



CENTRO  
NACIONAL  
DE REGISTROS

# **DOCUMENTO EN VERSIÓN PÚBLICA**

**De conformidad a los**

**Artículos:**

**24 letra “c” y 30 de la LAIP.**

**Se han eliminado los datos**

**personales**

**ACUERDO No. 287-CNR/2022.** El Consejo Directivo del Centro Nacional de Registros, sobre lo tratado en el punto número cinco: **Unidad de Adquisiciones y Contrataciones Institucional; subdivisión cinco punto tres: Aprobación de las bases de Licitación Pública No. LP-04/2023-CNR: Servicio de agencia de publicidad para el CNR, año 2023;** de la sesión ordinaria número cuarenta y tres, celebrada de manera virtual y presencial, a las doce horas del meridiano, del treinta de noviembre de dos mil veintidós; punto expuesto por el jefe de la Unidad de Adquisiciones y Contrataciones Institucional –UACI- licenciado Andrés Rodas Gómez; y,

**CONSIDERANDO:**

- I. Que el objeto del proceso es adquirir y contratar los servicios de una agencia de publicidad para el diseño, creación de contenido digital, producción, coordinación y ejecución de la inversión en medios, que brinde propuestas estratégicas de comunicación que permitan dar a conocer los diferentes servicios, proyectos, logros y temas de interés que la institución brinda, así como publicar anuncios de convocatoria y avisos de resultados de los procesos de adquisición y contratación de la institución.
- II. Que es necesaria la contratación debido a que el Centro Nacional de Registros está trabajando de manera enfática en generar mejoras en los servicios para los usuarios y usuarias, desarrollando diferentes proyectos e iniciativas que deben darse a conocer a toda la población a través de una estrategia de medios eficiente y efectiva, son necesarios los servicios de una agencia de publicidad, para coordinar y ejecutar la inversión publicitaria en los medios de comunicación que se requieran.
- III. Que el alcance del servicio es el siguiente:
  - Crear dos campañas multimedia, para dar a conocer los diferentes servicios y proyectos del Centro Nacional de Registros, con una producción a un costo razonable según las tarifas de mercado que se manejan para este tipo de productos, con altos índices de calidad y efectividad, basándose en una creatividad dinámica, que permita desarrollar ideas innovadoras ajustadas a las necesidades de comunicación de nuestra institución.
  - Crear y diseñar contenido de tres campañas digitales, para dar a conocer proyectos y logros del Centro Nacional de Registros, generando la estrategia de pauta en un plan que indique objetivo, inversión, target, medios y alcance esperado. En medios de interés como: Facebook, Twitter, Youtube, Google Ads, entre otras.
  - Diseñar y publicar los avisos de convocatoria y resultados para los procesos de adquisición y contratación del CNR en prensa escrita, así como cualquier otro anuncio de carácter legal. Coordinar y ejecutar la inversión publicitaria en los medios, según la estrategia comunicacional autorizada.
  - Coordinar la colocación de anuncios institucionales y comerciales, de acuerdo a los planes de medios aprobados por el CNR.
  - Garantizar la continuidad en la prestación del servicio subcontratando, si fuera necesario, sin que ello signifique incremento en los costos pactados.

- Suministrar servicios y productos complementarios para iniciativas comunicacionales, como: servicios de eventos y activaciones de marca, elaboración de promocionales, suscripciones de periódicos o revistas, material P.O.P. display publicitarios, entre otros.
- Manejo de la pauta en redes sociales de la institución.
- Supervisar que las campañas y anuncios sean ejecutadas de acuerdo a la inversión de medios aprobada, y en coherencia con los términos de referencia contratados (cantidades, programas, medidas, etc).
- Elaboración de reportes mensuales de la ejecución de la pauta en medios, con pruebas de los materiales publicados, alcance por medio, capturas de publicaciones, resultados de la campaña pauta, que indique objetivo, inversión, target, medios y alcance logrados vs propuestos.
- Reportes mensuales de la inversión publicitaria.
- Reporte trimestral de redes sociales de métricas cuantitativas y cualitativas (Facebook y twitter)

IV. Que el plazo de ejecución del servicio será a partir de la firma del contrato hasta el 31 de diciembre del año 2023, la forma de pago será mensual de acuerdo con el manejo de la cuenta.

