



CORPORACIÓN SALVADOREÑA  
DE TURISMO

## ACTA N°450/2023

En la ciudad de San Salvador, a las diecisiete horas del día veintitrés de febrero de dos mil veintitrés. Reunidos en la Sala de Sesiones de CORSATUR, los miembros de la Junta Directiva de esta institución, se procedió a establecer el quórum correspondiente, verificando la asistencia de los siguientes miembros: Licenciada Morena Ileana Valdez Vigil, Directora Presidenta, por parte de la Corporación Salvadoreña de Turismo; Licenciado René Andrés Sáenz Avilés del Ministerio de Gobernación y Desarrollo Territorial, Mtra. Mariemm Eunice Pleitez, del Ministerio de Cultura, todos en calidad de Directores Propietarios. Asimismo, se verificó la asistencia del Licenciado Christian Valladares del Ministerio de Gobernación y Desarrollo Territorial; Ingeniero Alexander Francisco Gil Arévalo, del Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales, como Directores Suplentes. Por parte del sector no gubernamental se constató la asistencia del Licenciado Ricardo Miguel Granillo Funes y del Arquitecto Rodrigo Barraza Domínguez, como Directores Propietarios; Licenciado Salvador Lisandro Villalobos Brizuela en su calidad de Director Suplente. Asimismo, de conformidad al artículo 14 inciso primero de la Ley de CORSATUR, se verificó la asistencia de la Licenciada Alejandra Durán de Cristales, Directora Ejecutiva de esta Institución y una vez verificado el quorum, se procedió a dar inicio a la sesión de Junta Directiva N° 450/2023, conforme a la siguiente agenda:

- 1.- **QUÓRUM:** Se comprobó quórum de apertura con la presencia de los Directores arriba mencionados.
- 2.- **AGENDA:** Se dió lectura a la agenda habiendo sido aprobada.
- 3.- Desarrollo de punto.

**Aprobación de resolución de recurso de revisión presentado por IMC MEDIA & COMUNICACIONES S.L. SUCURSAL EL SALVADOR Licitación Abierta DR-CAFTA No. 01/2023 CONTRATACIÓN DE SERVICIOS PROFESIONALES DE AGENCIA DE PUBLICIDAD PARA CAMPAÑAS DE COMUNICACIÓN, PROMOCIÓN Y RELACIONES PÚBLICAS PARA SU EJECUCIÓN A NIVEL NACIONAL E INTERNACIONAL, 2023.**

Los suscritos miembros de la Comisión Especial de Alto Nivel, que en el transcurso de este documento puede denominarse "La Comisión" o "CEAN", nombrada por la Directora Ejecutiva de CORSATUR en virtud de sus diferentes áreas de competencia laboral y profesional, mediante Resolución N° 18/2023, de fecha diecisiete de febrero del año en curso, se emite el siguiente informe:

### 1.- SOBRE EL RECURSO DE REVISIÓN:

I. **Acerca del Art. 77 de la Ley de Adquisiciones y Contrataciones de la Administración Pública –LACAP:** Conforme a la citada disposición legal, los miembros de la Comisión de Alto Nivel reunidos, analizaremos de acuerdo a nuestras competencias laborales y profesionales el recurso de revisión presentado por IMC MEDIA & COMUNICACIONES S.L. SUCURSAL EL SALVADOR., en fecha diecisiete de febrero de dos mil veintitrés; en contra del acto administrativo N° 3522-448/2023; de fecha nueve de febrero de dos mil veintitrés, mediante el cual se adjudicó a favor de BIANCHI Y ASOCIADOS S.A. de C.V. la LICITACIÓN ABIERTA DR-CAFTA 01/2023: "CONTRATACIÓN DE SERVICIOS PROFESIONALES DE AGENCIA DE PUBLICIDAD PARA CAMPAÑAS DE COMUNICACIÓN, PROMOCIÓN, Y RELACIONES PÚBLICAS PARA SU EJECUCIÓN A NIVEL NACIONAL E INTERNACIONAL, 2023."



**CORPORACIÓN SALVADOREÑA  
DE TURISMO**

**II. Acerca de los argumentos planteados por IMC MEDIA & COMMUNICATIONS S.L. SUCURSAL EL SALVADOR.:**

En síntesis, los argumentos de la recurrente para solicitar se revoque el Acuerdo de Junta Directiva de CORSATUR No 3522-448/2023, son:

"...II. RAZONES DE HECHO Y DE DERECHO. EXPRESION DE AGRAVIOS  
PRIMERA PARTE. IMC MERECE MÁS PUNTAJE EN SU EVALUACION

**A) FASE I, 2 EQUIPO DE TRABAJO ASIGANDO AL PROYECTO**

Durante la revisión de expediente, de acuerdo a memorando enviado por la Comisión Evaluadora de proceso, de fecha 27 de enero de 2023, con asunto "remisión de evaluación técnica y económica de las ofertas del proceso LA DR CAFTA 01/2023 CONTRATACIÓN DE SERVICIOS PROFESIONALES DE AGENCIA DE PUBLICIDAD PARA CAMPAÑAS DE COMUNICACIÓN, PROMOCIÓN Y RELACIONES PÚBLICAS, PARA SU EJECUCIÓN NIVEL NACIONAL E INTERNACIONAL 2023", en el que se hace un detalle de la evaluación realizada por la CEO, se otorga una puntuación 13.5 en tanto que restaron 0.5 de la evaluación del Director de Medios Fernando Monedero en tanto supuestamente no se presentaron respaldos de su experiencia.

Pero lo cierto es que, a folios 149 de la numeración de la oferta presentada por IMC consta el curriculum vitae del Director de Medios en formato brindado en las bases de licitación en el que se establece la experiencia en el cargo acreditado por la empresa y firmado por el apoderado legal y también consta folios 162 de la oferta presentada por IMC la carta de respaldo o constancia de servicio por parte del cliente en favor de Fernando Monedero.

Por lo que objetivamente IMC debió obtener ese 0.5 de puntaje restado, debiendo obtener una puntuación de 14 puntos.

**B) FASE I, 3 RESPALDO INTERNACIONAL**

De acuerdo al memorando de la CEO y en la resolución impugnada, se establece que IMC obtuvo 8.33 de 9 puntos posibles, debido a que se le restaron 0.33 porque en el ítem relativo a Constancias cuya inversión haya sido de \$200,000 o \$499,999.99 en tanto se considera que IMC no presentó cartas que respalden campañas internacionales.

Pero la realidad es que la CEO volvió a evaluar incorrectamente y resta puntos a IMC cuando si presentó constancias de inversión.

Y es que IMC presentó 2 constancias de inversión mayor a \$500,000.00 y logró los 3 puntos de evaluación, consistentes en:

Universal McCann, S.A. por \$2,422,173.85

Agencia Catalana de Turismo por \$1,601,604.00

Y 2 constancias con inversión del rango de \$200,000 o \$499,999.99, y otra de mayor monto, y solo le otorgaron 1.33 puntos de 2 por obtener.

