



434

**CENTRO INTERNACIONAL DE FÉRIAS Y CONVENCIONES  
DE EL SALVADOR**

**UNIDAD DE ADQUISICIONES Y CONTRATACIONES  
INSTITUCIONAL (UACI)**

**INFORME DE LA COMISION DE EVALUACION DE OFERTAS**

**LICITACION PÚBLICA No. LP-04/2013.**

**“SERVICIOS DE CAMPAÑA PUBLICITARIA PARA EVENTOS  
AÑO 2013”**

**SAN SALVADOR, MAYO DE 2013**

435

## 1. ANTECEDENTES

Las bases de la licitación pública No. LP-04/2013, correspondiente a los "SERVICIOS DE CAMPAÑA PUBLICITARIA PARA EVENTOS AÑO 2013", fueron aprobadas por Junta Directiva, mediante Acta No. 09/2013, Punto Tercero, Literal D), de fecha 26 de abril de dos mil trece.

### 1.1 PUBLICACIÓN

La presente licitación fue publicada el día martes 30 de abril de 2013, en La Prensa Grafica; así mismo fueron divulgadas en la página [www.comprasal.gob.sv](http://www.comprasal.gob.sv)

### 1.2. VENTA, RETIRO Y DESCARGA DE LAS BASES DE LICITACION

Los días jueves 2 y viernes 3 de mayo de dos mil trece, las bases fueron adquiridas y/o descargadas de la página [www.comprasal.gob.sv](http://www.comprasal.gob.sv) por las personas jurídicas y naturales detalladas a continuación:

- a) Corporación Redes, S.A. de C.V.
- b) Anle, S.A. de C.V.
- c) Lemusimún Publicidad, S.A. de C.V.
- d) Meanguera, S.A. de C.V.
- e) Obermet, S.A. de C.V.
- f) Melro y Asociados, S.A. de C.V.
- g) Luis Diego Brito Telles
- h) 2 Herreros Studio, S.A. de C.V.
- i) Jilson Alexander Rodríguez Garay

### 1.3 RECEPCIÓN Y APERTURA DE OFERTAS

El día martes 21 de mayo de 2013, fue realizada la recepción y apertura de ofertas, habiéndose recibido ofertas de las siguientes sociedades:

OFERENTES	GARANTIA			MONTO DE OFERTA CON IVA (\$)
	No.	VIGENCIA	VALOR (\$)	
Anle, S.A de C.V.	707063655	90 días	\$ 2,200.00	\$74,895.09
Corporación Redes, S.A. de C.V.	FG-40806	90 días	\$ 2,200.00	\$84,750.00

436

Ambas empresas presentaron la Garantía de Mantenimiento de Oferta por un monto de Dos Mil Doscientos 00/100 Dólares de los Estados Unidos de América (\$ 2,200.00), tal como fue requerido en las bases de licitación.

#### **1.4. NOMBRAMIENTO DE LA COMISIÓN DE EVALUACIÓN DE OFERTAS**

La Comisión de Evaluación de Ofertas fue nombrada por la Junta Directiva de el Centro Internacional de Ferias y Convenciones de El Salvador, mediante Acta No. 09/2013, Punto Tercero, Literal D), de fecha 26 de abril de dos mil trece, quedando integrada de la manera siguiente: Inga. Carmen Chacón, representante Unidad solicitante; Licda. Claudia Lorena Hernández Martínez, Colaborador Jurídico; Licda. Alba América de Segovia, Analista Financiero; Licda. Carla Rodríguez, Técnico Idóneo y Lic. Marco Antonio Gallegos Gallegos, representante de la UACI; todo de acuerdo al artículo 20 de la Ley de Adquisiciones y Contrataciones de la Administración Pública (LACAP). Dicha comisión inició el proceso de evaluación a las nueve horas del día veintidós de mayo de 2013.

