

Esqueletas
Te acompañamos en esos momentos tan difíciles.

Información:
Ventas Directas: 2231-7676
Commutador: 2231-7777

EL DIARIO DE HOY

Licitación Pública
El Departamento de Control y Seguimiento de Adquisiciones y Contrataciones (ACI), del Fondo de Inversión Social para el Desarrollo Local (FISDL), somete a Licitación Pública el procedimiento siguiente:

LICITACIÓN PÚBLICA No. 95/2011-GOESCSR71A-262-FISDL
"SELECCIÓN DE REALIZADOR PARA EL PROYECTO: INFRAESTRUCTURA EN CENTRO ESCOLAR GENERAL MANUEL JOSÉ ARCE, MUNICIPIO DE COMALAPA, DEPARTAMENTO DE CHALATENANGO." CÓDIGO: 236850

Las y los contratistas que realicen obras FISDL deben conocer el Sistema de Control de Calidad

| | |
|--|--|
| Tipo de contratista | Realizador, Especialidad en Infraestructura Edificaciones, categoría 4 y 5, Nivel de Desempeño A, B o C. |
| Participantes | Personas Naturales o Jurídicas inscritas en el Banco de Contratistas del FISDL. Las personas que a la fecha han presentado la documentación y todo el que inicia el proceso para la licitación. |
| Valor de las bases | El valor de los documentos es de US \$30.00 |
| Fecha y lugar de venta y retiro | 28, 29 y 30 de septiembre de 2011, de 7:30 a.m. a 12:30 p.m., y de 1:30 a 4:30 p.m., en la ventanilla de facturación, ubicada en la entrada principal del FISDL. EL OFERENTE DEBERÁ PRESENTAR UNA CARTA CON LA INFORMACIÓN GENERAL DE LA SOCIEDAD O PERSONA NATURAL, CONTENIENDO LA SIGUIENTE INFORMACIÓN: NOMBRE DEL OFERENTE, NOMBRE DEL REPRESENTANTE LEGAL, TELEFONO, FAX, CORREO ELECTRONICO Y DIRECCIÓN EXACTA PARA RECIBIR NOTIFICACIONES. |
| Fecha y lugar de Recepción y apertura de ofertas | Lunes 17 de octubre de 2011, en el Salón de Usos Múltiples del FISDL. Recepción de 7:30 a.m. a 9:00 a.m. Apertura 9:01 a.m. en adelante. |
| Fuente de Financiamiento | COMUNIDADES SOLIDARIAS RURALES 2011 |
| Monto Estimado | \$340.352.36 |
| Dirección FISDL | 10ª Avenida Sur y Calle México, Barrio San Jacinto, frente a ex Casa Presidencial, San Salvador, Tel. 2505-1200 y 2505-1336, Fax 2505-1390 y 2237-0145. |

El FISDL invita a todos los Profesionales y/o Empresas inscritos o interesados en formar parte de nuestro Banco de Contratistas, a cursar el "Diplomado de Gestión Participativa y Manejo Sostenible de Programas Comunitarios", asimismo, les recomendamos mantener sus datos actualizados y visitar nuestro sitio Web donde encontrará información completa en la dirección www.fisd.gov.sv. Atención de consultas, sugerencias, resolución de quejas y reclamos a través de la Oficina de Información y Respuesta (OIR) por medio del Tel.: 2505-1309.

“Por un mejor ambiente para la niñez”

Fondo de la Iniciativa para las Américas

Invita a participar en

CONCURSO PÚBLICO No. 04/2011

CONTRATACIÓN DE LOS SERVICIOS DE AUDITORÍA EXTERNA INSTITUCIONAL DE LOS EJERCICIOS FISCALES 2011 Y 2012 (PRESUPUESTO OPERATIVO, FIDEICOMISOS, MANDATO BANCARIO DE CONFIANZA Y PROYECTOS ADMINISTRADOS), Y CICLO DE PROYECTOS FIAES

I. VENTA Y RETIRO DE LAS BASES DE CONCURSO

Las bases estarán a la venta a partir del día jueves 29 de septiembre al viernes 7 de octubre del 2011 (en días hábiles), en la recepción de las oficinas administrativas del FIAES ubicadas en la 65 avenida sur N° 132, colonia Escalón, San Salvador; en el horario comprendido de 08:00 a.m. hasta 12:00 m. y de 02:00 p.m. hasta las 04:00 p.m. Las bases tendrán un costo no reembolsable de DOSCIENTOS 00/100 DÓLARES DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA; (US\$ 200.00). Para lo cual, se debe presentar cheque certificado o cheque de caja a nombre del FONDO DE LA INICIATIVA PARA LAS AMÉRICAS.

II. RECEPCIÓN DE OFERTAS

Las ofertas se presentarán conforme a lo establecido en las bases de concurso y serán presentadas en la recepción de las oficinas administrativas del FIAES, los días lunes 24 y martes 25 de octubre de 2011 en el horario comprendido de 08:00 a.m. hasta 12:00 m. y de 02:00 p.m. hasta las 04:00 p.m.

Para cualquier información los interesados podrán comunicarse al área de adquisiciones y contrataciones del FIAES al 2223-6498, Ext. 115.

San Salvador, 28 de septiembre del 2011.

Notificación de Resultado

El Fondo de Inversión Social para el Desarrollo Local de El Salvador, a través del Departamento de Control y Seguimiento de Adquisiciones y Contrataciones (ACI), dando cumplimiento al artículo 57, inciso segundo de la LACAP, comunica el resultado del siguiente proceso:

DECLARACIÓN DESIERTA

Las y los contratistas que realicen obras FISDL deben conocer el Sistema de Control de Calidad

LICITACIÓN PÚBLICA No. 65/2011-GOESCSR71A-170-FISDL

"SELECCIÓN DE REALIZADOR PARA EL PROYECTO: INFRAESTRUCTURA EN CENTRO ESCOLAR GENERAL MANUEL JOSÉ ARCE, MUNICIPIO DE COMALAPA, DEPARTAMENTO DE CHALATENANGO." CÓDIGO: 236850

El FISDL invita a todos los Profesionales y/o Empresas inscritos o interesados en formar parte de nuestro Banco de Contratistas, a cursar el "Diplomado de Gestión Participativa y Manejo Sostenible de Programas Comunitarios", asimismo, les recomendamos mantener sus datos actualizados y visitar nuestro sitio Web donde encontrará información completa en la dirección www.fisd.gov.sv. Atención de consultas, sugerencias, resolución de quejas y reclamos a través de la Oficina de Información y Respuesta (OIR) por medio del Tel.: 2505-1309.

AVISO DE LICITACIÓN

El Ministerio de Trabajo y Previsión Social, a través de la Unidad de Adquisiciones y Contrataciones Institucional, somete a competencia la siguiente:

LICITACIÓN ABIERTA DR-CAFTA MTPS 03-2012

"SUMINISTRO DE TONER, CINTAS Y CARTUCHOS PARA EL MINISTERIO DE TRABAJO Y PREVISIÓN SOCIAL"

Procedimiento para retiro de bases: Las Bases de licitación podrán ser descargadas de forma gratuita en el modo de divulgación COMPRASAL, www.comprasal.gob.sv de conformidad a lo establecido en el artículo 49 de la LACAP, todos los ofertantes que descarguen gratuitamente las bases deberán inscribirse como tales en la UACI del Ministerio de Trabajo y Previsión Social; si los oferentes desean obtenerlas de manera física, tramitarán su recibo en la UACI del Ministerio de Trabajo y Previsión Social, ubicado en el edificio No. 3, para ser cancelado en la Tesorería del Ministerio de Hacienda, contra presentación de ingreso cancelado, se presentará a la UACI del Ministerio de Trabajo y Previsión Social, donde se le entregará las bases de licitación, para lo cual deberá traer el sello de la empresa. Lugar de Retiro: UACI del Ministerio de Trabajo y Previsión Social, Alameda Juan Pablo II y 17 Av. Nte., Edificio No. 3 nivel 1, Centro de Gobierno, San Salvador. Tels. 2259-3760 y 2259-3761. Costo de las bases \$20.00 (veinte dólares de los Estados Unidos de América).

Horario de Retiro: 7:30 a.m. a 12:30 p.m. y de 1:10 p.m. a 3:30 p.m.

Días en que las bases estarán disponibles para su descarga electrónica o para su adquisición en la UACI del MTPS: **miércoles 28 y jueves 29 de septiembre de 2011.**

San Salvador, 28 de septiembre de 2011

AVISO DE LICITACIÓN Y NOTIFICACIÓN

El Fondo Social para la Vivienda a través de la Unidad de Adquisiciones y Contrataciones Institucional, UACI, en cumplimiento al Art. 47 de la LACAP, convoca a lo siguiente:

LICITACIÓN PÚBLICA

| N° | Nombre del Proceso | Tipo de participante | Recepción de Ofertas | | |
|-------------|--|--------------------------------|----------------------|--------------------------|---------------------------|
| | | | Fecha | Hora de Recepción | Hora de Apertura |
| FSV-06/2011 | SERVICIOS DE AGENCIA DE PUBLICIDAD PARA EL FSV | Personas Naturales y Jurídicas | 21/10/2011 | De 9:00 a.m. a 9:30 a.m. | A partir de las 9:31 a.m. |

PARTICIPANTES:
Podrán participar en esta Licitación las personas que cumplan con los requisitos exigidos en las Bases y que no se encuentren dentro de los impedimentos o inhabilitación para ofertar a que se refieren los Artículos 25 y 26 de la Ley de Adquisiciones y Contrataciones de la Administración Pública y que adquieren las Bases de Licitación; ya sea gratuitamente del sitio electrónico www.comprasal.gob.sv o directamente en la UACI del FSV, en este caso se deberá cancelar el costo establecido.

FECHA DE RETIRO DE BASES DIRECTAMENTE EN LA UACI Y REQUISITO SOLICITADO
29 y 30 de septiembre de 2011 y 3 de octubre de 2011, de 8:30 a.m. a 1:00 p.m. y de 1:45 p.m. a 4:00 p.m.
Presentar carta indicando: nombre completo de la persona que ofertará, dirección para recibir notificaciones, número de teléfono, número de fax y dirección de correo electrónico.

COSTO DE BASES Y LUGAR DE RETIRO
El costo de las Bases de Licitación es de \$15.00 más IVA, debiendo cancelar ese valor en la Tesorería del FSV, ubicada en Calle Rubén Dario N° 901, San Salvador. Las Bases podrán ser retiradas en la Unidad de Adquisiciones y Contrataciones Institucional, UACI, en la misma dirección, previa presentación del recibo cancelado.

LUGAR DE RECEPCIÓN Y APERTURA DE OFERTAS
Sala de Reuniones No. 3, del Área Corporativa, ubicada en Calle Rubén Dario N° 901, San Salvador.
No se entregarán Bases de Licitación, ni se recibirán ofertas después de la fecha y horas señaladas; mayor información en los teléfonos 2281-0034, 2281-0037 y 2281-0038.

NOTIFICACIÓN

El Fondo Social para la Vivienda por medio de la Unidad de Adquisiciones y Contrataciones Institucional, en cumplimiento al Artículo N° 57, inciso segundo, de la Ley de Adquisiciones y Contrataciones de la Administración Pública, hace del conocimiento general el resultado siguiente:

LICITACION PUBLICA N° FSV-06/2011

"SERVICIOS DE ELABORACIÓN DE AVALUOS DE BIENES INMUEBLES"

ADJUDICADOS:
ZONA CENTRAL Y PARACENTRAL (ZONA 1):
1. JOSÉ ALFREDO CHERRAL CANALES

ZONA OCCIDENTAL (ZONA 2):
1. EDGARDO RIVAS QUIJANO
2. JEREMÍAS FERNANDO ANTONIO PINO NIETO

DECLARADA DESIERTA LA CONTRATACIÓN DE HASTA DOS (2) PERSONAS NATURALES O JURÍDICAS PARA EL ÁREA METROPOLITANA, ZONA CENTRAL Y PARACENTRAL (ZONA 1)

DECLARADA DESIERTA LA CONTRATACIÓN DE HASTA DOS (2) PERSONAS NATURALES O JURÍDICAS PARA LA ZONA ORIENTAL (ZONA 3)

San Salvador, 28 de septiembre de 2011.

**AVISO DE NOTIFICACIÓN
ORGANO JUDICIAL**

A través de la Dirección de Adquisiciones y Contrataciones Institucional (DACI), dando cumplimiento al Artículo 57, inciso segundo de la Ley de Adquisiciones y Contrataciones de la Administración Pública (LACAP), comunica el resultado siguiente:

| Nº | NOMBRE | RESULTADO |
|----------------------------------|---|---|
| LICITACIÓN PÚBLICA Nº LP 25/2011 | "SUMINISTRO E INSTALACIÓN DE ESTANTERÍA INDUSTRIAL PARA EL ARCHIVO REGIONAL DE TECOLUCA Y ESTANTERÍA DEXIÓN PARA EL ANEXO N° 3" | SE ADJUDICA: ● Jesús Abraham López Torres (DECOSISTEMAS) |
| LICITACIÓN PÚBLICA Nº LP 28/2011 | "READECUACIÓN DE LA SECCIÓN DE NOTARIADO EN EL EDIFICIO DE LAS OFICINAS ADMINISTRATIVAS Y JURÍDICAS DE LA CORTE SUPREMA DE JUSTICIA", del Proyecto Código SIIP N° 5385, "REMODELACIONES, AMPLIACIONES, READECUACIONES Y MEJORAS EN LOS TRIBUNALES A NIVEL NACIONAL" | SE ADJUDICA: ● P+R CONSTRUCTORES, S.A. DE C.V. |

San Salvador, 28 de septiembre de 2011



NOTIFICACION



LA CORTE DE CUENTAS DE LA REPUBLICA

Notifica a los señores: Arnoldo Suter, Ex Vicepresidente; Alfredo Escalante, Ex Secretario; Gerardo Valiente, Ex Tesorero; Oscar Picardo, Ex Representante de Enduro; Rodolfo Morales, Ex Representante de Turismo; Ismael Villacorta, Ex Representante de Motocross, de la Federación Salvadoreña de Motociclismo, que ha finalizado el examen especial a los Ingresos y Gastos de la Federación, correspondientes al periodo del 1 de enero del 2006 al 31 de diciembre del 2008, por lo que pueden pasar a retirar comunicación preliminar, a las oficinas de la Dirección de Auditoría Uno, ubicadas en la 1ª Avenida Norte y 13ª Calle Poniente, Edificio Corte de Cuentas, Cuarto Nivel.

Licitación Pública

El Departamento de Control y Seguimiento de Adquisiciones y Contrataciones (ACI), del Fondo de Inversión Social para el Desarrollo Local FIDSL, somete a Licitación Pública el procedimiento siguiente:

LICITACIÓN PÚBLICA No. 95/2011-GOESCSR71A-262

"SELECCIÓN DE REALIZADOR PARA EL PROYECTO: INFRAESTRUCTURA EN CENTRO ESCOLAR GENERAL MANUEL JOSÉ ARCE, MUNICIPIO DE COMALAPA, DEPARTAMENTO DE CHALATENANGO." CÓDIGO: 236850

Las y los contratistas que realicen obras FIDSL deben conocer el Sistema de Control de Calidad

| | |
|--|--|
| Tipo de contrato | Realizador, Especialidad en Infraestructura Edificaciones, categoría 4 y 5, Nivel de Desempeño A, B o C. |
| Participantes | Personas Naturales o Jurídicas inscritas en el Banco de Contratistas del FIDSL. Las personas que a la fecha han presentado la documentación y todo aquel que inicie el proceso para la calificación. |
| Valor de las bases | El valor de los documentos es de US \$300.00 |
| Fecha / lugar de venta y retiro | 28, 29 y 30 de septiembre de 2011, de 7:30 a.m. a 12:30 p.m. y de 1:30 a 4:30 p.m., en la ventanilla de facturación, ubicada en la entrada principal del FIDSL. EL OFERENTE DEBERÁ PRESENTAR UNA CARTA CON LA INFORMACIÓN GENERAL DE LA SOCIEDAD O PERSONA NATURAL, CONTENIENDO LA SIGUIENTE INFORMACIÓN: NOMBRE DEL OFERENTE, NOMBRE DEL REPRESENTANTE LEGAL, TELÉFONO, FAX, CORREO ELECTRÓNICO Y DIRECCIÓN EXACTA PARA RECIBIR NOTIFICACIONES. |
| Fecha / lugar de Recepción y apertura de ofertas | Lunes 17 de octubre de 2011, en el Salón de Usos Múltiples del FIDSL. Recepción de 7:30 a.m. a 9:00 a.m. Apertura 9:01 a.m. en adelante. |
| Fuente de financiamiento | COMUNIDADES SOLIDARIAS RURALES 2011 |
| Monto Estimado | \$340,352.36 |
| Dirección FIDSL | 10ª Avenida Sur y Calle México, Barrio San Jacinto, frente a ex Casa Presidencial, San Salvador, Tel. 2505-1200 y 2505-1336, Fax 2505-1390 y 2237-0145. |

El FIDSL invita a todos los Profesionales y/o Empresas inscritas o interesadas en formar parte de nuestro Banco de Contratistas, a cursar el "Diplomado de Gestión Participativa y Manejo Sostenible de Programas Comunitarios", asimismo, les recomendamos mantener sus datos actualizados y visitar nuestro sitio Web donde encontrará información completa en la dirección: www.fidsl.gov.sv. Atención de consultas, sugerencias, resolución de quejas y reclamos a través de la Oficina de Información y Respuesta (OIR) por medio del Tel.: 2505-1309.

Notificación de Resultado

El Fondo de Inversión Social para el Desarrollo Local de El Salvador, a través del Departamento de Control y Seguimiento de Adquisiciones y Contrataciones (ACI), dando cumplimiento al artículo 57, inciso segundo de la LACAP, comunica el resultado del siguiente proceso:

DECLARACIÓN DESIERTA

Las y los contratistas que realicen obras FIDSL deben conocer el Sistema de Control de Calidad

LICITACIÓN PÚBLICA No. 65/2011-GOESCSR71A-170-FIDSL

"SELECCIÓN DE REALIZADOR PARA EL PROYECTO: INFRAESTRUCTURA EN CENTRO ESCOLAR GENERAL MANUEL JOSÉ ARCE, MUNICIPIO DE COMALAPA, DEPARTAMENTO DE CHALATENANGO." CÓDIGO: 236850

El FIDSL invita a todos los Profesionales y/o Empresas inscritas o interesadas en formar parte de nuestro Banco de Contratistas, a cursar el "Diplomado de Gestión Participativa y Manejo Sostenible de Programas Comunitarios", asimismo, les recomendamos mantener sus datos actualizados y visitar nuestro sitio Web donde encontrará información completa en la dirección: www.fidsl.gov.sv. Atención de consultas, sugerencias, resolución de quejas y reclamos a través de la Oficina de Información y Respuesta (OIR) por medio del Tel.: 2505-1309.

AVISO DE LICITACIÓN Y NOTIFICACIÓN

El Fondo Social para la Vivienda a través de la Unidad de Adquisiciones y Contrataciones Institucional, UACI, en cumplimiento al Art. 47 de la LACAP, convoca a lo siguiente:

LICITACIÓN PÚBLICA

| Nº | Nombre del Proceso | Tipo de participante | Recepción de Ofertas | | |
|-------------|--|--------------------------------|----------------------|--------------------------|---------------------------|
| | | | Fecha | Horario de Recepción | Horario de Apertura |
| FSV-09/2011 | SERVICIOS DE AGENCIA DE PUBLICIDAD PARA EL FSV | Personas Naturales y Jurídicas | 21/10/2011 | De 9:00 a.m. a 9:30 a.m. | A partir de las 9:31 a.m. |

PARTICIPANTES:
Podrán participar en esta Licitación las personas que cumplen con los requisitos exigidos en las Bases y que no se encuentren dentro de los incapacitados o impedidos para ofertar a que se refieren los Artículos 25 y 26 de la Ley de Adquisiciones y Contrataciones de la Administración Pública y que no hayan sido declarados culpables en el proceso de selección de la UACI del FSV, en este caso se deberá cancelar el costo establecido.

FECHA DE RETIRO DE BASES DIRECTAMENTE EN LA UACI Y REQUISITO SOLICITADO:
28 y 30 de septiembre de 2011 y 3 de octubre de 2011, de 8:30 a.m. a 1:00 p.m. y de 1:45 p.m. a 4:00 p.m. Presentar carta indicando: nombre completo de la persona que ofertará, dirección para recibir notificaciones, número de teléfono, número de fax y dirección de correo electrónico.

COSTO DE BASES Y LUGAR DE RETIRO:
El costo de las Bases de Licitación es de \$16.00 más IVA, debiendo cancelar ese valor en la Tesorería del FSV, ubicada en Calle Rubén Darío N° 901, San Salvador. Las Bases podrán ser retiradas en la Unidad de Adquisiciones y Contrataciones Institucional, UACI, en la misma dirección, previa presentación del recibo cancelado.

LUGAR DE RECEPCIÓN Y APERTURA DE OFERTAS:
Sala de Reuniones No. 3, del Área Corporativa, ubicada en Calle Rubén Darío N° 901, San Salvador. No se entregarán Bases de Licitación, ni se recibirán ofertas después de la fecha y horas señaladas; mayor información en los teléfonos 2281-0036, 2281-0037 y 2281-0038.

NOTIFICACIÓN

El Fondo Social para la Vivienda por medio de la Unidad de Adquisiciones y Contrataciones Institucional, en cumplimiento al Artículo N° 57, inciso segundo, de la Ley de Adquisiciones y Contrataciones de la Administración Pública, hace del conocimiento general el resultado siguiente:

LICITACIÓN PÚBLICA Nº FSV-06/2011

"SERVICIOS DE ELABORACIÓN DE AVALÚOS DE BIENES INMUEBLES"

ADJUDICADOS:

ZONA CENTRAL Y PARACENTRAL (ZONA 1):
1. JOSÉ ALFREDO CHERRALI CANALES

ZONA OCCIDENTAL (ZONA 2):
1. EDGARDO RIVAS QUIJANO
2. JEREMÍAS FERNANDO ANTONIO PINO NIETO

DECLARADA DESIERTA LA CONTRATACIÓN DE HASTA OCHO (8) PERSONAS NATURALES O JURÍDICAS PARA EL ÁREA METROPOLITANA, ZONA CENTRAL Y PARACENTRAL (ZONA 1)

DECLARADA DESIERTA LA CONTRATACIÓN DE HASTA DOS (2) PERSONAS NATURALES O JURÍDICAS PARA LA ZONA ORIENTAL (ZONA 3)

San Salvador, 28 de septiembre de 2011.



"Por un mejor ambiente para la niñez"

Fondo de la Iniciativa para las Américas

Invita a participar en el

CONCURSO PÚBLICO No. 04/2011

CONTRATACIÓN DE LOS SERVICIOS DE AUDITORÍA EXTERNA INSTITUCIONAL DE LOS EJERCICIOS FISCALES 2011 Y 2012 (PRESUPUESTO OPERATIVO, FIDEICOMISOS, MANDATO BANCARIO DE CONFIANZA Y PROYECTOS ADMINISTRADOS), Y CICLO DE PROYECTOS FIAES

I. VENTA Y RETIRO DE LAS BASES DE CONCURSO

Las bases estarán a la venta a partir del día jueves 29 de septiembre al viernes 7 de octubre del 2011 (en días hábiles), en la recepción de las oficinas administrativas del FIAES ubicadas en la 65 avenida sur N° 132, colonia Escalón, San Salvador; en el horario comprendido de 08:00 a.m. hasta 12:00 m. y de 02:00 p.m. hasta las 04:00 p.m. Las bases tendrán un costo no reembolsable de DOSCIENTOS 00/100 DÓLARES DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA; (US\$ 200.00). Para lo cual, se debe presentar cheque certificado o cheque de caja a nombre del FONDO DE LA INICIATIVA PARA LAS AMÉRICAS.

II. RECEPCIÓN DE OFERTAS

Las ofertas se presentarán conforme a lo establecido en las bases de concurso y serán presentadas en la recepción de las oficinas administrativas del FIAES, los días lunes 24 y martes 25 de octubre de 2011 en el horario comprendido de 08:00 a.m. hasta 12:00 m. y de 02:00 p.m. hasta las 04:00 p.m.

Para cualquier información los interesados podrán comunicarse al área de adquisiciones y contrataciones del FIAES al 2223-6498, Ext. 115.

San Salvador, 28 de septiembre del 2011.



Fondo Social para la Vivienda

AGENCIA CENTRAL
Calle Rubén Darío # 901
San Salvador
Tels.: 2231-2000

AGENCIA SANTA ANA
Avenida Independencia Sur y
21 Calle Oriente, Plaza San Miguelito,
Santa Ana. Tels.: 2430-6400
2440-9897 y 2440-0177

AGENCIA SAN MIGUEL
Avenida Roosevelt Sur,
Centro Comercial Chaparrastique,
locales 14 y 15, San Miguel
Tels.: 2661-3471; 2661-3472 y 2661-6491

San Salvador, 14 de octubre de 2011

**CONSULTAS Y ACLARACIONES A LA LICITACIÓN PÚBLICA N° FSV-09/2011
"SERVICIOS DE AGENCIA DE PUBLICIDAD PARA EL FSV"**

Señor(es):

RIVAS HERNANDEZ, CARLOS ROBERTO

6ª. 10ª. C. Pte. 35 Avenida Sur, N° 1833, Col. Flor Blanca San Salvador

2512-9953

Presente.-

En cumplimiento al Artículo 51 de la Ley de Adquisiciones y Contrataciones de la Administración Pública, LACAP y a lo establecido en la Licitación Pública, numeral 6. **Consultas**, se remiten consultas y sus respectivas aclaraciones:

CONSULTA N° 1

En página 5, numeral 7. FORMA DE PRESENTACIÓN DE OFERTAS, SUB NUMERAL 6, ¿los ejemplares se pueden presentar en cartapacios, tanto originales como copias?

ACLARACION A CONSULTA N° 1

Si.

CONSULTA N° 2

Página 10, literal D, ASPECTOS ADMINISTRATIVOS, letra a) ¿los montos que serán calificados son montos por año o durante los años 2008 al 2010?

ACLARACION A CONSULTA N° 2

Los montos contratados que se indiquen en el numeral 2. MONTOS CONTRATADOS del Anexo No. 5, de las constancias o referencias de servicio, deberán clasificar en uno de los rangos definidos (Ver página 53 de las Bases de Licitación), durante los años 2008 al 2010, lo que se deberá registrar en el numeral 3. FECHAS O PERIODOS DE EJECUCION del mencionado Anexo No. 5.

CONSULTA N° 3

Página 10 y 11, literal D, letra b), ¿podrían aclararnos que se debe de presentar por evidencia de trabajo realizado para encargado de cuentas, ejecutivo de cuentas y ejecutivo de medios?

ACLARACION A CONSULTA N° 3

El trabajo realizado por el encargado y ejecutivo de cuentas puede evidenciarse a través de cartas de referencia de las empresas, organismos o instituciones en las que haya sido designado por la agencia, para atender la cuenta de publicidad.

En el caso de Ejecutivo de medios, pueden ser notas de acuerdos ó negociaciones que el ejecutivo haya realizado con determinados medios para determinadas campañas, un plan de medios propuesto y ejecutado por el ejecutivo de medios ó carta de referencia de medios de comunicación que hagan constar la relación laboral para la ejecución de determinada campaña.

133

Página 1 de 2

**Financiar tu casa es
nuestro compromiso**

www.fsv.gob.sv

CONSULTA N° 4

Página 30 anexo 8 OFERTA TÉCNICA, PROPUESTA DE CAMPAÑA PARA PROMOVER EL FINANCIAMIENTO HABITACIONAL A SALVADOREÑOS EN EL EXTERIOR Y NUEVOS SERVICIOS CON ORIENTACIÓN NACIONAL E INTERNACIONAL, ¿Cuánto tiempo previsto lanzarla?, ya que para realizar el plan de medios es importante conocer la fecha, por la pauta internacional, además cuando se habla de nuevos servicios con orientación nacional e internacional ¿pueden detallarnos a cuales servicios se refieren?

ACLARACION A CONSULTA N° 4

La propuesta de campaña para promover el financiamiento habitacional a salvadoreños en el exterior, sería la primera campaña a ejecutar de acuerdo a la fecha de contratación de los servicios de agencia de publicidad, estando determinada por la fecha establecida en la orden de inicio, emitida por el Administrador del Contrato, según lo establece la páginas 2, numeral 2. Plazo para la prestación del Servicio de las Bases de Licitación.

Sobre los nuevos servicios que irían implícitos en dicha campaña son la apertura de ventanilla de atención del FSV en el consulado de El Salvador en Los Angeles y la facilidad de pagar los préstamos habitacionales a través del sitio web del FSV. Para ampliar detalles, anexamos flyer de ventanilla de atención y de pago en sitio web. También pueden consultar en www.fsv.gob.sv, el botón de paga tu casa aquí. Y en servicios al ciudadano información de créditos para salvadoreños en el exterior.

CONSULTA N° 5

Página 46 y 47 en anexo 8, FORMULARIO DE CUADRO DE OFERTA ECONÓMICA, en el medio de radio, ¿a qué se refieren con duración de las radios a utilizar? y con respecto al periodo de cada campaña, ¿dónde se debe ubicar?

ACLARACION A CONSULTA N° 5

Sobre la consulta referente al cuadro de oferta económica, se solicita definir las radios que proponen, el número de cuñas propuestas y la duración de estas. En cuanto a los períodos de cada campaña se deberán detallar en el plan de acción y calendarización de campañas de acuerdo a lo requerido en el ANEXO N° 6 sobre el contenido de cada propuesta. Vale aclarar que el cuadro de oferta económica es el resumen de los costos por todo el servicio que brindará la Agencia, por lo que se recomienda revisar lo requerido para cada propuesta en el mencionado anexo.

Sin otro particular.



Atentamente,

[Handwritten signature] JULIO RIVAS

ING. JULIO TARCICIO RIVAS GARCIA
JEFE UNIDAD DE ADQUISICIONES Y CONTRATACIONES
INSTITUCIONAL

[Handwritten signature] 5:00 p.m.
J. M. CREATIVOS, S. A. de C. V.

Página 2 de 2



Fondo Social para la Vivienda

AGENCIA CENTRAL

Calle Rubén Darío # 901
San Salvador
Tels.: 2231-2000

AGENCIA SANTA ANA

Avenida Independencia Sur y
21 Calle Oriente, Plaza San Miguelito,
Santa Ana. Tels.: 2430-6400
2440-9897 y 2440-0177

AGENCIA SAN MIGUEL

Avenida Roosevelt Sur,
Centro Comercial Chaparrastique,
locales 14 y 15, San Miguel
Tels.: 2661-3471; 2661-3472 y 2661-6491

San Salvador, 14 de octubre de 2011

**CONSULTAS Y ACLARACIONES A LA LICITACIÓN PÚBLICA N° FSV-09/2011
“SERVICIOS DE AGENCIA DE PUBLICIDAD PARA EL FSV”**

Señor(es):

LEMUSIMUN PUBLICIDAD, S.A. DE C.V.

BOULEVARD ORDEN DE MALTA N° 5 URB. SANTA ELENA, ANT. CUSCATLAN

2233-5000

Presente.-

En cumplimiento al Artículo 51 de la Ley de Adquisiciones y Contrataciones de la Administración Pública, LACAP y a lo establecido en la Licitación Pública, numeral 6. **Consultas**, se remiten consultas y sus respectivas aclaraciones:

CONSULTA N° 1

En página 5, numeral 7. FORMA DE PRESENTACIÓN DE OFERTAS, SUB NUMERAL 6, ¿los ejemplares se pueden presentar en cartapacios, tanto originales como copias?

ACLARACION A CONSULTA N° 1

Si.

CONSULTA N° 2

Página 10, literal D, ASPECTOS ADMINISTRATIVOS, letra a) ¿los montos que serán calificados son montos por año o durante los años 2008 al 2010?

ACLARACION A CONSULTA N° 2

Los montos contratados que se indiquen en el numeral 2. MONTOS CONTRATADOS del Anexo No. 5, de las constancias o referencias de servicio, deberán clasificar en uno de los rangos definidos (Ver página 53 de las Bases de Licitación), durante los años 2008 al 2010, lo que se deberá registrar en el numeral 3. FECHAS O PERIODOS DE EJECUCION del mencionado Anexo No. 5.

CONSULTA N° 3

Página 10 y 11, literal D, letra b), ¿podrían aclararnos que se debe de presentar por evidencia de trabajo realizado para encargado de cuentas, ejecutivo de cuentas y ejecutivo de medios?

ACLARACION A CONSULTA N° 3

El trabajo realizado por el encargado y ejecutivo de cuentas puede evidenciarse a través de cartas de referencia de las empresas, organismos o instituciones en las que haya sido designado por la agencia, para atender la cuenta de publicidad.

En el caso de Ejecutivo de medios, pueden ser notas de acuerdos ó negociaciones que el ejecutivo haya realizado con determinados medios para determinadas campañas, un plan de medios propuesto y ejecutado por el ejecutivo de medios ó carta de referencia de medios de comunicación que hagan constar la relación laboral para la ejecución de determinada campaña.

Página 1 de 2

**Financiar tu casa es
nuestro compromiso**

126

www.fsv.gob.sv

CONSULTA N° 4

Página 30 anexo 8 OFERTA TÉCNICA, PROPUESTA DE CAMPAÑA PARA PROMOVER EL FINANCIAMIENTO HABITACIONAL A SALVADOREÑOS EN EL EXTERIOR Y NUEVOS SERVICIOS CON ORIENTACIÓN NACIONAL E INTERNACIONAL, ¿Cuánto tiempo previsto lanzarla?, ya que para realizar el plan de medios es importante conocer la fecha, por la pauta internacional, además cuando se habla de nuevos servicios con orientación nacional e internacional ¿pueden detallarnos a cuales servicios se refieren?

ACLARACION A CONSULTA N° 4

La propuesta de campaña para promover el financiamiento habitacional a salvadoreños en el exterior, sería la primera campaña a ejecutar de acuerdo a la fecha de contratación de los servicios de agencia de publicidad, estando determinada por la fecha establecida en la orden de inicio, emitida por el Administrador del Contrato, según lo establece la páginas 2, numeral 2. Plazo para la prestación del Servicio de las Bases de Licitación.

Sobre los nuevos servicios que irían implícitos en dicha campaña son la apertura de ventanilla de atención del FSV en el consulado de El Salvador en Los Angeles y la facilidad de pagar los préstamos habitacionales a través del sitio web del FSV. Para ampliar detalles, anexamos flyer de ventanilla de atención y de pago en sitio web. También pueden consultar en www.fsv.gob.sv, el botón de paga tu casa aquí. Y en servicios al ciudadano información de créditos para salvadoreños en el exterior.

CONSULTA N° 5

Página 46 y 47 en anexo 8, FORMULARIO DE CUADRO DE OFERTA ECONÓMICA, en el medio de radio, ¿a qué se refieren con duración de las radios a utilizar? y con respecto al periodo de cada campaña, ¿dónde se debe ubicar?

ACLARACION A CONSULTA N° 5

Sobre la consulta referente al cuadro de oferta económica, se solicita definir las radios que proponen, el número de cuñas propuestas y la duración de estas. En cuanto a los períodos de cada campaña se deberán detallar en el plan de acción y calendarización de campañas de acuerdo a lo requerido en el ANEXO N° 6 sobre el contenido de cada propuesta. Vale aclarar que el cuadro de oferta económica es el resumen de los costos por todo el servicio que brindará la Agencia, por lo que se recomienda revisar lo requerido para cada propuesta en el mencionado anexo.

Sin otro particular.



Atentamente,

ING. JULIO TARCICIO RIVAS GARCIA
JEFE UNIDAD DE ADQUISICIONES Y CONTRATACIONES
INSTITUCIONAL

LÉNUSMUN publicidad, S.A. de C.V. 4:35
alyHoll



Fondo Social para la Vivienda

AGENCIA CENTRAL
Calle Rubén Darío # 901
San Salvador
Tels.: 2231-2000

AGENCIA SANTA ANA
Avenida Independencia Sur y
21 Calle Oriente, Plaza San Miguelito,
Santa Ana. Tels.: 2430-6400
2440-9897 y 2440-0177

AGENCIA SAN MIGUEL
Avenida Roosevelt Sur,
Centro Comercial Chaparrastique,
locales 14 y 15, San Miguel
Tels.: 2661-3471; 2661-3472 y 2661-6491

San Salvador, 14 de octubre de 2011

**CONSULTAS Y ACLARACIONES A LA LICITACIÓN PÚBLICA N° FSV-09/2011
"SERVICIOS DE AGENCIA DE PUBLICIDAD PARA EL FSV"**

Señor(es):
OBERMET, S.A. DE C.V.
URB. MAQUILISHUT N°5215 COL. SAN BENITO, SAN SALVADOR
2263-4999
Presente.-

En cumplimiento al Artículo 51 de la Ley de Adquisiciones y Contrataciones de la Administración Pública, LACAP y a lo establecido en la Licitación Pública, numeral 6. **Consultas**, se remiten consultas y sus respectivas aclaraciones:

CONSULTA N° 1

En página 5, numeral 7. FORMA DE PRESENTACIÓN DE OFERTAS, SUB NUMERAL 6, ¿los ejemplares se pueden presentar en cartapacios, tanto originales como copias?

ACLARACION A CONSULTA N° 1

Si.

CONSULTA N° 2

Página 10, literal D, ASPECTOS ADMINISTRATIVOS, letra a) ¿los montos que serán calificados son montos por año o durante los años 2008 al 2010?

ACLARACION A CONSULTA N° 2

Los montos contratados que se indiquen en el numeral 2. MONTOS CONTRATADOS del Anexo No. 5, de las constancias o referencias de servicio, deberán clasificar en uno de los rangos definidos (Ver página 53 de las Bases de Licitación), durante los años 2008 al 2010, lo que se deberá registrar en el numeral 3. FECHAS O PERIODOS DE EJECUCION del mencionado Anexo No. 5.

CONSULTA N° 3

Página 10 y 11, literal D, letra b), ¿podrían aclararnos que se debe de presentar por evidencia de trabajo realizado para encargado de cuentas, ejecutivo de cuentas y ejecutivo de medios?

ACLARACION A CONSULTA N° 3

El trabajo realizado por el encargado y ejecutivo de cuentas puede evidenciarse a través de cartas de referencia de las empresas, organismos o instituciones en las que haya sido designado por la agencia, para atender la cuenta de publicidad.

En el caso de Ejecutivo de medios, pueden ser notas de acuerdos ó negociaciones que el ejecutivo haya realizado con determinados medios para determinadas campañas, un plan de medios propuesto y ejecutado por el ejecutivo de medios ó carta de referencia de medios de comunicación que hagan constar la relación laboral para la ejecución de determinada campaña.

Página 1 de 2

**Financiar tu casa es
nuestro compromiso**

124

www.fsv.gob.sv

CONSULTA N° 4

Página 30 anexo 8 OFERTA TÉCNICA, PROPUESTA DE CAMPAÑA PARA PROMOVER EL FINANCIAMIENTO HABITACIONAL A SALVADOREÑOS EN EL EXTERIOR Y NUEVOS SERVICIOS CON ORIENTACIÓN NACIONAL E INTERNACIONAL, ¿Cuánto tiempo previsto lanzarla?, ya que para realizar el plan de medios es importante conocer la fecha, por la pauta internacional, además cuando se habla de nuevos servicios con orientación nacional e internacional ¿pueden detallarnos a cuales servicios se refieren?