Carat España SAU por \$907,926.00

The Animal Observatory por \$264,663.00

Gestion de Medios por \$315,355.00

Al respecto se evidencia que las constancias de respaldo internacional presentadas por IMC cumplen con lo solicitado por las bases. en tanto que la constancia de Carat España, si bien es por \$907,926.00



**CORPORACIÓN SALVADOREÑA  
DE TURISMO**

superando el rango. representa en una mejora y más beneficio para CORSATUR dado que IMC ha podido tener constancia de trabajos internacionales con montos mayores y por lo que otorga más garantías de buen cumplimiento y desempeño en la ejecución de un futuro contrato. Y es que como dicen las bases de licitación en la página de 28, al describir los formatos de la constancia, se especifica que se buscan que "(...) acredite que la ofertante ha dado los servicios integrales de agencia de publicidad a nivel internacional en los últimos cinco años 5 (2017, 2018 2019, 2020 y 2021 ) con una calificación sobresaliente o excelente." Es así que, IMC ha acreditado por medio de sus constancias que tiene respaldo internacional de su trabajo y por lo tanto debió obtener los 9 puntos de constancias internacionales de respaldo y no los 8.33 asignados.

A la empresa BIANCHI Y ASOCIADOS, S.A. DE C.V. en este apartado obtuvo 7 de 9 puntos, en tanto que fue evaluado correctamente y se le restaron 2 puntos porque en lugar de presentar constancia de proveedor en Estados Unidos de América se agregó una constancia de proveedor de San José, Costa Rica. Sin embargo, en las constancias de respaldo internacional que presentó en impresión o copia, BIANCHI Y ASOCIADOS presentó 3 constancias que indican ser de más de \$500,000.00, una que indica ser arriba de los \$300.000.00 y otra que dice ser arriba de los \$200,000.00, pero a esta empresa si se le asignaron los 5 puntos, tanto 3 puntos por las constancias arriba de medio millón de dólares y los 2 puntos por las constancias de rangos de \$200 mil a \$499,999.99. No obstante más adelante veremos que Bianchi y Asociados no merecían ningún punto de las constancias de respaldo internacional por muchísimos aspectos objetivos de evaluación.

Por lo que, sobre la base del principio de igualdad en las contrataciones públicas y con fundamento en la letra c) del artículo 3 de la RELACAP, a IMC también se le debió dar todos los puntos por las constancias de respaldo internacional, dado que la CEO razonó que haber presentado más constancias de arriba de \$500,000.00 va en mejora de CORSATUR y acredita los excelentes servicios brindados.

Por lo que objetivamente IMC debió obtener ese 0.77 de puntaje restado, debiendo obtener una puntuación de 9 Puntos

**C) FASE II ESTRATEGIA DE PROMOCION**

ITEM	IMC PUNTAJE OBTENIDO	OBSERVACIONES
MANIFESTO-5 PUNTOS  Referencia FASE II- NUMERAL 1.1.1	4	Se nos califica con 1 de 2 puntos el literal b donde se califica si el manifiesto incorpora elementos de la marca destino. En la sección de la justificación del manifiesto se muestra claramente descrito que, para mercados de mantenimiento, nos focalizamos en integrar la marca EL SALVADOR y la promoción de los DTE (Destinos Turísticos Especializados) tales como volcanes, cultura, naturaleza, turismo de café, etc. Y para mercados de conquista, penetración y exploración incorporamos elementos diferenciales de Surf City El Salvador y de la franja costra marina para potenciar la estrategia de posicionamiento del país en nuevos mercados. Tanto en los textos locutados como en la selección de imágenes aparecen de forma clara e inequívoca los elementos de la marca que piden ser potenciados en el brief. Además, presentamos una justificación clara y evidente de la conexión del mensaje con la marca. Solicitamos se reconsidere el puntaje asignado ya que claramente se cumple con lo solicitado al 100% en el brief, por tanto, consideramos merecemos el puntaje total



CORPORACIÓN SALVADOREÑA  
DE TURISMO

CREATIVIDAD 25 PUNTOS

<p>DISEÑO Y ADAPTACION</p> <p>Referencia FASE II NUMERAL1.1.2</p>	<p>9</p>	<p>Nuestra propuesta grafica fue hacer aparecer testimoniales entrevistándoles desde sus casas, con sus fondos, de manera informa y colocar esas ventanas sobre imágenes de olas espectaculares, de paisajes espectaculares, de lugares espectaculares, de platos espectaculares. De esta manera obtendríamos una campaña de testimoniales diferente. Más creíble. Más moderna. Más notoria. Adaptable a formatos de comunicación.</p> <p>Además, en ambos casos, tanto en la campaña para mercado de mantenimiento como para la de restos de mercados (Conquista, Penetración y Exploración) incorporamos los logotipos e identificativos solicitados. La campaña de mercados de mantenimiento integra la marca de El Salvador Travel, el sitio de <a href="http://elsalvador.travel">elsalvador.travel</a> y elementos gráficos de la marca, como son los colores del logotipo utilizados en los recursos gráficos que similar las olas, los pájaros, la vegetación y que se sitúan en torno a los personajes, dando cohesión y unidad a Línea Gráfica final. En el caso de la campana de los mercados de Conquista, Penetración y Exploración, se integra la marca y el logotipo de Surf City, y se usan esos recursos gráficos iconográficos con los colores corporativos del logo de Surf City El Salvador (blanco y azul), para unificar e integrar la marca a la perfección dentro de los visuales gráficos, y, además, e incluye el enlace al sitio <a href="http://elsalvador.travel">elsalvador.travel</a> como se solicita, y se adapta la campaña al idioma inglés según indicación.</p> <p>Ambas campañas se adaptan a la totalidad del plan de medios propuesto, incluyendo adaptaciones gráficas, audiovisuales y digitales, por lo que su adaptación es totalmente integral y exhaustiva a todos los medios.</p> <p>reconsidere el puntaje asignado ya que claramente se cumple con lo solicitado al 100% en el brief, por tanto consideramos merecemos el puntaje total</p>
<p>ORIGINALIDAD</p> <p>Referencia FASE II NUMERAL1.1.2</p>	<p>2</p>	<p>El recurso gráfico propuesto por IM+C nunca ha sido utilizado en campañas de turismo, y es inédito, ya que responde a los códigos de comunicación actuales post-pandemia.</p> <p>El uso de videos testimoniales pero desde el punto de vista de una videollamada es un recurso inédito, original y novedoso en su aplicación a las campañas de comunicación que debe ser puesto en valor. No nos hemos limitado a usar imágenes espectaculares del país sino que se ha dotado a la campaña de una perspectiva única, nueva y original. reconsidere el puntaje asignado ya que claramente se cumple con lo solicitado al 100% en el brief, por tanto consideramos merecemos el puntaje total</p>
<p>INNOVACION</p> <p>Referencia FASE II NUMERAL1.1.2</p>	<p>2</p>	<p>La campaña de IM+C propone incluir en las piezas gráficas y piezas de cartelería un QR para que el público objetivo pueda acceder a los testimonios de los protagonistas de las piezas audiovisuales. De este modo, al escanear el código QR con el dispositivo móvil, una pieza nos llevará a la otra, ayudando así a reforzar el mensaje y asegurando de este modo que el público que vea las gráficas sea impactado también por los videos testimoniales. Este recurso esta explicado y detallado en la propuesta dentro del apartado "Innovación: QR auto-refencial".</p> <p>Además, hemos diseñado una pieza exterior especial, un mupi interactivo y animado para potenciar el efecto de la creatividad, tal y como se explica en la sección de piezas exteriores.</p> <p>Los espectadores podrán acceder a los testimonios de los protagonistas de las piezas audiovisuales escaneando el código QR con el dispositivo móvil, lo que asegura que con la aplicación de esta tecnología un plus de impacto de innovación.</p> <p>Por todos los comentarios antes expuestos solicitamos que se reconsidere el puntaje asignado ya que claramente se cumple con lo solicitado al 100% en el brief, por tanto, consideramos merecemos el puntaje total.</p>



