" a la sociedad EXPO EL SALVADOR S.A. DE C.V.

II. DEL RECURSO DE REVISIÓN

Que por considerar que la resolución de adjudicación antes referida contenida en el acuerdo antes citado no se encuentra apegada a derecho, y por encontrarme en el plazo de Ley, por este medio y de conformidad al Art. 76 de la Ley de Adquisiciones y Contrataciones de la Administración Pública LACAP, y Art. 56 de su reglamento RELACAP, vengo a interponer RECURSO DE REVISIÓN, el cual procedo a sustentar en los términos siguientes:



CORPORACIÓN SALVADOREÑA
DE TURISMO

a) FUNDAMENTO DE HECHO Y DERECHO SOBRE EL CUAL SE FUNDAMENTA EL RECURSO (Art. 78 LACAP)

Con respecto a la resolución objeto del presente recurso se dan varias inconformidades por las cuales se recurre, entre las cuales podemos mencionar la falta de valoración ya sea por error involuntario por parte de la Comisión Evaluadora en relación a tres títulos que no obtuvieron ninguna puntuación, específicamente en la "FASE II PROPUESTA DE MONTAJE" en los títulos siguientes:

- **Señalización y ambientación:** con respecto a este título podemos observar en la puntuación que se nos calificó con 0.00, pero es el caso que nuestra presentación contiene la señalización y ambientación correspondiente y adecuada a nuestra oferta, ésta puede verse en VISUAL 3D PLANTA ALTA PABELLON CENTROAMERICANO EXPOSITORES DE OFERTA TURÍSTICA 14 CIRCUITOS TURÍSTICOS (FOLIO 17), 3D PLANTA BAJA PABELLON CENTROAMERICANO EXPOSITORES DE OFERTA TURÍSTICA 39 CIRCUITOS TURÍSTICOS (FOLIO 19), FACHADA CIFCO (FOLIOS 26, 27, 28), STAND CORSATUR (FOLIOS 30, 31, 32), AREA DE CAFÉ (FOLIO 34, 35), PARQUEO CIFCO (FOLIO 36), PLAZA GASTRONOMICA (FOLIO 37, 38), y BAZAR DE ARTESANÍAS (FOLIO 40), y es en cada una de las secciones enumeradas anteriormente que forman parte de nuestra presentación en las que puede observarse la señalización y ambientación que se ejecutaría en la propuesta presentada. En razón de lo anterior se puede constatar que dicho requerimiento si se cumplió en nuestra oferta presentada.
- **Volumetría:** en cuanto al uso de los volúmenes acordes al concepto creativo en la fachada del recinto, éstas también están indicadas en nuestra presentación específicamente en PLANO DISTRIBUITIVO PLANTA ALTA PABELLON CENTROAMERICANO EXPOSITORES DE OFERTA TURÍSTICA 14 CIRCUITOS (FOLIO 18), PLANO DISTRIBUITIVO PLANTA BAJA PABELLON CENTROAMERICANO EXPOSITORES DE OFERTA TURÍSTICA 39 CIRCUITOS TURÍSTICOS (FOLIO 20), PLANO DISTRIBUITIVO PABELLON 1 BAZAR DE ARTESANÍAS 106 STANDS (FOLIO 22), PLANO DISTRIBUITIVO PARQUEO CIFCO PLAZA GASTRONOMICA 100 ESPACIOS (FOLIO 24) STAND CORSATUR (FOLIO 31), ESCENARIO PRINCIPAL (FOLIO 33), AREA DE CAFÉ (FOLIO 35), PLAZA GASTRONÓMICA (FOLIO 38) en las cuales se permite medir, determinar el volumen y la magnitud, su extensión de lo largo, alto, ancho o los elementos que forman parte de la estructura del diseño.

Finalmente la principal inconformidad de mi representada radica en la Etapa III Evaluación Económica la cual tiene una valoración de 30 puntos y de los cuales únicamente se le adjudicaron 4.09 a mi representada.

Con respecto a este punto hago las siguientes observaciones:

- La sociedad EXPO EL SALVADOR S.A. DE C.V. ofertó para su evaluación económica montos que no se acoplan a la realidad del presupuesto para la ejecución de los proyectos.



CORPORACIÓN SALVADOREÑA
DE TURISMO

- Los valores expuestos por La sociedad EXPO EL SALVADOR S.A. DE C.V. tendrían que modificarse para poder cumplir con el desarrollo de los diferentes eventos.
- Los valores expuestos por mi representada se acoplan a la realidad del evento para su efectiva ejecución.

En las bases de los ofertantes se deben establecer tanto en sus valores como en sus diseños propuestas y ofertas que se apliquen a la realidad para una efectiva ejecución del proyecto. Para el caso de la sociedad EXPO EL SALVADOR S.A. DE C.V. ésta no ha establecido valores reales, ya sea por error involuntario ó por un mal manejo contable para sustentar de sus ofertas. En nuestro caso contamos con mucha experiencia en el ámbito solicitado por lo cual nuestros valores se acoplan a la realidad necesaria para la ejecución de estos. Por ende los valores establecidos por parte de EXPO EL SALVADOR S.A. DE C.V. en cada uno de sus ítems no son reales, lo cual puede verificarse con la revisión de los valores ejecutados por la Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSATUR) en los proyectos de Pueblos Vivos de los años anteriores 2014, 2015 y 2016 como referencia, siendo Pueblos Vivos un evento de gran magnitud al cual asisten un aproximado de 80,000 personas, nos damos cuenta de la inexperiencia en el servicio integral para el desarrollo de eventos de la sociedad EXPO EL SALVADOR S.A. DE C.V. al ofertar \$ 7,706.19 más IVA dicho evento lo cual deja en riesgo de no ejecutarse.

Existe una diferencia del 87% entre nuestra oferta económica y la oferta económica de EXPO EL SALVADOR S.A. DE C.V. lo cual indica una absurda dimensión del manejo de los valores ofertados por parte de EXPO EL SALVADOR S.A. DE C.V. Dicho lo anterior es válido solicitar una revisión de los valores de cada uno de sus ítems ofertados y confrontarlos con los valores reales del mercado aplicable a la ejecución del proyecto, y demostrar que la efectiva ejecución del proyecto requiere de un fondo económico como el expuesto por mi representada, a menos que exista la intención de solicitar una modificación por parte de EXPO EL SALVADOR S.A. DE C.V. en el transcurso del proyecto por un porcentaje de modificación mayor al que permite la ley.

Otro punto por el cual presentamos con respecto a la resolución objeto del presente recurso se dan varias inconformidades por las cuales se recurre, entre las cuales podemos mencionar la falta de valoración ya sea por error involuntario por parte de la Comisión Evaluadora en relación a tres títulos que no obtuvieron ninguna puntuación, específicamente en la "FASE II PROPUESTA DE MONTAJE" en los títulos siguientes:

b) FUNDAMENTOS DE DERECHO

En virtud de lo antes expuesto, y la forma irregular en la cual se ofertó por parte de EXPO EL SALVADOR S.A. DE C.V. y a quien se le adjudicó la licitación, señalo las siguientes disposiciones legales:

- Art. 3 inc. 1º de la Constitución, Art. 44 lit. V), LACAP y Art. 48 de RELACAP; En los cuales se establece el principio de igualdad, con respecto a la falta de puntaje a favor de mi representada GRUPO DECOARTE S.A. DE C.V. en los títulos de Señalización y ambientación, y Volumetría, los cuales se establecen en nuestra presentación por lo que deberían ser valorados al igual que EXPO EL SALVADOR



CORPORACIÓN SALVADOREÑA
DE TURISMO

S.A. DE C.V. ya que la omisión de esta valoración afecta en gran manera nuestro puntaje final.

- Art. 83 -A, 83-B, Y 84 LACAP, En los cuales se establecen las modificaciones pertinentes a los contratos aprobados, las prohibiciones en las modificaciones y la ejecución y responsabilidad del desarrollo de los contratos, lo cual de acuerdo a nuestro amplio conocimiento en el desarrollo de estos proyectos no será posible con los valores establecidos en los ítems en la oferta presentada por EXPO EL SALVADOR S.A. DE C.V.

PETITORIO:

Por lo anteriormente expuesto con todo respeto PIDO:

- Me admita el presente escrito;
- Se tenga de mi parte por legitimada la personería con la cual actúo;
- Se tenga de parte de mi representada por interpuesto el Recurso de Revisión;
- Se me permita poder revisar la oferta presentada por EXPO EL SALVADOR S.A. DE C.V. con el fin de ver los valores que le han dado a cada uno de los ítems
- Se resuelva favorablemente el recurso que hoy se interpone, REVOCANDO la adjudicación realizada a EXPO EL SALVADOR S.A. DE C.V. adjudicándose a mi representada

II.- SOBRE LA ADMISIÓN DEL RECURSO DE REVISIÓN:

La Junta Directiva de CORSATUR en sesión N° 366/2019, realizada a las ocho horas quince minutos del treinta de septiembre de dos mil diecinueve, apegándose a lo establecido en la Ley de Adquisiciones y Contrataciones de la Administración Pública, en adelante LACAP, admitió a trámite el Recurso de Revisión interpuesto por GRUPO DECOARTE, S.A. DE C.V., en contra del acto administrativo adoptado por la Junta Directiva de CORSATUR el veinte de septiembre de dos mil diecinueve, contenido en el Acuerdo N° 3039-364/2019, mediante el cual se adjudicó la Licitación Abierta cubierta por el DR-CAFTA 01/2019 denominado Contratación de Servicios integrales para el desarrollo de eventos nacionales, año 2019 a favor de EXPO EL SALVADOR, S.A. de C.V; y, conforme al Art. 72 inciso último del Reglamento LACAP, mandó a oír, dentro del plazo de tres días contados a partir del día siguiente a la respectiva notificación, a EXPO EL SALVADOR, S.A. de C.V, en su calidad de tercero que pueda resultar perjudicado con el acto que resuelve el recurso de revisión referido.

III.- ARGUMENTOS PLANTEADOS POR EXPO EL SALVADOR, S.A. DE C.V.:

El tres de octubre de dos mil diecinueve, EXPO EL SALVADOR, S.A. DE C.V. presentó escrito, el cual se procede a transcribir según le expuesto:

I. SOBRE LOS ARGUMENTOS ESGRIMIDOS POR GRUPO DECOARTE, S.A DE C.V.

PRINCIPAL INCONFORMIDAD DEL RECURRENTE ETAPA III EVALUACIÓN ECONÓMICA.

No entraremos a analizar la evaluación técnica realizada, debido a que conforme con las bases de licitación, la CEO procederá a la evaluación de la oferta económica únicamente de aquellos ofertantes que hayan sido considerados elegibles en la fase de evaluación de



CORPORACIÓN SALVADOREÑA
DE TURISMO

la oferta técnica; y, en tal sentido tanto GRUPO DECOARTE como EXPO EL SALVADOR, trascendieron a la evaluación de la oferta económica cuyo resultado es la principal inconformidad del recurrente.

Respecto a las siguientes observaciones realizadas por GRUPO DECOARTE:

- La sociedad EXPO EL SALVADOR S.A. DE C.V. ofertó para su evaluación económica montos que no se acoplan a la realidad del presupuesto para la ejecución de los proyectos.
- Los valores expuestos por la sociedad EXPO EL SALVADOR S.A. DE C.V. tendrían que modificarse para poder cumplir con el desarrollo de los diferentes eventos.
- Los valores expuestos por mi representada se acoplan a la realidad del evento para su efectiva ejecución.

Debe entenderse, que la "licitación pública es el procedimiento administrativo de preparación de la voluntad contractual, por el que un ente público en ejercicio de la función administrativa invita a los interesados para que, sujetándose a las bases fijadas en el pliego de condiciones, formulen propuestas de entre las cuales seleccionará y aceptará la más conveniente" (sic. Roberto Dromi, Licitación Pública, p. 76).

Conforme con el artículo 8 del Código Civil Salvadoreño, nadie puede alegar ignorancia de Ley. En ese orden de ideas, el artículo 45 de la LACAP, establece como presunción de derecho, que "La presentación de una oferta por el interesado, dará por aceptadas las indicaciones contenidas en las bases de licitación o concurso"; en tal sentido, dado que en virtud del artículo 43 LACAP, las Bases de Licitación son el instrumento particular que regulará la contratación específica y que las mismas están compuestas por Instrucciones, método de evaluación y selección del adjudicado, así como las condiciones del servicio, nuestra vinculación contractual, así como nuestro sometimiento a las Bases de Licitación se entienden aceptadas simplemente por haberse dado el presupuesto de la "Presentación de nuestra Oferta" dentro del plazo establecido para ello.

Resulta entonces, que el ofertante solo tiene que fijar el precio del bien, obra o servicio licitado, entendiendo como precio "la contraprestación solicitada por el oferente al licitante por la obra, servicio o suministro que se obliga a realizar" mismo que no debe ser justificado por el ofertante en virtud de la voluntad contractual; por lo cual, no le corresponde a un ofertante establecer que sus precios son los precios de Mercado pero los de su competencia no, dado que tal tarea le corresponde a la Comisión de Evaluación de Ofertas (Art.56 inciso 2 RELACAP)

Conforme con lo anterior, la Evaluación de la Oferta Económica contenida en las Bases de Licitación, (página 28) establece que "Los precios establecidos en cada uno de los ítems descritos dentro de cada evento del Anexo X, serán tomados por CORSATUR como **precio base dentro de la ejecución del contrato**" (sic lo subrayado y en negrita es nuestro); es decir, el precio mínimo que se está dispuesto a aceptar por un artículo; en tal sentido, no pueden ser comparados ni verificados contra los valores ejecutados por CORSATUR en los Proyectos de Pueblos Vivos de los años 2014, 2015 y 2016 a los que refiere el



CORPORACIÓN SALVADOREÑA
DE TURISMO

recurrente, porque incluso en ejecución contractual encontraría items que no han sido considerados en las bases de licitación y lo que de ninguna manera presupone poner en riesgo de ejecución los proyectos cubiertos por esta licitación.

Finalmente, el recurrente debería ser cuidadoso con sus valoraciones respecto de la oferta económica presentada por mí representada, ya que una empresa con las credenciales ampliamente demostradas en éste y otros procesos de Licitación Pública y con el prestigio de mi representada, ganadora de premios nacionales e internacionales, no haría una oferta temeraria.

En virtud de lo anteriormente expuesto, Bases de Licitación DR-CAFTA No. 01/2019 denominada "CONTRATACIÓN DE SERVICIOS INTEGRALES PARA EL DESARROLLO DE EVENTOS NACIONALES, AÑO 2019", Capítulo 9 del DR-CAFTA, Artículos 43 y 77 LACAP, 71 y 72 del RELACAP, SOLICITO :

- a. Se admita el presente escrito,
- b. Se tenga por evacuado el traslado conferido conforme con el artículo 72 RELACAP,
- c. Se CONFIRME el acuerdo número 3039-364/2019 mediante el cual Se Adjudicó a EXPO EL SALVADOR, S.A. DE C.V. hasta por la cantidad de SEISCIENTOS MIL DÓLARES (US\$600,000.00) el proceso de Licitación Abierta cubierta por el DR-CAFTA No. 01/2019 denominada CONTRATACIÓN DE SERVICIOS INTEGRALES PARA EL DESARROLLO DE EVENTOS NACIONALES, AÑO 2019.
- d. Se continúe con el trámite de ley y una vez notificado el resultado del Recurso de Revisión, se proceda a la formalización del Contrato conforme con los artículos 79 y siguientes LACAP.

IV.- ANÁLISIS Y RECOMENDACIÓN DE LA COMISIÓN ESPECIAL DE ALTO NIVEL:

Visto el recurso de revisión interpuesto por GRUPO DECOARTE, S.A. DE C.V., esta Comisión ha procedido a revisar sus alegatos dentro del marco de las bases de esta Licitación Abierta, como el instrumento normativo específico que regula este proceso de contratación; e integralmente con los argumentos planteados por EXPO EL SALVADOR, S.A. DE C.V. dadas dentro de la tramitación de este recurso de revisión; el acto administrativo de adjudicación de este proceso de compra; el informe de evaluación de ofertas y acta de recomendación emitido por la Comisión de Evaluación de Ofertas nombrada en su oportunidad para esos efectos; del informe de evaluación de ofertas técnicas y económicas, suscrito por el personal técnico institucional que conoció de éstas; y de las respectivas ofertas presentadas.

A.- SOBRE LA EVALUACIÓN REALIZADA A OFERTA TÉCNICA DE GRUPO DECOARTE, S.A. DE C.V.

La recurrente ha presentado alegatos respecto del resultado obtenido en la ETAPA II: EVALUACIÓN TÉCNICA de su oferta, en los siguientes aspectos:



CORPORACIÓN SALVADOREÑA
DE TURISMO

FASE II: PROPUESTA DE EVENTO DETALLADO EN EL SECCIÓN IV: ESPECIFICACIONES TÉCNICAS, NUMERAL 8: PROPUESTA DE MONTAJE:

1.- CONCEPTO CREATIVO:
SEÑALIZACIÓN Y AMBIENTACIÓN

El recurrente GRUPO DECOARTE, S.A. de C.V., sobre este punto expuso en síntesis que: "...con respecto a este título podemos observar en la puntuación que se nos calificó con 0.00, pero es el caso que nuestra presentación contiene la señalización y ambientación correspondiente y adecuada a nuestra oferta,..."

La comisión de evaluación de oferta la cual determinó que: "presenta ambientación en área de café escenario principal, fachada y stand de CORSATUR, sin embargo no presenta propuesta de señalización, de igual forma presenta ambientación para un área de venta de artesanía y plaza gastronómica, sin embargo estas no son objeto de evaluación. folio 16 a 39".

Del análisis técnico de la Comisión Especial de alto nivel se determina que la oferta de GRUPO DECOARTE, S.A. DE C.V. y específicamente sobre este aspecto evaluado, concluye que presenta señalización en todo lo propuesto en su oferta. En cuanto a la ambientación se ha verificado que presenta para: a) el desarrollo de la feria, b) fachada principal, c) stand de CORSATUR, no así, para el d) ambientación de los 53 circuitos turísticos, por lo que, técnicamente es procedente asignar un puntaje de 3.28 a este criterio de evaluación denominado señalización y ambientación. Estas valoraciones se han efectuado tomando en cuenta lo que corre agregado a los folios del 410 al 438 del expediente del proceso de compra en lo relativo a la oferta presentada por GRUPO DECOARTE, S.A. DE C.V.

Finalmente en cuanto a este punto, la comisión especial de alto nivel ha determinado asignar un puntaje en cuanto a señalización y ambientación de 3.28; modificando así lo otorgado por la comisión de evaluación de oferta la cual asignó un puntaje de 0.00.

