

**ACTA DE LA COMISION DE EVALUACION DE LA LICITACION PÚBLICA No.
02/2010 "SERVICIOS DE AGENCIA DE PUBLICIDAD PARA ESTRATEGIA Y
COLOCACION DE MEDIOS DE LA LOTERIA NACIONAL DE BENEFICENCIA"**

En la Sala de reuniones de la Presidencia de la Lotería Nacional de Beneficencia, ubicada en Alameda Roosevelt y Cuarenta y Siete Avenida Norte número ciento diez, San Salvador, a las once horas con diez minutos del día veinte de abril de dos mil diez, reunidos los Miembros de la Comisión de Evaluación de la Licitación Pública Número cero dos/dos mil diez, **"SERVICIOS DE AGENCIA DE PUBLICIDAD PARA ESTRATEGIA Y COLOCACION DE MEDIOS PARA LA LOTERIA NACIONAL DE BENEFICENCIA"**, Ingeniero Carlos Emilio Alfaro, Gerente Comercial y Solicitante del Servicio, Ingeniera Iris Geraldina Peralta, Representante de la Gerencia Comercial, Licenciada Maritza García, Analista Financiero; Licenciada Mercedes del Carmen Peña, Representante del Departamento de Adquisiciones y Contrataciones Institucional, nombrados por la Presidencia de la Lotería Nacional de Beneficencia, según Memorando -PI-67/2010 de fecha veinticuatro de marzo de dos mil diez. Según el Acta de Apertura, de fecha veintitrés de marzo de dos mil diez, las empresas participantes en esta Licitación son O&R Marketing Communications, S.A. DE C. V. (O&R Mc, S.A. DE C. V.), Signo Publicidad, S.A. DE C. V. y OBERMET, S.A. DE C. V. Presentando las ofertas; a la hora indicada; los seis sobres sellados solicitados en las Bases de Licitación y la Garantía de Mantenimiento de Oferta. Posteriormente la Jefa de la DACI remitió documentación legal y administrativa de las empresas para su revisión, al Representante de la Unidad de Asesoría Legal, informando esta unidad que las tres empresas participantes cumplen con la documentación Legal-Administrativa requerida en las bases de licitación. 1. **EVALUACIÓN FINANCIERA:** veinte puntos. Los factores evaluados son: Capital de Trabajo; Índice de Solvencia; Margen Neto de Utilidad y de Autonomía. El resultado obtenido por cada empresa en estas indicadores es de: O&R Marketing Communications, S.A. DE C. V.: diecisiete puntos (17), Signo Publicidad, S.A. DE C. V.: quince puntos (15) y OBERMET, S.A. DE C. V.: diecisiete puntos (17) .2. **EVALUACIÓN DE LA OFERTA TÉCNICA:** Esta evaluación tiene considerada una ponderación de setenta y cinco puntos. La Comisión de Evaluación a través de la Jefatura de la DACI, hizo consultas y solicitó aclaraciones a las ofertas presentadas; las cuales fueron subsanadas por cada empresa en el tiempo estipulado en las bases de licitación. Esta evaluación está dividida en: A) Experiencia de la Agencia de Publicidad, que tiene una ponderación de treinta y cinco puntos (35), en este literal se ha evaluado en cada empresa las constancias o referencias de empresas privadas o Públicas, Grado de satisfacción, Herramientas de Investigación, Manejo de Reportes, Experiencia, Tecnología de Medición y la Experiencia en Manejo de Cuentas AOR. B) Personal Especializado que será designado para ejecutar el Contrato, con una ponderación de treinta puntos (30), C) Evaluación de Estrategia y Colocación de Medios, con una ponderación de treinta y cinco puntos (35). Las empresas después de haberles evaluado todos los requerimientos obtuvieron los puntajes siguientes: O&R Marketing Communications, S.A. DE C. V.: a) Experiencia de la Agencia de Publicidad, obtuvo un puntaje de treinta y cinco (35). b) El Personal Especializado