ACLARACION A CONSULTA N° 4

La propuesta de campaña para promover el financiamiento habitacional a salvadoreños en el exterior, sería la primera campaña a ejecutar de acuerdo a la fecha de contratación de los servicios de agencia de publicidad, estando determinada por la fecha establecida en la orden de inicio, emitida por el Administrador del Contrato, según lo establece la páginas 2, numeral 2. Plazo para la prestación del Servicio de las Bases de Licitación.

Sobre los nuevos servicios que irían implícitos en dicha campaña son la apertura de ventanilla de atención del FSV en el consulado de El Salvador en Los Angeles y la facilidad de pagar los préstamos habitacionales a través del sitio web del FSV. Para ampliar detalles, anexamos flyer de ventanilla de atención y de pago en sitio web. También pueden consultar en www.fsv.gob.sv, el botón de paga tu casa aquí. Y en servicios al ciudadano información de créditos para salvadoreños en el exterior.

CONSULTA N° 5

Página 46 y 47 en anexo 8, FORMULARIO DE CUADRO DE OFERTA ECONÓMICA, en el medio de radio, ¿a qué se refieren con duración de las radios a utilizar? y con respecto al periodo de cada campaña, ¿dónde se debe ubicar?

ACLARACION A CONSULTA N° 5

Sobre la consulta referente al cuadro de oferta económica, se solicita definir las radios que proponen, el número de cuñas propuestas y la duración de estas. En cuanto a los periodos de cada campaña se deberán detallar en el plan de acción y calendarización de campañas de acuerdo a lo requerido en el ANEXO N° 6 sobre el contenido de cada propuesta. Vale aclarar que el cuadro de oferta económica es el resumen de los costos por todo el servicio que brindará la Agencia, por lo que se recomienda revisar lo requerido para cada propuesta en el mencionado anexo.

Sin otro particular.



Atentamente,

JULIO RIVAS

ING. JULIO TARCICIO RIVAS GARCIA
JEFE UNIDAD DE ADQUISICIONES Y CONTRATACIONES
INSTITUCIONAL

Selvia Vasquez
14/10/2011
4:25 pm



Página 2 de 2

123



Fondo Social para la Vivienda

AGENCIA CENTRAL
Calle Rubén Darío # 901
San Salvador
Tels.: 2231-2000

AGENCIA SANTA ANA
Avenida Independencia Sur y
21 Calle Oriente, Plaza San Miguelito,
Santa Ana. Tels.: 2430-6400
2440-9897 y 2440-0177

AGENCIA SAN MIGUEL
Avenida Roosevelt Sur,
Centro Comercial Chaparrastique,
locales 14 y 15, San Miguel
Tels.: 2661-3471; 2661-3472 y 2661-6491

San Salvador, 14 de octubre de 2011

**CONSULTAS Y ACLARACIONES A LA LICITACIÓN PÚBLICA N° FSV-09/2011
"SERVICIOS DE AGENCIA DE PUBLICIDAD PARA EL FSV"**

Señor(es):

O&R MARKETING COMMUNICATIONS, S.A. DE C.V.

87 AVENIDA NORTE Y CALLE EL MIRADOR, EDIFICIO TORRE FUTURA, NIVEL 15,
LOCAL # 3 SAN SALVADOR

2209-0909

Presente.-

En cumplimiento al Artículo 51 de la Ley de Adquisiciones y Contrataciones de la Administración Pública, LACAP y a lo establecido en la Licitación Pública, numeral 6. **Consultas**, se remiten consultas y sus respectivas aclaraciones:

CONSULTA N° 1

En página 5, numeral 7. FORMA DE PRESENTACIÓN DE OFERTAS, SUB NUMERAL 6, ¿los ejemplares se pueden presentar en cartapacios, tanto originales como copias?

ACLARACION A CONSULTA N° 1

Si.

CONSULTA N° 2

Página 10, literal D, ASPECTOS ADMINISTRATIVOS, letra a) ¿los montos que serán calificados son montos por año o durante los años 2008 al 2010?

ACLARACION A CONSULTA N° 2

Los montos contratados que se indiquen en el numeral 2. MONTOS CONTRATADOS del Anexo No. 5, de las constancias o referencias de servicio, deberán clasificar en uno de los rangos definidos (Ver página 53 de las Bases de Licitación), durante los años 2008 al 2010, lo que se deberá registrar en el numeral 3. FECHAS O PERIODOS DE EJECUCION del mencionado Anexo No. 5.

CONSULTA N° 3

Página 10 y 11, literal D, letra b), ¿podrían aclararnos que se debe de presentar por evidencia de trabajo realizado para encargado de cuentas, ejecutivo de cuentas y ejecutivo de medios?

ACLARACION A CONSULTA N° 3

El trabajo realizado por el encargado y ejecutivo de cuentas puede evidenciarse a través de cartas de referencia de las empresas, organismos o instituciones en las que haya sido designado por la agencia, para atender la cuenta de publicidad.

En el caso de Ejecutivo de medios, pueden ser notas de acuerdos ó negociaciones que el ejecutivo haya realizado con determinados medios para determinadas campañas, un plan de medios propuesto y ejecutado por el ejecutivo de medios ó carta de referencia de medios de comunicación que hagan constar la relación laboral para la ejecución de determinada campaña.

**Financiar tu casa es
nuestro compromiso**

www.fsv.gob.sv

O&R Mc, S.A. DE C.V. 4/10/2011
RECEPCIÓN Página 1 de 2

Olivero

CONSULTA N° 4

Página 30 anexo 8 OFERTA TÉCNICA, PROPUESTA DE CAMPAÑA PARA PROMOVER EL FINANCIAMIENTO HABITACIONAL A SALVADOREÑOS EN EL EXTERIOR Y NUEVOS SERVICIOS CON ORIENTACIÓN NACIONAL E INTERNACIONAL, ¿Cuánto tiempo previsto lanzarla?, ya que para realizar el plan de medios es importante conocer la fecha, por la pauta internacional, además cuando se habla de nuevos servicios con orientación nacional e internacional ¿pueden detallarnos a cuales servicios se refieren?

ACLARACION A CONSULTA N° 4

La propuesta de campaña para promover el financiamiento habitacional a salvadoreños en el exterior, sería la primera campaña a ejecutar de acuerdo a la fecha de contratación de los servicios de agencia de publicidad, estando determinada por la fecha establecida en la orden de inicio, emitida por el Administrador del Contrato, según lo establece la páginas 2, numeral 2. Plazo para la prestación del Servicio de las Bases de Licitación.

Sobre los nuevos servicios que irían implícitos en dicha campaña son la apertura de ventanilla de atención del FSV en el consulado de El Salvador en Los Angeles y la facilidad de pagar los préstamos habitacionales a través del sitio web del FSV. Para ampliar detalles, anexamos flyer de ventanilla de atención y de pago en sitio web. También pueden consultar en www.fsv.gob.sv, el botón de paga tu casa aquí. Y en servicios al ciudadano información de créditos para salvadoreños en el exterior.

CONSULTA N° 5

Página 46 y 47 en anexo 8, FORMULARIO DE CUADRO DE OFERTA ECONÓMICA, en el medio de radio, ¿a qué se refieren con duración de las radios a utilizar? y con respecto al periodo de cada campaña, ¿dónde se debe ubicar?

ACLARACION A CONSULTA N° 5

Sobre la consulta referente al cuadro de oferta económica, se solicita definir las radios que proponen, el número de cuñas propuestas y la duración de estas. En cuanto a los períodos de cada campaña se deberán detallar en el plan de acción y calendarización de campañas de acuerdo a lo requerido en el ANEXO N° 6 sobre el contenido de cada propuesta. Vale aclarar que el cuadro de oferta económica es el resumen de los costos por todo el servicio que brindará la Agencia, por lo que se recomienda revisar lo requerido para cada propuesta en el mencionado anexo.

Sin otro particular.



Atentamente,

ING. JULIO TARCICIO RIVAS GARCIA
JEFE UNIDAD DE ADQUISICIONES Y CONTRATACIONES
INSTITUCIONAL



Fondo Social para la Vivienda

AGENCIA CENTRAL
Calle Rubén Darío # 901
San Salvador
Tels.: 2231-2000

AGENCIA SANTA ANA
Avenida Independencia Sur y
21 Calle Oriente, Plaza San Miguelito,
Santa Ana. Tels.: 2430-6400
2440-9897 y 2440-0177

AGENCIA SAN MIGUEL
Avenida Roosevelt Sur,
Centro Comercial Chaparrastique,
locales 14 y 15, San Miguel
Tels.: 2661-3471; 2661-3472 y 2661-6491

San Salvador, 14 de octubre de 2011

**CONSULTAS Y ACLARACIONES A LA LICITACIÓN PÚBLICA N° FSV-09/2011
"SERVICIOS DE AGENCIA DE PUBLICIDAD PARA EL FSV"**

Señor(es):
MAXIMA PUBLICIDAD, S.A. DE C.V.
103 AV. NORTE Y CALLE ARTURO AMBROGI COLONIA ESCALON, CASA 242 S.S.
2264-1300
Presente.-

En cumplimiento al Artículo 51 de la Ley de Adquisiciones y Contrataciones de la Administración Pública, LACAP y a lo establecido en la Licitación Pública, numeral 6. **Consultas**, se remiten consultas y sus respectivas aclaraciones:

CONSULTA N° 1

En página 5, numeral 7. FORMA DE PRESENTACIÓN DE OFERTAS, SUB NUMERAL 6, ¿los ejemplares se pueden presentar en cartapacios, tanto originales como copias?

ACLARACION A CONSULTA N° 1

Si.

CONSULTA N° 2

Página 10, literal D, ASPECTOS ADMINISTRATIVOS, letra a) ¿los montos que serán calificados son montos por año o durante los años 2008 al 2010?

ACLARACION A CONSULTA N° 2

Los montos contratados que se indiquen en el numeral 2. MONTOS CONTRATADOS del Anexo No. 5, de las constancias o referencias de servicio, deberán clasificar en uno de los rangos definidos (Ver página 53 de las Bases de Licitación), durante los años 2008 al 2010, lo que se deberá registrar en el numeral 3. FECHAS O PERIODOS DE EJECUCION del mencionado Anexo No. 5.

CONSULTA N° 3

Página 10 y 11, literal D, letra b), ¿podrían aclararnos que se debe de presentar por evidencia de trabajo realizado para encargado de cuentas, ejecutivo de cuentas y ejecutivo de medios?

ACLARACION A CONSULTA N° 3

El trabajo realizado por el encargado y ejecutivo de cuentas puede evidenciarse a través de cartas de referencia de las empresas, organismos o instituciones en las que haya sido designado por la agencia, para atender la cuenta de publicidad. En el caso de Ejecutivo de medios, pueden ser notas de acuerdos ó negociaciones que el ejecutivo haya realizado con determinados medios para determinadas campañas, un plan de medios propuesto y ejecutado por el ejecutivo de medios ó carta de referencia de medios de comunicación que hagan constar la relación laboral para la ejecución de determinada campaña.

Página 1 de 2

**Financiar tu casa es
nuestro compromiso**

120

www.fsv.gob.sv

CONSULTA N° 4

Página 30 anexo 8 OFERTA TÉCNICA, PROPUESTA DE CAMPAÑA PARA PROMOVER EL FINANCIAMIENTO HABITACIONAL A SALVADOREÑOS EN EL EXTERIOR Y NUEVOS SERVICIOS CON ORIENTACIÓN NACIONAL E INTERNACIONAL, ¿Cuánto tiempo previsto lanzarla?, ya que para realizar el plan de medios es importante conocer la fecha, por la pauta internacional, además cuando se habla de nuevos servicios con orientación nacional e internacional ¿pueden detallarnos a cuales servicios se refieren?

ACLARACION A CONSULTA N° 4

La propuesta de campaña para promover el financiamiento habitacional a salvadoreños en el exterior, sería la primera campaña a ejecutar de acuerdo a la fecha de contratación de los servicios de agencia de publicidad, estando determinada por la fecha establecida en la orden de inicio, emitida por el Administrador del Contrato, según lo establece la páginas 2, numeral 2. Plazo para la prestación del Servicio de las Bases de Licitación.

Sobre los nuevos servicios que irían implícitos en dicha campaña son la apertura de ventanilla de atención del FSV en el consulado de El Salvador en Los Angeles y la facilidad de pagar los préstamos habitacionales a través del sitio web del FSV. Para ampliar detalles, anexamos flyer de ventanilla de atención y de pago en sitio web. También pueden consultar en www.fsv.gob.sv, el botón de paga tu casa aquí. Y en servicios al ciudadano información de créditos para salvadoreños en el exterior.

CONSULTA N° 5

Página 46 y 47 en anexo 8, FORMULARIO DE CUADRO DE OFERTA ECONÓMICA, en el medio de radio, ¿a qué se refieren con duración de las radios a utilizar? y con respecto al periodo de cada campaña, ¿dónde se debe ubicar?

ACLARACION A CONSULTA N° 5

Sobre la consulta referente al cuadro de oferta económica, se solicita definir las radios que proponen, el número de cuñas propuestas y la duración de estas. En cuanto a los periodos de cada campaña se deberán detallar en el plan de acción y calendarización de campañas de acuerdo a lo requerido en el ANEXO N° 6 sobre el contenido de cada propuesta. Vale aclarar que el cuadro de oferta económica es el resumen de los costos por todo el servicio que brindará la Agencia, por lo que se recomienda revisar lo requerido para cada propuesta en el mencionado anexo.

Sin otro particular.



Atentamente,

JULIO RIVAS

ING. JULIO TARCICIO RIVAS GARCIA
JEFE UNIDAD DE ADQUISICIONES Y CONTRATACIONES
INSTITUCIONAL

MAXIMA
PUBLICIDAD
S. A. DE C. V.



Fondo Social para la Vivienda

AGENCIA CENTRAL
Calle Rubén Darío # 901
San Salvador
Tels.: 2231-2000

AGENCIA SANTA ANA
Avenida Independencia Sur y
21 Calle Oriente, Plaza San Miguelito,
Santa Ana. Tels.: 2430-6400
2440-9897 y 2440-0177

AGENCIA SAN MIGUEL
Avenida Roosevelt Sur,
Centro Comercial Chaparrastique,
locales 14 y 15, San Miguel
Tels.: 2661-3471; 2661-3472 y 2661-6491

San Salvador, 14 de octubre de 2011

**CONSULTAS Y ACLARACIONES A LA LICITACIÓN PÚBLICA N° FSV-09/2011
"SERVICIOS DE AGENCIA DE PUBLICIDAD PARA EL FSV"**

Señor(es):

AMÉRICA PUBLICIDAD, S.A. DE C.V.
CALLE LOS SISIMILES Y AVENIDA B, EDIFICIO E-Z COLONIA MIRAMONTE
PONIENTE
2260-8621
Presente.-

En cumplimiento al Artículo 51 de la Ley de Adquisiciones y Contrataciones de la Administración Pública, LACAP y a lo establecido en la Licitación Pública, numeral 6. **Consultas**, se remiten consultas y sus respectivas aclaraciones:

CONSULTA N° 1

En página 5, numeral 7. FORMA DE PRESENTACIÓN DE OFERTAS, SUB NUMERAL 6, ¿los ejemplares se pueden presentar en cartapacios, tanto originales como copias?

ACLARACION A CONSULTA N° 1

Si.

CONSULTA N° 2

Página 10, literal D, ASPECTOS ADMINISTRATIVOS, letra a) ¿los montos que serán calificados son montos por año o durante los años 2008 al 2010?

ACLARACION A CONSULTA N° 2

Los montos contratados que se indiquen en el numeral 2. MONTOS CONTRATADOS del Anexo No. 5, de las constancias o referencias de servicio, deberán clasificar en uno de los rangos definidos (Ver página 53 de las Bases de Licitación), durante los años 2008 al 2010, lo que se deberá registrar en el numeral 3. FECHAS O PERIODOS DE EJECUCION del mencionado Anexo No. 5.

CONSULTA N° 3

Página 10 y 11, literal D, letra b), ¿podrían aclararnos que se debe de presentar por evidencia de trabajo realizado para encargado de cuentas, ejecutivo de cuentas y ejecutivo de medios?

ACLARACION A CONSULTA N° 3

El trabajo realizado por el encargado y ejecutivo de cuentas puede evidenciarse a través de cartas de referencia de las empresas, organismos o instituciones en las que haya sido designado por la agencia, para atender la cuenta de publicidad.

En el caso de Ejecutivo de medios, pueden ser notas de acuerdos ó negociaciones que el ejecutivo haya realizado con determinados medios para determinadas campañas, un plan de medios propuesto y ejecutado por el ejecutivo de medios ó carta de referencia de medios de comunicación que hagan constar la relación laboral para la ejecución de determinada campaña.

3:45 pm
14/10/11



**Financiar tu casa es
nuestro compromiso**

Página 1 de 2 119

www.fsv.gob.sv

CONSULTA N° 4

Página 30 anexo 8 OFERTA TÉCNICA, PROPUESTA DE CAMPAÑA PARA PROMOVER EL FINANCIAMIENTO HABITACIONAL A SALVADOREÑOS EN EL EXTERIOR Y NUEVOS SERVICIOS CON ORIENTACIÓN NACIONAL E INTERNACIONAL, ¿Cuánto tiempo previsto lanzarla?, ya que para realizar el plan de medios es importante conocer la fecha, por la pauta internacional, además cuando se habla de nuevos servicios con orientación nacional e internacional ¿pueden detallarnos a cuales servicios se refieren?

ACLARACION A CONSULTA N° 4

La propuesta de campaña para promover el financiamiento habitacional a salvadoreños en el exterior, sería la primera campaña a ejecutar de acuerdo a la fecha de contratación de los servicios de agencia de publicidad, estando determinada por la fecha establecida en la orden de inicio, emitida por el Administrador del Contrato, según lo establece la páginas 2, numeral 2. Plazo para la prestación del Servicio de las Bases de Licitación.

Sobre los nuevos servicios que irían implícitos en dicha campaña son la apertura de ventanilla de atención del FSV en el consulado de El Salvador en Los Angeles y la facilidad de pagar los préstamos habitacionales a través del sitio web del FSV. Para ampliar detalles, anexamos flyer de ventanilla de atención y de pago en sitio web. También pueden consultar en www.fsv.gob.sv, el botón de paga tu casa aquí. Y en servicios al ciudadano información de créditos para salvadoreños en el exterior.

CONSULTA N° 5

Página 46 y 47 en anexo 8, FORMULARIO DE CUADRO DE OFERTA ECONÓMICA, en el medio de radio, ¿a qué se refieren con duración de las radios a utilizar? y con respecto al periodo de cada campaña, ¿dónde se debe ubicar?

ACLARACION A CONSULTA N° 5

Sobre la consulta referente al cuadro de oferta económica, se solicita definir las radios que proponen, el número de cuñas propuestas y la duración de estas. En cuanto a los períodos de cada campaña se deberán detallar en el plan de acción y calendarización de campañas de acuerdo a lo requerido en el ANEXO N° 6 sobre el contenido de cada propuesta. Vale aclarar que el cuadro de oferta económica es el resumen de los costos por todo el servicio que brindará la Agencia, por lo que se recomienda revisar lo requerido para cada propuesta en el mencionado anexo.

Sin otro particular.



Atentamente,

Julio Rivas Garcia } JULIO RIVAS

ING. JULIO TARCICIO RIVAS GARCIA
JEFE UNIDAD DE ADQUISICIONES Y CONTRATACIONES
INSTITUCIONAL



Fondo Social para la Vivienda

San Salvador, 03 de noviembre de 2011

CONSULTAS Y ACLARACIONES A LA LICITACIÓN PÚBLICA N° FSV-09/2011 "SERVICIOS DE AGENCIA DE PUBLICIDAD PARA EL FSV"

Señor(es):

CARLOS ROBERTO RIVAS HERNÁNDEZ

6ª.10ª C. Pte. 35 Av. Sur, N° 1833, Col. Flor Blanca, San Salvador

2512-9953

Presente.-

RECIBIDO

L. M. CREATIVOS S A DE CV

Oficina y Agencia Central:
Calle Rubén Darío y 17 Avenida Sur No. 455
San Salvador.
Tels.: 271-4011
231-2000
222-2022

Agencia Santa Ana:
9 Calle Poniente y Avenida José Matías Delgado, Centro Comercial Gigante, Santa Ana.
Tels.: 441-1268
441-3897

Agencia San Miguel:
v. Roosevelt Sur, Centro Comercial Chaparrastique, San Miguel.
Tels.: 661-3471
661-3472

www.fsv.gob.sv
Apartado Postal 2179

EL SALVADOR,
CENTRO AMERICA

En cumplimiento al Artículo 51 de la Ley de Adquisiciones y Contrataciones de la Administración Pública, LACAP y a lo establecido en la Licitación Pública, numeral 6. **Consultas**, se remiten consultas y sus respectivas aclaraciones:

CONSULTA N° 1

En lo que respecta a las Constancias de referencias de clientes (Formato N° 5 y Formato N° 12) que forman parte de la Propuesta Técnica, podrán ser aceptadas si éstas se emitieron el 10 de octubre 2011, considerando el cambio de fecha notificado por el FSV para la presentación de ofertas.

ACLARACION A CONSULTA N° 1

Las constancias o referencias originales, relacionadas con los anexos N° 5 y N° 12 deberán presentarse de acuerdo a lo establecido en las Bases de Licitación.

Es importante mencionar que dichas Bases no regulan la fecha de emisión de las mismas.

CONSULTA N° 2

Las constancias o referencias de servicio y cartas de recomendación del personal clave, están fechadas 17 y 18 de octubre, pueden presentarse con estas fechas?

ACLARACION A CONSULTA N° 2

Las constancias o referencias originales, relacionadas con los anexos N° 5 y N° 12 deberán presentarse de acuerdo a lo establecido en las Bases de Licitación.

Es importante mencionar que dichas Bases no regulan la fecha de emisión de las mismas.

CONSULTA N° 3

Página 31, anexo 6, literal 2-1, hace mención que las campañas deberán ser sistematizadas de acuerdo al plan de acciones publicitarias, que se entregará, el cual no hemos recibido.

ACLARACION A CONSULTA N° 3

El plan de acciones publicitarias se entregará al ofertante que resulte adjudicado.

Sin otro particular.

Atentamente,

ING. JULIO FABRICIO RIVAS GARCIA

JEFE UNIDAD DE ADQUISICIONES Y CONTRATACIONES INSTITUCIONAL





Fondo Social para la Vivienda

San Salvador, 03 de noviembre de 2011

CONSULTAS Y ACLARACIONES A LA LICITACIÓN PÚBLICA N° FSV-09/2011 "SERVICIOS DE AGENCIA DE PUBLICIDAD PARA EL FSV"

Señor(es):

AMÉRICA PUBLICIDAD, S.A. DE C.V.

**CALLE LOS SISIMILES Y AVENIDA B, EDIFICIO E-Z COLONIA MIRAMONTE
PONIENTE**

2260-8621

Presente.-



Oficina y Agencia
Central:
Calle Rubén Darío
y 17 Avenida Sur
No. 455
San Salvador.
Tels.: 271-4011
231-2000
222-2022

En cumplimiento al Artículo 51 de la Ley de Adquisiciones y Contrataciones de la Administración Pública, LACAP y a lo establecido en la Licitación Pública, numeral 6. **Consultas**, se remiten consultas y sus respectivas aclaraciones:

CONSULTA N° 1

En lo que respecta a las Constancias de referencias de clientes (Formato N° 5 y Formato N° 12) que forman parte de la Propuesta Técnica, podrán ser aceptadas si éstas se emitieron el 10 de octubre 2011, considerando el cambio de fecha notificado por el FSV para la presentación de ofertas.

Agencia Santa Ana:
9 Calle Poniente y
Avenida José Matías
Delgado, Centro
Comercial Gigante,
Santa Ana.
Tels.: 441-1268
441-3897

ACLARACION A CONSULTA N° 1

Las constancias o referencias originales, relacionadas con los anexos N° 5 y N° 12 deberán presentarse de acuerdo a lo establecido en las Bases de Licitación.

Es importante mencionar que dichas Bases no regulan la fecha de emisión de las mismas.

CONSULTA N° 2

Las constancias o referencias de servicio y cartas de recomendación del personal clave, están fechadas 17 y 18 de octubre, pueden presentarse con estas fechas?

Agencia San Miguel:
Av. Roosevelt Sur,
Centro Comercial
Chaparrastique,
San Miguel.
Tels.: 661-3471
661-3472

ACLARACION A CONSULTA N° 2

Las constancias o referencias originales, relacionadas con los anexos N° 5 y N° 12 deberán presentarse de acuerdo a lo establecido en las Bases de Licitación.

Es importante mencionar que dichas Bases no regulan la fecha de emisión de las mismas.

CONSULTA N° 3

Página 31, anexo 6, literal 2-1, hace mención que las campañas deberán ser sistematizadas de acuerdo al plan de acciones publicitarias, que se entregará, el cual no hemos recibido.

ACLARACION A CONSULTA N° 3

El plan de acciones publicitarias se entregará al ofertante que resulte adjudicado.

Sin otro particular.

Atentamente,

ING. JULIO TARCICIO RIVAS GARCIA

JEFE UNIDAD DE ADQUISICIONES Y CONTRATACIONES INSTITUCIONAL

www.fsv.gob.sv
Apartado Postal
2179

EL SALVADOR,
CENTRO AMERICA



Fondo Social para la Vivienda

San Salvador, 03 de noviembre de 2011

CONSULTAS Y ACLARACIONES A LA LICITACIÓN PÚBLICA N° FSV-09/2011 "SERVICIOS DE AGENCIA DE PUBLICIDAD PARA EL FSV"

Señor(es):

MAXIMA PUBLICIDAD, S.A. DE C.V.

103 AV. NORTE Y CALLE ARTURO AMBROGI COLONIA ESCALON, CASA 242 S.S.

2264-1300

Presente.-

En cumplimiento al Artículo 51 de la Ley de Adquisiciones y Contrataciones de la Administración Pública, LACAP y a lo establecido en la Licitación Pública, numeral 6. **Consultas**, se remiten consultas y sus respectivas aclaraciones:

CONSULTA N° 1

En lo que respecta a las Constancias de referencias de clientes (Formato N° 5 y Formato N° 12) que forman parte de la Propuesta Técnica, podrán ser aceptadas si éstas se emitieron el 10 de octubre 2011, considerando el cambio de fecha notificado por el FSV para la presentación de ofertas.

ACLARACION A CONSULTA N° 1

Las constancias o referencias originales, relacionadas con los anexos N° 5 y N° 12 deberán presentarse de acuerdo a lo establecido en las Bases de Licitación.

Es importante mencionar que dichas Bases no regulan la fecha de emisión de las mismas.

CONSULTA N° 2

Las constancias o referencias de servicio y cartas de recomendación del personal clave, están fechadas 17 y 18 de octubre, pueden presentarse con estas fechas?

ACLARACION A CONSULTA N° 2

Las constancias o referencias originales, relacionadas con los anexos N° 5 y N° 12 deberán presentarse de acuerdo a lo establecido en las Bases de Licitación.

Es importante mencionar que dichas Bases no regulan la fecha de emisión de las mismas.

CONSULTA N° 3

Página 31, anexo 6, literal 2-1, hace mención que las campañas deberán ser sistematizadas de acuerdo al plan de acciones publicitarias, que se entregará, el cual no hemos recibido.

ACLARACION A CONSULTA N° 3

El plan de acciones publicitarias se entregará al ofertante que resulte adjudicado.

Sin otro particular.

Atentamente,

ING. JULIO FARCICIO RIVAS GARCIA

JEFE UNIDAD DE ADQUISICIONES Y CONTRATACIONES INSTITUCIONAL



**MAXIMA
PUBLICIDAD
S. A. de C. V.**

143

Oficina y Agencia Central:
Calle Rubén Darío y 17 Avenida Sur No. 455
San Salvador.
Tels.: 271-4011
231-2000
222-2022

Agencia Santa Ana:
9 Calle Poniente y Avenida José Matías Delgado, Centro Comercial Gigante, Santa Ana.
Tels.: 441-1268
441-3897

Agencia San Miguel:
Av. Roosevelt Sur, Centro Comercial Chaparrastique, San Miguel.
Tels.: 661-3471
661-3472

www.fsv.gob.sv
Apartado Postal 2179

EL SALVADOR,
CENTRO AMERICA



Fondo Social para la Vivienda

San Salvador, 03 de noviembre de 2011

CONSULTAS Y ACLARACIONES A LA LICITACIÓN PÚBLICA N° FSV-09/2011 "SERVICIOS DE AGENCIA DE PUBLICIDAD PARA EL FSV"

Señor(es):

O&R MARKETING COMMUNICATIONS, S.A. DE C.V.

**87 AVENIDA NORTE Y CALLE EL MIRADOR, EDIFICIO TORRE FUTURA, NIVEL 15,
LOCAL # 3 SAN SALVADOR**

2209-0909

Presente.-

En cumplimiento al Artículo 51 de la Ley de Adquisiciones y Contrataciones de la Administración Pública, LACAP y a lo establecido en la Licitación Pública, numeral 6. **Consultas**, se remiten consultas y sus respectivas aclaraciones:

CONSULTA N° 1

En lo que respecta a las Constancias de referencias de clientes (Formato N° 5 y Formato N° 12) que forman parte de la Propuesta Técnica, podrán ser aceptadas si éstas se emitieron el 10 de octubre 2011, considerando el cambio de fecha notificado por el FSV para la presentación de ofertas.

ACLARACION A CONSULTA N° 1

Las constancias o referencias originales, relacionadas con los anexos N° 5 y N° 12 deberán presentarse de acuerdo a lo establecido en las Bases de Licitación.

Es importante mencionar que dichas Bases no regulan la fecha de emisión de las mismas.

CONSULTA N° 2

Las constancias o referencias de servicio y cartas de recomendación del personal clave, están fechadas 17 y 18 de octubre, pueden presentarse con estas fechas?

ACLARACION A CONSULTA N° 2

Las constancias o referencias originales, relacionadas con los anexos N° 5 y N° 12 deberán presentarse de acuerdo a lo establecido en las Bases de Licitación.

Es importante mencionar que dichas Bases no regulan la fecha de emisión de las mismas.

CONSULTA N° 3

Página 31, anexo 6, literal 2-1, hace mención que las campañas deberán ser sistematizadas de acuerdo al plan de acciones publicitarias, que se entregará, el cual no hemos recibido.

ACLARACION A CONSULTA N° 3

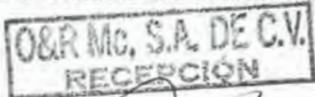
El plan de acciones publicitarias se entregará al ofertante que resulte adjudicado.

Sin otro particular.

Atentamente,

ING. JULIO FARCICIO RIVAS GARCIA

JEFE UNIDAD DE ADQUISICIONES Y CONTRATACIONES INSTITUCIONAL



[Handwritten signature] 04/11/2011

Oficina y Agencia Central:
Calle Rubén Darío y 17 Avenida Sur No. 455
San Salvador.
Tels.: 271-4011
231-2000
222-2022

Agencia Santa Ana:
9 Calle Poniente y Avenida José Matías Delgado, Centro Comercial Gigante, Santa Ana.
Tels.: 441-1268
441-3897

Agencia San Miguel:
Av. Roosevelt Sur, Centro Comercial Chaparrastique, San Miguel.
Tels.: 661-3471
661-3472

www.fsv.gob.sv
Apartado Postal 2179

EL SALVADOR,
CENTRO AMERICA



Fondo Social para la Vivienda

San Salvador, 03 de noviembre de 2011

CONSULTAS Y ACLARACIONES A LA LICITACIÓN PÚBLICA N° FSV-09/2011 "SERVICIOS DE AGENCIA DE PUBLICIDAD PARA EL FSV"

Oficina y Agencia
Central:
Calle Rubén Darío
y 17 Avenida Sur
No. 455
San Salvador.
Tels.: 271-4011
231-2000
222-2022

Agencia Santa Ana:
9 Calle Poniente y
Avenida José Matías
Delgado, Centro
Comercial Gigante,
Santa Ana.
Tels.: 441-1268
441-3897

Agencia San Miguel:
Av. Roosevelt Sur,
Centro Comercial
Chaparrastique,
San Miguel.
Tels.: 661-3471
661-3472

www.fsv.gob.sv
Apartado Postal
2179

EL SALVADOR,
CENTRO AMERICA

Señor(es):

OBERMET, S.A. DE C.V.
URB. MAQUILISHUT N°5215 COL. SAN BENITO, SAN SALVADOR
2263-4999
Presente.-

En cumplimiento al Artículo 51 de la Ley de Adquisiciones y Contrataciones de la Administración Pública, LACAP y a lo establecido en la Licitación Pública, numeral 6. **Consultas**, se remiten consultas y sus respectivas aclaraciones:

CONSULTA N° 1

En lo que respecta a las Constancias de referencias de clientes (Formato N° 5 y Formato N° 12) que forman parte de la Propuesta Técnica, podrán ser aceptadas si éstas se emitieron el 10 de octubre 2011, considerando el cambio de fecha notificado por el FSV para la presentación de ofertas.

ACLARACION A CONSULTA N° 1

Las constancias o referencias originales, relacionadas con los anexos N° 5 y N° 12 deberán presentarse de acuerdo a lo establecido en las Bases de Licitación. Es importante mencionar que dichas Bases no regulan la fecha de emisión de las mismas.

CONSULTA N° 2

Las constancias o referencias de servicio y cartas de recomendación del personal clave, están fechadas 17 y 18 de octubre, pueden presentarse con estas fechas?

ACLARACION A CONSULTA N° 2

Las constancias o referencias originales, relacionadas con los anexos N° 5 y N° 12 deberán presentarse de acuerdo a lo establecido en las Bases de Licitación. Es importante mencionar que dichas Bases no regulan la fecha de emisión de las mismas.

CONSULTA N° 3

Página 31, anexo 6, literal 2-1, hace mención que las campañas deberán ser sistematizadas de acuerdo al plan de acciones publicitarias, que se entregará, el cual no hemos recibido.

ACLARACION A CONSULTA N° 3

El plan de acciones publicitarias se entregará al ofertante que resulte adjudicado.

Sin otro particular.

Atentamente,

ING. JULIO FARCICIO RIVAS GARCIA
JEFE UNIDAD DE ADQUISICIONES Y CONTRATACIONES INSTITUCIONAL



141



Fondo Social para la Vivienda

San Salvador, 03 de noviembre de 2011

CONSULTAS Y ACLARACIONES A LA LICITACIÓN PÚBLICA N° FSV-09/2011 "SERVICIOS DE AGENCIA DE PUBLICIDAD PARA EL FSV"

Señor(es):
LEMUSIMUN PUBLICIDAD, S.A. DE C.V.
BOULEVARD ORDEN DE MALTA N° 5 URB. SANTA ELENA, ANT. CUSCATLAN
2233-5000
Presente.-

Oficina y Agencia
Central:
Calle Rubén Darío
y 17 Avenida Sur
No. 455
San Salvador.
Tels.: 271-4011
231-2000
222-2022

En cumplimiento al Artículo 51 de la Ley de Adquisiciones y Contrataciones de la Administración Pública, LACAP y a lo establecido en la Licitación Pública, numeral 6. **Consultas**, se remiten consultas y sus respectivas aclaraciones:

CONSULTA N° 1

En lo que respecta a las Constancias de referencias de clientes (Formato N° 5 y Formato N° 12) que forman parte de la Propuesta Técnica, podrán ser aceptadas si éstas se emitieron el 10 de octubre 2011, considerando el cambio de fecha notificado por el FSV para la presentación de ofertas.

Agencia Santa Ana:
9 Calle Poniente y
Avenida José Matías
Delgado, Centro
Comercial Gigante,
Santa Ana.
Tels.: 441-1268
441-3897

ACLARACION A CONSULTA N° 1

Las constancias o referencias originales, relacionadas con los anexos N° 5 y N° 12 deberán presentarse de acuerdo a lo establecido en las Bases de Licitación. Es importante mencionar que dichas Bases no regulan la fecha de emisión de las mismas.

CONSULTA N° 2

Las constancias o referencias de servicio y cartas de recomendación del personal clave, están fechadas 17 y 18 de octubre, pueden presentarse con estas fechas?

ACLARACION A CONSULTA N° 2

Las constancias o referencias originales, relacionadas con los anexos N° 5 y N° 12 deberán presentarse de acuerdo a lo establecido en las Bases de Licitación. Es importante mencionar que dichas Bases no regulan la fecha de emisión de las mismas.

Agencia San Miguel:
v. Roosevelt Sur,
Centro Comercial
Chaparrastique,
San Miguel.
Tels.: 661-3471
661-3472

CONSULTA N° 3

Página 31, anexo 6, literal 2-1, hace mención que las campañas deberán ser sistematizadas de acuerdo al plan de acciones publicitarias, que se entregará, el cual no hemos recibido.

ACLARACION A CONSULTA N° 3

El plan de acciones publicitarias se entregará al ofertante que resulte adjudicado.

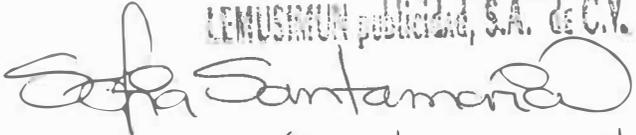
www.fsv.gob.sv
Apartado Postal
2179

Sin otro particular.

Atentamente,


ING. JULIO TARCICIO RIVAS GARCIA
JEFE UNIDAD DE ADQUISICIONES Y CONTRATACIONES INSTITUCIONAL

EL SALVADOR,
CENTRO AMERICA


LEMUSMUN publicidad, S.A. de C.V.

03 de Noviembre 2011
1.7.24

140



Fondo Social para la Vivienda

**Gerencia General
Unidad de Adquisiciones y
Contrataciones Institucional**

Recepción de ofertas

FORMA DE CONTRATACIÓN: LICITACIÓN PÚBLICA FSV-09/2011

NOMBRE DEL PROCESO: SERVICIOS DE AGENCIA DE PUBLICIDAD PARA EL FSV

FECHA DE RECEPCIÓN: 11 DE NOVIEMBRE DE 2011

| N° | Nombre del ofertante | Nombre y No. de documento de identificación | Hora | No. de sobres | Firma |
|----|-------------------------------|---|---------|---------------|-------|
| 1 | Maxima Publicidad S.A. de cv. | German Danilo Moreno Munillo Dui | 9:00 am | 1 | |
| 2 | Obermet, S.A. de C.V. | Sofia Veronica Medina Perez Dui | 9:05 am | 1 | |
| 3 | OSR MC, S.A. de cv. | Ana Silvia Chavez Zaldivar Dui | 9:10 am | 3 | |
| | | | | | |
| | | | | | |

ACTA DE APERTURA DE OFERTAS DE LICITACIÓN PÚBLICA N° FSV-09/2011 "SERVICIOS DE AGENCIA DE PUBLICIDAD PARA EL FSV"

En la Sala de Reuniones Número tres del Área Corporativa del Fondo Social para la Vivienda, FSV, a las nueve horas y treinta y un minutos del día once de noviembre de dos mil once. Reunidos: Licda. Susana Guadalupe Vásquez Méndez, Jefe en Funciones de Unidad de Comunicaciones y Publicidad; Licda. Mercedes Elizabeth Orellana Argueta, Técnico UACI, delegada por el Jefe de la Unidad de Adquisiciones y Contrataciones Institucional, UACI y Licda. Clery Xiomara Ortiz, Técnico Especialista Jurídico UACI, como Asesora legal de la formalidad del proceso, todos del FSV, y los ofertantes abajo detallados; para llevar a cabo la recepción y apertura de las ofertas presentadas en la Licitación Pública N° FSV-09/2011 "SERVICIOS DE AGENCIA DE PUBLICIDAD PARA EL FSV", se procedió a ello, obteniéndose como resultado:

| | |
|---|---------------------|
| OFERTANTE No. 1: MÁXIMA PUBLICIDAD, S.A. DE C.V. | |
| GARANTIA DE MANTENIMIENTO DE OFERTA: CHARTIS SEGUROS, EL SALVADOR, S.A. MONTO DE LA GARANTIA: \$ 17,176.00 | |
| Plan de Medios | |
| TOTAL GENERAL DE OFERTA ECONÓMICA | \$498,964.14 |

Precios incluyen IVA

| | |
|---|----------------------|
| OFERTANTE No. 2: OBERMET, S.A. DE C.V. | |
| GARANTIA DE MANTENIMIENTO DE OFERTA: SEGUROS DEL PACÍFICO, S.A. MONTO DE LA GARANTIA: \$ 17,176.00 | |
| Plan de Medios | |
| TOTAL GENERAL DE OFERTA ECONÓMICA | \$ 449,999.40 |

Precios incluyen IVA

| | |
|---|-------------------|
| OFERTANTE No. 3: O & R MC, S.A. DE C.V. | |
| GARANTIA DE MANTENIMIENTO DE OFERTA: BANCO HSBC SALVADOREÑO, S.A. MONTO DE LA GARANTIA: \$ 17,176.00 | |
| Plan de Medios | |
| TOTAL | \$ 320,000 |

Cifras incluyen IVA

Notas:

- Las Sociedades Obermet, S.A. de C.V. y O&R MC, S.A. de C.V. presentaron Estados Financieros Originales.

