

EVALUACIÓN DE OFERTA



**HOY SE EMITE LA RESOLUCIÓN DE CONSTITUCIÓN
DE LA COMISIÓN DE EVALUACIÓN DE OFERTAS Y
NOMBRAMIENTO DE SUS MIEMBROS, QUE DICE:**

PRESIDENCIA DE LA REPÚBLICA, a las trece horas con treinta minutos del día catorce del mes de junio del año dos mil siete.

CONSIDERANDO:

- I. Que, en fecha próxima, se realizará el procedimiento de **LICITACIÓN PÚBLICA, CÓDIGO: LP/004/2007/PR-SNF(AF), PARA LA CONTRATACIÓN DEL "SUMINISTRO DE SERVICIO DE PUBLICIDAD PARA SECRETARÍA NACIONAL DE LA FAMILIA (ATENCIÓN FAMILIAR), BRINDADO POR AGENCIA ESPECIALIZADA"**;
- II. Que, el procedimiento en cuestión, se enmarca dentro de las actividades de divulgación y publicidad de los diversos proyectos en los que se involucra la Secretaría Nacional de la Familia/Atención Familiar, activa o pasivamente, nacional e internacional, a fin de dar a conocer ante la opinión pública, periódicamente, los logros obtenidos, avances, resultados de dicha gestión, entre otros, para que sirva a la ciudadanía como mecanismo veraz y oportuno de información, generador de crítica constructiva, de debate y escrutinio público sobre la gestión de la Secretaría;
- III. Que, la inversión para dicho procedimiento está garantizada con recursos económicos propios de la Presidencia de la República; y,
- IV. Que, en consecuencia, de conformidad al artículo veinte de la Ley de Adquisiciones y Contrataciones de la Administración Pública (LACAP), debe constituirse la Comisión de Evaluación de Ofertas y nombrar a sus respectivos miembros, competencia del Titular de la institución, la cual deberá evaluar las ofertas que presenten los interesados, en sus aspectos técnicos y económico-financieros, utilizando para ello los criterios establecidos en las bases de licitación correspondientes, y concluirá con la elaboración de un informe y acta de recomendación de Ley;

POR TANTO:

Con base a lo establecido en el artículo veinte de la Ley de Adquisiciones y Contrataciones de la Administración Pública (LACAP), y a las razones expuestas en los Considerandos anteriores,

RESUELVO:

Primero. **CONSTITÚYASE**, la Comisión de Evaluadora de Ofertas para la Licitación Pública, Código: LP/004/2007/PR-SNF(AF), cuyo propósito es la contratación del suministro denominado "Servicio de publicidad para la Secretaría Nacional de la Familia (Atención Familiar), brindado por Agencia especializada"; Segundo. **NÓMBRANSE**, para que integren dicha Comisión, a los siguientes funcionarios y empleados de esta Presidencia: (a) **José Mauricio Vásquez**, Director de Gestión, en calidad de funcionario competente solicitante del suministro de mérito; (b) **Néstor Andrés Martínez**, Jefe División Financiera, en calidad de analista financiero; (c) **Hilda del Carmen Quijano Guardado**, Directora de Comunicaciones, en calidad de analista técnico experto en la materia; y, (d) **José Ernesto Criollo Mendoza**, Jefe de la Unidad de Adquisiciones y Contrataciones Institucional (UACI), confiriéndoles las facultades que la Ley de Adquisiciones y Contrataciones de la Administración Pública (LACAP), les señala; y, Tercero.

NOTIFÍQUESE.



ELÍAS ANTONIO SACA
PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA DE EL SALVADOR

LA COMISIÓN DE EVALUACIÓN DE OFERTAS, integrada por los miembros que suscriben el presente informe y reunida en pleno en las instalaciones de la Unidad de Adquisiciones y Contrataciones Institucional (UACI), de la Presidencia de la República, ubicadas en Avenida los Diplomáticos y Calle México, Barrio San Jacinto de esta ciudad, a las ocho horas del día viernes veintisiete del mes de julio del año dos mil siete, con el propósito de emitir la recomendación de Ley acerca de la LICITACIÓN PÚBLICA, CÓDIGO: LP/004/2007/PR-SNF(AF), denominada "SUMINISTRO DE SERVICIO DE PUBLICIDAD PARA LA SECRETARÍA NACIONAL DE LA FAMILIA (ATENCIÓN FAMILIAR), BRINDADO POR AGENCIA ESPECIALIZADA", procede a ejecutar su cometido, haciendo constar lo siguiente:

1. ANTECEDENTES

1.1. APROBACIÓN DE LAS BASES DE LICITACIÓN PÚBLICA

MARTES VEINTISÉIS DE JUNIO DEL DOS MIL SIETE. En esta fecha fueron aprobadas, por el señor Presidente de la República, Elías Antonio Saca González, las BASES correspondientes a la LICITACIÓN PÚBLICA, CÓDIGO: LP/004/2007/PR-SNF(AF), denominada: "SUMINISTRO DE SERVICIO DE PUBLICIDAD PARA LA SECRETARÍA NACIONAL DE LA FAMILIA (ATENCIÓN FAMILIAR), BRINDADO POR AGENCIA ESPECIALIZADA", en adelante las "Bases de Licitación Pública" o "Licitación Pública".

1.2. CONSTITUCIÓN Y NOMBRAMIENTO DE LOS MIEMBROS DE LA COMISIÓN DE EVALUACIÓN DE OFERTAS

JUEVES CATORCE DE JUNIO DEL DOS MIL SIETE. En esta fecha el Titular de la Institución resolvió constituir y nombrar a los miembros que integrarían la Comisión de Evaluación de Ofertas para la Licitación Pública, de conformidad al artículo veinte de la Ley de Adquisiciones y Contrataciones de la Administración Pública, en adelante "LACAP".

1.3. PUBLICACIÓN DEL AVISO DE CONVOCATORIA

MIÉRCOLES VEINTISIETE DE JUNIO DEL DOS MIL SIETE. En esta fecha, en las ediciones de los periódicos: "El Diario de Hoy", página setenta y cinco; y "La Prensa Gráfica", página sesenta y cuatro, se publicaron, por una sola vez, los avisos de convocatoria para participar en la Licitación Pública.

1.4. RETIRO DE LAS BASES DE LICITACIÓN PÚBLICA

MIÉRCOLES VEINTISIETE Y JUEVES VEINTIOCHO DE JUNIO DEL DOS MIL SIETE. Estas fechas fueron establecidas como únicas para el retiro de las Bases de Licitación Pública, en las oficinas de la Unidad de Adquisiciones y Contrataciones Institucional, *en adelante "UACI"*, de la Presidencia de la República, *en adelante "La Presidencia"*, en un horario determinado y previo pago de los derechos correspondientes por parte de los interesados, según se consignó en el aviso de convocatoria respectivo.

La cantidad de interesados que adquirieron y retiraron las Bases de Licitación Pública fue de CINCO (5). Ver anexo 1.

1.5. ADENDA O ENMIENDA A LAS BASES DE LICITACIÓN PÚBLICA Y NOTIFICACIÓN

MARTES TRES DE JULIO DEL DOS MIL SIETE. En esta fecha el Titular de la Institución resolvió modificar el contenido original de las Bases de Licitación Pública, en el sentido de prorrogar el plazo para la presentación de ofertas, de conformidad a lo solicitado por la Unidad requirente del suministro objeto de la Licitación Pública, debidamente sustentada, y con el acompañamiento de la UACI, para el trámite administrativo, estableciéndose como nueva fecha para éste evento, el día jueves veintiséis de julio del año dos mil siete, en el mismo horario y lugar publicados en el aviso de convocatoria respectivo, lo cual fue notificado a cada uno de los interesados. Ver anexo 2.

1.6. CONSULTAS FORMULADAS POR LOS INTERESADOS, RESPUESTA DE LA UACI Y NOTIFICACIÓN

MARTES DIECISIETE DE JULIO DEL DOS MIL SIETE. En esta fecha, en cumplimiento con lo establecido en el Acápito 1.5., de las Bases de Licitación Pública, la Institución, por medio del Jefe de la UACI, notificó por escrito a todos los adquirentes de dichas Bases, el resultado de las interrogantes o consultas planteadas por uno de ellos, a fin de que se incorporaran o tuvieran en cuenta en la elaboración de sus respectivas ofertas. Ver anexo 3.

1.7. RECEPCIÓN, APERTURA PÚBLICA Y MONTO DE LAS OFERTAS

JUEVES VEINTISÉIS DE JULIO DEL DOS MIL SIETE. En esta fecha y en horario de las nueve horas a las nueve horas con treinta minutos, en las oficinas de la UACI, se recibió UNA ÚNICA OFERTA, presentada por la persona jurídica que gira bajo la denominación de "APEX PUBLICIDAD, SOCIEDAD ANÓNIMA DE CAPITAL VARIABLE" ("APEX PUBLICIDAD, S.A. DE C.V."); seguidamente, a las diez horas, se procedió a la apertura de la misma; todo ciñéndose al procedimiento contenido en

las Bases de Licitación Pública (Sección I, "Instrucciones a los Ofertantes", Acápites 1.12., 1.16., y 1.16.1.), en la LACAP (artículos cincuenta y dos, y cincuenta y tres), y en el Reglamento de ésta (artículos cuarenta y cuatro a cuarenta y siete).

La ofertante presentó su propuesta dentro del plazo y horario establecidos, su representante permaneció durante todo el acto de apertura pública de ofertas, la oferta económica fue presentada según lo requirió La Presidencia y la Garantía de Mantenimiento de Oferta cumplió con las formalidades exigidas por la Ley y por las Bases de Licitación Pública; todo lo cual se consignó en el acta correspondiente. Ver anexo 4.

1.8. PROCESO DE EVALUACIÓN DE OFERTAS DESCRITO EN LAS BASES DE LICITACIÓN PÚBLICA

“““““

SECCIÓN II

EVALUACIÓN DE OFERTAS

2.1. PROCESO DE EVALUACIÓN DE OFERTAS

Las ofertas presentadas por los ofertantes serán evaluadas por la Presidencia, la cual nombrará de entre sus funcionarios y/o empleados a los miembros que conformarán la "Comisión de Evaluación de Ofertas", en adelante "la Comisión", de conformidad a la Ley.

Durante el proceso de evaluación de ofertas, la Comisión, a través del jefe de la UACI, podrá solicitar por escrito al ofertante que aclare las dudas surgidas del texto o contenido de su oferta y, si fuere el caso, prevenirle sobre la presentación de alguna documentación legal que no incluyó en su oferta, pese haber sido solicitada en las bases de licitación.

El ofertante deberá subsanar por escrito las solicitudes de aclaración y las prevenciones acerca de los errores u omisiones que contenga su oferta, en un PLAZO FATAL de CINCO DÍAS HÁBILES contados desde el día siguiente de la notificación respectiva. **Si el ofertante incumpliere dicho plazo, adquirirá la calidad de "NO ELEGIBLE", que lo excluirá definitivamente del proceso de evaluación de ofertas.** Ninguna aclaración o prevención podrá modificar la oferta económica.

El proceso a seguir para la evaluación de las ofertas será el siguiente:

ETAPAS DE EVALUACIÓN

PUNTAJE MÍNIMO

1) CAPACIDAD LEGAL No tiene puntaje

-
- | | |
|-------------------------------|-----------------------------|
| 2) CAPACIDAD FINANCIERA | 50 (cincuenta) |
| 3) OFERTA TÉCNICA | 75 (setenta y cinco) |
| 4) OFERTA ECONÓMICA | No tiene puntaje |

LA PRESIDENCIA DE LA REPÚBLICA DECLARARÁ GANADOR DE LA LICITACIÓN, AL OFERTANTE QUE TENIENDO PLENA CAPACIDAD LEGAL PARA CONTRATAR, HAYA SUPERADO LOS PUNTAJES MÍNIMOS REQUERIDOS POR LA INSTITUCIÓN, EN LA EVALUACIÓN FINANCIERA Y TÉCNICA DE SU OFERTA, Y PRESENTE LA OFERTA ECONÓMICA MÁS RENTABLE, QUE CUMPLA CON LOS OBJETIVOS ESTABLECIDOS POR LA PRESIDENCIA; EN DEFINITIVA, QUE RESULTE SER LA MÁS CONVENIENTE A LOS INTERESES DEL ESTADO PRINCIPALMENTE.

2.1.1. PRIMERA ETAPA: ANÁLISIS DE CAPACIDAD LEGAL

La documentación presentada por el ofertante, mediante la cual la Presidencia establecerá su capacidad legal, tanto para participar en esta licitación como para una eventual contratación, solamente será revisada y examinada, pero no evaluada, por lo que **NO TENDRÁ PUNTAJE ASIGNADO**. Dicho análisis tendrá por objeto verificar que los documentos contengan y cumplan con las condiciones y requisitos legales establecidos para cada caso.

El ofertante que NO SUPERE ESTA ETAPA, será declarado por la Comisión como "NO ELEGIBLE" para continuar evaluando su oferta; por tanto, será excluido definitivamente e ipso facto de la licitación pública.

2.1.2. SEGUNDA ETAPA: EVALUACIÓN DE CAPACIDAD FINANCIERA

En ésta se analizará el capital de trabajo, índice de solvencia, endeudamiento total y margen neto de utilidad del ofertante. Dicho análisis servirá para determinar si la empresa tiene la capacidad de suministrar eficientemente el servicio objeto de la presente licitación, durante el tiempo requerido por la Presidencia.

El ofertante que NO ALCANCE COMO MÍNIMO CINCUENTA PUNTOS en la evaluación de la capacidad financiera de su empresa, será declarado por la Comisión como "NO ELEGIBLE" para continuar evaluando su oferta; por tanto, será excluido definitivamente e ipso facto de la licitación pública.

La calificación financiera se realizará de acuerdo a los siguientes parámetros:

ÍNDICE		RANGO DE CALIFICACIÓN	PUNTAJE ASIGNADO
A	Capital de Trabajo	Igual o Mayor que 50% del monto ofertado.	30
		Igual que 25% y Menor que 50% del monto ofertado.	20
		Mayor que 0 y Menor que 25% del monto ofertado.	10
		Si el capital de trabajo es negativo.	0
B	Índice de Solvencia	Igual o Mayor que 1.	30
		Mayor o Igual que 0.50 y Menor que 1.	20
		Mayor que 0.1 y Menor que 0.50.	10
		Menor o igual que 0.1	0
C	Endeudamiento Total	Igual o Menor que 40.00%.	20
		Entre el 40.01% y el 60.00%.	15
		Entre el 60.01% y el 80.00%.	10
		Mayor que 80%.	0
D	Margen Neto de Utilidad	Igual o Mayor que 8%.	20
		Mayor o Igual que 6% y Menor que 8%.	15
		Mayor o Igual que 3% y Menor que 6%.	10
		Mayor o Igual que 0.1% y Menor que 3%.	5
		Menor que 0.1%.	0

El total de puntos a obtener en la evaluación financiera se determinará sumando el resultado promedio obtenido en los años examinados (Ejercicios Fiscales de los años dos mil cuatro y dos mil cinco), en cada uno de los indicadores ("A", "B", "C" y "D").