que será designado para ejecutar el Contrato, con un puntaje de veinte (20) y c) La Evaluación de Estrategia y Colocación de Medios, con un puntaje de treinta y cinco (35); Signo Publicidad, S.A. DE C. V.: a) Experiencia de la Agencia de Publicidad, obtuvo un puntaje de veinticinco (25). b) Personal Especializado que será designado para ejecutar el Contrato, con un puntaje obtenido de veinticinco puntos (25), y c) La evaluación de la Estrategia y Colocación de Medios, con un puntaje obtenido de treinta y cinco puntos (35). OBERMET, S.A. DE C. V.: a) La Experiencia de la Agencia de Publicidad, que obtuvo un puntaje de treinta y cinco puntos (35). b) Personal Especializado que será designado para ejecutar el Contrato, con un puntaje obtenido de treinta puntos (30), c) Evaluación de Estrategia y Colocación de Medios, con un resultado de treinta y cinco puntos (35). Obtenemos los resultados de cada empresa así: O&R Marketing Communications, S.A. DE C. V.: NOVENTA puntos (90.00), Signo Publicidad, S.A. DE C. V.: OCHENTA Y CINCO puntos (85.00) y OBERMET, S.A. DE C. V.: CIEN puntos (100.00). La evaluación técnica tiene una ponderación de 75% sobre la evaluación global, por lo que, los puntajes obtenidos de todos los criterios técnicos se multiplican por este valor (75%), con lo cual se obtuvieron los resultados siguientes: O&R Marketing Communications, S.A. DE C. V.: SESENTA Y SIETE PUNTO CINCUENTA puntos (67.50), Signo Publicidad, S.A. DE C. V.: SESENTA Y TRES PUNTO SETENTA Y CINCO puntos (63.75) y OBERMET, S.A. DE C. V.: SETENTA Y CINCO puntos (75.00) Cabe mencionar que las tres empresas presentaron la Declaración Jurada Especial, que no tiene puntaje, y fue presentada conforme a lo solicitado. Los ofertantes presentaron sus propuestas de Estrategia y Colocación de Medios mostrando suficiente evidencia objetiva de la capacidad de Planeación que disponen, así mismo como el manejo y experiencia para la colocación de medios. Para continuar con la evaluación de la oferta económica se realizó la sumatoria del puntaje obtenido por cada empresa en la evaluación Financiera y Técnica, , obteniendo los resultados siguientes: O&R Marketing Communications, S.A. DE C. V. (O&R Mc, S.A. DE C. V.): OCHENTA Y CUATRO PUNTO CINCUENTA puntos (84.50), Signo Publicidad, S.A. DE C. V.: SETENTA Y OCHO PUNTO SETENTA Y CINCO puntos (78.75) y OBERMET, S.A. DE C. V.: NOVENTA Y DOS puntos (92.00). La empresa OBERMET, S.A. DE C. V., alcanza y supera el puntaje mínimo requerido por la base de Licitación de ochenta y cinco puntos para seguir con la Evaluación Económica, según Art. 44 de la LACAP. 3. **EVALUACIÓN DE LA OFERTA ECONÓMICA:** cinco puntos, la empresa OBERMET, S.A. DE C. V., presenta su oferta económica por TRESCIENTOS DIECINUEVE MIL NOVENTA Y UNO 52/100 DOLARES DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMERICA (US \$319,091.52). Obteniendo el puntaje total de esta evaluación, cinco puntos. Haciendo la sumatoria de los resultados el puntaje final obtenido por OBERMET, S.A. DE C. V. es de NOVENTA Y SIETE puntos (97.00). Habiéndose concluido el proceso de Evaluación, esta Comisión, luego de revisar la documentación legal-administrativa y evaluaciones Técnica, Financiera y Económica, apegados a los criterios establecidos en la Sección II de las Bases de Licitación y con base al Art. 56 de la Ley de Adquisiciones y Contrataciones de la Administración Pública **RECOMIENDA: ADJUDICAR,** la Licitación Pública Número cero dos/dos mil diez "Servicios de Agencia de Publicidad para Estrategia y Colocación de Medios para la Lotería Nacional de

Beneficencia", a la empresa OBERMET, S.A. DE C. V., por un monto de TRESCIENTOS DIECINUEVE MIL NOVENTA Y UN 52/100 DOLARES DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMERICA (US \$319,091.52), para el período comprendido desde la firma del contrato al treinta y uno de diciembre de dos mil diez. Y no habiendo más que hacer constar se levanta la presente acta a las once horas con treinta y ocho minutos del día veinte de abril del dos mil diez y para constancia firmamos.



Ing. Carlos Emilio Alfaro
Gerente Comercial y
Solicitante del Servicio



Ing. Geraldina Peralta
Representante de la Gerencia Comercial



Licda. Maritza García
Analista Financiero



Licda. Mercedes del Carmen Peña
Representante DACI

I. PRESENTACION Y OBJETO

La Lotería Nacional de Beneficencia, en el marco de la Ley de Adquisiciones y Contrataciones de la Administración Pública (LACAP), invitó a las empresas nacionales e internacionales legalmente representadas en el país, a presentar ofertas para la Licitación Pública No. 02/2010 "SERVICIO DE AGENCIA DE PUBLICIDAD PARA ESTRATEGIA Y COLOCACION DE MEDIOS PARA LA LOTERIA NACIONAL DE BENEFICENCIA".

II. PUBLICACION

La presente Licitación Pública No.02/2010 "SERVICIO DE AGENCIA DE PUBLICIDAD PARA ESTRATEGIA Y COLOCACION DE MEDIOS PARA LA LOTERIA NAICIONAL DE BENEFICENCIA", se publicó el día jueves 04 de marzo de 2010 en el periódico La Prensa Gráfica.

III. RETIRO DE TERMINOS DE REFERENCIA DE LA LICITACION

El día cinco y ocho de marzo de 2010, retiraron Términos de Referencia las siguientes empresas:

- OBERMET, S.A. DE C. V.
- Publicidad Interactiva, S.A. de C. V.
- Máxima Publicidad, S.A. DE C. V.
- MERPUBLIC, S.A. DE C. V.
- CREA PUBLICIDAD, S.A. DE C. V.
- DECIMA, S.A. DE C. V.
- SIGNO PUBLICIDAD, S.A. DE C. V.
- BIANCHI Y ASOCIADOS, S.A.
- O&R MARKETING COMMUNICATIONS, S.A. DE C. V.
- JM CREATIVO, S.A. DE C. V.