FASE II: PROPUESTA DE EVENTO DETALLADO EN EL SECCIÓN IV: ESPECIFICACIONES TÉCNICAS, NUMERAL 8: PROPUESTA DE MONTAJE:

3. VOLUMETRÍA

Uso de Volúmenes acordes al concepto creativo en fachada del recinto.

En cuanto al uso de volúmenes acordes al concepto creativo en la fachada del recinto, entiéndase la fachada del Centro Internacional de Ferias y Convenciones (CIFCO), consta en el informe de la Comisión de Evaluación de Ofertas la siguiente justificación sobre este criterio de evaluación: "La propuesta de fachada se limita a banners colocados sobre las fascias existentes en CIFCO, no hay elementos dinámicos ni sobresalientes a las superficies existentes, lo cual genera monotonía en su diseño. Folio 25 al 27"; asignando dicha Comisión un puntaje de 0.00 puntos.



**CORPORACIÓN SALVADOREÑA
DE TURISMO**

Del análisis técnico que esta Comisión Especial de Alto Nivel, ha realizado en cuanto a la Volumetría, se confirma la ausencia de esta para la fachada del CIFCO presentada en la propuesta del recurrente, siendo las mismas justificaciones técnicas que constan en el informe de la Comisión de Evaluación de Ofertas, por tanto, es procedente ratificar el puntaje de la Comisión, es decir 0.00 puntos sobre este criterio de evaluación.

Al revisar la respuesta de EXPO EL SALVADOR, en cuanto al traslado de este recurso en el cual expresa lo siguiente: "no entraremos a analizar la evaluación técnica realizada, debido a que conforme con las bases de licitación, la CEO procederá a la evaluación de la oferta económica únicamente de aquellos ofertantes que hayan sido considerados elegibles en la fase de evaluación de la oferta técnica; y, en tal sentido tanto GRUPO DECOARTE como EXPO EL SALVADOR, trascendieron a la evaluación de la oferta económica cuyo resultado es la principal inconformidad del recurrente"; esta Comisión concluye que los puntajes obtenidos por EXPO EL SALVADOR en la etapa II de evaluación técnica, no se modifican.

Finalmente con estos resultados y la modificación en los puntajes obtenidos, a continuación se detalla resumen del cuadro de los criterios de evaluación:

BASES DE LICITACIÓN: SECCIÓN II, ETAPA II, FASE II PROPUESTA DE MONTAJE, EVALUACIÓN TÉCNICA

FASE II		Puntos Máximos Esperados	EXPO EL SALVADOR	DECOARTE
Evento: Feria Pueblos Vivos				
1	Concepto Creativo.	HASTA 15.00 PUNTOS	15,00	14,53
	Señalización y ambientación	3,75	3,75	3,28
	Comunicación visual (La relación entre el concepto y la línea gráfica)	3,75	3,75	3,75
	Elementos emblemáticos y recursos a utilizar	3,75	3,75	3,75
	Representaciones artísticas	3,75	3,75	3,75
2	Optimización, funcionalidad y Distribución del Espacio, Se evaluará	HASTA 10.00 PUNTOS	10,00	10,00
	Propuesta de distribución	2,50	2,50	2,50
	Eficiencia en cuanto al uso de los espacios	2,50	2,50	2,50
	Espacios de Circulación	2,50	2,50	2,50
	Disposición del mobiliario	2,50	2,50	2,50
3	Volumetría	HASTA 5.00 PUNTOS	0,00	0,00
	Uso de volúmenes acordes al concepto creativo en fachada del recinto	5,00	0,00	0,00
4	Presentación de propuesta de montaje, Incluir	HASTA 10.00 PUNTOS	10,00	8,00
	Planta Arquitectónica	2,00	2,00	2,00
	Secciones	2,00	2,00	0,00
	Elevaciones	2,00	2,00	2,00
	Detalles Arquitectónicos	2,00	2,00	2,00
	Renders y Vistas 3D	2,00	2,00	2,00
TOTAL EVENTO		40,00	35,00	32,53



CORPORACIÓN SALVADOREÑA
DE TURISMO

De acuerdo a lo establecido en las Bases de Licitación, Sección II, Etapa II, el puntaje de la Fase I Experiencia del Ofertante se adicionará al resultado que se obtenga en la Fase II Propuesta de Evento, esta sumatoria será el puntaje total de la evaluación técnica, en la que el puntaje mínimo para que el ofertante sea considerado elegible es de 80.00 puntos.

No.	OFERTA TÉCNICA	Puntaje Esperado	Puntaje final Obtenido Por Expo El Salvador	Puntaje final Obtenido Por DECOARTE
1	FASE I EXPERIENCIA DE LA OFERTANTE	60.00 puntos	59,00	56,75
2	FASE II PROPUESTA DE EVENTO	40.00 puntos	35,00	32.53
Total FASE I y FASE II		100.00 puntos	94,00	89.28
PUNTAJE MÍNIMO REQUERIDO		80.00 puntos		

Para efectos de la calificación final, el puntaje obtenido en la sumatoria de la Fase I y Fase II se multiplicará por el factor 0.70, siendo el puntaje que resulte el que se traslade al cuadro de calificación final.

B.- SOBRE ETAPA III. EVALUACIÓN ECONÓMICA:

Respecto a la etapa de evaluación económica, GRUPO DECOARTE, S.A. DE C.V. en su escrito de Recurso de Revisión, argumentó los siguientes puntos:

La sociedad EXPO EL SALVADOR S.A de C.V., ofertó para su evaluación montos que no se acoplan a la realidad del presupuesto para la ejecución de los proyectos.

Esta Comisión, en el marco de las Bases de Licitación de este proceso de compra, que de conformidad con lo dispuesto en el art. 43 de la Ley de Adquisiciones y Contrataciones de la Administración Pública (LACAP), las bases de licitación son el instrumento normativo obligatorio que regulará cada licitación en particular; que los arts. 44 literal r) y 55 de la LACAP, disponen que la evaluación se realizará de acuerdo a lo establecido en las bases de licitación; y en igual sentido lo plantea el art. 48 del reglamento de dicha ley, al ordenar que en la evaluación se tomen en cuenta únicamente los parámetros establecidos en las bases de licitación, tiene por competencia evaluar la oferta económica apegándose a lo requerido en esta etapa, de conformidad con lo siguiente:

ETAPA III EVALUACIÓN ECONÓMICA

Se procederá a la evaluación de la oferta económica únicamente de aquellos ofertantes que hayan sido considerados elegibles en la fase de evaluación de la oferta técnica.

CORSATUR, se reserva el derecho de realizar los análisis que estime pertinentes y de revisar las operaciones aritméticas de las propuestas de las ofertas económicas presentadas, en caso de existir errores aritméticos y/o incongruencias en la(s) Oferta(s) Económica(s), la Comisión Evaluadora de Ofertas determinará el valor definitivo de la Oferta; en tal caso se entenderá por monto definitivo de la oferta, los montos unitarios y/o totales revisados y corregidos por los responsables.



CORPORACIÓN SALVADOREÑA
DE TURISMO

La oferta económica deberá presentarse de acuerdo al formato en el Anexo II CARTA DE OFERTA ECONÓMICA y Anexo X, PROPUESTA DE COSTEO DE MONTAJE DE 4 EVENTOS, adjunto en archivo digital.

Los precios establecidos en cada uno de los ítems descritos dentro de cada evento del Anexo X, serán tomados por CORSATUR como precio base dentro de la ejecución del contrato.

El valor total de la oferta económica, será la sumatoria del monto total establecido para cada uno de los 4 eventos.

El puntaje máximo a obtener en la evaluación de la oferta económica es de 30 puntos. La oferta económica más baja será la base de la evaluación, a la cual se le otorgará el máximo de 30 puntos. Las ofertas que sean más altas, obtendrán un puntaje inversamente proporcional en comparación a la oferta más baja recibida, así:

$$\text{Puntos Obtenidos} = (\text{OMB}/\text{OE}) \times 30 \text{ puntos}$$

Dónde:

OMB = oferta más baja OE = ofertado en evaluación.

Sobre este punto, GRUPO DECOARTE, S.A. DE C.V., plantea una aseveración de carácter económico que no forma parte de un criterio de evaluación dentro de las bases de licitación; es decir que los ofertantes en sus propuestas se apegan a condiciones que son propias de cada uno en cuanto a su capacidad instalada de activos, ya sean estos bienes muebles, inmuebles que poseen y de la eficiencia con que se manejen estos recursos, además de su capacidad de negociación con sus diversos proveedores para obtener mejores precios dentro del mercado; entre otros factores incidentes en la determinación de precios unitarios.

Al realizar el análisis de las ofertas económicas presentadas, consta a folios 715 y 717 que la Comisión de evaluación de ofertas previno a ambos ofertantes para que: "...confirmara que en caso de resultar adjudicados, los costos presentados por la ofertante en su oferta económica (sobre No. 2) para cada uno de los eventos: ..es el costo final para CORSATUR"; y al evacuar esta prevención respondieron en los términos siguientes:

Por GRUPO DECOARTE, S.A. DE C.V.:

"Aclaremos que los costos presentados en la oferta económica (sobre 2) para los eventos 1. Eventos Feria Pueblos Vivos en Pabellón Centroamericano de CIFCO 2. Activaciones en Plaza Marinera del Complejo Turístico del Puerto de La Libertad (Malecón) 3. Recibimiento de Cruceros. 4. Evento Premio Nacional de Turismo, son los por servicios finales de un día de servicio."

Por EXPO EL SALVADOR, S.A. DE C.V.:

"Confirmamos que en caso de resultar adjudicados los costos presentados en nuestra oferta económica (Sobre 2) para cada uno de los eventos solicitados en las



CORPORACIÓN SALVADOREÑA
DE TURISMO

bases, es el costo final para CORSATUR tal como se solicita en las bases y se expresa en nuestra oferta.

En tal sentido, esta Comisión concluye que los precios ofertados al estar sujetos a un criterio de evaluación definido en la base de licitación, y bajo los cuales fueron evaluados por la Comisión Evaluadora de la Oferta, se determina que basados en el principio de igualdad de los oferentes, el resultado obtenido en la etapa III de Evaluación Económica, se apega al criterio de la base de licitación; y por lo tanto, se ratifican los puntajes obtenidos por los ofertantes en dicha etapa.

- Los valores expuestos por la sociedad EXPO EL SALVADOR, S.A de C.V., tendrían que modificarse para poder cumplir con el desarrollo de los diferentes eventos.

En congruencia con las consideraciones anteriores, y sobre la base de la respuesta que expresó cada ofertante al prevenirle sobre sus ofertas económicas, específicamente sobre los costos presentados por los ofertantes en su oferta económica para cada uno de los eventos en lo relativo a los precios; esta Comisión concluye que, con base a la respuesta que emitió en la prevención EXPO EL SALVADOR, S.A. DE C.V., al manifestar que para cada uno de los eventos solicitados de acuerdo al Anexo X de las bases de licitación, es el costo final de ejecución para CORSATUR, en ese sentido, no debería existir ninguna modificación a los valores expuestos para poder cumplir con el desarrollo de los eventos.

Sin embargo, los bienes o servicios no contemplados en Anexo X de las bases de licitación que sean necesarios para el buen desarrollo de los eventos, podrán ser solicitados por el Administrador de contrato según las necesidades que se requieran, siendo los eventos ofertados una parte del presupuesto total del contrato, tomado para efectos de evaluación de la licitación; y en congruencia con lo anterior, la Sección IV de las Especificaciones Técnicas, Numeral 6.2 Principales Actividades a Realizar, literal a) de las Bases de Licitación, establece que "los eventos promocionales poseen un objetivo de comunicación muy definido y medible... Entre los eventos que realiza CORSATUR se encuentran: Ferias turísticas, lanzamientos, conferencias de prensa, ruedas de negocios, congresos, activaciones, recepciones, torneos deportivos, entre otras actividades".

Al respecto de este alegato, esta Comisión ratifica los puntajes asignados por la comisión anterior en la etapa III de evaluación económica, en vista que EXPO EL SALVADOR, S.A. DE C.V. cumple con el criterio de evaluación establecido en las bases de licitación, por haber presentado la oferta económica más baja.

Asimismo, la Comisión Especial de Alto Nivel recomienda que la Administración de contrato deberá apearse a los documentos contractuales para la ejecución de los eventos y precios ofertados: 1. Eventos Feria Pueblos Vivos en Pabellón Centroamericano de CIFCO; 2. Activaciones en Plaza Marinera del Complejo Turístico del Puerto de La Libertad (Malecón); 3. Recibimiento de Cruceros; y, 4. Evento Premio Nacional de Turismo; verificando su cumplimiento.



CORPORACIÓN SALVADOREÑA
DE TURISMO

- Los valores expuestos por DECOARTE S.A de C.V., se acoplan a la realidad del evento para su efectiva ejecución.

A este respecto, GRUPO DECOARTE, S.A. DE C.V. al referirse a su oferta económica considera su capacidad operativa bajo condiciones propias en la ejecución de eventos de esta naturaleza, ya que expresa contar con mucha experiencia en el ámbito solicitado.

Sobre lo expuesto por GRUPO DECOARTE, esta Comisión considera que lo que manifiesta necesarios para la efectiva ejecución de los eventos, no están basados en los criterios objeto de evaluación de la etapa III Evaluación Económica de las bases de licitación de este proceso de compra; en consecuencia, su oferta económica fue sujeta de evaluación, cuyo criterio de asignación de puntaje es el siguiente:

“Las ofertas que sean más altas, obtendrán un puntaje inversamente proporcional en comparación a la oferta más baja recibida”.

De dicha evaluación al haber presentado la oferta económica más alta y al aplicar la fórmula establecida en la base de licitación para esta etapa, GRUPO DECOARTE, obtuvo 4.09 puntos de los 30.00 puntos posibles; por tanto se ratifica el puntaje asignado por la comisión anterior en la etapa III de evaluación económica.

D.- CALIFICACIÓN FINAL:

Que luego del resultado obtenido en la Etapa II Evaluación Técnica, en donde el ofertante GRUPO DECOARTE obtuvo una modificación en la Fase II y como resultado su calificación final aumenta su puntaje. De acuerdo a las bases de licitación, se obtiene el resultado siguiente:

No.	Descripción	Puntaje	Puntaje Final obtenido por Expo El Salvador	Puntaje Final obtenido por DECOARTE
1	Etapa II. Evaluación Técnica	70 puntos	65,80	62,50
2	Etapa III. Evaluación Económica	30 puntos	30,00	4,09
Total		100 puntos	95,80	66.59

Por lo antes expuesto, y aplicando el criterio de adjudicación establecido en las bases de esta Licitación, para efectos de adjudicación se recomienda:

RECOMENDACIÓN DE COMISIÓN DE EVALUACIÓN DE ALTO NIVEL:

Vistas las consideraciones fácticas y normativas desarrolladas en este informe, los miembros de esta Comisión Especial de Alto Nivel habiendo analizado los extremos del recurso de revisión y de la documentación que forma parte del proceso de LICITACIÓN ABIERTA CUBIERTA POR EL DR-CAFTA N° 01/2019: “CONTRATACIÓN DE SERVICIOS INTEGRALES PARA EL DESARROLLO DE EVENTOS NACIONALES, AÑO 2019”, sobre la base del Capítulo 9 del DR-CAFTA y Art. 77 inc. 2°, de la LACAP, recomienda a la Junta Directiva de CORSATUR:



CORPORACIÓN SALVADOREÑA
DE TURISMO

I. **MODIFICAR** la evaluación técnica de GRUPO DECOARTE, S.A. de C.V., correspondiente a la Fase II, Propuesta de Montaje, en el sentido de aumentar el puntaje asignado de 0.00 puntos a 3.28 puntos, por sí haber presentado señalización y ambientación, según lo requerido en las bases. Por lo que la evaluación técnica para GRUPO DECOARTE, S.A. de C.V., se establece de la siguiente forma:

No.	OFERTA TÉCNICA	Puntaje Esperado	Puntaje final Obtenido Por DECOARTE
1	FASE I EXPERIENCIA DE LA OFERTANTE	60.00 puntos	56,75
2	FASE II PROPUESTA DE EVENTO	40.00 puntos	32,53
Total FASE I y FASE II		100.00 puntos	89,28

II. **MODIFICAR** la Calificación Final de GRUPO DECOARTE, S.A. de C.V., en el sentido de modificar el puntaje asignado de 64.29 puntos por 66.59, es decir adicionando los 3.28 puntos correspondientes Al criterio de Señalización y Ambientación.

No.	Descripción	Puntaje	Puntaje Final obtenido por DECOARTE
1	Etapa II. Evaluación Técnica	70 puntos	62,50
2	Etapa III. Evaluación Económica	30 puntos	4,09
Total		100 puntos	66,59

III. Considerando que la anterior modificación, no es de tal índole que afecte la decisión de adjudicación contenida en el Acuerdo N° 3039-364/2019, la Comisión Especial de Alto Nivel acuerda **RATIFICAR** el acto administrativo de adjudicación emitido por la Junta Directiva de CORSATUR, de la LICITACIÓN ABIERTA CUBIERTA POR EL DR-CAFTA 01/2019: "CONTRATACIÓN DE SERVICIOS INTEGRALES PARA EL DESARROLLO DE EVENTOS NACIONALES, AÑO 2019" a EXPO EL SALVADOR, S.A. de C.V. hasta por la cantidad de SEISCIENTOS MIL DÓLARES 00/100 (US\$600,000.00) IVA incluido.

ANÁLISIS Y DELIBERACIÓN DE LA JUNTA DIRECTIVA

Que esta Junta Directiva se encuentra informada de los planteamientos expuestos por la recurrente, GRUPO DECOARTE, S.A. de C.V., por el tercero beneficiado EXPO EL SALVADOR, S.A. DE C.V., así como del contenido de la recomendación emitida por la Comisión nombrada, a la luz del tenor literal de las bases de esta licitación aprobada por esta Junta Directiva que rigen este proceso de compra.

Se reitera que, conforme al Capítulo 9 del DR-CAFTA, Art. 43 de la LACAP, esta Junta Directiva ha adoptado y adoptará sus decisiones ateniéndose a lo dispuesto en las bases de licitación aprobadas por este órgano colegiado, incluyendo lo relativo a los aspectos de forma requeridos para la presentación de documentos, así como a la documentación e información que obra a este momento en el expediente de licitación. Lo anterior, considerando que las bases son el instrumento que fija los extremos contractuales y procedimentales de la Licitación, entre ellos su objeto, las condiciones para ser admitido a la misma, los criterios y parámetros para evaluar las propuestas de los ofertantes, y seleccionar y aceptar la más ventajosa para el cumplimiento de una finalidad institucional.