2.1.3. TERCERA ETAPA: EVALUACIÓN DE OFERTA TÉCNICA

La evaluación de la oferta técnica tendrá una ponderación mínima de **SETENTA Y CINCO** puntos, y se realizará conforme a la información completa y cualificada que presenten los ofertantes, de acuerdo a los siguientes requerimientos:

A) EXPERIENCIA DE LA AGENCIA DE PUBLICIDAD **(TREINTA PUNTOS)**.

Se evaluará la experiencia de los ofertantes en el **SUMINISTRO DE SERVICIOS SIMILARES A LOS REQUERIDOS EN ESTAS BASES DE LICITACIÓN** (de publicidad).

Para tal efecto, deberán presentar constancias o referencias originales, extendidas por clientes o contratantes, sean éstos personas naturales o jurídicas, nacionales o extranjeras, privadas o públicas (preferentemente de estas últimas), que expresen con claridad lo siguiente, como mínimo: (1) detalle del suministrado, (2) montos negociados o contratados, (3) período (no mayor a tres años: 2004 a

2006), (4) nombre del contratante, (5) calificación del suministro, expresando el grado de satisfacción (alto, medio o bajo), y, (6) cualquier otra información que resalte la calidad del suministro (anexo 4).

LAS CONSTANCIAS O REFERENCIAS ALUDIDAS, DEBERÁN PRESENTARSE EN LAS CANTIDADES QUE ESTIME CONVENIENTE PROPORCIONAR EL OFERTANTE, QUE LE PERMITAN OBTENER LAS PONDERACIONES MÁXIMAS EXPRESADAS EN LOS SIGUIENTES CUADROS DE EVALUACIÓN; SIN EMBARGO, TODAS AQUÉLLAS QUE NO CONTENGAN LA INFORMACIÓN COMPLETA EXIGIDA POR LA PRESIDENCIA, NO SE TOMARÁN EN CUENTA.

A. 1	MONTOS CONTRATADOS	PUNTAJE
	Mayor que US\$ 500,000.00.	15
	Mayor que US\$ 250,000.00 y Menor o Igual que US\$ 500,000.00.	10
	Igual o Mayor que US\$ 100,000.00 y Menor o Igual que US\$ 250,000.00.	5

A. 2	CONSTANCIAS O REFERENCIAS DE EMPRESAS	PUNTAJE
	Mayor que 5 constancias o referencias de clientes nacionales o extranjeros, que recibieron los servicios proporcionados por la Agencia de Publicidad en los tres últimos años (2004 a 2006).	5
	Mayor que 3 y menor o igual que 5 constancias o referencias de clientes nacionales o extranjeros, que recibieron los servicios proporcionados por la Agencia de Publicidad en los tres últimos años (2004 a 2006).	3
	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 tres últimos años (2004 a 2006).	0

A. 3	CONSTANCIAS O REFERENCIAS DE INSTITUCIONES PÚBLICAS	PUNTAJE
	Mayor que 2 constancias o referencias de prestación de servicios al sector gubernamental (de preferencia nacional).	5
	Igual que 2 constancias o referencias de prestación de servicios al sector gubernamental (de preferencia nacional).	3
	Igual que 1 constancia o referencia de prestación de servicios al sector gubernamental (de preferencia nacional).	1

A. 4	GRADO DE SATISFACCIÓN	PUNTAJE
	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
	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

B) PERSONAL ESPECIALIZADO QUE SERÁ DESIGNADO PARA EJECUTAR EL CONTRATO DE LA PRESIDENCIA DE LA REPÚBLICA/ SECRETARÍA NACIONAL DE LA FAMILIA (ATENCIÓN FAMILIAR) (CINCUENTA PUNTOS).

Se evaluará al personal que la Agencia de Publicidad proponga para ejecutar el servicio objeto de esta licitación, durante el período de vigencia de la contratación respectiva, en el entendido de que dicho personal deberá estar disponible en todo momento para atender las necesidades de la Presidencia.

La acreditación del personal especializado o idóneo mencionado, se hará por medio de la presentación de sus respectivas "Hojas de Vida", las cuales contendrán como mínimo la siguiente información: (1) generales del personal (nombre completo, profesión u oficio, sexo, edad, estado familiar, nacionalidad, domicilio y dirección actual de residencia); (2) número del Documento Único de Identidad (DUI); y, (3) tiempo de experiencia en la actividad de su especialización.

ESPECIALISTA	Menor que 3 años de experiencia (5 puntos)	Igual o Mayor que 3 y Menor o Igual que 9 años de experiencia (8 puntos)	Igual o Mayor que 10 años de experiencia (10 puntos)
ENCARGADO DE CUENTA :			
EJECUTIVO DE CUENTA :			
EJECUTIVO DE MEDIOS :			
DIRECTOR CREATIVO :			
AUXILIAR CREATIVO :			

C) ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA (CINCO PUNTOS).

Se ponderará la presentación o no de la información pertinente, por escrito y amplia, acerca de la estructura administrativa u organizacional de la Agencia de Publicidad.

CONCEPTO	PUNTAJE
Presentación de información sobre Estructura Administrativa.	5
No presentación de información sobre Estructura Administrativa.	0

D) NÓMINA DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN (CINCO PUNTOS).

Se ponderará la presentación o no de la nómina de medios de comunicación que utilizará el ofertante para brindar el suministro objeto de esta licitación.

Tales medios deberán ser como mínimo los siguientes: prensa escrita, medios informáticos, medios televisivos, medios radiales y vallas publicitarias.

CONCEPTO	PUNTAJE
Presentación de Nómina de Medios de Comunicación.	5
No presentación de Nómina de Medios de Comunicación.	0

E) CATÁLOGO DE INVERSIÓN (DIEZ PUNTOS).

Se ponderará la presentación o no del documento denominado "Catálogo de Inversión de Agencia de Publicidad", concerniente a las dos campañas publicitarias más exitosas ejecutadas por el ofertante en los últimos tres años (2004 a 2006). 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.

CONCEPTO	PUNTAJE
Presentación de Catálogo completo.	10
No presentación de Catálogo o presentación incompleta del mismo.	0

Adicionalmente, los ofertantes deberán cumplir con los siguientes **"REQUISITOS ESPECIALES DE ELEGIBILIDAD DE LA OFERTA TÉCNICA"**, que consisten en:

F) DECLARACIÓN JURADA ESPECIAL (SIN PUNTAJE).

Presentación de una **DECLARACIÓN JURADA ESPECIAL**, hecha ante notario, de conformidad al formato que se anexa en estas bases de licitación al número 5, debidamente suscrita por el ofertante, la cual sólo será revisada y examinada, pero no evaluada, por lo que no tendrá puntaje asignado.

Esta presentación tendrá por objeto únicamente verificar que la Declaración Jurada Especial contenga y cumpla con los siguientes requisitos: (1) que se exprese en ella que el ofertante cumplirá fielmente y se someterá en todo a las especificaciones técnicas requeridas; (2) que el ofertante cuenta con los medios y recursos mínimos e indispensables para brindar el suministro objeto de esta licitación, durante el plazo de vigencia del contrato; (3) que el ofertante posee una infraestructura adecuada para llevar a cabo reuniones de trabajo; y, (4) que el ofertante dispone del personal técnico idóneo en la materia, como por ejemplo: encargado de cuenta, ejecutivos de cuenta y de medios, director creativo, auxiliar creativo, encargado de arte, y visualizador, entre otros, para montar publicaciones en cuarenta y ocho (48) horas, en situaciones normales, y en veinticuatro (24) horas, ante situaciones de emergencia, calificadas así por la Presidencia de la República.

DECLARACIÓN JURADA ESPECIAL	CONSIDERACIÓN
Presenta Declaración Jurada Especial	OFERTA "ELEGIBLE"
No presenta Declaración Jurada Especial	OFERTA "NO ELEGIBLE"

G) CREATIVIDAD Y LOGRO DE OBJETIVOS (SIN PUNTAJE).

La aceptación de una oferta específica, que realice la Presidencia, analizada a través de los criterios expresados (creatividad y logro de objetivos), **se constituye en requisito necesario y determinante para declarar la elegibilidad de dicha oferta** y, por tanto, para que pueda ser considerada en lo económico; es por ello que no tiene puntaje asignado.

Para medir dichos criterios, la Agencia de Publicidad presentará necesariamente **DOS CAMPAÑAS PUBLICITARIAS**, a saber:

- g.1) Una ya ejecutada, de fecha reciente, que simbolice la de mayor éxito; y
- g.2) La otra, una nueva creación, que consistirá en una campaña demostrativa (demos), en la cual el tema a desarrollar será: **"LOGROS OBTENIDOS DURANTE EL TERCER AÑO DE TRABAJO DE LA SEÑORA PRIMERA DAMA DE LA REPÚBLICA Y SECRETARIA NACIONAL DE LA FAMILIA"**, que estará sujeta a los parámetros contenidos o señalados en la Sección IV, Especificaciones Técnicas, Acápito 4.5., y siguientes de estas bases de licitación; en consecuencia, se medirán cuatro ítems de creatividad y un ítem de la consecución de objetivos.

G.1 y 2	EVALUACIÓN	CALIFICACIÓN
	Campañas satisfactorias para la Presidencia.	"ELEGIBLES"
	Campañas no satisfactorias para la Presidencia.	"NO ELEGIBLES"

El ofertante que **NO OBTUVIERE EL PUNTAJE MÍNIMO REQUERIDO (75 puntos), Y/O NO SUPERARE ALGUNO DE LOS CRITERIOS DE EVALUACIÓN CONSIDERADOS COMO "REQUISITOS ESPECIALES DE ELEGIBILIDAD DE LA OFERTA TÉCNICA"**, anteriormente establecidos, será declarado por la Comisión como **"NO ELEGIBLE"** para continuar evaluando su oferta, por tanto, será excluido definitivamente e ipso facto de la licitación.

Después de adjudicado el contrato, de extendida la "Orden de Inicio del Suministro", y de entregada al suministrante la copia notariada de dicho instrumento por parte de la UACI, no se considerarán prórrogas en los plazos contractuales, salvo caso fortuito o fuerza mayor debidamente comprobados.

A los ofertantes que en el pasado hubieren brindado sus servicios a la Presidencia, suministrando la clase de servicio que es objeto de la presente licitación, se les tomarán en cuenta sus antecedentes con esta institución, lo que podrá ser determinante en el supuesto de igualdad de resultados entre dos o más ofertas.

Solamente, los ofertantes que luego del proceso de evaluación de ofertas, hubieren superado exitosamente ésta y las anteriores etapas de evaluación (legal, financiera y técnica), serán considerados para examinar sus correspondientes ofertas económicas.

2.1.4. CUARTA ETAPA: ANÁLISIS DE OFERTA ECONÓMICA

Si la oferta económica contuviere errores aritméticos, la Comisión hará las correcciones pertinentes y determinará el valor definitivo de la oferta. Si existiere discrepancia entre un precio unitario y el precio total presentados por el ofertante, **PREVALECE EL PRECIO UNITARIO Y EL PRECIO TOTAL SE CORREGIRÁ**. Si el ganador no aceptare el precio corregido por dicha Comisión y no se llegare a un acuerdo entre ambas partes, se adjudicará el contrato a la segunda oferta más conveniente. Se entenderá por monto total de la oferta el monto revisado o corregido por la Comisión, según el caso.

La oferta económica deberá incorporar el Impuesto a la Transferencia de Bienes Muebles y a la Prestación de Servicios (IVA), en forma parcial y total.

EN ESTA ETAPA, LA OFERTA ECONÓMICA MÁS RENTABLE PRIVARÁ SOBRE CUALQUIER OTRA, SIEMPRE QUE LA TOTALIDAD DE LA OFERTA SEA LA MÁS CONVENIENTE A LOS INTERESES DE LA INSTITUCIÓN Y EL ESTADO.

2.2. RECOMENDACIÓN DE LA COMISIÓN DE EVALUACIÓN DE OFERTAS

Concluido el proceso de evaluación, la Comisión de Evaluación de Ofertas elaborará un informe, en el que expondrá su recomendación apegada a Derecho, para que la autoridad competente (Titular de la Presidencia), si lo tuviere a bien, **ADJUDIQUE o DECLARE DESIERTA** la licitación pública.

”””””

2. EVALUACIÓN

2.1. CAPACIDAD LEGAL (ver anexo 5)

2.1.1. ANÁLISIS Y EVALUACIÓN:

Esta etapa no tiene puntaje asignado y solamente tuvo como finalidad verificar si la presentó la documentación de carácter legal, obligatoria e indispensable requerida en las Bases de Licitación Pública (Sección I, “Instrucciones a los Ofertantes”, Acápites 1.15., a 1.15.2.2.2.). El detalle de la documentación se adjunta a este informe para mejor ilustración (ver anexo 5).

La verificación o examen referido, determinó que "APEX PUBLICIDAD, SOCIEDAD ANONIMA DE CAPITAL VARIABLE", presentó los documentos legales requeridos en las Bases de Licitación Pública de manera completa, adquiriendo, por lo tanto, la calidad de "ELEGIBLE" para continuar evaluándola.

2.1.2. RESULTADO:

Considerando, que "APEX PUBLICIDAD, SOCIEDAD ANÓNIMA DE CAPITAL VARIABLE", cumplió con la totalidad de la documentación legal que le fuera exigida por La Presidencia, acreditando así tener **Capacidad Legal** para obligarse ante esta misma; por tanto, esta Comisión da por finalizada la presente etapa y la tiene por "ELEGIBLE" para que se continúe con el análisis y evaluación de su Capacidad Financiera, de conformidad a las Bases de Licitación Pública.

2.2. CAPACIDAD FINANCIERA (ver anexo 6)

Esta etapa tiene una calificación de **CIEN (100) PUNTOS MÁXIMO** y **CINCUENTA (50) PUNTOS MÍNIMO**.

2.2.1. ANÁLISIS Y EVALUACIÓN:

La Capacidad Financiera de la ofertante fue analizada conforme a la metodología expuesta en las bases de licitación pública y su detalle pormenorizado consta agregado a este informe (ver anexo 6).