De acuerdo a lo establecido en la Sección II, "Evaluación de Ofertas", numeral 2.1, "Proceso de Evaluación de Ofertas" de las bases de licitación, fue realizada una revisión general de toda la documentación que compone la oferta, esto con el propósito de verificar que su contenido este de acuerdo a lo especificado en las bases de licitación. De ésta revisión el día jueves 23 de mayo de 2013, fue solicitado a los oferentes aclarar en un plazo máximo de cinco días hábiles los aspectos siguientes:

**SOCIEDAD: ANLE, S.A. DE C.V.**

#### **DOCUMENTACIÓN PARA EVALUACIÓN LEGAL**

- Es necesario que aclare en la carta oferta que el monto de la garantía de cumplimiento de contrato a contratar es por el 15% del monto contractual de acuerdo a la Sección III 3.2.1 de las correspondientes bases de licitación.

**SOCIEDAD: CORPORACIÓN REDES, S.A. DE C.V.**

#### **DOCUMENTACIÓN PARA EVALUACIÓN LEGAL Y TÉCNICA:**

- Presentar constancias de premios o reconocimientos nacionales e internacionales de instituciones relevantes, obtenidos por el Director Creativo.
- Presentar listado de cuentas relevantes nacionales o internacionales a los que ha prestado sus servicios el Director Creativo.
- Proporcionar listado manejo de reportes de competencia, monitoreo, datos técnicos de estudios de medios de comunicación para plataforma creativa en el plan de medios, del Director de Medios.
- Proporcionar listado de cuentas relevantes nacionales o internacionales a los que ha prestado sus servicios el Director de Producción.

*md*

*2*

437

- Corregir en la carta oferta que el monto de la garantía de cumplimiento de contrato a contratar es por el 15% del monto contractual de acuerdo a la Sección III 3.2.1 de las correspondientes bases de licitación.

El día viernes 24 de mayo del presente año, fue recibida la documentación solicitada a las sociedades Corporación Redes, S.A. de C.V. y Anle, S.A. de C.V., permitiendo continuar con el proceso de evaluación de las ofertas.

## 2. PROCESO DE EVALUACION DE OFERTAS

De conformidad a los artículos 55 y 56 de la LACAP, se procedió a realizar la evaluación de las ofertas presentadas, con el objeto de establecer si éstas cumplen con las especificaciones técnicas y las demás condiciones requeridas en las bases de licitación.

De acuerdo a lo estipulado en las bases, la evaluación de ofertas se divide en cuatro etapas:

No.	NOMBRE DE LA ETAPA	PUNTAJE MAXIMO	PUNTAJE MINIMO
1	Capacidad Legal	Cumple	No cumple
2	Capacidad Financiera	100 Puntos	50 Puntos
3	Oferta Técnica	100 Puntos	80 Puntos
4	Oferta Económica	No tiene puntaje	No tiene puntaje

### 2.1 PRIMERA ETAPA: ANÁLISIS DE LA CAPACIDAD LEGAL

La evaluación de la capacidad legal, consiste en la revisión de la documentación legal solicitada, para determinar que ésta cumpla con las condiciones y requisitos legales establecidos para cada caso. Por lo que al revisar la documentación presentada por los oferentes, se concluyó que cumplen fielmente con lo requerido en esta etapa. El detalle de los aspectos legales evaluados se presentan el en anexo No. 1 "Análisis de Capacidad Legal".

Por tanto, las ofertas presentadas por Anle, S.A. de C.V. y Corporación Redes, S.A. de C.V., son **ELEGIBLES** para ser evaluadas en la etapa financiera, de conformidad a la Sección II, numeral 2.1.1, de las bases de licitación.

### 2.2 SEGUNDA ETAPA: EVALUACIÓN DE LA CAPACIDAD FINANCIERA

En esta etapa de evaluación, de conformidad a lo estipulado en las bases, la calificación mínima que deberá obtener el oferente para continuar en el proceso de evaluación será de 50 puntos.