CORPORACIÓN SALVADOREÑA  
DE TURISMO

CLARIDAD 5 PUNTOS

MENSAJE FACIL DE IDENTIFICAR  Referencia FASE II NUMERAL1.1.2	1	El mensaje principal de la campaña es claro, único y está perfectamente identificado en absolutamente todas las piezas de las campañas para todos los mercados. Se identifica de forma inequívoca el "QUE NO TE LO CUENTE" como titular y el tagline "VEN A VIVIRLO", unificando y dando coherencia a toda la campaña y facilitando la identificación del mensaje principal que queremos transmitir en la comunicación. reconsiderare el puntaje asignado ya que claramente se cumple con lo solicitado al 100% en el brief, por tanto, consideramos merecemos el puntaje total
MENSAJE COMPRENSIBLE  Referencia FASE II NUMERAL1.1.2 Piezas de campaña	1.5	El mensaje principal de la campaña es sencillo, directo y potente: "QUE NO TE LO CUENTE" como titular y el tagline "VEN A VIVIRLO". Está expresado con lenguaje claro que interpela claramente a la audiencia, sin presentar ninguna dificultad de entendimiento para la totalidad de los públicos. Después, a través de los titulares o copias, se van lanzando mensajes secundarios que justifican y hacen creíble ese mensaje principal perfectamente marcado en todas las piezas, tanto para mercados de mantenimiento, como en las campañas del resto de mercados. Mensajes como "El Salvador es paz", "Y de repente otro paisaje y dices wow", "Estás rodeado de naturaleza por todos los lados" (Mercados de mantenimiento), o "Its surf 24/7, All day, Every Day", "You can't get enough Of it" o "Wake up, surf. Eat, sleep, Repeat", son mensajes que refuerzan Solicitamos se reconsidere el puntaje asignado ya que claramente se cumple con lo solicitado al 100% en el brief, por tanto, consideramos merecemos el puntaje total.

Solicitamos en consecuencia que, dada las razones y explicaciones, y cumplimiento de lo solicitado en las bases de licitación, se otorgue una nueva y mejorada calificación y evaluación a IMC por así merecerlo.

PARTE DOS. BIANCHI Y ASOCIADOS, S.A. DE C.V. SE LE DEBEN RESTAR PUNTOS Y SER DECLARADO NO ELEGIBLE

**A) FASE I, 1 FUNCIONAMIENTO Y CAPACIDAD INSTALADA.**

BIANCHI Y ASOCIADOS en este ítem fue evaluado con 2 puntos. Así por el organigrama recibió un punto en su favor en la evaluación de la CEO, pero lo cierto es que, al revisar su oferta, a folios 27 de su oferta presentada, aparece el organigrama General pero no contiene una descripción de las funciones a desarrollar por cada puesto de trabajo, ni en la misma página ni en las siguientes de la oferta ya que se pasa a desarrollar otros ítems. En ese sentido, la consecuencia de acuerdo a las bases de licitación es que su puntaje debió ser cero (0) no presentó uno o varios de los puntos anteriores, es decir en organigrama, pero sin descripción de funciones.

Por lo que a BIANCHI Y ASOCIADOS de forma objetiva se le debe restar 1 punto, quedarse solo con 1 y no haber sido calificado con 2 en este ítem.

**B) FASE I, 3 RESPALDO INTERNACIONAL**

En este punto de apelación, solicitamos mucha atención a los detalles, dado que se le otorgaron puntos a BIANCHI Y ASOCIADOS, S.A. DE C.V. que no merecía PUES NO cumplió a detalle y cabalidad con lo solicitado por las bases de licitación. Y es que, conforme a una evaluación objetiva, no debió obtener los 7 puntos de 9 posibles porque se incumplieron con diversos aspectos relevantes para la obtención de los mismos.

Para empezar con este ÍTEM queremos hacer énfasis en elementos objetivos de evaluación plasmados en las bases de licitación:



## CORPORACIÓN SALVADOREÑA DE TURISMO

- ✓ **Foliado** pág. 4: uso de numeración correlativo en el frente de **todas las hojas** que conforman la oferta, **sin excepción**.
- ✓ **Formalidades de la oferta:** la oferta en todas sus partes deberá ser presentada a computadora, en original y una copia de todo el contenido de los documentos de: Evaluación capacidad legal y Financiera, oferta técnica y oferta económica **los cuales deberá ser rubricados por el representante legal o apoderado de la ofertante y de preferencia selladas**.
- ✓ **Uso de formatos:** la información se deberá presentar utilizando todos los formatos anexos. La información que el ofertante proporcione en otra forma que no sea la indicada en este documento, **no será tomada en cuenta** para su revisión y evaluación; salvo instrucción en contrario en la etapa II.
- ✓ **Foleado y anillado:** Todo el contenido de la presentación de ofertas deberá ser debidamente anillado y foliado en cada una de sus páginas, manteniendo el mismo número de dígitos y comenzando del número uno hasta el que sea necesario. Si sucediera el caso que una vez haya terminado de foliar los documentos de la oferta y el oferente quiere incluir otro folio se deberá utilizar la misma foliadora agregándole al número de folio el literal a, b, c hasta el literal que sea necesario anexar.
- ✓ **Respaldo internacional:** para efectos de evaluación, se provee un formato de Respaldo Internacional, presentado en el anexo IX. En el cual se deberán presentar **hasta 5 constancias**, de forma escrito en original y firmada por el cliente, que acredite que la ofertante ha dado los servicios de agencia de publicidad o nivel internacional en los últimos cinco años (2017, 2018, 2019, 2020 y 2021) con una calificación o sobresaliente o excelente.