V. Que los criterios en la evaluación legal, financiera, técnica y económica se detallan a continuación:

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

VI. Que el proceso de evaluación se desarrollará en forma secuencial, conforme al orden establecido en la tabla anterior, cuyos factores son excluyentes, debiendo alcanzar el cumplimiento y el puntaje mínimo en cada uno de los factores para superar cada etapa. El puntaje final se obtendrá sumando el resultado de la evaluación técnica más el puntaje de la evaluación económica (85% + 15%). Los requisitos de elegibilidad establecidos en la tabla de evaluación, de existir participación conjunta de ofertantes, serán aplicados para cada uno de los participantes de conformidad a lo indicado en cada una de las etapas de evaluación.

VII. Que en la evaluación legal: sobre n° 1, la presentación de la documentación legal del ofertante contenida en dicho sobre es de carácter obligatorio, por lo tanto, no se asignará puntaje. Se examinará que los documentos contengan y cumplan con las condiciones y requisitos legales para cada caso, de lo contrario, la oferta será descalificada y no continuará con la evaluación financiera. De existir participación conjunta de ofertantes, cada uno de los participantes deberá cumplir de manera individual con la documentación requerida, por lo que en el caso que una de ellas sea declarada no elegible, la participación conjunta de ofertantes no continuará con la siguiente etapa de evaluación.

VIII. Que la evaluación financiera: sobre n° 1, consistirá en revisar, analizar y evaluar la información financiera proporcionada por el ofertante.

- IX.** Que la capacidad financiera se evaluará con base en los estados financieros básicos, auditados con dictamen y notas explicativas del auditor y depositados en el Registro de Comercio o legalizados y registrados de conformidad a las normas de su país (extranjeras no domiciliadas), para los ejercicios finalizados al 31 de diciembre de 2018, 2019 y 2021. Se excluye 2020 debido a los efectos causados por la pandemia y estado de emergencia decretado en el país.
- X.** Que la evaluación financiera se realizará aplicando la metodología de índices o razones financieras, que miden fundamentalmente solvencia, endeudamiento y rentabilidad de los ofertantes. Para efectos de análisis financiero se establecen los siguientes índices:

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

- XI.** Que la tabla se aplicará a los estados financieros de cada año y se promediarán los puntos obtenidos en los periodos solicitados, para determinar la evaluación global de la capacidad financiera de cada ofertante. De existir participación conjunta de ofertantes, la verificación y evaluación de la documentación financiera requerida se hará evaluando por separado sus estados financieros, sumando los resultados en puntos de cada una de ellas, a efecto de obtener un promedio, conforme a la tabla financiera antes detallada. En el caso que el promedio no alcance el mínimo requerido, la participación conjunta de ofertantes no será elegible para continuar con la evaluación técnica. En el caso que el ofertante no cumpla con la nota mínima de 70 puntos en promedio, no será considerado elegible para continuar con la evaluación técnica.
- XII.** Que en lo que respecta a la evaluación técnica: sobre N° 2: la CEO evaluará la documentación e información presentada en el sobre N° 2 "Oferta Técnica", solicitada en la sección III "Especificaciones técnicas" de las bases de licitación, verificando los criterios de evaluación que se establecen a continuación:

FACTOR	PUNTOS		PONDERACIÓN
	MÁXIMO	MÍNIMO	
Evaluación técnica	100 puntos	85 puntos	85%

La evaluación técnica se realizará de conformidad a los criterios que se detallan en el siguiente cuadro, debiendo el ofertante presentarlos.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN TÉCNICA	Puntaje total: 100 puntos (equivalente al 85% de toda la evaluación)
<b>Capacidad administrativa y técnica</b>	<b>Hasta 20 puntos</b>
Presenta carta suscrita por el representante legal, autenticada por notario, indicando que tiene la capacidad instalada para prestar el servicio solicitado en la presente licitación.	2.5 puntos
Presenta constancia emitida por la Asociación Salvadoreña de Agencias de Publicidad (ASAP).	2 puntos
Presenta constancia emitida por la Asociación de Medios Publicitarios Salvadoreños (AMPS).	2 puntos
Presenta 5 referencias dirigidas al CNR o a quien interese en original o fotocopia simple, emitidas, por instituciones públicas, privadas u organismos a los que haya suministrado servicios iguales o similares a los de la presente contratación (campañas o cuentas publicitarias); dichas campañas o cuentas publicitarias, deben ser igual o mayor de US\$100,000.00 de inversión por año, ejecutadas durante el período comprendido del año 2018 al año 2022 (no se admitirán referencias con inversión acumulada en varios años). Las referencias deberán estar firmadas y selladas por el titular, director, gerente o la persona a cargo de la administración del contrato de la institución o empresa, indicando el número de teléfono o el correo electrónico y nombre de la persona de contacto, según modelo del anexo 7 de las bases. Si fueren presentadas en otro formato, se aceptarán siempre que contengan los requisitos detallados en dicho anexo. En caso de haber suministrado servicios iguales o similares para el CNR en el periodo señalado (2018 a 2022), deberá manifestar en su oferta los datos del último contrato, los que serán verificados de conformidad a los artículos 4 y 6 de la LPA, para ser evaluados, debido a que equivaldrá a una de las cinco referencias solicitadas. Solo se evaluarán referencias técnicas que presenten grado de satisfacción de muy bueno o excelente (si en las referencias el servicio es calificado de bueno o regular no será tomado en cuenta para la evaluación).	5 puntos