*mk*

*3*

438

Se procedió a evaluar el Capital de Trabajo, Índice de Solvencia, Endeudamiento Total y Margen Neto de Utilidad, calculándose de la siguiente manera:

INDICADOR	PUNTAJE MAXIMO ASIGNADO
Capital de Trabajo: Activo Circulante – Pasivo Circulante.	30%
Índice de Solvencia: Activo Circulante / Pasivo Circulante.	30%
Endeudamiento: Deudas Totales / Activos Totales.	20%
Rentabilidad sobre Ventas: Utilidad Neta / Ventas Netas.	20%
<b>PUNTAJE TOTAL ASIGNADO</b>	<b>100%</b>

Este análisis es utilizado para determinar si los oferentes tienen la capacidad financiera para proporcionar eficientemente el servicio solicitado. Al realizar la evaluación financiera en los cuatro índices señalados, se obtuvo el resultado que se plasma a continuación y el detalle puede observarse en el anexo No. 2 "Evaluación Financiera".

### RESUMEN DE LA EVALUACIÓN FINANCIERA

CORR.	NOMBRE DE OFERENTE	PUNTOS OBTENIDOS
1	Anle, S.A. de C.V.	77.50
2	Corporación Redes, S.A. de C.V.	75.00

Por lo anterior se concluye que las dos sociedades participantes, superaron el puntaje mínimo de 50 puntos, establecido en la Sección II, numeral 2.1.2 de las bases de licitación; por lo tanto, son **ELEGIBLES** para continuar en la siguiente etapa de evaluación.

### 2.3 TERCERA ETAPA: EVALUACIÓN DE OFERTA TÉCNICA

De conformidad a lo establecido en las bases, el puntaje mínimo requerido en esta etapa es de 80 puntos, como condición previa para continuar en el proceso de evaluación. El resumen de los resultados obtenidos en la evaluación de la Oferta Técnica, se plasman en el siguiente cuadro y el detalle de cada criterio evaluado, esta reflejado en el anexo No. 3 "Evaluación Técnica":

439

### RESUMEN EVALUACIÓN TÉCNICA:

No.	CRITERIO DE EVALUACIÓN	PUNTOS ASIGNADOS	PUNTOS OBTENIDOS	
			Anle, S.A. de C.V.	Corporación Redes, S.A. de C.V.
<b>A)</b>	<b>Experiencia de la agencia de publicidad</b>	<b>10</b>	<b>10</b>	<b>10</b>
A.1)	Constancias o referencias de empresas o instituciones públicas	5	5	5
A.2)	Grado de satisfacción	5	5	5
<b>B)</b>	<b>Personal especializado que será designado para ejecutar el contrato</b>	<b>50</b>	<b>47</b>	<b>47</b>
B.1)	Evaluación del Director de creativo	20	20	20
B.2)	Evaluación del Director de medios	15	15	12
B.3)	Evaluación del Director de producción	10	7	10
B.4)	Evaluación del Director de cuentas	5	5	5
<b>C)</b>	<b>Evaluación de campaña</b>	<b>40</b>	<b>40</b>	<b>40</b>
	<b>TOTAL PUNTOS</b>	<b>100</b>	<b>97</b>	<b>97</b>

De acuerdo a los puntajes obtenidos por Anle, S.A. de C.V. y Corporación Redes, S.A. de C.V., ambas son **ELEGIBLES** para pasar al análisis de la oferta económica, por haber superado la calificación mínima establecida de 80 puntos.

#### 2.4 CUARTA ETAPA: ANÁLISIS DE OFERTA ECONÓMICA

La Comisión Evaluadora de Ofertas procedió a realizar una revisión aritmética de las ofertas económicas presentadas por las sociedades oferentes, según lo establecen las bases de licitación en la Sección II, "Evaluación de Ofertas", numeral 2.1.4. En ésta revisión fue detectado que el monto económico plasmado en la carta oferta de la sociedad Corporación Redes, S.A. de C.V., en comparación al detalle que contiene la oferta, difiere en veintitrés centavos de Dólar de más; por tal razón, el valor a considerar será de \$ 84,749.77, en sustitución de los \$ 84,750.00 Dólares contenidos en la carta oferta económica. Los montos de las ofertas económicas son los siguientes:

*ml*

*6*

440

OFERENTES	OFERTA ECONÓMICA (CON IVA)
Anle, S.A. de C.V.	\$ 74,895.09
Corporación Redes, S.A. de C.V.	\$ 84,749.77