Durante la revisión de expediente. de acuerdo a memorando enviado por la Comisión Evaluadora de proceso, de fecha 27 de enero de 2023, con asunto "remisión de evaluación técnica y económica de las ofertas del proceso LA DR CAFTA 01/2023 CONTRATACIÓN DE SERVICIOS PROFESIONALES DE AGENCIA DE PUBLICIDAD PARA CAMPANAS DE COMUNICACIÓN, PROMOCIÓN Y RELACIONES PÚBLICAS, PARA SU EJECUCIÓN NIVEL NACIONAL E INTERNACIONAL 2023", en el que se hace un detalle de la evaluación realizada por la CEO y cuya puntuación ha sido tomada en cuenta por CORSATUR para adjudicar la licitación a BIANCHI Y ASOCIADOS, se otorga una puntuación 7 en tanto que restaron 2 de la evaluación del constancia de proveedor en Estados Unidos de América pues en su lugar presentaron una carta de proveedor de Costa Rica. Se puede evidenciar en el detalle de los cuadros de evaluación de ese memorando de la CEO que las constancias de inversión de respaldo internacional revisados y evaluados corren agregados a folios 117 y 121 de la oferta presentada por BIANCHI Y ASOCIADOS.

Este repaso y énfasis en los detalles objetivos de evaluación de las bases y los documentos agregados a folios 117 y 121 de la oferta de BIANCHI Y ASOCIADOS, nos hace elaborar el siguiente cuadro a tomar en cuenta en la evaluación conforme a las bases de licitación y lo presentado por BIANCHI:

Detalle pedido en las bases	Presentado por Bianchi	Cumplimiento para evaluación.
Foliado sin excepción	Cartas presentas como respaldo internacional de folios 117 A 121 evaluados	Cumple los agregados a dichos folios 117 a 21 de la oferta
Rubricados por rep. Legal o apoderado	Cartas presentas como respaldo internacional de folios 117 o 121 evaluados	Cumple los agregados a dichos folios de la oferta
Preferiblemente sellado	Sin sello	Sin sello
Anillado	Cartas presentas como respaldo internacional de folios 117 a 121 evaluados	Se evidenciaron que los documentos impresos a dichos folios habían estado anillados con el resto de la oferta.



**CORPORACIÓN SALVADOREÑA  
DE TURISMO**

Uso de formato anexo IX	Cartas presentas como respaldo internacional de folios 1 17 a 121 evaluados	Cumple
5 constancias en original y selladas por cliente	Los documentos agregados o folios 117 o 121 que fueron evaluados por la CEO no son originales, sino que son impresiones o color y modificadas digitalmente.	NO CUMPLE
Acreditación de servicios de publicidad a nivel internacional	Del contenido de dichas cartas de respaldo internacional solamente la otorgada por Excel automotriz habla de campaña a nivel centroamericano, todas las demás son de proveedores locales salvadoreños, con domicilio en El Salvador, sin que se evidencia ni mucho menos que se pueda presumir la acreditación de servicios de publicidad a nivel internacional	NO CUMPLE
Últimos 5 años	Si cumple	Si cumple
Calificación sobresaliente o excelente	Si cumple	Si cumple
Inversión arriba de \$500,000	Si cumple	Si cumple
Inversión entre \$200,000.00 y \$499,999.99	No cumple, pues agrega cartas que indican arriba de \$200.000 y arriba de \$300,000 sin especificar que estén dentro del rango para la evaluación	No cumple

En ese sentido, las cartas de respaldo internacional presentadas en la oferta de BIANCHI Y ASOCIADOS, y evaluadas por la CEO a folios 117 a 121, **NO CUMPLEN** con todos los requisitos formales y fondo pedidos por las bases de licitación. **ya que como se evidencia principalmente no fueron agregados los cortas en original y firmados por el cliente**, requisito específico para este ítem de acuerdo a las bases de licitación.

**Tampoco las cartas evaluadas por la CEO se refieren a acreditación de servicios de publicidad a nivel internacional.** Al respecto el formato permite señalar el domicilio de los clientes y el nombre del contrato. BIANCHI y ASOCIADOS presentaron cartas de clientes con domicilio en El Salvador, y ni en el nombre del contrato ni en otra parte dentro de los cuadros que debía llenar el cliente se especifica o acredita servicios integrales a nivel internacional. Por ejemplo, la carta de respaldo entregada por CORSATUR referida a contratación de 2020 es para campaña de publicidad nacional, Bianchi y Asociados, S.A. de C.V. fue la adjudicada del contrato LA 03/2020 "contrato de servicios profesionales de agencia de publicidad para campañas de comunicación y acciones de promoción para su divulgación a nivel nacional 2020." Igualmente, el contrato con Lotería Nacional o Lotin es para publicidad a nivel nacional. Por lo tanto, al no especificarse que es para campaña internacional de publicidad y siendo clientes de El Salvador, las cartas no pueden obtener el puntaje.

Aunado a lo anterior, las cartas de rangos con Inversión entre \$200,000.00 y \$499,999.99 presentados, hacen mención de que el cliente SISA/PRODUCTOS VARIOS ubicada también en Santo Tecla efectuó una inversión ARRIBA DE LOS 300K y que Excel automotriz una inversión ARRIBA DE LOS 200K, lo que no cumple con lo solicitado el monto indicado en la cartas puede ser arriba de los \$499,999.99 no cumpliéndose con el rango que piden las bases.



## CORPORACIÓN SALVADOREÑA DE TURISMO

Por lo tanto, a BIANCHI Y ASOCIADOS se le deben restar los 7 puntos otorgados por la CEO por las razones objetivas expuestas.

Como establecen las bases de licitación, todos los documentos de la oferta debían ser presentados foliados sin excepción en todas sus hojas, rubricado por el apoderado o por el representante legal y también anillados. Todos los documentos que hayan sido presentados fuera de esta forma **No deben ni pueden ser tornados en cuenta para su revisión y evaluación por la CEO.** Por lo que cualquier otro documento que busque ser agregado o ser interpretado que iban en el original a la oferta de BIANCHI Y ASOCIADOS, S.A. DE C.V. **no puede ser evaluados**, mucho menos si no van foliados, no están rubricados ni se evidencie la mordedura o rotura de orificios de la máquina de anillado.

### C) FASE II, 2 CAMPAÑA PUBLICITARIA DEMO. SOBRE EL RACIONAL CREATIVO

De conformidad a las bases de licitación, en la campaña publicitaria demo internacional, se evaluaría el racional creativo con hasta 5 puntos, de conformidad a que: se presente la descripción de cómo se llegó a la idea creativa, incluyendo concepción de la idea creativa, como llegaron al concepto y como este se adapta la marca destino; y, justificación de la idea creativa, respecto al uso de los elementos gráficos, formas u otros elementos sobre el diseño propuesto.