Y no habiendo más que hacer constar, se levanta la presente a las diez horas con veinte minutos del día once de noviembre de dos mil once. Y para constancia firmamos:

EJECUTIVOS DEL FSV:



LICDA. SUSANA GUADALUPE VÁSQUEZ MÉNDEZ
JEFE EN FUNCIONES DE UNIDAD DE COMUNICACIONES Y PUBLICIDAD

OFERTANTES:


MAXIMA PUBLICIDAD
 S.A. DE C.V.
PUBLICIDAD

1411



ACTA DE EVALUACIÓN Y RECOMENDACIÓN DE LA LICITACIÓN PÚBLICA N° FSV-09/2011 "SERVICIOS DE AGENCIA DE PUBLICIDAD PARA EL FSV".

En la Sala de reuniones número tres del Área Corporativa del Fondo Social para la Vivienda, a las dieciséis horas del día diez de enero de dos mil doce, reunidos: Licda. Susana Guadalupe Vásquez Méndez, Jefe en Funciones de Unidad de Comunicaciones y Publicidad, como solicitante del Servicio; Licda. Teresa Margarita Bojorquez Hernández, Coordinadora de Publicidad, como experta en la materia de que se trata la contratación; Lic. Noé Benjamín Martínez Larín, Asistente de Gerencia, como Analista Financiero y Licda. Mercedes Elizabeth Orellana Argueta, Técnico de la Unidad de Adquisiciones y Contrataciones Institucional, integrantes de la Comisión de Evaluación de Ofertas y Licda. Clery Xiomara Ortiz, Técnico Especialista Jurídico UACI, en Calidad de Asesora Legal de la formalidad del proceso, para llevar a cabo la evaluación de las ofertas presentadas en la Licitación Pública N° FSV-09/2011 "SERVICIOS DE AGENCIA DE PUBLICIDAD PARA EL FSV".

El anuncio para la adquisición de la Base de la Licitación Pública, se publicó en el sitio electrónico www.comprasal.gob.sv, en La Prensa Gráfica y El Diario de Hoy, el día veintiocho de septiembre de dos mil once, estableciendo para su descarga y obtención de las Bases de la Licitación Pública los días veintinueve y treinta de septiembre de dos mil once y tres de octubre de dos mil once. **Retirando Bases directamente en la UACI** las sociedades: Obermet, S.A. de C.V.; Lemusimun Publicidad, S.A. de C.V.; Máxima Publicidad, S.A. de C.V.; O&R Marketing Communications, S.A. de C.V. y América Publicidad, S.A. de C.V. **Descargando Bases directamente del sitio electrónico www.comprasal.gob.sv** la persona Carlos Roberto Rivas Hernández. **Presentando Ofertas** el día once de noviembre de dos mil once, los ofertantes siguientes: 1) Máxima Publicidad, S.A. de C.V.; 2) Obermet, S.A. de C.V. y 3) O&R Marketing Communications, S.A. de C.V.

La Comisión de Evaluación de Ofertas, verificó las Garantías de Mantenimiento de Ofertas presentadas por cada uno de los ofertantes, corroborando que los tres ofertantes presentaron las Garantías de acuerdo a lo establecido en las Bases de Licitación, siendo los siguientes: Máxima Publicidad, S.A. de C.V.; Obermet, S.A. de C.V. y O&R Marketing Communications, S.A. de C.V.; ya que los montos y vigencias están conforme a lo establecido en las Bases de Licitación.

La Comisión de Evaluación de Ofertas, con base al Romano **II REQUERIMIENTOS**, Numeral **23. Aspectos Subsanables y No Subsanables** de las Bases de la Licitación, procedió a realizar algunas acciones tendientes a subsanar diferentes aspectos en las ofertas presentadas; en ese sentido, ACORDÓ: conceder un plazo de hasta tres (3) días hábiles contados a partir del día siguiente a la notificación en dos oportunidades, según consta en las dos **ACTAS DE REUNION PREVIA A LA RECOMENDACIÓN DEL PROCESO DE LICITACIÓN PÚBLICA No. FSV-09/2011 "SERVICIOS DE AGENCIA DE PUBLICIDAD PARA EL FSV"**, que forma parte del expediente.

Según consta en actas de subsanación, que forman parte del expediente de la Licitación, las siguientes sociedades: 1) Máxima Publicidad, S.A. de C.V.; 2) Obermet, S.A. de C.V. y 3) O&R Marketing Communications, S.A. de C.V., procedieron a subsanar de conformidad a lo solicitado, en el tiempo requerido.

La Comisión de Evaluación de Ofertas, concluida la fase de subsanación procedió a analizar y evaluar las ofertas en su Capacidad Financiera de acuerdo a lo regulado en la página 15 de las Bases de Licitación, que establece: "**Notas:** 1) En la evaluación de la Capacidad Financiera se deberá alcanzar la ponderación mínima en cada uno de los sub-items, equivalente a 5 puntos para considerar elegible dicha oferta y continuar con la evaluación técnica.", de las ofertas presentadas por: 1) Máxima Publicidad, S.A. de C.V.; 2) Obermet, S.A. de C.V. y 3) O&R Marketing Communications, S.A. de C.V.; obteniéndose los resultados siguientes:



1469

| OFERTANTES | CAPACIDAD FINANCIERA (10.00%) |
|--|----------------------------------|
| MÁXIMA PUBLICIDAD, S.A. DE C.V. | 8.25% |
| OBERMET, S.A. DE C.V. | 7.75% |
| O&R MARKETING COMMUNICATIONS, S.A. DE C.V. | 7.50% |

La Comisión de Evaluación de Ofertas, concluida la evaluación en su Capacidad Financiera de las ofertas procedió a realizar la evaluación en sus Aspectos Técnicos de acuerdo a lo establecido en el anexo N° 11 (páginas 51-59) de las bases de Licitación, de las siguientes ofertas: 1) Máxima Publicidad, S.A. de C.V.; 2) Obermet, S.A. de C.V. y 3) O&R Marketing Communications, S.A. de C.V.; obteniéndose los comentarios y resultados siguientes:

1. **MAXIMA PUBLICIDAD, S.A. DE C.V.**

| CUADRO DE EVALUACIÓN: | Ponderación máxima a obtener | MÁXIMA PUBLICIDAD S.A DE C.V. |
|---|---|--|
| A. Experiencia de la Agencia de Publicidad | 10.00 | 10.00 |
| B. Personal especializado que será designado para ejecutar el servicio de Publicidad, estructura administrativa y alianzas internacionales. | 10.00 | 9.50 |
| C. Plan de medios de Comunicación | 16.00 | 10.00 |
| D. Catálogo de Inversión. | 10.00 | 10.00 |
| E. Presentación de referencia de Campaña publicitaria ejecutada | 12.00 | <u>12.00</u> |
| F. Presentación de propuestas de Campañas para el FSV | <u>22.00</u> | 9.00 |
| Total | 80.00 | 60.50 |

Cumple de forma completa lo requerido en cuanto los factores, A, D y E, referentes a la experiencia de la Agencia de Publicidad, el Catálogo de Inversión y Presentación de Referencia de Campaña Publicitaria ejecutada, respectivamente. Máxima ponderación alcanzable.

Sobre el factor B. Presenta amplia y detallada información sobre la cantidad y calidad del personal que la agencia destinará para la ejecución del servicio objeto de esta licitación, tal como se solicita en el literal b, de los Aspectos Administrativos; no obstante, en lo referente a la ejecutiva de cuenta (Astrid Adilia Moreno de Rivera), el tiempo de experiencia es de 9 años, cuyo puntaje de acuerdo a los Lineamientos para evaluación de Oferta Técnica cuadro B.1 es de 1.5 puntos, al entrar en el rango de "Mayor de 3 años y hasta 9 años de experiencia". En este literal alcanza 9.5 puntos

| B.1 ESPECIALISTA | De 1 a 3 años de experiencia(1 puntos) | Mayor de 3 y hasta 9 años de experiencia(1.5 puntos) | Mayor a 9 años de experiencia(2 puntos) | Máxima Publicidad S.A de C.V. |
|---------------------|--|--|---|-------------------------------|
| Encargado de cuenta | | | | 2 |
| Ejecutivo de cuenta | | | | 1.5 |
| Ejecutivo de medios | | | | 2 |
| Director Creativo | | | | 2 |
| | | | | 7.5 |
| B.2 | CONCEPTO | | PUNTAJE | Máxima Publicidad S.A de C.V. |
| | Presentación de información sobre Estructura Administrativa. | | 1 | 1 |

| B.3 | CONCEPTO | PUNTAJE | Máxima Publicidad S.A de C.V |
|--------------|--|---------|------------------------------|
| | Posee alianzas internacionales con Agencias de Publicidad | 1 | 1 |
| | No posee alianzas internacionales con Agencias de Publicidad | 0.50 | |
| TOTAL | | | 9.5 |

Factor C: Plan de Medios de Comunicación

De acuerdo a lo requerido en los aspectos administrativos, literal d) el plan de medios debe ser congruente con el **objetivo de las campañas**. El objetivo de la campaña que detallan en la propuesta de campaña página 290, "Dar a conocer la posibilidad que tienen los salvadoreños que viven en el exterior de acceder al financiamiento del FSV" no es congruente con el plan de medios que presenta en su oferta en el literal d.d.2, porque solo incluyen 2 medios impresos en Estados Unidos con solo **7 pautas**, 3 publicaciones en 2 revistas y 3 banners web.

Con este alcance de medios que presentan no existiría el impacto necesario para la difusión del mensaje que se propone trasladar a los salvadoreños que residen en el exterior (público meta), tal como se señala en el literal G) Necesidades de Comunicación del FSV, página 44 de las bases de licitación, que detalla la necesidad de "relanzar un nuevo concepto de servicio y beneficio a los salvadoreños en el exterior".

Los medios propuestos, orientados al público de salvadoreños en Estados Unidos (2 periódicos, uno en Washington y uno en Los Ángeles, así como las revistas Explorer Abordo y Centro Deportivo, y dos de las páginas web que proponen) no cumplen con los criterios para el alcance necesario, de acuerdo a lo solicitado. De igual manera, no se propone el uso de medios como la radio y televisión ni programas locales con transmisión en ciudades en las que radican salvadoreños en el exterior, con audiencia cautivas de compatriotas.

Los lineamientos para evaluación de las ofertas, factor C, cuadro C1. Detallan que si la propuesta de medios está **"en congruencia con el público meta de cada campaña"** obtiene una evaluación de 10, pero si alguna de las campañas solicitadas, "Propone utilización de medios masivos genéricos y solo de carácter nacional", obtiene un puntaje de 5.

En referencia al plan de medios que presenta la sociedad en su oferta en el literal d.d.1, al relacionarlo con el anexo 7 de las bases de licitación, página 42, se detalla el listado de proyectos del sector público que se promoverán dentro del Programa Casa para Todos: Nuevo Belén, Procavia, Santa Lucía, Los Manantiales, cuya ubicación no es en San Salvador, por lo que el público objetivo está principalmente en el interior del país. No obstante, el Plan de medios que presenta la sociedad para la Campaña de Vivienda Nueva construida por FONAVIPO, propone principalmente medios masivos y solo 2 televisoras locales y 4 radios departamentales.

Por lo tanto, la Sociedad Máxima Publicidad S.A. de C.V. obtiene 5 puntos en este factor.

En cuanto al Factor C.2, el plan de medios contempla acciones de comunicación directa, pero no detalla los elementos innovadores de activación como se requiere "dentro de los planes de medios, por cada campaña solicitada". Además, no se han considerado en el plan de medios general detallado en la oferta económica de las campañas. Los gráficos de distribución de medios, señalan un 1% al Acción Marketing, pero no especifican en los cuadros de detalle en qué consisten, ni su frecuencia, duración y monto de inversión, por lo que logra el puntaje mínimo de 5 puntos en este factor. En cuanto al Publicity, requerido, sí presenta amplio detalle de las acciones y el apoyo que se brindaría en este aspecto, llegando en este factor a 10 de los 16 puntos ponderados.

| C.1 | CONCEPTO | PUNTAJE | Máxima Publicidad S.A de C.V |
|-----|--|---------|------------------------------|
| | Propone utilización del Medios masivo y alternos nacionales, locales ó internacionales en congruencia con el público meta de cada campaña (prensa escrita, medios televisivos, medios radiofónico y así como medios alternos.), por cada campaña solicitada. | 10 | |
| | Propone utilización de Medios masivos genéricos y solo de carácter nacional (prensa escrita, medios televisivos, medios radiofónicos y así como medios alternos), en alguna de las campañas solicitadas. | 5 | 5 |

| C.2 | CONCEPTO | PUNTAJE | Máxima Publicidad S.A de C.V |
|--------------|---|---------|------------------------------|
| | Propone acciones de comunicación directa (flyers, volanteo, activaciones, mupis, vallas, centros comerciales) y elementos innovadores de activación , dentro de los planes de medios, por cada campaña solicitada. | 6 | |
| | Plan de medios con espacios noticiosos, de opinión o comerciales gestionados de forma gratuita a partir de la inversión a realizar (Publicity) | 5 | 5 |
| TOTAL | | | 10 |

Factor F: Presentación de propuesta de campaña para el FSV

Máxima Publicidad, S.A. de C.V. presenta propuestas de campaña de acuerdo a lo requerido, con su objetivo, plan de acción y calendarización, descripción de estrategia y tácticas y los respectivos bocetos para prensa, guión, story board y versión web. No obstante de acuerdo a los lineamientos de evaluación, las propuestas de campañas deberán ser congruentes con lo establecido en los anexos N°6 y 7 de las bases de licitación.

En los lineamientos de evaluación (pág. 58) se detalla que: **“La presentación del factor F.1 debe ser congruente con lo establecido con los anexos 6 y 7”**. Y **“Para ponderar lo relacionado a los bocetos, el ofertante deberá presentar bocetos por cada campaña y estos deberán ser congruentes con el objetivo de campaña, reflejar el objetivo del público meta y lo especificado por cada campaña de acuerdo a los anexos 6 y 7 de las bases de licitación”**.

No obstante, los bocetos para la campaña de Vivienda Nueva, no son congruentes con lo especificado en el anexo 7 páginas 43 y 44 de las bases de licitación.

- 1) Literal F. **Objetivos Publicitarios del FSV**: “posicionamiento de las nuevas condiciones de financiamiento para compra de vivienda nueva en el marco de casa para todos, junto con la promoción de los proyectos de vivienda nueva con calificación financiera del FSV”. Los bocetos de la campaña para la promoción de las mejoras de condiciones para la adquisición de vivienda nueva, posicionan en realce, los montos de financiamiento dentro del programa, en lugar de destacar lo de mayor importancia que son las tasas de interés para este programa y las cuotas bajas.

Lo contenido en los bocetos afectarían a los objetivos alcanzados con la campaña del FSV en el 2010, en el que se posicionó el monto máximo de financiamiento del FSV de hasta \$75,000.00 y **generarían confusión en la población** o denotarían un retroceso, lo que no es congruente con el objetivo que se detalló de **posicionar las nuevas condiciones de financiamiento**, (tasa más baja y cuotas más bajas) y que no se dejarían de lado los demás proyectos de vivienda nueva que cuentan con calificación financiera del FSV (los de arriba de \$28,500.00).

Las propuestas de la campaña de vivienda nueva demuestran una confusión en cuanto a lo detallado en el anexo 7, del Brief, en las páginas 40 y 41 de las bases, en donde se especifica que dentro del Programa Casa para Todos, los montos de financiamiento para proyectos de FONAVIPO y proyectos privados es de hasta \$28,500.00, sin embargo, la Sociedad Máxima Publicidad, S.A de C.V. segmenta el financiamiento de hasta \$20,000.00 para proyectos de FONAVIPO y hasta \$28,500.00 para proyectos privados, causando mayor confusión en cuanto a los montos de financiamiento y condiciones que el FSV ofrece para este Programa.

- 2) **Literal G: Necesidades de Comunicación del FSV:** “relanzar un nuevo concepto de servicio en beneficio a los salvadoreños en el exterior, a través del proyecto de brockers que se impulsará en los principales estados de Estados Unidos a fin de facilitar la orientación y el trámite de los créditos desde el exterior”. Los bocetos de la campaña para salvadoreños en el exterior se quedan con el mismo mensaje posicionado en la campaña de 2010, anunciando las posibilidades de comprar casa en El Salvador, con financiamientos de hasta \$75,000.00, cuando lo requerido para esta nueva campaña es anunciar el acercamiento a los salvadoreños en el exterior y la posibilidad de tramitar sus créditos desde donde están (exterior) ese mensaje principal queda relegado, a dos párrafos al pie de los bocetos, dos tomas en el spot. Y no es lo medular de la campaña propuesta.
- 3) **ANEXO 6, Página 32 de las bases:** Se especifica claramente en los numerales 6, literal a) y 8 literal b) de las notas: “Posicionar y promover la imagen de la institución y sus objetivos logrando mayor acercamiento con los usuarios finales y evitando su confusión con otras entidades relacionadas al tema de vivienda...”, tal como se detalla también en el anexo 7, página 39 de las bases, ya que ha sido un problema para la Institución su confusión con instituciones como FONAVIPO, que si bien se relacionan en el rubro de vivienda, son dos conceptos de financiamiento diferentes y se detalló que es algo que se necesita evitar. No obstante, los bocetos para vivienda nueva construida por el Estado, riñen con lo solicitado, ya que colocan en posición principal (a la derecha punto de atención visual principal) el logo de FONAVIPO y relega el logo del FSV al ángulo inferior izquierdo, que es el punto muerto en referencia a la ubicación visual en el espacio.
- 4) Ambos aspectos se refuerzan en la página 45 de las referidas bases: **Literal G: Necesidades de Comunicación del FSV:** “...debe considerarse la proyección de la nueva imagen institucional, eliminando percepciones equivocadas sobre el quehacer del FSV, de que vende casas y/o asociarlo con otras empresas, así como eliminar conceptos erróneos como que el FSV solo financia proyectos populares, ya que el Fondo Social ha aumentado sus montos de financiamiento hasta \$75 mil dólares...”.

Debido a esto, el puntaje para Bocetos para prensa, guiones para radio, story board para TV y web, no logra los 4 puntos requeridos, por lo tanto no alcanza el puntaje mínimo de 13, por lo que no se continuará evaluando, tal como se detalla en los lineamientos de evaluación de la oferta técnica, factor F.1, página 58 de las Bases de Licitación.

| F. 1 | CONCEPTO DE PROPUESTA DE CAMPAÑA | PUNTAJE | Máxima Publicidad S.A de C.V |
|--------------|--|---------|------------------------------|
| | Objetivo de Campaña | 2 | 2 |
| | Plan de acción y calendarización de campañas, de acuerdo a lo requerido. | 4 | 4 |
| | Descripción de la Estrategia y tácticas | 3 | 3 |
| | Bocetos para Prensa, Guiones para Radio y Story board para TV, web. | 4 | |
| TOTAL | | | 9 |

Debido a lo anterior la Sociedad Máxima Publicidad, S.A. de C.V. alcanza un porcentaje de calificación de 60.50% en la oferta técnica, sin embargo, no se continuará evaluando al no obtener los 13 puntos mínimos requeridos en el Factor F.1, página 58 de las bases, que establece: “Para el cuadro F.1 el puntaje mínimo es de 13 (TRECE), de lo contrario se le asignará 0 (cero) puntos, y no se continuará evaluando.”.

2. O & R MARKETING COMMUNICATIONS, S.A. DE C.V.

| CUADRO DE EVALUACIÓN: | Ponderación máxima a obtener | O&R MARKETING COMMUNICATIONS S.A. DE C.V. |
|---|------------------------------|--|
| A. Experiencia de la Agencia de Publicidad | 10.00 | 10.00 |
| B. Personal especializado que será designado para ejecutar el servicio de Publicidad, estructura administrativa y alianzas internacionales. | 10.00 | 1.50 |
| C. Plan de medios de Comunicación | 16.00 | 11.00 |
| D. Catálogo de Inversión. | 10.00 | 0.00 |
| E. Presentación de referencia de Campaña publicitaria ejecutada | 12.00 | <u>6.00</u> |
| F. Presentación de propuestas de Campañas para el FSV | <u>22.00</u> | 9.00 |
| Total | 80 | 37.50 |

FACTOR A: EXPERIENCIA DE LA AGENCIA DE PUBLICIDAD (10 PUNTOS): alcanza la mayor ponderación logrando obtener los 10 puntos como máximo.

FACTOR B.1: PERSONAL ESPECIALIZADO QUE SERÁ DESIGNADO PARA EJECUTAR EL SERVICIO DE PUBLICIDAD, ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA Y ALIANZAS INTERNACIONALES (10 PUNTOS).

La Sociedad O&R Marketing Communications S.A de C.V., cumple con tres de los numerales especificados en los lineamientos de evaluación, página 54 y 55, no obstante la sociedad no evidencia el trabajo realizado, tal como se solicita en el factor B) "...la acreditación de este personal especializado o idóneo se hará por medio de la presentación de hojas de vida correspondientes, que contendrán como mínimo la siguiente información: ... (4) evidencia del trabajo realizado" de la página 55 de las bases de licitación.

Entre las respuestas a las consultas realizadas por los ofertantes, que se remitieron a todos los participantes, se detallaba en la aclaración a la consulta Número 3, el tipo de evidencia del trabajo realizado que las sociedades podían presentar: "El trabajo realizado por el encargado y ejecutivo de cuentas puede evidenciarse a través de cartas de referencia de las empresas, organismos o instituciones en las que haya sido designado por la agencia, para atender la cuenta de publicidad. En el caso de Ejecutivo de medios, pueden ser notas de acuerdos ó negociaciones que el ejecutivo haya realizado con determinados medios para determinadas campañas, un plan de medios propuesto y ejecutado por el ejecutivo de medios ó carta de referencia de medios de comunicación que hagan constar la relación laboral para la ejecución de determinada campaña". No obstante, la Sociedad O&R Marketing Communications S.A. de C.V. no presenta lo requerido, por lo que no se le evalúa en este Factor.

| B.1 ESPECIALISTA | De 1 a 3 años de experiencia(1 puntos) | Mayor de 3 y hasta 9 años de experiencia(1.5 puntos) | Mayor a 9 años de experiencia(2 puntos) | O&R MARKETING COMMUNICATIONS S.A. DE C.V. |
|-------------------------|---|---|--|--|
| Encargado de cuenta | | | | -- |
| Ejecutivo de cuenta | | | | -- |
| Ejecutivo de medios | | | | -- |
| Director Creativo | | | | -- |
| | | | | -- |

Con respecto al factor B.2 presenta información sobre estructura administrativa por lo que obtiene 1 punto. En cuanto al factor B.3 es necesario señalar que de acuerdo al literal f) de los Aspectos Administrativos, Pág. 11 de las bases, la agencia debía presentar carta expresando si posee o no alianza con agencias internacionales y, si las posee, detallar pruebas de ello. No obstante, la Sociedad O & R Marketing Communications S.A de C.V. presentó una carta firmada por su representante legal y no por la entidad

regional que dé fe o garantice que sí tienen alianzas con agencias internacionales; al no detallar pruebas sobre alianzas en este factor, se le asignó 0.50 de puntaje.

| B.2 | CONCEPTO | PUNTAJE | O&R MARKETING COMMUNICATIONS S.A. DE C.V. |
|--------------|--|---------|---|
| | Presentación de información sobre Estructura Administrativa. | 1 | 1 |
| B.3 | CONCEPTO | PUNTAJE | O&R MARKETING COMMUNICATIONS S.A. DE C.V. |
| | Posee alianzas internacionales con Agencias de Publicidad | 1 | |
| | No posee alianzas internacionales con Agencias de Publicidad | 0.50 | 0.50 |
| TOTAL | | | 1.50 |

En este factor la Sociedad O&R Marketing Communications, S.A. de C.V.; obtiene 1.50 puntos.

FACTOR C: PLAN DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN (16 PUNTOS)

Se ha evaluado que la nómina de medios de comunicación (mix de medios) que utilizará la Sociedad O & R Marketing Communications S.A. de C.V. no tendrá la efectividad esperada de acuerdo a los objetivos de campaña requeridos en los aspectos administrativos, literal d), Pág. 11 de las bases de licitación, ya que proponen la utilización de pocas radios y pocos anuncios en periódicos con una medida poco visible y que no están acordes al target de las campañas a desarrollar, por lo que el nivel de recordación que éstas tendrían sería muy bajo, específicamente en el caso de la campaña de vivienda nueva. En general, la propuesta de inversión de este ofertante causa confusión al compararla con los planes de campañas propuestos, ya que no quedan claros los medios y los montos que el ofertante invertirá finalmente por cada campaña, de acuerdo al anexo 8 de las citadas bases.

Siempre en referencia a la Campaña para promover la vivienda nueva, los medios alternativos (OOH) que proponen es reducido hay bajo número de traseras de buses y gigantografías, que son más efectivas para el público meta.

En cuanto al objetivo de la campaña para promover el financiamiento habitacional a salvadoreños en el exterior, con orientación nacional e internacional, si bien proponen en radio el patrocinio para algunos programas con audiencia en el exterior, hacen uso de muy pocos medios en su plan: un solo periódico digital y el periódico de Los Ángeles Día a Día, en donde solo proponen 8 anuncios para toda la campaña, lo cual no cumple el objetivo en lo relacionado a utilización de medios en el exterior, tampoco proponen la utilización de medios locales en televisión en Santa Ana y San Miguel, ni programas con transmisión en televisoras de Estados Unidos, como se señala en el literal C) Alcance demográfico, página 33 de las bases, en donde se solicita promover el financiamiento en las ciudades en donde radican salvadoreños en el exterior.

Por ello, se considera que en el mix de medios propuesto no existiría el impacto necesario para la difusión del mensaje que se busca trasladar a los salvadoreños que residen en el exterior (público meta), tal como se detalla en la página 44 del anexo 7 de las bases, literal G) Necesidades de comunicación del FSV que detalla que es necesario "...relanzar un nuevo concepto de servicio y beneficio... a fin de facilitar la orientación y el trámite de créditos desde el Exterior".

Se debe destacar que para la campaña institucional, la Sociedad O & R Marketing Communications, S.A. de C.V. solo establece un mix de medios de e- mailing, prensa y radio, cuando por ser servicios innovadores los que se promoverán se necesita que se coloque en todos los medios posibles, incluso en outdoors, de lo contrario no se conocerán los nuevos servicios que brinda el FSV y que lo pone a la vanguardia de las instituciones del Estado y se reconoce como una institución moderna, uno de los objetivos que se persiguen con esta licitación, de acuerdo a lo especificado en la página 33, anexo 6, numeral 3. Campañas, A) Cómo esperamos que nos recuerden nuestros usuarios, que detalla que se espera que nos recuerden como una institución moderna, cercana a las necesidades de los trabajadores salvadoreños y enfocada en la mejora continua de sus servicios hacia la población salvadoreña.



Es así como en este factor de los lineamientos para evaluar las ofertas, C.1. se califica con 10 puntos cuando las propuestas de medios están **en congruencia con el público meta de cada campaña** por lo que la poca utilización de medios dirigidos al público solicitado de parte de esta agencia, hace que solo obtenga de calificación 5 puntos, pues los medios propuestos no lograrían el impacto esperado, ya que el uso de medios nacionales, locales e internacionales es muy reducido y, por consiguiente, con poco nivel de recordación.

El puntaje se establece de la siguiente manera:

| C.1 | CONCEPTO | PUNTAJE | O&R MARKETING COMMUNICATIONS S.A. DE C.V. |
|-----|--|---------|---|
| | Propone utilización del Medios masivo y alternos nacionales, locales ó internacionales en congruencia con el público meta de cada campaña (prensa escrita, medios televisivos, medios radiofónico y así como medios alternos.), por cada campaña solicitada. | 10 | |
| | Propone utilización de Medios masivos genéricos y solo de carácter nacional (prensa escrita, medios televisivos, medios radiofónicos y así como medios alternos), en alguna de las campañas solicitadas. | 5 | 5 |

| C.2 | CONCEPTO | PUNTAJE | O&R MARKETING COMMUNICATIONS S.A. DE C.V. |
|--------------|---|---------|---|
| | Propone acciones de comunicación directa (flyers, volanteo, activaciones, mupis, vallas, centros comerciales) y elementos innovadores de activación , dentro de los planes de medios, por cada campaña solicitada. | 6 | 6 |
| | Plan de medios con espacios noticiosos, de opinión o comerciales gestionados de forma gratuita a partir de la inversión a realizar (Publicity) | 5 | |
| TOTAL | | | 11 |

En FACTOR C.2: Propone acciones de comunicación directa y elementos innovadores de activación razón por la cual se le ponderó con 6 puntos.

En cuanto al Plan de medios con espacios noticiosos, de opinión o comerciales, gestionados de forma gratuita a partir de la inversión a realizar (Nota No. 4, de la oferta técnica, Pag. 32 de las bases), esta sociedad no da cumplimiento a lo requerido pues le pone un costo mensual de \$2,000.00 y además en la Pág. 32 de las bases, literal d), numeral 8 de las especificaciones requeridas en las bases de licitación, se refuerza solicitando realizar el apoyo para "atender la parte institucional convocando a coberturas de eventos institucionales, gestión de espacios noticiosos, en apoyo a la estrategia de comunicación y publicidad de la institución, mientras que la sociedad lo presenta con un costo en el plan de inversión.

De los 16 puntos como ponderación máxima en este factor, esta sociedad obtiene 11 puntos.

FACTOR D: CATÁLOGO DE INVERSIÓN (10 PUNTOS)

Se ha evaluado que la Sociedad O & R Marketing Communications S.A. de C.V. incumple lo solicitado en este factor, **ya que no presentó el catálogo de inversión** de las que presenta como dos de sus campañas más exitosas, información que se consideraba imprescindible, de acuerdo a lo requerido en el literal e) de los aspectos administrativos, página 11 de las bases de licitación donde se requiere que: "Dicho catálogo deberá incluir información imprescindible como la siguiente: montos invertidos, diferentes medios utilizados para la difusión de las campañas, tiempo de ejecución, y resultados obtenidos de las mismas".

La Sociedad O&R Marketing Communications, S.A de C.V. presenta dos campañas una sobre Golden Light y la otra de Prado. En ambas detalla los objetivos, estrategia y resultados, pero no el monto invertido, el tiempo de ejecución, ni los medios utilizados.

| D.1 | CONCEPTO | PUNTAJE | O&R MARKETING COMUNICATIONS S.A. DE C.V. |
|--------------|--|---------|--|
| | Presentación de Catálogo completo por cada campaña solicitada. | 10 | 0 |
| TOTAL | | | 0 |

En este factor, la Sociedad O&R Marketing Communications, S.A de C.V. no obtiene puntos. De acuerdo a lo establecido en la página 55 de las bases, para calificar en la evaluación técnica deberá alcanzar en este factor un puntaje de 10.

FACTOR E: PRESENTACIÓN DE REFERENCIA DE CAMPAÑA PUBLICITARIA EJECUTADA (12 PUNTOS):

La Sociedad O&R Marketing Communications, S.A de C.V. presenta carta de referencia conforme al anexo 12, en la que se les califica como excelente, con lo cual cumplen los primeros 6 puntos de este factor. Sin embargo, no cumple lo requerido en la página 11, literal G) en el que se señala: "...Además deberá adjuntar (1) los bocetos de dicha campaña, (2) plan de medios, (3) objetivos propuestos y (4) impacto logrado". Por ello, no alcanza los 6 puntos del factor E.2, pues no presentó el plan de medios.

| E.1 | EVALUACIÓN DE CAMPAÑA PUBLICITARIA EJECUTADA | PUNTAJE | O&R MARKETING COMUNICATIONS S.A. DE C.V. |
|-----|---|---------|--|
| | Si en la referencia de la Institución expresan que la Campaña ejecutada por la Agencia de Publicidad ha sido evaluada como Excelente. | 6 | 6 |
| | Si en la referencia de la Institución expresan que la Campaña ejecutada por la Agencia de Publicidad ha sido evaluada como Muy Buena. | 5 | |
| | Si en la referencia de la Institución expresan que la Campaña ejecutada por la Agencia de Publicidad ha sido evaluada como Buena. | 4 | |

| E.2 | EVALUACIÓN DE CAMPAÑA PUBLICITARIA EJECUTADA | PUNTAJE | O&R MARKETING COMUNICATIONS S.A. DE C.V. |
|--------------|---|---------|--|
| | Que el ofertante presente: (1) los bocetos de dicha campaña, (2) plan de medios, (3) objetivos propuestos y (4) el impacto logrado. | 6 | 0 |
| TOTAL | | | 6 |

Para calificar en la evaluación técnica deberá alcanzar en el factor E.1 un puntaje mínimo de 4 y en el factor E.2 un puntaje de 6.

En total la Sociedad obtiene 6 puntos en este factor E.

FACTOR F: PRESENTACIÓN DE PROPUESTAS DE CAMPAÑAS PARA EL FSV (22 PUNTOS)

La Sociedad O & R Marketing Communications S.A de C.V. presenta sus propuestas de campaña, de acuerdo a lo solicitado en estas bases (vivienda nueva, salvadoreños en el exterior y campaña Institucional en tres fases), así como los objetivos a alcanzar, el mix de medios a utilizar, el cronograma por campañas y la descripción de la estrategia (tácticas). De igual manera presentan los materiales gráficos solicitados en la oferta técnica (bocetos para prensa, guiones de cuñas, story boards para los spots y la versión para web y materiales para medios alternativos) y el presupuesto de producción.

Según los lineamientos de evaluación técnica, las propuestas de campañas deberán obedecer a lo establecido en los anexos N°6 y 7 de las bases de licitación, debiendo cumplir con cada uno de los aspectos señalados en los cuadros F.1 y F.2. (pág. 58 de las bases).

Debe señalarse que de acuerdo a lo que se señala en el Factor F de los lineamientos de evaluación, página 58 de las bases de licitación "Para ponderar lo relacionado a los bocetos, el ofertante deberá presentar bocetos por cada campaña solicitada y estos deberán ser congruentes con el objetivo de campaña, reflejar el objetivo del público meta y lo especificado por cada campaña...".

Sin embargo, los bocetos para la campaña de Vivienda Nueva, no son congruentes con lo especificado en el anexo 7 páginas 43 y 44 de las bases, objetivos publicitarios del FSV, ni con el anexo 6. Para el caso de la campaña para salvadoreños en el exterior, los bocetos que se presentan son iguales a los de vivienda nueva y no hace ninguna distinción más que agregarle "aunque vivas lejos de tu tierra", por ello se presenta el siguiente análisis:

No existe congruencia entre la propuesta de la campaña de vivienda nueva y lo requerido, pues hay un bajo posicionamiento de las nuevas condiciones de financiamiento para compra de vivienda nueva, ya que hacen un solo anuncio para viviendas de hasta \$75,000.00 y las viviendas con precios de hasta \$28,500.00, que son del programa Casa para Todos. El material gráfico que presentan es todo igual para las diferentes campañas, lo que no permite diferenciar entre los públicos meta que se han planteado en las bases de licitación. Específicamente en referencia a la campaña de vivienda nueva, el anexo 6, número 3 Campañas, en el literal A, los numerales 7 y 10, existiendo una confusión de datos en las piezas gráficas, que no están conforme a lo especificado en dicho anexo.

En general el material presentado para la campaña de vivienda nueva no posiciona lo nuevo del FSV, si no que se queda en los mismos términos de lo que ya se realizó en la campaña 2010. Lo que debió promocionarse son las mejoras en las condiciones para la adquisición de vivienda nueva, de acuerdo a lo especificado en el anexo 6, página 30 de las bases, numeral 1. **"Propuestas de Campaña de promoción y divulgación de las mejoras de condiciones de financiamiento para la adquisición de vivienda nueva, hacia dos segmentos..."**, es decir requería una comunicación segmentada no generalizada como la presenta dicha sociedad.

En cuanto a la campaña para salvadoreños en el exterior, no existe diferenciación ni mensajes específicos con la campaña de vivienda nueva, pues el material gráfico es el mismo. Esto afecta al mensaje a transmitir, pues se maneja el mismo racional creativo para todas las campañas, no siendo congruente con su público objetivo y la sensación de repetición de un mismo material. Debe señalarse que en esta campaña no se promocionan los nuevos servicios que ofrece el FSV a los salvadoreños en el exterior, de acuerdo a lo requerido en los anexos 6 numeral 2 página 30 de las bases y anexo 7, página 44, literal g) necesidades de comunicación.

En cuanto a la campaña institucional a desarrollar en tres fases, la Sociedad O & R Marketing Communications S.A de C.V. si bien menciona la solicitud de realizar un Diagnóstico de Comunicación interna y externa, no lo desarrolla, solo presenta la propuesta de un estudio de imagen externa, numeral 5) de las notas de las especificaciones pág. 32 de las bases.

El concepto de esta campaña institucional no es congruente con los objetivos de campaña, ni se orienta al público objetivo tal como se requería en los lineamientos de evaluación, y en las especificaciones de los anexos 6 y 7, página 45 de las bases, literal G) necesidades de comunicación del FSV, en la que se detalla que se requiere proyectar una imagen innovadora, sensibilizar a las familias sobre la importancia de la vivienda como inversión, ni en la proyección de una nueva imagen institucional.

De acuerdo al anexo 6, página 31, se solicitó una campaña institucional en tres fases, entre ellas, Lanzamiento de servicios en línea y call center e instalación de Oficina de Información y Respuesta (OIR), pero en los materiales gráficos que presenta en referencia a esta campaña no se menciona la OIR y en el arte de servicios en línea no destaca el call center.