CORPORACIÓN SALVADOREÑA
DE TURISMO

En conclusión, la Junta Directiva de manera unánime expresan estar de acuerdo con la recomendación de la Comisión Especial de Alto Nivel, sin que medie objeción legal en este acto, por ser lo que conforme a las bases de esta Licitación, establece el expediente administrativo, así como la Ley de Adquisiciones y Contrataciones de la Administración Pública, por lo que ACUERDA:

ACUERDO N° 3051-367/2019:

I. **MODIFICAR** la evaluación técnica de GRUPO DECOARTE, S.A. de C.V., correspondiente a la Fase II, Propuesta de Montaje, en el sentido de aumentar el puntaje asignado de 0.00 puntos a 3.28 puntos, por sí haber presentado señalización y ambientación, según lo requerido en las bases. Por lo que la evaluación técnica para GRUPO DECOARTE, S.A. de C.V., se establece de la siguiente forma:

No.	OFERTA TÉCNICA	Puntaje Esperado	Puntaje final Obtenido Por DECOARTE
1	FASE I EXPERIENCIA DE LA OFERTANTE	60.00 puntos	56,75
2	FASE II PROPUESTA DE EVENTO	40.00 puntos	32.53
Total FASE I y FASE II		100.00 puntos	89.28

II. **MODIFICAR** la Calificación Final de GRUPO DECOARTE, S.A. de C.V., en el sentido de modificar el puntaje asignado de 64.29 puntos por 66.59, es decir adicionando los 3.28 puntos correspondientes Al criterio de Señalización y Ambientación.

No.	Descripción	Puntaje	Puntaje Final obtenido por DECOARTE
1	Etapas II. Evaluación Técnica	70 puntos	62,50
2	Etapas III. Evaluación Económica	30 puntos	4,09
Total		100 puntos	66.59

III. Considerando que la anterior modificación, no es de tal índole que afecte la decisión de adjudicación contenida en el Acuerdo N° 3039-364/2019, la Comisión Especial de Alto Nivel acuerda **RATIFICAR** el acto administrativo de adjudicación emitido por la Junta Directiva de CORSATUR, de la LICITACIÓN ABIERTA CUBIERTA POR EL DR-CAFTA 01/2019: "CONTRATACIÓN DE SERVICIOS INTEGRALES PARA EL DESARROLLO DE EVENTOS NACIONALES, AÑO 2019" a EXPO EL SALVADOR, S.A. de C.V. hasta por la cantidad de SEISCIENTOS MIL DÓLARES 00/100 (US\$600,000.00) IVA incluido.

IV.- Facultar a la Directora Presidenta, para que emita la certificación de este acto administrativo.

V.- Autorizar a la Unidad de Adquisiciones y Contrataciones Institucional para que notifique este acuerdo de Junta Directiva, de conformidad a lo establecido en los Artículos 57 y 74 de la LACAP.



CORPORACIÓN SALVADOREÑA
DE TURISMO

V.- Para la suscripción del contrato respectivo, quedan facultados la Directora Presidenta, así como el Gerente General para que, cualquiera de ellos comparezca ante notario a la suscripción respectiva.

VI.- Facultar a la Directora Presidenta y/o al Gerente General de nombrar al Administrador de contrato del presente proceso.

5.- PROCESO DE COMPRA

LICITACIÓN PÚBLICA N° 06/2019: "Contratación de Servicios Profesionales de Agencia de Publicidad para Campañas de Comunicación, Acciones de Promoción, Relaciones Públicas y Comercialización; para su Divulgación a Nivel Internacional Año 2019". Informe de Comisión de Evaluación de Ofertas.

De acuerdo a lo establecido en el Art. 18 de la Ley de Adquisiciones y Contrataciones de la Administración Pública, en adelante LACAP, esta Junta Directiva aprobó mediante el Acuerdo N° 3014-362/2019, las bases de Licitación Pública denominada: "Contratación de Servicios Profesionales de Agencia de Publicidad para Campañas de Comunicación, Acciones de Promoción, Relaciones Públicas y Comercialización; para su Divulgación a Nivel Internacional Año 2019". Siendo en esta oportunidad que la Comisión de Evaluación de Ofertas, presenta a Junta Directiva el informe de recomendación respectiva, para consideración y decisión de este órgano colegiado, lo cual en síntesis se efectúa en los términos siguientes:

23 de Agosto de 2019: Aprobación de bases:

La Junta Directiva de la Corporación Salvadoreña de Turismo, según acuerdo N° 3014-362/2019, autorizó promover la Licitación Pública No. 06/2019, con la finalidad de contratar a una persona natural o jurídica o asocio de éstas, para que proporcione los Servicios Profesionales de Agencia de Publicidad para Campañas de Comunicación, Acciones de Promoción, Relaciones Públicas y Comercialización; para su Divulgación a Nivel Internacional Año 2019.

27 de Agosto de 2019: Publicación de convocatoria en prensa:

La convocatoria para la presente Licitación se publicó el veintisiete de julio de dos mil diecinueve, en un periódico de mayor circulación del país: La Prensa Gráfica y en el módulo de COMPRASAL del Ministerio de Hacienda.

28 y 29 de Agosto de 2019: Retiro de bases de licitación:

Los días veintiocho y veintinueve de Agosto de dos mil diecinueve, se presentó a retirar bases a CORSATUR, el siguiente interesado:

1. BIANCHI Y ASOCIADOS, S.A. de C.V.
2. O&R MAKETING COMMUNICATIONS, S.A. de C.V.
3. IMC MEDIA & COMMUNICATIONS, SLU

A través del módulo de COMPRASAL del Ministerio de Hacienda, descargaron vía electrónica las bases, los siguientes interesados:



CORPORACIÓN SALVADOREÑA
DE TURISMO

1. CENTROAMERICA PORTER NOVELLI, S.A. de C.V.
2. COMUNICACION CREATIVA, S.A. de C.V.
3. APEX PUBLICIDAD, S.A. de C.V.
4. DEMENTE AGENCIA CREATIVA DIGITAL, S.A. de C.V.
5. OMD EL SALVADOR, S.A. de C.V.
6. GRUPO PLAN B, S.A. de C.V.
7. OMNIMARK DE EL SALVADOR, S.A. de C.V.
8. IMC MEDIA & COMMUNICATIONS, SLU

13 de Septiembre de 2019: Recepción y apertura de ofertas:

El trece de Septiembre de dos mil diecinueve, se efectuó la recepción y apertura de ofertas, presentándose únicamente y se procede según el Art. 63 de la LACAP:

- IMC MEDIA & COMMUNICATIONS, SLU

En cumplimiento al Instructivo UNAC N° 01/2015, emitido por la Unidad Normativa de Adquisiciones y Contrataciones del Administración Pública –UNAC-, el delegado de UACI verificó en los registros de inhabilitados e incapacitados en el sistema electrónico de COMPRASAL, constatando que en el día y hora de recepción de las ofertas, los ofertantes no se encontraban incluidos en los referidos listados. En el acto de apertura de ofertas se revisó que los ofertantes presentaran garantía de mantenimiento de oferta, de acuerdo a los términos y condiciones establecidos en las bases de licitación, además se dio lectura al monto de la oferta económica. Todo lo anterior quedó consignado en el acta de apertura de ofertas que se levantó a continuación del acto de apertura.

De conformidad al Art. 20 LACAP, por designación del titular, la Directora Presidente de CORSATUR, mediante Resolución N° 30/2019, nombró a profesionales de diferentes áreas de conocimiento para que evaluaran, según su perfil profesional, las ofertas presentadas y emitan opinión al respecto.

EVALUACIÓN DE OFERTAS:

VERIFICACIÓN PRESUPUESTARIA:

Según las bases de Licitación, previo a iniciar el proceso de evaluación de ofertas, el delegado de la UACI les informa a los miembros de la Comisión de Evaluación de Ofertas, que la única oferta presentada según lo solicitado en el Anexo II es IMC MEDIA & COMMUNICATIONS, SLU, a continuación se presenta el cuadro resumen de inversión:

Servicios	*Inversión total IVA Incluido	Comisión que obtendrá por los servicios planteados (%)
Medios	\$ 302,674.25	4.50% / 8%
Producción	\$ 70,760.00	9.00%
Relaciones Públicas	\$ 31,410.00	9.00%
Estrategia de Comercialización	\$ 19,000.00	12.50%
TOTAL IVA Incluido	\$423,844.25	



CORPORACIÓN SALVADOREÑA
DE TURISMO

Siendo el monto certificado por \$249,000.00, la CEO analiza que la inversión ofertada es en base a la campaña demo presentada, y no a cantidades de ejecución, además, en las bases de licitación en la Sección III De La Contratación, numeral 13 Precio y Forma de Pago, dice que: Se suscribirá contrato hasta por el monto total de la disponibilidad presupuestaria, por lo tanto para este proceso, no procede emitir pronunciamiento respecto de si la oferta económica está o no dentro de monto certificado, por lo que el ofertante IMC MEDIA & COMMUNICATIONS, SLU, puede continuar en el proceso de evaluación.

1. Evaluación de Ofertas.

ETAPA I: Evaluación legal y financiera:

CAPACIDAD LEGAL:

De conformidad a lo establecido en las bases, se revisó la documentación legal presentada por:

	DOCUMENTO	CUMPLEN	NO CUMPLEN
1	Garantía de mantenimiento de oferta emitida por institución autorizada por la Superintendencia del Sistema Financiero de El Salvador.	X	
2	Declaración de Integridad, con firma legalizada ante notario.		
3	Constitución de la Sociedad y sus modificaciones, fusiones y transformaciones si las hubiere; inscrita conforme a las leyes del país de origen, según aplique.	X	
4	Credencial del representante legal vigente u otro documento que lo acredite como tal.	X	
5	Poder	X	
6	Pasaporte vigente o carné de residente del representante legal de la sociedad oferente o del apoderado, según el caso.	X	
7	Nota señalando lugar para recibir notificaciones en El Salvador; y, autorización para recibir notificaciones vía fax o por medio de correo electrónico.	X	
8	8.1/ Solvencia tributaria expedida por la Dirección General de Impuestos Internos o constancia de no contribuyente (No es subsanable)	X	
	8.2/ Solvencia Municipal expedida por la Alcaldía del domicilio que fije el ofertante.		X
	8.3/ Solvencia de régimen de pensiones expedidas por las Administradoras de fondos de pensiones (AFP CONFÍA/ AFP CRECER)		X
	8.4/ Solvencia de régimen de pensiones del IPSFA		X
	8.5/ Solvencia de régimen de pensiones extendida por el ISSS		X
	8.6/ Solvencia de régimen de salud expedida por el ISSS		X

Luego de haber revisado la documentación legal presentada por el IMC MEDIA & COMMUNICATIONS, SLU, se le previno en los términos siguientes:

- Deberá presentar las solvencias según lo requerido en las bases de Licitación y en caso de no cotizar a alguna de las siguientes instituciones, deberá presentar constancia en que se afirme tal circunstancia, emitida por la entidad correspondiente.
 - o Solvencia Municipal expedida por la Alcaldía del domicilio que fije el ofertante.



**CORPORACIÓN SALVADOREÑA
DE TURISMO**

- o Solvencia de régimen de pensiones expedidas por la Administradora de fondos de pensiones AFP CRECER.
- o Solvencia de régimen de pensiones del IPSFA
- o Solvencia de régimen de pensiones extendida por el ISSS
- o Solvencia de régimen de salud expedida por el ISSS.

Habiendo presentado la documentación prevenida en tiempo y forma, por lo que, se le declaró **ELEGIBLE** para continuar con la siguiente etapa de Evaluación.

CAPACIDAD FINANCIERA

La siguiente etapa de evaluación consistió en la revisión y evaluación de la documentación financiera del ofertante que fue declarado **ELEGIBLE** en la etapa de evaluación legal: **IMC MEDIA & COMMUNICATIONS, SLU**

Mínimo: 10 puntos Máximo: 20 puntos	IMC MEDIA & COMMUNICATIONS, SLU	
Razones Financieras:	VALOR FACTOR	PUNTAJE OBTENIDO
Razón Circulante	1.09	3.00
Monto de Capital de Trabajo	\$38,629.15	2.00
Prueba de Endeudamiento	0.86	5.00
Referencias Bancarias	BANCO SABADELL, S.A	1.00
Referencias Comerciales	ORION SOUTHER EUROPE, S.A \$88,634.50 ADARA MEDIA \$139,267.65	3.00
Total Puntuación Obtenida		14.00 Elegible

Se han evaluado los Estados Financieros del año 2018 del ofertante **IMC MEDIA & COMMUNICATIONS, SLU**, conforme lo exige la base de licitación respecto al cumplimiento de la información presentada; y según las disposiciones legales vigentes. Los Estados Financieros cumplen con la presentación al Registro de Comercio según Art. 286 inciso final del Código de Comercio, 13 No 14) y 14 Romano IV de la Ley de Registro de Comercio. A partir de cuyos resultados, se declara **ELEGIBLE** ya que obtuvo un puntaje mayor al mínimo considerado en las bases para este proceso.

ETAPA II: EVALUACIÓN TÉCNICA

Según las bases de Licitación, se procedió a revisar y evaluar la propuesta de Oferta Técnica de **IMC MEDIA & COMMUNICATIONS, SLU**, la cual fue elegible en la Etapa I, evaluación legal y financiera, conforme a la información completa y cualificada que presentan el ofertante de acuerdo a los siguientes cuadros de requerimientos.

El puntaje mínimo que deberá alcanzar el ofertante en la Fase I, deberá ser de 20.00 y así poder continuar con la Fase II, donde el mínimo será de **OCHENTA PUNTOS** para ser considerado **ELEGIBLE** y continuar con la evaluación de su oferta económica.



**CORPORACIÓN SALVADOREÑA
DE TURISMO**

Al ofertante se le realizó una prevención técnica a fin de aclarar puntos de su oferta; la cual evacuó en tiempo y forma

FASE I: EVALUACIÓN DEL FUNCIONAMIENTO Y CAPACIDAD INSTALADA

Pre requisito de elegibilidad:

Es requisito de carácter obligatorio presentar los tres ítems requeridos en esta Fase; caso contrario, se declarará al ofertante que no los presente, no elegible para continuar con el proceso de evaluación de ofertas.

En la FASE I se acumulará un máximo de 25 puntos. Los ofertantes para pasar a la siguiente Fase de evaluación, Fase II "Estrategia de promoción y comercialización internacional", deberán obtener en la Fase I "Evaluación del funcionamiento y capacidad instalada", un puntaje mínimo de 20 puntos; caso contrario, se le declarará no elegible.

FASE I: FUNCIONAMIENTO Y CAPACIDAD INSTALADA	PUNTAJE MÁXIMO	PUNTAJE OBTENIDO IMC MEDIA & COMMUNICATIONS, SLU
1.- Funcionamiento y capacidad instalada de la ofertante	HASTA 2.00 PUNTOS	1.50
Organigrama <ul style="list-style-type: none"> • Organigrama general de la empresa. 0.25 puntos • Organigrama completo de la estructura organizativa propuesta para la ejecución del contrato, debiendo contener una descripción de las funciones a desarrollar por cada puesto de trabajo. 0.75 puntos 	Hasta 1.00 punto	1.00
Capacidad instalada <ul style="list-style-type: none"> • Presentar un listado de recursos materiales y software que se ponen a disposición para la ejecución de esta contratación. 0.50 puntos • Propuesta de espacios físicos para sostener reuniones de trabajo, presentando la dirección como referencia y fotografías de los espacios propuestos. 0.50 puntos 	Hasta 1.00 punto	0.50
2.- Equipo de trabajo asignado al proyecto	HASTA 14.00 PUNTOS	12.00
DIRECTOR DE CUENTA	Hasta 4.00 puntos	4.00
Participación en campañas: Presentación de constancia por parte del cliente de la campaña mencionada en el cuadro anterior, en la que se califique la participación desde su campo de especialización.	Hasta 3.00 puntos	
Excelente o sobresaliente	3.00 puntos	3.00
Buena	1.50 puntos	
No presenta constancia o no cumple	0.00 puntos	
Años de experiencia en el cargo propuesto: 1.00 punto Se verificará en la hoja de vida, acreditando la experiencia en el cargo:	Hasta	
Igual o mayor que 5 años de experiencia	1.00 punto	1.00
Entre 2 y menos de 5 años	0.50 puntos	
Menor a 2 años	0.00 puntos	



**CORPORACIÓN SALVADOREÑA
DE TURISMO**

DIRECTOR DE MEDIOS	Hasta 2.00 puntos	2.00
Participación en campañas: 1.50 puntos		
Presentación de constancia por parte del cliente de la campaña mencionada en el cuadro anterior, en la que se califique la participación desde su campo de especialización		
Excelente o sobresaliente	1.50 puntos	1.50
Buena	0.75 puntos	
No presenta constancia o no cumple	0.00 puntos	
Años de experiencia en el cargo propuesto: Hasta 0.50 puntos		
Se verificará en la hoja de vida, acreditando la experiencia en el cargo:		
Igual o mayor que 5 años de experiencia	0.50 puntos	0.50
Entre 2 y menos de 5 años	0.25 puntos	
Menor a 2 años	0.00 puntos	
DIRECTOR DE RELACIONES PUBLICAS	Hasta 2.00 puntos	2.00
Participación en campañas: Hasta 1.50 puntos		
Presentación de constancia por parte del cliente de la campaña mencionada en el cuadro anterior, en la que se califique la participación desde su campo de especialización		
Excelente o sobresaliente	1.50 puntos	1.50
Buena	0.75 puntos	
No presenta constancia o no cumple	0.00 puntos	
Años de experiencia en el cargo propuesto: Hasta 0.50 puntos.		
Se verificará en la hoja de vida, acreditando la experiencia en el cargo:		
Igual o mayor que 5 años de experiencia	0.50 puntos	0.50
Entre 2 y menos de 5 años	0.25 puntos	
Menor a 2 años	0.00 puntos	
DIRECTOR CREATIVO	Hasta 2.00 puntos	2.00
Participación en campañas: Hasta 1.50 puntos		
Presentación de constancia por parte del cliente de la campaña mencionada en el cuadro anterior, en la que se califique la participación desde su campo de especialización.		
Excelente o sobresaliente	1.50 puntos	1.50
Buena	0.75 puntos	
No presenta constancia o no cumple	0.00 puntos	
Años de experiencia en el cargo propuesto: Hasta 0.50 puntos		
Se verificará en la hoja de vida, acreditando la experiencia en el cargo:		
Igual o mayor que 5 años de experiencia	0.50 puntos	0.50
Entre 2 y menos de 5 años	0.25 puntos	
Menor a 2 años	0.00 puntos	
DIRECTOR DE PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL	Hasta 2.00 puntos	2.00
Participación en campañas: Hasta 1.50 puntos		
Presentación de constancia por parte del cliente de la campaña mencionada en el cuadro anterior, en la que se califique la participación desde su campo de especialización.		
Excelente o sobresaliente	1.50 puntos	1.50
Buena	0.75 puntos	
No presenta constancia o no cumple	0.00 puntos	