IV. RECIBO DE OFERTAS Y MONTOS DE LAS MISMAS

El día veintitrés marzo del corriente año, se efectuó la recepción y apertura de ofertas, a continuación se detallan las empresas que presentaron ofertas y el monto de las mismas.

EMPRESAS OFERTANTES	MONTO OFERTADO
O&R Marketing Communicatios, S.A. DE C. V.	US \$529,551.00
SIGNO PUBLICIDAD, S.A. DE C. V.	US \$594,556.59
OBERMET, S.A. DE C.V.	US \$319,091.52



V. FACTORES A EVALUAR Y SU CORRESPONDIENTE PONDERACION

El proceso a seguir para la evaluación de las ofertas tendrá un puntaje máximo de 100 puntos, en la evaluación de la capacidad financiera, oferta técnica y económica; según tabla que se muestra a continuación;

TABLA DE FACTORES CON SU PUNTAJE

Documentación Legal.....	No tiene puntaje
Capacidad Financiera.....	20 puntos
Oferta Técnica.....	75 puntos
Oferta Económica.....	5 puntos

1. ANÁLISIS DE LA CAPACIDAD LEGAL

Este análisis tendrá como objetivo 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, como no elegible para continuar evaluando su oferta; por tanto, será excluido definitivamente e ipso facto de la licitación.

2. EVALUACION DE LA DOCUMENTACION FINANCIERA

En esta etapa 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. Esta etapa esta ponderada con veinte puntos (20).

El total de puntos a obtener en esta evaluación se determinará sumando el resultado promedio obtenido en los años examinados (Ejercicios Fiscales de los años dos mil siete y dos mil ocho).

3. EVALUACION DE LA OFERTA TECNICA

75

La evaluación de la oferta técnica tendrá una ponderación máxima de **SETENTA Y CINCO** puntos, que corresponde a la oferta técnica 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 Y CINCO PUNTOS).

Se evaluará la experiencia de los ofertantes en el **SUMINISTRO DE SERVICIOS SIMILARES A LOS REQUERIDOS EN ESTAS BASES DE LICITACIÓN** (estrategia y colocación de medios)

A.1 CONSTANCIAS O REFERENCIAS DE EMPRESAS PRIVADAS O INSTITUCIONES PÚBLICAS

Mayor que 5 constancias o referencias de clientes nacionales o extranjeros, que recibieron los servicios proporcionados por la Agencia de Publicidad en los dos últimos años (2008 y 2009).....5 PUNTOS

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 dos últimos años (2008 y 2009).....3 PUNTOS

Menor o Igual que 3 constancias o referencias de clientes nacionales o extranjeros, que recibieron los servicios proporcionados por la Agencia de Publicidad en los dos últimos años (2008 y 2009).....0

A.2 GRADO DE SATISFACCION

Si el cien por ciento de las constancias o referencias expresan haber recibido con un grado de excelencia 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 con un grado de excelencia el servicio que la Agencia de Publicidad prestó.....3

Si ni el cincuenta por ciento de las constancias o referencias expresan haber recibido con un grado de excelencia el servicio que la Agencia de Publicidad prestó.....0

A.3 HERRAMIENTAS DE INVESTIGACION

Herramientas de investigación, de calidad internacional, actualizadas, que estudien el comportamiento de los consumidores minuciosamente para la adecuada colocación de medios. (software actualizado)...5

No poseer herramientas internacionales.....0

A.4 MANEJO DE REPORTES

Manejo de reportes de competencia, monitoreo, datos técnicos de estudios de medios de comunicación para plataforma creativa en el plan de medios (análisis)....5



INFORME DE LA COMISION DE EVALUACION DE LA LICITACION PUBLICA
No. 02/2010 "SERVICIOS DE AGENCIA DE PUBLICIDAD PARA ESTRATEGIA Y
COLOCACION DE MEDIOS PARA LA LOTERIA NACIONAL DE BENEFICENCIA"

No maneja reportes.... 0

A.5 EXPERIENCIA

Más de veinte años de experiencia y poseer dos representaciones de grupos especializados en: publicidad y manejo de medios.....5

Menos o igual a veinte años de experiencia y no poseer dos representaciones de grupos especializados en: publicidad y manejo de medios.....0

A.6 TECNOLOGIA DE MEDICION

Manejar tecnología de curvas de alcance y frecuencia para la adecuada colocación en televisión...5

No manejar tecnología de curvas de alcance y frecuencia para la adecuada colocación en televisión

A.7 EXPERIENCIA EN MANEJO DE CUENTAS AOR

Manejo de dos cuentas AOR (Agencia de medios) relevantes e internacionales y al menos una cuenta AOR relevante local.....5

Manejo de una cuentas AOR (Agencia de medios) relevantes e internacionales y ninguna una cuenta AOR local.

B. PERSONAL ESPECIALIZADO QUE SERÁ DESIGNADO PARA EJECUTAR EL CONTRATO (TREINTA 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 que dicho personal deberá estar disponible en todo momento para atender las necesidades de la Lotería.

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); tratándose de personas extranjeras deberán proporcionar el número del pasaporte o de tarjeta de residente;
3. Tiempo de experiencia en la actividad de su especialización.