En general, la campaña propuesta por la sociedad evaluada no cumple con lo requerido en los anexos 6 y 7, tanto por su bajo uso de medios de impacto masivo para temas que son de importancia institucional, evitando que se muestre un FSV moderno y en constante mejora de sus servicios, como por la incongruencia entre lo solicitado y la conceptualización en sus bocetos tal como se ha explicado, **por lo que no alcanza los 13 puntos requeridos para continuar con su evaluación**, de acuerdo a lo establecido en las bases, página 58 que establece: "Para el cuadro F.1 el puntaje mínimo es de 13 (TRECE), de lo contrario se le asignará cero (0) puntos y no se continuará evaluando.

| F. 1 | CONCEPTO DE PROPUESTA DE CAMPAÑA | PUNTAJE | O&R MARKETING COMUNICATIONS S.A. DE C.V. |
|--------------|--|---------|--|
| | Objetivo de Campaña | 2 | 2 |
| | Plan de acción y calendarización de campañas, de acuerdo a lo requerido. | 4 | 4 |
| | Descripción de la Estrategia y tácticas | 3 | 3 |
| | Bocetos para Prensa, Guiones para Radio y Story board para TV, web. | 4 | |
| TOTAL | | | 9 |

De ahí que de los 22 puntos como ponderación máxima a obtener en el factor F, la Sociedad O & R Marketing Communications S.A de C.V. obtuvo 9 puntos, por lo que no se continúa evaluando al no obtener los 13 puntos requeridos en el Factor F.1. En el puntaje general esta sociedad obtiene **37.50 puntos**, con lo cual no cumple los 60.5 puntos necesarios para la evaluación técnica de acuerdo a lo especificado en el factor F, página 58: **"Se considerarán clasificadas técnicamente...todas aquellas personas que obtengan ponderación mínima en cada uno de los sub-factores, lo que corresponde al 60.50 en la evaluación técnica"**.

3. OBERMET, S.A. DE C.V.

| CUADRO DE EVALUACIÓN: | Ponderación máxima a obtener | OBERMET S.A DE C.V. |
|---|------------------------------------|---------------------------|
| A. Experiencia de la Agencia de Publicidad | 10.00 | 10.00 |
| B. Personal especializado que será designado para ejecutar el servicio de Publicidad, estructura administrativa y alianzas internacionales. | 10.00 | 10.00 |
| C. Plan de medios de Comunicación | 16.00 | 10.00 |
| D. Catálogo de Inversión. | 10.00 | 10.00 |
| E. Presentación de referencia de Campaña publicitaria ejecutada | 12.00 | <u>12.00</u> |
| F. Presentación de propuestas de Campañas para el FSV | <u>22.00</u> | 22.00 |
| Total | 80.00 | 74.00 |

Cumple de forma completa lo requerido, en referencia a los factores A, B, D, E y F, alcanza la ponderación máxima a obtener, cumpliendo con lo especificado y requerido en las Generalidades y anexos 6 y 7.

Vale destacar dos aspectos en su oferta: demuestra calidad y profesionalismo al realizar una evaluación del contexto nacional en referencia a la misión de la Institución y proponer la inclusión en la estrategia del financiamiento para vivienda usada, en aras de la demanda habitacional del país. También puede destacarse la confianza que refleja la evidencia de los factores D y E al presentar catálogos de inversión y referencias de campañas, con su respectivo estudio de medición de impacto, cumpliendo con todo lo requerido en los Aspectos Administrativos literal e), montos invertidos, medios utilizados, tiempo de ejecución y amplia evidencia certificada por un estudio externo sobre el resultado de las mismas.

Sobre el factor C:

Al evaluar la nómina de medios de comunicación que presenta la sociedad, en referencia a la campaña de Vivienda Nueva, se realiza poca asignación presupuestaria en medios locales, los cuales son necesarios para segmentar los mensajes dirigidos a promover los proyectos que el gobierno construye, principalmente en Santa Ana y San Miguel. En el anexo 7 se detalló el listado de proyectos del sector público que se promoverán dentro del Programa Casa para Todos: Nuevo Belén, Procavia, Santa Lucía, Los Manantiales, ubicados fuera de San Salvador, por lo que su

público objetivo está en el interior del país, lo que hace necesario que se incluyan en mayor presencia los medios locales, para que el plan de medios sea congruente con su público objetivo, enfocándose en las zonas en las que se desarrollan estos proyectos. En cuanto a la propuesta de radio, no hacen referencia al uso de radios noticiosas, en donde generalmente se pauta para posicionar los diferentes temas institucionales, debido a la audiencia que se capta.

Vale destacar en referencia a la campaña de financiamiento a salvadoreños en el exterior que son los únicos en presentar un plan de medios que incluye medios de Televisión en ciudades de salvadoreños en el exterior a las que se orientan los nuevos beneficios, además de medios escritos e incorpora la inversión en redes sociales. Si bien el alcance de medios internacionales no es suficiente, proponen programas de televisión nacional que tienen audiencias de salvadoreños en el exterior y que se retransmiten, en canales locales de Estados Unidos, llegando al público meta de esta campaña.

No obstante, al no llegar al público objetivo en una de sus propuestas de plan de medios (vivienda nueva), solo alcanza 5 puntos en el cuadro C.1 de los lineamientos de evaluación.

| C.1 | CONCEPTO | PUNTAJE | OBERMET S.A DE C.V. |
|-----|--|---------|---------------------|
| | Propone utilización del Medios masivo y alternos nacionales, locales ó internacionales en congruencia con el público meta de cada campaña (prensa escrita, medios televisivos, medios radiofónico y así como medios alternos.), por cada campaña solicitada. | 10 | |
| | Propone utilización de Medios masivos genéricos y solo de carácter nacional (prensa escrita, medios televisivos, medios radiofónicos y así como medios alternos), en alguna de las campañas solicitadas. | 5 | 5 |

| C.2 | CONCEPTO | PUNTAJE | OBERMET S.A DE C.V. |
|-----|---|---------|---------------------|
| | Propone acciones de comunicación directa (flyers, volanteo, activaciones, mupis, vallas, centros comerciales) y elementos innovadores de activación , dentro de los planes de medios, por cada campaña solicitada. | 6 | |
| | Plan de medios con espacios noticiosos, de opinión o comerciales gestionados de forma gratuita a partir de la inversión a realizar (Publicity) | 5 | 5 |

| | | | |
|--------------|--|--|-----------|
| TOTAL | | | 10 |
|--------------|--|--|-----------|

En cuanto al cuadro C.2, la sociedad OBERMET S.A. DE C.V. propone acciones de comunicación directa con una mayor asignación presupuestaria y presencia en outdoors. Sin embargo, los elementos innovadores que presentan, tales como la propuesta de OPEN HOUSE "CASA ABIERTA" en los proyectos que se promocionen, solo se menciona en el plan de campaña, pero no se define el costo de su inversión en el plan de medios, por lo que logra solo 5 puntos. Cabe señalar que las bases de licitación detallaban la necesidad de establecer este tipo de activaciones y elementos novedosos para un mayor impacto de las campañas.

La Sociedad OBERMET S.A. DE C.V. menciona el manejo de un completo plan de relaciones públicas (pág. 32 de las bases, literal d), que incluye manejo de comunicación en crisis y manejo de imagen institucional, así como coberturas en medios, a través del publicity, por lo que logra un total de 10 puntos en referencia a este factor.

De esta forma, la sociedad OBERMET S.A. DE C.V. alcanza 74.00% en la evaluación Técnica.



CUADRO RESUMEN DE EVALUACIÓN DE CAPACIDAD FINANCIERA Y ASPECTOS TÉCNICOS

| OFERTANTES | CAPACIDAD FINANCIERA (10.00%) | ASPECTOS TÉCNICOS (80.00%) | TOTAL |
|--|-------------------------------|----------------------------|--------|
| MÁXIMA PUBLICIDAD, S.A. DE C.V. | 8.25% | -- | -- |
| OBERMET, S.A. DE C.V. | 7.75% | 74.00% | 81.75% |
| O&R MARKETING COMMUNICATIONS, S.A. DE C.V. | 7.50% | -- | -- |

La Comisión de Evaluación de Ofertas, concluida la Evaluación en la Capacidad Financiera y en sus Aspectos Técnicos, **determinó no continuar evaluando económicamente** las ofertas presentadas por los ofertantes siguientes: 1) Máxima Publicidad, S.A. de C.V. y 2) O&R Marketing Communication, S.A. de C.V.; por las razones anteriormente citadas. Continuando con el proceso de Evaluación Económica por alcanzar y superar las condiciones mínimas establecidas en la Tabla de Criterios de Evaluación y en los lineamientos para evaluar la oferta técnica de las Bases de Licitación, la siguiente sociedad: Obermet, S.A. de C.V.; obteniéndose los resultados siguientes:

CUADRO RESUMEN DE EVALUACIÓN DE CAPACIDAD FINANCIERA ASPECTOS TÉCNICOS Y ECONÓMICA

| OFERTANTE | CAPACIDAD FINANCIERA (10.00%) | ASPECTOS TÉCNICOS (80.00%) | EVALUACIÓN ECONÓMICA (10.00%) | TOTAL |
|-----------------------|-------------------------------|----------------------------|-------------------------------|--------|
| OBERMET, S.A. DE C.V. | 7.75% | 74.00% | 10.00% (\$449,999.40) | 91.75% |

Concluida la evaluación de la Capacidad Financiera, Aspectos Técnicos y Económica de la oferta presentada por la Sociedad Obermet, S.A. de C.V.; la Comisión de Evaluación de Ofertas de este proceso de Licitación, recibió del Jefe UACI, memorándum con fecha 03 de enero de 2012, en la cual informó lo siguiente: "...Hago de su conocimiento para los efectos consiguientes, que he consultado el Listado de Incapacitados publicado en el sitio: www.comprasal.com.sv, en dicho listado figura la sociedad OBERMET, S.A. DE C.V. quien está participando en calidad de ofertante en el proceso de Licitación Pública N° FSV-09/2011 "SERVICIOS DE AGENCIA DE PUBLICIDAD PARA EL FSV". La sociedad OBERMET, S.A. DE C.V. según el listado antes mencionado, está incapacitada para ofertar y contratar por la extinción del contrato 19/2011 originado de la Licitación Pública 01/2011 "Servicios de Agencia de Publicitaria para diseño, producción e implementación de campañas de la Lotería Nacional de Beneficencia", por un período de 5 años a partir del 11 de noviembre de 2011 y la fecha de la incapacidad vence el 10 de noviembre de 2016. Para verificar la información anterior, esta Unidad solicitará a la UNAC confirme por escrito la información publicada en el sitio electrónico antes mencionado, por lo que solicito a ustedes proceder a recomendar lo correspondiente, una vez se haya recibido de la UNAC, la confirmación por escrito de esta información".

Que con fecha 05 de enero de 2012, el Jefe UACI de esta Institución, envió nota al LICENCIADO CARLOS HUMBERTO OVIEDO HERNÁNDEZ, JEFE DE LA UNAC, solicitándole lo siguiente: "Sirva la presente para hacer llegar nuestro atento saludo, ocasión que aprovecho con todo respeto, para hacer de su conocimiento que he consultado el Listado de Incapacitados publicado en Comprasal, en dicho listado figura la sociedad OBERMET, S.A. DE C.V. persona jurídica que actualmente está participando en calidad de ofertante en el proceso que gestiona esta dependencia a través de la Licitación Pública N° FSV-09/2011 "SERVICIOS DE AGENCIA DE PUBLICIDAD PARA EL FSV". Por lo anteriormente expuesto, le solicito me confirme por esta misma vía si la sociedad OBERMET, S.A. DE C.V., está incapacitada conforme el artículo 25 de la LACAP para ofertar y contratar por la extinción del contrato 19/2011 originado de la Licitación Pública 01/2011 "Servicios de Agencia de Publicitaria para diseño, producción e implementación de campañas de la Lotería Nacional de Beneficencia", por un período de 5 años a partir del 11 de noviembre de 2011 y si la fecha de la incapacidad vence el 10 de noviembre de 2016."



1453

El día 09 de enero de 2012, el Jefe UACI, remitió nota de respuesta Ref. UNAC-N-00011-2012, a la Comisión de Evaluación de Ofertas de este proceso de Licitación; relacionada con la confirmación sobre incapacidad para ofertar y contratar con la Administración Pública por parte de la Sociedad OBERMET, S.A. DE C.V.

Que en nota de respuesta Ref. UNAC-N-00011-2012, dirigida al Ingeniero Julio Tarcicio Rivas García, Jefe UACI, Fondo Social para la Vivienda; el Licenciado Carlos Humberto Oviedo Hernández, Jefe UNAC, manifiesta lo siguiente: "Atendiendo a la consulta que hiciera a través de nota de fecha 5 del presente mes, en la cual solicita se confirme la información publicada por esta Unidad en el sitio electrónico de compras públicas, específicamente en el listado de Incapaces para ofertar y contratar con las Instituciones del Estado, tengo a bien informarle que ciertamente, OBERMET, S.A. de C.V.; es incapaz para ofertar y contratar durante 5 años contados desde el 11/11/2011, hasta el 10/11/2016, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 25 LACAP, por haber sido sancionada con la extinción del contrato 19/2011, originado de la Licitación Pública 01/2011 denominada "Servicios de Agencia Publicitaria para diseño, producción e implementación de campañas de la Lotería Nacional de Beneficencia..."

La Comisión de Evaluación de Ofertas, concluida la evaluación y a lo anteriormente relacionado **RECOMIENDA, DECLARAR DESIERTA** por primera vez, la Licitación Pública N°. **FSV-09/2011 "SERVICIOS DE AGENCIA DE PUBLICIDAD PARA EL FSV"**; ya que la Sociedad Obermet, S.A. de C.V. se encuentra incapacitada para ofertar y contratar, conforme al artículo veinticinco de la LACAP de acuerdo a confirmación de la UNAC.

Y no habiendo más que hacer constar se levanta la presente a las dieciséis horas y treinta minutos del día diez de enero de dos mil doce.

LICDA. SUSANA GUADALUPE VASQUEZ MENDEZ
JEFE EN FUNCIONES DE UNIDAD DE COMUNICACIONES
Y PUBLICIDAD

LIC. NOÉ BENJAMÍN MARTÍNEZ LARÍN
ASISTENTE DE GERENCIA



LICDA. TERESA MARGARITA BOJORQUEZ HERNÁNDEZ
COORDINADORA DE PUBLICIDAD

LICDA. MERCEDES ELIZABETH ORELLANA ARGUETA
TÉCNICO UACI

Asesora Legal de la formalidad del Proceso:

LICDA. CLERY XIOMARA ORTIZ
TÉCNICO ESPECIALISTA JURÍDICO UACI

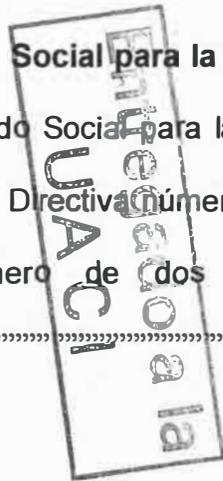
Versión 03

F-305-004

LICITACIÓN PÚBLICA N°. FSV-09/2011 "SERVICIOS DE AGENCIA DE PUBLICIDAD PARA EL FSV"



El Infrascrito **Gerente General del Fondo Social para la Vivienda** de conformidad con el Artículo Setenta y Dos de la Ley del Fondo Social para la Vivienda **CERTIFICA:** Que el Punto VII) del Acta de la Sesión de Junta Directiva Número JD-CERO CERO OCHO/DOS MIL DOCE de fecha doce de enero de dos mil doce literalmente dice:



.....

[A large diagonal line is drawn across the page, likely indicating a signature or cancellation.]

“VII) INFORME SOBRE LICITACION PUBLICA N° FSV-09/2011 “SERVICIOS DE AGENCIA DE PUBLICIDAD PARA EL FSV”. El Presidente y Director Ejecutivo informó a Junta Directiva sobre el desarrollo de la LICITACION PUBLICA N° FSV-09/2011 “SERVICIOS DE AGENCIA DE PUBLICIDAD PARA EL FSV”. Para efectuar la presentación invitó a la Licenciada Susana Vásquez, Jefe de la Unidad de Comunicaciones y Publicidad y al Ingeniero Julio Tarcicio Rivas García, Jefe de la Unidad de Adquisiciones y Contrataciones Institucional (UACI). Indicó la Licenciada Vásquez, que según el Punto V) del Acta de sesión de Junta Directiva N° JD-158/2011 del 7 de septiembre de 2011, fueron aprobadas las Bases de la presente Licitación. La Comisión de Evaluación de Ofertas estuvo integrada así: Licda. Susana Guadalupe Vásquez Méndez, Jefe en Funciones de Unidad de Comunicaciones y Publicidad, como solicitante del Servicio; Licda. Teresa Margarita Bojorquez Hernández, Coordinadora de Publicidad, como experta en la materia de que se trata la contratación; Lic. Noé Benjamín Martínez Larin, Asistente de Gerencia, como Analista Financiero y Licda. Mercedes Elizabeth Orellana Argueta, Técnico de la Unidad de Adquisiciones y Contrataciones Institucional, integrantes de la Comisión de Evaluación de Ofertas y Licda. Clery Xiomara Ortiz, Técnico Especialista Jurídico UACI, en Calidad de Asesora Legal de la formalidad del proceso. El anuncio para la adquisición de la Base de la Licitación Pública, se publicó en el sitio electrónico www.comprasal.gob.sv, en La Prensa Gráfica y El Diario de Hoy, el día veintiocho de septiembre de dos mil once, estableciendo para su descarga y obtención de las Bases de la Licitación Pública los días veintinueve y treinta de septiembre de dos mil once y tres de octubre de dos mil once. Retirando Bases directamente en la UACI las sociedades: Obermet, S.A. de C.V.; Lemusimun Publicidad, S.A. de C.V.; Máxima Publicidad, S.A. de C.V.; O&R Marketing Communications, S.A. de C.V. y América Publicidad, S.A. de C.V. Descargando Bases directamente del sitio electrónico www.comprasal.gob.sv la persona Carlos Roberto Rivas Hernández. Presentando Ofertas el día once de noviembre de dos mil once, los ofertantes siguientes: 1) Máxima Publicidad, S.A. de C.V.; 2) Obermet, S.A. de C.V. y 3) O&R Marketing Communications, S.A. de C.V. La Comisión de Evaluación de Ofertas, con base al Romano II REQUERIMIENTOS, Numeral 23. Aspectos Subsanables y No Subsanables de las Bases de la Licitación, requirió subsanar diferentes aspectos en las ofertas presentadas; y según consta en actas de subsanación, que forman parte del expediente de la Licitación, las sociedades: 1) Máxima Publicidad, S.A. de C.V.; 2) Obermet, S.A. de C.V. y 3) O&R Marketing Communications, S.A. de C.V., procedieron a subsanar de conformidad a lo solicitado, en el tiempo requerido. La Comisión de Evaluación de Ofertas, concluida la fase de subsanación procedió a analizar y evaluar las ofertas en su Capacidad Financiera de acuerdo a lo regulado en la página 15 de las Bases de Licitación, que establece: “Notas: 1) En la evaluación de la Capacidad Financiera se deberá alcanzar la ponderación mínima en cada uno de los sub-items, equivalente a 5 puntos para considerar elegible dicha oferta y continuar con la evaluación técnica.”, de las ofertas presentadas por: 1) Máxima Publicidad, S.A. de C.V.; 2) Obermet, S.A. de C.V. y 3) O&R Marketing Communications, S.A. de C.V.; obteniéndose los resultados expuestos en el documento anexo. La Comisión de Evaluación de Ofertas, concluida la evaluación en su Capacidad Financiera de las ofertas procedió a realizar la evaluación en sus Aspectos Técnicos de acuerdo a lo establecido en el anexo N° 11 (páginas 51-59) de las bases de Licitación, de las siguientes ofertas: 1) Máxima Publicidad, S.A. de C.V.; 2) Obermet, S.A. de C.V. y 3) O&R Marketing Communications, S.A. de C.V.; obteniéndose los comentarios y resultados siguientes:

1. MAXIMA PUBLICIDAD, S.A. DE C.V.

| CUADRO DE EVALUACIÓN: | Ponderación máxima a obtener | MÁXIMA PUBLICIDAD S.A DE C.V. |
|---|-------------------------------------|--------------------------------------|
| A. Experiencia de la Agencia de Publicidad | 10.00 | 10.00 |
| B. Personal especializado que será designado para ejecutar el servicio de Publicidad, estructura administrativa y alianzas internacionales. | 10.00 | 9.50 |

| | | |
|---|--------------|--------------|
| C. Plan de medios de Comunicación | 16.00 | 10.00 |
| D. Catálogo de Inversión. | 10.00 | 10.00 |
| E. Presentación de referencia de Campaña publicitaria ejecutada | 12.00 | 12.00 |
| F. Presentación de propuestas de Campañas para el FSV | 22.00 | 9.00 |
| Total | 80.00 | 60.50 |

Cumple de forma completa lo requerido en cuanto los factores, A, D y E, referentes a la experiencia de la Agencia de Publicidad, el Catálogo de Inversión y Presentación de Referencia de Campaña Publicitaria ejecutada, respectivamente. Máxima ponderación alcanzable.

Sobre el factor B. Presenta amplia y detallada información sobre la cantidad y calidad del personal que la agencia destinará para la ejecución del servicio objeto de esta licitación, tal como se solicita en el literal b, de los Aspectos Administrativos; no obstante, en lo referente a la ejecutiva de cuenta (Astrid Adilia Moreno de Rivera), el tiempo de experiencia es de 9 años, cuyo puntaje de acuerdo a los Lineamientos para evaluación de Oferta Técnica cuadro B.1 es de 1.5 puntos, al entrar en el rango de "Mayor de 3 años y hasta 9 años de experiencia". En este literal alcanza 9.5 puntos

| B.1 ESPECIALISTA | De 1 a 3 años de experiencia(1 puntos) | Mayor de 3 y hasta 9 años de experiencia(1.5 puntos) | Mayor a 9 años de experiencia(2 puntos) | Máxima Publicidad S.A de C.V. |
|---------------------|--|--|---|-------------------------------|
| Encargado de cuenta | | | | 2 |
| Ejecutivo de cuenta | | | | 1.5 |
| Ejecutivo de medios | | | | 2 |
| Director Creativo | | | | 2 |
| | | | | 7.5 |

| B.2 | CONCEPTO | PUNTAJE | Máxima Publicidad S.A de C.V. |
|-----|--|---------|-------------------------------|
| | Presentación de información sobre Estructura Administrativa. | 1 | 1 |

| B.3 | CONCEPTO | PUNTAJE | Máxima Publicidad S.A de C.V. |
|--------------|--|---------|-------------------------------|
| | Posee alianzas internacionales con Agencias de Publicidad | 1 | 1 |
| | No posee alianzas internacionales con Agencias de Publicidad | 0.50 | |
| TOTAL | | | 9.5 |

Factor C: Plan de Medios de Comunicación

De acuerdo a lo requerido en los aspectos administrativos, literal d) el plan de medios debe ser congruente con el **objetivo de las campañas**. El objetivo de la campaña que detallan en la propuesta de campaña página 290, "Dar a conocer la posibilidad que tienen los salvadoreños que viven en el exterior de acceder al financiamiento del FSV" no es congruente con el plan de medios que presenta en su oferta en el literal d.d.2, porque solo incluyen 2 medios impresos en Estados Unidos con solo **7 pautas**, 3 publicaciones en 2 revistas y 3 banners web. Con este alcance de medios que presentan no existiría el impacto necesario para la difusión del mensaje que se propone trasladar a los salvadoreños que residen en el exterior (público meta), tal como se señala en el literal G) Necesidades de Comunicación del FSV, página 44 de las bases de licitación, que detalla la necesidad de "relanzar un nuevo concepto de servicio y beneficio a los salvadoreños en el

exterior". Los medios propuestos, orientados al público de salvadoreños en Estados Unidos (2 periódicos, uno en Washington y uno en Los Ángeles, así como las revistas Explorer Abordo y Centro Deportivo, y dos de las páginas web que proponen) no cumplen con los criterios para el alcance necesario, de acuerdo a lo solicitado. De igual manera, no se propone el uso de medios como la radio y televisión ni programas locales con transmisión en ciudades en las que radican salvadoreños en el exterior, con audiencia cautivas de compatriotas. Los lineamientos para evaluación de las ofertas, factor C, cuadro C1. Detallan que si la propuesta de medios está "en congruencia con el público meta de cada campaña" obtiene una evaluación de 10, pero si alguna de las campañas solicitadas, "Propone utilización de medios masivos genéricos y solo de carácter nacional", obtiene un puntaje de 5. En referencia al plan de medios que presenta la sociedad en su oferta en el literal d.d.1, al relacionarlo con el anexo 7 de las bases de licitación, página 42, se detalla el listado de proyectos del sector público que se promoverán dentro del Programa Casa para Todos: Nuevo Belén, Procavia, Santa Lucía, Los Manantiales, cuya ubicación no es en San Salvador, por lo que el público objetivo está principalmente en el interior del país. No obstante, el Plan de medios que presenta la sociedad para la Campaña de Vivienda Nueva construida por FONAVIPO, propone principalmente medios masivos y solo 2 televisoras locales y 4 radios departamentales. Por lo tanto, la Sociedad Máxima Publicidad S.A. de C.V. obtiene 5 puntos en este factor. En cuanto al Factor C.2, el plan de medios contempla acciones de comunicación directa, pero no detalla los elementos innovadores de activación como se requiere "dentro de los planes de medios, por cada campaña solicitada". Además, no se han considerado en el plan de medios general detallado en la oferta económica de las campañas. Los gráficos de distribución de medios, señalan un 1% al Acción Marketing, pero no especifican en los cuadros de detalle en qué consisten, ni su frecuencia, duración y monto de inversión, por lo que logra el puntaje mínimo de 5 puntos en este factor. En cuanto al Publicity, requiriendo sí presenta amplio detalle de las acciones y el apoyo que se brindaría en este aspecto, llegando en este factor a 10 de los 16 puntos ponderados.

| C.1 | CONCEPTO | PUNTAJE | Máxima Publicidad S.A de C.V |
|-----|--|---------|------------------------------|
| | Propone utilización del Medios masivo y alternos nacionales, locales ó internacionales en congruencia con el público meta de cada campaña (prensa escrita, medios televisivos, medios radiofónico y así como medios alternos.), por cada campaña solicitada. | 10 | |
| | Propone utilización de Medios masivos genéricos y solo de carácter nacional (prensa escrita, medios televisivos, medios radiofónicos y así como medios alternos), en alguna de las campañas solicitadas. | 5 | 5 |

| C.2 | CONCEPTO | PUNTAJE | Máxima Publicidad S.A de C.V |
|--------------|---|---------|------------------------------|
| | Propone acciones de comunicación directa (flyers, volanteo, activaciones, mupis, vallas, centros comerciales) y elementos innovadores de activación , dentro de los planes de medios, por cada campaña solicitada. | 6 | |
| | Plan de medios con espacios noticiosos, de opinión o comerciales gestionados de forma gratuita a partir de la inversión a realizar (Publicity) | 5 | 5 |
| TOTAL | | | 10 |

Factor F: Presentación de propuesta de campaña para el FSV

Máxima Publicidad, S.A. de C.V. presenta propuestas de campaña de acuerdo a lo requerido, con su objetivo, plan de acción y calendarización, descripción de estrategia y tácticas y los respectivos bocetos para prensa, guión, story board y versión web. No obstante de acuerdo a los lineamientos de evaluación, las propuestas de campañas deberán ser congruentes con lo establecido en los anexos N°6 y 7 de las bases de licitación. En los lineamientos de evaluación (pág. 58) se detalla que: **“La presentación del factor F.1 debe ser congruente con lo establecido con los anexos 6 y 7”**. Y **“Para ponderar lo relacionado a los bocetos, el ofertante deberá presentar bocetos por cada campaña y estos deberán ser congruentes con el objetivo de campaña, reflejar el objetivo del público meta y lo especificado por cada campaña de acuerdo a los anexos 6 y 7 de las bases de licitación”**. No obstante, los bocetos para la campaña de Vivienda Nueva, no son congruentes con lo especificado en el anexo 7 páginas 43 y 44 de las bases de licitación.

- 1) **Literal F. Objetivos Publicitarios del FSV:** “posicionamiento de las nuevas condiciones de financiamiento para compra de vivienda nueva en el marco de casa para todos, junto con la promoción de los proyectos de vivienda nueva con calificación financiera del FSV”. Los bocetos de la campaña para la promoción de las mejoras de condiciones para la adquisición de vivienda nueva, posicionan en realce, los montos de financiamiento dentro del programa, en lugar de destacar lo de mayor importancia que son las tasas de interés para este programa y las cuotas bajas.

Lo contenido en los bocetos afectarían a los objetivos alcanzados con la campaña del FSV en el 2010, en el que se posicionó el monto máximo de financiamiento del FSV de hasta \$75,000.00 y **generaría confusión en la población** o denotarían un retroceso, lo que no es congruente con el objetivo que se detalló de **posicionar las nuevas condiciones de financiamiento**, (tasa más baja y cuotas más bajas) y que no se dejarían de lado los demás proyectos de vivienda nueva que cuentan con calificación financiera del FSV (los de arriba de \$28,500.00).

Las propuestas de la campaña de vivienda nueva demuestran una confusión en cuanto a lo detallado en el anexo 7, del Brief, en las páginas 40 y 41 de las bases, en donde se especifica que dentro del Programa Casa para Todos, los montos de financiamiento para proyectos de FONAVIPO y proyectos privados es de hasta \$28,500.00, sin embargo, la Sociedad Máxima Publicidad, S.A de C.V. segmenta el financiamiento de hasta \$20,000.00 para proyectos de FONAVIPO y hasta \$28,500.00 para proyectos privados, causando mayor confusión en cuanto a los montos de financiamiento y condiciones que el FSV ofrece para este Programa.

- 2) **Literal G: Necesidades de Comunicación del FSV:** “relanzar un nuevo concepto de servicio en beneficio a los salvadoreños en el exterior, a través del proyecto de brockers que se impulsará en los principales estados de Estados Unidos a fin de facilitar la orientación y el trámite de los créditos desde el exterior”. Los bocetos de la campaña para salvadoreños en el exterior se quedan con el mismo mensaje posicionado en la campaña de 2010, anunciando las posibilidades de comprar casa en El Salvador, con financiamientos de hasta \$75,000.00, cuando lo requerido para esta nueva campaña es anunciar el acercamiento a los salvadoreños en el exterior y la posibilidad de tramitar sus créditos desde donde están (exterior) ese mensaje principal queda relegado, a dos párrafos al pie de los bocetos, dos tomas en el spot. Y no es lo medular de la campaña propuesta.
- 3) **ANEXO 6, Página 32 de las bases:** Se especifica claramente en los numerales 6, literal a) y 8 literal b) de las notas: “Posicionar y promover la imagen de la institución y sus objetivos logrando mayor acercamiento con los usuarios finales y evitando su confusión con otras entidades relacionadas al tema de vivienda...”, tal como se detalla también en el anexo 7, página 39 de las bases, ya que ha sido un problema para la Institución su confusión con instituciones como FONAVIPO, que si bien se relacionan en el rubro de

vivienda, son dos conceptos de financiamiento diferentes y se detalló que es algo que se necesita evitar. No obstante, los bocetos para vivienda nueva construida por el Estado, riñen con lo solicitado, ya que colocan en posición principal (a la derecha punto de atención visual principal) el logo de FONAVIPO y relega el logo del FSV al ángulo inferior izquierdo, que es el punto muerto en referencia a la ubicación visual en el espacio.

- 4) Ambos aspectos se refuerzan en la página 45 de las referidas bases: **Literal G: Necesidades de Comunicación del FSV:** "...debe considerarse la proyección de la nueva imagen institucional, eliminando percepciones equivocadas sobre el quehacer del FSV, de que vende casas y/o asociarlo con otras empresas, así como eliminar conceptos erróneos como que el FSV solo financia proyectos populares, ya que el Fondo Social ha aumentado sus montos de financiamiento hasta \$75 mil dólares...".

Debido a esto, el puntaje para Bocetos para prensa, guiones para radio, story board para TV y web, no logra los 4 puntos requeridos, por lo tanto no alcanza el puntaje mínimo de 13, por lo que no se continuará evaluando, tal como se detalla en los lineamientos de evaluación de la oferta técnica, factor F.1, página 58 de las Bases de Licitación.

| F. 1 | CONCEPTO DE PROPUESTA DE CAMPAÑA | PUNTAJE | Máxima Publicidad S.A de C.V |
|------|--|---------|------------------------------|
| | Objetivo de Campaña | 2 | 2 |
| | Plan de acción y calendarización de campañas, de acuerdo a lo requerido. | 4 | 4 |
| | Descripción de la Estrategia y tácticas | 3 | 3 |
| | Bocetos para Prensa, Guiones para Radio y Story board para TV, web. | 4 | |
| | TOTAL | | 9 |

Debido a lo anterior la Sociedad Máxima Publicidad, S.A. de C.V. alcanza un porcentaje de calificación de 60.50% en la oferta técnica, sin embargo, no se continuará evaluando al no obtener los 13 puntos mínimos requeridos en el Factor F.1, página 58 de las bases, que establece: "Para el cuadro F.1 el puntaje mínimo es de 13 (TRECE), de lo contrario se le asignará 0 (cero) puntos, y no se continuará evaluando."

2. O & R MARKETING COMMUNICATIONS, S.A. DE C.V.

| CUADRO DE EVALUACIÓN: | Ponderación máxima a obtener | O&R MARKETING COMMUNICATIONS S.A. DE C.V. |
|---|------------------------------|---|
| A. Experiencia de la Agencia de Publicidad | 10.00 | 10.00 |
| B. Personal especializado que será designado para ejecutar el servicio de Publicidad, estructura administrativa y alianzas internacionales. | 10.00 | 1.50 |
| C. Plan de medios de Comunicación | 16.00 | 11.00 |
| D. Catálogo de Inversión. | 10.00 | 0.00 |
| E. Presentación de referencia de Campaña publicitaria ejecutada | 12.00 | <u>6.00</u> |
| F. Presentación de propuestas de Campañas para el FSV | <u>22.00</u> | 9.00 |
| Total | 80 | 37.50 |

FACTOR A: EXPERIENCIA DE LA AGENCIA DE PUBLICIDAD (10 PUNTOS): alcanza la mayor ponderación logrando obtener los 10 puntos como máximo.

FACTOR B.1: PERSONAL ESPECIALIZADO QUE SERÁ DESIGNADO PARA EJECUTAR EL SERVICIO DE PUBLICIDAD, ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA Y ALIANZAS INTERNACIONALES (10 PUNTOS).

La Sociedad O&R Marketing Communications S.A de C.V., cumple con tres de los numerales especificados en los lineamientos de evaluación, página 54 y 55, no obstante la sociedad no evidencia el trabajo realizado, tal como se solicita en el factor B) "...la acreditación de este personal especializado o idóneo se hará por medio de la presentación de hojas de vida correspondientes, que contendrán como mínimo la siguiente información: ... (4) evidencia del trabajo realizado" de la página 55 de las bases de licitación. Entre las respuestas a las consultas realizadas por los ofertantes, que se remitieron a todos los participantes, se detallaba en la aclaración a la consulta Número 3, el tipo de evidencia del trabajo realizado que las sociedades podían presentar: "El trabajo realizado por el encargado y ejecutivo de cuentas puede evidenciarse a través de cartas de referencia de las empresas, organismos o instituciones en las que haya sido designado por la agencia, para atender la cuenta de publicidad. En el caso de Ejecutivo de medios, pueden ser notas de acuerdos ó negociaciones que el ejecutivo haya realizado con determinados medios para determinadas campañas, un plan de medios propuesto y ejecutado por el ejecutivo de medios ó carta de referencia de medios de comunicación que hagan constar la relación laboral para la ejecución de determinada campaña". No obstante, la Sociedad O&R Marketing Communications S.A. de C.V. no presenta lo requerido, por lo que no se le evalúa en este Factor.

| B.1 ESPECIALISTA | De 1 a 3 años de experiencia(1 puntos) | Mayor de 3 y hasta 9 años de experiencia(1.5 puntos) | Mayor a 9 años de experiencia(2 puntos) | O&R MARKETING COMUNICATIONS S.A. DE C.V. |
|---------------------|--|--|---|--|
| Encargado de cuenta | | | | -- |
| Ejecutivo de cuenta | | | | -- |
| Ejecutivo de medios | | | | -- |
| Director Creativo | | | | -- |
| | | | | -- |

Con respecto al factor B.2 presenta información sobre estructura administrativa por lo que obtiene 1 punto. En cuanto al factor B.3 es necesario señalar que de acuerdo al literal f) de los Aspectos Administrativos, Pág. 11 de las bases, la agencia debía presentar carta expresando si posee o no alianza con agencias internacionales y, si las posee, detallar pruebas de ello. No obstante, la Sociedad O & R Marketing Communications S.A de C.V. presentó una carta firmada por su representante legal y no por la entidad regional que dé fe o garantice que sí tienen alianzas con agencias internacionales; al no detallar pruebas sobre alianzas en este factor, se le asignó 0.50 de puntaje.

| B.2 | CONCEPTO | PUNTAJE | O&R MARKETING COMUNICATIONS S.A. DE C.V. |
|-----|--|---------|--|
| | Presentación de información sobre Estructura Administrativa. | 1 | 1 |
| B.3 | CONCEPTO | PUNTAJE | O&R MARKETING COMUNICATIONS S.A. DE C.V. |
| | Posee alianzas internacionales con Agencias de Publicidad | 1 | |

| | | |
|--|------|-------------|
| No posee alianzas internacionales con Agencias de Publicidad | 0.50 | 0.50 |
| TOTAL | | 1.50 |

En este factor la Sociedad O&R Marketing Communications, S.A. de C.V.; obtiene 1.50 puntos.

FACTOR C: PLAN DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN (16 PUNTOS)

Se ha evaluado que la nómina de medios de comunicación (mix de medios) que utilizará la Sociedad O & R Marketing Communications S.A. de C.V. no tendrá la efectividad esperada de acuerdo a los objetivos de campaña requeridos en los aspectos administrativos, literal d), Pág. 11 de las bases de licitación, ya que proponen la utilización de pocas radios y pocos anuncios en periódicos con una medida poco visible y que no están acordes al target de las campañas a desarrollar, por lo que el nivel de recordación que éstas tendrían sería muy bajo, específicamente en el caso de la campaña de vivienda nueva. En general, la propuesta de inversión de este ofertante causa confusión al compararla con los planes de campañas propuestos, ya que no quedan claros los medios y los montos que el ofertante invertirá finalmente por cada campaña, de acuerdo al anexo 8 de las citadas bases. Siempre en referencia a la Campaña para promover la vivienda nueva, los medios alternativos (OOH) que proponen es reducido hay bajo número de traseras de buses y gigantografías, que son más efectivas para el público meta. En cuanto al objetivo de la campaña para promover el financiamiento habitacional a salvadoreños en el exterior, con orientación nacional e internacional si bien proponen en radio el patrocinio para algunos programas con audiencia en el exterior, hacen uso de muy pocos medios en su plan: un solo periódico digital y el periódico de Los Ángeles Día a Día, en donde solo proponen 8 anuncios para toda la campaña, lo cual no cumple el objetivo en lo relacionado a utilización de medios en el exterior, tampoco proponen la utilización de medios locales en televisión en Santa Ana y San Miguel, ni programas con transmisión en televisores de Estados Unidos, como se señala en el literal C) Alcance demográfico, página 33 de las bases, en donde se solicita promover el financiamiento en las ciudades en donde radican salvadoreños en el exterior. Por ello, se considera que en el mix de medios propuesto no existiría el impacto necesario para la difusión del mensaje que se busca trasladar a los salvadoreños que residen en el exterior (público meta), tal como se detalla en la página 44 del anexo 7 de las bases, literal G) Necesidades de comunicación del FSV que detalla que es necesario "...relanzar un nuevo concepto de servicio y beneficio... a fin de facilitar la orientación y el trámite de créditos desde el Exterior". Se debe destacar que para la campaña institucional, la Sociedad O & R Marketing Communications, S.A. de C.V. solo establece un mix de medios de e- mailing, prensa y radio, cuando por ser servicios innovadores los que se promoverán se necesita que se coloque en todos los medios posibles, incluso en outdoors, de lo contrario no se conocerán los nuevos servicios que brinda el FSV y que lo pone a la vanguardia de las instituciones del Estado y se reconoce como una institución moderna, uno de los objetivos que se persiguen con esta licitación, de acuerdo a lo especificado en la página 33, anexo 6, numeral 3. Campañas, A) Cómo esperamos que nos recuerden nuestros usuarios, que detalla que se espera que nos recuerden como una institución moderna, cercana a las necesidades de los trabajadores salvadoreños y enfocada en la mejora continua de sus servicios hacia la población salvadoreña. Es así como en este factor de los lineamientos para evaluar las ofertas, C.1. se califica con 10 puntos cuando las propuestas de medios están en congruencia con el público meta de cada campaña por lo que la poca utilización de medios dirigidos al público solicitado de parte de esta agencia, hace que solo obtenga de calificación 5 puntos, pues los medios propuestos no lograrían el impacto esperado; ya que el uso de medios nacionales, locales e internacionales es muy reducido y, por consiguiente, con poco nivel de recordación.