### 3. CONCLUSIÓN

Dada las consideraciones anteriores y luego de haber evaluado las ofertas presentadas, en cada una de las etapas, establecidas en las bases de licitación, se concluye que las sociedades Anle, S. A. de C. V. y Corporación Redes, S.A. de C.V., superaron las diferentes etapas de evaluación, tal como se detalla en el siguiente cuadro resumen:

### RESUMEN DE EVALUACIÓN DE OFERTAS

CORR.	NOMBRE DE OFERENTE	CALIFICACION OBTENIDAS EN LA EVALUACION			
		LEGAL	FINANCIERA	TECNICA	MONTO DE OFERTA
1	Anle, S.A. de C.V.	CUMPLE	77.50 PUNTOS	97 PUNTOS	\$ 74,895.09
2	Corporación Redes, S.A. de C.V.	CUMPLE	75.00 PUNTOS	97 PUNTOS	\$ 84,749.77

### 4. RECOMENDACIÓN

Con base a los resultados alcanzados en el proceso de evaluación de la Licitación Pública No. LP-04/2013, referente a los: "servicios de Campaña Publicitaria para Eventos Año 2013", de conformidad a los artículos 55 y 56 de la LACAP y 56 del RELACAP, la Comisión de Evaluación de Ofertas **RECOMIENDA**:

**Adjudicar** la Licitación Publica No. LP-04/2013, a la **sociedad Anle, S.A. de C.V.**, por haber superado las diferentes etapas de evaluación y presentar la oferta económica más baja, ascendiendo a la cantidad de **Setenta y Cuatro Mil Ochocientos Noventa y Cinco 09/100 Dólares de los Estados Unidos de América (\$74,895.09) IVA incluido.**

### 5. VOTO DIFERENCIADO

Yo Licenciada Carla Rodriguez, en calidad de Técnico Idóneo, difiero de la recomendación dada por el resto de la Comisión de Evaluación de Ofertas, debido a las argumentaciones que se detallan en anexo No. 4; por lo que mi recomendación ésta orientada a que se adjudique el proceso de la licitación a la sociedad **Corporación**

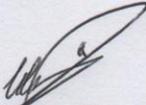
*my*

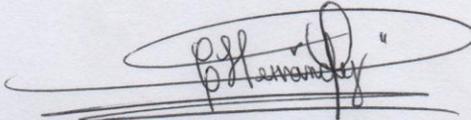
*→*

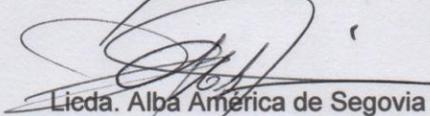
441

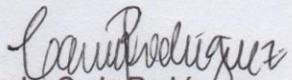
**Redes, S.A. de C.V., por un monto de Ochenta y Cuatro Mil Setecientos Cuarenta y Nueve 77/100 Dólares de los Estados Unidos de América (\$84,749.77).**

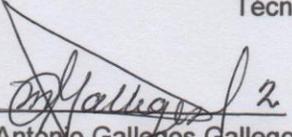
Y no habiendo más que hacer constar firmamos a las quince horas con veinte minutos del treinta de mayo de dos mil trece.