4. Deben corroborar experiencia en manejos de cuentas de gobierno local o internacional.

B.1 Evaluación de socios de la agencia (diez puntos)

Experiencia

Que los socios tengan experiencia en estrategias gubernamentales para gobierno local... 10

Que los socios no tengan experiencia en estrategias gubernamentales para gobierno local....0

B.2 Evaluación de director de medios (diez puntos)

Más de quince años de experiencia.....5

B.2.1CAPACITACION DIRECTOR DE MEDIOS

Frecuentes capacitaciones y actualización en el extranjero, por parte de su representadas....5

No poseer capacitaciones y actualización en el extranjero, por parte de su representada....0

B.3 Evaluación del director de cuenta (diez puntos)

Más de cinco años de experiencia en el manejo de cuentas de gobiernos local o internacional... 10

Menos o igual a cinco años de experiencia en el manejo de cuentas de gobiernos local o internacional...0

C. EVALUACIÓN DE ESTRATEGIAS Y COLOCACIÓN DE MEDIOS (TREINTA Y CINCO PUNTOS).

La Agencia de Publicidad presentará una propuesta de colocación de medios, basada en los objetivos Publicitario, el cual se detalla a continuación:

Estrategia y colocación de medios

1. Plan de medios de publicidad..... 10
2. Estrategia de medios..... 10
3. texto de explicación (cinco páginas como máximo) de la estrategia el cual deberá contener como mínimo:15
 - Documento impreso que detallará las estrategias publicitarias a seguir, para la promoción e impulso de marcas.....5
 - Cumplimiento objetivos lotra...5

Cumplimiento objetivos lotin...5

DECLARACIÓN JURADA ESPECIAL

Presenta Declaración Jurada Especial (Oferta Elegible)

No presenta Declaración Jurada Especial (Oferta No Elegible)

El ofertante que 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.

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

Para pasar a la siguiente etapa de la oferta económica debe de sumar por lo menos 85 puntos de las etapas de Capacidad Financiera y Oferta Técnica.

4.- EVALUACION ECONOMICA

5

La evaluación de la oferta económica tendrá una ponderación máxima de **CINCO** puntos, La Oferta Económica que presente el menor precio total obtendrá 5 puntos y las demás ofertas estarán en función de la que obtuvo el mayor puntaje económico. El precio ofertado deberá estar acorde a los precios del mercado.

La oferta económica se evaluará según la fórmula siguiente:

$$\text{Puntos} = (\text{Oferta Mínima} / \text{Oferta Evaluada}) * 5$$

VI. VERIFICACION DE LA DOCUMENTACION LEGAL

Se ha constatado según el Acta de Apertura que los Representantes de las empresas participantes, estuvieron presentes a la hora indicada, presentaron la Garantía de Mantenimiento de Oferta y los seis sobres sellados solicitados en las bases de licitación.

Se remitió al representante de la Unidad de Asesoría Legal la documentación legal administrativa presentada por las tres empresas, para su respectiva revisión y verificación. Esta unidad informa que las tres empresas cumplen con la documentación solicitada en las bases de licitación, no hay documentación legal administrativa que subsanar (según Memorando anexo).

VII. EVALUACION DE LA DOCUMENTACION FINANCIERA

En ésta se analizo el capital de trabajo, índice de solvencia, endeudamiento total y margen neto de utilidad del ofertante.

El resultado del análisis realizado a los Estados Financieros de los años 2007 y

2008 de las empresas participantes, ha determinado que la liquidez financiera de las empresas O&R MARKETING COMMUNICATIONS, S.A. DE C. V O y OBERMET, S.A. DE C. V es satisfactoria ya que cuentan con capital de trabajo mayor al 50% del monto de sus ofertas para hacerle frente a las obligaciones a corto plazo, mientras que SIGNO PUBLICIDAD, S.A. DE C. V. presenta un capital de trabajo menor al 50% del monto de su oferta.

El índice de solvencia es aceptable, ya que el resultado ha sido mayor a 1.50% en las 3 empresas.

El índice de endeudamiento se mide por la proporción del total de activos aportados por los acreedores de la empresa, según los resultados la empresa que utiliza más capital de terceros en sus activos es O&R MARKETING COMMUNICATIONS, S.A. DE C. V O. mientras que los activos de las empresas de SIGNO PUBLICIDAD, S.A. DE C. V y OBERMET, S.A. DE C. V. están constituidos por capital propio.

La rentabilidad la Empresa O&R MARKETING COMMUNICATIONS, S.A. DE C. V O, es la que presenta mejor rentabilidad, ya que ha generado mayor porcentaje de utilidades, mientras que las empresa SIGNO PUBLICIDAD, S.A. DE C. V. y OBERMET, S.A. DE C. V. muestran baja rentabilidad en su resultados.

EMPRESA	EVALUACIÓN FINANCIERA
O&R Marketing Communications, S.A. DE C. V.	17.00
Signo Publicidad, S.A. DE C. V.	15.00
OBERMET, S.A. DE C.V.	17.00

Se presentan los detalles de los resultados de la Evaluación Financiera de las empresas participantes en cuadro anexo.

VIII. EVALUACION DE LA OFERTA TECNICA

Esta evaluación tiene considerada una ponderación de SETENTA Y CINCO puntos.