El resumen gráfico de dicho análisis y evaluación es el siguiente:

ÍNDICE	PUNTAJE		"APEX PUBLICIDAD, S.A. DE C.V."
	MÁXIMO	MÍNIMO	
CAPITAL DE TRABAJO	30	50.00	30
SOLVENCIA (LIQUIDEZ)	30		30
ENDEUDAMIENTO TOTAL	20		10
MARGEN NETO DE UTILIDAD	20		10
TOTAL	100	50	80

2.2.2. RESULTADO:

Considerando, que la ofertante, "APEX PUBLICIDAD, SOCIEDAD ANÓNIMA DE

CAPITAL VARIABLE", evaluada califica financieramente y que ha obtenido una ponderación superior a la mínima establecida (50 puntos), acreditando así tener **Capacidad Financiera** para obligarse ante La Presidencia; por tanto, esta Comisión da por precluída la presente etapa de evaluación y la tiene por **"ELEGIBLE"** para que se continúe con el análisis y evaluación de su respectiva Oferta Técnica, de conformidad a las Bases de Licitación Pública.

2.3. OFERTA TÉCNICA

2.3.1. ANÁLISIS Y EVALUACIÓN:

La evaluación de la oferta técnica tiene una ponderación de **CIEN (100) PUNTOS MÁXIMO** y **SETENTA Y CINCO (75) PUNTOS MÍNIMO**, y se realizará de acuerdo a la información presentada, con base a los siguientes criterios:

A. EXPERIENCIA DE LA OFERTANTE (TREINTA PUNTOS).

Se evaluó la presentación de constancias o referencias extendidas por clientes o contratantes, sean éstos personas naturales o jurídicas, nacionales o extranjeras, privadas o públicas (preferentemente de estas últimas), a las que la ofertante, "APEX PUBLICIDAD, SOCIEDAD ANÓNIMA DE CAPITAL VARIABLE", hubiese proporcionado servicios similares a los requeridos en la Licitación Pública y en las que debieron consignarse, como mínimo: (1) detalle del suministrado, (2) montos negociados o contratados, (3) período (no mayor a tres años: 2004 a 2006), (4) nombre del contratante, (5) calificación del suministro, expresando el grado de satisfacción (alto, medio o bajo), y, (6) cualquier otra información que resalte la calidad del suministro

En tal sentido, se procedió con respecto a las **CONSTANCIAS O REFERENCIAS DE SUMINISTRO DE SERVICIOS DE LOS ÚLTIMOS TRES AÑOS (DOS MIL CUATRO A DOS MIL SEIS)**, de la siguiente manera:

Fue necesario iniciar discriminando sobre la calidad de las constancias o referencias proporcionadas por la ofertante, a fin de establecer cuantas y cuales de aquéllas servirían a La Presidencia para realizar el análisis pertinente. Así, se evaluó la cantidad de constancias *válidas* presentadas en *original* por la ofertante, siguiendo el formato establecido en las Bases de Licitación Pública, lo que dio como resultado que la ofertante presentó constancias en una cantidad suficiente para el análisis respectivo y consiguiente ponderación, todas válidas y en original; además, se respetó íntegramente el formato establecido en el anexo cuatro de las Bases de Licitación Pública:

Detalle:

"APEX PUBLICIDAD, SOCIEDAD ANÓNIMA DE CAPITAL VARIABLE"				
No.	INSTITUCIÓN	PERÍODOS	MONTO FINAL	CALIFICACIÓN
1	BANCO SALVADOREÑO	AÑO 2006	US\$ 1,489,724.88	EXCELENTE
2	LA PRENSA GRÁFICA	AÑO 2005	US\$ 924,138.71	EXCELENTE
3	INTELFON, SOCIEDAD ANÓNIMA DE CAPITAL VARIABLE	A) NOVIEMBRE A DICIEMBRE 2006	US\$ 941,785.17	EXCELENTE
4	RAF, SOCIEDAD ANÓNIMA DE CAPITAL VARIABLE	AÑO 2006	US\$ 592,273.50	EXCELENTE
5	GRUPO ROBLE, EL SALVADOR	AÑO 2006	US\$ 403,120.07	EXCELENTE
6	MARIPOSA EL SALVADOR, SOCIEDAD ANÓNIMA DE CAPITAL VARIABLE (PEPSI EL SALVADOR)	AÑO 2006	US\$ 1,084,541.73	EXCELENTE
7	FONDO DE CONSERVACIÓN VIAL (FOVIAL)	AÑO 2006	US\$ 338,910.60	EXCELENTE
8	MINISTERIO DE GOBERNACIÓN	AÑO 2006	US\$ 1,173,869.21	EXCELENTE
9	MINISTERIO DE SALUD	AÑO 2006	US \$286,681.56	EXCELENTE

De esta manera, la ofertante obtuvo los siguientes resultados en los diferentes criterios de evaluación, a saber:

"APEX PUBLICIDAD, SOCIEDAD ANÓNIMA DE CAPITAL VARIABLE"			
A. 1	Montos Contratados	PUNTAJE ASIGNADO	RESULTADO
	Mayor que US\$ 500,000.00.	15	US\$ 7,235,045.43
	Mayor que US\$ 250,000.00 y Menor o Igual que US\$ 500,000.00.	10	
	Igual o Mayor que US\$ 100,000.00 y Menor o Igual que US\$ 250,000.00.	5	
A. 2	CONSTANCIAS O REFERENCIAS DE EMPRESAS	PUNTAJE ASIGNADO	RESULTADO
	Mayor que 5 constancias o referencias de clientes nacionales o extranjeros, que recibieron los servicios proporcionados por la Agencia de Publicidad en los tres últimos años (2004 a 2006).	5	100% DE CONSTANCIAS PRESENTADAS (SEIS) CORRESPONDIENTES A CLIENTES PRIVADOS
	Mayor que 3 y menor o Igual que 5 constancias o referencias de clientes nacionales o extranjeros, que recibieron los servicios proporcionados por la Agencia de Publicidad en los tres últimos años (2004 a 2006).	3	
	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 tres últimos años (2004 a 2006).	0	

A. 3	CONSTANCIAS O REFERENCIAS DE INSTITUCIONES PÚBLICAS	PUNTAJE ASIGNADO	RESULTADO
	Mayor que 2 constancias o referencias de prestación de servicios al sector gubernamental (de preferencia nacional).	5	100% DE CONSTANCIAS PRESENTADAS (TRES) CORRESPONDIENTES A CLIENTES PÚBLICOS
	Igual que 2 constancias o referencias de prestación de servicios al sector gubernamental (de preferencia nacional).	3	
	Igual que 1 constancia o referencia de prestación de servicios al sector gubernamental (de preferencia nacional).	1	
A. 4	GRADO DE SATISFACCIÓN	PUNTAJE ASIGNADO	RESULTADO
	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	100% DE LAS CONSTANCIAS PRESENTADAS (NUEVE)
	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	
TOTAL:		30	

RESULTADO PARCIAL:

Tal y como se evidencia, "APEX PUBLICIDAD, SOCIEDAD ANÓNIMA DE CAPITAL VARIABLE", única ofertante, ha obtenido TREINTA (30) PUNTOS en esta etapa de evaluación. Dicho resultado denota su experiencia y trayectoria, lo cual satisface las expectativas y exigencias de la Institución, por lo que se procede a realizar el correspondiente análisis del personal con que cuenta.

B. PERSONAL ESPECIALIZADO QUE SERÁ DESIGNADO PARA EJECUTAR EL CONTRATO DE LA PRESIDENCIA DE LA REPÚBLICA (CINCUENTA PUNTOS).

Se evaluó además al personal que la ofertante propone para la ejecución del servicio objeto de la Licitación Pública, durante el período de vigencia de la contratación respectiva, con el propósito de establecer su idoneidad y experiencia; así como asegurar, en la medida de lo posible, que su personal esté disponible en todo momento, a fin de atender las necesidades ordinarias y/o eventuales de La Presidencia.

"APEX PUBLICIDAD, SOCIEDAD ANÓNIMA DE CAPITAL VARIABLE"			
ESPECIALISTA	MENOR QUE 3 AÑOS DE EXPERIENCIA (5 PUNTOS)	IGUAL O MAYOR QUE 3 Y MENOR O IGUAL QUE 9 AÑOS DE EXPERIENCIA (8 PUNTOS)	IGUAL O MAYOR QUE 10 AÑOS DE EXPERIENCIA (10 PUNTOS)
ENCARGADO DE CUENTA :			ENRIQUE GUANDIQUE (13 AÑOS DE EXPERIENCIA)
EJECUTIVO DE CUENTA :			CLAUDIA DE PRIETO (11 AÑOS DE EXPERIENCIA)
EJECUTIVO DE MEDIOS :			MARÍA ELENA BARRIENTOS. (18 AÑOS DE EXPERIENCIA)
DIRECTOR CREATIVO :			JORGE LÓPEZ (21 AÑOS DE EXPERIENCIA)
AUXILIAR CREATIVO :			EDUARDO MARTÍNEZ (13 AÑOS DE EXPERIENCIA)
PUNTAJE OBTENIDO (TOTAL)			50

De acuerdo con la evaluación de las respectivas hojas de vida que se presentaron, se concluye que:

1. El señor ENRIQUE GUANDIQUE, por su función como Gerente de Grupo Estratégico de Marca, es una persona idónea para desempeñar el rol de Encargado de Cuenta para la coordinación general de ésta;
2. La señora CLAUDIA DE PRIETO, de acuerdo con su experiencia y hoja de vida, llena los requisitos de idoneidad para desempeñar la función de Ejecutiva de Cuentas;
3. Por sus responsabilidades dentro de la empresa ofertante y basándonos en su hoja de vida, se considera que la señorita MARÍA ELENA BARRIENTOS puede ser la persona responsable de las estrategias y planificación en general de la cuenta y su relación con los diferentes medios de comunicación, es decir la Ejecutiva de Medios;
4. Por la función que desempeña dentro de la empresa como Visualizador Gráfico, la propuesta del señor JORGE LÓPEZ, en calidad Director Creativo, es conveniente; y,
5. Persona idónea para desempeñarse como Auxiliar Creativo, puede ser el señor EDUARDO MARTÍNEZ, Visualizador, quien desarrollaría las piezas de publicidad a colocarse en los diferentes medios de comunicación.

RESULTADO PARCIAL:

La acreditación del personal especializado o idóneo mencionado, se hizo a través de la presentación de sus respectivas "Hojas de Vida", y se concluyó que

la ofertante ha obtenido un resultado satisfactorio, garantizando así, que las necesidades de la Institución serán atendidas por personal calificado.

C. ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA (CINCO PUNTOS).

Se ponderó la presentación o no de la información pertinente, por escrito, acerca de la estructura administrativa u organizativa de la ofertante, con el propósito de establecer su capacidad para cubrir los requerimientos de La Presidencia.

RESULTADO PARCIAL:

La ofertante presentó efectivamente la información solicitada y a satisfacción de La Presidencia; razones por las cuales, obtuvo el puntaje máximo posible (cinco puntos).

D. NÓMINA DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN (CINCO PUNTOS).

Se ponderó la presentación o no de la nómina de medios de comunicación que utilizará la ofertante para brindar el suministro objeto de la Licitación Pública (prensa escrita, medios informáticos, medios televisivos, medios radiales y vallas publicitarias).

RESULTADO PARCIAL:

La ofertante presentó completa y a satisfacción de La Presidencia la nómina de medios de comunicación solicitada en las Bases de Licitación Pública; razones por las cuales, obtuvo el puntaje máximo posible (cinco puntos).

E. CATÁLOGO DE INVERSIÓN (DIEZ PUNTOS).

Se ponderó la presentación o no de los "Catálogos de Inversión", relacionados con dos campañas publicitarias que la ofertante estimara representaran las más exitosas y ejecutadas en los últimos tres años (2004 a 2006), de conformidad a las Bases de Licitación Pública. Dicho Catálogo debía incluir: montos invertidos, diferentes medios utilizados para la difusión de las campañas, tiempo de ejecución y resultados obtenidos en las mismas.

La ofertante, "APEX PUBLICIDAD, SOCIEDAD ANÓNIMA DE CAPITAL VARIABLE", presentó catálogos de TRES (3) campañas exitosas, las cuales se detallan a continuación:

"APEX PUBLICIDAD, SOCIEDAD ANÓNIMA DE CAPITAL VARIABLE"					
CLIENTE	NOMBRE DE LA CAMPAÑA	MONTO INVERTIDO (CON IVA)	MEDIOS UTILIZADOS	TIEMPO DE EJECUCIÓN	RESULTADOS OBTENIDOS
MINISTERIO DE GOBERNACIÓN	"NO QUEREMOS MÁS CRUCES EN EL CAMINO"	US\$ 38,384.07	RADIO, PRENSA Y VÍA PÚBLICA	DEL 1 AL 17 DE ABRIL DEL 2006 (SEMANA SANTA)	SE REDUJO EN UN 43.2% EL NÚMERO DE FALLECIDOS EN ACCIDENTES DE TRÁNSITO Y LOS MUERTOS POR CONDUCCIÓN TEMERARIA EN UN 58.82%, EN RELACIÓN AL AÑO 2005
GRUPO ROBLE	RESIDENCIAL ALTAVISTA	US\$ 21,846.03	IMPRESOS, VALLA, PERIFONEO, PRENSA Y RADIO	DEL 1 AL 30 DE JUNIO DEL 2006	AL FINAL DE LA PROMOCIÓN SE HABÍAN ESCRITURADO 376 VIVIENDAS, ES DECIR, 17.88% ARRIBA DE LA META ESTABLECIDA.
BAYER	RELANZAMIENTO DE CARDIOASPIRINA	US\$ 109,963.00	TELEVISIÓN, RADIO Y PRENSA	ENERO A SEPTIEMBRE 2005	INCREMENTO EN VENTAS DEL 142% EN UNIDADES Y 127% EN VALORES, CONTRA EL AÑO ANTERIOR.

El impacto logrado con la ejecución de las campañas referidas por la ofertante, refleja la efectividad de un buen manejo no sólo de mensajes; sino de los presupuestos asignados, lo que indica una optimización de los recursos financieros y la utilización idónea de los diferentes medios de comunicación.

RESULTADO PARCIAL:

A través del análisis y evaluación de los catálogos presentados por la ofertante, se determinó que la información vertida es satisfactoria, en relación a los requisitos exigidos por la Institución; razón por la cual, se le asignó el mayor puntaje posible (diez puntos).