**CORPORACIÓN SALVADOREÑA
DE TURISMO**

Años de experiencia en el cargo propuesto: puntos Se verificará en la hoja de vida, acreditando la experiencia en el cargo:	Hasta 0.50	
Igual o mayor que 5 años de experiencia	0.50 puntos	0.50
Entre 2 y menos de 5 años	0.25 puntos	
Menor a 2 años	0.00 puntos	
PERSONAL DE APOYO	Hasta 2.00 puntos	0.00
Presenta propuesta completa de personal de apoyo conforme a los requisitos indicados en estas bases de Licitación, solicitado en el apartado VII. Productos esperados, literal "I" Condiciones contractuales a tomar en cuenta.	2.00 puntos	
No presenta propuesta completa de personal de apoyo conforme a los requisitos indicados en estas bases de Licitación, solicitado en el apartado VII. Productos esperados, literal "I" Condiciones contractuales a tomar en cuenta.	0.00 puntos	0.00

3.- Respaldo internacional	Hasta 9.00 puntos	9.00
Hasta cinco constancias, de forma escrita en original y firmada por el cliente, que acredite que la ofertante ha dado los servicios integrales de agencia de publicidad a nivel internacional en los últimos cinco años (2014; 2015 2016,2017 y 2018), Nota: De las 5 constancias se deberán presentar: <ul style="list-style-type: none"> • Dos constancias cuya inversión haya sido de \$500,000 o más. • Tres constancias cuya inversión haya sido de \$200,000 o más. Para efectos de evaluación se podrá tomar únicamente una constancia de CORSATUR.		
Presenta dos constancias cuya inversión haya sido de \$500,000 o más	6.00 puntos	6.00
Presenta una constancia cuya inversión haya sido de \$500,000 o más	3.00 puntos	
No presenta constancias cuya inversión haya sido de \$500,000 o más	0.00 puntos	
Presenta tres constancias cuya inversión haya sido de \$200,000 o más	3.00 puntos	3.00
Presenta dos constancias cuya inversión haya sido de \$200,000 o más	2.00 puntos	
Presenta una constancia cuya inversión haya sido de \$200,000 o más	1.00 punto	
No presenta constancias cuya inversión haya sido de \$200,000 o más	0.00 puntos	
PUNTAJE TOTAL OBTENIDO EN LA FASE I	25.00 Puntos	22.50 Elegible

El ofertante **IMC MEDIA & COMMUNICATIONS, SLU** es **ELEGIBLE** para continuar con la evaluación de la Fase II, ya que obtuvo un puntaje de 22.50, mayor al mínimo de 20 puntos requeridos.

FASE II: EVALUACIÓN DE LA ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN INTERNACIONAL

FASE II: ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN INTERNACIONAL	PUNTAJE MÁXIMO	PUNTAJE OBTENIDO IMC MEDIA & COMMUNICATIONS, S.L.
Manifiesto	5.00 puntos	5.00
Del Manifiesto se evaluará lo siguiente: <ol style="list-style-type: none"> 1. Presenta manifiesto de forma escrita o visual 1.00 punto 2. Muestra la primera expresión creativa consistente a la campaña Demo 2.00 puntos 3. El mensaje está vinculado a la campaña publicitaria Demo (Justificar) 2.00 puntos 	Hasta 5.00 puntos	5.00



**CORPORACIÓN SALVADOREÑA
DE TURISMO**

Campaña publicitaria demo internacional	40.00 puntos	37.00
<p>Crear un distintivo (a través de un logotipo, isotipo, imagotipo e isologo, u otros que la ofertante considere implementar en su propuesta) y línea grafica para la marca Surf City</p> <p>Variables a evaluar: Racional de la identidad gráfica: Es la idea de la cual nace la marca propuesta El racional se evaluará de acuerdo a lo siguiente: a) Justifica la nueva imagen de Surf City. 2.00 puntos b) Presenta y justifica la línea grafica en relación al distintivo (marca) de Surf City. 3.00 puntos Diseño de la identidad gráfica y conceptual: a) Presenta la Idea creativa de la identidad de Surf City a través de un logotipo, isotipo, imagotipo e isologo, u otros que la ofertante considere implementar en su propuesta. 2.50 puntos b) Presenta y justifica la idea creativa, sus elementos gráficos, colores y formas u otro elemento sobre el diseño de la marca Surf City a proponer. 2.50 puntos Personalidad de la marca: a) Explica la personalidad de la marca Surf City y sus elementos. 3.00 puntos b) Expresa los valores y atributos que busca reflejar la marca. 2.00 puntos</p>	Hasta 15.00 puntos	15.00
<p>La ofertante presentará una nueva creación, que cumpla con los aspectos requeridos en el Brief Publicitario.</p> <p>Variables a evaluar: Racional creativo: Hasta 5.00 puntos La idea creativa será evaluada de acuerdo a lo siguiente: a) La idea principal o concepto de la campaña Demo es versátil para el uso de los medios propuestos (<i>Justificar</i>). 3.00 puntos b) Es consistente el concepto creativo con la campaña Demo (<i>Justificar</i>). 2.00 puntos Creatividad: Hasta 15.00 puntos La propuesta creativa deberá estar vinculada con lo solicitado en el brief publicitario, se evaluarán los siguientes criterios: a) Diseño: Se transmite de manera integrada un diseño creativo utilizando elementos gráficos tales como fotografías, tipografía, colores, diseño visual, entre otros acorde al racional o concepto planteado a la campaña Demo (<i>Justificar el porqué de este diseño y sus elementos</i>). Hasta 5 puntos b) Originalidad: Muestra una propuesta única, no copia de otras estrategias realizadas por CORSATUR (<i>Justificar</i>). Hasta 5 puntos c) Innovación: Nueva creación de que aporte vínculo con la audiencia brindando elementos innovadores. (<i>Justificar</i>) Hasta 5 puntos Claridad: Hasta 5.00 puntos La claridad en el mensaje de la campaña Demos se evaluará de acuerdo a los siguientes criterios: a) El mensaje es fácil de identificar (<i>justificar</i>). 2.00 puntos b) El mensaje es comprensible (<i>justificar</i>). 2.00 puntos c) El mensaje es directo (<i>justificar</i>). 1.00 punto</p>	Hasta 25.00 puntos	22.00
Estrategia de comunicación deberá presentar una estrategia de comunicación considerando la campaña Demo	Hasta 35.00 puntos	28.50
Estrategia de medios	Hasta 20.00 puntos	19.00
Estrategia de medios: a) Definir las audiencias 2.50 puntos b) Justificar el mix de medios propuesto 2.50 puntos	Hasta 5.00 puntos	5.00



CORPORACIÓN SALVADOREÑA
DE TURISMO

<p>Plan de Medios: Se deberá proponer un plan de medios que contenga lo siguiente: Televisión, Radio, revista, y Exteriores, que responda al mercado meta presentado en el Brief publicitario. Que contenga los medios, franjas y/o programas de mayor alcance e impacto.</p> <p>Para TV: Hasta 2.00 puntos. Franja o programa, horario de transmisión, cantidad de avisos o exposiciones, costo unitario e inversión total y distribución de la pauta por medio en los meses de octubre a diciembre 2019. Se evaluará:</p> <ol style="list-style-type: none">1. Presenta medios, franjas y/o programas de mayor alcance e impacto. (Justificar) 1.00 punto2. No presenta medios, franjas y/o programas de mayor alcance e impacto 0.00 puntos <p>a) Justifica la estrategia en la mezcla de medios propuesta para TV. 1.00 punto</p> <p>Para Radio: Hasta 2.00 puntos. Franja o programa, horario de transmisión, cantidad de avisos o exposiciones, costo unitario e inversión total y distribución de la pauta por medio en los meses de Octubre a Diciembre 2019. Se evaluara:</p> <ol style="list-style-type: none">1. Presenta medios, franjas y/o programas de mayor alcance e impacto. (Justificar) 1.00 punto2. No presenta medios, franjas y/o programas de mayor alcance e impacto 0.0 puntos3. Justifica la estrategia en la mezcla de medios propuesta para Radio. 1.00 Punto <p>Para revistas. Hasta 2.00 puntos. Medio, medida, total de publicaciones, costo unitario e inversión total y distribución de la pauta por medio, en los meses De Octubre a Diciembre 2019. Se evaluara:</p> <ol style="list-style-type: none">1. Presenta medios de mayor alcance e impacto. (Justificar) 0.50 punto2. No presenta medios de mayor alcance e impacto 0.00 puntos3. Presenta Medidas, formatos y posiciones que logren presencia y alcance. (Justificar) 0.50 puntos4. Justifica la estrategia en la mezcla de medios propuesta. 1.00 punto <p>Para Medios digitales y redes sociales. Hasta 2.00 puntos. Medio, formatos, fecha de pauta, KPI o indicadores por formato, Indicadores a entregar, total de inversión y distribución de la pauta por medio en los meses De Octubre a Diciembre 2019. Se evaluara:</p> <ol style="list-style-type: none">a) Presenta redes sociales y medios digitales de mayor alcance y alto impacto. (Justificar) 1.00 puntob) No presenta redes sociales y medios digitales de mayor alcance y alto impacto. 0.00 puntosc) Presenta formatos de mayor impacto y alcance. (Justificar) 0.25 puntosd) No presenta formatos de mayor impacto y alcance. 0.00 puntose) Justifica la estrategia en la mezcla de medios propuesta para Medios digitales y redes sociales. 0.75 puntosf) No justifica la estrategia en la mezcla de medios propuesta para Medios digitales y redes sociales. 0.00 puntos <p>Para medios exteriores: Hasta 2.00 puntos. Cantidad de ubicaciones, medida, ubicaciones, costo unitario, inversión total y distribución de la pauta por medio en los meses De Octubre a Diciembre 2019. Se evaluara:</p> <ol style="list-style-type: none">1. Presenta ubicaciones de alto tráfico y alcance de ubicaciones y formatos visibles. (Justificar) 1.00 punto2. No presenta ubicaciones de alto tráfico y formatos visibles. 0.00 puntos3. Justifica la estrategia en la mezcla de medios propuesta para Mupies y pantallas digitales. 1.00 punto	Hasta 10.00 puntos	9.00
---	--------------------	------



**CORPORACIÓN SALVADOREÑA
DE TURISMO**

Media Value: Valores agregados y/o bonificaciones que se obtendrían a la pauta. (Esta debe estipularse por medio y aplicar su frecuencia en el plan de medios). Se evaluará: 1. Presenta valores agregados y/o bonificaciones para todos los medios propuestos en el plan de medios. 3.00 puntos 2. Presenta valores agregados y/o bonificaciones para algunos de los medios propuestos en el plan de medios. 1.00 punto 3. Presenta cuantitativamente por medio cuanto representa en ahorro para CORSATUR. 1.00 punto	Hasta 5.00 puntos	5.00
Estrategia Relaciones Públicas Se deberá presentar una estrategia de Relaciones Públicas para la campaña publicitaria demo que comprenda los siguientes aspectos, sin limitarse a:	Hasta 15.00 puntos	9.50
Establecer estrategia, se evaluará: a) Define la(s) estrategia(s) propuestas. 1.00 punto b) Define la táctica (s) propuesta (s) por cada estrategia. 1.00 punto c) Presenta cronograma de actividades de Octubre a Diciembre 2019. 1.00 punto	Hasta 3.00 puntos	2.00
Establecer objetivos, se evaluará: a) Establece objetivos por estrategia presentada. 1.00 punto b) Presenta justificación medible de los objetivos planteados. 1.00 punto	Hasta 2.00 puntos	1.00
Definir las Audiencias, se evaluará: a) Define las audiencias por cada estrategia planteada. 1.00 punto b) Justifica las audiencias propuestas. 1.00 punto	Hasta 2.00 puntos	0.00
Propuesta de Publicity, se evaluará: a) Propuesta de publicidad no pagada por medio (publicity). 1.50 puntos b) Análisis de Retorno de inversión (ROI) en relación a la inversión del plan de medios propuesto para la campaña Demo. 1.50 puntos	Hasta 3.00 puntos	1.50
Estrategia con influenciadores: a) Presenta estrategia con influenciadores para El Salvador y Estados Unidos (Detallar el perfil de cada uno, su alcance). 2.50 puntos b) Justifica la estrategia y la idoneidad de los influenciadores propuestos para El Salvador y Estados Unidos. 2.50 puntos	Hasta 5.00 puntos	5.00
Estrategia de comercialización	Hasta 20.00 puntos	20.00
Se deberá presentar una estrategia de comercialización para la campaña publicitaria demo que comprenda los siguientes aspectos, sin limitarse a:		
Presenta un análisis sobre la situación actual que atraviesa el SURF en El Salvador	2.00 puntos	2.00
Presenta las principales tendencias en SURF a nivel global	2.00 puntos	2.00
Identifica los mercados potenciales enfocados al SURF para El Salvador	3.00 puntos	3.00
Define la estrategia y tácticas a utilizar para la implementación de la estrategia de comercialización	4.00 puntos	4.00
Vincula la estrategia de comercialización con los esfuerzos publicitarios de la campaña publicitaria demo	4.00 puntos	4.00
Demuestra una vinculación lógica y comprensible de la estrategia de comercialización con la campaña publicitaria demo	5.00 puntos	5.00
PUNTAJE TOTAL OBTENIDO EN LA FASE II	100.00 Puntos	90.50 Elegible

El ofertante deberá obtener un puntaje mínimo de 80 puntos, para ser considerado elegible en la Fase II Estrategia de Promoción y Comercialización Internacional de la Etapa II Evaluación Técnica y continuar con la Evaluación Económica.

El puntaje obtenido se multiplicará por un factor de 0.70, para obtener su puntaje de 70 puntos establecidos en el cuadro de calificación final.



CORPORACIÓN SALVADOREÑA
DE TURISMO

Puntaje final del ofertante **IMC MEDIA & COMMUNICATIONS, SLU** en la Etapa II Evaluación Técnica, Fase II Estrategia de Promoción Internacional, es de **63.35** puntos, por lo tanto es Elegible para continuar con Etapa III Evaluación Económica.

ANÁLISIS DE LA FASE II ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACION INTERNACIONAL

MANIFIESTO Hasta 5.00 Puntos

Presenta el manifiesto de forma escrita y visual, muestra la expresión creativa consistente con la campaña Demo y el mensaje tiene vinculación. Puede verificarse en la oferta presentada, folio 172 par al 173. **Obteniendo 5.00 puntos**

CAMPAÑA PUBLICITARIA DEMO INTERNACIONAL Hasta 40.00 Puntos

La propuesta presentada si justifica la nueva imagen de Surf City, puede verificarse en su oferta en este apartado, folio 167 par.

La empresa participante si presenta la línea gráfica en relación al distintivo (marca de Surf City, puede verificarse en los folios 168 al 170 par, de la oferta presentada.

Si se presenta la idea creativa de la identidad de Surf City, a través de un imago tipo que mezcla gráficamente la bandera de El Salvador con el ícono de una ola. Puede verificarse en folio 168 de su oferta.

Si presenta y justifica La idea creativa, con elementos gráficos, tipografías Cocon Bold y Gotham, colores y diferentes aplicaciones monocromáticas en la que puede emplearse la marca Surf City. Folios del 169 al 170 par de la oferta presentada.

Si presenta explicación sobre la personalidad de la marca y sus elementos, puede verificarse en folio 167 par de su oferta.

Los valores y atributos aparecen expresados dentro de la personalidad de la marca, folio 167 par de su oferta.

El concepto de la campaña demo cumple con lo requerido en el brief publicitario y es versátil para el uso de los diferentes medios propuestos, el concepto creativo si es consistente con la campaña Demo debido a que su identidad visual está vinculada totalmente con la frase y lo expuesto en los materiales de campaña Demo. Puede verificarse en el folio 171 par y 172 de su oferta.

El diseño de campaña transmite de manera integrada elementos gráficos, tipografías, diseño visual y otros de acorde al racional planteado en el concepto creativo.

Sin embargo de acuerdo a los guiones presentados en la oferta para el Spot de 30" y 15" hay escenas no mostradas en dichos materiales, tales como:

Spot 30": No presenta toma de acuerdo al guion "...Desayunando pupusas..."

Spot 15": No presenta toma de acuerdo al guion "...Surfer tomando batidos en comercios locales..."



CORPORACIÓN SALVADOREÑA
DE TURISMO

Y en ambos materiales el mensaje de voz en off propuesta se muestra a nivel gráfico las frases (Right people, right moments, right waves) y el cierre únicamente hace mención en voz en off al El Salvador Surf City Home of the right surf sin incluir la palabra Discover.

Presenta una propuesta única, no es copia de otras estrategias realizadas por Corsatur.

Presenta una creación muy adecuada para la audiencia del Surf, enfocándose en los medios idóneos para llegar a ellos, vinculando el deporte como algo para practicar en familia y amigos (especialmente en los spot) y en otros medios destacando gráficamente el surf y el mensaje de campaña.

El mensaje de campaña "Home of the right surf" destaca en todos los materiales, es fácil de identificar en estos, es comprensible y directo. **Obteniendo 37.00 puntos.**

ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN Hasta 35.00 Puntos

Estrategia de medios hasta 20.00 puntos

Se definen las audiencias, además de explicar el perfil del surfista estadounidense. Puede verificarse en el folio 178 al 183 de su oferta.

Si justifica el mix de medios propuestos. Puede verificarse en el folio 184 al 201 de la oferta presentada.

Presenta el plan de medios para Televisión y justifica la estrategia a utilizar en el folio 196 par de su oferta.

Presenta el plan de medios para Radio y justifica la estrategia a utilizar en el folio 200 al 201 de la oferta presentada.

Presenta el plan de medios para Revistas y justifica la estrategia a utilizar en el folio 199 de su oferta.

Presenta el plan de medios para medios digitales y redes sociales y justifica la estrategia a utilizar en el folio 190 al 196 de su oferta.

Presenta el plan de medios para medios exteriores y justifica la estrategia a utilizar en el folio 197 al 198 de su oferta.