<b>CRITERIOS DE EVALUACIÓN TÉCNICA</b>	<b>Puntaje total: 100 puntos (equivalente al 85% de toda la evaluación)</b>
<p>Las referencias serán corroboradas por la CEO con las entidades emisoras o con la institución si fuere el caso. De no poder verificarse la información, no será tomada en cuenta la referencia correspondiente para su ponderación.</p> <p>Se aceptarán cartas o constancias de referencia emitidas por una misma institución pública o privada, siempre y cuando sea de contratos y campañas diferentes, asignándosele la ponderación correspondiente.</p> <p>Nota: a las referencias que cumplan con las condiciones antes indicadas, se le asignará 1 punto por cada una.</p>	
<p>Presenta portafolio de campañas realizadas para otros clientes y detalle de los contratos de publicidad ejecutados en los últimos 3 años.</p>	2.5 Puntos
<p>Personal clave asignado a trabajar con CNR: director de cuentas, director creativo, director digital y director de medios.</p> <p>Cada profesional propuesto debe cumplir el perfil siguiente:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Experiencia: 5 años (continua o alterna) como mínimo en el puesto propuesto (adjuntar hoja de vida de cada profesional).</li> <li>• Nivel académico: graduado universitario de diseño gráfico, comunicaciones, edición, marketing o carrera a fin (adjuntar copia de título universitario de cada profesional).</li> <li>• Referencias de clientes por campañas realizadas: 3 referencias de clientes por campañas llevadas a cabo en la agencia; que haga constar el desempeño profesional del personal propuesto (excelente o muy bueno), según anexo 8 de las bases de licitación.</li> </ul> <p>Nota: a cada profesional propuesto se le asignará 1.5 puntos si cumple con el perfil requerido.</p>	Hasta 6 Puntos
<b>Propuesta creativa</b>	<b>Hasta 40 puntos</b>
<p>Presenta racional creativo de una campaña demo basada en brief proporcionado por CNR</p>	2.5 Puntos
<p>Presenta y justifica la idea creativa, sus elementos gráficos, colores, formas u otros elementos creativos.</p>	2.5 Puntos
<p>Presenta propuesta creativa vinculada a lo solicitado en el brief proporcionado por CNR, cumpliendo con los siguientes criterios:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Diseño publicitario: cada uno de los elementos gráficos que se toman en cuenta, tanto imágenes como formas, colores, tipografía u otros</li> </ul>	Hasta 20 Puntos