La Comisión procedió a evaluar las Ofertas Técnicas de las empresas, y solicitó documentación y consulta aclaratoria a las tres empresas a través de la DACI: a) Muestras de Estrategias en medios impresos o Instituciones del Sector Público o Privado, a quienes les haya proporcionado servicios similares o semejantes a los solicitados, Presentar la Carta oferta económica, según el anexo 3 detallado en la 48 de las bases de licitación, debidamente sellada y firmada por el Representante Legal y la consulta aclaratoria: c) De resultar adjudicatario, se compromete a



INFORME DE LA COMISION DE EVALUACION DE LA LICITACION PUBLICA
No. 02/2010 "SERVICIOS DE AGENCIA DE PUBLICIDAD PARA ESTRATEGIA Y
COLOCACION DE MEDIOS PARA LA LOTERIA NACIONAL DE BENEFICENCIA"

entregar a la Lotería, en los siguientes diez (10) días hábiles de acordado, el Plan de Medios respectivo para cada campaña que se le autorice realizar. Cumplirán con este requerimiento? Todo se subsanó en el tiempo estipulado en las bases de licitación.

A continuación se presenta el detalle de las especificaciones técnicas ofertadas por cada empresa:

ESPECIFICACIONES TÉCNICAS	O&R, Mc, S.A. DE C. V.	SIGNO PUBLICIDAD, S.A. DE C. V.	OBERMET, S.A. DE C.V.
A- Experiencia de la Agencia de Publicidad(35 puntos)	35	25	35
A.1 Constancias o Referencias de Empresas Privadas o Instituciones Públicas	5	5	5
A.2 Grado de Satisfacción	5	5	5
A.3 Herramientas de Investigación	5	5	5
A.4 Manejo de Reportes	5	5	5
A.5 Experiencia 1/	5	0	5
A.6 Tecnología de Medición 2/	5	0	5
A.7 Experiencia en Manejo de Cuentas AOR	5	5	5
B. Personal Especializado que será designado para ejecutar el Contrato(30 puntos)	20	25	30
B.1 Evaluación de Socios de la Agencia	10	10	10
B.2 Evaluación de Director de Medios	5	5	5
B.2.1 Capacitación Director de Medios 3/	5	0	5
B.3 Evaluación del Director de Cuenta 4/	0	10	10
C. Evaluación de Estrategia y Colocación de Medios(35 puntos)	35	35	35
1. Plan de Medios de Publicidad(10)	10	10	10
2. Estrategia de Medios(10)	10	10	10
3. Texto de explicación de la Estrategia(15)	15	15	15

En el cuadro anterior podemos observar la ponderación obtenida por cada empresa, en el cumplimiento de lo solicitado en los términos técnicos. Así mismo a continuación detallamos los puntajes de cero:

1/ La empresa SIGNO PUBLICIDAD, S.A. DE C. V., tiene un puntaje de cero (0), en experiencia, ya que se constato en la página 2, SOBRE 6 en relación a los años de experiencia de esta agencia; que esta fue constituida en 1993 según el registro de la misma, tiene 17 años, por lo tanto no cumple este criterio ya que debe tener mas de 20 años de experiencia.

2/ La empresa SIGNO PUBLICIDAD, S.A. DE C. V., tiene un puntaje de cero (0) en Tecnología de Medición, No se observa en la propuesta técnica, ninguna evidencia de manejo de tecnología de curvas de alcance y frecuencia para la adecuada colocación en televisión.

3/ SIGNO PUBLICIDAD, S.A. DE C. V.: No hay evidencia en el Currículo Vite de la Directora de Medios (Pág. 35-Sobre 4) ni en ninguna parte de la oferta de haber recibido capacitación en el extranjero por parte de su representada.

4/ O&R MARKETING COMMUNICATIONS, S.A. DE C. V.: Tiene un puntaje de cero (0) más de cinco años de experiencia en el manejo de cuentas de gobierno local o internacional. Hay evidencia de experiencia en el gobierno local, sin embargo como directora de cuentas de O&R únicamente tiene 4 años de experiencia por lo que no cumple el criterio más de cinco años de experiencia en el manejo de cuentas de gobierno local o internacional.

Las tres empresas presentan la Declaración Jurada Especial, de conformidad al formato anexo en las bases de licitación, firmada y sellada por el Representante Legal de cada empresa, la cual fue revisada y examinada y cumple con todos los requisitos solicitados.

ESPECIFICACIONES TÉCNICAS	O&R, Mc, S.A. DE C. V.	SIGNO PUBLICIDAD, S.A. DE C. V.	OBERMET, S.A. DE C.V.
A- Experiencia de la Agencia de Publicidad(35 puntos)	35	25	35
B. Personal Especializado que será designado para ejecutar el Contrato(30 puntos)	20	25	30
C. Evaluación de Estrategia y Colocación de Medios(35 puntos)	35	35	35
Total	90	85	100

INFORME DE LA COMISION DE EVALUACION DE LA LICITACION PUBLICA
No. 02/2010 "SERVICIOS DE AGENCIA DE PUBLICIDAD PARA ESTRATEGIA Y
COLOCACION DE MEDIOS PARA LA LOTERIA NACIONAL DE BENEFICENCIA"

La evaluación técnica tiene una ponderación de 75% sobre la evaluación global, por lo que, los puntajes obtenidos de todos los criterios técnicos se multiplican por este valor (75%), con lo cual se obtuvieron los resultados siguientes:

Empresa	Puntaje especificaciones técnicas(100)	Puntaje x75%	Puntaje Total (Ev. Tecnica)
O&R, Marketing Communications, S.A. DE C. V.	90	90x.75	67.50
SIGNO PUBLICIDAD, S.A. DE C. V.	85	85x.75	63.75
OBERMET, S.A. DE C.V.	100	100x.75	75.00

Todos los ofertantes presentaron sus propuestas de Estrategia y Colocación de Medios mostrando suficiente evidencia objetiva de la capacidad de Planeación que disponen, así mismo como el manejo y experiencia para la colocación de medios.