Presenta valores agregados y/o bonificaciones para los medios propuestos en el plan de medios y define por medio cuanto representa en ahorro para Corsatur. **Obteniendo 19.00 puntos.**

Estrategia Relaciones Públicas hasta 15.00 puntos

Define la Estrategia, y presenta el camino a seguir a través de diferentes tácticas, sin embargo presenta el cronograma detallando únicamente los meses de Noviembre y Diciembre, solicitándose en la base contemplar actividades desde el mes de Octubre hasta Diciembre. Puede verificarse la información en folio 205 a 208 par de su oferta.

Establece los objetivos, sin embargo no justifica de manera amplia como estos serán medibles.

No define ni justifica las audiencias por cada estrategia planteada.

Presenta la publicidad pagada (publicity) por medio, sin embargo no presenta el análisis del retorno de inversión (ROI) en relación al plan de medios propuesto.



CORPORACIÓN SALVADOREÑA
DE TURISMO

Presenta estrategia con influenciadores, detallando el perfil de cada uno y su alcance y justifica la idoneidad de estos. Puede verificarse en folio 206 al 208 de la oferta presentada. Obteniendo 9.50 puntos.

ESTRATEGIA DE COMERCIALIZACIÓN Hasta 20.00 Puntos

Presenta un análisis sobre la situación actual que atraviesa el SURF en El Salvador. Puede verificarse en folio 209 par de su oferta.

Presenta principales tendencias en Surf a nivel global. Puede verificarse en folio 2010 de oferta presentada.

Identifica los mercados potenciales para el Surf de El Salvador. Puede verificarse en folio 2010 par al 2013 de su oferta.

Define la estrategia y tácticas a utilizar en la estrategia de comercialización. Puede verificarse en folio 2014 al 215 de su oferta.

Vincula la estrategia de comercialización debido a que las acciones a ejecutar contarán con la imagen de Surf City propuesta para mantener consistencia entre la publicidad y estrategia de comercialización. Puede verificarse en folio 2014 al 215 de oferta presentada.

Demuestra una vinculación lógica y comprensible de la estrategia de comercialización con la campaña publicitaria Demo. **Obteniendo 20.00 puntos.**

ETAPA III: EVALUACIÓN ECONÓMICA

Según las bases de Licitación se procederá a la evaluación de la oferta económica únicamente de aquellos ofertantes que hayan sido considerados elegibles en la Fase II de evaluación de la oferta técnica.

CORSATUR, se reserva el derecho de realizar los análisis que estime pertinentes y de revisar las operaciones aritméticas de las propuestas de las ofertas económicas presentadas, en caso de existir errores aritméticos y/o incongruencias en la(s) Oferta(s) Económica(s), la Comisión Evaluadora de Ofertas determinará el valor definitivo de la Oferta; en tal caso se entenderá por monto definitivo de la oferta, los montos unitarios y/o totales revisados y corregidos por los responsables.

La ofertante deberá presentar los cuadros según el **Anexo II** de las bases de licitación, en los cuales se detalle los costos promedio y la inversión total, los cuales deben de incluir IVA. Para efectos de aplicación de la fórmula, se tomará el valor de la sumatoria de los totales de la inversión en medios, producción y relaciones públicas.

IMC MEDIA & COMMUNICATIONS, SLU	
Servicios	Inversión total IVA Incluido
Medios	\$ 302,674.25
Producción	\$ 70,760.00
Relaciones Públicas	\$ 31,410.00
TOTAL A EVALUAR	\$ 404,844.25



CORPORACIÓN SALVADOREÑA
DE TURISMO

El puntaje máximo a obtener en la evaluación de la oferta económica es de 30 puntos. La oferta económica más baja será la base de la evaluación, a la cual se le otorgará el máximo de 30 puntos. Las ofertas que sean más altas, obtendrán un puntaje inversamente proporcional en comparación a la oferta más baja presentada, así:

$$\text{Puntos Obtenidos} = (\text{OMB}/\text{OE}) \times 30 \text{ puntos}$$

Dónde:

OMB = Oferta más baja OE = Ofertado en evaluación.

Por lo que al ser la única oferta presentada, se le otorgan los 30 puntos al ofertante **IMC MEDIA & COMMUNICATIONS, SLU**

RESUMEN DE EVALUACIÓN:

OFERTANTES	CAPACIDAD LEGAL	CAPACIDAD FINANCIERA	OFERTA TÉCNICA	OFERTA ECONÓMICA
IMC MEDIA & COMMUNICATIONS, SLU	Cumple	14.00 Elegible	90.50 Elegible	30 puntos \$ 404,844.25

RECOMENDACIÓN DE COMISIÓN DE EVALUACIÓN DE OFERTAS:

Criterio de adjudicación: Sección III, De la Contratación, numeral 1. Adjudicación

La recomendación de adjudicación se realizará en forma total al ofertante que haya sido elegible en la EVALUACIÓN LEGAL Y FINANCIERA y que, en la calificación final haya obtenido el mayor puntaje, considerándose como factor decisivo para la recomendación de adjudicación al ofertante que obtenga el mayor puntaje en la calificación final.

El puntaje obtenido en la Etapa II Evaluación Técnica, Fase II Estrategia de Promoción y Comercialización Internacional se multiplicará por un factor de 0.70, para obtener su puntaje de 70.00 puntos establecidos en el cuadro de Calificación Final.

Calificación Final

El puntaje de la Calificación Final estará formado por la sumatoria de:

OFERTANTES	Etapa II. Evaluación Técnica	Etapa III. Evaluación Económica	Calificación Final
IMC MEDIA & COMMUNICATIONS, SLU	63.35	30.00	93.35

Recomendación de Comisión de Evaluación de Ofertas:

Adjudicar el proceso de Licitación Pública No. 06/2019, cuyo propósito es la contratación de los servicios de "CONTRATACIÓN DE SERVICIOS PROFESIONALES DE AGENCIA DE PUBLICIDAD PARA CAMPAÑAS DE COMUNICACIÓN, ACCIONES DE PROMOCIÓN, RELACIONES PÚBLICAS Y



CORPORACIÓN SALVADOREÑA
DE TURISMO

COMERCIALIZACIÓN; PARA SU DIVULGACIÓN A NIVEL INTERNACIONAL AÑO 2019” al ofertante: IMC MEDIA & COMMUNICATIONS, SLU hasta por la cantidad de DOSCIENTOS CUARENTA Y NUEVE MIL 00/100 DÓLARES (US\$249,000.00) incluyendo IVA., de acuerdo a los servicios ofertados.

Análisis y deliberación:

En este estado, y recibido la rendición de informe por la Comisión de Evaluación de Ofertas, los miembros de Junta Directiva se informan de los pormenores del proceso de Licitación Pública, realizan consultas, analizan y discuten sobre las ofertas presentadas, así como las consideraciones que conllevaron a la recomendación que hoy se les presenta. En virtud de todo lo anterior, los Directores de Junta Directiva expresan, de forma unánime, estar en acuerdo con la recomendación emitida, por ellos considerar que se encuentra conforme a las Bases de Licitación de este proceso de compra. En cumplimiento al Instructivo UNAC N° 01/2012, esta Junta Directiva ha efectuado la verificación de los registros de inhabilitados e incapacitados en el sistema electrónico de COMPRASAL, constatando que en el día y hora de adopción del acto administrativo de adjudicación, el oferente adjudicado no se encuentra incluido en dicho registro. Por lo que con fundamento en los Artículos 18, 56, y 74 de la Ley de Adquisiciones y Contrataciones de la Administración Pública, ACUERDA:

ACUERDO N° 3052-367/2019:

I.- Adjudicar el proceso de Licitación Pública N° 06/2019 denominada “CONTRATACIÓN DE SERVICIOS PROFESIONALES DE AGENCIA DE PUBLICIDAD PARA CAMPAÑAS DE COMUNICACIÓN, ACCIONES DE PROMOCIÓN, RELACIONES PÚBLICAS Y COMERCIALIZACIÓN; PARA SU DIVULGACIÓN A NIVEL INTERNACIONAL AÑO 2019” al ofertante: IMC MEDIA & COMMUNICATIONS, SLU, hasta por la cantidad de DOSCIENTOS CUARENTA Y NUEVE MIL 00/100 DÓLARES (US\$249,000.00) incluyendo IVA.

II.- Autorizar a la Unidad de Adquisiciones y Contrataciones Institucional para que comunique este acuerdo de Junta Directiva, de conformidad a lo establecido en la LACAP.

III.- Para la suscripción del contrato respectivo, quedan facultados la Directora Presidenta, así como el Gerente General, para que, cualquiera de ellos comparezca ante notario a la suscripción respectiva.

IV.- Delegar en el Gerente General la facultad de nombrar al administrador de contrato.

6.- MODIFICACIÓN DEL PLAN OPERATIVO ANUAL 2019:

Gerencia de Mercadeo – Gerencia de Proyectos e Inversión

La Licda. Marina de Hernández, Gerente de Mercadeo, Lic. Esteban Umaña Argüello, Gerente de Planificación, y el Arq. Manuel García, Gerente de Proyectos e Inversión, con el previo análisis del Lic. Héctor Alberto Rodríguez Cea, Jefe de la Unidad Jurídica; y el aval



CORPORACIÓN SALVADOREÑA
DE TURISMO

de la Lic. Morena Valdez, Directora Presidenta y del Lic. Juan José Pineda Roa, Gerente General, presentan propuesta de modificación de POA año 2019, en los términos siguientes:

Habiendo realizado una revisión del Plan Operativo Anual de la Gerencia de Mercadeo, desde la óptica de la consecución de los objetivos institucionales, y bajo los parámetros de identificación de aquellos remanentes o sobrantes de procesos ya finalizados; así como también aquellas actividades que no están comprometidas (programadas en POA), y que por los tiempos de los procesos será difícil su ejecución; se considera someter a conocimiento de los miembros de Junta Directiva lo siguiente:

Como parte de las acciones de monitoreo y seguimiento a la ejecución física y financiera de las diferentes acciones que al efecto realiza la Gerencia de Mercadeo, procedió a verificar:

- a) Actividades que una vez finalizadas (implementadas) presentan disponibilidad financiera;
- b) Actividades que una vez adjudicados los procesos correspondientes presentan disponibilidad financiera, como resultado de contrataciones por montos menores a los programados/asignados; y,
- c) Actividades que se encuentran sin iniciar el proceso administrativo correspondiente, se ha valorado su factibilidad y viabilidad respecto de su implementación, volviéndose imposible su realización en tiempo.

Resultando de lo anterior lo siguiente:

Actividad / Descripción	POA 2019	Compromisos al 31 de Dic / 2019	Disponibilidad Presupuestaria
Campaña Nacional	\$1143,992.00	\$845,701.13	\$298,290.87
Campaña Internacional	\$2548,475.00	\$1181,977.63	\$1366,497.37
CATA	\$110,000.00	\$87,803.10	\$22,196.90
FCCA	\$15,000.00	\$0.00	\$15,000.00
Fútbol Playa	\$60,000.00	\$57,699.32	\$2,300.68
Estrategia Stop Over	\$150,000.00	\$0.00	\$150,000.00
Campaña Aerolíneas (Agencia Internacional)	\$238,425.00	\$92,231.79	\$146,193.21
Pago de Espacio de Eventos Internacionales	\$412,500.00	\$210,851.40	\$201,648.60
Comisión Transferencia Bancaria	\$375.00	\$200.00	\$175.00
Diseño, montaje y desmontaje de stand en Eventos Internacionales	\$818,000.00	\$648,900.00	\$169,100.00
Viáticos	\$43,030.00	\$32,403.09	\$10,626.91



CORPORACIÓN SALVADOREÑA
DE TURISMO

Actividad / Descripción	POA 2019	Compromisos al 31 de Dic / 2019	Disponibilidad Presupuestaria
Desarrollo de Viajes de Familiarización y Prensa	\$125,000.00	\$117,000.00	\$8,000.00
Asesoría Legal	\$55,000.00	\$0.00	\$55,000.00
Mantenimiento del Sistema Data Tur: indicadores de ocupación hotelera	\$20,000.00	\$19,800.00	\$200.00
Investigación del Perfil y Gasto del Visitante Internacional y Movimientos Turísticos en fronteras terrestre y Aeropuerto Internacional de El Salvador	\$265,000.00	\$248,983.34	\$16,016.66
Mobiliario de oficina y equipo informático para el fortalecimiento de la Gerencia de Mercadeo	\$21,000.00	\$0.00	\$21,000.00
Información sobre El Salvador y su oferta turística a través del Programa Stop Over	\$66,000.00	\$27,500.00	\$38,500.00
Alojamiento sitio web elsalvador.travel	\$2,450.00	\$995.00	\$1,455.00
Pago de Dominio sitio web elsalvador.travel	\$875.00	\$0.00	\$875.00
Boletos Aéreos	\$245,983.21	\$144,000.00	\$101,983.21
Comisión Transferencia Bancaria	\$275.00	\$225.00	\$50.00
Total	\$6,341,380.21	\$3,716,270.80	\$2,625,109.41

Así, el monto total **disponible** con el que cuenta la Gerencia de Mercadeo es de DOS MILLONES SEISCIENTOS VEINTICINCO MIL CIENTO NUEVE DOLARES 41/100 (USD\$ 2,625,109.41); y que, con el objetivo de maximizar el uso de los recursos financieros institucionales, de una forma racional y objetiva respecto del cumplimiento de los objetivos estratégicos y de la naturaleza de la institución, se propone la reorientación de los fondos disponibles antes descritos con el fin de poder realizar las acciones siguientes:

Propuesta de Acciones a Realizar:

Proyecto de Mejoramiento de imagen del Complejo Turístico del Puerto de La Libertad:
El Arquitecto Manuel García, Gerente de Proyectos e Inversión, plantea la solicitud en los términos siguientes:

La Corporación Salvadoreña de Turismo es propietaria del inmueble denominado "Complejo Turístico del Puerto de La Libertad" ubicado en la ciudad y municipio de La Libertad, el cual a partir del año 2004 se dio inicio a un proceso de estudio de pre inversión y ejecución de la inversión del Plan Maestro, con la creación de infraestructura turística que mejoraría las condiciones físicas del lugar, en dicho Plan se conceptualizaron los siguientes componentes, siendo: Anfiteatro, Plaza Gastronómica, Edificio de la Fuerza Naval, Edificio Administrativo, Mercado de Mariscos, Estacionamiento de Lanchas y Estacionamiento de Vehículos, además, todas estas áreas están conectadas al malecón turístico y espacios complementarios.



CORPORACIÓN SALVADOREÑA
DE TURISMO

La ejecución del Plan Maestro dio inicio en el año 2005 con la construcción del anfiteatro, dando paso posteriormente a la etapa de la Plaza Gastronómica en el año 2007, luego se dio continuidad con los edificios de la Fuerza Naval y Edificio Administrativo en los años 2008 y 2009 respectivamente, y en el mes de noviembre de 2010 se dio término a la construcción del Edificio de Estacionamiento de dos niveles, y fue hasta el año 2018 que dio inicio de la construcción del proyecto Plaza Marinera, el cual se estima su finalización en el mes de diciembre de 2019. De acuerdo a lo anterior, el desarrollo del Plan Maestro tuvo una duración de 14 años a un costo superior a los diecisiete millones de dólares.

Las instalaciones del Complejo Turístico, fueron conceptualizadas con un diseño orgánico, con la utilización de materiales de construcción y acabados diversos, los cuales requerían de un mantenimiento periódico y sistemático a lo largo del tiempo, el cual se ha brindado, sin embargo, por diversas situaciones, las instalaciones fueron sufriendo deterioro debido a los agentes naturales del entorno, tales como: salitre, lluvia, viento, mareas altas, entre otros; asimismo, el desgaste por el uso público de las instalaciones por parte de los usuarios, arrendatarios, dependientes, visitantes y otros. Los materiales que han tenido un mayor mantenimiento preventivo y correctivo a largo de los años de funcionamiento del inmueble, son los elementos metálicos, los cuales están presentes en las estructuras de techo y cubierta con lonas, soportes de cielo falso, pasamanos, equipos, mobiliario, accesorios de puertas y ventanas, etc. Asimismo, el tratamiento de los pisos en general del Complejo Turístico, fueron elaborados con concreto estampado, el cual luego del uso diario de las instalaciones, han perdido el acabado de color, brillo y resistencia al agarre físico; señalando que la afluencia de visitantes al lugar, el cual asciende a más de un millón al año, ha incidido en el desgaste de los elementos que forman parte del Complejo Turístico.

De acuerdo a lo anterior expuesto, el Gerente de Proyectos e Inversión, pone a conocimiento y consideración de los miembros de Junta Directiva propuesta de modificación de POA 2019 de esa Unidad Organizativa, la cual responde a nuevas necesidades que han surgido luego del análisis técnico de las instalaciones existentes del Complejo Turístico del Puerto de La Libertad, las cuales requieren de un mejoramiento y adecuación de la infraestructura turística existente, en armonía con las necesidades actuales del lugar, con el objetivo de continuar con la promoción y el mejoramiento del destino turístico, fortaleciendo las capacidades y dinamizando la economía del referido sitio.

En el marco del Plan Cuscatlán y estrategia Surf City, CORSATUR implementa acciones técnicas para la ejecución de proyectos, que fortalezca el desarrollo turístico sostenible, con el objetivo de la puesta en valor de los destinos enfocados al surf y sectores conexos; por tanto, resulta necesario innovar las instalaciones del Complejo Turístico del Puerto de La Libertad con actividades enfocadas a la sustitución de las cubiertas de locales de Plaza Gastronómica, reubicación de locales gastronómicos, graderíos del anfiteatro, creación de áreas de patinaje, tratamiento de pisos en las circulaciones peatonales, tales como: gradas, rampas, miradores, etc., mobiliario urbano como por ejemplo: bancas, jardineras, señalización, luminarias, miradores, arborización, entre otros.



CORPORACIÓN SALVADOREÑA
DE TURISMO

El proyecto de mejoramiento de imagen del Complejo Turístico, asciende a un monto de \$4,283,866.05 dólares, el cual se desarrollará a través de fases, las cuales serán intervenidas de la siguiente manera:

- Fase I, año 2019 por un monto de \$2,375,109.41 dólares;
- Fase II, año 2020 por un monto de \$1,440,000.00 dólares;
- Fase III, año 2021 por un monto de \$468,756.64 dólares.

En la Fase I, se crearán las siguientes Actividades Específicas en el POA de la Gerencia de Proyectos e Inversión, siendo:

- Supervisión para el Mejoramiento de las instalaciones físicas del Complejo Turístico del Puerto de La Libertad, con una asignación presupuestaria de hasta USD\$118,500.00; y,
- Mejoramiento de las instalaciones físicas del Complejo Turístico del Puerto de La Libertad, con una asignación presupuestaria de hasta USD\$2,256,609.41.