CRITERIOS DE EVALUACIÓN TÉCNICA	Puntaje total: 100 puntos (equivalente al 85% de toda la evaluación)
<p>elementos, han sido elegidos con una motivación determinada, acorde a la imagen institucional y a la imagen de gobierno (5 puntos).</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Creatividad: capacidad para desarrollar ideas innovadoras relativas al mensaje, estilo o mecanismo que aumente el impacto en la campaña publicitaria tipo, tomando en consideración la población objeto y el desarrollo de la estrategia publicitaria, presentando una propuesta única, no copia de otras estrategias realizadas por el CNR o cualquier otra institución a escala nacional e internacional (5 puntos).</li> <li>• Innovación: aporta elementos innovadores para crear vínculos con las audiencias (5 puntos).</li> <li>• Claridad: el mensaje en la propuesta creativa es fácil de identificar, comprensible y directo (5 puntos).</li> </ul>	
<p>Presenta los materiales de la campaña (spot, guiones para cuña de radio, piezas gráficas, y otros que hayan sido contemplados en la propuesta del ofertante) diseñados con base a un mensaje central, de acuerdo al racional creativo y por ende al brief de la campaña demo.</p>	7.5 puntos
<p>Presenta una estrategia para medios digitales con el diseño de contenido a utilizar, herramientas, recursos y canales.</p>	7.5 puntos
<p><b>Plan de medios</b></p>	<b>Hasta 40 puntos</b>
<p>El ofertante deberá proponer un plan de medios basado en el brief de la campaña solicitada en los términos de referencia y condiciones del servicio, que contenga los siguientes medios: televisión, radio, prensa escrita, vía pública, medios digitales u otros medios de difusiones masivas o alternativas, que proponga la agencia. Si el Plan de Medios contiene el detalle de los medios a contratar distribuidos por perfil y cobertura; horario de transmisión de los mensajes especificando franjas y/o espacios; total de impactos (cuñas, spot, etc.); costo unitario por cuña, spot, etc.; rating de franjas o espacios incluidos en el plan. Evaluando con ello la creatividad que tenga la agencia para la difusión de la campaña <b>(5 puntos)</b>.</p> <p>El plan de medios presenta una idea creativa y de alto impacto, combinando de la mejor forma alcance-frecuencia; coberturas nacionales-departamentales, etc.; ayudando con ello al cumplimiento de los objetivos de comunicación de una forma estratégica, eficaz y eficiente. <b>(10 puntos)</b>.</p>	15 puntos máximo
<p>Dentro del plan de medios se evaluará la capacidad de negociación del ofertante, brindando la mejor oferta posible (paquetes, costos especiales, entre otros).</p>	10 puntos

<b>CRITERIOS DE EVALUACIÓN TÉCNICA</b>	<b>Puntaje total: 100 puntos (equivalente al 85% de toda la evaluación)</b>
Presenta plan de medios digitales (páginas web, motores de búsqueda y redes sociales) Para este caso se deberá presentar objetivo, medio, formatos, segmentación, fecha de pauta, KPI o indicadores por formato, total de inversión y distribución de la pauta	10 puntos
Presenta valores agregados y/o bonificaciones que se obtendrían por la pauta.	5 puntos
<b>PUNTAJE TOTAL</b>	<b>100 puntos</b>

Para esta evaluación es indispensable colocar los datos requeridos para cada uno de los planes de medios propuestos. Debiendo además presentar toda la documentación que permita verificar el cumplimiento de cada uno de los requisitos detallados en el cuadro anterior. Para que un oferente pueda pasar a la etapa de evaluación económica, será preciso haber obtenido un mínimo de 85 puntos en la etapa evaluación técnica, de lo contrario, se considerará como no elegible para continuar con el proceso de evaluación económica. El puntaje obtenido en esta evaluación se multiplicará por 85% a efecto de establecer la ponderación alcanzada.

- XIII.** Que la evaluación oferta económica: sobre n° 3, se realizará a las ofertas que cumplan con la evaluación legal, que hayan alcanzado o superado el mínimo de 70 puntos en la evaluación financiera y que hayan alcanzado o superado el mínimo requerido de 85 puntos en la evaluación técnica.
- XIV.** Que la CEO revisará las operaciones aritméticas de la oferta económica y cantidades ofertadas. Si se verifican inconsistencias en las operaciones aritméticas, entre el precio unitario, las cantidades y monto total, se prevendrá al ofertante a través del jefe UACI, con la finalidad que revise su oferta y manifieste el monto correcto de la misma, remitiendo la subsanación de las prevenciones correspondientes. Para la evaluación de la oferta económica, las agencias participantes deberán presentar un monto total (oferta económica) que servirá para la ejecución del contrato durante todo el periodo de vigencia del mismo. El monto total deberá incluir el IVA. Para presentar la oferta económica, la agencia debe tomar en cuenta además de la inversión de la campaña demo, aspectos como:
- 1) Inversión de una campaña multimedia adicional que se ejecutará dentro del período contratado (similar a la campaña demo).
  - 2) Inversión de tres campañas digitales adicionales que se ejecutarán dentro del período contratado.
  - 3) Presupuesto de medios para anuncios desplegados en prensa, anuncios de ley tales como convocatorias de licitaciones y avisos de resultados de los procesos de adquisición y contratación de la institución, de acuerdo al siguiente detalle:

MEDIDA	SECCIÓN	COLOR	FRECUENCIA
6 col. X 13"	Secciones premium	FC	2 anuncios semanales de página completa (6 col. X 13"), full color, según estrategia de comunicación del CNR.
3 col. X 7"	Licitaciones	B/N	1 vez al mes durante el período de contrato.
3 col. X 5"	Licitaciones	B/N	1 vez al mes durante el período de contrato.