IX. RESULTADO PUNTAJE TECNICO - FINANCIERO

Para pasar a la siguiente etapa de la oferta económica debe sumar por lo menos 85 puntos de las etapas de Capacidad Financiera y Oferta Técnica.

A continuación se detalla el resultado obtenido en dichas etapas por cada empresa:

EMPRESA	EVALUACIÓN FINANCIERA	EVALUACIÓN TÉCNICA	PUNTAJE TOTAL OBTENIDO
O&R Marketing Communications, S.A. DE C. V.	17.00	67.50	84.50
Signo Publicidad, S.A. DE C. V.	15.00	63.75	78.75
OBERMET, S.A. DE C.V.	17.00	75.00	92.00

Considerando los resultados anteriores se informa a Junta Directiva, que las empresas O&R Marketing Communications, S.A. DE C. V. y Signo Publicidad, S.A. DE C. V., no alcanzan el puntaje mínimo requerido de OCHENTA Y CINCO puntos, para continuar con la evaluación económica, únicamente la empresa

OBERMET, S.A. DE C. V. alcanza y supera este puntaje para continuar con la evaluación de la oferta económica.

X. EVALUACION ECONOMICA

EMPRESA OFERTANTE	MONTO OFERTADO	PUNTAJE ECONOMICO
OBERMET, S.A. DE C.V.	US \$319,091.52	5.00

Por ser la única empresa que alcanzó y superó el puntaje mínimo requerido en las bases de licitación, obtiene los cinco (5) puntos, que es el puntaje total para esta etapa.

XI. EVALUACION FINAL

Haciendo la sumatoria total de los resultados anteriores se obtuvo el puntaje siguiente:

EMPRESA OFERTANTE	PUNTAJE FINAL
OBERMET, S.A. DE C.V.	97.00

Se presentan los resultados de la evaluación técnica en el cuadro ponderativo adjunto.

X. RECOMENDACIÓN DE LA COMISION DE EVALUACION

De acuerdo a la revisión de la documentación legal – administrativa y evaluaciones Financiera Técnica y Económica, apegados a los criterios establecidos en la Sección II "Evaluación de Ofertas" de las bases de licitación y con base al Art. Cincuenta y Seis de la Ley de Adquisiciones y Contrataciones de la Administración Pública, la Comisión de Evaluación **Recomienda a Junta Directiva Adjudicar la Licitación Pública No. 02/2010 "Servicios de Agencia de Publicidad para Estrategia y Colocación de Medios para la Lotería Nacional de Beneficencia"** a la empresa OBERMET, S.A. DE C. V., por un monto de TRESCIENTOS DIECINUEVE MIL NOVENTA Y UN 52/100 DOLARES DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMERICA(US \$319,091.52), para el período comprendido desde la firma del contrato al treinta y uno de diciembre de dos mil diez, por cumplir con todos los requerimientos solicitados y haber obtenido el mayor puntaje en la evaluación realizada. No habiendo más que informar se da por finalizado el siguiente informe a las



doce horas con veintitrés minutos del día veinte de abril de dos mil diez y
para constancia firmamos.



Ing. Carlos Emilio Alfaro
Gerente Comercial y Solicitante
del Servicio



Ing. Iris Geraldina Peralta
Representante de la Gerencia
Comercial



Licda. Maritza García
Analista Financiero



Licda. Mercedes del Carmen Peña
Representante de la DACI

CUADRO PONDERATIVO
LICITACION PUBLICA No. 02/2010

"SERVICIOS DE AGENCIA DE PUBLICIDAD PARA ESTRATEGIA Y COLOCACION DE MEDIOS DE LA LOTERIA NACIONAL DE BENEFICENCIA"