Al respecto, dentro de la oferta de servicios de BIANCHI Y ASOCIADOS, luego de la caratula denominada Racional Creativo a continuación se presenta únicamente dos logos de la marca El Salvador sin evidenciarse ninguna justificación, descripción ni ningún aspecto solicitado para la evaluación del racional creativo, por lo tanto los 5 puntos otorgados en este ítem deben ser restados de la calificación de dicha ofertante. En consecuencia, al restar los 5 puntos del racional creativo en la sección de campaña publicitaria demo internacional por 41.5 queda con 36.5, por lo que en el puntaje total obtenido en la Fase II, BIANCHI Y ASOCIADOS únicamente logran obtener 79 puntos, no superando el mínimo requerido de 80 puntos no pudiendo ser elegibles para pasar a la siguiente fase de evaluación económica.

### PARTE 3. DECLARACION DE NO ELEGIBILIDAD DE BIANCHI Y ASOCIADOS TANTO EN FASE I COMO EN FASE II

#### FASE I

De conformidad a las bases de licitación y a la misma resolución que hoy se impugna, se establece que, para la Fase I Evaluación del funcionamiento y capacidad instalada, se requiere de un mínimo de 20 puntos, caso contrario se le declara al ofertante NO ELEGIBLE.

Al respecto vemos que con los 8 puntos que deben ser restados a BIANCHI Y ASOCIADOS tanto por la falta de descripción en el organigrama, así como presentar cartas de respaldo internacional en copia, no siendo originales y sin acreditación de brindarse a servicios internacionales, solamente queda con 15 puntos. Ver siguiente cuadro.

No.	FASE I: EVALUACIÓN DEL FUNCIONAMIENTO Y CAPACIDAD INSTALADA	BIANCHI Y ASOCIADOS S.A. DE C.V. EVALUACIÓN CEO	BIANCHI Y ASOCIADOS S.A. DE C.V. LUEGO DE APELACIÓN	IMC MEDIA & COMMUNICATIONS S.L. SUCURSAL EL SALVADOR EVALUACION CEO	IMC MEDIA & COMMUNICATIONS S.L. SUCURSAL EL SALVADOR LUEGO DE RECURSO DE REVISIÓN
1	FUNCIONAMIENTO Y CAPACIDAD INSTALADA DE LA OFERTANTE	2.0	1.0	2.0	2.0
2	EQUIPO DE TRABAJO ASIGNADO AL PROYECTO	14.0	14	13.5	14



**CORPORACIÓN SALVADOREÑA  
DE TURISMO**

3	RESPALDO INTERNACIONAL	7.0	0.0	8.33	9
Puntaje total obtenido FASE I		23.00	15.00	23.83	25.00

Por lo tanto, de conformidad a las bases de licitación, lo contemplado en la letra r) del artículo 44 de LACAP, BIANCHI Y ASOCIADOS NO ES ELEGIBLE para pasar de la fase I a la fase II, y no ser adjudicado de la licitación objeto de concurso, debiendo la Junta Directiva de CORSATUR impugnar el acto administrativo y en su lugar adjudicar a IMC la licitación.

#### FASE II

Es menester reseñar que solo con lo no elegibilidad de la fase I, ya no tiene razón de ser atacar la evaluación de fase II, pero para efectos de record y evidencia se establece que en consecuencia, al restar los 5 puntos del racional creativo en la sección de campaña publicitario demo internacional por 41.5 queda con 36.5, por lo que en el puntaje total obtenido en la Fase II, BIANCHI Y ASOCIADOS únicamente logran obtener 79 puntos, no superando el mínimo requerido de 80 puntos, no pudiendo ser elegibles para pasar a la siguiente fase de evaluación económica.

No.	FASE II: ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN NACIONAL	BIANCHI Y ASOCIADOS S.A. DE C.V. EVALUACIÓN DE LA CEO	BIANCHI Y ASOCIADOS S.A. DE C.V. LUEGO DE APELACION
1	MANIFIESTO	4.5	4.5
2	CAMPAÑA PUBLICITARIA DEMO NACIONAL	41.5	3'6.5
3	ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN	38.0	38.0
Puntaje total obtenido FASE II		84.0	79.0

Por lo que no siendo elegible en la fase I y fase II no puede ser adjudicado de la licitación 01/2023 de CORSATUR.

#### PARTE CUATRO. ADJUDICACION A IMC DE LA LICITACION

Tal como se evidencia, IMC es el mejor evaluado en relaciona los demás ofertantes. Se evidencia además que la adjudica no pudo ser elegible para pasar a las siguientes fases luego de la primera.

Por lo tanto, debe ser IMC la adjudicada con la licitación objeto de este recurso..."

#### 2.- SOBRE LA ADMISIÓN DEL RECURSO DE REVISIÓN:

La Junta Directiva de CORSATUR en sesión N° 449-3525/2023, realizada a las diecisiete horas del día diecisiete de febrero de dos mil veintitrés, 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 IMC MEDIA & COMMUNICATIONS S.L. SUCURSAL EL SALVADOR; en contra del acto administrativo N° 3522-448/2023; de fecha nueve de febrero de dos mil veintitrés, mediante el cual se adjudicó a favor de BIANCHI S.A. de C.V. la LICITACIÓN ABIERTA DR-CAFTA 01/2023: "CONTRATACIÓN DE SERVICIOS PROFESIONALES DE AGENCIA DE PUBLICIDAD PARA CAMPAÑAS DE



**CORPORACIÓN SALVADOREÑA  
DE TURISMO**

COMUNICACIÓN, PROMOCIÓN, Y RELACIONES PÚBLICAS PARA SU EJECUCIÓN A NIVEL NACIONAL E INTERNACIONAL, 2023.”; y conforme al Art. 72 inciso último del Reglamento LACAP, mandó a oír, dentro del plazo de tres días calendario contados a partir del día siguiente a la respectiva notificación, a BIANCHI Y ASOCIADOS, S.A. DE C.V., en su calidad de tercero que pueda resultar perjudicado con el acto que resuelve el recurso de revisión en mención.