  
Inga. Carmen Chacón  
Unidad Solicitante

  
Licda. Claudia Lorena Hernández Martínez  
Colaborador Jurídico

  
Licda. Alba América de Segovia  
Analista Financiero

  
Licda. Carla Rodríguez  
Técnico Idóneo

  
Lic. Marco Antonio Gallegos Gallegos  
Representante de la UACI

**ANEXO No. 1: ANALISIS DE CAPACIDAD LEGAL**

442

**LICITACION PUBLICA LP- 04/2013**

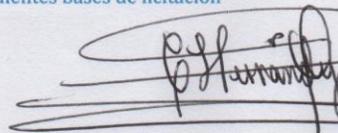
**"SERVICIOS DE CAMPAÑA PUBLICITARIA PARA EVENTOS AÑO 2013"**

DOCUMENTOS ORIGINALES	ANLE, S.A. DE C.V.		CORPORACIÓN REDES, S.A. DE C.V.	
	CUMPLE	NO CUMPLE	CUMPLE	NO CUMPLE
Garantía de Oferta por \$ 2,200.00	X		X	
Nómina de Accionistas actualizada y suscrita por el Secretario de junta o Administrador Unico (según corresponda)	X		X	
Solvencia Tributaria	X		X	
Solvencia del Instituto Salvadoreño del Seguro Social (ISSS): Unidad de pensiones y Obrero Patronal	X		X	
Solvencia de Administradoras de Fondos de Pensiones (AFP)	X		X	
Solvencia del Instituto de Previsión Social de la Fuerza Armada (IPSFA)	X		X	
Solvencia de Impuestos Municipales de la Alcaldía del domicilio del oferente	X		X	
Declaración Jurada (Anexo 1)	X		X	
Carta Oferta Económica (Anexo 3)	X*		X*	
Declaración Jurada Especial (Anexo 5)	X		X	
<b>DOCUMENTOS CERTIFICADOS</b>				
Testimonio de Escritura de Constitución inscrita en el Registro de Comercio	X		X	
Testimonio de Escritura de modificación, transformación o fusión, inscrita en el Registro de Comercio si la hubiere)	X		X	
Credencial de Representante Legal, y/o testimonio de la escritura del poder del Representante Legal, inscrito en el Registro de Comercio	X		X	
Documento Unico de Identidad , Pasaporte o Cané de Residente del Prerepresentante Legal o Apoderado	X		X	
Numero de Identificación Tributaria (NIT) del Representante Legal o Apoderado	X		X	
Constancia de Matrícula de Empresa y Comercio de Comerciante Social, Recibo de pago de la misma, o Constancia emitida por el CNR	X		X	
Número de Identificación Tributaria (NIT) de la sociedad	X		X	
Registro de contribuyente del impuesto a la transferencia de Bienes Muebles y a la prestación de servicios	X		X	

**OBSERVACIONES:**

**ANLE:** \* Es necesario que aclare en la carta oferta que el monto de la garantía de cumplimiento de contrato a contratar es por el 15% del monto contractual de acuerdo a la Sección III 3.2.1 de las correspondientes bases de licitación

**REDES:** \* Debe corregir en la carta oferta que el monto de la garantía de cumplimiento de contrato a contratar es por el 15% del monto contractual de acuerdo a la Sección III 3.2.1 de las correspondientes bases de licitación


443

## ANEXO No. 2: EVALUACIÓN FINANCIERA

LICITACION PUBLICA No. LP-04/2012 CIFCO

SERVICIOS DE CAMPAÑA PUBLICITARIA PARA EVENTOS AÑO 2013

EMPRESA: CORPORACIÓN REDES, S.A. DE C.V.  
(Expresado en Dólares de los Estados Unidos de America)

Corr.	Capital de Trabajo AC - PC	Activo Circulante	Pasivo Circulante	Resultado	Calificación
A	2011	210,634.36	202,549.76	8,084.60	10.00
	2012	174,697.23	113,957.80	60,739.43	30.00
	<b>PUNTAJE PROMEDIO OBTENIDO</b>				<b>20.00</b>

Corr.	Indice de Solvencia AC/PC	Activo Circulante	Pasivo Circulante	Resultado	Calificación
B	2011	210,634.36	202,549.76	1.04	30.00
	2012	174,697.23	113,957.80	1.53	30.00
	<b>PUNTAJE PROMEDIO OBTENIDO</b>				<b>30.00</b>

Corr.	Endeudamiento Total P.TOTAL/A.TOTAL	Pasivo Total	Activo Total	Resultado	Calificación
C	2011	534,835.63	1316,654.91	40.62%	15.00
	2012	630,589.07	1432,917.17	44.01%	15.00
	<b>PUNTAJE PROMEDIO OBTENIDO</b>				<b>15.00</b>

Corr.	Margen Neto de Utilidad UTILIDAD NETA/VENTAS	Utilidad Neta	Ventas	Resultado	Calificación
D	2011	24,370.37	570,754.69	4.27%	10.00
	2012	18,511.25	497,057.72	3.72%	10.00
	<b>PUNTAJE PROMEDIO OBTENIDO</b>				<b>10.00</b>
<b>PUNTAJE TOTAL DE LA EMPRESA (PUNTAJE PROM.OBT. A+B+C+D)</b>					<b>75.00</b>