DESCRIPCION		O&R Mc, S.A. DE C.V.	SIGNO PUBLICIDAD, S.A. DE C.V.	OBERMET, S.A. DE C.V.
EVALUACION FINANCIERA	20	17	15	17
EVALUACION OFERTA TECNICA	75	67.5	63.75	75
TOTAL (TECNICA+FINANCIERA)		84.5	78.75	92
ECONOMICA		0	0	5
TOTAL (TECNICA+FINANCIERA+ECONOMICA)		84.5	78.75	97
<p>La evaluación de la oferta técnica tendrá una ponderación máxima de SETENTA Y CINCO puntos, que corresponde a la oferta técnica y se realizará conforme a la información completa y cualificada que presenten los ofertantes, de acuerdo a los siguientes requerimientos:</p>				
A. EXPERIENCIA DE LA AGENCIA DE PUBLICIDAD (TREINTA Y CINCO PUNTOS).	35.00	35	25	35
Se evaluará la experiencia de los ofertantes en el SUMINISTRO DE SERVICIOS SIMILARES A LOS REQUERIDOS EN ESTAS BASES DE LICITACIÓN (estrategia y colocación de medios)				
Para tal efecto, deberán presentar constancias o referencias originales (ver anexo 4), extendidas por clientes o contratantes, sean éstos personas naturales o jurídicas, nacionales o extranjeras, privadas o públicas, que expresen con claridad lo siguiente, como mínimo: (1) detalle del servicio suministrado, (2) montos negociados o contratados, (3) período (no mayor a dos años: 2007 a 2008), (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, también se evaluará la experiencia en manejo de reportes y herramientas de investigación, medición y sobre todo experiencia en manejo de cuentas AOR				
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 LOTERIA, NO SE TOMARÁN EN CUENTA.				
A.1 CONSTANCIAS O REFERENCIAS DE EMPRESAS PRIVADAS O INSTITUCIONES PÚBLICAS				



CUADRO PONDERATIVO
LICITACION PUBLICA No. 02/2010

"SERVICIOS DE AGENCIA DE PUBLICIDAD PARA ESTRATEGIA Y COLOCACION DE MEDIOS DE LA LOTERIA NACIONAL DE BENEFICENCIA"

DESCRIPCION			O&R Mc, S.A. DE C.V.	SIGNO PUBLICIDAD, S.A. DE C.V.	OBERMET, S.A. DE C.V.
Mayor que 5 constancias o referencias de clientes nacionales o extranjeros, que recibieron los servicios proporcionados por la Agencia de Publicidad en los dos últimos años (2008 y 2009).....5 PUNTOS			5	5	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 dos últimos años (2008 y 2009).....3 PUNTOS					
Menor o Igual que 3 constancias o referencias de clientes nacionales o extranjeros, que recibieron los servicios proporcionados por la Agencia de Publicidad en los dos últimos años (2008 y 2009).....0					
A.2 GRADO DE SATISFACCION					
Si el cien por ciento de las constancias o referencias expresan haber recibido con un grado de excelencia el servicio que la Agencia de Publicidad prestó, sin ninguna observación negativa.....5			5	5	5
Si al menos el cincuenta por ciento de las constancias o referencias expresan haber recibido con un grado de excelencia el servicio que la Agencia de Publicidad prestó.....3					
Si ni el cincuenta por ciento de las constancias o referencias expresan haber recibido con un grado de excelencia el servicio que la Agencia de Publicidad prestó.....0					
A.3 HERRAMIENTAS DE INVESTIGACION					
Herramientas de investigación, de calidad internacional, actualizadas, que estudien el comportamiento de los consumidores minuciosamente para la adecuada colocación de medios. (software actualizado)...5			5	5	5
No poseer herramientas internacionales.....0					
A.4 MANEJO DE REPORTES					
Manejo de reportes de competencia, monitoreo, datos técnicos de estudios de medios de comunicación para plataforma creativa en el plan de medios (análisis)...5			5	5	5
No maneja reportes.... 0					
A.5 EXPERIENCIA					
Más de veinte años de experiencia y poseer dos representaciones de grupos especializados en: publicidad y manejo de medios.....5			5		5
Menos o igual a veinte años de experiencia y no poseer dos representaciones de grupos especializados en: publicidad y manejo de medios.....0				0	
A.6 TECNOLOGIA DE MEDICION					






CUADRO PONDERATIVO
LICITACION PUBLICA No. 02/2010

"SERVICIOS DE AGENCIA DE PUBLICIDAD PARA ESTRATEGIA Y COLOCACION DE MEDIOS DE LA LOTERIA NACIONAL DE BENEFICENCIA"

DESCRIPCION			O&R Mc, S.A. DE C.V.	SIGNO PUBLICIDAD, S.A. DE C.V.	OBERMET, S.A. DE C.V.
Manejar tecnología de curvas de alcance y frecuencia para la adecuada colocación en televisión...5			5		5
No manejar tecnología de curvas de alcance y frecuencia para la adecuada colocación en televisión				0	
A.7 EXPERIENCIA EN MANEJO DE CUENTAS AOR					
Manejo de dos cuentas AOR (Agencia de medios) relevantes e internacionales y al menos una cuenta AOR relevante local.....5			5	5	5
Manejo de una cuentas AOR (Agencia de medios) relevantes e internacionales y ninguna una cuenta AOR local.					
B. PERSONAL ESPECIALIZADO QUE SERÁ DESIGNADO PARA EJECUTAR EL CONTRATO (TREINTA PUNTOS).	30.00		20	25	30
Se evaluará al personal que la Agencia de Publicidad proponga para ejecutar el servicio objeto de esta licitación, durante el periodo de vigencia de la contratación respectiva, en el entendido que dicho personal deberá estar disponible en todo momento para atender las necesidades de la Lotería.					
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); tratándose de personas extranjeras deberán proporcionar el número del pasaporte o de tarjeta de residente;					
3. Tiempo de experiencia en la actividad de su especialización.					
4. Deben corroborar experiencia en manejos de cuentas de gobierno local o internacional.					
B.1 Evaluación de socios de la agencia (diez puntos)					
Experiencia					
que los socios tengan experiencia en estrategias gubernamentales para gobierno local... 10			10	10	10
que los socios no tengan experiencia en estrategias gubernamentales para gobierno local....0			0		
B.2 Evaluación de director de medios (diez puntos)					
Más de quince años de experiencia.....5			5	5	5