**3.- ANÁLISIS DE LA COMISIÓN ESPECIAL DE ALTO NIVEL:**

Sobre los argumentos antes dirimidos, y desde las áreas de competencia de sus miembros, esta Comisión analiza lo siguiente:

**III. Análisis del recurso:**

En base a los argumentos planteados por la recurrente IMC MEDIA & COMUNICATIONS S.L. SUCURSAL EL SALVADOR., y en aras de velar por el principio de legalidad esta Comisión Especial de Alto Nivel ha procedido a revisar:

- a) Las bases de la referida Licitación;
- b) El Acuerdo N° 3522-448/2023; de fecha nueve de febrero de dos mil veintitrés, mediante el cual se adjudicó a favor de BIANCHI Y ASOCIADOS S.A. de C.V. la LICITACIÓN ABIERTA DR-CAFTA 01/2023: “CONTRATACIÓN DE SERVICIOS PROFESIONALES DE AGENCIA DE PUBLICIDAD PARA CAMPAÑAS DE COMUNICACIÓN, PROMOCIÓN, Y RELACIONES PÚBLICAS PARA SU EJECUCIÓN A NIVEL NACIONAL E INTERNACIONAL, 2023.”
- c) El Recurso de Revisión de fecha 17 de febrero de 2023 presentado, por la Sociedad recurrente. Posteriormente se procedió a realizar el análisis legal tomando en consideración los siguientes elementos:

**a) Marco normativo:**

Arts. 76, 77 y 78, LACAP; 71,72 y 73 RELACAP, los cuales literalmente dicen:

Art. 76 de toda resolución de adjudicación o declaratoria de desierto pronunciadas en los procedimientos de contratación regulados por esta Ley que afecten los derechos de los particulares, procederá el recurso de revisión, interpuesto en tiempo y forma.

Art. 77 El recurso de revisión deberá interponerse por escrito ante el funcionario que dictó el acto del que se recurre, dentro del término de cinco días hábiles contados a partir del día siguiente al de la notificación; si transcurrido dicho plazo no se interpusiere recurso alguno, la resolución por medio de la cual se dictó el acto quedará firme.

El proceso de contratación quedará suspendido en el lapso comprendido entre la interposición del recurso de revisión y la resolución del mismo.

Tratado de Libre Comercio entre República Dominicana y Centroamérica; Se rige por el Capítulo IX. Contratación Pública, del, dispone en el Artículo 9.15 numeral 6: “Cada parte asegurará que una autoridad imparcial que se establezca o designe en virtud del párrafo 1 suministre lo siguiente a los proveedores: a) un plazo suficiente para preparar y presentar las impugnaciones por escrito el cual, en ningún caso será menor a 10 días, a partir del momento en que el fundamento de la reclamación fue conocido por el proveedor o en que razonablemente debió haber sido conocido por este.”



## CORPORACIÓN SALVADOREÑA DE TURISMO

Art. 78. El recurso se interpondrá con indicación precisa de las razones de hecho y de derecho que lo motivaron y de los extremos que deben resolverse.

Si el recurso no fuere presentado en tiempo y forma, será inadmisibles mediante resolución razonada, contra la que no habrá recurso.

Art. 71 El escrito de interposición del recurso de revisión deberá presentarse una vez notificado formalmente el resultado de la licitación o concurso público, dentro del plazo establecido en la Ley y deberá contener:

- a) El nombre o denominación del recurrente, el nombre y generales del representante legal o de su apoderado, en su caso y el lugar señalado para oír notificaciones;
- b) Identificación precisa del acto contra el que se recurre y las razones de hecho y de derecho que fundamentan la impugnación, así como los extremos que deben resolverse;
- c) Lugar y fecha; y,
- d) Firma del peticionario.

Art. 72 de la RELACAP La resolución sobre la admisibilidad o rechazo de cualquier recurso, deberá proveerse dentro de los tres días hábiles siguientes a partir del día de la recepción del mismo.

Mediante la resolución que admite el recurso, se mandará a oír, dentro del plazo de tres días, contados a partir del día siguiente a la respectiva notificación, a los terceros que puedan resultar perjudicados con el acto que lo resuelve.

### Consideraciones de la Comisión Especial de Alto Nivel:

Esta Comisión, al analizar los documentos presentados, por la recurrente, en sus argumentos de hecho y de derecho básicamente esgrime en sus argumentos y se contesta según lo planteado y haciendo referencia a los puntos e ítem o fases de las bases de licitación que son los siguiente:

#### PARTE I

Lo manifestado por IMC: IMC MERECE MÁS PUNTAJE EN SU EVALUACIÓN.

##### A) FASE 1, 2 EQUIPO DE TRABAJO ASIGNADO AL PROYECTO

La Comisión de Alto Nivel en adelante la CEAN, hace las siguientes consideraciones: que la CEAN ha verificado la documentación enviada por IMC MEDIA & COMMUNICATIONS S.L. SUCURSAL EL SALVADOR; en el folio 149, de la numeración de la oferta presentada por IMC MEDIA & COMMUNICATIONS S.L. SUCURSAL EL SALVADOR; referente al curriculum vitae del Director de Medios Fernando Monedero, se **RATIFICA** la calificación de la Comisión Evaluadora de la Oferta en adelante la CEO, dada la inconsistencia de la información presentada en la hoja de vida evaluada por la CEAN.

##### B) FASE 1, 3 RESPALDO INTERNACIONAL

En esta siguiente fase la CEAN ha revisado detenidamente la documentación presentada por IMC MEDIA & COMMUNICATIONS S.L. SUCURSAL EL SALVADOR, y **RATIFICA** la puntuación otorgada por la CEO en este apartado, no tomando como válida la constancia de Carat España SAU por \$907,926.00 por superar el rango del monto establecido en las bases de licitación. Al evaluar por rangos, el objetivo es tener ofertantes que tengan la capacidad de manejar presupuestos óptimos y de bajas cuantías, pero de gran alcance a nivel publicitario; y a la vez el manejo de grandes presupuestos, que demuestren la capacidad de respuesta a proveedores. Por lo tanto, la CEO se rigió estrictamente de los rangos establecidos en las bases de licitación.



## CORPORACIÓN SALVADOREÑA DE TURISMO

### C) FASE II ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN

En dicha fase de valoración técnica de la oferta la CEAN ha analizado y ambas ofertas presentadas por IMC MEDIA & COMMUNICATIONS S.L. SUCURSAL EL SALVADOR y BIANCHI Y ASOCIADOS S.A DE.C.V.; haciendo énfasis en los elementos del "MANIFIESTO" aclarando la CEAN que se han presentado e incorporado elementos de la marca destino, como lo establece el cuadro de evaluación de la Estrategia de Promoción; por lo cual y reevaluando la puntuación se **REVOCA** lo otorgado por la CEO. Por tanto, se le asigna 2 puntos a cada ofertante por considerar que cumplen con lo establecido.

Consecutivamente en el ITEM de DISEÑO ADAPTACIÓN siempre de la Fase II numeral 1.1.2 esta CEAN tiene a bien **RATIFICAR** la puntuación de la CEO de 9 puntos para la ofertante IMC MEDIA & COMMUNICATIONS S.L. SUCURSAL EL SALVADOR; al analizar la oferta presentada, se identifica que, si bien es cierto, los diseños cuentan con jerarquía, balance de distribución, no se logra identificar el mensaje clave, encontrándose en segundo plano.