En este punto, el Lic. Esteban Umaña Argüello, Gerente de Planificación y el Lic. Héctor Alberto Rodríguez Cea, Jefe de la Unidad Jurídica, expresan que:

- La acción de promover el mejoramiento de la imagen del Complejo Turístico del Puerto de La Libertad, es con la finalidad de generar condiciones que buscan incrementar la intención de visita nacional e internacional, a través de la mejora y fortalecimiento de la infraestructura de dicho lugar, con el objetivo de facilitar y fortalecer el desarrollo de las diferentes acciones de la industria turística.
- Cabe mencionar que la implementación de dicha acción no contraviene bajo ningún concepto los Artículos 23 de la Ley de la Corporación Salvadoreña de Turismo y el Artículo 16 de la Ley de Turismo, en el sentido de que los fondos provenientes de la contribución especial se podrá utilizar hasta un veinte por ciento para el desarrollo de productos turísticos, significando que el legislador habilita disponer del otro porcentaje de manera tácita para la reorientación de dichos fondos, los cuales estarán siendo destinados para mejorar la promoción turística del inmueble propiedad de CORSATUR, lo cual elevará la imagen, modernidad, plusvalía, calidad y condiciones de operatividad y funcionalidad del CTPLL, lo cual se traducirá en un incremento considerable en la afluencia de turistas y visitantes al atractivo turístico y facilitará la promoción turística del mismo.
- A su vez, dicha reorientación de fondos generará las condiciones que permitirán a CORSATUR poder llevar a cabo un incremento en la generación de fondos y recursos propios por medio del establecimiento de nuevos cánones de arrendamiento de los locales comerciales y una mayor recaudación por el incremento de la afluencia de visitantes que ingresen con vehículo a las instalaciones del parqueo del CTPLL.

Con la suma de todas las consideraciones antes descritas, se está asegurando que la reorientación de fondos de la Gerencia de Mercadeo, estaría siendo destinada para incrementar la promoción turística de El Salvador, generando condiciones integrales de carácter cualitativo y cuantitativo que permitirán que el inmueble de CORSATUR se



**CORPORACIÓN SALVADOREÑA
DE TURISMO**

vuelva un ancla turística de primer nivel, elevando así la oferta y promoción turística de nuestro país.

Plan Operativo Anual (POA) 2019: Propuesta de Modificación.

De ser aprobado y autorizado por la Junta Directiva, en base a los sustentos expuestos, el Plan Operativo Anual 2019 de dichas Gerencias, modificado por este acto administrativo, quedaría en los términos siguientes:

GERENCIA DE MERCADEO										
Cód	Programa	Actividad	Sub actividad	Actividad Específica	Modificación *	Monto Según POA	Asignación Actual (Disponible)	Aumento	Disminución	Nueva Asignación
2	PUEBLOS VIVOS					\$2118,967.00	\$300,820.87	\$0.00	\$299,165.87	\$1,655.00
2F		Desarrollar Campañas nacionales y Actividades Promocionales				\$1183,817.00	\$300,620.87	\$0.00	\$299,165.87	\$1,455.00
2F.2			Campaña Agosto		Traslado	\$113,074.61	\$0.19	\$0.00	\$0.19	\$0.00
2F.3			Campaña Diciembre		Traslado	\$253,792.00	\$4,792.00	\$0.00	\$4,792.00	\$0.00
2F.4			Campaña Pueblos Vivos		Traslado	\$150,000.00	\$115,000.00	\$0.00	\$115,000.00	\$0.00
2F.5			Campañas Mantenimiento		Traslado	\$151,101.13	\$62,717.78	\$0.00	\$62,717.78	\$0.00
2F.6			Actividades Promocionales		Traslado	\$300,000.00	\$115,780.90	\$0.00	\$115,780.90	\$0.00
2F.7			Servicios sitio web y licencias		Traslado	\$4,825.00	\$2,330.00	\$0.00	\$875.00	\$1,455.00
3	VIVE TU PAIS					\$300,000.00	\$240,000.00	\$0.00	\$240,000.00	\$0.00
3G		Desarrollar Campañas Internacionales				\$300,000.00	\$240,000.00	\$0.00	\$240,000.00	\$0.00
3G.1			Acciones para Salvadoreños en el exterior			\$300,000.00	\$240,000.00	\$0.00	\$240,000.00	\$0.00
3G.1.1				Acciones de Promoción / Verano	Traslado	\$200,000.00	\$140,000.00	\$0.00	\$140,000.00	\$0.00
3G.1.2				Acciones de Promoción / Fin de Año	Traslado	\$100,000.00	\$100,000.00	\$0.00	\$100,000.00	\$0.00



CORPORACIÓN SALVADOREÑA
DE TURISMO

4	MARCA DESTINO					\$5208,795.81	\$1749,545.33	\$0.00	\$1539,721.73	\$209,823.60
4G		Desarrollar Campañas Internacionales				\$3109,857.60	\$1255,710.93	\$0.00	\$1255,710.93	\$0.00
4G.1			Campañas regionales			\$518,475.00	\$428,475.00	\$0.00	\$428,475.00	\$0.00
4G.1.1				Campaña Verano	Traslado	\$150,000.00	\$60,000.00	\$0.00	\$60,000.00	\$0.00
4G.1.2				Campaña Fin de Año	Traslado	\$200,000.00	\$200,000.00	\$0.00	\$200,000.00	\$0.00
4G.1.3				Campaña Bono 14	Traslado	\$45,000.00	\$45,000.00	\$0.00	\$45,000.00	\$0.00
4G.1.4				Campaña Feriado Honduras	Traslado	\$30,000.00	\$30,000.00	\$0.00	\$30,000.00	\$0.00
4G.1.5				Campaña Mantenimiento Regional	Traslado	\$93,475.00	\$93,475.00	\$0.00	\$93,475.00	\$0.00
4G.2			Campañas Mercado Anglosajón			\$1300,000.00	\$613,022.37	\$0.00	\$613,022.37	\$0.00
4G.2.2				Campaña Fin de Año	Traslado	\$600,000.00	\$600,000.00	\$0.00	\$600,000.00	\$0.00
4G.2.3				Campaña de Mantenimiento	Traslado	\$400,000.00	\$13,022.37	\$0.00	\$13,022.37	\$0.00
4G.3			Acciones de Promoción			\$794,800.00	\$85,000.00	\$0.00	\$85,000.00	\$0.00
4G.3.1				Relaciones Públicas	Traslado	\$330,000.00	\$85,000.00	\$0.00	\$85,000.00	\$0.00
4G.4			Desarrollar programas de inteligencia y segmentación de mercado			\$295,532.60	\$16,016.66	\$0.00	\$16,016.66	\$0.00
4G.4.1				Investigación del Perfil y Gasto del Visitante Internacional y Movimientos Turísticos en fronteras terrestre y Aeropuerto Internacional de El Salvador	Traslado	\$265,000.00	\$16,016.66	\$0.00	\$16,016.66	\$0.00



CORPORACIÓN SALVADOREÑA
DE TURISMO

4G.5			Membresías			\$125,050.00	\$37,196.90	\$0.00	\$37,196.90	\$0.00
4G.5.1				CATA	Traslado	\$110,000.00	\$22,196.90	\$0.00	\$22,196.90	\$0.00
4.G.5.2				FCCA	Traslado	\$15,000.00	\$15,000.00	\$0.00	\$15,000.00	\$0.00
4G.6			Acciones operativas de la Gerencia de Mercadeo			\$76,000.00	\$76,000.00	\$0.00	\$76,000.00	\$0.00
4G.6.1				Asesoría Legal	Traslado	\$55,000.00	\$55,000.00	\$0.00	\$55,000.00	\$0.00
4G.6.2				Mobiliario de oficina y equipo informático para el fortalecimiento de la Gerencia de Mercadeo	Traslado	\$21,000.00	\$21,000.00	\$0.00	\$21,000.00	\$0.00
4I		Desarrollar eventos internacionales				\$1973,938.21	\$284,010.80	\$0.00	\$284,010.80	\$0.00
4.1.1			Desarrollo de Eventos Internacionales			\$1538,888.21	\$281,710.12	\$0.00	\$281,710.12	\$0.00
4.1.1.3				Diseño, montaje y desmontaje de stand en Eventos Internacionales	Traslado	\$818,000.00	\$169,100.00	\$0.00	\$169,100.00	\$0.00
4.1.1.4				Viáticos	Traslado	\$43,030.00	\$10,626.91	\$0.00	\$10,626.91	\$0.00
4.1.1.5				Boletos Aéreos	Traslado	\$245,983.21	\$101,983.21	\$0.00	\$101,983.21	\$0.00
4.1.2			Participación Conjunta			\$435,050.00	\$2,300.68	\$0.00	\$2,300.68	\$0.00
4.1.2.1				Fútbol Playa	Traslado	\$60,000.00	\$2,300.68	\$0.00	\$2,300.68	\$0.00
8	CIELOS ABIERTOS					\$528,100.00	\$296,243.21	\$0.00	\$296,221.81	\$21.40
8K		Desarrollar Acciones y estrategias de comercialización y promoción				\$528,100.00	\$296,243.21	\$0.00	\$296,221.81	\$21.40
8K.1			Estrategia Stop Over		Traslado	\$150,000.00	\$150,000.00	\$0.00	\$150,000.00	\$0.00
8K.2			Campaña Aerolíneas (Agencia Internacional)		Traslado	\$238,425.00	\$146,193.21	\$0.00	\$146,193.21	\$0.00
8K.6			CO-MARKETING / Turismo Medico			\$60,275.00	\$50.00	\$0.00	\$28.60	\$21.40
8K.6.3				Comisión Transferencia Bancaria	Traslado	\$275.00	\$50.00	\$0.00	\$28.60	\$21.40



CORPORACIÓN SALVADOREÑA
DE TURISMO

GERENCIA DE PROYECTOS E INVERSIÓN										
Cód	Programa	Actividad	Sub actividad	Actividad Especifica	Modificación *	Monto Según POA	Asignación Actual (Disponible)	Aumento	Disminución	Nueva Asignación
6	INVERTUR ES					\$2626,000.00	\$470,691.23	\$2375,109.41	\$0.00	\$2,845,800.64
6C		Desarrollar carpetas, proyectos y conservación de la inversión turística				\$2626,000.00	\$470,691.23	\$2375,109.41	\$0.00	\$2,845,800.64
6.C.1			Complejo Turístico del Puerto de La Libertad			\$337,768.42	\$0.00	\$2375,109.41	\$0.00	\$2375,109.41
6.C.1.5				Mejoramiento de las instalaciones físicas del Complejo Turístico del Puerto de La Libertad, Fase I	Creación	\$0.00	\$0.00	\$2256,609.41	\$0.00	\$2256,609.41
6.C.1.6				Supervisión para el Mejoramiento de las instalaciones físicas del Complejo Turístico del Puerto de La Libertad, Fase I	Creación	\$0.00	\$0.00	\$118,500.00	\$0.00	\$118,500.00

Los Directores de Junta Directiva, analizan la propuesta de modificación de los Planes Operativos Anuales de la Gerencia de Mercadeo y Gerencia de Proyectos e Inversión, así como las propuestas de acción a realizar con la reorientación de fondos solicitados; y manifiestan considerar que se justifica la modificación solicitada por encontrarse en consonancia con las estrategias institucionales prioritarias y expuestas en el presente acto administrativo y que no se contravienen los Artículos 23 de la Ley de CORSATUR y 16 de la Ley de Turismo; por lo cual **ACUERDAN**:

ACUERDO N° 3053-367/2019:

- I. Modificar el Plan Operativo Anual 2019 de la Gerencia de Mercadeo y Gerencia de Proyectos e Inversión, en los términos plasmados en el presente punto de Junta Directiva.



CORPORACIÓN SALVADOREÑA
DE TURISMO

- II. Instruir a la Gerencia de Mercadeo, Gerencia de Planificación, Gerencia de Proyectos e Inversión y Gerencia Financiera, la actualización del Plan Operativo Anual año 2019, con las modificaciones autorizadas mediante este Acuerdo de Junta Directiva.
- III. Aprobar y autorizar la acción de Mejoramiento de la imagen de las Instalaciones del Complejo Turístico del Puerto de la Libertad, en los términos presentados por el Arq. Manuel García, Gerente de Proyectos e Inversión.
- IV. Autorizar a la Directora Presidenta y al Gerente Financiero para autorizar y realizar las acciones administrativas correspondientes necesarias para la ejecución de las actividades expuestas en el presente punto de Junta Directiva.

7.- AUTORIZACIÓN DE PROCESOS DE COMPRA

7.1- Licitación Pública No. LP 09/2019, "MEJORAMIENTO DE LAS INSTALACIONES FISICAS DEL COMPLEJO TURISTICO DEL PUERTO DE LA LIBERTAD, FASE I"

Conforme a lo establecido en el Artículo 18 de la Ley de Adquisiciones y Contrataciones de la Administración Pública, en adelante LACAP, se presenta a Junta Directiva las bases para promover la Licitación Pública para el "Mejoramiento de las instalaciones físicas del Complejo Turístico del Puerto de La Libertad, Fase I". Solicitándose la autorización para promover el referido proceso y la aprobación de las respectivas bases de licitación.

Finalidad institucional del proceso de contratación:

Mejorar las condiciones físicas de infraestructura del Complejo Turístico del Puerto de La Libertad, para incentivar la inversión turística y generar un andamiaje para la puesta en valor del sitio, en el marco de la apuesta estratégica de **Surf City**, para el desarrollo económico de los territorios, a través de la integración y armonía de los espacios públicos con los usuarios.

Código	LP 09/2019
Nombre de la adquisición o contratación	"MEJORAMIENTO DE LAS INSTALACIONES FISICAS DEL COMPLEJO TURISTICO DEL PUERTO DE LA LIBERTAD, FASE I"
Fuente de Financiamiento	Fondo de Contribución Especial para la promoción del turismo.
Presupuesto conforme al Plan Operativo Anual	Total: US\$ 2,256,609.41
Forma de Contratación	Licitación Pública
Período de ejecución	240 días calendario partir de la orden de inicio.



**CORPORACIÓN SALVADOREÑA
DE TURISMO**

<p align="center">Evaluación Técnica</p>	<p>La evaluación técnica se realizará a las ofertas que resultaron elegibles en la Evaluación de la Capacidad Legal y Financiera, conforme a la información completa y cualificada que presenten los ofertantes serán revisadas y evaluadas de acuerdo a los siguientes criterios de evaluación:</p> <table border="1" data-bbox="505 394 1409 972"> <thead> <tr> <th colspan="3">CRITERIOS DE EVALUACION</th> </tr> <tr> <th>No.</th> <th>Descripción</th> <th>Puntaje</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1</td> <td>Desarrollo Técnico de los Trabajos a realizar</td> <td>Hasta 30.00</td> </tr> <tr> <td>1.1</td> <td>Enfoque Técnico y Metodología</td> <td>Hasta 10.00</td> </tr> <tr> <td>1.2</td> <td>Cronograma de Trabajo</td> <td>Hasta 10.00</td> </tr> <tr> <td>1.3</td> <td>Organización del Personal</td> <td>Hasta 10.00</td> </tr> <tr> <td>2</td> <td>Experiencia General del Oferente</td> <td>Hasta 10.00</td> </tr> <tr> <td>3</td> <td>Experiencia Específica del Oferente</td> <td>Hasta 40.00</td> </tr> <tr> <td>3.1</td> <td>Número de referencias validadas de servicios prestados o contratos ejecutados</td> <td>Hasta 10.00</td> </tr> <tr> <td>3.2</td> <td>Valor acumulado de las referencias validadas de servicios prestados o contratos ejecutados</td> <td>Hasta 10.00</td> </tr> <tr> <td>3.3</td> <td>Calidad de referencias de servicios prestados o contratos ejecutados</td> <td>Hasta 20.00</td> </tr> <tr> <td>4</td> <td>Formación Académica del Personal de Dirección Clave Asignado</td> <td>Hasta 20.00</td> </tr> <tr> <td>4.1</td> <td>Gerente de Obra</td> <td>Hasta 10.00</td> </tr> <tr> <td>4.2</td> <td>Residente de Obra</td> <td>Hasta 10.00</td> </tr> <tr> <td colspan="2" style="text-align: right;">Total Puntaje</td> <td>100.00</td> </tr> </tbody> </table> <p>Para poder ser considerado elegible en la propuesta técnica, el puntaje mínimo a obtener en el proceso de evaluación de la propuesta será de 70.00 puntos. El puntaje obtenido se multiplicará por un factor de 0.75, para obtener su puntaje del 75% establecido en el cuadro de Calificación Final.</p>	CRITERIOS DE EVALUACION			No.	Descripción	Puntaje	1	Desarrollo Técnico de los Trabajos a realizar	Hasta 30.00	1.1	Enfoque Técnico y Metodología	Hasta 10.00	1.2	Cronograma de Trabajo	Hasta 10.00	1.3	Organización del Personal	Hasta 10.00	2	Experiencia General del Oferente	Hasta 10.00	3	Experiencia Específica del Oferente	Hasta 40.00	3.1	Número de referencias validadas de servicios prestados o contratos ejecutados	Hasta 10.00	3.2	Valor acumulado de las referencias validadas de servicios prestados o contratos ejecutados	Hasta 10.00	3.3	Calidad de referencias de servicios prestados o contratos ejecutados	Hasta 20.00	4	Formación Académica del Personal de Dirección Clave Asignado	Hasta 20.00	4.1	Gerente de Obra	Hasta 10.00	4.2	Residente de Obra	Hasta 10.00	Total Puntaje		100.00
CRITERIOS DE EVALUACION																																														
No.	Descripción	Puntaje																																												
1	Desarrollo Técnico de los Trabajos a realizar	Hasta 30.00																																												
1.1	Enfoque Técnico y Metodología	Hasta 10.00																																												
1.2	Cronograma de Trabajo	Hasta 10.00																																												
1.3	Organización del Personal	Hasta 10.00																																												
2	Experiencia General del Oferente	Hasta 10.00																																												
3	Experiencia Específica del Oferente	Hasta 40.00																																												
3.1	Número de referencias validadas de servicios prestados o contratos ejecutados	Hasta 10.00																																												
3.2	Valor acumulado de las referencias validadas de servicios prestados o contratos ejecutados	Hasta 10.00																																												
3.3	Calidad de referencias de servicios prestados o contratos ejecutados	Hasta 20.00																																												
4	Formación Académica del Personal de Dirección Clave Asignado	Hasta 20.00																																												
4.1	Gerente de Obra	Hasta 10.00																																												
4.2	Residente de Obra	Hasta 10.00																																												
Total Puntaje		100.00																																												
<p align="center">Evaluación Económica</p>	<p>Se procederá a la evaluación de la oferta económica únicamente de aquellos ofertantes que hayan sido considerados elegibles en la fase de evaluación de la oferta técnica. El puntaje máximo a obtener en la evaluación de la propuesta de oferta económica es de 25.00 puntos, siendo la oferta más baja la base de la evaluación y otorgándosele los 25.00 puntos, las demás ofertas (que sean más altas) obtendrán un puntaje inversamente proporcional en comparación a la oferta más baja recibida.</p> <p>Así:</p> $PEE = (POMB / POE) \times 25.00 \text{ puntos}$ <p>Dónde:</p> <p>PEE = Puntaje de Evaluación Económica POMB = Precio Ofertado Más Bajo POE = Precio Ofertado en Evaluación.</p>																																													
<p align="center">Criterio de adjudicación</p>	<p>La recomendación de adjudicación se realizará en forma total al ofertante que haya sido elegible en la EVALUACIÓN LEGAL Y FINANCIERA y que, en la calificación final haya obtenido el mayor puntaje, considerándose como factor decisorio para la recomendación de adjudicación al ofertante que obtenga el mayor puntaje en la calificación final.</p> <p>Calificación Final El puntaje de la Calificación Final estará formado por la sumatoria de:</p> <table border="1" data-bbox="626 1675 1286 1829"> <thead> <tr> <th>No.</th> <th>Descripción</th> <th>Puntaje</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1</td> <td>Etapa II. Evaluación Técnica</td> <td>75 puntos</td> </tr> <tr> <td>2</td> <td>Etapa III. Evaluación Económica</td> <td>25 puntos</td> </tr> <tr> <td colspan="2">Total</td> <td>100 puntos</td> </tr> </tbody> </table> <p>En caso de empate en el mayor puntaje en la calificación final, el factor decisorio para la recomendación de adjudicación será el ofertante que obtenga el mayor puntaje en la evaluación de la oferta económica.</p>	No.	Descripción	Puntaje	1	Etapa II. Evaluación Técnica	75 puntos	2	Etapa III. Evaluación Económica	25 puntos	Total		100 puntos																																	
No.	Descripción	Puntaje																																												
1	Etapa II. Evaluación Técnica	75 puntos																																												
2	Etapa III. Evaluación Económica	25 puntos																																												
Total		100 puntos																																												