CUMPLIMIENTO DE REQUISITOS ESPECIALES DE ELEGIBILIDAD:

El análisis y evaluación de la Oferta Técnica, además y según las Bases Licitación Pública, debe completarse con la verificación realizada por La Presidencia, sobre el cumplimiento de ciertos requisitos especiales exigidos a la ofertante, por medio de los cuales se concluirá sobre la solidez, seriedad y responsabilidad de la Agencia de Publicidad, para mejor resguardo de los intereses institucionales; razones por las cuales no tienen puntaje asignado dichos requisitos y en el caso del literal "G", debe tenerse en cuenta que las campañas solicitadas tienen un propósito simplemente EJEMPLIFICATIVO o de MUESTRA:

F. DECLARACIÓN JURADA ESPECIAL (SIN PUNTAJE).

La ofertante debía acreditar, mediante la presentación de una Declaración Jurada, autenticada por notario (exclusiva para ese propósito), que garantiza lo siguiente:

- 1) Que, cumplirá fielmente y se someterá en todo a las presentes especificaciones técnicas;

-
- 2) Que, proporcionará un listado de clientes a quienes les hubiere suministrado calidad y cantidad de servicio similar al requerido en estas bases de licitación;
 - 3) Que, cuenta con los medios y recursos mínimos e indispensables para brindar el suministro objeto de esta licitación, durante el plazo de vigencia establecido por la institución;
 - 4) Que, posee una infraestructura adecuada para llevar a cabo reuniones de trabajo; y,
 - 5) Que, dispone del personal técnico idóneo en la materia, como por ejemplo: encargado de cuenta, ejecutivos de cuenta y de medios, director creativo, auxiliar creativo, encargado de arte, y visualizador, entre otros, para montar publicaciones en cuarenta y ocho (48) horas, en situaciones normales, y en veinticuatro (24) horas, ante situaciones de emergencia, calificada así por la Presidencia de la República.

Finalmente y como parte de los documentos vinculados a esta Declaración Jurada, la ofertante debía presentar una Constancia en original o autenticada por Notario, de fecha reciente, extendida por la Asociación de Medios Publicitarios Salvadoreños (AMPS), en la cual se hiciera constar su buen registro crediticio y solvencia económica.

RESULTADO PARCIAL:

La ofertante presentó tanto su Declaración Jurada como la Constancia extendida por la Asociación de Medios Publicitarios Salvadoreños (AMPS), según los lineamientos establecidos por La Presidencia; por tanto, sigue siendo "ELEGIBLE" su oferta para seguir evaluándola.

G. CREATIVIDAD Y LOGRO DE OBJETIVOS (SIN PUNTAJE).

Para medir dichos criterios, la Agencia de Publicidad debía presentar necesariamente DOS CAMPAÑAS PUBLICITARIAS, a saber:

- 1) Una ya ejecutada, de fecha reciente, que simbolizara la de mayor éxito; y
- 2) La otra, una nueva creación, que consistiría en una campaña demostrativa (demos), en la cual el tema a desarrollar sería: "LOGROS DEL TERCER AÑO DE TRABAJO DE LA SEÑORA PRIMERA DAMA DE LA REPÚBLICA Y SECRETARIA NACIONAL DE LA FAMILIA", sujeta a los parámetros contenidos o señalados en la Sección IV, "Especificaciones Técnicas", Acápito 4.5., y siguientes de las Bases de Licitación Pública; en consecuencia, se midieron cuatro ítems de creatividad y un ítem de la consecución de objetivos.

ANÁLISIS TÉCNICO SOBRE LA CAMPAÑA CONSIDERADA DE MAYOR ÉXITO (g.1):

La ofertante presentó la campaña que realizara para el Ministerio de Salud en junio del dos mil siete y que se denominó "POSITIVO O NEGATIVO", el monto invertido fue de US\$ 282,222.95, IVA incluido, y se utilizaron los siguientes medios: televisión, prensa, cable, "publi-baños", vía pública y radio.

Los resultados obtenidos en dicha campaña fueron los siguientes: 1) El día oficial de la prueba de VIH, miércoles veintisiete de junio, se realizaron 54,461 pruebas, sobrepasando la cifra mensual en un mes tipo, que es de 20,000; 2) se obtuvieron 378 muestras reactivas que corresponden a un 0.7% de diagnóstico positivo; 3) se recibieron 225 llamadas efectivas en el SIDATEL el día 27 de junio, siendo de 26 llamadas el promedio diario.

Aplicando los criterios establecidos en las Bases de Licitación Pública, se obtuvo el resultado siguiente:

- a) en cuanto a la **CREATIVIDAD**: la campaña "Positivo o Negativo" presenta un alto nivel de creatividad, en cuanto a apelar a sentimientos personales para captar la atención del que la mira o escucha;
- b) en cuanto a la **CLARIDAD**: se utiliza un lenguaje claro que garantiza un entendimiento del mensaje principal;
- c) en cuanto al **ALCANCE**: la campaña recurre al uso de medios de difusión estratégicos para alcanzar objetivos de interés público, divulgando información esencial que lleva a la consecución de los fines de comunicación de la entidad promotora;
- d) en cuanto al **IMPACTO**: se plantea un manejo conceptual que apela a los sentimientos y emociones de las personas, vinculándolos a una solución y salida ante el problema del VIH-SIDA. Uno de los indicadores de medición se logra a través de la respuesta ciudadana (número de pruebas y consultas realizadas en torno al tema);
- e) en cuanto a los **MEDIOS**: se transmitió en los siguientes medios: televisión, radio, prensa escrita, cable y publi-baños, garantizando una cobertura nacional y en puntos claves de concentración poblacional importante como receptores del mensaje; y,
- f) en cuanto al **TIEMPO SUGERIDO**: el plan de medios se ejecutó estratégicamente en el mes que se necesitaba generar interés sobre el tema, posicionándolo en la agenda pública.

ANÁLISIS TÉCNICO SOBRE LA CAMPAÑA COMPLETAMENTE NUEVA (g.2):

Campaña **DEMOSTRATIVA** denominada: "LOGROS OBTENIDOS DURANTE EL TERCER AÑO DE TRABAJO DE LA SEÑORA PRIMERA DAMA DE LA REPÚBLICA Y SECRETARIA NACIONAL DE LA FAMILIA".

La empresa ofertante presenta la campaña institucional relacionada, en la cual proyecta (**A MODO DE EJEMPLO**), invertir una cantidad de US\$ 155,542.40, IVA incluido, por un período de cinco meses de ejecución y en la cual se contempla el uso de los siguientes medios de comunicación: televisión, radio, prensa escrita y vallas.

Se oferta, una campaña enfocada en los logros de 3 de las principales áreas de atención de la señora Primera Dama de la República y Secretaria Nacional de la Familia, como son: 1) niñez (Concepto: "Para cambiar el futuro"), 2) mujer (Concepto: "Para cambiar el presente"); y, 3) personas adultas mayores (Concepto: Para cambiar lo ya pasado"), proponiéndose como objetivo general: Fortalecer la imagen de la Secretaría Nacional de la Familia, como una institución ejemplar de un Gobierno con Sentido Humano, cuyo trabajo es encabezado por la Primera Dama de la República, como muestra del profundo compromiso oficial y personal de la Presidencia de la República.

Aplicando los criterios establecidos en las Bases de Licitación Pública, se obtuvo el resultado siguiente:

- a) en cuanto a la **CREATIVIDAD**: el demo de la campaña propuesta para la Secretaría Nacional de la Familia, presenta ideas atractivas en un estilo sencillo que llama la atención de la audiencia, cumpliendo en general con las expectativas y necesidades de proyección de la imagen institucional y el posicionamiento que se requiere en la opinión ciudadana de los temas claves de la gestión de la señora Primera Dama de la República y Secretaria Nacional de la Familia;
- b) en cuanto a la **CLARIDAD**: se cumple con el manejo de un mensaje claro, directo y sencillo, comprensible para todo el público objetivo, evitando el uso excesivo de ideas que distraen del mensaje principal;
- c) en cuanto al **ALCANCE**: oferta iniciativas publicitarias que enmarcan las necesidades de comunicación y divulgación del trabajo institucional. De acuerdo a nuestra evaluación y análisis, expone públicamente al máximo el mensaje esperado en los grupos poblacionales meta, diseñando una campaña informativa de interés nacional, con una permanencia fuerte en fechas importantes, en las que la Secretaría Nacional de la Familia necesita destacar su presencia en la agenda y opinión ciudadana;

- d) en cuanto al **IMPACTO**: es una campaña que contiene los elementos necesarios tanto en concepto de imagen como en la identificación de los públicos, meta de interés para la Secretaría Nacional de la Familia. Además se hace un uso adecuado de los diferentes medios de comunicación masiva, especialmente los de mayor cobertura en el territorio, seleccionando los espacios adecuados para colocar el mensaje de acuerdo con los horarios, programas y secciones de mayor rating y un alto porcentaje de audiencia acumulada;
- e) en cuanto a los **MEDIOS**: presenta una mezcla de los principales medios de comunicación masiva en horarios, programas (secciones), y días de mayor audiencia, garantizándose la mayor penetración del mensaje a divulgar y la optimización de los recursos. La campaña se refuerza con publicity, que le proporciona, además, un nuevo elemento de credibilidad a los principales mensajes publicitarios; y,
- f) en cuanto al **TIEMPO SUGERIDO**: se presenta un Plan de Medios considerado adecuado en tiempo y uso de éstos para divulgar los mensajes claves.

RESULTADO PARCIAL:

La ofertante ha resultado "ELEGIBLE" en este punto, por considerar la Comisión Evaluadora de Ofertas que las campañas presentadas son satisfactorias a los intereses de la Institución.

2.3.2. RESULTADO FINAL:

La puntuación total o resultado final obtenido por la ofertante se resume de la siguiente manera:

Ref.	CRITERIOS DE ANÁLISIS Y EVALUACIÓN	PUNTAJE		"APEX PUBLICIDAD, S.A. DE C.V."
		MÁXIMO	MÍNIMO	
A	EXPERIENCIA DE LA EMPRESA	100	75	30
A.1	MONTOS CONTRATADOS			(15)
A.2	CONSTANCIAS O REFERENCIAS DE EMPRESAS			(5)
A.3	CONSTANCIAS O REFERENCIAS DE INSTITUCIONES PÚBLICAS			(5)
A.4	GRADO DE SATISFACCIÓN			(5)
B	PERSONAL ESPECIALIZADO			50
C	ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA			5
D	NÓMINA DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN			5
E	CATÁLOGO DE INVERSIÓN			10
TOTAL		100	75	100

Ref.	REQUISITOS DE ELEGIBILIDAD	CALIFICACIÓN		RESULTADO
F	DECLARACIÓN JURADA ESPECIAL	"ELEGIBLE"	"NO ELEGIBLE"	"ELEGIBLE"
(i)	CONTANCIA DE LA AMPS			"ELEGIBLE"
G	CREATIVIDAD Y LOGRO DE OBJETIVOS			
g.1	CAMPAÑA MÁS EXITOSA			
g.2	CAMPAÑA COMPLETAMENTE NUEVA			
RESULTADO		"ELEGIBLE"	"NO ELEGIBLE"	"ELEGIBLE"

Como se observa en el cuadro anterior, la oferta técnica presentada por **"APEX PUBLICIDAD, SOCIEDAD ANÓNIMA DE CAPITAL VARIABLE"**, obtuvo una puntuación perfecta, al haber alcanzado los resultados más altos posibles, como son: cien (100) puntos en los criterios ponderables y el cumplimiento de todos los requisitos de elegibilidad establecidos; condición que le merece la calificación de **"ELEGIBLE"** para continuar con la evaluación económica de su oferta.

2.4. OFERTA ECONÓMICA (ver anexo 7)

De conformidad a las Bases de Licitación Pública (Sección IV, "Especificaciones Técnicas", Acápito 4.5.), la o las campañas presentadas por los ofertantes para su respectivo análisis y evaluación, servirán única y exclusivamente con fines **EJEMPLIFICATIVOS** o de **MUESTRA**, para orientar a la Institución sobre los costos que alcanzarían las mismas al ser ejecutadas por un determinado ofertante, establecer competencia y elegir a la más conveniente en lo económico.

En consecuencia, el monto de la adjudicación y contratación estará determinado no por el precio ofertado con base en una campaña ficticia sino por el monto de la Disponibilidad Presupuestaria vinculada al proceso de Licitación Pública, el cual asciende a la cantidad de DOSCIENTOS DIECISIETE MIL DÓLARES DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA (US\$ 217,000.00), y que corresponderá pagar a La Presidencia, según sean requeridos los servicios objeto de la Licitación Pública, a través de la Secretaría Nacional de la Familia, Atención Familiar, por un tiempo determinado, a su absoluta discrecionalidad y conveniencia, y sean brindados efectivamente por el adjudicatario y contratista.

Tal es el caso de las campañas que constan en el numeral que antecede, particularmente la última de ellas, es decir, la denominada: **"LOGROS OBTENIDOS**

DURANTE EL TERCER AÑO DE TRABAJO DE LA SEÑORA PRIMERA DAMA DE LA REPÚBLICA Y SECRETARIA NACIONAL DE LA FAMILIA", presentada por **"APEX PUBLICIDAD, SOCIEDAD ANÓNIMA DE CAPITAL VARIABLE"**, única ofertante, sobre la cual fue elaborado su respectivo "Cuadro de Oferta Básico" y "Plan de Medios", por un monto estimado de ciento cincuenta y cinco mil quinientos cuarenta y dos 40/100 Dólares de los Estados Unidos de América (US\$ 155,542.40), incluido el Impuesto a la Transferencia de Bienes Muebles y a la Prestación de Servicios (IVA), para la ejecución total de dicha campaña (ver anexo 7); sin embargo, dicho cuadro y el monto reflejado en él, no tendrán ninguna incidencia en el establecimiento definitivo del monto de la adjudicación ni del respectivo contrato, por las razones mencionadas en el párrafo precedente y que más adelante se amplían.

En ese sentido y siendo que una sola ofertante fue quien se mostró interesada en brindar sus servicios especializados a La Presidencia, el análisis sobre la conveniencia económica de estos servicios fue todavía más complejo, en virtud de que no hubo otra u otras ofertas con las cuales comparar los precios ofertados; por ello fue necesario dedicar esfuerzos extraordinarios a fin de investigar dentro del mercado nacional los costos de publicidad, en especial, para establecer si la campaña relacionada, cumpliendo con todas las especificaciones técnicas requeridas por la Institución, tendría o no un costo coincidente con el ofertado.

El resultado de dicha investigación fue totalmente positivo y coincidente con la oferta económica presentada por **"APEX PUBLICIDAD, SOCIEDAD ANÓNIMA DE CAPITAL VARIABLE"**.

2.4.2. RESULTADO:

El resultado que se deduce del análisis de la información económica proporcionada por la ofertante, **"APEX PUBLICIDAD, SOCIEDAD ANONIMA DE CAPITAL VARIABLE"**, es que la Licitación Pública de mérito, conviene adjudicarla a ésta por estar acorde su oferta con los actuales precios del mercado, para los servicios de publicidad objeto de la Licitación Pública; resultando, en consecuencia, conveniente a los bien entendidos intereses de la Presidencia de la República.

El monto de la adjudicación deberá establecerse hasta la cantidad correspondiente a la Disponibilidad Presupuestaria destinada para la contratación de los servicios de publicidad, que consta agregada al proceso.