El puntaje se establece de la siguiente manera:

| C.1 | CONCEPTO | PUNTAJE | O&R MARKETING COMUNICATIONS S.A. DE C.V. |
|-----|--|---------|--|
| | Propone utilización del Medios masivo y alternos nacionales, locales ó internacionales en congruencia con el público meta de cada campaña (prensa escrita, medios televisivos, medios radiofónico y así como medios alternos.), por cada campaña solicitada. | 10 | |
| | Propone utilización de Medios masivos genéricos y solo de carácter nacional (prensa escrita, medios televisivos, medios radiofónicos y así como medios alternos), en alguna de las campañas solicitadas. | 5 | 5 |

| C.2 | CONCEPTO | PUNTAJE | O&R MARKETING COMUNICATIONS S.A. DE C.V. |
|--------------|---|---------|--|
| | Propone acciones de comunicación directa (flyers, volanteo, activaciones, mupis, vallas, centros comerciales) y elementos innovadores de activación , dentro de los planes de medios, por cada campaña solicitada. | 6 | 6 |
| | Plan de medios con espacios noticiosos, de opinión o comerciales gestionados de forma gratuita a partir de la inversión a realizar (Publicity) | 5 | |
| TOTAL | | | 11 |

En FACTOR C.2: Propone acciones de comunicación directa y elementos innovadores de activación razón por la cual se le ponderó con 6 puntos.

En cuanto al Plan de medios con espacios noticiosos, de opinión o comerciales, gestionados de forma gratuita a partir de la inversión a realizar (Nota No. 4, de la oferta técnica, Pág. 32 de las bases), esta sociedad no da cumplimiento a lo requerido pues le pone un costo mensual de \$2,000.00 y además en la Pág. 32 de las bases, literal d), numeral 8 de las especificaciones requeridas en las bases de licitación, se refuerza solicitando realizar el apoyo para "atender la parte institucional convocando a coberturas de eventos institucionales, gestión de espacios noticiosos, en apoyo a la estrategia de comunicación y publicidad de la institución, mientras que la sociedad lo presenta con un costo en el plan de inversión. De los 16 puntos como ponderación máxima en este factor, esta sociedad obtiene 11 puntos.

FACTOR D: CATÁLOGO DE INVERSIÓN (10 PUNTOS)

Se ha evaluado que la Sociedad O & R Marketing Communications S.A. de C.V. incumple lo solicitado en este factor, **ya que no presentó el catálogo de inversión** de las que presenta como dos de sus campañas más exitosas, información que se consideraba imprescindible, de acuerdo a lo requerido en el literal e) de los aspectos administrativos, página 11 de las bases de licitación donde se requiere que: "Dicho catálogo deberá incluir información imprescindible como la siguiente: montos invertidos, diferentes medios utilizados para la difusión de las campañas, tiempo de ejecución, y resultados obtenidos de las mismas". La Sociedad O&R Marketing Communications, S.A de C.V. presenta dos campañas una sobre Golden Light y la otra de Prado. En ambas detalla los objetivos, estrategia y resultados, pero no el monto invertido, el tiempo de ejecución, ni los medios utilizados.

| D.1 | CONCEPTO | PUNTAJE | O&R MARKETING COMUNICATIONS S.A. DE C.V. |
|-----|--|---------|--|
| | Presentación de Catálogo completo por cada campaña solicitada. | 10 | 0 |

1508

| | | |
|--------------|--|---|
| TOTAL | | 0 |
|--------------|--|---|

En este factor, la Sociedad O&R Marketing Communications, S.A de C.V. no obtiene puntos.

De acuerdo a lo establecido en la página 55 de las bases, para calificar en la evaluación técnica deberá alcanzar en este factor un puntaje de 10.

FACTOR E: PRESENTACIÓN DE REFERENCIA DE CAMPAÑA PUBLICITARIA EJECUTADA (12 PUNTOS):

La Sociedad O&R Marketing Communications, S.A de C.V. presenta carta de referencia conforme al anexo 12, en la que se les califica como excelente, con lo cual cumplen los primeros 6 puntos de este factor. Sin embargo, no cumple lo requerido en la página 11, literal G) en el que se señala: "...Además deberá adjuntar (1) los bocetos de dicha campaña, (2) plan de medios, (3) objetivos propuestos y (4) impacto logrado". Por ello, no alcanza los 6 puntos del factor E.2, pues no presentó el plan de medios.

| E.1 | EVALUACIÓN DE CAMPAÑA PUBLICITARIA EJECUTADA | PUNTAJE | O&R MARKETING COMMUNICATIONS S.A. DE C.V. |
|------------|---|----------------|--|
| | Si en la referencia de la Institución expresan que la Campaña ejecutada por la Agencia de Publicidad ha sido evaluada como Excelente. | 6 | 6 |
| | Si en la referencia de la Institución expresan que la Campaña ejecutada por la Agencia de Publicidad ha sido evaluada como Muy Buena. | 5 | |
| | Si en la referencia de la Institución expresan que la Campaña ejecutada por la Agencia de Publicidad ha sido evaluada como Buena. | 4 | |

| E.2 | EVALUACIÓN DE CAMPAÑA PUBLICITARIA EJECUTADA | PUNTAJE | O&R MARKETING COMMUNICATIONS S.A. DE C.V. |
|------------|---|----------------|--|
| | Que el ofertante presente: (1) los bocetos de dicha campaña, (2) plan de medios, (3) objetivos propuestos y (4) el impacto logrado. | 6 | 0 |

| | | |
|--------------|--|---|
| TOTAL | | 6 |
|--------------|--|---|

Para calificar en la evaluación técnica deberá alcanzar en el factor E.1 un puntaje mínimo de 4 y en el factor E.2 un puntaje de 6.

En total la Sociedad obtiene 6 puntos en este factor E.

FACTOR F: PRESENTACIÓN DE PROPUESTAS DE CAMPAÑAS PARA EL FSV (22 PUNTOS)

La Sociedad O & R Marketing Communications S.A de C.V. presenta sus propuestas de campaña, de acuerdo a lo solicitado en estas bases (vivienda nueva, salvadoreños en el exterior y campaña Institucional en tres fases), así como los objetivos a alcanzar, el mix de medios a utilizar, el cronograma por campañas y la descripción de la estrategia (tácticas). De igual manera presentan los materiales gráficos solicitados en la oferta técnica (bocetos para prensa, guiones de cuñas, story boards para los spots y la versión para web y materiales para medios alternativos) y el presupuesto de producción. Según los lineamientos de evaluación técnica, las propuestas de campañas deberán obedecer a lo establecido en los anexos N°6 y 7 de las bases de licitación, debiendo cumplir con cada uno de los aspectos señalados en los cuadros F.1 y F.2. (pág. 58 de las bases). Debe señalarse que de acuerdo a lo que se señala en el Factor F de los lineamientos de evaluación, página 58 de las bases de licitación "Para ponderar lo relacionado a los bocetos, el

ofertante deberá presentar bocetos por cada campaña solicitada y estos deberán ser congruentes con el objetivo de campaña, reflejar el objetivo del público meta y lo especificado por cada campaña...". Sin embargo, los bocetos para la campaña de Vivienda Nueva, no son congruentes con lo especificado en el anexo 7 páginas 43 y 44 de las bases, objetivos publicitarios del FSV, ni con el anexo 6. Para el caso de la campaña para salvadoreños en el exterior, los bocetos que se presentan son iguales a los de vivienda nueva y no hace ninguna distinción más que agregarle "aunque vivas lejos de tu tierra", por ello se presenta el siguiente análisis: No existe congruencia entre la propuesta de la campaña de vivienda nueva y lo requerido, pues hay un bajo posicionamiento de las nuevas condiciones de financiamiento para compra de vivienda nueva, ya que hacen un solo anuncio para viviendas de hasta \$75,000.00 y las viviendas con precios de hasta \$28,500.00, que son del programa Casa para Todos. El material gráfico que presentan es todo igual para las diferentes campañas, lo que no permite diferenciar entre los públicos meta que se han planteado en las bases de licitación. Específicamente en referencia a la campaña de vivienda nueva, el anexo 6, número 3 Campañas, en el literal A, los numerales 7 y 10, existiendo una confusión de datos en las piezas gráficas, que no están conforme a lo especificado en dicho anexo. En general el material presentado para la campaña de vivienda nueva no posiciona lo nuevo del FSV, si no que se queda en los mismos términos de lo que ya se realizó en la campaña 2010. Lo que debió promocionarse son las mejoras en las condiciones para la adquisición de vivienda nueva, de acuerdo a lo especificado en el anexo 6, página 30 de las bases, numeral 1. **"Propuestas de Campaña de promoción y divulgación de las mejoras de condiciones de financiamiento para la adquisición de vivienda nueva, hacia dos segmentos..."**, es decir requería una comunicación segmentada no generalizada como la presenta dicha sociedad. En cuanto a la campaña para salvadoreños en el exterior, no existe diferenciación ni mensajes específicos con la campaña de vivienda nueva, pues el material gráfico es el mismo. Esto afecta al mensaje a transmitir, pues se maneja el mismo racional creativo para todas las campañas, no siendo congruente con su público objetivo y la sensación de repetición de un mismo material. Debe señalarse que en esta campaña no se promocionan los nuevos servicios que ofrece el FSV a los salvadoreños en el exterior, de acuerdo a lo requerido en los anexos 6 numeral 2 página 30 de las bases y anexo 7, página 44, literal g) necesidades de comunicación. En cuanto a la campaña institucional a desarrollar en tres fases, la Sociedad O & R Marketing Communications S.A. de C.V. si bien menciona la solicitud de realizar un Diagnóstico de Comunicación interna y externa, no lo desarrolla, solo presenta la propuesta de un estudio de imagen externa, numeral 5) de las notas de las especificaciones pág. 32 de las bases. El concepto de esta campaña institucional no es congruente con los objetivos de campaña, ni se orienta al público objetivo tal como se requería en los lineamientos de evaluación, y en las especificaciones de los anexos 6 y 7, página 45 de las bases, literal G) necesidades de comunicación del FSV, en la que se detalla que se requiere proyectar una imagen innovadora, sensibilizar a las familias sobre la importancia de la vivienda como inversión, ni en la proyección de una nueva imagen institucional. De acuerdo al anexo 6, página 31, se solicitó una campaña institucional en tres fases, entre ellas, Lanzamiento de servicios en línea y call center e instalación de Oficina de Información y Respuesta (OIR), pero en los materiales gráficos que presenta en referencia a esta campaña no se menciona la OIR y en el arte de servicios en línea no destaca el call center. En general, la campaña propuesta por la sociedad evaluada no cumple con lo requerido en los anexos 6 y 7, tanto por su bajo uso de medios de impacto masivo para temas que son de importancia institucional, evitando que se muestre un FSV moderno y en constante mejora de sus servicios, como por la incongruencia entre lo solicitado y la conceptualización en sus bocetos tal como se ha explicado, **por lo que no alcanza los 13 puntos requeridos para continuar con su evaluación**, de acuerdo a lo establecido en las bases, página 58 que establece: "Para el cuadro F.1 el puntaje mínimo es de 13 (TRECE), de lo contrario se le asignará cero (0) puntos y no se continuará evaluando.

| | | | |
|------|----------------------------------|---------|--------------------------------|
| F. 1 | CONCEPTO DE PROPUESTA DE CAMPAÑA | PUNTAJE | O&R MARKETING COMUNICATIONS |
|------|----------------------------------|---------|--------------------------------|

| | | S.A. DE C.V. |
|--|---|--------------|
| Objetivo de Campaña | 2 | 2 |
| Plan de acción y calendarización de campañas, de acuerdo a lo requerido. | 4 | 4 |
| Descripción de la Estrategia y tácticas | 3 | 3 |
| Bocetos para Prensa, Guiones para Radio y Story board para TV, web. | 4 | |
| TOTAL | | 9 |

De ahí que de los 22 puntos como ponderación máxima a obtener en el factor F, la Sociedad O & R Marketing Communications S.A de C.V. obtuvo 9 puntos, por lo que no se continúa evaluando al no obtener los 13 puntos requeridos en el Factor F.1. En el puntaje general esta sociedad obtiene **37.50 puntos**, con lo cual no cumple los 60.5 puntos necesarios para la evaluación técnica de acuerdo a lo especificado en el factor F, página 58: **“Se considerarán clasificadas técnicamente...todas aquellas personas que obtengan ponderación mínima en cada uno de los sub-factores, lo que corresponde al 60.50 en la evaluación técnica”.**

3. **OBERMET, S.A. DE C.V.**

| CUADRO DE EVALUACIÓN: | Ponderación máxima a obtener | OBERMET S.A DE C.V. |
|---|------------------------------|----------------------------|
| A. Experiencia de la Agencia de Publicidad | 10.00 | 10.00 |
| B. Personal especializado que será designado para ejecutar el servicio de Publicidad, estructura administrativa y alianzas internacionales. | 10.00 | 10.00 |
| C. Plan de medios de Comunicación | 16.00 | 10.00 |
| D. Catálogo de Inversión. | 10.00 | 10.00 |
| E. Presentación de referencia de Campaña publicitaria ejecutada | 12.00 | <u>12.00</u> |
| F. Presentación de propuestas de Campañas para el FSV | <u>22.00</u> | 22.00 |
| Total | 80.00 | 74.00 |

Cumple de forma completa lo requerido, en referencia a los factores A, B, D, E y F, alcanza la ponderación máxima a obtener, cumpliendo con lo especificado y requerido en las Generalidades y anexos 6 y 7.

Vale destacar dos aspectos en su oferta: demuestra calidad y profesionalismo al realizar una evaluación del contexto nacional en referencia a la misión de la Institución y proponer la inclusión en la estrategia del financiamiento para vivienda usada, en aras de la demanda habitacional del país.

También puede destacarse la confianza que refleja la evidencia de los factores D y E al presentar catálogos de inversión y referencias de campañas, con su respectivo estudio de medición de impacto, cumpliendo con todo lo requerido en los Aspectos Administrativos literal e), montos invertidos, medios utilizados, tiempo de ejecución y amplia evidencia certificada por un estudio externo sobre el resultado de las mismas.

Sobre el factor C:

Al evaluar la nómina de medios de comunicación que presenta la sociedad, en referencia a la campaña de Vivienda Nueva, se realiza poca asignación presupuestaria en medios locales, los cuales son necesarios para segmentar los mensajes dirigidos a promover los proyectos que el gobierno construye, principalmente en Santa Ana y San Miguel. En el

anexo 7 se detalló el listado de proyectos del sector público que se promoverán dentro del Programa Casa para Todos: Nuevo Belén, Procavia, Santa Lucía, Los Manantiales, ubicados fuera de San Salvador, por lo que su público objetivo está en el interior del país, lo que hace necesario que se incluyan en mayor presencia los medios locales, para que el plan de medios sea congruente con su público objetivo, enfocándose en las zonas en las que se desarrollan estos proyectos. En cuanto a la propuesta de radio, no hacen referencia al uso de radios noticiosas, en donde generalmente se pauta para posicionar los diferentes temas institucionales, debido a la audiencia que se capta.

Vale destacar en referencia a la campaña de financiamiento a salvadoreños en el exterior que son los únicos en presentar un plan de medios que incluye medios de Televisión en ciudades de salvadoreños en el exterior a las que se orientan los nuevos beneficios, además de medios escritos e incorpora la inversión en redes sociales. Si bien el alcance de medios internacionales no es suficiente, proponen programas de televisión nacional que tienen audiencias de salvadoreños en el exterior y que se retransmiten, en canales locales de Estados Unidos, llegando al público meta de esta campaña.

No obstante, al no llegar al público objetivo en una de sus propuestas de plan de medios (vivienda nueva), solo alcanza 5 puntos en el cuadro C.1 de los lineamientos de evaluación.

| C.1 | CONCEPTO | PUNTAJE | OBERMET S.A DE C.V. |
|-----|--|---------|---------------------|
| | Propone utilización del Medios masivo y alternos nacionales, locales ó internacionales en congruencia con el público meta de cada campaña (prensa escrita, medios televisivos, medios radiofónico y así como medios alternos.), por cada campaña solicitada. | 10 | |
| | Propone utilización de Medios masivos genéricos y solo de carácter nacional (prensa escrita, medios televisivos, medios radiofónicos y así como medios alternos), en alguna de las campañas solicitadas. | 5 | 5 |

| C.2 | CONCEPTO | PUNTAJE | OBERMET S.A DE C.V. |
|-------|---|---------|---------------------|
| | Propone acciones de comunicación directa (flyers, volanteo, activaciones, mupis, vallas, centros comerciales) y elementos innovadores de activación , dentro de los planes de medios, por cada campaña solicitada. | 6 | |
| | Plan de medios con espacios noticiosos, de opinión o comerciales gestionados de forma gratuita a partir de la inversión a realizar (Publicity) | 5 | 5 |
| TOTAL | | | 10 |

En cuanto al cuadro C.2, la sociedad OBERMET S.A. DE C.V. propone acciones de comunicación directa con una mayor asignación presupuestaria y presencia en outdoors. Sin embargo, los elementos innovadores que presentan, tales como la propuesta de OPEN HOUSE "CASA ABIERTA" en los proyectos que se promocionen, solo se menciona en el plan de campaña, pero no se define el costo de su inversión en el plan de medios, por lo que logra solo 5 puntos. Cabe señalar que las bases de licitación detallaban la necesidad de establecer este tipo de activaciones y elementos novedosos para un mayor impacto de las campañas. La Sociedad OBERMET S.A. DE C.V. menciona el manejo de un completo plan de relaciones públicas (pág. 32 de las bases, literal d), que incluye manejo de comunicación en crisis y manejo de imagen institucional, así como coberturas en medios, a través del publicity, por lo que logra un total de 10 puntos en referencia a este factor. De esta forma, la sociedad OBERMET S.A. DE C.V. alcanza 74.00% en la evaluación Técnica.

CUADRO RESUMEN DE EVALUACIÓN DE CAPACIDAD FINANCIERA Y ASPECTOS TÉCNICOS

| OFERTANTES | CAPACIDAD FINANCIERA (10.00%) | ASPECTOS TÉCNICOS (80.00%) | TOTAL |
|--|-------------------------------|----------------------------|--------|
| MÁXIMA PUBLICIDAD, S.A. DE C.V. | 8.25% | -- | -- |
| OBERMET, S.A. DE C.V. | 7.75% | 74.00% | 81.75% |
| O&R MARKETING COMMUNICATIONS, S.A. DE C.V. | 7.50% | -- | -- |

La Comisión de Evaluación de Ofertas, concluida la Evaluación en la Capacidad Financiera y en sus Aspectos Técnicos, **determinó no continuar evaluando económicamente** las ofertas presentadas por los ofertantes siguientes: 1) Máxima Publicidad, S.A. de C.V. y 2) O&R Marketing Communication, S.A. de C.V.; por las razones anteriormente citadas. Continuando con el proceso de Evaluación Económica por alcanzar y superar las condiciones mínimas establecidas en la Tabla de Criterios de Evaluación y en los lineamientos para evaluar la oferta técnica de las Bases de Licitación, la siguiente sociedad: Obermet, S.A. de C.V.; obteniéndose los resultados siguientes:

CUADRO RESUMEN DE EVALUACIÓN DE CAPACIDAD FINANCIERA ASPECTOS TÉCNICOS Y ECONÓMICA

| OFERTANTE | CAPACIDAD FINANCIERA (10.00%) | ASPECTOS TÉCNICOS (80.00%) | EVALUACIÓN ECONÓMICA (10.00%) | TOTAL |
|-----------------------|-------------------------------|----------------------------|-------------------------------|--------|
| OBERMET, S.A. DE C.V. | 7.75% | 74.00% | 10.00% (\$449,999.40) | 91.75% |

Concluida la evaluación de la Capacidad Financiera, Aspectos Técnicos y Económica de la oferta presentada por la Sociedad Obermet, S.A. de C.V.; la Comisión de Evaluación de Ofertas de este proceso de Licitación, recibió del Jefe UACI, memorándum con fecha 03 de enero de 2012, en la cual informó lo siguiente: "...Hago de su conocimiento para los efectos consiguientes, que he consultado el Listado de Incapacitados publicado en el sitio: www.comprasal.com.sv, en dicho listado figura la sociedad OBERMET, S.A. DE C.V. quien está participando en calidad de ofertante en el proceso de Licitación Pública N° FSV-09/2011 "SERVICIOS DE AGENCIA DE PUBLICIDAD PARA EL FSV". La sociedad OBERMET, S.A. DE C.V. según el listado antes mencionado, está incapacitada para ofertar y contratar por la extinción del contrato 19/2011 originado de la Licitación Pública 01/2011 "Servicios de Agencia de Publicitaria para diseño, producción e implementación de campañas de la Lotería Nacional de Beneficencia", por un período de 5 años a partir del 11 de noviembre de 2011 y la fecha de la incapacidad vence el 10 de noviembre de 2016. Para verificar la información anterior, esta Unidad solicitará a la UNAC confirme por escrito la información publicada en el sitio electrónico antes mencionado, por lo que solicito a ustedes proceder a recomendar lo correspondiente, una vez se haya recibido de la UNAC, la confirmación por escrito de esta información". Que con fecha 05 de enero de 2012, el Jefe UACI de esta Institución, envió nota al LICENCIADO CARLOS HUMBERTO OVIEDO HERNÁNDEZ, JEFE DE LA UNAC, solicitándole lo siguiente: "Sirva la presente para hacer llegar nuestro atento saludo, ocasión que aprovecho con todo respeto, para hacer de su conocimiento que he consultado el Listado de Incapacitados publicado en Comprasal, en dicho listado figura la sociedad OBERMET, S.A. DE C.V. persona jurídica que actualmente está participando en calidad de ofertante en el proceso que gestiona esta dependencia a través de la Licitación Pública N° FSV-09/2011 "SERVICIOS DE AGENCIA DE PUBLICIDAD PARA EL FSV". Por lo anteriormente expuesto, le solicito me confirme por esta misma vía si la sociedad OBERMET, S.A. DE C.V., está incapacitada conforme el artículo 25 de la

LACAP para ofertar y contratar por la extinción del contrato 19/2011 originado de la Licitación Pública 01/2011 "Servicios de Agencia de Publicitaria para diseño, producción e implementación de campañas de la Lotería Nacional de Beneficencia", por un período de 5 años a partir del 11 de noviembre de 2011 y si la fecha de la incapacidad vence el 10 de noviembre de 2016.". El día 09 de enero de 2012, el Jefe UACI, remitió nota de respuesta Ref. UNAC-N-00011-2012, a la Comisión de Evaluación de Ofertas de este proceso de Licitación; relacionada con la confirmación sobre incapacidad para ofertar y contratar con la Administración Pública por parte de la Sociedad OBERMET, S.A. DE C.V. Que en nota de respuesta Ref. UNAC-N-00011-2012, dirigida al Ingeniero Julio Tarcicio Rivas García, Jefe UACI, Fondo Social para la Vivienda; el Licenciado Carlos Humberto Oviedo Hernández, Jefe UNAC, manifiesta lo siguiente: "Atendiendo a la consulta que hiciera a través de nota de fecha 5 del presente mes, en la cual solicita se confirme la información publicada por esta Unidad en el sitio electrónico de compras públicas, específicamente en el listado de Incapaces para ofertar y contratar con las Instituciones del Estado, tengo a bien informarle que ciertamente, OBERMET, S.A. de C.V.; es incapaz para ofertar y contratar durante 5 años contados desde el 11/11/2011, hasta el 10/11/2016, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 25 LACAP, por haber sido sancionada con la extinción del contrato 19/2011, originado de la Licitación Pública 01/2011 denominada "Servicios de Agencia Publicitaria para diseño, producción e implementación de campañas de la Lotería Nacional de Beneficencia...". La Comisión de Evaluación de Ofertas, concluida la evaluación y a lo anteriormente relacionado recomienda, DECLARAR DESIERTA por primera vez, la Licitación Pública N°. FSV-09/2011 "SERVICIOS DE AGENCIA DE PUBLICIDAD PARA EL FSV"; ya que la Sociedad Obermet, S.A. de C.V. se encuentra incapacitada para ofertar y contratar, conforme al artículo veinticinco de la LACAP de acuerdo a confirmación de la UNAC. Junta Directiva, con base en el dictamen de la Comisión de Evaluación de Ofertas, presentado por la Licenciada Susana Vasquez, Jefe de la Unidad de Comunicaciones y Publicidad y el Ingeniero Julio Tarcicio Rivas García, Jefe de la Unidad de Adquisiciones y Contrataciones Institucional (UACI), Junta Directiva por unanimidad **RESUELVE:**

- A) DECLARAR DESIERTA por primera vez, la Licitación Pública N°. FSV-09/2011 "SERVICIOS DE AGENCIA DE PUBLICIDAD PARA EL FSV".
- B) Comisionar a la Unidad de Adquisiciones y Contrataciones Institucional (UACI), para que notifique esta resolución mediante la certificación proveída por el Gerente General, de conformidad con el Artículo 72 de la Ley del Fondo Social para la Vivienda, de lo resuelto por esta dependencia, en relación a la Licitación Pública N°. FSV-09/2011 "SERVICIOS DE AGENCIA DE PUBLICIDAD PARA EL FSV".
- C) Este Punto se ratifica en esta misma sesión."



DESPACHO DE ABOGADOS LANS

NEMA: RECURSO DE REVISIÓN Licitación pública No FSV-09/2011



2:30 P.M. 23 - ENERO - 2012

Handwritten signature

HONORABLE JUNTA DIRECTIVA DEL FONDO SOCIAL PARA LA VIVIENDA (FSV).

Yo, OMAR ADALID FLORES MERCADO,

, portador de mi Documento Único de Identidad:

, y Número de Identificación Tributaria:

y sin ninguna inhabilidad para procurar de las que establece el Art. 67 del Código de Procesal Civil y Mercantil, vengo actuando como Apoderado General Judicial de la sociedad BERMET, SOCIEDAD ANÓNIMA DE CAPITAL VARIABLE que se abrevia OBERMET, S.A. DE C.V., sociedad Salvadoreña y de este domicilio con Numero de Identificación Tributaria: cero seiscientos catorce -ciento cuarenta mil ochocientos setenta y ocho – cero cero tres- cinco, del domicilio de San Salvador., calidad que compruebo anexando copia certificada por notario del poder general judicial otorgado a mi favor por el representante legal de dicha sociedad. A usted EXPONGO:

Que con fecha once de Noviembre de dos mil once se presento oferta por parte de mi representado para la licitación pública No FSV-09/2011 denominada: "Servicios de Agencia de Publicidad para FSV" librada por EL FONDO SOCIAL PARA LA VIVIENDA (FSV), siendo mi representada la única oferente, ya que después de las evaluaciones legal, financiera, aspectos técnicos y económicas, en la licitación, logró superar todas las respectivas etapas de la misma, debiendo dársele el trámite según el Art. 59 de la LACAP; que con el fin de adjudicarle la misma conforme a las condiciones requeridas en las bases de la licitación.

Resultando que de la revisión legal, mi representada aparecía en el sitio de internet COMPRASAL, sitio oficial de la Unidad Normativa de Adquisiciones y Contrataciones, apareciendo mi representada en el Banco de incapacitados por haber sido caducado un contrato con la Lotería Nacional de Beneficencia; razón por la cual, con fecha cinco de enero del año dos mil doce, el Jefe de la UACI del FSV, procedió a enviar una nota al licenciado Carlos Oviedo Hernández, jefe de la Unidad Nacional de Adquisiciones Y Contrataciones, a efecto que este fuese quien aclarase sobre la situación jurídica de mi presentada, ante lo cual dicho funcionario remitió nota de respuesta Ref. UNAC-N.00011-2012, Dirigida al Ingeniero Julio Tarsiso García Rivas, Jefe de la UACI DEL FSV, en lo cual en su libelo referente a la consulta hecha manifiesta:"..... Que la sociedad OBERMET S.A. DE C.V.. Es incapaz para ofertar y contratar durante 5 años contados a partir del 11/11/2011, hasta el 10/11/2016, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 25 LACAP.....". Razón por la cual la comisión evaluadora se adhiere al planteamiento legal propuesto, lo que sirve de basamento para dicha declaratoria de deserción.

Vertical stamp: LIC. OMAR ADALID FLORES MERCADO ABOGADO

1520

Al respecto y no estando conforme con dicho pronunciamiento, vengo a interponer con base en el Art. 76 y sig. De la LACAP Recurso de Revisión.

- **FUNDAMENTOS DE HECHO Y DE DERECHO:**

El presente recurso se fundamenta en el Art. 76 de la LACAP que reza "De toda resolución pronunciada en los procedimientos de contratación regulados por esta ley, que afectaren los derechos de los particulares, procederá el recurso de revisión, interpuesto en tiempo y forma." Lo que me habilita legalmente para la interposición del recurso de revisión en contra de la resolución dictada por la Junta Directiva del Fondo Social para la Vivienda.

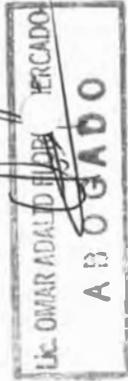
Es el caso que no me encuentro conforme con dicha resolución, puesto que vuestra digna autoridad en el acto que ahora impugno atendiendo a la información dada por la UNAC, respecto de que mi representada se encuentra dentro de los incapacitados para contratar conforme a lo prescrito por la LACAP en el art. 25 ordinal c) en cuanto a haber sido declarado culpable, por la extinción de cualquier contrato celebrado con alguna de las instituciones, durante los últimos cinco años contados a partir de la referida declaración. Respecto de la aseveración de dicho artículo cabe hacer varias consideraciones al respecto, que la comisión de alto nivel que conozca del presente recurso deberá tener en cuenta al respecto del mismo. Ciertamente, el hecho de incapacitar a una sociedad de poder contratar con la administración pública, es un acto que incide de manera desfavorable sobre la esfera jurídica de mi mandante. En un Estado de Derecho, no puede desde ninguna perspectiva aceptarse que un acto administrativo, máxime un acto desfavorable para el administrado, se lleve a cabo prescindiendo total y absolutamente de procedimiento, privando por ende al administrado de toda participación y posibilidad de defensa, como es el caso que nos ocupa y nos atañe, en tal sentido mi mandante ha sido incluida en una base de datos de incapacitados para contratar con la administración pública, basándose en actos de evidente ilegalidad los cuales a tal efecto han sido ya sometidos al control jurisdiccional, con la interposición de la respectiva demanda contenciosa administrativa, y dicha sala en resolución de fecha **cinco de diciembre del corriente año**, ha determinado haciendo uso de los principios de apariencia de buen derecho y de la posterior difícil reparación del daño, **SUSPENDER LOS EFECTOS DEL ACTO ADMINISTRATIVO**, en tal sentido es claro, que el acto dictado, aun no había adquirido la firmeza debida, y más aun que en vista la negativa por parte de la administración, a acatar la resolución emitida por la Sala de lo Contencioso Administrativo a las diez horas cincuenta minutos del día cinco de diciembre de dos mil once, por medio de la cual se admitió a trámite la demanda en contra del acto administrativo dictado por la Lotería Nacional de Beneficencia y se ordenó la suspensión provisional de la ejecución de los efectos del acto administrativo impugnado" y enumera; en el sentido que no se haga efectiva la ejecución y cobro de la garantía de cumplimiento de contrato, mientras dure la tramitación del proceso contencioso administrativo". Se presentó escrito a la Sala en referencia solicitando la interpretación de

la suspensión de la ejecución de los efectos del acto administrativo, resolviendo la Sala de lo Contencioso Administrativo, por auto de las once horas veinticinco minutos del diez de enero de dos mil doce, lo siguiente:

En lo pertinente, "f) Confirmase la medida cautelar decretada en auto de las diez horas cincuenta minutos del cinco de diciembre de dos mil once y además ampliase la misma, en el sentido que se suspendan todos los efectos positivos del acto impugnado: por lo que, **durante dicho período**, el acto adversado no podrá ser asentado en el Registro por Incumplimiento de Ofertantes y Contratistas que lleva la Lotería Nacional de Beneficencia y la Unidad Normativa de Adquisiciones y Contrataciones de la Administración Pública, adscrita al Ministerio de Hacienda."

En dicho literal la Sala de lo Contencioso Administrativo es clara y específica en cuanto a que confirma la medida cautelar, es decir que desde un principio que fue declarada debió entenderse en el sentido amplio de su terminología, pero para que la entidad Administrativa no le quepa duda de la magnitud de la medida cautelar, en la resolución, amplía la misma, en el sentido de que se suspendan todos los efectos positivos del acto reclamado; es de aclarar en este punto, que el pretender entender o interpretar de diferente manera la resolución o pretender interpretarla en el sentido de que la resolución anterior no decía "Suspéndase provisionalmente los efectos del acto administrativo impugnado", no es más que buscar una afectación directa a mi representada, máxime, cuando la misma Sala específica, que durante dicho período, el acto adversado no podrá ser asentado en el Registro por incumplimiento de Ofertantes y contratistas que lleva la Lotería Nacional de Beneficencia y la Unidad Normativa de Adquisiciones y Contrataciones de la Administración Pública, adscrita al Ministerio de Hacienda. En otras palabras, con base a lo solicitado y en razón de que la UNAC hizo caso omiso a la resolución de la Sala, ésta establece claramente que durante el período que se da desde la resolución **de las diez horas y cincuenta minutos del día cinco de diciembre de dos mil once** (único período mencionado) no se podrá asentar en la lista de incapacitados a mi representada; explicando, que el acto adversado no podrá ser asentado en el Registro..." Que se refiere al no asentamiento en el registro de incapacitados de la UNAC. Del anterior análisis podemos que la Sala es clara desde un principio al dictar la medida cautelar ordenando la suspensión como forma cautelar de protección que posee una finalidad concreta, manifestada bajo dos expresiones, la primera es que busca proteger la esfera jurídica del particular, manteniendo su estatus quo, lo que significa que la medida pretende la protección efectiva del sujeto, pero también buscando precaver que la eventual sentencia que debe proveerse como resolución definitiva del caso tenga efecto real y posible.

En ese sentido la suspensión provista por la Sala, que además fue reiterada debe ser entendida e interpretada, por la administración en el sentido más amplio de protección, sin pretender amparar la continuidad y afectación de la esfera jurídica del particular – que intenta protegerse con el dictado de la medida – bajo la falta de taxatividad de las expresiones con las que la medida es dictada. Así la administración debe aplicar la medida entendiendo también que la suspensión de los efectos del acto



debe entenderse implementada sobre los "efectos" del mismo sin tener como condición la formalidad de especificar todos los alcances posibles de la sentencia.

Ante todo este orden de ideas efectuado, es claro que la Comisión que conozca el presente recurso debe tener en cuenta la cronología de eventos que permiten a mi representada ser adjudicada en la presente licitación con fecha cinco de enero del año dos mil doce, el Jefe de la UACI del FSV, procedió a enviar una nota al licenciado Carlos Oviedo Hernández, jefe de la Unidad Nacional de Adquisiciones Y Contrataciones, a efecto que este fuese quien aclarase sobre la situación jurídica de mi presentada, ante lo cual dicho funcionario remitió nota de respuesta Ref. UNAC-N.00011-2012, Dirigida al Ingeniero Julio Tarsiso Garcia Rivas, Jefe de la UACI DEL FSV, en lo cual en su libelo referente a la consulta hecha manifiesta:"..... Que la sociedad OBERMET S.A. DE C.V.. Es incapaz para ofertar y contratar durante 5 años contados a partir del 11/11/2011, hasta el 10/11/2016, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 25 LACAP.....". Razón por la cual la comisión evaluadora se adhiere al planteamiento legal propuesto, lo que sirve de basamento para dicha declaratoria de deserción. PERO LA RESOLUCIÓN DE LA CORTE SUPREMA DE JUSTICA, A TRAVEZ DE LA SALA DE LO CONTENCIOSO ADMINISTRATIVO QUE CONFIRMÓ LA SUSPENSIÓN DE TODOS LOS EFECTOS DEL ACTO ADMINISTRATIVO, HA SIDO DICTADA CON FECHA DIEZ DE ENERO DEL AÑO DOS MIL DOCE, ES DECIR EL MISMO DÍA QUE el licenciado Carlos Oviedo Hernández, jefe de la Unidad Nacional de Adquisiciones Y Contrataciones remitió nota de respuesta Ref. UNAC-N.00011-2012, Dirigida al Ingeniero Julio Tarsiso Garcia Rivas, y la que manifestaba la incapacidad y posteriormente devino en la resolución dictada por Vuestra autoridad con fecha DOCE DE ENERO DEL AÑO DOS MIL DOCE, ante lo cual es claro que si con fecha CINCO DE DICIEMBRE DEL AÑO ANTERIOR, LOS EFECTOS YA HABÍAN SIDO SUSPENDIDOS Y EL DIEZ DE ENERO SE CONFIRMA ORDENANDO A LA UNAC SACAR DE LAS BASES DE DATOS DE INCAPACITADOS A MI MANDANTE, Y suspender todos los efectos, a dicha fecha, ante lo cual mi mandante, en la fecha que se dicto por parte de Vuestra Autoridad el punto VII) del acta de sesión de Junta Directiva numero JD-CERO CERO OCHO/ DOS MIL DOCE de fecha doce de enero de dos mil doce, en donde se notifica a mi representada que ha sido declarada no elegible en la licitación pública No FSV-09/2011 denominada: "Servicios de Agencia de Publicidad para FSV" librada por EL FONDO SOCIAL PARA LA VIVIENDA (FSV), por todo lo antes dicho, es incorrecta, y además no apegada a la ley. En consecuencia es evidente que la Sala ha ratificado y confirmado la medida cautelar y en esa frecuencia la Administración Pública debe resolver conforme a lo dicho por la Sala, debiendo revocarse punto VII) del acta de sesión de Junta Directiva numero JD-CERO CERO OCHO/ DOS MIL DOCE de fecha doce de enero de dos mil doce, en cuanto a declarar desierta la licitación Publica No FSV-09/2011, y adjudicarla a mi representada por cumplir con todos los requerimientos de ley, técnicos y en cumplimiento a las bases de la licitación publicada.

Por lo que con base a lo antes expuesto, a ustedes les **PIDO:**

-Admitirme el presente escrito.

-Tener de mi parte por interpuesto el recurso de Revisión con base al Art. 76 de la LACAP, en contra de la resolución por ustedes emitida con fecha doce de enero del año dos mil doce, en sesión de junta directiva No CERO CERO OCHO/DOS MIL DOCE, en la cual declaran desierta la licitación Publica No FSV-09/2011 denominada: "Servicios de Agencia de Publicidad para FSV" librada por EL FONDO SOCIAL PARA LA VIVIENDA (FSV)".