Por tanto; La CEAN concluye que la propuesta no es adaptable a los diferentes medios de comunicación propuestos, encontrando diversidad de mensajes, saturación de color, uso de varias tipografías que limitan el entendimiento del mensaje.

En el siguiente ITEM de ORIGINALIDAD siempre de la Fase II numeral 1.1.2; la CEAN **RATIFICA** la puntuación dada por la CEO, ya que los elementos como testimoniales ya forman parte de la campaña actual de Surf City, enfocada en terceros creíbles.

Además, el slogan "VEN A VIVIRLO" es similar a otras campañas utilizadas en El Salvador y otras marcas destino. Se muestran algunos ejemplos:





## CORPORACIÓN SALVADOREÑA DE TURISMO

Sucesivamente en el ITEM de INNOVACIÓN siempre de la Fase II numeral 1.1.2; la CEAN RATIFICA la puntuación de la CEO, ya que los elementos propuestos ya han sido utilizados en campañas anteriores por lo cual se aclara la puntuación en controversia.

Además, en el penúltimo ITEM de MENSAJE FACIL DE IDENTIFICAR siempre de la Fase II numeral 1.1.2; la CEAN RATIFICA el puntaje asignado por la CEO; por considerarse que, en el análisis técnico, no se identifica el mensaje clave, al incorporar varios textos, y jerárquicamente el mensaje principal no sobresale.

Asimismo, hacemos alusión al ITEM de MENSAJE COMPRENSIBLE siempre de la Fase II numeral 1.1.2; la CEAN RATIFICA el puntaje asignado por la CEO; ya que el mensaje se pierde en la adaptación de las piezas básicas debido a la saturación de elementos.

### PARTE II

Lo manifestado por IMC: BIANCHI Y ASOCIADOS, S.A. DE C.V. SE LE DEBEN RESTAR PUNTOS Y SER DECLARADO NO ELEGIBLE

A) FASE I, 1 FUNCIONAMIENTO Y CAPACIDAD INSTALADA.

IMC MEDIA & COMMUNICATIONS S.L. SUCURSAL EL SALVADOR; manifiesta que BIANCHI Y ASOCIADOS S.A. DE C.V., no presenta en su oferta técnica una descripción de las funciones a desarrollar por cada puesto de trabajo como se detalla en el organigrama de folio 27 de la oferta de BIANCHI Y ASOCIADOS S.A. DE C.V., por lo cual, la CEAN ha revisado la oferta de BIANCHI Y ASOCIADOS, encontrando la información requerida en el folio 17 correspondiente al Organigrama, y la descripción de las funciones a desarrollar por cada puesto de trabajo se encuentran en el folio 72 hasta el folio 115.

Por tanto, se RATIFICA la calificación de la CEO y se desestima la petición de IMC.

B) FASE I, 3 RESPALDO INTERNACIONAL

En esta fase, IMC MEDIA & COMMUNICATIONS S.L. SUCURSAL EL SALVADOR argumenta que la propuesta de BIANCHI Y ASOCIADOS S.A. DE C.V., "No cumple con todos los requisitos formales de fondo pedidos por las bases de licitación" ..., señalando que las cartas de respaldo regional "no fueron agregadas las cartas en original y firmadas por el cliente" ....

La CEAN verificó la documentación, encontrando las cartas en original en los Documentos Anexos originales, numeral 4 del respaldo regional anexo 9 de la oferta presentada. Por tanto, SI CUMPLEN con lo solicitado en las bases.

IMC MEDIA & COMMUNICATIONS S.L. SUCURSAL EL SALVADOR, señala que las cartas que certifican los servicios integrales de agencia de publicidad a nivel internacional no son válidas.

La CEAN, verificó la documentación mencionada por IMC MEDIA & COMMUNICATIONS S.L. SUCURSAL EL SALVADOR en relación con la base de licitación, por lo que se procedió a validar la información como lo establece el Anexo IX de las bases.

Se procedió a validar todas las cartas de respaldo internacional, encontradas en el Anexos Originales, numeral 4 Respaldo Regional Anexo IX, según el detalle siguiente.

**Quedando como VÁLIDAS** el respaldo regional de: Telecom /Claro y EXCEL Automotriz, ya que se verificó que es un contrato con servicio internacional y el monto está en el rango solicitado; **quedando como**



CORPORACIÓN SALVADOREÑA  
DE TURISMO

**NO VÁLIDAS** las cartas de respaldo de CORSATUR, Lotería y SISA, por ser contrato con alcance nacional. Quedando una puntuación total de 4.16 para BIANCHI Y ASOCIADOS S.A. DE C.V.

En relación con el literal B, fase I del recurso de IMC MEDIA & COMMUNICATIONS S.L. SUCURSAL EL SALVADOR, se menciona que la oferta presentada por BIANCHI Y ASOCIADOS "no cumple diversos aspectos relevantes", no obstante, en las bases de licitación, Sección I, instrucciones a los ofertantes, numeral II condiciones generales para preparación de oferta, se detallan aspectos de cumplimiento de la oferta.

En la sección II, Evaluación de oferta, etapa II Evaluación Técnica, segundo párrafo se describe que no es aplicable lo establecido en las instrucciones generales. Por lo que, formalidades de la oferta, uso de formatos, foliado y anillado, no se requieren para dicha etapa de evaluación.

C) FASE II, 2 CAMPAÑA PUBLICITARIA DEMO, SOBRE EL RACIONAL CREATIVO

Finalmente; la CEAN revisó la oferta presentada por BIANCHI Y ASOCIADOS, y se identificó la documentación requerida en las bases de licitación, FASE II: ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN, referente al RACIONAL CREATIVO, encontrando la información, es decir, la descripción de cómo se llegó a la idea creativa, incluyendo la concepción de la idea creativa y cómo llegaron al concepto creativo. La información se encuentra desde el folio 135 al 158 de la oferta. Se **RATIFICA** la evaluación de la CEO.