CORPORACIÓN SALVADOREÑA
DE TURISMO

Estando la Junta Directiva de acuerdo en promover la referida Licitación Pública y con los términos de las Bases de Licitación, con fundamento en los Artículos 18 y 20 de la Ley de Adquisiciones y Contrataciones de la Administración Pública; y 47 del Reglamento de la citada Ley, ACUERDA:

ACUERDO N° 3054-367/2019:

Autorizar iniciar el proceso de licitación pública No. 09/2019, "MEJORAMIENTO DE LAS INSTALACIONES FISICAS DEL COMPLEJO TURISTICO DEL PUERTO DE LA LIBERTAD, FASE I", así como las siguientes actividades:

1. Publicación de Convocatoria en prensa y COMPRASAL.
2. Entrega de Bases de Licitación
3. Respuestas a Consultas, en caso de existir
4. Recepción y apertura de ofertas
5. Que la Director Presidenta nombre la Comisión de Evaluación de ofertas.

7.2- Concurso público No. CP 01/2019, "SUPERVISIÓN PARA EL MEJORAMIENTO DE LAS INSTALACIONES FISICAS DEL COMPLEJO TURISTICO DEL PUERTO DE LA LIBERTAD, FASE I"

Conforme a lo establecido en el Artículo 18 de la Ley de Adquisiciones y Contrataciones de la Administración Pública, en adelante LACAP, se presenta a Junta Directiva las bases para promover el Concurso Público para la "Supervisión para el Mejoramiento de las instalaciones físicas del Complejo Turístico del Puerto de La Libertad, Fase I". Solicitándose la autorización para promover el referido proceso y la aprobación de las respectivas bases de licitación.

Finalidad institucional del proceso de contratación:

Contar con una persona natural o jurídica que proporcione de manera integral los servicios de supervisión para el mejoramiento de las condiciones físicas de infraestructura del Complejo Turístico del Puerto de La Libertad, para garantizar el aseguramiento de la calidad de los procesos constructivos.

Código	CP 01/2019
Nombre de la adquisición o contratación	"SUPERVISIÓN PARA EL MEJORAMIENTO DE LAS INSTALACIONES FISICAS DEL COMPLEJO TURISTICO DEL PUERTO DE LA LIBERTAD. FASE I"
Fuente de Financiamiento	Fondo de Contribución Especial para la promoción del turismo.
Presupuesto conforme al Plan Operativo Anual	Total: US\$ 118,500.00
Forma de Contratación	Concurso Público
Período de ejecución	240 días calendario partir de la orden de inicio.



**CORPORACIÓN SALVADOREÑA
DE TURISMO**

Evaluación Técnica	<p>La evaluación técnica se realizará a las ofertas que resultaron elegibles en la Evaluación de la Capacidad Legal y Financiera, conforme a la información completa y cualificada que presenten los ofertantes serán revisadas y evaluadas de acuerdo a los siguientes criterios de evaluación:</p> <table border="1" data-bbox="483 411 1429 1003"> <thead> <tr> <th colspan="3">CRITERIOS DE EVALUACION</th> </tr> <tr> <th>No.</th> <th>Descripción</th> <th>Puntaje</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1</td> <td>Desarrollo Técnico de las Actividades a Realizar</td> <td>Hasta 30.00</td> </tr> <tr> <td>1.1</td> <td>Enfoque Técnico y Metodología</td> <td>Hasta 10.00</td> </tr> <tr> <td>1.2</td> <td>Cronograma de Trabajo</td> <td>Hasta 10.00</td> </tr> <tr> <td>1.3</td> <td>Organización del Personal</td> <td>Hasta 10.00</td> </tr> <tr> <td>2</td> <td>Experiencia General del Oferente</td> <td>Hasta 10.00</td> </tr> <tr> <td>3</td> <td>Experiencia Especifica del Oferente</td> <td>Hasta 25.00</td> </tr> <tr> <td>3.1</td> <td>Número de referencias validadas de servicios prestados o contratos de supervisión ejecutados.</td> <td>Hasta 10.00</td> </tr> <tr> <td>3.2</td> <td>Valor acumulado de las referencias validadas de servicios prestados o contratos de supervisión ejecutados.</td> <td>Hasta 5.00</td> </tr> <tr> <td>3.3</td> <td>Calidad de referencias de servicios prestados o contratos de supervisión ejecutados</td> <td>Hasta 10.00</td> </tr> <tr> <td>4</td> <td>Formación Académica y Experiencia del Personal Asignado</td> <td>Hasta 30.00</td> </tr> <tr> <td>4.1</td> <td>Gerente de Supervisión</td> <td>Hasta 15.00</td> </tr> <tr> <td>4.2</td> <td>Residente de Supervisión</td> <td>Hasta 15.00</td> </tr> <tr> <td>5</td> <td>Visita de Campo</td> <td>Hasta 5.00</td> </tr> <tr> <td colspan="2" style="text-align: right;">Total de Puntaje</td> <td>100.00</td> </tr> </tbody> </table> <p>Para poder ser considerado elegible en la propuesta técnica, el puntaje mínimo a obtener en el proceso de evaluación de la propuesta será de 70.00 puntos. El puntaje obtenido se multiplicará por un factor de 0.75, para obtener su puntaje del 75% establecido en el cuadro de Calificación Final.</p>	CRITERIOS DE EVALUACION			No.	Descripción	Puntaje	1	Desarrollo Técnico de las Actividades a Realizar	Hasta 30.00	1.1	Enfoque Técnico y Metodología	Hasta 10.00	1.2	Cronograma de Trabajo	Hasta 10.00	1.3	Organización del Personal	Hasta 10.00	2	Experiencia General del Oferente	Hasta 10.00	3	Experiencia Especifica del Oferente	Hasta 25.00	3.1	Número de referencias validadas de servicios prestados o contratos de supervisión ejecutados.	Hasta 10.00	3.2	Valor acumulado de las referencias validadas de servicios prestados o contratos de supervisión ejecutados.	Hasta 5.00	3.3	Calidad de referencias de servicios prestados o contratos de supervisión ejecutados	Hasta 10.00	4	Formación Académica y Experiencia del Personal Asignado	Hasta 30.00	4.1	Gerente de Supervisión	Hasta 15.00	4.2	Residente de Supervisión	Hasta 15.00	5	Visita de Campo	Hasta 5.00	Total de Puntaje		100.00
	CRITERIOS DE EVALUACION																																																
No.	Descripción	Puntaje																																															
1	Desarrollo Técnico de las Actividades a Realizar	Hasta 30.00																																															
1.1	Enfoque Técnico y Metodología	Hasta 10.00																																															
1.2	Cronograma de Trabajo	Hasta 10.00																																															
1.3	Organización del Personal	Hasta 10.00																																															
2	Experiencia General del Oferente	Hasta 10.00																																															
3	Experiencia Especifica del Oferente	Hasta 25.00																																															
3.1	Número de referencias validadas de servicios prestados o contratos de supervisión ejecutados.	Hasta 10.00																																															
3.2	Valor acumulado de las referencias validadas de servicios prestados o contratos de supervisión ejecutados.	Hasta 5.00																																															
3.3	Calidad de referencias de servicios prestados o contratos de supervisión ejecutados	Hasta 10.00																																															
4	Formación Académica y Experiencia del Personal Asignado	Hasta 30.00																																															
4.1	Gerente de Supervisión	Hasta 15.00																																															
4.2	Residente de Supervisión	Hasta 15.00																																															
5	Visita de Campo	Hasta 5.00																																															
Total de Puntaje		100.00																																															
Evaluación Económica	<p>Se procederá a la evaluación de la oferta económica únicamente de aquellos ofertantes que hayan sido considerados elegibles en la fase de evaluación de la oferta técnica. El puntaje máximo a obtener en la evaluación de la propuesta de oferta económica es de 25.00 puntos, siendo la oferta más baja la base de la evaluación y otorgándosele los 25.00 puntos, las demás ofertas (que sean más altas) obtendrán un puntaje inversamente proporcional en comparación a la oferta más baja recibida.</p> <p>Así:</p> $PEE = (POMB / POE) \times 25.00 \text{ puntos}$ <p>Dónde:</p> <p>PEE = Puntaje de Evaluación Económica POMB = Precio Ofertado Más Bajo POE = Precio Ofertado en Evaluación.</p>																																																
Criterio de adjudicación	<p>La recomendación de adjudicación se realizará en forma total al ofertante que haya sido elegible en la EVALUACIÓN LEGAL Y FINANCIERA y que, en la calificación final haya obtenido el mayor puntaje, considerándose como factor decisivo para la recomendación de adjudicación al ofertante que obtenga el mayor puntaje en la calificación final.</p> <p>Calificación Final El puntaje de la Calificación Final estará formado por la sumatoria de:</p> <table border="1" data-bbox="625 1717 1286 1850"> <thead> <tr> <th>No.</th> <th>Descripción</th> <th>Puntaje</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1</td> <td>Etapa II. Evaluación Técnica</td> <td>75 puntos</td> </tr> <tr> <td>2</td> <td>Etapa III. Evaluación Económica</td> <td>25 puntos</td> </tr> <tr> <td colspan="2">Total</td> <td>100 puntos</td> </tr> </tbody> </table> <p>En caso de empate en el mayor puntaje en la calificación final, el factor decisivo para la recomendación de adjudicación será el ofertante que obtenga el mayor puntaje en la evaluación de la oferta económica.</p>	No.	Descripción	Puntaje	1	Etapa II. Evaluación Técnica	75 puntos	2	Etapa III. Evaluación Económica	25 puntos	Total		100 puntos																																				
No.	Descripción	Puntaje																																															
1	Etapa II. Evaluación Técnica	75 puntos																																															
2	Etapa III. Evaluación Económica	25 puntos																																															
Total		100 puntos																																															



CORPORACIÓN SALVADOREÑA
DE TURISMO

Estando la Junta Directiva de acuerdo en promover el referido Concurso Público y con los términos de las Bases de Licitación, con fundamento en los Artículos 18 y 20 de la Ley de Adquisiciones y Contrataciones de la Administración Pública; y 47 del Reglamento de la citada Ley, ACUERDA:

ACUERDO N° 3055-367/2019:

Autorizar iniciar el proceso de concurso público No. 01/2019, "SUPERVISIÓN PARA EL MEJORAMIENTO DE LAS INSTALACIONES FISICAS DEL COMPLEJO TURISTICO DEL PUERTO DE LA LIBERTAD, FASE I", así como las siguientes actividades:

1. Publicación de Convocatoria en prensa y COMPRASAL.
2. Entrega de Bases de Concurso
3. Respuestas a Consultas, en caso de existir
4. Recepción y apertura de ofertas
5. Que la Directora Presidenta nombre la Comisión de Evaluación de ofertas.

8.- CONVENIO DE COOPERACIÓN INTERINSTITUCIONAL ENTRE CORSATUR Y BANCO CENTRAL DE RESERVA DE EL SALVADOR: Prórroga del plazo

Antecedentes:

El veintinueve de octubre de dos mil nueve, la Corporación suscribió con el Banco Central de Reserva de El Salvador (BCR) convenio de cooperación interinstitucional, cuyo objeto es disponer y hacer uso común del informe y base de datos resultantes de la encuesta "Perfil del Visitante Internacional" e informe de resultados globales de la "Encuesta de Movimientos Turísticos en Fronteras Terrestres y Aeropuertos Internacionales de El Salvador San Oscar Arnulfo Romero y Galdámez, Ilopango y Puerto de Acajutla para el caso del año 2019.

Con fecha siete de agosto del presente año, se recibe nota del BCR, donde manifiestan nueva disposición de prorrogar dicho convenio por un periodo similar, bajo los mismos términos y así continuar con el proyecto de cooperación mutua en el área de las estadísticas de turismo.

Es necesario mencionar que esta cooperación interinstitucional se ha venido ejecutado ininterrumpidamente desde su otorgamiento, debido a las prórrogas que ambas partes suscriptoras han acordado; lo anterior tomando en cuenta los beneficios mutuos derivados de esta cooperación.

Beneficios derivados de la alianza estratégica:

Entre los principales beneficios que se han obtenido producto de este Convenio son:

- a) Por parte de CORSATUR, que el BCR en la ejecución del convenio Proporciona a CORSATUR recursos por la suma de DIECISÉIS MIL OCHOCIENTOS DIEZ DÓLARES (US\$ 16.810.00) para la ejecución de la encuesta; colaborar a través del



**CORPORACIÓN SALVADOREÑA
DE TURISMO**

Departamento del Sector Externo (Balanza de Pagos) en actividades técnicas de aprobar y dar opinión técnica de los resultados e informes presentados por el proveedor de servicios de la encuesta "Perfil del Visitante Internacional" entre otras. Todo lo cual ha venido ejecutando con estricto apego a lo pactado en el convenio.

- b) Por parte de BCR, con la información que CORSATUR le proporciona (informe y base de datos) le permite determinar el ingreso y egreso de divisas, insumo necesario para elaborar la balanza de pagos y tomar las acciones pertinentes encaminadas al desarrollo del sector turístico.
- c) Que ambas instituciones cuenten con la misma información, lo cual se vuelve beneficioso para la actualización de la Cuenta satélite de Turismo.

Recomendación Técnica:

Tomando en cuenta los beneficios antes señalados, así como la importancia de tener como aliado en este proyecto al BCR, desde la perspectiva técnica se señala que es de suma importancia continuar con la cooperación interinstitucional derivada del referido Convenio. Se agrega que el BCR ha externado su intención de prorrogarlo por un año más, mediante nota del siete de agosto del año en curso.

De acuerdo a Numeral IV. Plazo del convenio, este podrá prorrogarse por un plazo similar de un año a través de cruce de cartas entre ambas instituciones.

Estando la Junta Directiva de acuerdo con el planteamiento hecho, y con fundamento en el Romano IV del Convenio de Cooperación Interinstitucional celebrado entre el BCR y CORSATUR, ACUERDA:

ACUERDO N° 3056-367/2019:

Prorrogar el Convenio de Cooperación Interinstitucional suscrito entre el Banco Central de Reserva de El Salvador y la Corporación Salvadoreña de Turismo, para el periodo comprendido entre el veintinueve de octubre de dos mil diecinueve y el veintinueve de octubre de dos mil veinte. Por CORSATUR se notificará mediante cruce de cartas, autorizando a la Directora Presidenta o al Gerente General para su suscripción.

9.- SOLICITUD DE LA CÁMARA SALVADOREÑA DE TURISMO (CASATUR): Autorización de patrocinio Mapas Turísticos

I.- ANTECEDENTES

En sesión de Junta Directiva N° 363/2019, mediante Acuerdo N° 3027 se aprobó crear la Sub Actividad 2.F.8 "Patrocinios", para apoyar al desarrollo e incentivo del turismo en el país a través de patrocinios que permitan el posicionamiento de El Salvador en los mercados.



CORPORACIÓN SALVADOREÑA
DE TURISMO

II.- MAPAS TURÍSTICOS / CÁMARA SALVADOREÑA DE TURISMO

La Cámara Salvadoreña de Turismo está desarrollando un nuevo proyecto de mapas, enfocado en resaltar las riquezas y atractivos de nuestro país.

En este marco se contempla el Mapa Turístico Ruta de Playa, el cual permitirá potenciar el turismo en la zona costera salvadoreña, con el objetivo que el turista tenga a la mano los destinos más relevantes para que pueda optar para visitarlos en su estadía en el país y pueda conocer las diferentes rutas de acceso hacia ellos.

Este mapa contará con información de lugares y sus más importantes características presentadas tanto en idioma español como en inglés; con la finalidad de darle un mayor alcance a los turistas, y los motive a visitar la zona.

También se relaborarán bajo el mismo concepto, el Mapa de la Ruta de La Flores y el de la Ruta del Volcán, para dar énfasis al desarrollo de esos sectores del país y apoyar a los emprendedores de dichos lugares.

III.- SOLICITUD DE PATROCINIO

La Cámara Salvadoreña de Turismo presenta solicitud de patrocinio para los mapas turísticos antes mencionados, por un monto de US\$3,500.00 más IVA, haciendo un total US\$3,955.00, el cual otorga derecho a cintillo promocional institucional en portada y contraportada.