3. CONCLUSIÓN

Del análisis, evaluación y resultados expuestos en este informe, se concluye que:

La oferta ELEGIDA de conformidad a la metodología de evaluación consignada en las Bases de Licitación Pública, utilizada por la Comisión y descrita en este informe, **ES CONVENIENTE** a los bien entendidos intereses del Estado y particularmente de la Presidencia de la República; puesto que se ha establecido la capacidad legal y financiera de la ofertante para obligarse frente a la Institución y cumplir con las responsabilidades que asumiría, si en definitiva se le adjudicara el contrato de servicios denominado: "Publicidad para la Secretaría Nacional de la Familia, (Atención Familiar), brindado por agencia especializada"; y además, porque tanto su oferta técnica como económica, garantizan la calidad de los servicios a suministrar y un justo precio de compraventa, respectivamente.

4. RECOMENDACIÓN

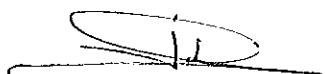
Con fundamento en el presente informe, la Comisión afirma que: la oferta seleccionada cumple con todos los requisitos establecidos en las Bases de Licitación Pública y la Ley, es congruente con los precios del mercado y la inversión que requiere está dentro de la asignación o disponibilidad presupuestaria autorizada para tal fin.

Por tanto, esta Comisión de Evaluación de Ofertas, respetuosamente, al Titular de la Institución, **RECOMIENDA:**


ADJUDICAR, totalmente, el Contrato de Suministro de Servicios denominado: "PUBLICIDAD PARA LA SECRETARÍA NACIONAL DE LA FAMILIA, (ATENCIÓN FAMILIAR), BRINDADO POR AGENCIA ESPECIALIZADA", derivado de la LICITACIÓN PÚBLICA, CÓDIGO: LP/004/2007/PR-SNF(AF), a la persona jurídica que gira bajo la denominación de "APEX PUBLICIDAD, SOCIEDAD ANÓNIMA DE CAPITAL VARIABLE", HASTA POR EL MONTO TOTAL DE DOSCIENTOS DIECISIETE MIL DÓLARES (US\$ 217,000.00), MONTO MÁXIMO DE LA DISPONIBILIDAD PRESUPUESTARIA VINCULADA AL PROCESO DE

LICITACIÓN PÚBLICA, el cual se pagará según requiera los servicios de publicidad la Presidencia de la República, a través de la Secretaría Nacional de la Familia, Atención Familiar, a su absoluta discrecionalidad y conveniencia, y los brinde efectivamente la ofertante recomendada. Dicha cantidad está expresada en moneda de los Estados Unidos de América e incluye el Impuesto a la Transferencia de Bienes Muebles y a la Prestación de Servicios (IVA). Artículos dieciocho, inciso primero, y cincuenta y seis de la Ley de Adquisiciones y Contrataciones de la Administración Pública (LACAP); y artículo cincuenta de su Reglamento.

Y no habiendo más que hacer constar en el presente informe, contenido en *veintiséis folios útiles*, sólo frente, lo firmamos a las nueve horas del día miércoles diecisiete del mes de octubre del año dos mil siete.-



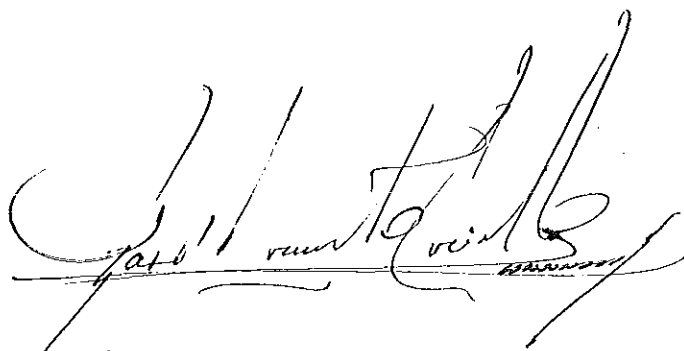
JOSÉ MAURICIO VÁSQUEZ,
DIRECTOR DE GESTIÓN,
EN CALIDAD DE FUNCIONARIO
COMPETENTE SOLICITANTE DEL SUMINISTRO.



NÉSTOR ANDRÉS MARTÍNEZ,
JEFE DE LA DIVISIÓN FINANCIERA,
EN CALIDAD DE ANALISTA FINANCIERO.



HILDA DEL CARMEN QUIJANO GUARDADO,
DIRECTORA DE COMUNICACIONES,
EN CALIDAD DE TÉCNICO EXPERTO EN LA MATERIA.



JOSÉ ERNESTO CRIOLLO MENDOZA,
JEFE DE LA UNIDAD DE ADQUISICIONES Y
CONTRATACIONES INSTITUCIONAL.

ANEXO UNO



Presidencia de la República
Unidad de Adquisiciones y Contrataciones Institucional (UACI).

Barrio San Jacinto, Final Avenida los Diplomáticos y Calle México, San Salvador, El Salvador, América Central.
Teléfonos: (503) 2231-8004, 2231-8005 y 2231-8008. Fax: (503) 2231-8006. Email: uaci@casapres.gob.sv

REGISTRO PARA RETIRO DE BASES DE LICITACIÓN PÚBLICA (27 Y 28 DE JUNIO DE 2007)

BASES DE LICITACIÓN PÚBLICA, CÓDIGO LP/004/2007/PR-SNF(AF), "SERVICIO DE PUBLICIDAD PARA LA SECRETARÍA NACIONAL DE LA FAMILIA (ATENCIÓN FAMILIAR), BRINDADO POR AGENCIA ESPECIALIZADA"									
Nº	NOMBRE DEL OFERTANTE Y NÚMERO DE NIT	NOMBRE DE PERSONA QUE RETIRA BASES	DOCUMENTO DE IDENTIDAD	LUGAR SEÑALADO PARA OIR NOTIFICACIONES	TELÉFONO, FAX Y CORREO ELECTRÓNICO	FIRMA	FECHA	HORA	No.DE RECIBO
1	Maxima publicidad SA. de C.V.	Sergio Roma	[REDACTED]	103 A.V. Norte, Col. Escalón	[REDACTED]		28-06-07	8:40	
2	Cesar Yovani Palacios Vasquez. Audio Publicidad.	Cesar Palacios	[REDACTED]	Louises. Ca. Libertad.	[REDACTED]		28/06/07	9:27.	
3	Crea publicidad.	Santos Guzmán	[REDACTED]	Velez los Proceres #288.	[REDACTED]		28-06-07.	10:40	
4	Merpublic. SA de CV.	Roberto Alas	[REDACTED]	Boulevard orden de Malta plaza Madre Fecond #11 Santa Elena.	[REDACTED]		28/6/07	1:25pm	
5	Apex Publicidad SA de CV.	Edgar Salas	[REDACTED]	calle y colonia la mascota Edificio 316-B	[REDACTED]		28-6-7	2:55 PM	

ANEXO DOS



LICITACIÓN PÚBLICA, CÓDIGO: LP/004/2007/PR-SNF(AF)

HOY SE EMITE LA RESOLUCIÓN DE ADENDA, QUE DICE:

PRESIDENCIA DE LA REPÚBLICA, a las catorce horas del día tres del mes de julio del año dos mil siete.

CONSIDERANDO:

- I. Que, con fecha veintiséis del mes de junio del presente año, en mi calidad de titular de esta Institución, aprobé las Bases para la presentación de ofertas relacionadas con la **LICITACIÓN PÚBLICA**, código: **LP/004/2007/PR-SNF(AF)**, cuyo objeto es la contratación del suministro de servicio denominada **"PUBLICIDAD PARA LA SECRETARÍA NACIONAL DE LA FAMILIA (ATENCIÓN FAMILIAR), BRINDADO POR AGENCIA ESPECIALIZADA"**;
- II. Que, con fecha veintisiete del mes de junio del presente año, en las ediciones de los periódicos "El Diario de Hoy", página setenta y cinco y "La Prensa Gráfica", página sesenta y cuatro, se publicaron por una sola vez, los avisos de convocatoria para participar en la Licitación Pública relacionada;
- III. Que, las fechas veintisiete y veintiocho del mes de junio del presente año, fueron establecidas como únicas para el retiro de las Bases de Licitación Pública, en las oficinas de la Unidad de Adquisiciones y Contrataciones Institucional, en un horario determinado y previo pago de los derechos correspondientes por parte de los interesados, según se consignó en los avisos de convocatoria respectivos, siendo la cantidad de empresas que adquirieron y retiraron tales Bases de cinco;
- IV. Que, la fecha para la presentación de ofertas, finalmente determinada en el aviso referido en el numeral anterior, fue el día trece del mes de julio del presente año, a las diez horas, en la Sala dos de la Unidad de Adquisiciones y Contrataciones Institucional;
- V. Que, en vista de la naturaleza, complejidad de la Licitación Pública y con el propósito de que exista la mayor participación de ofertantes posible y que éstos tengan el tiempo suficiente para preparar y presentar sus ofertas, resulta

necesario prorrogar el plazo para la presentación de estas, de conformidad a la Sección I, "Instrucciones a los Ofertantes", Acápito 1.6., de las Bases de Licitación Pública, en donde se expresa que la Institución tiene la facultad discrecional de prorrogar el plazo para la presentación de ofertas, a fin de dar a los ofertantes el tiempo mínimo establecido por la ley para prepararlas.

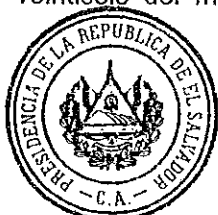
- VI. Que, de conformidad al Acápito citado en el numeral anterior, como resultado de los cuestionamientos de los potenciales ofertantes, surge la necesidad de modificar las Bases de Licitación Pública, lo que, como ya se dijo previamente, es legal hacerlo, con el propósito de asegurar la participación del mayor número de ofertantes en las condiciones previstas por la ley y de que exista igualdad de oportunidades, sin perjudicar a los participantes y para no correr riesgo de dejar a la Institución desprovista del servicio necesarios para el cumplimiento de sus fines; es necesario, por tanto, señalar como nueva fecha para la presentación de ofertas, el día veintiséis del mes de julio del presente año; y,
- VII. Que, de conformidad al artículo cincuenta de la Ley de Adquisiciones y Contrataciones de la Administración Pública y al artículo cuarenta y tres del Reglamento de la precitada Ley, las Instituciones podrán hacer por escrito adendas o enmiendas a las bases de licitación o de concurso, antes de que venza el plazo para la presentación de las ofertas, debiendo ser sancionadas por la autoridad competente que aprobó dichas bases.

POR TANTO,

Con base en las razones expuestas en los Considerandos anteriores y en uso de las facultades legales que las leyes me confieren, especialmente por las establecidas en los artículos cincuenta de la Ley de Adquisiciones y Contrataciones de la Administración Pública y cuarenta y tres de su Reglamento,

RESUELVO:

PRIMERO: **APRUÉBASE**, la adenda a las BASES DE LA LICITACIÓN PÚBLICA CÓDIGO: LP/004/2007/PR-SNF(AF), cuyo objeto es la contratación del suministro de servicio denominado "PUBLICIDAD PARA LA SECRETARÍA NACIONAL DE LA FAMILIA (ATENCIÓN FAMILIAR)", estableciéndose como nueva fecha límite para la presentación de ofertas, el día veintiséis del mes de julio del año dos mil siete; y, SEGUNDO: **NOTIFÍQUESE.-**



ELÍAS ANTONIO SACA GONZÁLEZ
PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA

NOTIFICACIÓN



Unidad de Adquisiciones y
Contrataciones Institucional (UACI).

PRESIDENCIA DE LA REPÚBLICA

Barrio San Jacinto, Final Avenida Los Diplomáticos y Calle México, San Salvador, El Salvador en la América Central.
Teléfonos: (503) 2231-8004, 2231-8005 y 2231-8008. Fax: (503) 2231-8006. Email: uaci@casapres.gob.sv

San Salvador,
jueves doce de julio de dos mil siete.

Señores

INTERESADOS EN LA LICITACIÓN PÚBLICA CÓDIGO LP/004/2007/PR-SNF(AF), RELATIVA AL
"SUMINISTRO DE SERVICIOS DE PUBLICIDAD PARA LA SECRETARÍA NACIONAL DE LA
FAMILIA (ATENCIÓN FAMILIAR), BRINDADO POR AGENCIA ESPECIALIZADA".

Presentes.-

Estimados señores:

Reciban un atento y cordial saludo.

Por este medio se les notifica de manera oficial la extensión en el plazo para la presentación de ofertas de la licitación pública de mérito por motivos de fuerza mayor, debido a que a la fecha, aún no se ha dado respuesta a las interrogantes de carácter técnico formuladas por uno de los interesados. Por lo que la nueva fecha para la presentación de ofertas es el día **JUEVES VEINTISÉIS DE JULIO** del presente año, en horario de las nueve a las nueve y treinta horas.

Atentamente,

MAXIMA
PUBLICIDAD
S. A. de C. V.

Catalino Martinez, Representante
José Ernesto Criollo Mendoza
José Ernesto Criollo Mendoza
Jefe de la UACI



NÚMERO DE RECIBO	NOMBRE DEL INTERESADO (ADQUIRENTE DE LAS BASES DE LICITACIÓN)
1	"MAXIMA PUBLICIDAD, S.A. DE C.V."
2	CÉSAR YOVANI PALACIOS VÁQUEZ
3	"CREA PUBLICIDAD, S.A. DE C.V."
4	"MERPUBLIC, S.A. DE C.V."
5	"APEX PUBLICIDAD, S.A. DE C.V."

Merpublic
MERPUBLIC, S.A. DE C.V.

Agencia
12 de julio 2007
MAXIMA PUBLICIDAD, S.A. DE C.V.
PBX: 244 5466
FAX: 244-5421

ANEXOS

RESPUESTAS



Unidad de Adquisiciones y
Contrataciones Institucional (UACI).

PRESIDENCIA DE LA REPÚBLICA

*Barrio San Jacinto, Final Avenida Los Diplomáticos y Calle México, San Salvador, El Salvador en la América Central.
Teléfonos: (503) 2231-8004, 2231-8005 y 2231-8008. Fax: (503) 2231-8006. Email: uaci@casapres.gob.sv*

San Salvador,
jueves cinco de julio de dos mil siete

Señores

INTERESADOS EN LA LICITACIÓN PÚBLICA CÓDIGO LP/004/2007/PR-SNF(AF), RELATIVA AL
"SUMINISTRO DE SERVICIOS DE PUBLICIDAD PARA LA SECRETARÍA NACIONAL DE LA
FAMILIA (ATENCIÓN FAMILIAR), BRINDADO POR AGENCIA ESPECIALIZADA".