VALOR OFERTADO	
100%	\$ 84,750.00
50%	\$ 42,375.00
25%	\$ 21,187.50

444

## ANEXO No. 2: EVALUACIÓN FINANCIERA

LICITACION PUBLICA No. LP-04/2012 CIFCO

SERVICIOS DE CAMPAÑA PUBLICITARIA PARA EVENTOS AÑO 2013

EMPRESA: ANLE, S.A. DE C.V.  
(Expresado en Dólares de los Estados Unidos de America)

Corr.	Capital de Trabajo AC - PC	Activo Circulante	Pasivo Circulante	Resultado	Calificación
A	2011	1314,852.41	1150,553.65	164,298.76	30.00
	2012	1067,251.36	869,211.37	198,039.99	30.00
	<b>PUNTAJE PROMEDIO OBTENIDO</b>				30.00

Corr.	Indice de Solvencia AC/PC	Activo Circulante	Pasivo Circulante	Resultado	Calificación
B	2011	1314,852.41	1150,553.65	1.14	30.00
	2012	1067,251.36	869,211.37	1.23	30.00
	<b>PUNTAJE PROMEDIO OBTENIDO</b>				30.00

Corr.	Endeudamiento Total P.TOTAL/A.TOTAL	Pasivo Total	Activo Total	Resultado	Calificación
C	2011	1180,202.07	2278,779.21	51.79%	15.00
	2012	887,562.59	2011,146.68	44.13%	15.00
	<b>PUNTAJE PROMEDIO OBTENIDO</b>				15.00

Corr.	Margen Neto de Utilidad UTILIDAD NETA/VENTAS	Utilidad Neta	Ventas	Resultado	Calificación
D	2011	(4,897.34)	1457,529.89	-0.34%	0.00
	2012	25,006.95	2101,044.48	1.19%	5.00
	<b>PUNTAJE PROMEDIO OBTENIDO</b>				2.50
<b>PUNTAJE TOTAL DE LA EMPRESA (PUNTAJE PROM.OBT. A+B+C+D)</b>					77.50

VALOR OFERTADO	
100%	\$ 74,895.09
50%	\$ 37,447.55
25%	\$ 18,723.77

**ANEXO No. 3: EVALUACIÓN TÉCNICA**

**LP-04/2013 "SERVICIOS DE CAMPAÑA PUBLICITARIA PARA EVENTOS 2013**

No.	CRITERIO DE EVALUACIÓN	PUNTOS ASIGNADOS	PUNTOS OBTENIDOS	
			ANLE, S.A. DE C.V.	CORPORACIÓN REDES, S.A. DE C.V.
<b>A)</b>	<b>EXPERIENCIA DE LA AGENCIA DE PUBLICIDAD</b>	<b>10</b>	<b>10</b>	<b>10</b>
<b>A.1)</b>	<b>CONSTANCIAS O REFERENCIAS DE EMPRESAS O INSTITUCIONES PÚBLICAS</b>	<b>5</b>	<b>5</b>	<b>5</b>
	a) Más de 5 constancias o referencias de clientes nacionales o extranjeros, que recibieron los servicios proporcionados por la Agencia de Publicidad en los dos últimos años (2011 y 2012).	5	5	5
	b) Más de 3 y menos o igual que 5 constancias o referencias de clientes nacionales o extranjeros, que recibieron los servicios proporcionados por la Agencia de Publicidad en los dos últimos años (2011 y 2012).	3		
	c) Menor o Igual que 3 constancias o referencias de clientes nacionales o extranjeros, que recibieron los servicios proporcionados por la Agencia de Publicidad en los dos últimos años (2011 y 2012).	0		
<b>A.2)</b>	<b>GRADO DE SATISFACCIÓN</b>	<b>5</b>	<b>5</b>	<b>5</b>
	• Si el cien por ciento de las constancias o referencias expresan haber recibido a satisfacción el servicio que la Agencia de Publicidad prestó, sin ninguna observación negativa.	5	5	5
	• Si al menos el cincuenta por ciento de las constancias o referencias expresan haber recibido a satisfacción el servicio que la Agencia de Publicidad prestó.	3		
	• Si ni el cincuenta por ciento de las constancias o referencias expresan haber recibido a satisfacción el servicio que la Agencia de Publicidad prestó.	0		