PARTE III, DECLARACIÓN DE NO ELEGIBILIDAD DE BIANCHI Y ASOCIADOS, TANTO EN FASE I COMO EN FASE II

La CEAN ya responde sobre este ITEM, en la revisión antes mencionada, quedando el cuadro de evaluación de la siguiente manera

FASE I

No.	FASE I: EVALUACIÓN DEL FUNCIONAMIENTO Y CAPACIDAD INSTALADA	BIANCHI Y ASOCIADOS S.A. DE C.V. EVALUACION CEO	BIANCHI Y ASOCIADOS S.A. DE C.V. LUEGO DE EVALUACIÓN CEAN	IMC MEDIA & COMMUNICATIONS S.L. SUCURSAL EL SALVADOR EVALUACION CEO	IMC MEDIA & COMMUNICATIONS S.L. SUCURSAL EL SALVADOR LUEGO DE EVALUACIÓN CEAN
1	FUNCIONAMIENTO Y CAPACIDAD INSTALADA DE LA OFERTANTE	2.0	2.0	2.0	2.0
2	EQUIPO DE TRABAJO ASIGNADO AL PROYECTO	14.0	14	13.5	13.5
3	RESPALDO INTERNACIONAL	7.0	4.16	8.33	8.33
Puntaje total obtenido FASE I		23.00	20.16	23.83	23.83

La CEAN ya responde sobre este ITEM, vinculado al racional creativo en la revisión antes mencionada, quedando el cuadro de evaluación de la siguiente manera:



CORPORACIÓN SALVADOREÑA  
DE TURISMO

FASE II

No.	FASE II: ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN NACIONAL	BIANCHI Y ASOCIADOS S.A. DE C.V. EVALUACION DE LA CEO	BIANCHI Y ASOCIADOS S.A. DE C.V. LUEGO DE LA CEAN
1	MANIFIESTO	4.50	5.00
2	CAMPAÑA PUBLICITARIA DEMO NACIONAL	41.50	41.50
3	ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN	38.00	38.00
Puntaje total obtenido FASE II		84.00	84.50

Finalmente, la CEAN después de valorado todo el recurso presentado por IMC MEDIA & COMMUNICATIONS S.L. SUCURSAL EL SALVADOR, y de acuerdo al nuevo puntaje de calificación final, se **RATIFICA** el acuerdo número 3522-448/2023 de la adjudicación a BIANCHI Y ASOCIADOS S.A. DE C.V. se concluye con el cuadro siguiente de evaluación final:

EVALUACIÓN CEO		
OFERTANTES	OGILVY	IM+CE
EVALUACIÓN TÉCNICA	58.80	56.00
EVALUACIÓN ECONOMICA	23.60	24.99
TOTAL CALIFICACION FINAL	82.40	80.99

EVALUACIÓN CEAN		
OFERTANTES	OGILVY	IM+CE
EVALUACIÓN TÉCNICA	59.15	56.70
EVALUACIÓN ECONOMICA	23.60	24.99
TOTAL CALIFICACION FINAL	82.75	81.69

DIFERENCIA DE PUNTAJE FINAL 0.35 ↑ 0.70 ↑

**4. Recomendación de la Comisión Especial de Alto Nivel:**

Los miembros de esta Comisión Especial de Alto Nivel desde sus áreas de competencia, 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 No. 01/2023 la cual tiene por objeto la: "CONTRATACIÓN DE SERVICIOS PROFESIONALES DE AGENCIA DE PUBLICIDAD PARA CAMPAÑAS DE COMUNICACIÓN, PROMOCIÓN, Y RELACIONES PÚBLICAS PARA SU EJECUCIÓN A NIVEL NACIONAL E INTERNACIONAL, 2023.", sobre la base del Art. 77 inc. 2º, de la LACAP, recomienda a la Junta Directiva de CORSATUR:

**RATIFICAR:** el acto administrativo de adjudicación emitido por la Junta Directiva de CORSATUR, mediante certificación de acuerdo N° 3522-448/2023; de fecha nueve de febrero de dos mil veintitrés, mediante el cual se adjudicó a favor de BIANCHI Y ASOCIADOS S.A. de C.V. la LICITACIÓN ABIERTA DR-CAFTA



## CORPORACIÓN SALVADOREÑA DE TURISMO

01/2023: "CONTRATACIÓN DE SERVICIOS PROFESIONALES DE AGENCIA DE PUBLICIDAD PARA CAMPAÑAS DE COMUNICACIÓN, PROMOCIÓN, Y RELACIONES PÚBLICAS PARA SU EJECUCIÓN A NIVEL NACIONAL E INTERNACIONAL, 2023." Hasta por la cantidad de SEIS MILLONES DE DOLARES DE LOS ESTADOS UNIDOS AMÉRICA (US\$6,000.000.00) Incluyendo IVA por haber obtenido el mayor puntaje en la Calificación Final, tal como lo estipula en la Base de Licitación, en virtud de que este acto administrativo se hizo conforme a derecho.

### DELIBERACIÓN Y DECISIÓN DE LA JUNTA DIRECTIVA:

Los miembros de Junta Directiva se informan de los pormenores del recurso de revisión presentado, su tramitación, argumentos de hecho y de derecho; y el Directivo Salvador Villalobos, pregunta cuál fue el criterio para analizar la carta que presento IMC SUCURSAL EL SALVADOR, con la carta que respalda novecientos siete dólares de los Estados Unidos de América, en el sentido que sobrepasa la cantidad establecida en las bases de licitación, por lo que Meylin Gutiérrez, expreso que la base es clara en cuanto al monto, y la razón de ser es para analizar si el ofertante es capaz de haber llevado algún tipo de evento con los presupuestos. Asimismo, se hace constar que se analizará este rubro a fin de que no genere confusión en lo sucesivo; luego analizan y discuten las consideraciones que conllevaron a 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 considerar que se encuentra conforme a lo regulado en las bases de esta Licitación. 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 No. 3526-450/2023

- I. **RATIFICAR** el acto administrativo de adjudicación emitido por la Junta Directiva de CORSATUR, mediante certificación de acuerdo N° 3522-448/2023, de fecha nueve de febrero de dos mil veintitrés, mediante el cual se adjudicó a favor de BIANCHI Y ASOCIADOS S.A. de C.V. la LICITACIÓN ABIERTA DR-CAFTA 01/2023: "CONTRATACIÓN DE SERVICIOS PROFESIONALES DE AGENCIA DE PUBLICIDAD PARA CAMPAÑAS DE COMUNICACIÓN, PROMOCIÓN, Y RELACIONES PÚBLICAS PARA SU EJECUCIÓN A NIVEL NACIONAL E INTERNACIONAL, 2023." Hasta por la cantidad de SEIS MILLONES DE DOLARES DE LOS ESTADOS UNIDOS AMÉRICA (US\$6,000.000.00) Incluyendo IVA por haber obtenido el mayor puntaje en la Calificación Final, tal como lo estipula en la Base de Licitación, en virtud de que este acto administrativo se hizo conforme a derecho.
- II. **AUTORIZAR** a la Unidad de Adquisiciones y Contrataciones Institucional (UACI) para que haga las notificaciones correspondientes al presente Acuerdo de Junta Directiva de CORSATUR.

No habiendo más que hacer constar, se cierra la sesión a las diecisiete horas con treinta minutos del día veintitrés de febrero del año dos mil veintitrés.



CORPORACIÓN SALVADOREÑA  
DE TURISMO

Y para los usos que se estime conveniente, se extiende la presente certificación, que es conforme con su original, a los diecisiete días del mes de febrero del año dos mil veintitrés.

Ministerio de Gobernación  
y Desarrollo Territorial