- XV. Que se deberá incluir costos de producción en propuesta de materiales, si amerita; así como la suscripción de banco de imágenes que puedan ser descargadas para uso del CNR, contemplando un paquete de 50 imágenes mensuales por 5 meses (meses a definir por la institución).
- XVI. Que la evaluación económica partirá de la oferta más baja del total de las ofertas elegibles para ser evaluadas en la presente etapa. Las ofertas que sean más altas obtendrán un puntaje inversamente proporcional, en comparación a la oferta más baja, de la siguiente manera:  

$$\text{Puntos obtenidos} = (\text{POMB} / \text{POE}) \times 15$$
en donde POMB es el precio de oferta más bajo; POE el precio ofertado en la evaluación. El puntaje total se obtendrá por el puntaje total de la oferta = C+D; en donde C es evaluación técnica; D es evaluación oferta económica. La oferta más favorable será la que obtenga el mayor puntaje. Como consecuencia a lo dicho el CNR no está obligado a aceptar la oferta con el precio más bajo, ni ninguna otra de las ofertas que reciba, si éstas no se ajustan totalmente a los términos y condiciones de las bases de licitación.
- XVII. Que se han propuesto a los miembros para integrar la CEO, de la forma siguiente: Vilma Aracely Orellana Meléndez, subgerente de publicidad -solicitante-; Claudia Regina Arévalo Flores, gerente de comunicaciones -experta en la materia-; [Nombre], especialista en publicidad y licitaciones (delegado de la Secretaría de Comunicaciones de la Presidencia) -experto en la materia-; [Nombre], analista de presupuesto - analista financiero-; [Nombre], técnico jurídico- analista legal- y [Nombre], técnico UACI -designada por el jefe de la UACI-.
- El expositor, de conformidad y con lo establecido en la Ley de Adquisiciones y Contrataciones de la Administración Pública -LACAP- en sus artículos 18, 20, 43, 44, 45, 46 y 55, su reglamento -RELACAP- en sus artículos 20 y 21, el Manual de Procedimientos para el Ciclo de Gestión de Adquisiciones y Contrataciones de las Instituciones de la Administración Pública, emitido por la UNAC y la Política Anual de Adquisiciones y Contrataciones de las Instituciones de la Administración Pública; en uso de sus atribuciones legales, solicita al Consejo Directivo:
1. Autorizar se efectúe la Licitación Pública No. LP-04/2023-CNR denominada **"Servicio de agencia de publicidad para el CNR, año 2023"**.
  2. Aprobar la base de la referida licitación pública.

3. Nombrar a la Comisión de Evaluación de Ofertas, para lo cual se propone a Vilma Aracely Orellana Meléndez, subgerente de publicidad -solicitante-; Claudia Regina Arévalo Flores, gerente de comunicaciones -experta en la materia-; \_\_\_\_\_, Especialista en publicidad y licitaciones (delegado de la Secretaría de Comunicaciones de la Presidencia) -experto en la materia-; \_\_\_\_\_, analista de presupuesto - analista financiero-; \_\_\_\_\_, técnico jurídico- analista legal- y \_\_\_\_\_, técnico UACI -designada por el jefe UACI-.
4. Facultar al Director Ejecutivo o al Subdirector Ejecutivo para nombrar a otro miembro de la CEO, cuando por alguna situación especial fuere necesario.

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

**ACUERDA: I) Autorizar** se efectúe la Licitación Pública No. LP-04/2023-CNR denominada "Servicio de agencia de publicidad para el CNR, año 2023"; **II) Aprobar** la base de la referida licitación pública. **III) Nombrar** a la Comisión de Evaluación de Ofertas conformada por: Vilma Aracely Orellana Meléndez, subgerente de publicidad -solicitante-; Claudia Regina Arévalo Flores, gerente de comunicaciones -experta en la materia-; \_\_\_\_\_, especialista en publicidad y licitaciones (delegado de la Secretaría de Comunicaciones de la Presidencia) -experto en la materia-; \_\_\_\_\_, analista de presupuesto -analista financiero- \_\_\_\_\_, técnico jurídico- analista legal- y \_\_\_\_\_, técnico UACI -designada por el jefe de la UACI-. **IV) Facultar** al Director Ejecutivo o al Subdirector Ejecutivo para nombrar a otro miembro de la CEO, cuando por alguna situación especial fuere necesario. **V) Comuníquese.** Expedido en San Salvador, uno de diciembre de dos mil veintidós.



Douglas Anselmo Castellanos Miranda  
Secretario suplente del Consejo Directivo