445  
RR.

B)	PERSONAL ESPECIALIZADO QUE SERÁ DESIGNADO PARA EJECUTAR EL CONTRATO	50	47	47
B.1)	<b>EVALUACIÓN DEL DIRECTOR DE CREATIVO</b>	20	20	20
	<b>B.1.1) RECONOCIMIENTOS:</b>			
	• más de tres premios o reconocimiento nacionales e internacionales de instituciones relevantes	7	7	7
	• Menos o igual a tres premios o reconocimiento nacionales e internacionales de instituciones relevantes	3		
	<b>B.1.2) CUENTAS:</b>			
	• Más de tres cuentas relevantes nacionales o internacionales a los que ha prestado sus servicios	7	7	7
	• Menos o igual a tres cuentas relevantes nacionales o internacionales a los que ha prestado sus servicios	3		
	<b>B.1.3) EXPERIENCIA LABORAL:</b>			
	• Más de diez años de experiencia	6	6	6
	• Menos o igual a diez años de experiencia	2		
B.2)	<b>EVALUACIÓN DEL DIRECTOR DE MEDIOS</b>	15	15	12
	<b>B.2.1) EXPERIENCIA:</b>			
	• Más de quince años de experiencia	6	6	6
	• Menos o igual a quince años de experiencia	3		
	<b>B.2.2) EXPERIENCIA LABORAL:</b>			
	• Más de cinco cuentas relevantes nacionales o internacionales a los que ha prestado sus servicios	4	4	
	• Menos o igual a cinco cuentas nacionales o internacionales a los que ha prestado sus servicios	1		1
	<b>B.2.3) MANEJO DE REPORTES:</b>			
	• Manejo de reportes de competencia, monitoreo, datos técnicos de estudios de medios de comunicación para plataforma creativa en el plan de medios (análisis)	5	5	5
	• No maneja reportes	0		
B.3)	<b>EVALUACIÓN DEL DIRECTOR DE PRODUCCIÓN</b>	10	7	10
	<b>B.3.1) EXPERIENCIA:</b>			
	• Más de cinco años de experiencia	5	5	5
	• Menos o igual a cinco años de experiencia	2		
	<b>B.3.2) MANEJO DE CUENTAS:</b>			
	• Más de cinco cuentas relevantes nacionales o internacionales a los que ha prestado sus servicios	5		5

446

RR

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Menos o igual a cinco cuentas nacionales o internacionales a los que ha prestado sus servicios</li> </ul>	2	2	
<b>B.4)</b>	<b>EVALUACIÓN DEL DIRECTOR DE CUENTAS</b>	<b>5</b>	<b>5</b>	<b>5</b>
	<b>B.4.1) EXPERIENCIA:</b>			
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Más de cinco años de experiencia en el manejo de cuentas nacionales o internacionales</li> </ul>	5	5	5
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Menos o igual a cinco años de experiencia en el manejo de cuentas nacionales o internacionales</li> </ul>	2		
<b>C)</b>	<b>EVALUACIÓN DE CAMPAÑA</b>	<b>40</b>	<b>40</b>	<b>40</b>
<b>C.1)</b>	<b>ADECUACIÓN DE LA CAMPAÑA AL RESUMEN SOLICITADO</b>	10	10	10
<b>C.2)</b>	<b>MULTIPLICIDAD DE INTERPRETACIONES FAVORABLES DE LA CAMPAÑA PRESENTADA</b>	5	5	5
<b>C.3)</b>	<b>ORIGINALIDAD LOGRADA CON LA COMBINACIÓN FAVORABLE DE ELEMENTOS CREATIVOS</b>	5	5	5
<b>C.4)</b>	<b>PERTINENCIA DE LA CAMPAÑA Y SU INTEGRACIÓN A LA DEL GOBIERNO EN GENERAL</b>	10	10	10
<b>C.5)</b>	<b>COMPATIBILIDAD DEL LENGUAJE PROPUESTO CON LOS MEDIOS A UTILIZAR</b>	5	5	5
	<b>TEXTO DE EXPLICACIÓN (CINCO PÁGINAS COMO MÁXIMO) DE LA CAMPAÑA EL CUAL DEBERÁ CONTENER COMO MÍNIMO:</b>			
<b>C.6)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Raciocinio básico</li> <li>• Contextualización</li> <li>• Estrategia de comunicación</li> </ul>	5	5	5
	<b>TOTAL DE PUNTOS</b>	<b>100</b>	<b>97</b>	<b>97</b>