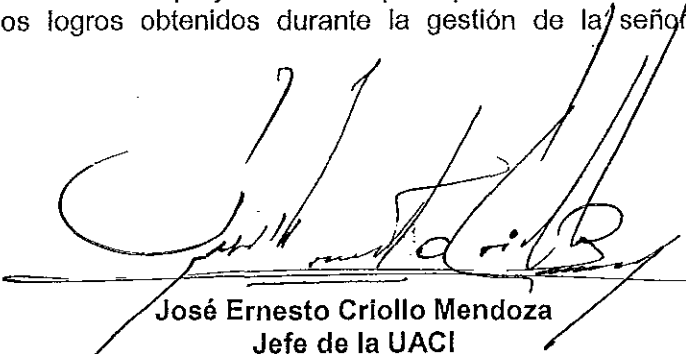
Presentes.-

Estimados señores:

Reciban un atento y cordial saludo.

Me permito referirme a la CONSULTA formulada en tiempo y forma, relacionada con la Licitación Pública de mérito, por medio de la cual, se solicita la información pertinente para cumplir con los objetivos planteados en dicha licitación, relacionados con los logros institucionales. Al respecto, se anexan a la presente dos documentos: el primero de ellos contiene información que se ha considerado como básica para la elaboración del proyecto de campaña planteado en las bases correspondientes; y el segundo contiene los logros obtenidos durante la gestión de la señora Primera Dama de la República.

Atentamente,


José Ernesto Criollo Mendoza
Jefe de la UACI



NÚMERO DE RECIBO	NOMBRE DEL INTERESADO (ADQUIRENTE DE LAS BASES DE LICITACIÓN)
1	"MÁXIMA PUBLICIDAD, S.A. DE C.V."
2	CÉSAR YOVANI PALACIOS VÁQUEZ
3	"CREA PUBLICIDAD, S.A. DE C.V."
4	"MERPUBLIC, S.A. DE C.V."
5	"APEX PUBLICIDAD, S.A. DE C.V."

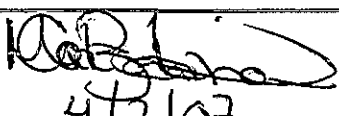


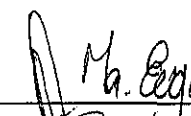
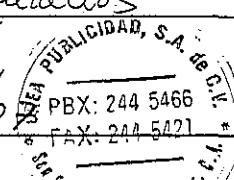
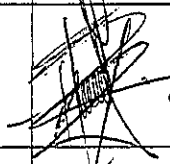
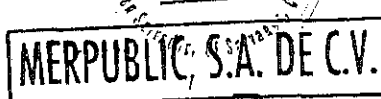

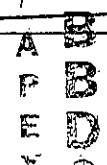


Presidencia de la República

Unidad de Adquisiciones y Contrataciones Institucional(UACI).

Barrio San Jacinto, Final Avenida Los Diplomáticos y Calle México, San Salvador, El Salvador, América Central.
Teléfonos: (503) 2231-8004, 2231-8005 y 2231-8008. Fax: (503) 2231-8006. Email: uaci@casapres.gob.sv

ENTREGA DE RESPUESTA A CONSULTA, RELACIONADAS CON LA LICITACIÓN PÚBLICA, CÓDIGO LP/004/2007/PR-SNF(AF), "SERVICIOS DE PUBLICIDAD PARA LA SECRETARÍA NACIONAL DE LA FAMILIA (ATENCIÓN FAMILIAR), BRINDADO POR AGENCIA ESPECIALIZADA".

Nº	NOMBRE DEL OFERTANTE	FIRMA Y SELLO DE RECIBIDO
1	"MAXIMA PUBLICIDAD, S.A. DE C.V."	 4/7/07 
2	"CESAR YOVANI PALACIOS VÁSQUEZ"	 Carolina Martinez de Palacios
3	"CREA PUBLICIDAD, S.A. DE C.V."	 Ma. Eugenia de Ramirez / 4/07/07 
4	"MERPUBLIC, S.A. DE C.V."	 Rafael Ventura 
5	"APEX PUBLICIDAD, S.A. DE C.V."	 Pamela Varquero 

SAN SALVADOR, 4 DE JULIO DE 2007

RESPUESTAS



Unidad de Adquisiciones y
Contrataciones Institucional (UACI).

PRESIDENCIA DE LA REPÚBLICA

*Barrio San Jacinto, Final Avenida Los Diplomáticos y Calle México, San Salvador, El Salvador en la América Central.
Teléfonos: (503) 2231-8004, 2231-8005 y 2231-8008. Fax: (503) 2231-8006. Email: uaci@casapres.gob.sv*

San Salvador,
martes diecisiete de julio del dos mil siete.

Señores

INTERESADOS EN LA LICITACIÓN PÚBLICA, CÓDIGO: LP/004/2007/PR-SNF(AF), RELATIVA AL "SUMINISTRO DE SERVICIOS DE PUBLICIDAD PARA LA SECRETARÍA NACIONAL DE LA FAMILIA (ATENCIÓN FAMILIAR), BRINDADO POR AGENCIA ESPECIALIZADA".

Presentes.-

Estimados señores:

Primero, reciban del suscrito un atento y cordial saludo y luego, me permito hacer referencia a las CONSULTAS formuladas por algunos de ustedes, en tiempo y forma, según la Sección I, "Instrucciones a los Ofertantes", de las Bases de Licitación Pública de mérito.

Al respecto, esta Unidad, después de estudiar detenidamente dichas CONSULTAS, tiene a bien resolver lo siguiente:

PRIMERA PREGUNTA (transcrita textualmente): ¿Cada sobre deberá contener original y dos copias o solo la Oferta Técnica?.

RESPUESTA: La oferta en su conjunto o totalidad deberá presentarse en UN ORIGINAL Y DOS REPRODUCCIONES FIELES Y LEGIBLES; no solamente la Oferta Técnica. Sección I, "Instrucciones a los Ofertantes", Acápito 1.15, "Documentos Comprendidos en la Oferta", Párrafo Segundo de las Bases de Licitación Pública relacionadas.

SEGUNDA PREGUNTA (transcrita textualmente): ¿Cuándo se refiere a que las hojas que contengan material impreso no deben llevar las iniciales de la persona que las firma, se refieren únicamente a los bocetos creativos, y los Documentos Legales deberán también llevar esa rúbrica?.

RESPUESTA: La regla general es que TODAS las páginas de la OFERTA ORIGINAL llevarán las iniciales de la persona que firme la oferta y deberán foliarse; excepto las que contengan material impreso que no haya sido modificado por dicha persona. La oferta original deberá estar firmada por el ofertante o por la persona debidamente autorizada para contraer en su nombre obligaciones contractuales; autorización que constará en poder escrito que se adjuntará a la oferta (Sección I, "Instrucciones a los Ofertantes", Acápito 1.15, "Documentos Comprendidos en la Oferta", Párrafo Tercero de las Bases de Licitación Pública relacionadas). En consecuencia, pese a la discrecionalidad del ofertante en rubricar o no los documentos que son el objeto de la presente interrogante, nuestra sugerencia es que presenten los mismos rubricados y foliados.

TERCERA PREGUNTA (transcrita textualmente): ¿Dentro de la documentación financiera piden los estados financieros 2005-2006, pero la calificación financiera la hacen con base a los estados financieros 2004-2005?

RESPUESTA: Evidentemente, las Bases de Licitación Pública de mérito muestran una incongruencia, por lo que además de responsabilizarnos de la misma, felicitamos a los ofertantes por descubrirla, advertirla y denunciarla anticipadamente, y a fin de solventar dicha incongruencia, se aclara que los estados financieros a los que se refieren las Bases de Licitación y por consiguiente se solicitan a los ofertantes, son los correspondientes a los ejercicios fiscales DOS MIL CINCO (2005), y DOS MIL SEIS (2006).

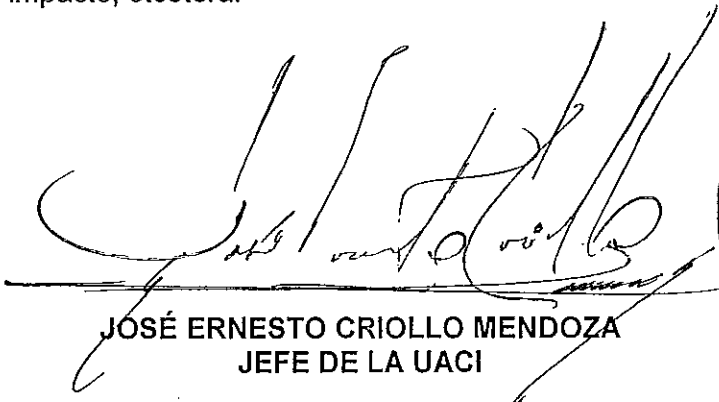
CUARTA PREGUNTA (transcrita textualmente): ¿El porcentaje otorgado a las cuentas según el monto deberá ser la suma del monto de los tres años (2004 - 2006), o la inversión únicamente de cualquiera de los años es la que deberá reflejarse en las cartas de referencia?


RESPUESTA: Para la evaluación correspondiente, se tomará en cuenta la sumatoria de TODOS los montos presentados con las formalidades exigidas, indistintamente de los años solicitados.

QUINTA PREGUNTA (transcrita textualmente): ¿Qué tipo de información debe incluirse en la nómina de medios de comunicación?

RESPUESTA: La nómina de medios es un listado con sus respectivos perfiles, de los medios que se proponen contratar y que sean afines a la Secretaría Nacional de la Familia, o para difundir sus mensajes. En la especificación técnica se solicita además un cuadro de inversión publicitaria o mes tipo, para difundir la campaña que se presentará, incluyendo un flow chart de inversión para lo que resta del año, ahí se detallarán aspectos específicos como alcance, impacto, etcétera.

Atentamente,


JOSÉ ERNESTO CRIOLLO MENDOZA
JEFE DE LA UACI



NÚMERO DE RECIBO	NOMBRE DEL INTERESADO (ADQUIRENTE DE LAS BASES DE LICITACIÓN)
1	"MÁXIMA PUBLICIDAD, S.A. DE C.V."
2	CÉSAR YOVANI PALACIOS VÁQUEZ.
3	"CREA PUBLICIDAD, S.A. DE C.V."
4	"MERPUBLIC, S.A. DE C.V."
5	"APEX PUBLICIDAD, S.A. DE C.V."

ANEXO CUATRO



Presidencia de la República
Unidad de Adquisiciones y Contrataciones Institucional(UACI).

Barrio San Jacinto, Final Avenida los Diplomáticos y Calle México, San Salvador, El Salvador, América Central.
Teléfonos: (503) 2231-8004, 2231-8005 y 2231-8008. Fax: (503) 2231-8006. Email: uaci@casapres.gob.sv

REGISTRO DE ENTREGA DE OFERTAS (26 DE JULIO DE 2007, DE 9.00 a 9:30 HORAS)

LICITACIÓN PÚBLICA, CÓDIGO LP/004/2007/PR-SNF(AF), "SERVICIO DE PUBLICIDAD PARA LA SECRETARÍA NACIONAL DE LA FAMILIA (ATENCIÓN FAMILIAR), BRINDADO POR AGENCIA ESPECIALIZADA								
Nº	NOMBRE DEL OFERTANTE	NOMBRE DE PERSONA QUE ENTREGA LA OFERTA	DOCUMENTO DE IDENTIDAD	LUGAR SEÑALADO PARA OIR NOTIFICACIONES	TELÉFONO Y/O FAX	CORREO ELECTRÓNICO	HORA	FIRMA
1	Apex BBOO	Claudia Aguirre de Prieto	DUI [REDACTED]	Calle Colonra La Mascotas #3/b-B	Tel: [REDACTED] Fax: [REDACTED]	[REDACTED]	8:35am	
2								
3								
4								
5								



ACTA DE APERTURA DE OFERTAS

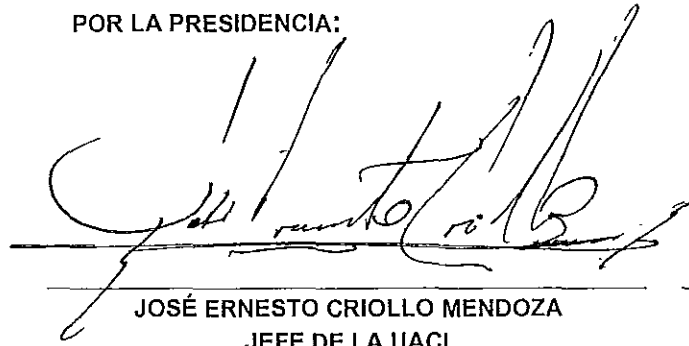
LICITACIÓN PÚBLICA, CÓDIGO: LP/004/2007/PR-SNF(AF)

EN LA SALA DE REUNIONES DE LA UNIDAD DE ADQUISICIONES Y CONTRATACIONES INSTITUCIONAL, EN ADELANTÉ "UACI", DE LA PRESIDENCIA DE LA REPÚBLICA, UBICADA EN AVENIDA LOS DIPLOMÁTICOS Y CALLE MÉXICO, BARRIO SAN JACINTO, SAN SALVADOR, A LAS DIEZ HORAS DEL DÍA JUEVES VEINTISÉIS DEL MES DE JULIO DEL AÑO DOS MIL SIETE.- SIENDO ESTOS EL LUGAR, HORA Y FECHA SEÑALADOS EN LA ADENDA, NOTIFICADA OPORTUNAMENTE A TODOS LOS INTERESADOS, CON RELACIÓN A LA APERTURA DE LAS OFERTAS PRESENTADAS CON RELACIÓN A LA LICITACIÓN PÚBLICA, CÓDIGO: LP/004/2007/PR-SNF(AF), "SUMINISTRO DE SERVICIOS DE PUBLICIDAD PARA LA SECRETARÍA NACIONAL DE LA FAMILIA (ATENCIÓN FAMILIAR), BRINDADO POR AGENCIA ESPECIALIZADA"; Y CON TAL PROPÓSITO: REUNIDOS, JOSÉ ERNESTO CRIOLLO MENDOZA, Y JORGE IVÁN AYALA GARCÍA, JEFE DE LA UACI, Y ASISTENTE DE LA UACI, RESPECTIVAMENTE, COMO REPRESENTANTES DE LA INSTITUCIÓN; Y COMO ÚNICO OFERTANTE: "APEX PUBLICIDAD, SOCIEDAD ANÓNIMA DE CAPITAL VARIABLE", REPRESENTADO EN ESTA CEREMONIA, POR MEDIO DE LA LICENCIADA CLAUDIA AGUIRRE DE PRIETO, PORTADORA DE SU DOCUMENTO ÚNICO DE IDENTIDAD NÚMERO [REDACTED], Y QUIEN ACREDITA SU PARTICIPACIÓN MEDIANTE AUTORIZACIÓN ESCRITA, EXTENDIDA EN ESTA MISMA FECHA, FIRMADA POR EL SEÑOR RICARDO SALVADOR CALVO MUÑOZ, EN CALIDAD DE APODERADO LEGAL ADMINISTRATIVO DE DICHA SOCIEDAD; SE PROCEDIÓ CON LA CELEBRACIÓN DE ESTE ACTO, COMO ESTÁ INDICADO EN LAS BASES DE LICITACIÓN, DESTACÁNDOSE LOS SIGUIENTES ACONTECIMIENTOS: QUE FUE PRESENTADA UNA SOLA OFERTA PARA LA LICITACIÓN DE MERITO, Y QUE CONTIENE EL DETALLE SIGUIENTE,

OFERTANTE:	"APEX PUBLICIDAD, SOCIEDAD ANÓNIMA DE CAPITAL VARIABLE".
GARANTÍA DE OFERTA:	POR DIEZ MIL OCHOCIENTOS CINCUENTA DÓLARES DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA (US\$ 10,850.00)
MONTO TOTAL DE LA OFERTA:	POR CIENTO CINCUENTA Y CINCO MIL QUINIENTOS CUARENTA Y DOS 40/100 DÓLARES DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA (US\$ 155,542.40)

Y NO HABIENDO MÁS QUE HACER CONSTAR, FIRMAMOS LA PRESENTE ACTA, QUE CONSTA EN DOS HOJAS, SÓLO FRENTE, A LAS DIEZ HORAS CON QUINCE MINUTOS DEL DÍA, MES, AÑO Y EN EL LUGAR ANTERIORMENTE MENCIONADOS.