SOLICITANTE	DESCRIPCIÓN	MONTO
Cámara Salvadoreña de Turismo	Patrocinio consistente en cintillo promocional institucional en portada y contraportada, en mapas Ruta de Playa, Ruta de las Flores y Ruta del Volcán, a ser distribuidos en los principales Hoteles, Aeropuerto Internacional, Tour Operadores, Ferias Nacionales e Internacionales, Participantes y Socios. La impresión está prevista para el 18 de octubre de 2019.	US\$3,500 + IVA (US\$3,955.00)

Los Directores de Junta Directiva analizan la presente propuesta, deliberando sobre la conveniencia técnica y presupuestaria que se está planteando respecto del patrocinio para Mapas Turísticos de la Cámara Salvadoreña de Turismo, concluyendo que los mismos, según el planteamiento expresado, permitirán facilitar al turista la información de la oferta turística nacional y reforzar el posicionamiento del país como destino turístico en el mercado nacional e internacional.

Por lo anterior, esta Junta Directiva de manera unánime, ACUERDA:

ACUERDO N° 3057-367/2019:

I.- Autorizar el aporte económico a la Cámara Salvadoreña de Turismo por TRES MIL NOVECIENTOS CINCUENTA Y CINCO DÓLARES (US\$3,955.00), destinado



**CORPORACIÓN SALVADOREÑA
DE TURISMO**

para cintillo promocional institucional en portada y contraportada, en mapas turísticos.

II.- Autorizar a la Directora Presidenta y/o al Gerente General para la suscripción del Acuerdo de Patrocinio con la Cámara Salvadoreña de Turismo.

III.- Nombrar a Roberto Ayala de la Gerencia de Mercadeo como responsable de verificar el cumplimiento de las condiciones del patrocinio en los términos plasmados en este acto administrativo; y requerir al solicitante, brinde un informe por escrito al finalizar las actividades respectivas.

10.- MISIONES OFICIALES: Autorización

Se presenta a esta Junta Directiva, la propuesta de participación de CORSATUR en las siguientes misiones oficiales:

1.- Seminario de Formación sobre la Planificación Estratégica del Desarrollo Sostenible del Turismo para El Salvador.

I. ANTECEDENTES

Con fecha 27 de agosto de 2019, la Embajada de la República Popular China con sede en El Salvador invita a veinte (20) personas relacionadas con el sector turismo para ser postulados para la participación en el "Seminario de Formación sobre la Planificación Estratégica del Desarrollo Sostenible del Turismo para El Salvador"; a realizarse en China del 22 de octubre al 11 de noviembre de 2019.

Así mismo, se hace del conocimiento de los miembros de Junta Directiva que los gastos como pasajes internacionales, alojamiento, transporte y comida durante la estadía en China, serán cubiertos por el Gobierno chino.

II. ACERCA DEL SEMINARIO

El "Seminario de Formación sobre la Planificación Estratégica del Desarrollo Sostenible del Turismo para El Salvador" es organizado e impartido por la Academia Central de Administración Cultural y Turística, institución dependiente directamente del Ministerio de Turismo y Cultura de la República Popular China; siendo la sede central de realización la ciudad de Beijing; visitándose como parte de las actividades las Ciudades de Sanya y Ciudad Wanning de la Provincia Hainan.

Dicho curso ha beneficiado a más de 1,800 funcionarios, académicos universitarios y técnicos profesionales de 120 países; cubriendo temas como la gestión cultural, la industria cultural, la protección del patrimonio cultural, la gestión del turismo y la integración del turismo y la cultura.

El objetivo del Seminario es comprender la tendencia de futuro desarrollo y las perspectivas de la industria turística mundial; la planificación estratégica del desarrollo sostenible de la industria turística y la nueva tendencia del desarrollo integrado entre



CORPORACIÓN SALVADOREÑA
DE TURISMO

cultura y turismo; pudiendo con ello generar propuestas viables, constructivas e innovadoras para el desarrollo turístico en El Salvador.

Siendo los principales cursos del Seminario los siguientes:

1. Tendencia y perspectivas de desarrollo de la industria turística mundial: mediante clases temáticas se exponen el estado actual y la tendencia de desarrollo sostenible de la industria turística desde la perspectiva global; ideas e innovación en diseño turístico.
2. Estrategias y planes de desarrollo sostenible del turismo de China: mediante clases temáticas se presentan la historia, los logros y las experiencias de la industria turística de China; nueva tendencia de la integración entre cultura y turismo; fuerza promotora de ciencia y tecnología para el desarrollo sostenible del turismo; recursos y mercados turísticos de China; el desarrollo sostenible de la industria turística de China durante todo el siglo.
3. Turismo sostenible y ecoturismo—teoría, metodología y práctica: mediante clases temáticas se da una introducción al ecoturismo y su planificación; evaluación de influencia del turismo en las reservas naturales y análisis del potencial de desarrollo del ecoturismo.
4. La creación de marca de turismo y su comercialización (marketing): mediante clases temáticas se exponen el desarrollo sostenible del entorno de marketing turístico; estrategia de marketing de las marcas de los destinos turísticos; inversiones turísticas y el desarrollo sostenible del turismo; tendencia de desarrollo y estrategias sobre las artes escénicas turísticas; análisis sobre el patrón y planificación de resorts turísticos.
5. Experiencia turística característica—la puerta de Zhengyang: visita del lugar, planificación y operación turística sobre el desarrollo integrado entre antiguos espacios urbanos y nuevas modalidades operativas del turismo.
6. Experiencia turística característica—turismo costero: visita de la localidad, estudiar y experimentar la gestión del turismo costero y el del surf; y,
7. Foro Sino-Salvadoreño: los jefes y encargados de las instituciones turísticas en China y El Salvador abordarán temas tales como la planificación estratégica para el desarrollo sostenible del turismo, el desarrollo de productos turísticos, el desarrollo integrado entre cultura y turismo, entre otros.



**CORPORACIÓN SALVADOREÑA
DE TURISMO**

III. DE LA MISIÓN OFICIAL

La Misión Oficial procederá según el siguiente detalle:

NOMBRE DE LA MISIÓN OFICIAL:			"Seminario de Formación sobre la Planificación Estratégica del Desarrollo Sostenible del Turismo para El Salvador"												
UNIDAD FUNCIONAL RESPONSABLE:			Unidad de Comercialización, Gerencia de Mercadeo.												
LINEA DE POA AFECTADA:			4.I.1.4. VIATICOS												
LUGAR	PERÍODO	DELEGACIÓN	OBJETIVO		COSTO										
			INSTITUCIONAL	EVENTO											
Beijing, República Popular China.	Del 19 de octubre al 12 de noviembre de 2019	Licda. Elisa Marcela Rosales Ramirez, Coordinadora de CAT y CDT.	Comprender la tendencia de futuro desarrollo y las perspectivas de la industria turística mundial; la planificación estratégica del desarrollo sostenible de la industria turística y la nueva tendencia del desarrollo integrado entre cultura y turismo; pudiendo con ello generar propuestas viables, constructivas e innovadoras para el desarrollo turístico en El Salvador.	Comprender la tendencia de futuro desarrollo y las perspectivas de la industria turística mundial; la planificación estratégica del desarrollo sostenible de la industria turística y la nueva tendencia del desarrollo integrado entre cultura y turismo; pudiendo con ello generar propuestas viables, constructivas e innovadoras para el desarrollo turístico en El Salvador.	CORSATUR incurrirá en los siguientes costos: <table border="1" style="margin-left: 20px;"> <tr> <td>Boleto aéreo (Costo Aproximado)</td> <td>N/A</td> </tr> <tr> <td>Gastos terminales</td> <td>\$ 45.00 x 3= \$ 135.00</td> </tr> <tr> <td>Viáticos</td> <td>N/A</td> </tr> <tr> <td>Gastos de viaje</td> <td>\$ 520.00 x 3= \$ 1,560.00</td> </tr> <tr> <td>TOTAL</td> <td>\$ 1,695.00</td> </tr> </table>	Boleto aéreo (Costo Aproximado)	N/A	Gastos terminales	\$ 45.00 x 3= \$ 135.00	Viáticos	N/A	Gastos de viaje	\$ 520.00 x 3= \$ 1,560.00	TOTAL	\$ 1,695.00
		Boleto aéreo (Costo Aproximado)				N/A									
		Gastos terminales				\$ 45.00 x 3= \$ 135.00									
Viáticos	N/A														
Gastos de viaje	\$ 520.00 x 3= \$ 1,560.00														
TOTAL	\$ 1,695.00														
Licda. Sury Mireya Velasco Angel, Jefe Unidad de Comunicaciones y Relaciones Públicas.															
Lic. Esteban Umaña Argüello, Gerente de Planificación.															

2.- "26TH ANNUAL FCCA CRUISE CONFERENCE AND TRADE SHOW"

Con el fin de continuar con la búsqueda de oportunidades para la visita de más y nuevos cruceros a El Salvador, y continuar teniendo presencia país en los eventos internacionales de la industria de cruceros, se ha coordinado la misión oficial para asistir a la "26TH ANNUAL FCCA CRUISE CONFERENCE AND TRADE SHOW" a llevarse a cabo del 21 al 25 de octubre en San Juan, Puerto Rico.

I. OBJETIVOS DE LA MISIÓN:

- Participar en reuniones uno a uno con los representantes de las principales empresas de cruceros de Estados Unidos.
- Discutir temas de interés que contribuyan a fortalecer la demanda de atraques de cruceros a corto, mediano y largo plazo en El Salvador
- Tener presencia país en el evento más importante de la industria de cruceros.

II. INVERSIÓN

Para poder llevar a cabo la misión para asistir a la "26th annual FCCA Cruise Conference and Trade Show", se ha determinado que es importante cubrir con los gastos de boleto aéreo, gastos terminales, de viaje y viáticos para 1 persona delegada de CORSATUR para representar al país en dicho evento, siendo el monto total de inversión la cantidad de \$1,920.00.



CORPORACIÓN SALVADOREÑA
DE TURISMO

El monto a invertir por Boleto Aéreo será de aproximadamente \$900.00, cuyo presupuesto se gestionaría a través del contrato 2019 de agencia de viajes LG 18/2019, suscrito con AGENCIA INTERNACIONAL DE VIAJES PANAMEX, S.A. DE C.V.

III. RESUMEN DE MISIÓN OFICIAL

NOMBRE DE LA MISIÓN OFICIAL:		26th ANNUAL FCCA CRUISE CONFERENCE & TRADE SHOW				
UNIDAD FUNCIONAL RESPONSABLE:		Gerencia de Mercadeo				
LINEA DE POA AFECTADA:		4. Marca Destino 4I.1.4 Viáticos 4I.1.5 Boletos Aéreos				
LUGAR	PERÍODO	DELEGACIÓN	OBJETIVO		COSTO	
			INSTITUCIONAL	EVENTO		
San Juan, Puerto Rico	19 – 26 de octubre de 2019 (incluye fechas de salida y retorno)	Lya Salazar, Especialista en Comercialización y Ferias Internacionales	Compartir buenas prácticas y proyectos de cruceros en El Salvador.	Participar en reuniones uno a uno con los representantes de las principales empresas de cruceros.	Costo aproximado Boleto aéreo	\$ 900.00
			Fortalecer la industria de Cruceros en El Salvador.	Discutir temas de interés que contribuyan a fortalecer la demanda de atraques de cruceros a corto, mediano y largo plazo en El Salvador.	Gastos terminales	\$ 45.00
			Mantener las relaciones con las Líneas de cruceros y la FCCA.	Tener presencia país en el evento más importante de la industria de cruceros.	Viáticos	\$ 780.00
					Gastos de viaje	\$ 195.00

3.- Reunión con Tour Operadores en ciudad de México

Con el fin de continuar con la búsqueda de oportunidades para el crecimiento del turismo en el país y lograr más visitantes provenientes de México, se ha coordinado una misión oficial con una delegación de tour operadores salvadoreños, para llevar a cabo una reunión con importantes tour operadores mejicanos. Esta reunión se llevará a cabo en la Ciudad de México, el 31 de octubre del presente año.

Esta misión surge a partir de los acuerdos de la Carta de Entendimiento suscrita con AVIANCA para promover a El Salvador en otros países y quien además, estará proporcionando 16 boletos aéreos para llevar a cabo dicha misión.

I. OBJETIVOS DE LA MISIÓN:

- Hacer una presentación país de El Salvador como destino turístico importante.
- Hacer una presentación detallada de STOP OVER a los tour operadores mejicanos.
- Rueda de negocios entre tour operadores salvadoreños y mejicanos, para crear nuevas relaciones profesionales y oportunidades de negocios.



**CORPORACIÓN SALVADOREÑA
DE TURISMO**

II. PARTICIPANTES

Para poder lograr los objetivos de la misión oficial en cuestión, se han evaluado y seleccionado 7 tour operadores salvadoreños inscritos en el RNT y miembros de ASOTUR.

El listado de tour operadores seleccionados está siendo evaluado por la Presidencia de ASOTUR para determinar el listado final de empresas para realizar la misión oficial a la Ciudad de México.

III. INVERSIÓN

Para poder llevar a cabo la misión a la Ciudad de México, se ha determinado que es importante cubrir con los gastos de viaje e impuestos aeroportuarios para la persona delegada de CORSATUR, tomando en cuenta que el boleto aéreo será cubierto por AVIANCA en el marco de la Carta de Entendimiento antes referida.

IV. RESUMEN DE MISIÓN OFICIAL

NOMBRE DE LA MISIÓN OFICIAL:		Reunión con Tour Operadores en la Ciudad de México											
UNIDAD FUNCIONAL RESPONSABLE:		Gerencia Mercadeo											
LUGAR	PERÍODO	DELEGACIÓN	OBJETIVO		COSTO								
			INSTITUCIONAL	EVENTO									
México DF, México	Del 30 al 31 de octubre 2019 (incluye fechas de salida y retorno)	Lic. Lya Salazar, Especialista en Comercialización y ferias internacionales	Continuar con la búsqueda de oportunidades para el crecimiento del turismo en el país y lograr más visitantes provenientes de México,	<ul style="list-style-type: none"> • Hacer una presentación país de El Salvador como destino turístico importante. • Hacer una presentación detallada de STOP OVER a los tour operadores invitados. • Presentar un paquete especial de precios para turistas mejicanos interesados en visitar El Salvador. • Rueda de negocios entre tour operadores salvadoreños y mejicanos, para crear nuevas relaciones profesionales y oportunidades de negocios. 	<table border="1"> <tr> <td>Impuestos aeroportuarios</td> <td>\$ 120.00</td> </tr> <tr> <td>Gastos terminales</td> <td>\$ 45.00</td> </tr> <tr> <td>Gastos de viaje</td> <td>\$ 225.00</td> </tr> <tr> <td>TOTAL</td> <td>\$ 390.00</td> </tr> </table>	Impuestos aeroportuarios	\$ 120.00	Gastos terminales	\$ 45.00	Gastos de viaje	\$ 225.00	TOTAL	\$ 390.00
					Impuestos aeroportuarios	\$ 120.00							
Gastos terminales	\$ 45.00												
Gastos de viaje	\$ 225.00												
TOTAL	\$ 390.00												
México DF, México	Del 30 al 31 de octubre 2019 (incluye fechas de salida y retorno)	7 tour operadores salvadoreños											
TOTAL DE INVERSIÓN					\$ 390.00								



CORPORACIÓN SALVADOREÑA
DE TURISMO

Esta Junta Directiva, debidamente informada y considerando que la participación de CORSATUR en estas misiones oficiales redundará en la positiva marcha de las estrategias de desarrollo y promoción turística de El Salvador, **ACUERDA:**

ACUERDO N° 3058-367/2019:

I.- Autorizar las Misiones Oficiales presentadas en este punto, en los términos planteados en este acto administrativo, e instruir a las personas delegadas por CORSATUR, para que presenten el informe de los resultados de estas misiones oficiales.

II.- Autorizar el pago de \$565.00 en concepto de Gastos Terminales y Gastos de Viaje para cada delegado de CORSATUR: Licda. Elisa Marcela Rosales Ramirez, Coordinadora de CAT y CDT; Licda. Sury Mireya Velasco Angel, Jefe Unidad de Comunicaciones y Relaciones Públicas; y, Lic. Esteban Umaña Argüello, Gerente de Planificación; haciendo un total de \$1,695.00 por los referidos conceptos, respecto de la misión oficial denominada Seminario de Formación sobre la Planificación Estratégica del Desarrollo Sostenible del Turismo para El Salvador; e instruir a esta Delegación de CORSATUR para formular y replicar a los diferentes actores claves del sector turismo los conocimientos y metodologías de Planificación Turística adquiridos en dicho seminario.

III.- Autorizar el pago de \$1,920.00 en concepto de Boleto aéreo, Gastos Terminales, viáticos y gastos de viaje para la delegada de CORSATUR Lic. Lya Salazar, Especialista en Comercialización y ferias internacionales, respecto de la misión oficial denominada 26th ANNUAL FCCA CRUISE CONFERENCE & TRADE SHOW.

IV.- Autorizar el pago de \$390.00 en concepto de impuestos aeroportuarios, Gastos Terminales, y gastos de viaje para la delegada de CORSATUR Lic. Lya Salazar, Especialista en Comercialización y ferias internacionales, respecto de la misión oficial denominada Reunión con Tour Operadores en la Ciudad de México.

V.- Autorizar licencia con goce de sueldo a los empleados de CORSATUR por desempeño de las siguientes misiones oficiales:

MISIÓN	DELEGADOS	PERÍODO	LUGAR
"Seminario de Formación sobre la Planificación Estratégica del Desarrollo Sostenible del Turismo para El Salvador"	Licda. Elisa Marcela Rosales Ramirez, Coordinadora de CAT y CDT; Licda. Sury Mireya Velasco Angel, Jefe Unidad de Comunicaciones y Relaciones Públicas; y, Lic. Esteban Umaña Argüello, Gerente de Planificación,	Del 19 de octubre al 12 de noviembre de 2019	Beijing, República Popular China.



CORPORACIÓN SALVADOREÑA
DE TURISMO

26th ANNUAL FCCA CRUISE CONFERENCE & TRADE SHOW	Lic. Lya Salazar, Especialista en Comercialización y ferias internacionales	Del 19 al 26 de octubre de 2019	San Juan, Puerto Rico
Reunión con Tour Operadores en la Ciudad de México	Lic. Lya Salazar, Especialista en Comercialización y ferias internacionales	Del 28 al 30 de octubre 2019	México D.F., México

La Licenciada Leonor Alejandra Selva Flores estuvo presente hasta el cierre de la sesión, quien conoció de los puntos de agenda desarrollados y discutidos por los Directores de Junta Directiva, informando que los acuerdos adoptados cumplen las formalidades legales, por lo que no se emite objeción legal.

No habiendo más que hacer constar se cierra la sesión a las catorce horas treinta y cinco minutos del diez de octubre de dos mil diecinueve.



CORPORACIÓN SALVADOREÑA
DE TURISMO