-Se revoque la resolución antes dicha y se pronuncie en el sentido de adjudicar a mi representada la licitación No FSV-09/2011 denominada: "Servicios de Agencia de Publicidad para FSV" librada por la Junta Directiva del FONDO SOCIAL PARA LA VIVIENDA (FSV)".-

Agrego copia certificada por notario de poder general Judicial otorgado a mi favor.

Señalo para recibir notificaciones las oficinas del despacho de abogados LANS, S.A. de C.V., ubicadas en 83ª Av. Norte # 420. Entre 5ª y 7ª Calle Poniente, Colonia Escalón, de San Salvador, y/o al telefax 25137002, y el correo electrónico: oflores@lansdespachodeabogados.com y comisiono para presentar o recibir cualquier tipo de documentación, constancia y notificación a favor de mi representada a los Licenciados VILMA DEL CARMEN AYALA SÁNCHEZ, Y JOSÉ OMAR PERAZA LÓPEZ.

En la ciudad de San Salvador, a los diecinueve días del mes de enero del año dos mil doce.


Lic. OMAR ADALID FLORES MERCADO
ABOGADO
LIC. OMAR ADALID FLORES
APODERADO DE LA SOCIEDAD
OBERMET, S.A. DE C.V.

FE: Que la firma que calza el anterior escrito y que se lee " O.A.C." es auténtica por haber sido reconocida a mi presencia como suya por el licenciado **OMAR ADALID FLORES MERCADO**, persona a quien conozco y además identifico por medio de su Documento Único de Identidad numero: , y Numero de Identificación Tributaria , San Salvador, a los diecinueve días del mes de enero del año dos mil doce.





1521

10

11

12

13



A OBERMET, S.A. de C.V., mediante su Apoderado General Judicial, Lic. Omar Adalid Flores Mercado

HAGO SABER: Que en el Juicio Contencioso Administrativo promovido por LA SOCIEDAD OBERMET, SOCIEDAD ANONIMA DE CAPITAL VARIABLE, POR MEDIO DE SU APODERADO GENERAL JUDICIAL, LICENCIADO OMAR ADALID FLORES MERCADO, contra LA JUNTA DIRECTIVA DE LA LOTERÍA NACIONAL DE BENEFICENCIA DE EL SALVADOR, la Sala de lo Contencioso Administrativo de la Corte Suprema de Justicia ha pronunciado la resolución que literalmente dice:.....

.....
SALA DE LO CONTENCIOSO ADMINISTRATIVO DE LA CORTE SUPREMA DE JUSTICIA: San Salvador, a las diez horas cincuenta minutos del cinco de diciembre de dos mil once.

I. De la lectura de la demanda de la sociedad OBERMET Sociedad Anónima de Capital Variable, conocida por OBERMET S.A. de C.V. quien comparece por medio de su apoderado general judicial, licenciado Omar Adalid Flores Mercado, se ha comprobado el cumplimiento de los requisitos regulados en la Ley de la Jurisdicción Contencioso Administrativa.

II. Por todo lo anteriormente expuesto y de conformidad con lo establecido en los artículos 16, 17, 18, 20 de la Ley de la Jurisdicción Contencioso Administrativa; y 27 del Código Tributario esta Sala **RESUELVE:**

1) Admítase la demanda contra la Junta Directiva de la Lotería Nacional de Beneficencia de El Salvador, por la emisión la resolución de las trece horas con treinta y dos minutos del día nueve de noviembre de dos mil once, por medio del cual caduca el contrato 01/2011 denominado "Servicios de Agencia Publicitaria para Diseño, Producción e Implementación de Campañas de la Lotería Nacional de Beneficencia" y ordena hacer efectiva la garantía de cumplimiento de contrato de dicha licitación en base a los Art. 35, 36 y 100 de la Ley de Adquisiciones y Contrataciones de la Administración Pública, y 35 de su Reglamento.

2) Tiénese por parte a la sociedad OBERMET S.A. de C.V por medio de su apoderado general judicial, licenciado Omar Adalid Flores Mercado y por agregada la documentación que se anexa tal como consta en la correspondiente acta de presentación suscrita por el Secretario de esta Sala.

3) Decrétase la suspensión provisional de la ejecución de los efectos del acto administrativo impugnado, en el sentido que no se haga efectiva la ejecución y cobro de la garantía de cumplimiento del contrato, por la cantidad de noventa y tres mil veintitrés dólares con ochenta y tres centavos de dólar o el equivalente a ochocientos trece mil novecientos cincuenta y ocho colones con cincuenta y un centavos, mientras dure la tramitación de este proceso.

4) Rinda informe dentro del plazo de cuarenta y ocho horas contadas a partir de la notificación de este auto la Junta Directiva de la Lotería Nacional de Beneficencia de El Salvador, en el que manifieste si ha pronunciado o no el acto

administrativo que se le atribuye. Dicho informe podrá ser remitido vía telegráfica o por cualquier medio de comunicación análogo. Remítase copia de la demanda.

5) Requiérese a la referida autoridad remita a esta Sala en el plazo de cinco días hábiles contados a partir del día siguiente al de la notificación, el expediente administrativo relacionado con el presente proceso. Dicho expediente estará también a disposición de la sociedad demandante, quien lo podrá solicitar para su examen.

6) Previénese al licenciado Omar Adalid Flores Mercado, que de conformidad al Art. 27 del Código Tributario, manifieste su número de carnet de abogado, en el plazo de tres días hábiles contados a partir del día siguiente al de la notificación de este auto.

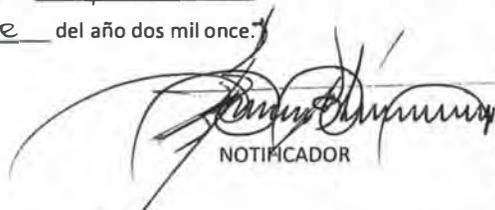
7) Tómase nota del lugar señalado para oír notificaciones y de las personas comisionadas para tal efecto.

=====

CARDOZA.—AYALA G. —R NUÑEZ— POSADA. -----

*****PRONUNCIADO POR LAS SEÑORAS MAGISTRADAS Y LOS SEÑORES MAGISTRADOS QUE LO SUSCRIBEN.-----*****ILEGIBLE.***** SECRETARIO***** FIRMAS RUBRICADAS*****

Y para que le (s) sirva de legal notificación le (s) extiendo (el, la) presente esquela de notificación, en la ciudad de San Salvador a las dieciséis horas quince minutos del día seis de diciembre del año dos mil once.


NOTIFICADOR



MM

EL SUSCRITO NOTARIO CERTIFICA: Que la presente fotocopia es fiel y conforme con su original, con el cual confronté. Y que consta de 04 folios, y para los efectos del Artículo Treinta de la Ley del Ejercicio Notarial de la Jurisdicción Voluntaria y de Otras Diligencias, firmo y sello la presente, en la ciudad de San Salvador a los dieciséis días del mes de enero del año dos mil doce.


NOTARIO



Al Lic. Omar Adalid Flores Mercado, apoderado
de OBERMET, S.A. de C.V.

HAGO SABER: Que en el Juicio Contencioso Administrativo promovido por LA SOCIEDAD OBERMET, SOCIEDAD ANONIMA DE CAPITAL VARIABLE, POR MEDIO DE SU APODERADO GENERAL JUDICIAL, LICENCIADO OMAR ADALID FLORES MERCADO, contra LA JUNTA DIRECTIVA DE LA LOTERÍA NACIONAL DE BENEFICENCIA DE EL SALVADOR, la Sala de lo Contencioso Administrativo de la Corte Suprema de Justicia ha pronunciado la resolución que literalmente dice:.....

.....
SALA DE LO CONTENCIOSO ADMINISTRATIVO DE LA CORTE SUPREMA DE JUSTICIA: San Salvador, a las once horas veinticinco minutos del diez de enero de dos mil doce.

I. Por agregados los escritos y anexos respectivos de:

a) La sociedad OBERMET S.A. de C.V., por medio de su apoderado general judicial, licenciado Omar Adalid Flores Mercado.

b) La Junta Directiva de la Lotería Nacional de Beneficencia.

II. En auto de las diez horas cincuenta minutos del cinco de diciembre de dos mil once y a petición de la parte actora, la Sala decretó la suspensión provisional de la ejecución de los efectos del acto administrativo impugnado, en el sentido que no se hiciera efectiva la ejecución del cobro de la garantía de cumplimiento del contrato ordenada en el acto impugnado, mientras durara la tramitación del proceso.

En el escrito relacionado en el apartado a) romano I, el licenciado Omar Adalid Flores Mercado manifiesta que la autoridad demandada puede incluir a su representada en la base de datos de incapacitados para contratar con la Administración Pública, lo cual genera perjuicios en la demandante. Por lo anterior, la parte actora solicita se amplíen los efectos de la suspensión, con el propósito que cesen todos los efectos positivos del acto administrativo y en especial, los alcances de la pena de incapacidad para contratar, que señala el Art. 25 literal c) de la Ley de Adquisiciones y Contrataciones de la Administración Pública.

Ante la petición de la parte actora y al estimar que esta es procedente, la Sala considera oportuno ampliar la medida cautelar, bajo los parámetros ya descritos.

III. De conformidad a lo relacionado y al artículo 24 de la Ley de la Jurisdicción Contencioso Administrativa esta Sala **RESUELVE**:

a) Por cumplida la prevención hecha a la parte actora.

b) Por rendido el informe requerido a la Junta Directiva de la Lotería Nacional de Beneficencia.

c) Tiénese por parte a la Junta Directiva de la Lotería Nacional de Beneficencia, como autoridad demandada.

d) Rinda nuevo informe la autoridad demandada dentro del término de quince días hábiles, contados a partir del día siguiente al de la notificación de esta resolución, con las justificaciones de legalidad del acto administrativo que se le atribuye.

e) Notifíquese esta resolución al Fiscal General de la República, para los efectos legales prescritos en el artículo 13 de la Ley de la Jurisdicción Contencioso Administrativa.

f) Confírmase la medida cautelar decretada en auto de las diez horas cincuenta minutos del cinco de diciembre de dos mil once, y además amplíase la misma, en el sentido que se suspendan todos los efectos positivos del acto impugnado; por lo que, durante dicho período, el acto adversado no podrá ser asentado en el Registro por Incumplimiento de Ofertantes y Contratistas que lleva la Lotería Nacional de Beneficencia y la Unidad Normativa de Adquisiciones y Contrataciones de la Administración Pública, adscrita al Ministerio de Hacienda.

g) Por recibido el expediente administrativo remitido por la Junta Directiva de la Lotería Nacional de Beneficencia, en los términos relacionados en la correspondiente razón de presentación, suscrita por el Secretario de esta Sala. Acúcese el recibido correspondiente.

h) Tómase nota de los lugares señalados y las personas autorizadas por las partes, para recibir notificaciones (folio 21 y 24 vuelto).

AYALA G. _____ POSADA. _____ CARDOZA. _____ R NUÑEZ _____
PRONUNCIADO POR LAS SEÑORAS MAGISTRADAS Y LOS SEÑORES MAGISTRADOS QUE LO
SUSCRIBEN. _____ ILEGIBLE. _____ SECRETARIO _____ FIRMAS RUBRICADAS _____

Y para que le (s) sirva de legal notificación le (s) extiendo (el, la) presente esquela de notificación, en la ciudad de San Salvador, a las quince horas cincuenta minutos del día dieciocho de enero del año dos mil doce.

EL SUSCRITO NOTARIO CERTIFICA: Que la presente fotocopia es fiel y conforme con su original, con el cual confronté. Y que consta de 04 folios, y para los efectos del Artículo Treint una de la Ley del Ejercicio Notarial de la Jurisdicción Voluntaria y de Otras Diligencias, firmo y sello la presente, en la ciudad de San Salvador, a los veintidos días del mes de enero del año dos mil doce.

NOTIFICADOR





Residencial San Carlos,
Av. Arcadia No. 14, San Salvador.

PBX: (503) 2513-7000
lanis@lansdespachodeabogados.com
www.lansdespachodeabogados.com

201 ¹ _____

INSTRUMENTO No. 121 _____

PROTOCOLO No. XVI _____

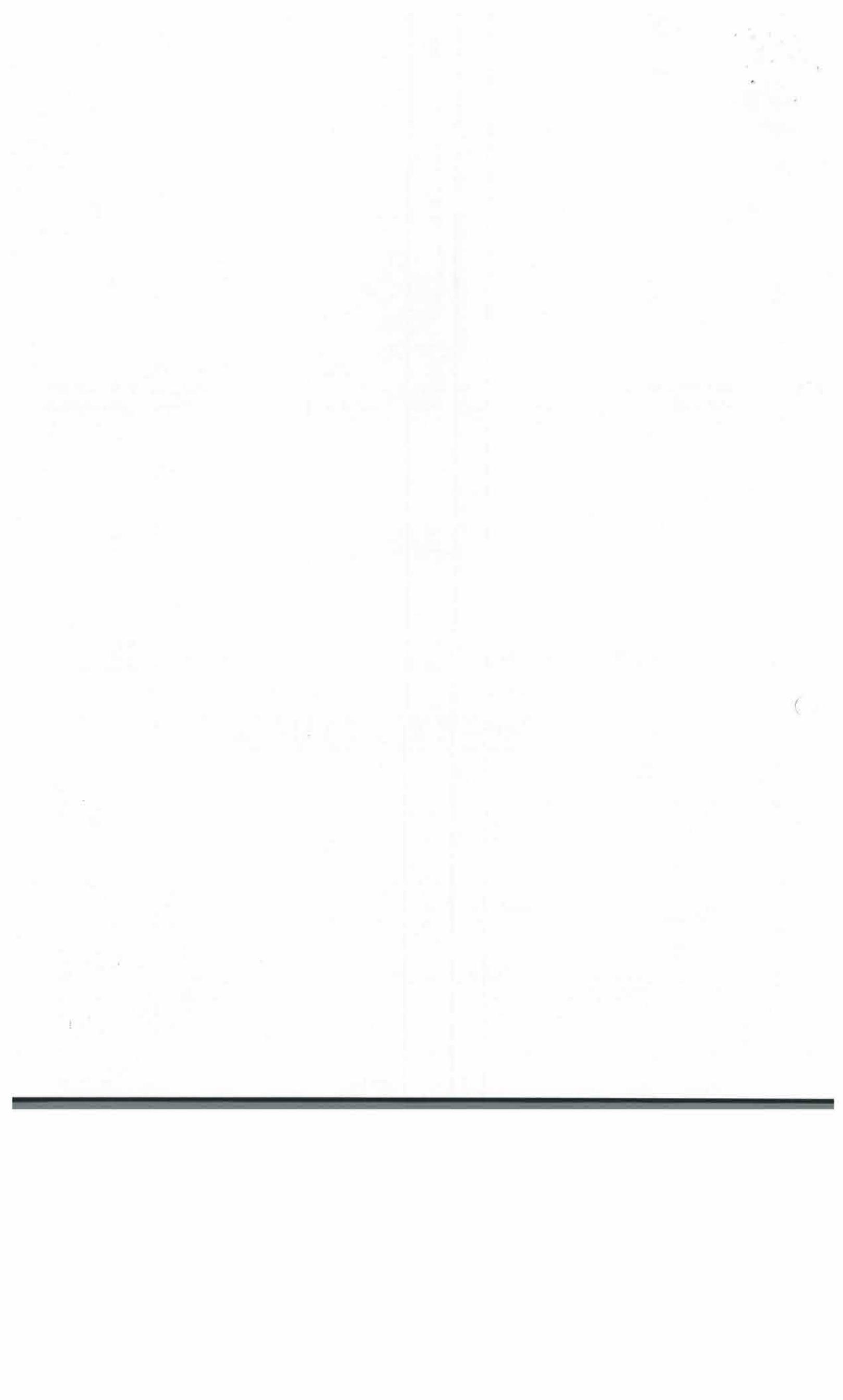
TESTIMONIO

DE PODER GENERAL JUDICIAL

OTORGADA POR ROBERMET, S.A. DE C.V.

1518

A FAVOR DE El Licenciado JOSE OMAR PERAZA LOPEZ y otros





PAPEL PARA PROTOCOLO



DE H.

TECIENTOS CUARENTA Y UNO

13108520

DOS COLONES

NUMERO CIENTO VEINTIUNO. LIBRO DECIMO SEXTO. PODER GENERAL JUDICIAL

1 En la ciudad de San Salvador, a las dieciséis horas del día quince de noviembre de dos mil once.

2 Ante mi, **LUIS ALONSO NAVARRETE SOTO**, Notario, de este domicilio, **COMPARECE**: la

3 señora **CLAUDIA JUANA RODRIGUEZ DE GUEVARA**, quien firma "**C.DE G.**",

4 _____ a quien

5 _____

6 conozco y además identifico por medio de su Documento Único de Identidad Numero _____

7 _____ y portadora de su Tarjeta de Identificación

8 Tributaria numero: _____

9 _____, quien actúa en su calidad de Directora Presidente y por ello Representante Legal

10 de la sociedad que gira con la denominación "**OBERMET, SOCIEDAD ANONIMA DE**

11 **CAPITAL VARIABLE**" que se abrevia "**OBERMET, S.A. DE C.V.**", del domicilio de esta

12 ciudad, con Numero de Identificación Tributaria cero seiscientos catorce-ciento cuarenta mil

13 ochocientos setenta y ocho-cero cero tres-cinco, personería que doy fe de ser legitima por

14 haber tenido a la vista: a) El Testimonio de Escritura Publica de Constitución de la sociedad en

15 comento, otorgada a las ocho horas del día catorce de agosto de mil novecientos setenta y

16 ocho, ante los oficios del Notario Doctor José Eduardo Cáceres Chávez, inscrita en el Registro

17 de Comercio al numero **SESENTA Y DOS** del Libro **DOSCIENTOS VEINTIDOS** del Registro de

18 sociedades, de la cual consta que su denominación, nacionalidad, naturaleza y domicilio son los

19 ya relacionados, que esta sujeta al régimen de capital variable, y que su plazo es indefinido; b)

20 El Testimonio de Escritura Publica de Modificación de Pacto social de la sociedad en comento,

21 otorgada a las dieciséis horas con cuarenta y cinco minutos del día veinticinco de enero del año

22 dos mil, ante los oficios del Notario Hernán Rosa, debidamente inscrita en El Registro de

23 Comercio al numero **DIECISIETE** del Libro **UN MIL CUATROCIENTOS NOVENTA Y SIETE**

24 del Registro de Sociedades, en la cual consta que por acuerdo de Junta General ordinaria y

1 Extraordinaria de accionistas se modifico el Pacto Social en cuanto a que su finalidad será la
2 prestación de servicios de publicidad en general, particularmente la publicidad comercial y de
3 asesoría en materia de mercadeo y comunicaciones, y participación en toda clase de
4 sociedades, etc., que la administración de la sociedad esta confiada a una Junta Directiva
5 integrada por tres Directores Propietarios que ostentan los cargos de Presidente, Vicepresidente
6 y Secretario e igual numero de suplentes, quienes duraran en sus funciones por cinco años, que
7 entre las atribuciones del Presidente de la Junta Directiva esta la de representar judicial o
8 extrajudicial a la sociedad y hacer uso de la firma social, celebrar toda clase de escrituras
9 publicas o privadas, otorgar poderes generales o especiales previa autorización de la Junta
10 Directiva, excepto para los de carácter Judicial, así también consta que en dicho documento los
11 accionistas acordaron por unanimidad integrar la primera Junta Directiva de la sociedad; y, c)
12 Certificación de la Credencial de elección y nombramiento de Junta Directiva de la sociedad,
13 extendida en la ciudad de San Salvador, a los siete días del mes de septiembre del año dos mil
14 once, debidamente inscrita en el registro de Comercio al Numero SETENTA Y DOS del Libro
15 DOS MIL OCHOCIENTOS VEINTICUATRO del Registro de Sociedades, de la que consta: que en
16 Junta General Ordinaria de Accionistas celebrada en esta ciudad, a las once horas del día siete
17 de septiembre del año dos mil once, en la que como punto Único se sometió a consideración de
18 los accionistas la elección de la nueva Junta Directiva de la sociedad, resultando electo de forma
19 unánime como Directora Presidente la señora **CLAUDIA JUANA RODRIGUEZ DE GUEVARA,**
20 por un periodo de cinco años a partir de su fecha de inscripción en el Registro de Comercio, que
21 se encuentra vigente a la fecha y que vencerá el día tres de noviembre del dos mil dieciséis; en
22 consecuencia la compareciente se encuentra facultada para celebrar toda clase de contratos u
23 operaciones comprendidas dentro del giro ordinario de los negocios de la sociedad y para
24 otorgar actos como el presente; y en tal carácter, **ME DICE: Que confiere PODER GENERAL**

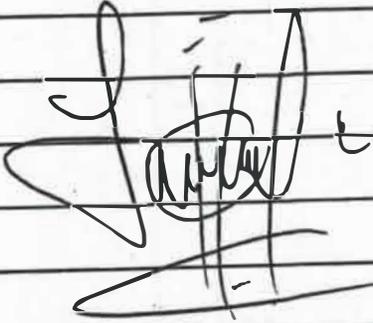
FORMAS APRES Y SERVICIOS, S.A. DE C.V. - PORCOSA EL SALVADOR - TEL. (503) 222-0100 (1700) 1





DOS COLONES

1 **JUDICIAL**, amplio y suficiente, en cuanto a Derecho fuere necesario a los Licenciados **JOSE**
2 **OMAR PERAZA LOPEZ, RAUL ROBERTO SANTILLANA ECHEVERRÍA, FRANCISCO**
3 **OPORTO y OMAR ADALID FLORES MERCADO**, quienes son mayores de edad, Abogados,
4 todos de este domicilio, para que en nombre y representación de la sociedad que representa,
5 inicien, sigan y fenezcan, toda clase de juicios o diligencias que sean de interés de su
6 representada ya sean de orden Civil, Mercantil, Laboral, Penal, Inquilinato, Hacienda, de
7 Tránsito y en general de cualquier orden judicial o administrativo e instancia de Derecho, en
8 que dicha sociedad tuviere interés alguno; presentando toda clase de pruebas, aceptando o
9 rechazando las que fueren presentadas por parte contraria; haciendo uso de todas las
10 excepciones, tachar peritos y testigos, pedir posiciones, aceptar e impugnar la confesión de la
11 parte contraria, proponer o aceptar desistimiento, interponer toda clase de recursos ordinarios o
12 extraordinarios inclusive el de casación y demás que franquea la ley; pudiendo en los Juicios
13 Penales representar a la sociedad como acusadores, defensores o simplemente denunciante,
14 autorizándolos en nombre y representación de la sociedad para que en los delitos Penales que
15 se requiera la autorización de previa instancia particular otorgar dicha autorización; así mismo
16 en la calidad en que actúa faculta a sus Apoderados nombrados para que representen a la
17 sociedad en juicios o audiencias conciliatorias, sean de orden Civil, Mercantil, Laboral, de
18 Tránsito o Penales, y en estas últimas los faculta para que pueda conciliar los delitos que estén
19 sujetos a tal circunstancia en base al Artículo treinta y ocho y treinta y nueve del Código
20 Procesal Penal sin limitación alguna, además de poder ejercerlo conjunta o separadamente
21 entre ellos. Faculta asimismo a los apoderados, para sustituir este Poder en todo o en parte,
22 teniendo el sustituto las mismas facultades, que los apoderados nombrados en este acto. Para
23 el buen desempeño de su cometido confiere a sus Apoderados nombrados las facultades
24 generales del mandato y las especiales que enumera el artículo sesenta y nueve del Código

1 Procesal Civil y Mercantil, inclusive la de transigir, facultades que explique a la compareciente,
 2 cerciorándome que las conoce, comprende y por eso las concede a sus Apoderados. Así se
 3 expreso la compareciente, a quien explique los efectos legales del presente instrumento y leído
 4 que se lo hube íntegramente en un solo acto ininterrumpido, manifiesta su conformidad, ratifica
 5 su contenido y firmamos. **DOY FE.**
 6
 7
 8 *Cedolavend* 
 9
 10
 11
 12

PASO ANTE MI, del folio **TRESCIENTOS CUARENTA Y UNO FRENTE** al folio **TRESCIENTOS CUARENTA Y DOS VUELTO** del **LIBRO DECIMO SEXTO DE MI PROTOCOLO**, que llevo en el presente año y que vencerá el día veinte de Mayo de dos mil doce; y para ser entregado a los Licenciados **JOSE OMAR PERAZA LOPEZ, RAUL ROBERTO SASTILLANA ECHEVERRÍA, FRANCISCO OPORTO y OMAR ADALID FLORES MERCADO**, extendiendo, firmando y sellando el presente **TESTIMONIO**, en la Ciudad de San Salvador, a los quince días del mes de Noviembre de dos mil once.






EL SUSCRITO NOTARIO CERTIFICA: Que la presente fotocopia es fiel y conforme con su original con el cual confronté. Y que consta de 016 folios, y para los efectos del Artículo Treinta de la Ley del Ejercicio Notarial de la Jurisdicción Voluntaria y de Otras Diligencias, firmo y sello la presente, en la ciudad de San Salvador a los 15 días del mes de Noviembre del año dos mil doce.



RESOLUCIÓN DE ADMISION DE RECURSO DE REVISIÓN
No. 01/2012

En el Fondo Social para la Vivienda, Calle Rubén Darío, número novecientos uno, San Salvador, a las doce horas y cincuenta minutos del día veintisiete de enero de dos mil doce, de conformidad a lo establecido en los artículos setenta y seis, y setenta y ocho de la Ley de Adquisiciones y Contrataciones de la Administración Pública y a los acuerdos adoptados en los literales A), B), C) y D) del punto XIV) del Acta de sesión de Junta Directiva No. JD-cero dieciséis/dos mil doce, del veinticinco de enero de dos mil doce, y **CONSIDERANDO:**

- I. Que mediante punto V) del Acta de sesión de Junta Directiva N° JD-ciento cincuenta y ocho/dos mil once, de fecha siete de septiembre de dos mil once, se aprobaron las Bases de Licitación Pública N° FSV-09/2011 **“SERVICIOS DE AGENCIA DE PUBLICIDAD PARA EL FSV”**, contándose con los fondos correspondientes en el Presupuesto para cubrir el importe de dicha contratación.
- II. Que el anuncio para la adquisición de la Base de la Licitación Pública, se publicó en el sitio electrónico www.comprasal.gob.sv, en La Prensa Gráfica y El Diario de Hoy, el día veintiocho de septiembre de dos mil once, estableciendo para su descarga y obtención de las Bases de la Licitación Pública los días veintinueve y treinta de septiembre de dos mil once y tres de octubre de dos mil once. **Retirando Bases directamente en la UACI** las sociedades: Obermet, S.A. de C.V.; Lemusimun Publicidad, S.A. de C.V.; Máxima Publicidad, S.A. de C.V.; O&R Marketing Communications, S.A. de C.V. y América Publicidad, S.A. de C.V. **Descargando Bases directamente del sitio electrónico www.comprasal.gob.sv** la persona Carlos Roberto Rivas Hernández. **Presentando Ofertas** el día once de noviembre de dos mil once, los ofertantes siguientes: 1) Máxima Publicidad, S.A. de C.V.; 2) Obermet, S.A. de C.V. y 3) O&R Marketing Communications, S.A. de C.V.
- III. La Comisión de Evaluación de Ofertas, concluida la Evaluación Recomendó declarar desierta por primera vez, la Licitación Pública N° FSV-09/2011 **“SERVICIOS DE AGENCIA DE PUBLICIDAD PARA EL FSV”**; ya que la Sociedad Obermet, S.A. de C.V. se encuentra incapacitada para ofertar y contratar, conforme al artículo veinticinco de la LACAP de acuerdo a confirmación de la UNAC.
- IV. Que la Junta Directiva del Fondo Social para la Vivienda conforme a Certificación del punto VII) del Acta de sesión de Junta Directiva No. JD-cero cero ocho/dos mil doce, Resuelve declarar desierta por primera vez, la Licitación Pública N° FSV-09/2011 **“SERVICIOS DE AGENCIA DE PUBLICIDAD PARA EL FSV”**.
- V. Que el día dieciocho del mes de enero de dos mil doce, la Institución por medio de Certificación del punto VII) del Acta de sesión de Junta Directiva No. JD-cero cero ocho/dos mil doce, notificó a todos los participantes el resultado de la Licitación Pública No. FSV-09/2011 **“SERVICIOS DE AGENCIA DE PUBLICIDAD PARA EL FSV”**.
- VI. Que con fecha 23 de enero de 2012, se recibió Recurso de Revisión presentado por la Sociedad Obermet, S. A. DE C. V., al acuerdo de Junta Directiva adoptado en el punto VII) del Acta de sesión de Junta Directiva No. JD-cero cero ocho/dos mil doce, en virtud

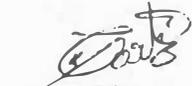
1504

del cual se declaró desierta por primera vez, la Licitación Pública No. FSV-09/2011 "SERVICIOS DE AGENCIA DE PUBLICIDAD PARA EL FSV".

El FSV, en uso de sus facultades legales y a los considerandos anteriores y de conformidad a los acuerdos tomados en los literales A), B), C) y D) del punto XIV) del Acta de sesión de Junta Directiva No. JD-cero dieciséis/dos mil doce, del veinticinco de enero de dos mil doce. Acordó y POR TANTO,

RESUELVE:

- 1) Conforme a Certificación del Punto XIV) del Acta de sesión de Junta Directiva No. JD-cero dieciséis/dos mil doce, del veinticinco de enero de dos mil doce, referente a los acuerdos tomados en los literales A), B), C) y D):
 - A) Admitir el Recurso de Revisión recibido el 23 de enero de 2012, interpuesto por la sociedad: OBERMET, SOCIEDAD ANÓNIMA DE CAPITAL VARIABLE al acuerdo de Junta Directiva adoptado en el Punto VII) del Acta de Sesión de Junta Directiva N° JD-008/2012 del 12/01/2012, en virtud del cual se Declaró Desierta por primera vez, la Licitación Pública N° FSV-09/2011 "Servicios de Agencia de Publicidad para el FSV".
 - B) Suspender el proceso de contratación en el lapso comprendido entre la interposición del Recurso de Revisión y la resolución del mismo.
 - C) Nombrar una Comisión Especial de Alto Nivel para que emita su recomendación de conformidad a la Ley de Adquisiciones y Contrataciones de la Administración Pública (LACAP).
 - D) Para los efectos del Art. 57 del RELACAP, comisionar a la UACI para que notifique este Acuerdo en forma legal.
- 2) Emitir y firmar por parte del Presidente y Director Ejecutivo la presente Resolución de acuerdo a los Artículos veintisiete y treinta de la Ley del Fondo Social para la Vivienda. **NOTIFÍQUESE.**


FAG/mca


LIC. FRANCISCO ANTONIO GUEVARA
PRESIDENTE Y DIRECTOR EJECUTIVO




En el Fondo Social para la Vivienda, calle Rubén Darío, número novecientos uno, San Salvador a las doce horas con treinta minutos del día dos de febrero de dos mil doce. Reunidos Arquitecto David Antonio López, Licenciado Carlos Gustavo Salazar y Señor Juan Isidro Vásquez, nombrados según Punto XIV) del Acta de sesión de Junta Directiva No.JD-016/2012 del 25 de enero de 2012, para conformar la Comisión Especial de Alto Nivel, que recomiende a Junta Directiva la resolución a adoptar, de conformidad a la Ley de Adquisiciones y Contrataciones de la Administración Pública (LACAP), sobre el Recurso de Revisión interpuesto por la Sociedad OBERMET, S.A. DE C.V., a la Adjudicación de la Licitación Pública No.FSV-09/2011 "SERVICIOS DE AGENCIA DE PUBLICIDAD PARA EL FSV", y estableciéndose:

- I. Que la Junta Directiva del Fondo Social para la Vivienda conforme a Certificación del punto VII) del Acta de sesión de Junta Directiva No. JD-cero cero ocho/dos mil doce, Resolvió declarar desierta por primera vez, la Licitación Pública No. FSV-09/2011 "SERVICIOS DE AGENCIA DE PUBLICIDAD PARA EL FSV", notificando los Resultados el 18 de enero de 2012.
- II. Que con fecha 23 de enero de 2012, se recibió Recurso de Revisión presentado por la Sociedad OBERMET, S. A. DE C. V., al acuerdo de Junta Directiva adoptado en el punto VII) del Acta de sesión de Junta Directiva No. JD-cero cero ocho/dos mil doce, en virtud del cual se declaró desierta por primera vez, la Licitación Pública No. FSV-09/2011 "SERVICIOS DE AGENCIA DE PUBLICIDAD PARA EL FSV".
- III. Conforme a Certificación del Punto XIV) del Acta de sesión de Junta Directiva No. JD-016/2012, del 25 de enero de 2012, se tomaron, entre otros, los Acuerdos siguientes:
 - A) Admitir el Recurso de Revisión recibido el 23 de enero de 2012, interpuesto por la Sociedad: OBERMET, SOCIEDAD ANONIMA DE CAPITAL VARIABLE al acuerdo de Junta Directiva adoptado en el Punto VII) del Acta de Sesión de Junta Directiva No.JD-008/2012 del 12/01/2012, en virtud del cual se Declaró Desierta por primera vez, la Licitación Pública No.FSV-09/2011 "SERVICIOS DE AGENCIA DE PUBLICIDAD PARA EL FSV".
 - B) Suspender el proceso de contratación en el lapso comprendido entre la interposición del Recurso de Revisión y la resolución del mismo.
 - C) Nombrar una Comisión Especial de Alto Nivel para que emita su recomendación de conformidad a la Ley de Adquisiciones y Contrataciones de la Administración Pública (LACAP).
 - D) Para los efectos del Art. 57 del RELACAP, comisionar a la UACI para que notifique este Acuerdo en forma legal.

- IV. Que la Comisión Especial de Alto Nivel, después de analizar el expediente de la Licitación Pública, el recurso interpuesto, y Resoluciones notificadas al recurrente por la Honorable Corte de Suprema de Justicia, determinó:

Que la Sociedad OBERMET, S. A. DE C. V., en su escrito presentado en la UACI de esta dependencia el día 23 de enero de 2012, **en lo atinente manifiesta:**

A. "...Yo, **OMAR ADALID FLORES MERCADO**, de treinta y un años de edad, Abogado, del domicilio de San Salvador, portador de mi Documento Único de Identidad: y Número de Identificación Tributaria:

y sin ninguna inhabilidad para procurar de las que establece el Art. 67 del Código de procesal Civil y Mercantil, vengo actuando como Apoderado General Judicial de la sociedad OBERMET, SOCIEDAD ANONIMA DE CAPITAL VARIABLE que se abrevia OBERMET, S.A. DE C.V., sociedad Salvadoreña y de este domicilio con Numero de Identificación Tributaria: cero seiscientos catorce –ciento cuarenta mil ochocientos setenta y ocho – cero cero tres- cinco, del domicilio de San Salvador., calidad que compruebo anexando copia certificada por notario del poder general judicial otorgado a mi favor por el representante legal de dicha sociedad. A usted **EXPONGO:**

Que con fecha once de Noviembre de dos mil once se presento oferta por parte de mi representado para la licitación pública No FSV-09/2011 denominada: "Servicios de Agencia de Publicidad para FSV" librada por EL FONDO SOCIAL PARA LA VIVIENDA (FSV), siendo mi representada la única oferente, ya que después de las evaluaciones legal, financiera, aspectos técnicos y económicas, en la licitación, logró superar todas las respectivas etapas de la misma, debiendo dársele el tramite según el Art. 59 de la LACAP; que con el fin de adjudicarle la misma conforme a las condiciones requeridas en las bases de licitación.

Resultado que de la revisión legal, mi representada aparecia en el sitio de internet COMPRASAL, sitio oficial de la Unidad Normativa de Adquisiciones y Contrataciones, apareciendo mi representada en el Banco de incapacitados por haber sido caducado un contrato con la Lotería Nacional de Beneficiencia; razón por la cual, con fecha cinco de enero del año dos mil doce, el Jefe de la UACI del FSV, procedió a enviar una nota al licenciado Carlos Oviedo Hernández, jefe de la Unidad Nacional de Adquisiciones Y Contrataciones, a efecto que este fuese quien aclarase sobre la situación jurídica de mi presentada, ante lo cual dicho funcionario remitió nota de respuesta Ref. UNAC-N.00011-2012, Dirigida al Ingeniero Julio Tarsiso Garcia Rivas, Jefe de la UACI DEL FSV, en lo cual en su libelo referente a la consulta hecha manifiesta:".... Que la sociedad OBERMET S.A. DE C.V.. Es incapaz para ofertar y contratar durante 5 años contados a partir del

11/11/2011, hasta el 10/11/2016, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 25 LACAP.....". Razón por la cual la comisión evaluadora se adhiere al planteamiento legal propuesto, lo que sirve de basamento para dicha declaratoria de deserción.

Al respecto y no estando conforme con dicho pronunciamiento, vengo a interponer con base en el Art. 76 y sig. De la LACAP Recurso de Revision.

• **FUNDAMENTO DE HECHO Y DE DERECHO:**

El presente recurso se fundamenta en el Art. 76 de la LACAP que reza "De toda resolución pronunciada en los procedimientos de contratación regulados por esta ley, que afectaren los derechos de los particulares, procederá el recurso de revisión, interpuesto en tiempo y forma." Lo que me habilita legalmente para la interposición del recurso de revisión en contra de la resolución dictada por la Junta Directiva del Fondo Social para la Vivienda. Es el caso que no me encuentro conforme con dicha resolución, puesto que vuestra digna autoridad en el acto que ahora impugno atendiendo a la información dada por la UNAC, respecto de que mi representada se encuentra dentro de los incapacitados para contratar conforme a lo prescrito por la LACAP en el Art.25 ordinal c) en cuanto a haber sido declarado culpable, por la extinción de cualquier contrato celebrado con alguna de las instituciones , durante los últimos cinco años contados a partir de la referida declaración. Respecto de la aseveración de dicho artículo cabe hacer varias consideraciones al respecto, que la comisión de alto nivel que conozca del presente recurso deberá tener en cuenta al respecto del mismo. Ciertamente, el hecho de incapacitar a una sociedad de poder contratar con la administración pública, es un acto que incide de manera desfavorable sobre la esfera jurídica de mi mandante. En un Estado de Derecho, no puede desde ninguna perspectiva aceptarse que un acto administrativo, máxime un acto desfavorable para el administrado, se lleve a cabo prescindiendo total y absolutamente de procedimiento, privando por ende al administrado de toda participación y posibilidad de defensa, como es el caso que nos ocupa y nos atañe, en tal sentido mi mandante ha sido incluida en una base de datos de incapacitados para contratar con la administración pública, basándose en actos de evidente ilegalidad los cuales a tal efecto han sido ya sometidos al control jurisdiccional, con la interposición de la respectiva demanda contenciosa administrativa, y dicha sala en resolución de fecha **cinco de diciembre del corriente año**, ha determinado haciendo uso de los principios de apariencia de buen derecho y de la posterior difícil reparación del daño, **SUSPENDER LOS EFECTOS DEL ACTO ADMINISTRATIVO**, en tal sentido es claro, que el acto dictado aun no había adquirido la firmeza debida, y más aun que en vista la negativa por parte de la administración, a acatar la resolución emitida por la Sala de lo Contencioso Administrativo a las diez horas cincuenta minutos del día cinco de diciembre de dos mil once, por medio de la cual se admitió a trámite la

3/10

1538

demanda en contra del acto administrativo dictado por la Lotería Nacional de Beneficencia y se ordenó la suspensión provisional de la ejecución de los efectos del acto administrativo impugnado” y enumera; en el sentido que no se haga efectiva la ejecución y cobro de la garantía de cumplimiento de contrato, mientras dure la tramitación del proceso contencioso administrativo”. Se presentó escrito a la Sala en referencia solicitando la interpretación de la suspensión de la ejecución de los efectos del acto administrativo, resolviendo la Sala de lo Contencioso Administrativo, por auto de las once horas veinticinco minutos del diez de enero de dos mil doce, lo siguiente:

En lo pertinente, “f) Confirmase la medida cautelar decretada en auto de las diez horas cincuenta minutos del cinco de diciembre de dos mil once y además ampliase la misma, en el sentido que se suspendan todos los efectos positivos del acto impugnado: por lo que, **durante dicho período**, el acto adversado no podrá ser asentado en el Registro por incumplimiento de Ofertantes y Contratista que lleva la Lotería Nacional de Beneficencia y la Unidad Normativa de Adquisiciones y Contrataciones de la Administración Pública, adscrita al Ministerio de Hacienda.”