POR LA PRESIDENCIA:



JOSÉ ERNESTO CRIOLLO MENDOZA
JEFE DE LA UACI



JORGE IVÁN AYALA GARCÍA
ASISTENTE DE LA UACI

POR LOS OFERTANTES:



CLAUDIA AGUIRRE DE PRIETO

ANEXO CINCO

PRIMERA ETAPA: ANÁLISIS DE CAPACIDAD LEGAL LICITACIÓN PÚBLICA
CÓDIGO LP/004/2007/PR-SNF(AF)

"APEX PUBLICIDAD, S.A. DE C.V."

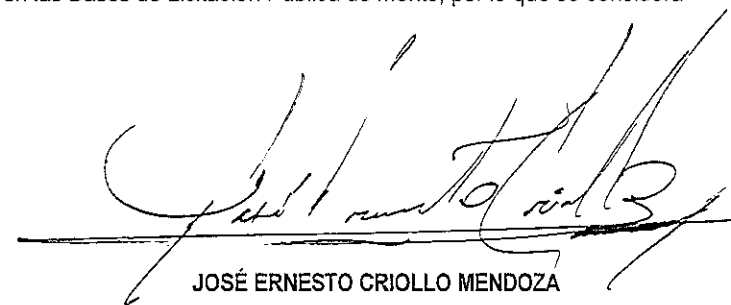
1		CONTENIDO SOBRE NÚMERO DOS (DOCUMENTACIÓN LEGAL)
1.1	SALVADOREÑOS:	
1.1.2	PERSONAS JURÍDICAS:	
	FOTOCOPIAS CERTIFICADAS POR NOTARIO DE:	
1.1.2.1	a) Escritura Pública de Constitución de la Sociedad, debidamente inscrita en el Registro de Comercio;	E.P.C. de fecha 10/septiembre/1987, inscrita al número 20, Libro 570, Folios 168 a 190, Registro de Sociedades del Registro de Comercio, el día 20/octubre/1987.
1.1.2.2	b) Escrituras Públicas de (i) Modificación, (ii) Transformación, (iii) Fusión y (iv) Rectificación de la Sociedad (<i>SI LAS HUBIERE</i>), debidamente inscritas en el Registro de Comercio;	E.P.M. de fecha 07/marzo/2002, inscrita al número 63, Libro 1720, Folios 446 al 451, Registro de Sociedades del Registro de Comercio, el día 28/junio/2002.
1.1.2.3	c) Credencial del representante legal u otro documento que lo acredite como tal, debidamente inscrito en el Registro de Comercio; <i>O, SI FUERE EL CASO,</i>	Escritura Pública de Elección de Junta Directiva, otorgada el día 06/diciembre/2005, inscrita al número 5, Libro 2104, Registro de Sociedades del Registro de Comercio, el día 8/febrero/2006.
1.1.2.3.1	i. Escritura Pública de Poder, debidamente inscrita en el Registro de Comercio;	E.P. de Poder General Administrativo, a favor de Ricardo Salvador Calvo Muñoz, de fecha 29/marzo/2006, inscrito al número 4, Libro 1130, Folios 31 al 38, Registro de Otros Contratos Mercantiles, el día 9/mayo/2006.
1.1.2.4	d) Documento Único de Identidad (DUI), del (i) representante legal o (ii) apoderado de la Sociedad, según sea el caso, documento que deberá estar vigente;	(i) No. 01613894-2
1.1.2.5	e) Tarjeta de Identificación Tributaria (NIT), del representante legal de la Sociedad; o apoderado	0614-050855-001-6
1.1.2.6	f) Constancia de Matriculas de Empresa y Establecimiento vigentes; <i>O, EN SU DEFECTO,</i>	X
1.1.2.6.1	i. Recibo de pago de la misma; <i>O,</i>	X
1.1.2.6.2	ii. Constancia extendida por el Registro de Comercio, de que la emisión de las matriculas se encuentran en trámite de renovación o primera vez, según sea el caso;	Constancia de que la emisión de la matrícula se encuentra en trámite, extendida el día 9/julio/2007, por el Departamento de Matriculas de Empresa y Establecimientos del Registro de Comercio.
1.1.2.7	g) Certificación de la Nómina de Accionistas, actualizada, suscrita por el Secretario de la Junta Directiva o Administrador Único de la Sociedad, <i>SEGÚN SEA EL CASO;</i>	1) Sherman José Calvo Muñoz, 2) Ricardo Salvador Calvo Muñoz, 3) BBDO WORLD WIDE INC., y 4) BBDO CENTROAMÉRICA INC.
1.1.2.8	h) Tarjeta de Identificación Tributaria (NIT), de la Sociedad; y,	0614-100987 101 7
1.1.2.9	i) Tarjeta de Registro de Contribuyente del Impuesto a la Transferencia de Bienes Muebles y a la Prestación de Servicios (IVA), de la Sociedad.	184-8

PRIMERA ETAPA: ANÁLISIS DE CAPACIDAD LEGAL LICITACIÓN PÚBLICA
CÓDIGO LP/004/2007/PR-SNF(AF)

"APEX PUBLICIDAD, S.A. DE C.V."

1.1.3	LOS OFERTANTES SALVADOREÑOS, SEAN PERSONAS NATURALES O JURÍDICAS, DEBERÁ PRESENTAR ORIGINALES DE LOS SIGUIENTES DOCUMENTOS	
1.1.3.1	Declaración del Impuesto a la Transferencia de Bienes Muebles y a la Prestación de Servicios a) (IVA), del mes inmediato anterior a la presentación de la oferta (septiembre). Fotocopia Certificada por notario;	Período: junio 2007.
1.1.3.2	b) Solvencia Tributaria vigente (artículo 218 del Código Tributario);	Expedición: 9/julio/2007 - Vencimiento: 8/agosto/2007
1.1.3.3	c) Solvencias de Seguridad Social vigentes:	
1.1.3.3.1	1 Instituto Salvadoreño del Seguro Social (ISSS);	1) Solvencia de cotizaciones obrero patronales de fecha 5/julio/2007, vigente 30 días, a partir del día siguiente a la fecha de su extensión; 2) Solvencia de cotizaciones previsionales, de fecha 9/julio/2007, vigente 30 días, a partir de la fecha de su emisión.
1.1.3.3.2	2 Administradoras de Fondos de Pensión (AFP): (i) "CONFÍA"; y, (ii) "CRECER",	(i) 06/julio/2007, con vigencia hasta el 24/julio/2007; (ii) 06/julio/2007, con vigencia hasta el 24/julio/2007.
1.1.3.3.3	3 Instituto de Previsión Social de la Fuerza Armada (IPSFA); y,	Expedida el 6/julio/2007, vigente 30 días calendario, a partir de su emisión.
1.1.3.4	d) Solvencia de Impuestos Municipales de la Alcaldía del domicilio del ofertante, vigente a la fecha de apertura de ofertas.	Emisión: 9/julio/2007 - Expiración: 31/julio/2007.

La ofertante "APEX PUBLICIDAD, S.A. DE C.V.", cumplió con toda la documentación que le fuera requerida en las Bases de Licitación Pública de mérito, por lo que se considera "ELEGIBLE" para pasar a la siguiente etapa.



JOSÉ ERNESTO CRIOLLO MENDOZA
JEFE DE LA UACI

ANEXOS

PRESIDENCIA DE LA REPUBLICA

(SECRETARIA NACIONAL DE LA FAMILIA)

LICITACION PUBLICA No. LP/004/2007/PR/SNF "SUMINISTRO DE SERVICIO DE PUBLICIDAD PARA LA SECRETARIA NACIONAL DE LA FAMILIA,(ATENCION FAMILIAR), BRINDADO POR AGENCIA ESPECIALIZADA"

EVALUACION Y ANALISIS FINANCIERO

ESTA ETAPA TIENE UNA CALIFICACIÓN DE CIENTO PUNTOS (100) MAXIMO Y CINCUENTA PUNTOS (50) COMO MINIMO.

La información que presentaren los ofertantes serán evaluadas por La Presidencia, la cual nombrará de entre sus funcionarios y/o empleados, a los miembros que conformarán la "Comisión de Evaluación de Ofertas", en adelante "la Comisión", de conformidad a la Ley.

Durante el proceso de evaluación, la Comisión a través del jefe de la UACI, podrá solicitar por escrito al ofertante que aclare las dudas surgidas del texto o contenido de la información presentada y, si fuere el caso, prevenirle sobre la presentación de alguna documentación necesaria que no incluyó, pese haber sido solicitada en las bases de licitación.

El ofertante deberá subsanar por escrito las solicitudes de aclaración y las prevenciones sobre los errores u omisiones que contuviere su documentación, en un PLAZO FATAL de DOS DÍAS HÁBILES contados desde el día siguiente de la notificación respectiva. **Si el ofertante incumpliere dicho plazo, adquirirá la calidad de "NO ELEGIBLE" que lo excluirá definitivamente del proceso de evaluación de ofertas.**

El proceso a seguir para la evaluación de la información será la siguiente:

	PUNTAJE MÁXIMO	PUNTAJE MÍNIMO
CAPACIDAD FINANCIERA	100	50

En ésta se analizará el capital de trabajo, índice de solvencia, endeudamiento total y margen neto de utilidad del ofertante. Dicho análisis servirá para

determinar si la empresa podrá brindar el suministro de los bienes durante el tiempo que se le contrate.

El ofertante que no alcance como mínimo 60 puntos en la evaluación de la capacidad financiera de su empresa, será declarado “NO ELEGIBLE” por la Comisión para continuar evaluando su oferta, por tanto, será excluido definitivamente e ipso facto de la licitación.

La calificación financiera se realizará de acuerdo a los siguientes parámetros:

ÍNDICE		RANGO DE CALIFICACIÓN	PUNTAJE ASIGNADO
A	Capital de Trabajo	Igual o mayor al 50% del monto ofertado	30
		Igual al 25% y menor al 50% del monto	20
		Mayor que 0 y menor al 25% del monto	10
		Si el capital de trabajo es negativo	0
B	Índice de Solvencia	Igual o mayor que 1	30
		Mayor o igual que 0.50 y menor que 1	20
		Mayor que 0.1 y menor que 0.50	10
		Menor que 0.1	0
C	Endeudamiento Total	Igual o menor que 40.00%	20
		Entre 40.01% y 60.00%	15
		Entre 60.01% y 80.00%	10
		Mayor de 80%	0
D	Margen Neto De Utilidad	Igual o mayor que 8 %	20
		Mayor o igual que 6.% y menor que 8%	15
		Mayor o igual que 3.% y menor que 6%	10
		Mayor o igual que 0.1% y menor que 3%	5
		Menor que 0.1%	0

El total de puntos a obtener en la evaluación financiera se determinará sumando el resultado promedio obtenido en los dos años, en cada uno de los indicadores (A, B, C y D).

CONCEPTOS BASICOS SOBRE LOS INDICE APLICADOS

ANÁLISIS FINANCIERO:

El pilar fundamental del análisis financiero esta contemplado en la información que proporcionan los estados financieros de la empresa, entre los más conocidos y usados son el **Balance General** y el **Estado de Resultados** (también llamado de Perdidas y Ganancias), que son preparados, casi siempre, al final del periodo de operaciones por los administradores y en los cuales se evalúa la capacidad del ente para generar flujos favorables según la recopilación de los datos contables derivados de los hechos económicos.

RAZONES FINANCIERAS:

Uno de los instrumentos más usados para realizar análisis financiero de entidades es el uso de las **Razones Financieras**, ya que estas pueden medir en un alto grado la eficacia y comportamiento de la empresa. Estas presentan

una perspectiva amplia de la situación financiera, puede precisar el grado de liquidez, de rentabilidad, el apalancamiento financiero, la cobertura y todo lo que tenga que ver con su actividad.

RAZONES DE LIQUIDEZ:

La liquidez de una organización es juzgada por la capacidad para saldar las obligaciones a corto plazo que se han adquirido a medida que éstas se vencen. Se refieren no solamente a las finanzas totales de la empresa, sino a su habilidad para convertir en efectivo determinados activos y pasivos corrientes.

- **CAPITAL DE TRABAJO (CT):** Esta razón se obtiene al descontar de los derechos corrientes de la empresa todas sus obligaciones corrientes, o sea que mide el margen de seguridad para cumplir con las obligaciones a corto plazo.

$$CT = \text{Activo Circulante} - \text{Pasivo Corriente}$$

- **ÍNDICE DE SOLVENCIA (IS):** Este considera la verdadera magnitud de la empresa en cualquier instancia del tiempo y es comparable con diferentes entidades de la misma actividad ya que mide la capacidad de pago de las deudas a corto plazo.

$$IS = \frac{\text{Activo Circulante}}{\text{Pasivo Circulante}}$$

RAZONES DE ENDEUDAMIENTO:

Estas razones indican el monto del dinero de terceros que se utilizan para generar utilidades, estas son de gran importancia ya que estas deudas comprometen a la empresa en el transcurso del tiempo.

- **RAZÓN DE ENDEUDAMIENTO TOTAL (RET):** Mide la proporción del total de activos aportados por los acreedores de la empresa.

$$RET = \frac{\text{Pasivo total}}{\text{Activo total}} \times 100$$

RAZONES DE RENTABILIDAD:

Estas razones permiten analizar y evaluar las ganancias de la empresa con respecto a un nivel dado de ventas.