*Carpuquique*

447

## Anexo No. 4

448

San Salvador, 30 de mayo de 2013.

Habiendo revisado los ofrecimientos de ANLE y REDES PUBLICIDAD, presento a continuación Informe de la Evaluación Técnica correspondiente a la licitación LP 04/2013.

CRITERIOS:
<p>1. Tanto ANLE como REDES presentaron propuesta televisiva, ANLE con SPOT de 30 seg y la segunda con FLASH de 5 seg. Si bien es cierto, REDES no incluye en su propuesta un spot de TV, ello no afecta la exposición de nuestra marca o producto. REDES ofrece cortinas o flash con la información de la feria en los programas de más alto rating y garantiza que todo el que esté en sintonía del programa en que se pauta lo vea. Además, por ser CONSUMA una feria tradicional, esperada y bien posicionada, basta con recordarle a nuestro target que la feria está por realizarse o que se realiza. El flash o cortina es una novedosa forma de publicidad que elimina la posibilidad de que el televidente se bloquee ante la franja comercial/publicitaria o cambie de canal en el momento de ella. Es una forma novedosa de publicidad en un medio tradicional.</p>
<p>2. Los medios de comunicación y programas sugeridos por REDES están orientados estratégicamente para llegar directo a nuestro TARGET: sector popular; por su parte, ANLE, ofrece programas y estaciones radiales menos escuchadas por nuestro público meta.</p>
<p>3. REDES presenta una alternativa de hacer publicidad (Consuma): ACTIVACIÓN que incluye el promocional. Esto además de llegar a otros públicos que queremos atraer y cautivar, nos pone en boca de la gente: publicidad de boca en boca, catalogada como la más efectiva, además se les brinda un promocional que contiene información de otras ferias que se realizarán en el año, es decir que este tipo de actividades promueve el "good will" de la opinión pública y sirve de plataforma publicitaria para eventos futuros. Tiene un buen impacto en el posicionamiento de nuestros productos.</p>
<p>4. La campaña publicitaria de REDES, ofrece más recursos "permanentes" y menos efímeros: traseras de buses, mupies y 14 publicaciones en prensa.</p>
<p>5. La exposición publicitaria de la campaña de CONSUMA comprende un período de 1 mes 5 días, mayor al que ofrece ANLE de 15 a 18 días.</p>
<p>6. En cuanto a la campaña propuesta por REDES referida a Expo Salud y Belleza, se utilizan medios alternos de gran cobertura y permanencia: web, revistas y mupies colocados en zonas estratégicas. La propuesta de ANLE carece de ellos, sin embargo ofrece televisión, pero no un spot sino "subliminales" (aparecimiento de marca sin mención), una forma poco efectiva para posicionar o anunciar nuevas ferias.</p>
<p>7. En cuanto a la creatividad, ANLE cuenta con una propuesta conceptual bastante creativa, en relación a CONSUMA, no así con la de Expo Salud y Belleza. Redes presenta una creatividad tradicional, basada en campaña anterior, en cuanto a Consuma.</p>
<p>8. En cuanto a REDES, tenemos experiencias satisfactorias previas trabajando en ferias pasadas, incluyendo la campaña de CONSUMA.</p>

Sin otro particular y bajo nombramiento de técnico idóneo por la Junta Directiva quedo en espera de consultas si las hubiese.

Lic. Carla Rodríguez

Ejec. De Comunicaciones y RRPP. C/FCO. El Salvador.