En dicho literal la Sala de lo Contencioso Administrativo es clara y específica en cuanto a que confirma la medida cautelar, es decir que desde un principio que fue declarada debió entenderse en el sentido amplio de su terminología, pero para que la entidad Administrativa no le quepa duda de la magnitud de la medida cautelar, en la resolución, amplía la misma, en el sentido de que se suspendan todos los efectos positivos del acto reclamado; es de aclarar en este punto, que el pretender entender o interpretar de diferente manera la resolución o pretender interpretarla en el sentido de que la resolución anterior no decía “Suspéndase provisionalmente los efectos del acto administrativo impugnado”, no es más que buscar una afectación directa a mi representada, máxime, cuando la misma Sala específica, que durante dicho período, el acto adversado no podrá ser asentado en el Registro por incumplimiento de Ofertantes y contratista que lleva la Lotería Nacional de Beneficencia y la Unidad Normativa de Adquisiciones y Contrataciones de la Administración Pública, adscrita al Ministerio de Hacienda. En otras palabras, con base a lo solicitado y en razón de que la UNAC hizo caso omiso a la resolución de la Sala, ésta establece claramente que durante el periodo que se da desde la resolución **de las diez horas y cincuenta minutos del día cinco de diciembre de dos mil once** (único período mencionado) no se podrá asentar en la lista de incapacitados a mi representada; explicando, que el acto adversado no podrá ser asentado en el Registro...” Que se refiere al no asentamiento en el registro de incapacitados de la UNAC. Del anterior análisis podemos que la Sala es clara desde un principio al dictar la medida cautelar ordenando la suspensión como forma cautelar de protección que posee una finalidad concreta, manifestada bajo dos expresiones, la primera es que busca proteger la esfera jurídica del particular, manteniendo su estatus quo, lo que significa

que la medida pretende la protección efectiva del sujeto, pero también buscando precaver que la eventual sentencia que debe proveerse como resolución definitiva del caso tenga efecto real y posible.

En ese sentido la suspensión provista por la Sala, que además fue reiterada debe ser entendida e interpretada, por la administración en el sentido más amplio de protección, sin pretender amparar la continuidad y afectación de la esfera jurídica del particular – que intenta protegerse con el dictado de la medida – bajo la falta de taxatividad de las expresiones con las que la medida es dictada. Así la administración debe aplicar la medida entendiendo también que la suspensión de los efectos del acto debe entenderse implementadas sobre los “efectos” del mismo sin tener como condición la formalidad de especificar todos los alcances posibles de la sentencia.

Ante todo este orden de ideas efectuado, es claro que la Comisión que conozca el presente recurso debe tener en cuenta la cronología de eventos que permiten a mi representada ser adjudicada en la presente licitación con fecha cinco de enero del año dos mil doce, el Jefe de la UACI del FSV, procedió a enviar una nota al licenciado Carlos Oviedo Hernandez, jefe de la Unidad Nacional de Adquisiciones y Contrataciones, a efecto que este fuese quien aclarase sobre la situación jurídica de mi representada, ante lo cual dicho funcionario remitió nota de respuesta Ref: UNAC-N.00011-2012, Dirigida al Ingeniero Julio Tarsiso Garcia Rivas, Jefe de la UACI DEL FSV, en lo cual en su libelo referente a la consulta hecha manifiesta:”.... Que la sociedad OBERMET S.A. DE C.V.. Es incapaz para ofertar y contratar durante 5 años contados a partir del 11/11/2011, hasta el 10/11/2016, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 25 LACAP.....”. Razón por la cual la comisión evaluadora se adhiere al planteamiento legal propuesto, lo que sirve de basamento para dicha declaratoria de deserción. PERO LA RESOLUCION DE LA CORTE SUPREMA DE JUSTICA, A TRAVEZ DE LA SALA DE LO CONTENCIOSO ADMINISTRATIVO QUE CONFIRMÓ LA SUSPENSION DE TODOS LOS EFECTOS DEL ACTO ADMINISTRATIVO, HA SIDO DICTADA CON FECHA DIEZ DE ENERO DEL AÑO DOS MIL DOCE, ES DECIR EL MISMO DIA QUE el licenciado Carlos Oviedo Hernández, jefe de la Unidad Nacional de Adquisiciones y Contrataciones remitió nota de respuesta Ref:UNAC-N.00011-2012, Dirigida al Ingeniero Julio Tarsiso Garcia Rivas, y la que manifestaba la incapacidad y posteriormente devino en la resolución dictada por Vuestra autoridad con fecha DOCE DE ENERO DEL AÑO DOS MIL DOCE, ante lo cual es claro que si con fecha CINCO DE DICIEMBRE DEL AÑO ANTERIOR, LOS EFECTOS YA HABIAN SIDO SUSPENDIDOS Y EL DIEZ DE ENERO SE CONFIRMA ORDENANDO A LA UNAC SACAR DE LAS BASES DE DATOS DE INCAPACITADOS A MI MANDANTE, Y suspender todos los efectos, a dicha fecha, ante lo cual mi mandante, en la fecha que se dicto por parte de Vuestra Autoridad el punto VII) del acta de sesión de Junta Directiva numero JD-CERO CERO OCHO/ DOS MIL DOCE de fecha doce de enero de dos mil doce, en donde se notifica a mi representada que ha sido declarada no

5/10

1537

Con fecha 09 de enero de 2012 la UNAC en atención a nuestra consulta, nos informó que OBERMET, S.A. DE C.V., es incapaz para ofertar y contratar durante 5 años contados desde el 11/11/2011, hasta el 10/11/2016, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 25 LACAP, por haber sido sancionada con la extinción del contrato 19/2011, originado de la Licitación Pública 01/2011 denominada "Servicios de Agencia Publicitaria para diseño, producción e implementación de campañas de la Lotería Nacional de Beneficencia".

Por lo anteriormente expuesto y en atención a lo dispuesto en el Artículo 10 literal n) de la LACAP, le solicito me confirme nuevamente si la sociedad OBERMET, S.A. DE C.V., está incapacitada conforme el artículo 25 de la LACAP para ofertar y contratar por la extinción del contrato 19/2011 originado de la Licitación Pública 01/2011 "Servicios de Agencia de Publicitaria para diseño, producción e implementación de campañas de la Lotería Nacional de Beneficencia", por un período de 5 años a partir del 11 de noviembre de 2011 y si la fecha de la incapacidad vence el 10 de noviembre de 2016.....".

D. Que en nota de respuesta, con fecha 30 de enero de 2012, mediante nota de Ref: UNAC-N-00050-12, dirigida al Ingeniero Julio Tarcicio Rivas Garcia Jefa UACI, del Fondo Social para la Vivienda; el Lic. Carlos Oviedo Jefe UNAC-Ministerio de Hacienda, **en lo atinente manifiesta:**

"...Expone en su nota de fecha 26 del presente mes, que la sociedad Obermet, S.A. de C.V. ha interpuesto recurso de revisión, en el proceso de contratación por Licitación Pública número FSV-09/2011, denominada "Servicios de Agencia de Publicidad para el FSV", basando el referido recurso, en dos resoluciones de la Sala de lo Contencioso Administrativo de la Corte Suprema de Justicia, proveídas en el juicio contencioso administrativo promovido por dicha sociedad, en contra de la Junta Directiva de la Lotería Nacional de Beneficencia (LNB). Al respecto informo a usted, que ciertamente la LNB emitió resolución de caducidad del contrato 19/2011, denominado "Servicios de Agencia publicitaria para diseño, producción e implementación de campañas de la LNB", suscrito con Obermet, S.A de C.V., razón por la cual dicha sociedad pasó a tener la calidad de incapaz para ofertar y contratar con la administración pública, de conformidad a lo establecido en el Art. 25 literal c) LACAP, por un periodo de cinco años, contados desde el 11 de noviembre de 2011, hasta el 10 de noviembre de 2016, lo cual fue publicado en Comprasal, luego de recibir copias de la resolución emitida y de la notificación que se hizo al contratista. No obstante lo anterior, el día diez de enero del presente año, la Sala de lo Contencioso Administrativo, proveyó resolución a través de la cual amplió la medida cautelar que había decretado en auto del día 5 de diciembre de 2010, en el sentido de suspender todos los efectos positivos del acto impugnado, Dicha resolución fue notificada a Obermet, S.A. de C.V. el día 17 de enero de 2012, el día 18 del mismo mes y año fue presentada la respectiva copia

certificada a esta unidad a efecto de retirar del Registro de Incapaces a la referida sociedad.

Por todo lo anteriormente expuesto, tenemos que desde el 11 de noviembre de 2011, hasta el 17 de enero del presente año, Obermet, S.A. de C.V., no era capaz para ofertar ni para contratar con la administración pública, concluyendo que después de ese lapso si tiene la condición de capacidad para hacerlo.....”.

V- Esta Comisión Especial de Alto Nivel, posterior al análisis del expediente, del Recurso interpuesto, de las Resoluciones proveídas al recurrente por la Honorable Corte de Suprema de Justicia, de la consulta realizada por esta Institución al Jefe de la UNAC y de la respuesta de la misma, hace las siguientes conclusiones:

- i) Que de acuerdo a las resoluciones proveídas al recurrente por la Honorable Corte Suprema de Justicia, específicamente en lo resuelto en los numerales 1) y 3) de la resolución de fecha cinco de diciembre de dos mil once y al literal f) de la resolución de fecha diez de enero de dos mil doce, antes relacionadas, y que manda a suspender todos los efectos positivos del acto impugnado.
- ii) Que en atención a la respuesta brindada por el Jefe UNAC, donde concluye que desde el 11 de noviembre de 2011, hasta el 17 de enero del presente año, Obermet, S.A. de C.V., no era capaz para ofertar ni para contratar con la administración pública, **concluye que después de ese lapso si tiene la condición de capacidad para hacerlo.**
- iii) Al verificar en el expediente del proceso en referencia específicamente en el acta de recomendación de la Comisión de Evaluación de Ofertas del citado proceso, consta en ella que la Comisión de Evaluación de Ofertas, oportunamente realizó la Evaluación de la oferta de la sociedad Recurrente Obermet, S.A. de C.V., hasta su etapa final, es decir se evaluó la Capacidad Financiera, los Aspectos Técnicos y la oferta Económica, obteniendo los resultados siguientes:

| OFERTANTE | CAPACIDAD FINANCIERA (10.00%) | ASPECTOS TÉCNICOS (80.00%) | EVALUACIÓN ECONÓMICA (10.00%) | TOTAL |
|-----------------------|-------------------------------|----------------------------|-------------------------------|--------|
| OBERMET, S.A. DE C.V. | 7.75% | 74.00% | 10.00% (\$449,999.40) | 91.75% |

Lo cual la hacía merecedora de la adjudicación de esta contratación, pero no se recomendó la adjudicación por la incapacidad que adolecía la sociedad recurrente, y que se comprobó debidamente en aquel momento.

- iv) Esta Comisión Especial de Alto Nivel, al efectuar un análisis global de los hechos acaecidos en el referido proceso en cuanto a que legalmente la sociedad recurrente OBERMET, S.A. de C.V., a esta fecha no tiene impedimento para ofertar y contratar, y a que obtuvo la evaluación necesaria para ser adjudicada es de la opinión que se revoque el acuerdo de Junta Directiva adoptado en el punto VII) del Acta de sesión de Junta Directiva No.

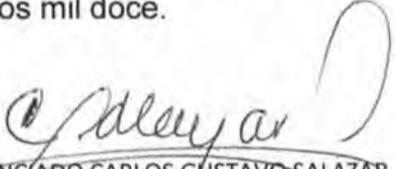
JD-cero cero ocho/dos mil doce, en virtud del cual se declaró desierta por primera vez, la Licitación Pública No. FSV-09/2011 "**SERVICIOS DE AGENCIA DE PUBLICIDAD PARA EL FSV**", y se adjudique la Licitación a la Sociedad OBERMET, S.A. DE C.V., hasta por un monto total de CUATROCIENTOS CUARENTA Y NUEVE MIL NOVECIENTOS NOVENTA Y NUEVE 40/100 DOLARES DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMERICA (US \$449,999.40), valor que incluye IVA. El plazo para la prestación del servicio será de hasta un año, contado a partir de la fecha de emisión de la Orden de Inicio emitida por el Administrador del Contrato.

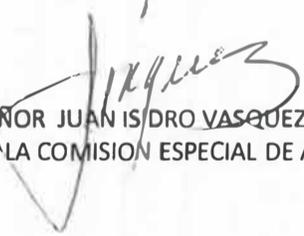
Con base a todo lo anteriormente expuesto y a lo establecido en el Artículo 77 inciso segundo de la Ley de Adquisiciones y Contrataciones de la Administración Pública, la Comisión Especial de Alto Nivel, recomienda a Junta Directiva:

- a) Que es procedente lo peticionado por el Recurrente, en cuanto a que se revoque el acuerdo de Junta Directiva adoptado en el punto VII) del Acta de sesión de Junta Directiva No. JD-cero cero ocho/dos mil doce, en virtud del cual se declaró desierta por primera vez, la Licitación Pública No. FSV-09/2011 "**SERVICIOS DE AGENCIA DE PUBLICIDAD PARA EL FSV**", y se adjudique la Licitación en referencia.
- b) Se recomienda a Junta Directiva, se adjudique la Licitación Pública No. FSV-09/2011 "**SERVICIOS DE AGENCIA DE PUBLICIDAD PARA EL FSV**" a la Sociedad OBERMET, S.A. DE C.V., hasta por un monto total de CUATROCIENTOS CUARENTA Y NUEVE MIL NOVECIENTOS NOVENTA Y NUEVE 40/100 DOLARES DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMERICA (US \$449,999.40), valor que incluye IVA. El plazo para la prestación del servicio será de hasta un año, contado a partir de la fecha de emisión de la Orden de Inicio emitida por el Administrador del Contrato.

Y no habiendo más que hacer constar se levanta la presente a las trece horas con veinte minutos del día dos de febrero de dos mil doce.

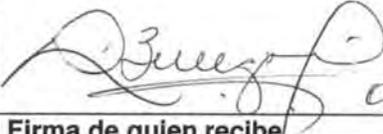

ARQUITECTO DAVID ANTONIO LOPEZ
MIEMBRO DE LA COMISION ESPECIAL DE ALTO NIVEL


LICENCIADO CARLOS GUSTAVO SALAZAR
MIEMBRO DE LA COMISION ESPECIAL DE ALTO NIVEL


SEÑOR JUAN ISIDRO VASQUEZ
MIEMBRO DE LA COMISION ESPECIAL DE ALTO NIVEL

ACTA DE NOTIFICACION

En la dirección señalada para recibir notificaciones por MAXIMA PUBLICIDAD, S.A. DE C.V., ubicada en 103 AV. NORTE Y CALLE ARTURO AMBROGI COLONIA ESCALON, CASA 242 S.S., a las 16 horas y 10 minutos del día 27 del mes de enero de dos mil doce, notifiqué a MAXIMA PUBLICIDAD, S.A. DE C.V., entregándole copia textual de Resolución de Admisión de Recurso de Revisión N° 01/2012 de la Licitación Pública N° 09/2011, asentado en el Punto XIV) del Acta de Sesión de Junta Directiva número JD-CERO DIECISEIS/DOS MIL DOCE, de fecha veinticinco de enero de dos mil doce; por medio de Ricardo de Beuzon, quien es _____ de 49 años de edad, del domicilio de La Publicidad y quien se identifica por medio de su DUI No. 00330381-3 quien se desempeña como Vicepresidente Ejecutivo de MAXIMA PUBLICIDAD, S.A. DE C.V.; quien para constancia, firma conmigo.

| | |
|---|---|
|  Ana Maria Diaz Amaya |  00330381-3 |
| Nombre y Firma de quien entrega | Firma de quien recibe |

MAXIMA
PUBLICIDAD
S. A. de C. V.





RESOLUCIÓN DE ADMISION DE RECURSO DE REVISIÓN
No. 01/2012

En el Fondo Social para la Vivienda, Calle Rubén Darío, número novecientos uno, San Salvador, a las doce horas y cincuenta minutos del día veintisiete de enero de dos mil doce, de conformidad a lo establecido en los artículos setenta y seis, y setenta y ocho de la Ley de Adquisiciones y Contrataciones de la Administración Pública y a los acuerdos adoptados en los literales A), B), C) y D) del punto XIV) del Acta de sesión de Junta Directiva No. JD-cero dieciséis/dos mil doce, del veinticinco de enero de dos mil doce, y **CONSIDERANDO:**

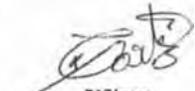
- I. Que mediante punto V) del Acta de sesión de Junta Directiva N° JD-ciento cincuenta y ocho/dos mil once, de fecha siete de septiembre de dos mil once, se aprobaron las Bases de Licitación Pública N° FSV-09/2011 "**SERVICIOS DE AGENCIA DE PUBLICIDAD PARA EL FSV**", contándose con los fondos correspondientes en el Presupuesto para cubrir el importe de dicha contratación.
- II. Que el anuncio para la adquisición de la Base de la Licitación Pública, se publicó en el sitio electrónico www.comprasal.gob.sv, en La Prensa Gráfica y El Diario de Hoy, el día veintiocho de septiembre de dos mil once, estableciendo para su descarga y obtención de las Bases de la Licitación Pública los días veintinueve y treinta de septiembre de dos mil once y tres de octubre de dos mil once. **Retirando Bases directamente en la UACI** las sociedades: Obermet, S.A. de C.V.; Lemusimun Publicidad, S.A. de C.V.; Máxima Publicidad, S.A. de C.V.; O&R Marketing Communications, S.A. de C.V. y América Publicidad, S.A. de C.V. **Descargando Bases directamente del sitio electrónico www.comprasal.gob.sv** la persona Carlos Roberto Rivas Hernández. **Presentando Ofertas** el día once de noviembre de dos mil once, los ofertantes siguientes: 1) Máxima Publicidad, S.A. de C.V.; 2) Obermet, S.A. de C.V. y 3) O&R Marketing Communications, S.A. de C.V.
- III. La Comisión de Evaluación de Ofertas, concluida la Evaluación Recomendó declarar desierta por primera vez, la Licitación Pública N° FSV-09/2011 "**SERVICIOS DE AGENCIA DE PUBLICIDAD PARA EL FSV**"; ya que la Sociedad Obermet, S.A. de C.V. se encuentra incapacitada para ofertar y contratar, conforme al artículo veinticinco de la LACAP de acuerdo a confirmación de la UNAC.
- IV. Que la Junta Directiva del Fondo Social para la Vivienda conforme a Certificación del punto VII) del Acta de sesión de Junta Directiva No. JD-cero cero ocho/dos mil doce, Resuelve declarar desierta por primera vez, la Licitación Pública N° FSV-09/2011 "**SERVICIOS DE AGENCIA DE PUBLICIDAD PARA EL FSV**".
- V. Que el día dieciocho del mes de enero de dos mil doce, la Institución por medio de Certificación del punto VII) del Acta de sesión de Junta Directiva No. JD-cero cero ocho/dos mil doce, notificó a todos los participantes el resultado de la Licitación Pública No. FSV-09/2011 "**SERVICIOS DE AGENCIA DE PUBLICIDAD PARA EL FSV**".
- VI. Que con fecha 23 de enero de 2012, se recibió Recurso de Revisión presentado por la Sociedad Obermet, S. A. DE C. V., al acuerdo de Junta Directiva adoptado en el punto VII) del Acta de sesión de Junta Directiva No. JD-cero cero ocho/dos mil doce, en virtud

del cual se declaró desierta por primera vez, la Licitación Pública No. FSV-09/2011 "SERVICIOS DE AGENCIA DE PUBLICIDAD PARA EL FSV".

El FSV, en uso de sus facultades legales y a los considerandos anteriores y de conformidad a los acuerdos tomados en los literales A), B), C) y D) del punto XIV) del Acta de sesión de Junta Directiva No. JD-cero dieciséis/dos mil doce, del veinticinco de enero de dos mil doce. Acordó y POR TANTO,

RESUELVE:

- 1) Conforme a Certificación del Punto XIV) del Acta de sesión de Junta Directiva No. JD-cero dieciséis/dos mil doce, del veinticinco de enero de dos mil doce, referente a los acuerdos tomados en los literales A), B), C) y D):
 - A) Admitir el Recurso de Revisión recibido el 23 de enero de 2012, interpuesto por la sociedad: OBERMET, SOCIEDAD ANÓNIMA DE CAPITAL VARIABLE al acuerdo de Junta Directiva adoptado en el Punto VII) del Acta de Sesión de Junta Directiva N° JD-008/2012 del 12/01/2012, en virtud del cual se Declaró Desierta por primera vez, la Licitación Pública N° FSV-09/2011 "Servicios de Agencia de Publicidad para el FSV".
 - B) Suspender el proceso de contratación en el lapso comprendido entre la interposición del Recurso de Revisión y la resolución del mismo.
 - C) Nombrar una Comisión Especial de Alto Nivel para que emita su recomendación de conformidad a la Ley de Adquisiciones y Contrataciones de la Administración Pública (LACAP).
 - D) Para los efectos del Art. 57 del RELACAP, comisionar a la UACI para que notifique este Acuerdo en forma legal.
- 2) Emitir y firmar por parte del Presidente y Director Ejecutivo la presente Resolución de acuerdo a los Artículos veintisiete y treinta de la Ley del Fondo Social para la Vivienda. **NOTIFÍQUESE.**

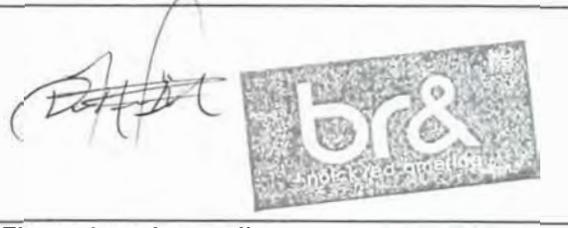

FAG/meca


LIC. FRANCISCO ANTONIO GUEVARA
PRESIDENTE Y DIRECTOR EJECUTIVO




ACTA DE NOTIFICACION

En la dirección señalada para recibir notificaciones por OBERMET, S.A. DE C.V., ubicada en URB. MAQUILISHUAT N°5215 COL. SAN BENITO, SAN SALVADOR, a las 15 horas y 00 minutos del día 27 del mes de enero de dos mil doce, notifiqué a OBERMET, S.A. DE C.V., entregándole copia textual de Resolución de Admisión de Recurso de Revisión N° 01/2012 de la Licitación Pública N° 09/2011, asentado en el Punto XIV) del Acta de Sesión de Junta Directiva número JD-CERO DIECISEIS/DOS MIL, DOCE, de fecha veinticinco de enero de dos mil doce; por medio de Dois Nereida Hernández Muñiz, quien es Asist. Financiera de 20 años de edad, del domicilio de San Salvador y quien se identifica por medio de su DUI No. 04510838-0, quien se desempeña como Asist. Financiera de OBERMET, S.A. DE C.V.; quien para constancia, firma conmigo.

| | |
|--|---|
|  <p>Ana Maria Diaz Amaya</p> |  |
| Nombre y Firma de quien entrega | Firma de quien recibe |

1871



RESOLUCIÓN DE ADMISION DE RECURSO DE REVISIÓN
No. 01/2012

En el Fondo Social para la Vivienda, Calle Rubén Darío, número novecientos uno, San Salvador, a las doce horas y cincuenta minutos del día veintisiete de enero de dos mil doce, de conformidad a lo establecido en los artículos setenta y seis, y setenta y ocho de la Ley de Adquisiciones y Contrataciones de la Administración Pública y a los acuerdos adoptados en los literales A), B), C) y D) del punto XIV) del Acta de sesión de Junta Directiva No. JD-cero dieciséis/dos mil doce, del veinticinco de enero de dos mil doce, y **CONSIDERANDO:**

- I. Que mediante punto V) del Acta de sesión de Junta Directiva N° JD-ciento cincuenta y ocho/dos mil once, de fecha siete de septiembre de dos mil once, se aprobaron las Bases de Licitación Pública N° FSV-09/2011 **"SERVICIOS DE AGENCIA DE PUBLICIDAD PARA EL FSV"**, contándose con los fondos correspondientes en el Presupuesto para cubrir el importe de dicha contratación.
- II. Que el anuncio para la adquisición de la Base de la Licitación Pública, se publicó en el sitio electrónico www.comprasal.gob.sv, en La Prensa Gráfica y El Diario de Hoy, el día veintiocho de septiembre de dos mil once, estableciendo para su descarga y obtención de las Bases de la Licitación Pública los días veintinueve y treinta de septiembre de dos mil once y tres de octubre de dos mil once. **Retirando Bases directamente en la UACI** las sociedades: Obermet, S.A. de C.V.; Lemusimun Publicidad, S.A. de C.V.; Máxima Publicidad, S.A. de C.V.; O&R Marketing Communications, S.A. de C.V. y América Publicidad, S.A. de C.V. **Descargando Bases directamente del sitio electrónico www.comprasal.gob.sv** la persona Carlos Roberto Rivas Hernández. **Presentando Ofertas** el día once de noviembre de dos mil once, los ofertantes siguientes: 1) Máxima Publicidad, S.A. de C.V.; 2) Obermet, S.A. de C.V. y 3) O&R Marketing Communications, S.A. de C.V.
- III. La Comisión de Evaluación de Ofertas, concluida la Evaluación Recomendó declarar desierta por primera vez, la Licitación Pública N° FSV-09/2011 **"SERVICIOS DE AGENCIA DE PUBLICIDAD PARA EL FSV"**; ya que la Sociedad Obermet, S.A. de C.V. se encuentra incapacitada para ofertar y contratar, conforme al artículo veinticinco de la LACAP de acuerdo a confirmación de la UNAC.
- IV. Que la Junta Directiva del Fondo Social para la Vivienda conforme a Certificación del punto VII) del Acta de sesión de Junta Directiva No. JD-cero cero ocho/dos mil doce, Resuelve declarar desierta por primera vez, la Licitación Pública N° FSV-09/2011 **"SERVICIOS DE AGENCIA DE PUBLICIDAD PARA EL FSV"**.
- V. Que el día dieciocho del mes de enero de dos mil doce, la Institución por medio de Certificación del punto VII) del Acta de sesión de Junta Directiva No. JD-cero cero ocho/dos mil doce, notificó a todos los participantes el resultado de la Licitación Pública No. FSV-09/2011 **"SERVICIOS DE AGENCIA DE PUBLICIDAD PARA EL FSV"**.
- VI. Que con fecha 23 de enero de 2012, se recibió Recurso de Revisión presentado por la Sociedad Obermet, S. A. DE C. V., al acuerdo de Junta Directiva adoptado en el punto VII) del Acta de sesión de Junta Directiva No. JD-cero cero ocho/dos mil doce, en virtud

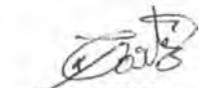
1539

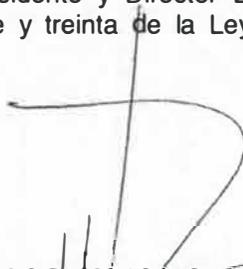
del cual se declaró desierta por primera vez, la Licitación Pública No. FSV-09/2011 "SERVICIOS DE AGENCIA DE PUBLICIDAD PARA EL FSV".

El FSV, en uso de sus facultades legales y a los considerandos anteriores y de conformidad a los acuerdos tomados en los literales A), B), C) y D) del punto XIV) del Acta de sesión de Junta Directiva No. JD-cero dieciséis/dos mil doce, del veinticinco de enero de dos mil doce. Acordó y POR TANTO,

RESUELVE:

- 1) Conforme a Certificación del Punto XIV) del Acta de sesión de Junta Directiva No. JD-cero dieciséis/dos mil doce, del veinticinco de enero de dos mil doce, referente a los acuerdos tomados en los literales A), B), C) y D):
 - A) Admitir el Recurso de Revisión recibido el 23 de enero de 2012, interpuesto por la sociedad: OBERMET, SOCIEDAD ANÓNIMA DE CAPITAL VARIABLE al acuerdo de Junta Directiva adoptado en el Punto VII) del Acta de Sesión de Junta Directiva N° JD-008/2012 del 12/01/2012, en virtud del cual se Declaró Desierta por primera vez, la Licitación Pública N° FSV-09/2011 "Servicios de Agencia de Publicidad para el FSV".
 - B) Suspender el proceso de contratación en el lapso comprendido entre la interposición del Recurso de Revisión y la resolución del mismo.
 - C) Nombrar una Comisión Especial de Alto Nivel para que emita su recomendación de conformidad a la Ley de Adquisiciones y Contrataciones de la Administración Pública (LACAP).
 - D) Para los efectos del Art. 57 del RELACAP, comisionar a la UACI para que notifique este Acuerdo en forma legal.
- 2) Emitir y firmar por parte del Presidente y Director Ejecutivo la presente Resolución de acuerdo a los Artículos veintisiete y treinta de la Ley del Fondo Social para la Vivienda. **NOTIFÍQUESE.**


FAG/meos


LIC. FRANCISCO ANTONIO GUEVARA
PRESIDENTE Y DIRECTOR EJECUTIVO






El Infrascrito **Gerente General del Fondo Social para la Vivienda** de conformidad con el Artículo Setenta y Dos de la Ley del Fondo Social para la Vivienda **CERTIFICA:** Que el Punto VI) del Acta de la Sesión de Junta Directiva número JD-CERO VEINTIDOS/DOS MIL DOCE de fecha dos de febrero de dos mil doce literalmente dice:

Entregada a la U.A.C.I

.....

~~.....~~

“VI) RESOLUCIÓN DE RECURSO DE REVISIÓN INTERPUESTO A LA LICITACIÓN PÚBLICA N° FSV-09/2011 “SERVICIOS DE AGENCIA DE PUBLICIDAD PARA EL FSV”.

El Presidente y Director Ejecutivo somete a conocimiento de los Directores el Informe de la Comisión Especial de Alto Nivel, nombrada según Punto XIV) del Acta de sesión de Junta Directiva No. JD-cero dieciséis/dos mil doce, de fecha veinticinco de enero de dos mil doce, para analizar el Recurso de Revisión interpuesto por la Sociedad OBERMET, S.A. DE C.V., a la Adjudicación de la Licitación Pública N° FSV-cero nueve/dos mil once “SERVICIOS DE AGENCIA DE PUBLICIDAD PARA EL FSV”, de conformidad al artículo setenta y siete de la Ley de Adquisiciones y Contrataciones de la Administración Pública (LACAP). El informe presentado por la Comisión Especial de Alto Nivel, del cual se anexa copia a la presente acta, dice en lo principal: “...

- I. Que la Junta Directiva del Fondo Social para la Vivienda conforme a Certificación del punto VII) del Acta de sesión de Junta Directiva No. JD-cero cero ocho/dos mil doce, Resolvió declarar desierta por primera vez, la Licitación Pública No. FSV-09/2011 “SERVICIOS DE AGENCIA DE PUBLICIDAD PARA EL FSV”, notificando los Resultados el 18 de enero de 2012.
- II. Que con fecha 23 de enero de 2012, se recibió Recurso de Revisión presentado por la Sociedad OBERMET, S. A. DE C. V., al acuerdo de Junta Directiva adoptado en el punto VII) del Acta de sesión de Junta Directiva No. JD-cero cero ocho/dos mil doce, en virtud del cual se declaró desierta por primera vez, la Licitación Pública No. FSV-09/2011 “SERVICIOS DE AGENCIA DE PUBLICIDAD PARA EL FSV”.
- III. Conforme a Certificación del Punto XIV) del Acta de sesión de Junta Directiva No. JD-016/2012, del 25 de enero de 2012, se tomaron, entre otros, los Acuerdos siguientes:
 - A) Admitir el Recurso de Revisión recibido el 23 de enero de 2012, interpuesto por la Sociedad: OBERMET, SOCIEDAD ANONIMA DE CAPITAL VARIABLE al acuerdo de Junta Directiva adoptado en el Punto VII) de Acta de Sesión de Junta Directiva No. JD-008/2012 del 12/01/2012, en virtud del cual se Declaró Desierta por primera vez, la Licitación Pública No. FSV-09/2011, “SERVICIOS DE AGENCIA DE PUBLICIDAD PARA EL FSV”.
 - B) Suspender el proceso de contratación en el lapso comprendido entre la interposición del Recurso de Revisión y la resolución del mismo.
 - C) Nombrar una Comisión Especial de Alto Nivel para que emita su recomendación de conformidad a la Ley de Adquisiciones y Contrataciones de la Administración Pública (LACAP).
 - D) Para los efectos del Art. 57 del RELACAP, comisionar a la UACI para que notifique este Acuerdo en forma legal.
- IV. Que la Comisión Especial de Alto Nivel, después de analizar el expediente de la Licitación Pública, el recurso interpuesto, y Resoluciones notificadas al recurrente por la Honorable Corte de Suprema de Justicia, determinó:

Que la Sociedad OBERMET, S. A. DE C. V., en su escrito presentado en la UACI de esta dependencia el día 23 de enero de 2012, **en lo atinente manifiesta:**

A. "... Yo, **OMAR ADALID FLORES MERCADO**, de

portador de mi Documento Unico de Identidad:

, y Número de Identificación Tributaria:

y sin
ocosal

Civil y Mercantil, vengo actuando como Apoderado General Judicial de la sociedad OBERMET, SOCIEDAD ANONIMA DE CAPITAL VARIABLE que se abrevia OBERMET, S.A. DE C.V., sociedad Salvadoreña y de este domicilio con Numero de Identificación Tributaria: cero seiscientos catorce ciento cuarenta mil ochocientos setenta y ocho - cero cero tres- cinco, del domicilio de San Salvador., calidad que compruebo anexando copia certificada por notario del poder general judicial otorgado a mi favor por el representante legal de dicha sociedad. A usted **EXPONGO**:

Que con fecha once de Noviembre de dos mil once se presento oferta por parte de mi representado para la licitación pública No FSV-09/2011 denominada: "Servicios de Agencia de Publicidad para FSV" librada por EL FONDO SOCIAL PARA LA VIVIENDA (FSV), siendo mi representada la única oferente, ya que después de las evaluaciones legal, financiera, aspectos técnicos y económicas, en la licitación, logró superar todas las respectivas etapas de la misma, debiendo dársele el tramite según el Art. 59 de la LACAP; que con el fin de adjudicarle la misma conforme a las condiciones requeridas en las bases de licitación.

Resultado que de la revisión legal mi representada aparecía en el sitio de internet COMPRASAL, sitio oficial de la Unidad Normativa de Adquisiciones y Contrataciones, apareciendo mi representada en el Banco de incapacitados por haber sido caducado un contrato con la Lotería Nacional de Beneficiencia; razón por la cual, con fecha cinco de enero del año dos mil doce, el Jefe de la UACI del FSV, procedió a enviar una nota al licenciado Carlos Oviedo Hernández, jefe de la Unidad Nacional de Adquisiciones Y Contrataciones, a efecto que este fuese quien aclarase sobre la situación jurídica de mi presentada, ante lo cual dicho funcionario remitió nota de respuesta Ref. UNAC-N.00011-2012, Dirigida al Ingeniero Julio Tarsiso Garcia Rivas, Jefe de la UACI DEL FSV, en lo cual en su libelo referente a la consulta hecha manifiesta:".... Que la sociedad OBERMET S.A. DE C.V.. Es incapaz para ofertar y contratar durante 5 años contados a partir del 11/11/2011, hasta el 10/11/2016, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 25 LACAP.....". Razón por la cual la comisión evaluadora se adhiere al planteamiento legal propuesto, lo que sirve de basamento para dicha declaratoria de deserción.

Al respecto y no estando conforme con dicho pronunciamiento, vengo a interponer con base en el Art. 76 y sig. De la LACAP Recurso de Revisión.

• **FUNDAMENTO DE HECHO Y DE DERECHO:**

El presente recurso se fundamenta en el Art. 76 de la LACAP que reza "De toda resolución pronunciada en los procedimientos de contratación regulados por esta ley, que afectaren los derechos de los particulares, procederá el recurso de revisión, interpuesto en tiempo y forma." Lo que me habilita legalmente para la interposición del recurso de revisión en contra de la resolución dictada por la Junta Directiva del Fondo Social para la Vivienda.

Es el caso que no me encuentro conforme con dicha resolución, puesto que vuestra digna autoridad en el acto que ahora impugno atendiendo a la información dada por la

UNAC, respecto de que mi representada se encuentra dentro de los incapacitados para contratar conforme a lo prescrito por la LACAP en el Art.25 ordinal c) en cuanto a haber sido declarado culpable, por la extinción de cualquier contrato celebrado con alguna de las instituciones, durante los últimos cinco años contados a partir de la referida declaración. Respecto de la aseveración de dicho artículo cabe hacer varias consideraciones al respecto, que la comisión de alto nivel que conozca del presente recurso deberá tener en cuenta al respecto del mismo. Ciertamente, el hecho de incapacitar a una sociedad de poder contratar con la administración pública, es un acto que incide de manera desfavorable sobre la esfera jurídica de mi mandante. En un Estado de Derecho, no puede desde ninguna perspectiva aceptarse que un acto administrativo, máxime un acto desfavorable para el administrado, se lleve a cabo prescindiendo total y absolutamente de procedimiento, privando por ende al administrado de toda participación y posibilidad de defensa, como es el caso que nos ocupa y nos atañe, en tal sentido mi mandante ha sido incluida en una base de datos de incapacitados para contratar con la administración pública, basándose en actos de evidente ilegalidad los cuales a tal efecto han sido ya sometidos al control jurisdiccional, con la interposición de la respectiva demanda contenciosa administrativa, y dicha sala en resolución de fecha **cinco de diciembre del corriente año**, ha determinado haciendo uso de los principios de apariencia de buen derecho y de la posterior difícil reparación del daño, **SUSPENDER LOS EFECTOS DEL ACTO ADMINISTRATIVO**, en tal sentido es claro, que el acto dictado aun no había adquirido la firmeza debida, y más aun que en vista la negativa por parte de la administración, a acatar la resolución emitida por la Sala de lo Contencioso Administrativo a las diez horas cincuenta minutos del día cinco de diciembre de dos mil once, por medio de la cual se admitió a trámite la demanda en contra del acto administrativo dictado por la Lotería Nacional de Beneficencia y se ordenó la suspensión provisional de la ejecución de los efectos del acto administrativo impugnado” y enumera; en el sentido que no se haga efectiva la ejecución y cobro de la garantía de cumplimiento de contrato, mientras dure la tramitación del proceso contencioso administrativo”. Se presentó escrito a la Sala en referencia solicitando la interpretación de la suspensión de la ejecución de los efectos del acto administrativo, resolviendo la Sala de lo Contencioso Administrativo, por auto de las once horas veinticinco minutos del diez de enero de dos mil doce, lo siguiente:

En lo pertinente, “f) Confirmase la medida cautelar decretada en auto de las diez horas cincuenta minutos del cinco de diciembre de dos mil once y además ampliase la misma, en el sentido que se suspendan todos los efectos positivos del acto impugnado: por lo que, **durante dicho período**, el acto adversado no podrá ser asentado en el Registro por incumplimiento de Ofertantes y Contratista que lleva la Lotería Nacional de Beneficencia y la Unidad Normativa de Adquisiciones y Contrataciones de la Administración Pública, adscrita al Ministerio de Hacienda.”