- **MARGEN NETO DE UTILIDADES (MNU):** Determina el porcentaje que queda en cada venta después de deducir todos los gastos incluyendo los impuestos.

$$MNU = \frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Ventas netas}} \times 100$$

ANALISIS Y EVALUACION

La Capacidad Financiera del ofertante, fue analizada conforme a la metodología expuesta en las bases de Licitación Pública y el resultado se explica a continuación:

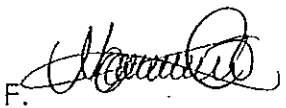
RESULTADO

Del análisis y evaluación anterior, se concluye sobre la capacidad financiera de los oferentes; determinando lo siguiente:

La empresa APEX PUBLICIDAD, S.A. de C.V. califica financieramente, ya que ha obtenido una ponderación superior a la mínima requerida (60 puntos); demostrando según la documentación financiera presentada, capacidad para participar en la Licitación.

El resumen gráfico del análisis y evaluación financiera es el siguiente:

INDICE	PUNTAJE		APEX PUBLICIDAD, S.A. de C.V.			
	MAX.	MIN.				
CAPITAL DE TRABAJO	30	50	30.00			
SOLVENCIA (LIQUIDEZ)	30		30.00			
ENDEUDAMIENTO TOTAL	20		10.00			
MARGEN NETO DE UTILIDAD	20		10.00			
TOTAL	100	50	80			


F. Lic. Néstor Martínez
Analista Financiero



Nota: Se anexan los cuadros de los análisis y evaluaciones financieras, de las empresas participantes.

APEX PUBLICIDAD S.A. de C.V.

No.	DESCRIPCION	Montos y Valores	
		2004	2005
1	INDICE DE CAPITAL DE TRABAJO (Activo Cte. - Pasivo Cte.)		
	Activo Circulante	\$ 5,341,558.00	\$ 4,404,757.00
	Pasivo Circulante	\$ 4,397,561.00	\$ 3,701,987.00
	Monto ofertado	\$155,542.40	
	Indice de Capital de Trabajo	\$ 943,997.00	\$ 702,770.00
	Promedio de Indice (2 años)	\$823,383.50	
	Puntaje Obtenido	30.00	

No.	DESCRIPCION	Montos y Valores	
		2004	2005
2	INDICE DE SOLVENCIA O LIQUIDEZ (Activo Circulante / Pasivo Circulante)		
	Activo Circulante	\$ 5,341,558.00	\$ 4,404,757.00
	Pasivo Circulante	\$ 4,397,561.00	\$ 3,701,987.00
	Indice de Solvencia	1.21	1.18
	Promedio de Indice (2 años)	1.19	
	Puntaje Obtenido	30.00	

No.	DESCRIPCION	Montos y Valores	
		2004	2005
3	INDICE DE ENDEUDAMIENTO TOTAL		
	(Pasivo Total / Activo Total)		
	Activo Total	\$ 5,683,457.00	\$ 4,728,100.00
	Pasivo Total	\$ 4,430,616.00	\$ 3,751,782.00
	Indice de Endeudamiento Total	77.95%	79.35%
	Promedio de Indice (2 años)	78.65%	
	Puntaje Obtenido	10.00	

No.	DESCRIPCION	Montos y Valores	
		2004	2005
4	INDICE MARGEN NETO DE UTILIDAD		
	(Utilidad Neta / Ventas Netas)		
	Utilidad neta	\$ 296,775.00	\$ 45,966.00
	Ventas netas	\$ 7,567,127.00	\$ 8,059,036.00
	Indice Margen Neto de Utilidad	3.92%	0.57%
	Promedio de Indice (2 años)	4.49%	
	Puntaje Obtenido	10.00	

RESUMEN GENERAL DE LOS INDICES FINANCIEROS APLICADOS

INDICE	PUNTAJE
CAPITAL DE TRABAJO	30.00
SOLVENCIA	30.00
ENDEUDAMIENTO TOTAL	10.00
MARGEN NETO DE UTILIDAD	10.00
TOTAL INDICES	80.00

ANEXO SITE

APEX BBDO

SECRETARIA NACIONAL DE LA FAMILIA

A
P
E
X
B
B
D
O

VALOR TOTAL DE LA OFERTA
2007

CUADRO DE OFERTA BASICO



MEDIOS / PRODUCCION		TOTALES
MEDIOS		
	TELEVISION	\$99,157.29
	RADIO	\$21,263.58
	PRENSA	\$13,208.31
	VALLAS	\$10,170.00
SUB-TOTAL MEDIOS ----->		\$143,799.18
SUB-TOTAL PRODUCCION ----->		\$11,743.22

VALORES INCLUYEN IVA

VALIDEZ DE LA OFERTA 90 DIAS.

\$155,542.40

PLAN DE MEDIOS

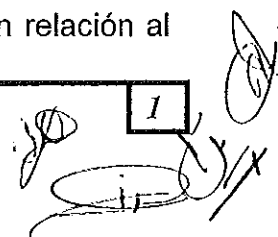
MES	TELEVISION	RADIO	PRENSA	VALLAS	INVERSION MENSUAL
Agosto	(88) DE SPOTS DURACION DE LOS SPOTS 30" CANALES A UTILIZAR C-2, C-12, C-21	(624) DE CUÑAS DURACION DE LAS CUÑAS 20" RADIO A UTILIZAR 102.1, Láser Español, Scan, Fiesta, Impacto, Sky, Pachanguera, La Llanera.			TELEVISION: US \$21,254.58 RADIO: US \$4,261.14
Septiembre	(106) DE SPOTS DURACION DE LOS SPOTS 30" CANALES A UTILIZAR C-6, C-12, C-21, C-33	(624) DE CUÑAS DURACION DE LAS CUÑAS 20" RADIO A UTILIZAR Globo, Corazón, La Mejor, Ranchera, Doremix, Sonsomix, Pantera, Norteña	(2) DE PUBLICACIONES MEDIDAS DE LAS PUBLICACIONES: 6X13 COLOR A UTILIZAR: Full color PERIODICOS A PAUTAR: La Prensa Gráfica, Diario El Mundo.	(1) Modulo: Valla Súper espectacular Medida: 15x5	TELEVISION: US \$19,155.81 RADIO: US \$4,240.08 PRENSA: US \$4,627.88 Vallas: US \$2,034.00
Octubre	(88) DE SPOTS DURACION DE LOS SPOTS 30" CANALES A UTILIZAR C-2, C-6, C-21, C-33	(647) DE CUÑAS DURACION DE LAS CUÑAS 20" RADIO A UTILIZAR 102.1, Láser Español, Scan, Fiesta, Impacto, Sky, Pachanguera, La Llanera.	(2) DE PUBLICACIONES DURACION DE LAS PUBLICACIONES: 6X13 COLOR A UTILIZAR: Full color PERIODICOS A PAUTAR: El Diario De Hoy, Diario El Mundo.	(1) Modulo: Valla Súper espectacular Medida: 15x5	TELEVISION: US \$18,336.51 RADIO: US \$4,261.14 PRENSA: US \$3,952.55 Vallas: US \$2,034.00
Noviembre	(85) DE SPOTS DURACION DE LOS SPOTS 30" CANALES A UTILIZAR C-2, C-12	(624) DE CUÑAS DURACION DE LAS CUÑAS 20" RADIO A UTILIZAR Globo, Corazón, La Mejor, Ranchera, Doremix, Sonsomix, Pantera, Norteña		(1) Modulo: Valla Súper espectacular Medida: 15x5	TELEVISION: US \$19,878.24 RADIO: US \$4,240.08 Vallas: US \$2,034.00
Diciembre	(109) DE SPOTS DURACION DE LOS SPOTS 30" CANALES A UTILIZAR C-2, C-4, C-21, C-33	(624) DE CUÑAS DURACION DE LAS CUÑAS 20" RADIO A UTILIZAR 102.1, Láser Español, Scan, Fiesta, Impacto, Sky, Pachanguera, La Llanera	(2) DE PUBLICACIONES DURACION DE LAS PUBLICACIONES: 6X13 COLOR A UTILIZAR: Full Color PERIODICOS A PAUTAR: La Prensa Gráfica, Diario El Mundo.	(1) Modulo: Valla Súper espectacular Medida: 15x5 (1) Modulo: Pasarela Medida: 30x2	TELEVISION: US \$20,532.15 RADIO: US \$4,261.14 PRENSA: US \$4,627.88 Vía Publica: US \$4,068.00
TOTALES	(476) DE SPOTS	(3120) DE CUÑAS	(6) DE PUBLICACIONES		US \$143,799.18

La pauta publicitaria quedará sujeta a la orden de inicio que indique la SNF, pudiendo distribuirse la inversión programada antes de esa fecha en los meses siguientes.

ACTA DE RECOMENDACIÓN
COMISIÓN DE EVALUACIÓN DE OFERTAS
LICITACIÓN PÚBLICA, CÓDIGO: LP/004/2007/PR-SNF(AF)

EN LAS OFICINAS DE LA UNIDAD DE ADQUISICIONES Y CONTRATACIONES INSTITUCIONAL (UACI), DE LA PRESIDENCIA DE LA REPÚBLICA, Avenida los Diplomáticos y Calle México, Barrio San Jacinto de esta ciudad, a las nueve horas con treinta minutos del día miércoles diecisiete del mes de octubre del año dos mil siete.- **REUNIDA**, la Comisión de Evaluación de Ofertas; **NOMBRADA Y CONSTITUÍDA**, con objeto de la LICITACIÓN PÚBLICA, CÓDIGO: LP/004/2007/PR-SNF(AF), denominada "SUMINISTRO DE SERVICIO DE PUBLICIDAD PARA LA SECRETARÍA NACIONAL DE LA FAMILIA (ATENCIÓN FAMILIAR), BRINDADO POR AGENCIA ESPECIALIZADA"; **INTEGRADA**, por los siguientes funcionarios y empleados de la Presidencia de la República: (1) José Mauricio Vásquez, Director de Gestión, en calidad de funcionario competente solicitante del suministro de mérito; (2) Néstor Andrés Martínez, Jefe de la División Financiera, en calidad de analista financiero; (3) Hilda del Carmen Quijano Guardado, Directora de Comunicaciones, en calidad de analista técnico experto en la materia, todos pertenecientes a la Secretaría Nacional de la Familia, Atención Familiar; y, (4) José Ernesto Criollo Mendoza, Jefe de la Unidad de Adquisiciones y Contrataciones Institucional (UACI); con el **PROPÓSITO**, de dar cumplimiento al artículo cincuenta y seis, inciso tercero de la Ley de Adquisiciones y Contrataciones de la Administración Pública (LACAP), y a la Resolución pronunciada por el Titular de esta Institución, de fecha catorce del mes de junio del año dos mil siete; **EXPONE**, que se evaluaron las ofertas relacionadas con la Licitación Pública de mérito, en sus aspectos técnicos y económico-financieros, utilizando para ello los criterios de evaluación establecidos por la Institución en las Bases de Licitación Pública correspondientes, y que del análisis, evaluación y resultados expuestos en el informe adjunto, que sustenta la presente acta, elaborado por esta misma Comisión, **CONCLUYE**: que la oferta elegida, de conformidad a la metodología de evaluación consignada en las Bases de Licitación Pública aludidas, utilizada por la Comisión y descrita en el informe de evaluación de ofertas, es conveniente a los bien entendidos intereses del Estado y particularmente a los de la Presidencia de la República; puesto que, con relación al

1

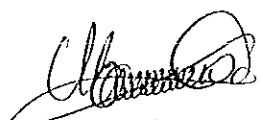


ofertante, se ha establecido su capacidad legal y financiera para obligarse frente a la Institución y cumplir con las responsabilidades que asumiría si en definitiva se le adjudicara a éste el contrato respectivo; y con relación a la oferta, ésta satisface las necesidades o requerimientos de la Institución y representa un justo precio de adquisición; **POR TANTO**, esta Comisión de Evaluación de Ofertas, respetuosamente, al Titular de la Institución, **RECOMIENDA: ADJUDICAR**, totalmente, el Contrato de Suministro de Servicios denominado: "PUBLICIDAD PARA LA SECRETARÍA NACIONAL DE LA FAMILIA (ATENCIÓN FAMILIAR), BRINDADO POR AGENCIA ESPECIALIZADA", derivado de la LICITACIÓN PÚBLICA, CÓDIGO: LP/004/2007/PR-SNF(AF), a la persona jurídica que gira bajo la denominación de: "APEX PUBLICIDAD, SOCIEDAD ANÓNIMA DE CAPITAL VARIABLE", HASTA POR EL MONTO TOTAL DE DOSCIENTOS DIECISIETE MIL DÓLARES (US \$217,000.00), MONTO MÁXIMO DE LA DISPONIBILIDAD PRESUPUESTARIA VINCULADA AL PROCESO DE LICITACIÓN PÚBLICA, el cual se pagará según requiera los servicios de publicidad la Presidencia de la República, a través de la Secretaría Nacional de la Familia, Atención Familiar, a su absoluta discrecionalidad y conveniencia, y los brinde efectivamente la ofertante recomendada. Dicha cantidad está expresada en moneda de los Estados Unidos de América e incluye el Impuesto a la Transferencia de Bienes Muebles y a la Prestación de Servicios (IVA). Artículos dieciocho, inciso primero, y cincuenta y seis de la Ley de Adquisiciones y Contrataciones de la Administración Pública (LACAP); y cincuenta de su Reglamento. Acta contenida en dos folios útiles, sólo frente. En fe de lo cual firmamos.



JOSÉ MAURICIO VÁSQUEZ,

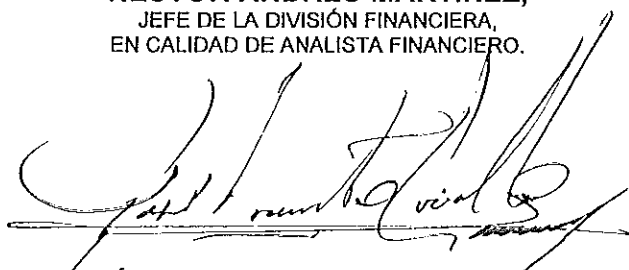
DIRECTOR DE GESTIÓN,
EN CALIDAD DE FUNCIONARIO
COMPETENTE SOLICITANTE DEL SUMINISTRO.



NÉSTOR ANDRÉS MARTÍNEZ,
JEFE DE LA DIVISIÓN FINANCIERA,
EN CALIDAD DE ANALISTA FINANCIERO.



HILDA DEL CARMEN QUIJANO GUARDADO,
DIRECTORA DE COMUNICACIONES,
EN CALIDAD DE TÉCNICO EXPERTO EN LA MATERIA.



JOSÉ ERNESTO CRIOLLO MENDOZA,
JEFE DE LA UNIDAD DE ADQUISICIONES Y
CONTRATACIONES INSTITUCIONAL.