En dicho literal la Sala de lo Contencioso Administrativo es clara y específica en cuanto a que confirma la medida cautelar, es decir que desde un principio que fue declarada debió entenderse en el sentido amplio de su terminología, pero para que la entidad Administrativa no le quepa duda de la magnitud de la medida cautelar, en la resolución, amplía la misma, en el sentido de que se suspendan todos los efectos positivos del acto reclamado; es de aclarar en este punto, que el pretender entender o interpretar de diferente manera la resolución o pretender interpretarla en el sentido de que la resolución anterior no decía “Suspéndase provisionalmente los efectos del acto administrativo impugnado”, no es más que buscar una afectación directa a mi representada, máxime, cuando la misma Sala específica, que durante dicho período, el acto adversado no podrá

ser asentado en el Registro por incumplimiento de Ofertantes y contratista que lleva la Lotería Nacional de Beneficencia y la Unidad Normativa de Adquisiciones y Contrataciones de la Administración Pública, adscrita al Ministerio de Hacienda. En otras palabras, con base a lo solicitado y en razón de que la UNAC hizo caso omiso a la resolución de la Sala, ésta establece claramente que durante el periodo que se da desde la resolución de las diez horas y cincuenta minutos del día cinco de diciembre de dos mil once (único período mencionado) no se podrá asentar en la lista de incapacitados a mi representada; explicando, que el acto adversado no podrá ser asentado en el Registro...” Que se refiere al no asentamiento en el registro de incapacitados de la UNAC. Del anterior análisis podemos que la Sala es clara desde un principio al dictar la medida cautelar ordenando la suspensión como forma cautelar de protección que posee una finalidad concreta, manifestada bajo dos expresiones, la primera es que busca proteger la esfera jurídica del particular, manteniendo su estatus quo, lo que significa que la medida pretende la protección efectiva del sujeto, pero también buscando precaver que la eventual sentencia que debe proveerse como resolución definitiva del caso tenga efecto real y posible.

En ese sentido la suspensión provista por la Sala, que además fue reiterada debe ser entendida e interpretada, por la administración en el sentido más amplio de protección, sin pretender amparar la continuidad y afectación de la esfera jurídica del particular – que intenta protegerse con el dictado de la medida – bajo la falta de taxatividad de las expresiones con las que la medida es dictada. Así la administración debe aplicar la medida entendiendo también que la suspensión de los efectos del acto debe entenderse implementadas sobre los “efectos” del mismo, sin tener como condición la formalidad de especificar todos los alcances posibles de la sentencia.

Ante todo este orden de ideas efectuado, es claro que la Comisión que conozca el presente recurso debe tener en cuenta la cronología de eventos que permiten a mi representada ser adjudicada en la presente licitación con fecha cinco de enero del año dos mil doce, el Jefe de la UACI del FSV, procedió a enviar una nota al licenciado Carlos Oviedo Hernandez, jefe de la Unidad Nacional de Adquisiciones y Contrataciones, a efecto que este fuese quien aclarase sobre la situación jurídica de mi representada, ante lo cual dicho funcionario remitió nota de respuesta Ref: UNAC-N.00011-2012, Dirigida al Ingeniero Julio Tarsiso Garcia Rivas, Jefe de la UACI DEL FSV, en lo cual en su libelo referente a la consulta hecha manifiesta, que la sociedad OBERMET S.A. DE C.V.. Es incapaz para ofertar y contratar durante 5 años contados a partir del 11/11/2011, hasta el 10/11/2016, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 25 LACAP.....”. Razón por la cual la comisión evaluadora se adhiere al planteamiento legal propuesto, lo que sirve de basamento para dicha declaratoria de deserción. PERO LA RESOLUCION DE LA CORTE SUPREMA DE JUSTICA, A TRAVEZ DE LA SALA DE LO CONTENCIOSO ADMINISTRATIVO QUE CONFIRMÓ LA SUSPENSION DE TODOS LOS EFECTOS DEL ACTO ADMINISTRATIVO, HA SIDO DICTADA CON FECHA DIEZ DE ENERO DEL AÑO DOS MIL DOCE, ES DECIR EL MISMO DIA QUE el licenciado Carlos Oviedo Hernández, jefe de la Unidad Nacional de Adquisiciones y Contrataciones remitió nota de respuesta Ref:UNAC-N.00011-2012, Dirigida al Ingeniero Julio Tarsiso Garcia Rivas, y la que manifestaba la incapacidad y posteriormente devino en la resolución dictada por Vuestra autoridad con fecha DOCE DE ENERO DEL AÑO DOS MIL DOCE, ante lo cual es claro que si con fecha CINCO DE DICIEMBRE DEL AÑO ANTERIOR, LOS EFECTOS YA HABIAN SIDO SUSPENDIDOS Y EL DIEZ DE ENERO SE CONFIRMA ORDENANDO A LA UNAC SACAR DE LAS BASES DE DATOS DE INCAPACITADOS A MI MANDANTE, Y suspender todos los efectos, a dicha fecha, ante lo cual mi mandante,

en la fecha que se dicto por parte de Vuestra Autoridad el punto VII) del acta de sesión de Junta Directiva numero JD-CERO CERO OCHO/ DOS MIL DOCE de fecha doce de enero de dos mil doce, en donde se notifica a mi representada que ha sido declarada no elegible en la licitación pública No FSV-09/2011 denominada: "Servicios de Agencia de Publicidad para FSV" librada por el FONDO SOCIAL PARA LA VIVIENDA (FSV), por todo lo antes dicho, es incorrecta, y además no apegada a la ley. En consecuencia es evidente que la Sala ha ratificado y confirmado la medida cautelar y en esa frecuencia la Administración Pública debe resolver conforme a lo dicho por la Sala, debiendo revocarse punto VII) del acta de sesión de Junta Directiva numero JD-CERO CERO OCHO/ DOS MIL DOCE de fecha doce de enero de dos mil doce, en cuanto a declarar desierta la licitación Publica No FSV-09/2011, y adjudicarla a mi representada por cumplir con todos los requerimientos de ley, técnicos y en cumplimiento a las bases de la licitación publicada.

Por lo que con base a lo antes expuesto, a usted les PIDO:

-Admitirme el presente escrito.

-Tener de mi parte por interpuesto el recurso de Revisión con base al Art. 76 de la LACAP, en contra de la resolución por ustedes emitida con fecha doce de enero del año dos mil doce, en sesión de junta directiva No CERO CERO OCHO/DOS MIL DOCE, en la cual declaran desierta la licitación Publica No FSV-09/2011 denominada: "servicios de Agencia de Publicidad para FSV" librada por EL FONDO SOCIAL PARA LA VIVIENDA (FSV)".

-Se revoque la resolución antes dicha y se pronuncie en el sentido de adjudicar a mi representada la licitación No FSV-09/2011 denominada: "Servicios de Agencia de Publicidad para FSV" librada por la Junta Directiva del FONDO SOCIAL PARA LA VIVIENDA (FSV).- ...".

B. Primera Resolución proveída al recurrente por la Honorable Corte Suprema de Justicia, y adjuntado al recurso, en lo atinente manifiesta:

"...HAGO SABER: Que en el Juicio Contencioso Administrativo promovido por **LA SOCIEDAD OBERMET, SOCIEDAD ANONIMA DE CAPITAL VARIABLE, POR MEDIO DE SU APODERADO GENERAL JUDICIAL, LICENCIADO OMAR ADALID FLORES MERCADO,** contra **LA JUNTA DIRECTIVA DE LA LOTERÍA NACIONAL DE BENEFICENCIA DE EL SALVADOR,** la Sala de lo Contencioso Administrativo de la Corte Suprema de Justicia ha pronunciado la resolución que literalmente dice:... **SALA DE LO CONTENCIOSO ADMINISTRATIVO DE LA CORTE SUPREMA DE JUSTICIA:** San Salvador, a las diez horas cincuenta minutos del cinco de diciembre de dos mil once...

RESUELVE:

1)Admítase la demanda contra la Junta Directiva de la Lotería Nacional de Beneficencia de El Salvador, por la emisión la resolución de las trece horas con treinta y dos minutos del día nueve de noviembre de dos mil once, por medio del cual caduca el contrato 01/2011 denominado "Servicios de Agencia Publicitaria para Diseño, Producción e Implementación de Campañas de la Lotería Nacional de Beneficencia" y ordena hacer efectiva la garantía de cumplimiento de contrato de dicha licitación en base a los Art. 35, 36 y 100 de la Ley de Adquisiciones y Contrataciones de la Administración Pública, y 35 de su Reglamento.

3)Decrétase la suspensión provisional de la ejecución de los efectos del acto administrativo impugnado, en el sentido que no se haga efectiva la ejecución y cobro de la garantía de cumplimiento del contrato, por la cantidad de noventa y tres mil veintitrés dólares con ochenta y tres centavos de dólar o el equivalente a ochocientos trece mil novecientos

cincuenta y ocho colones con cincuenta y un centavos, mientras dure la tramitación de este proceso.”.

Segunda Resolución proveída al recurrente por la Honorable Corte Suprema de Justicia, y adjuntado al recurso, **en lo atinente manifiesta:**

“...HAGO SABER: Que en el Juicio Contencioso Administrativo promovido por **LA SOCIEDAD OBERMET, SOCIEDAD ANONIMA DE CAPITAL VARIABLE, POR MEDIO DE SU APODERADO GENERAL JUDICIAL, LICENCIADO OMAR ADALID FLORES MERCADO,** contra **LA JUNTA DIRECTIVA DE LA LOTERÍA NACIONAL DE BENEFICENCIA DE EL SALVADOR,** la Sala de los Contencioso Administrativo de la Corte Suprema de Justicia ha pronunciado la resolución que literalmente dice:... **SALA DE LO CONTENCIOSO ADMINISTRATIVO DE LA CORTE SUPREMA DE JUSTICIA:** San Salvador, a las once horas veinticinco minutos del diez de enero de dos mil doce... **RESUELVE:**

f) Confirmase la medida cautelar decretada en auto de las diez horas cincuenta minutos del cinco de diciembre de dos mil once, y además ampliase la misma, en el sentido que se suspendan todos los efectos positivos del acto impugnado; por lo que durante dicho período, el acto adversado no podrá ser asentado en el Registro por Incumplimiento de Ofertantes y Contratistas que lleva la Lotería Nacional de Beneficencia y la Unidad Normativa de Adquisiciones y Contrataciones de la Administración Pública, adscrita al Ministerio de Hacienda.”.

C. Que posterior a la notificación de la admisión del Recurso de revisión interpuesto por la Sociedad OBERMET, S.A. DE C.V., el 26 de enero de 2012, el Jefe UACI, de esta Institución, solicitó al Jefe de la UNAC, confirme si la sociedad OBERMET, S.A. DE C.V., está incapacitada conforme al artículo 25 de la LACAP, **en lo atinente manifiesta:**

“...Sirva la presente para hacer llegar nuestro atento saludo, ocasión que aprovecho con todo respeto, para hacer de su conocimiento que la Sociedad OBERMET, S.A. DE C.V. ha interpuesto Recurso de Revisión al Fondo Social para la Vivienda, en el proceso que gestiona esta dependencia a través de la Licitación Pública No. FSV-09/2011 “SERVICIOS DE AGENCIA DE PUBLICIDAD PARA EL FSV”, basando su recurso en dos resoluciones de la Honorable Sala de lo Contencioso Administrativo, proveídas en el proceso de interposición de un recurso ante esa sala contra la resolución emitida por la Lotería Nacional Beneficencia.

Con fecha 09 de enero de 2012 la UNAC en atención a nuestra consulta, nos informó que OBERMET, S.A. DE C.V., es incapaz para ofertar y contratar durante 5 años contados desde el 11/11/2011, hasta el 10/11/2016, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 25 LACAP, por haber sido sancionada con la extinción del contrato 19/2011, originado de la Licitación Pública 01/2011 denominada “Servicios de Agencia Publicitaria para diseño, producción e implementación de campañas de la Lotería Nacional de Beneficencia”.

Por lo anteriormente expuesto y en atención a lo dispuesto en el Artículo 10 literal n) de la LACAP, le solicito me confirme nuevamente si la sociedad OBERMET, S.A. DE C.V., está incapacitada conforme el artículo 25 de la LACAP para ofertar y contratar por la extinción del contrato 19/2011 originado de la Licitación Pública 01/2011 “Servicios de Agencia de Publicitaria para diseño, producción e implementación de campañas de la Lotería Nacional

de Beneficencia”, por un período de 5 años a partir del 11 de noviembre de 2011 y si la fecha de la incapacidad vence el 10 de noviembre de 2016.....”.

D. Que en nota de respuesta, con fecha 30 de enero de 2012, mediante nota de Ref: UNAC-N-00050-12, dirigida al Ingeniero Julio Tarcicio Rivas García Jefa UACI, del Fondo Social para la Vivienda; el Lic. Carlos Oviedo Jefe UNAC-Ministerio de Hacienda, **en lo atinente manifiesta:**

“...Expone en su nota de fecha 26 del presente mes, que la sociedad Obermet, S.A. de C.V. ha interpuesto recurso de revisión, en el proceso de contratación por Licitación Pública número FSV-09/2011, denominada “Servicios de Agencia de Publicidad para el FSV”, basando el referido recurso, en dos resoluciones de la Sala de lo Contencioso Administrativo de la Corte Suprema de Justicia, proveídas en el juicio contencioso administrativo promovido por dicha sociedad, en contra de la Junta Directiva de la Lotería Nacional de Beneficencia (LNB).

Al respecto informo a usted, que ciertamente la LNB emitió resolución de caducidad del contrato 19/2011, denominado “Servicios de Agencia publicitaria para diseño, producción e implementación de campañas de la LNB”, suscrito con Obermet, S.A de C.V., razón por la cual dicha sociedad pasó a tener la calidad de incapaz para ofertar y contratar con la administración pública, de conformidad a lo establecido en el Art. 25 literal c) LACAP, por un periodo de cinco años, contados desde el 11 de noviembre de 2011, hasta el 10 de noviembre de 2016, lo cual fue publicado en Comprasal, luego de recibir copias de la resolución emitida y de la notificación que se hizo al contratista. No obstante lo anterior, el día diez de enero del presente año, la Sala de lo Contencioso Administrativo, proveyó resolución a través de la cual amplió la medida cautelar que había decretado en auto del día 5 de diciembre de 2010, en el sentido de suspender todos los efectos positivos del acto impugnado, Dicha resolución fue notificada a Obermet, S.A. de C.V. el día 17 de enero de 2012, el día 18 del mismo mes y año fue presentada la respectiva copia certificada a esta unidad a efecto de retirar del Registro de Incapaces a la referida sociedad.

Por todo lo anteriormente expuesto, tenemos que desde el 11 de noviembre de 2011, hasta el 17 de enero del presente año, Obermet, S.A. de C.V., no era capaz para ofertar ni para contratar con la administración pública, concluyendo que después de ese lapso si tiene la condición de capacidad para hacerlo.....”.

V- Esta Comisión Especial de Alto Nivel, posterior al análisis del expediente, del Recurso interpuesto, de las Resoluciones proveídas al recurrente por la Honorable Corte de Suprema de Justicia, de la consulta realizada por esta Institución al Jefe de la UNAC y de la respuesta de la misma, hace las siguientes conclusiones:

- i) Que de acuerdo a las resoluciones proveídas al recurrente por la Honorable Corte Suprema de Justicia, específicamente en lo resuelto en los numerales 1) y 3) de la resolución de fecha cinco de diciembre de dos mil once y al literal f) de la resolución de fecha diez de enero de dos mil doce, antes relacionadas, y que manda a suspender todos los efectos positivos del acto impugnado.
- ii) Que en atención a la respuesta brindada por el Jefe UNAC, donde concluye que desde el 11 de noviembre de 2011, hasta el 17 de enero del presente año, Obermet, S.A. de C.V., no era capaz para ofertar ni para contratar con la administración pública, **concluye que después de ese lapso si tiene la condición de capacidad para hacerlo.**

iii) Al verificar en el expediente del proceso en referencia específicamente en el acta de recomendación de la Comisión de Evaluación de Ofertas del citado proceso, consta en ella que la Comisión de Evaluación de Ofertas, oportunamente realizó la Evaluación de la oferta de la sociedad Recurrente Obermet, S.A. de C.V., hasta su etapa final, es decir se evaluó la Capacidad Financiera, los Aspectos Técnicos y la oferta Económica, obteniendo los resultados siguientes:

| OFERTANTE | CAPACIDAD FINANCIERA (10.00%) | ASPECTOS TÉCNICOS (80.00%) | EVALUACIÓN ECONÓMICA (10.00%) | TOTAL |
|-----------------------|----------------------------------|-------------------------------|----------------------------------|--------|
| OBERMET, S.A. DE C.V. | 7.75% | 74.00% | 10.00% (\$449,999.40) | 91.75% |

Lo cual la hacía merecedora de la adjudicación de esta contratación, pero no se recomendó la adjudicación por la incapacidad que adolecía la sociedad recurrente, y que se comprobó debidamente en aquel momento.

iv) Esta Comisión Especial de Alto Nivel, al efectuar un análisis global de los hechos acaecidos en el referido proceso en cuanto a que legalmente la sociedad recurrente OBERMET, S.A. de C.V., a esta fecha no tiene impedimento para ofertar y contratar, y a que obtuvo la evaluación necesaria para ser adjudicada es de la opinión que se revoque el acuerdo de Junta Directiva adoptado en el punto VII) del Acta de sesión de Junta Directiva No. JD-cero cero ocho/dos mil doce, en virtud del cual se declaró desierta por primera vez, la Licitación Pública No. FSV-09/2011 "**SERVICIOS DE AGENCIA DE PUBLICIDAD PARA EL FSV**", y se adjudique la Licitación a la Sociedad OBERMET, S.A. DE C.V., hasta por un monto total de CUATROCIENTOS CUARENTA Y NUEVE MIL NOVECIENTOS NOVENTA Y NUEVE 40/100 DOLARES DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMERICA (US \$449,999.40), valor que incluye IVA. El plazo para la prestación del servicio será de hasta un año, contado a partir de la fecha de emisión de la Orden de Inicio emitida por el Administrador del Contrato.

Con base a todo lo anteriormente expuesto y a lo establecido en el Artículo 77 inciso segundo de la Ley de Adquisiciones y Contrataciones de la Administración Pública, la Comisión Especial de Alto Nivel, recomienda a Junta Directiva:

- a) Que es procedente lo peticionado por el Recurrente, en cuanto a que se revoque el acuerdo de Junta Directiva adoptado en el punto VII) del Acta de sesión de Junta Directiva No. JD-cero cero ocho/dos mil doce, en virtud del cual se declaró desierta por primera vez, la Licitación Pública No. FSV-09/2011 "**SERVICIOS DE AGENCIA DE PUBLICIDAD PARA EL FSV**", y se adjudique la Licitación en referencia.
- b) Se recomienda a Junta Directiva, se adjudique la Licitación Pública No. FSV-09/2011 "**SERVICIOS DE AGENCIA DE PUBLICIDAD PARA EL FSV**" a la Sociedad OBERMET, S.A. DE C.V., hasta por un monto total de CUATROCIENTOS CUARENTA Y NUEVE MIL NOVECIENTOS NOVENTA Y NUEVE 40/100 DOLARES DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMERICA (US \$449,999.40), valor que incluye IVA. El plazo para la prestación del servicio será de hasta un año, contado a partir de la fecha de emisión de la Orden de Inicio emitida por el Administrador del Contrato.

1541

Siendo esa la recomendación de la Comisión de Alto Nivel, la cual debe atenderse, el señor Presidente y Director Ejecutivo, Licenciado Francisco Antonio Guevara, solicita a Junta Directiva del Fondo Social para la Vivienda, se consigne en la presente resolución de conformidad al inciso cuarto del artículo dieciocho de la Ley de Adquisiciones y Contrataciones de la Administración Pública (LACAP), y artículo treinta de la Ley del Fondo Social para la Vivienda, autorizar se delegue la firma de este contrato en el Gerente General, Licenciado Mariano Aristides Bonilla Bonilla. Que de conformidad al Artículo 82 Bis de la Ley de Adquisiciones y Contrataciones de la Administración Pública (LACAP) y en relación al Artículo 27 de la Ley del Fondo Social para la Vivienda, se nombra como Administrador del contrato para el presente proceso a la Jefa de la Unidad de Comunicaciones y Publicidad, Licenciada Susana Guadalupe Vásquez Méndez. Además se hace constar que los Directores Licenciado Carlos Gustavo Salazar Alvarado y Señor Juan Isidro Vásquez Mejía, se abstienen de votar por haber sido parte de la Comisión Especial de Alto Nivel que resolvió este Recurso. Conocido el informe de la Comisión Especial de Alto Nivel, Junta Directiva, por unanimidad **de los Directores con derecho a voto, RESUELVE:**

- A) Dar por recibido el Informe de la Comisión Especial de Alto Nivel nombrada para analizar el Recurso de Revisión interpuesto por la Sociedad OBERMET, S.A. DE C.V., a la Adjudicación de la Licitación Pública N° FSV-cero nueve/dos mil once "SERVICIOS DE AGENCIA DE PUBLICIDAD PARA EL FSV".
- B) Adjudicar la Licitación Pública No. FSV-09/2011 "**SERVICIOS DE AGENCIA DE PUBLICIDAD PARA EL FSV**" a la Sociedad OBERMET S.A. DE C.V., hasta por un monto total de CUATROCIENTOS CUARENTA Y NUEVE MIL NOVECIENTOS NOVENTA Y NUEVE 40/100 DOLARES DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMERICA (US \$449,999.40), valor que incluye IVA. El plazo para la prestación del servicio será de hasta un año, contado a partir de la fecha de emisión de la Orden de Inicio emitida por el Administrador del Contrato.
- C) Autorizar se delegue en el Gerente General, Licenciado Mariano Aristides Bonilla Bonilla, para que en nombre y representación del Fondo Social para la Vivienda, firme el contrato respectivo.
- D) Tener por nombrado como Administrador del contrato en el presente proceso a la Jefa de la Unidad de Comunicaciones y Publicidad, Licenciada Susana Guadalupe Vásquez Méndez.
- E) **Comisionar a la Unidad de Adquisiciones y Contrataciones Institucional (UACI)**, para que notifique esta resolución mediante copia íntegra de la certificación de este Punto de Acta, proveída por el Gerente General de conformidad al artículo 72 de la Ley del Fondo Social para la Vivienda.
- F) Este punto se ratifica en esta sesión."

.....

Y para los efectos legales correspondientes, extendo la presente en la ciudad de San Salvador, a los tres días del mes de febrero de dos mil doce.

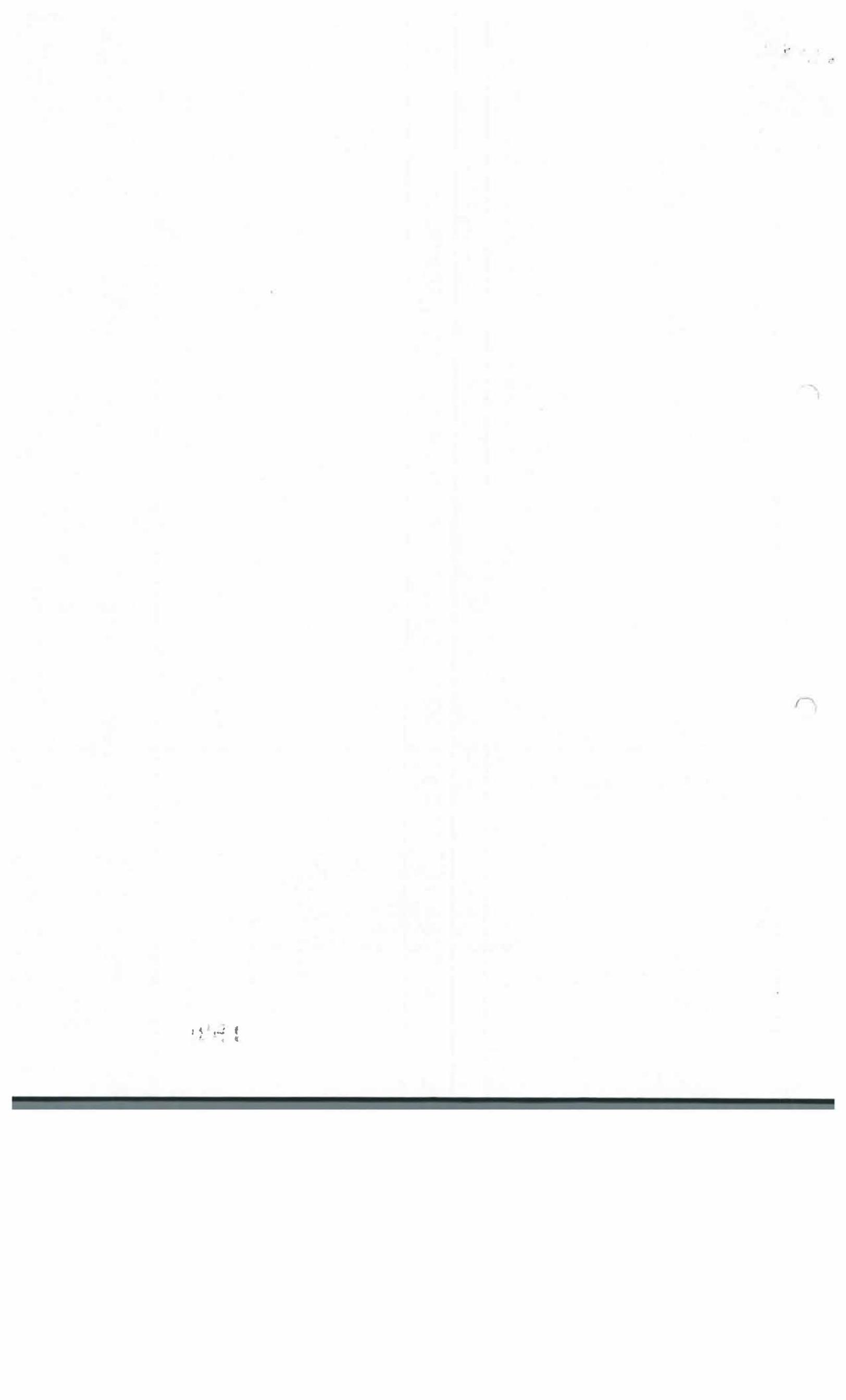
Entregado
UACI

Mariano A. Bonilla

FONDO SOCIAL PARA LA VIVIENDA
GERENTE GENERAL

LIC. MARIANO A. BONILLA
GERENTE GENERAL
FONDO SOCIAL PARA LA VIVIENDA

1540



Clasiguia
de LA PRENSA
GRATIS

Siempre
Se Ven
2241-2241

**MEJORAMOS CUALQUIER COTIZACION
MINISPLIT \$299**

AIRE ACONDICIONADO
de Ventas
**6000 BTU
\$159**

PRECIO ESPECIAL DE 1
año de garantía. Incluye instalación y 10000 ml de gas.

TV 23" SONY y otras marcas desde **\$119**

MICROONDAS desde \$49

AIRE ACONDICIONADO PORTATIL desde \$800 hasta 12000 BTU con filtros. ENTREGA SIEMPRE BIEN. **GANGA**

OASIS Aires acondicionados y más refrigeradores desde **\$99** hasta **\$139**

PANA MIA MI PBX: 2260-5000 www.panamiami.net



**BANCO DE DESARROLLO
DE EL SALVADOR**



INFORMA

El Presidente del **BANCO DE DESARROLLO DE EL SALVADOR (BANDESAL)**, por este medio comunica a las asociaciones más representativas de los Sectores Agropecuario, Industrial, Micro, Pequeña y Mediana Empresa y a las Universidades Privadas autorizadas por el Ministerio de Educación y con acreditación de calidad vigente lo siguiente:

Que se ha modificado la fecha, hora y lugar contenida en la Convocatoria para la elección de las temas necesarias para conformar tanto la Asamblea de Gobernadores como la Junta Directiva de esta institución, publicada el 1 de Febrero de 2012, en este mismo medio, por lo que se hace saber que las reuniones se celebrarán en World Trade Center, Torre II, cuarta planta, Colonia Escalón, San Salvador, en los siguientes horarios y fecha de conformidad a la siguiente programación:

| SECTOR | FECHA DE REUNION | HORA |
|----------------------------------|-----------------------|------------|
| UNIVERSIDADES PRIVADAS | 24 DE FEBRERO DE 2012 | 08:30 A.M. |
| AGROPECUARIO | 24 DE FEBRERO DE 2012 | 10:30 A.M. |
| MICRO, PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA | 24 DE FEBRERO DE 2012 | 02:30 P.M. |
| INDUSTRIAL | 24 DE FEBRERO DE 2012 | 04:00 P.M. |

En consecuencia, se amplía el periodo para la inscripción del Registro de Electores y de candidatos propuestos para la elección de las temas para conformar tanto la Asamblea de Gobernadores como la Junta Directiva de esta institución, hasta el día 20 de febrero del 2012, debiendo darse cumplimiento a todos los requisitos establecidos en la Convocatoria en referencia.



San Salvador, 16 de febrero del año dos mil doce.

AVISO DE NOTIFICACIONES



El Fondo Social para la Vivienda por medio de la Unidad de Adquisiciones y Contrataciones Institucional, en cumplimiento al Artículo N° 57, inciso segundo, de la Ley de Adquisiciones y Contrataciones de la Administración Pública, hace del conocimiento general el resultado siguiente:

LICITACION PÚBLICA N° FSV-09/2011

"SERVICIOS DE AGENCIA DE PUBLICIDAD PARA EL FSV"
SOCIEDAD ADJUDICADA:
OBERNET, S.A. DE C.V.

LICITACION PÚBLICA N° FSV-11/2011

"SERVICIOS DE MANTENIMIENTO PREVENTIVO Y CORRECTIVO PARA EQUIPOS DE AIRE ACONDICIONADO DEL FSV"
RESULTADO:
DECLARADA DESERTA POR PRIMERA VEZ

LICITACION PÚBLICA N° FSV-17/2011

"SUMINISTRO DE MICROBÚS PARA EL FSV"
RESULTADO:
DEJADA SIN EFECTO

LICITACION PÚBLICA N° FSV-18/2011

"SUMINISTRO DE COMBUSTIBLE EN CUPONES PARA EL FSV"
RESULTADO:
DECLARADA DESERTA POR SEGUNDA VEZ

Fondo Social para la Vivienda
Institución certificada bajo la norma ISO 9001:2008



San Salvador, 16 de febrero de 2012

Licenciatura en
Mercadotecnia
y Publicidad

Conquista tu futuro desde donde tú quieras.

100% on line

Entérate: www.ufg.edu.sv / Tel: 2209-2915/
Asesor Académico: avarela@ufg.edu.sv

Mi papá tiene un negocio
pequeño de impresión
y yo le ayudo a manejarlo ▶

siempre soñé con
prepararme para hacerlo crecer ▶

hoy sé que puedo hacerlo
sin descuidar el negocio
estudiando desde cualquier lugar!

hoy mi sueño se hace realidad ▶



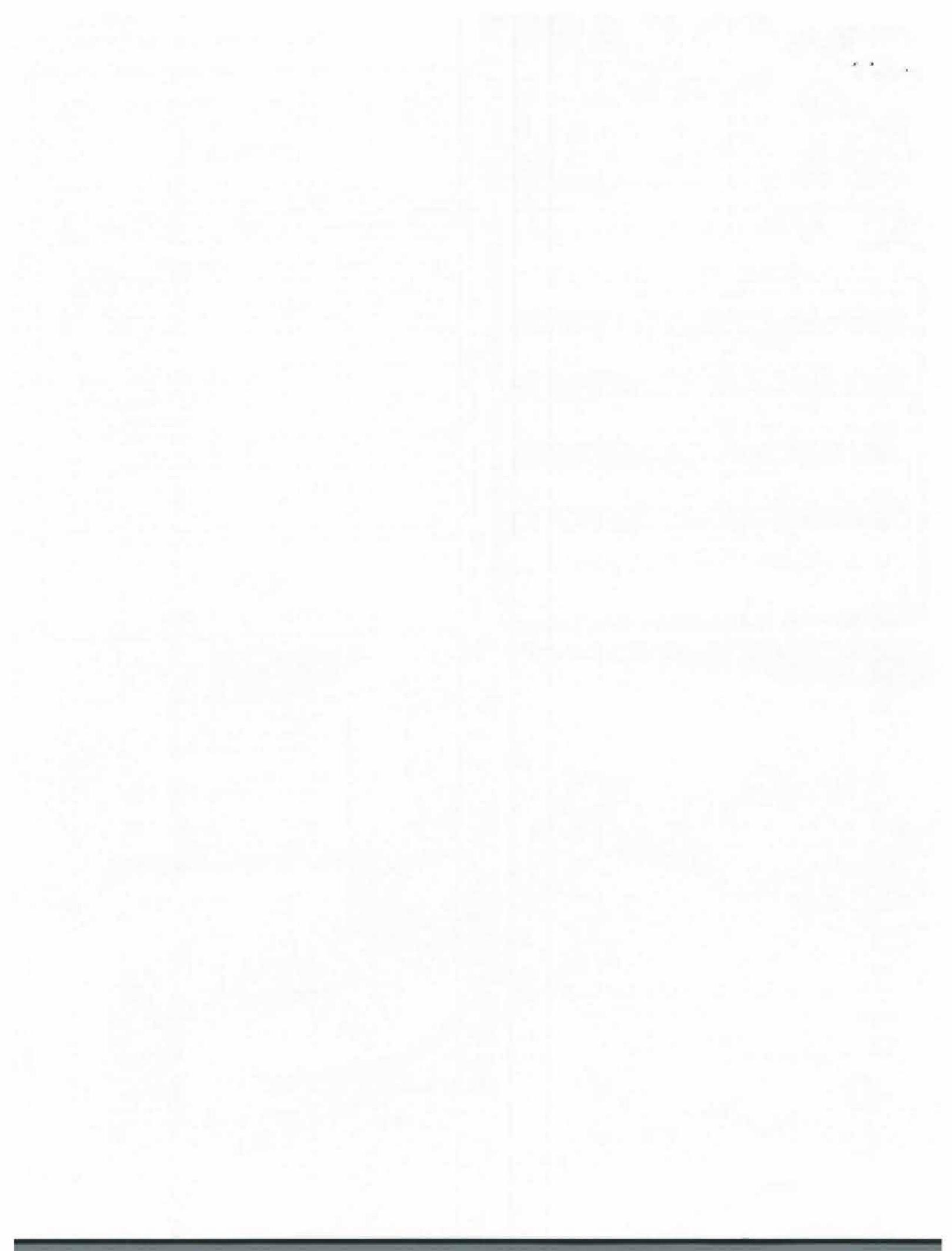
Comité de Acreditación de la
Cajal de la Universidad Francisco Gavidia
ACREDITADA
2008-2014



qualityaustria
ISO 9001:2008 NR.03666/0



UFG
UNIVERSIDAD
FRANCISCO GAVIDIA
Tecnología, Innovación
y Calidad





"Canas del hombre son prudencia, y edad avanzada, una vida sin tacha."

Agradó a Dios, y Dios lo amó (Sab. 4,9-10)

Me diste la vida; te la devuelvo como Hermano Marista (H.J.GOÑI)
Sus palabras al Cumplir 100 años

Los ex alumnos y familia Marista del Liceo San Luis de Santa Ana

Invitan a la Eucaristía de resurrección de nuestro querido

Hno. Julián Goñi Esparza

(España, 27 de junio de 1909 - Guatemala 5 de febrero de 2012)

Que se celebrará el día sábado, 18 de febrero, a las 6:00 p.m.
en el gimnasio del Liceo San Luis de Santa Ana.

Maristas por siempre.

Santa Ana, 16 de febrero de 2012

Haora diferentes actividades y serán gratuitas. Entre ellas presentación de obras y conciertos.

Cristian Díaz

comunidades@eldiariodehoy.com

SANTA ANA. Una de las joyas arquitectónicas que resaltan el Centro Histórico de la cabecera es el Teatro, que el próximo 25 de febrero estará cumpliendo 102 años de funcionar.

La celebración de esa fecha implicará una serie de actividades culturales, cuya entrada será gratuita, expresó la directora del Teatro, Marta Sayes.

Para iniciar la celebración, a las 8:30, del sábado 25, saldrá un desfile desde un reconocido centro comercial que está a la entrada de la ciudad.

Éste recorrerá la avenida Independencia hasta llegar parque Libertad. Participarán autoridades locales, bandas musicales y una caravana de carros antiguos.

A las 10:30 de la mañana, se presentará en la fachada del Teatro, el Ballet Folclórico Yumalquitl, y a las 11:30 se

El edificio de la ciudad. FOTO

pondrá en es Lobo Feroz en el grupo Talle Esta present Gran Sala.

Aunque tod ferentes acti dos concierto: culo aéreo los celebraciones.

A las 5:00 de po Sentimien Policía, inter melodías folcl ra después, hal to de música a poránea con R terpretará car décadas de los



AVISO DE NOTIFICACIONES



El Fondo Social para la Vivienda por medio de la Unidad de Adquisiciones y Contrataciones Institucional, en cumplimiento al Artículo N° 57, inciso segundo, de la Ley de Adquisiciones y Contrataciones de la Administración Pública, hace del conocimiento general el resultado siguiente:

LICITACIÓN PÚBLICA N° FSV-09/2011

"SERVICIOS DE AGENCIA DE PUBLICIDAD PARA EL FSV"
SOCIEDAD ADJUDICADA:
OSERMET, S.A. DE C.V.

LICITACIÓN PÚBLICA N° FSV-11/2011

"SERVICIOS DE MANTENIMIENTO PREVENTIVO Y CORRECTIVO PARA EQUIPOS DE AIRE ACONDICIONADO DEL FSV"
RESULTADO:
DECLARADA DESIERTA POR PRIMERA VEZ

LICITACIÓN PÚBLICA N° FSV-17/2011

"SUMINISTRO DE MICROBÚS PARA EL FSV"
RESULTADO:
DEJADA SIN EFECTO

LICITACIÓN PÚBLICA N° FSV-18/2011

"SUMINISTRO DE COMBUSTIBLE EN CUPONES PARA EL FSV"
RESULTADO:
DECLARADA DESIERTA POR SEGUNDA VEZ



Fondo Social para la Vivienda
Institución certificada bajo la norma ISO 9001:2008



San Salvador, 16 de febrero de 2012

Guardavidas para el Paso

La prueba se realizará en el Puerto de La Libertad el próximo 26 de febrero. Así se preparan para la Semana Santa.

La agilidad y destreza es lo que más de 100 voluntarios de la Cruz Roja quieren demostrar en una actividad que los pondrá a prueba, "El Paso del Hombre".

La prueba física la realizaran, como tradicionalmente lo ha hecho la institución de socorro, en el Puerto de La Libertad, el próximo 26 de febrero.

Santiago Martínez, presidente de Cruz Roja en Usulután, confirmó la fecha y que en la prueba participarán al

menos 35 voluntarios del departamento.

Se suman otros a ser guardavidas de la Semana Santa de las seccionales de La Libertad, Morazán y Usulután.

"Para la prueba se requiere nadar 21 kilómetros. Los que guardavidas tienen que hacer a la prueba del hombre", dijo Martínez.

Agregó que los participantes que no logren pasar de resistencia, serán rescatados en las próximas horas de a semana ma

La prueba del hombre es el sistema de guardavidas que se implementa en el departamento.