CUADRO PONDERATIVO
LICITACION PUBLICA No. 02/2010

01125

"SERVICIOS DE AGENCIA DE PUBLICIDAD PARA ESTRATEGIA Y COLOCACION DE MEDIOS DE LA LOTERIA NACIONAL DE BENEFICENCIA"

DESCRIPCION			O&R Mc, S.A. DE C.V.	SIGNO PUBLICIDAD, S.A. DE C.V.	OBERMET, S.A. DE C.V.
B.2.1CAPACITACION DIRECTOR DE MEDIOS					
Frecuentes capacitaciones y actualización en el extranjero, por parte de su representadas....5			5		5
No poseer capacitaciones y actualización en el extranjero, por parte de su representadas....0				0	
B.3 Evaluación del director de cuenta (diez puntos)					
Más de cinco años de experiencia en el manejo de cuentas de gobiernos local o internacional... 10				10	10
Menos o igual a cinco años de experiencia en el manejo de cuentas de gobiernos local o internacional...0			0		
C. EVALUACIÓN DE ESTRATEGIAS Y COLOCACIÓN DE MEDIOS (TREINTA Y CINCO PUNTOS).	35.00		35	35	35
La Agencia de Publicidad presentará una propuesta de colocación de medios, basada en los objetivos Publicitario, el cual se detalla a continuación:					
1) Objetivos de la Publicidad					
I. Para LOTRA (Lotería Tradicional)					
(a) El mercado objetivo para el plan de medios de lotería tradicional serán hombres y mujeres entre 25 y 35 años, clase ABCD, Este es un segmento de la población en el cual por el momento no tenemos participación significativa y queremos que se sume al mercado de jugadores de LOTRA.					
(b) Contribuir con la promoción e incremento en la venta de juegos de Lotería, y fortalecer la imagen institucional a través de una adecuada colocación de medios.					
(c) Seleccionar los canales más eficientes de comunicación entre la Lotería y el mercado objetivo que permitan impactar eficazmente dicho segmento con la mejor relación costo-frecuencia-alcance					
(d) Lanzamiento de nueva imagen de billetes de Lotería, apoyado con conferencia de prensa con Publicity de los medios de comunicación.					
(e) Apoyo de los medios contratados para las diferentes promociones que la Lotería lance al público.					
♦ Pauta en Medios para LOTRA					
❖ Prensa:					






CUADRO PONDERATIVO
LICITACION PUBLICA No. 02/2010

"SERVICIOS DE AGENCIA DE PUBLICIDAD PARA ESTRATEGIA Y COLOCACION DE MEDIOS DE LA LOTERIA NACIONAL DE BENEFICENCIA"

DESCRIPCION			O&R Mc, S.A. DE C.V.	SIGNO PUBLICIDAD, S.A. DE C.V.	OBERMET, S.A. DE C.V.
➤ 1 Publicación semanal de apoyo por sorteo / 4Col. x 10" / Full Color, considerar una estrategia en medios escrito.					
➤ Considerar la publicación de cada sorteo de los marcos de Lotería en los medios escritos /1Col. X 1" / Full Color.					
❖ Radio:					
➤ Contratación mensual de radios con una considerable cobertura nacional, incluir radios mercados.					
❖ Televisión:					
➤ Contratación mensual de canales con una considerable cobertura nacional, considerar canales locales y televisión por cable.					
II. Para LOTIN					
(f) El mercado objetivo del LOTIN son hombres y mujeres entre 18 y 30 años, clase ABCD					
(g) Contribuir con la promoción e incremento en la venta de LOTIN.					
(h) Apoyo para los nuevos juegos de LOTIN, con apoyo de Publicity en los diferentes medios de comunicación.					
(i) Publicación de anuncios en prensa escrita y revistas en apoyo a LOTIN					
♦ Pauta en Medios para LOTIN					
❖ Prensa:					
➤ 2 Publicaciones (frecuencia variada) de apoyo a lanzamiento de nuevos juegos / 5Col. x 13" / Full Color					
➤ 1 Publicación mensual de apoyo a mantenimiento de juegos / 4Col. X 10" / Full Color.					
❖ Radio:					
➤ Contratación mensual de radios con una considerable cobertura nacional incluyendo las radios mercados.					
❖ Televisión:					
➤ Contratación mensual de canales con una considerable cobertura nacional, considerar canales locales y televisión por cable.					
III. Para Imagen Institucional.					
(j) Apoyo en las convocatorias de prensa para los sorteos de la Lotería dentro y fuera de las Instalaciones de LNB y garantizar la cobertura.					






CUADRO PONDERATIVO
LICITACION PUBLICA No. 02/2010

"SERVICIOS DE AGENCIA DE PUBLICIDAD PARA ESTRATEGIA Y COLOCACION DE MEDIOS DE LA LOTERIA NACIONAL DE BENEFICENCIA"

DESCRIPCION			O&R Mc, S.A. DE C.V.	SIGNO PUBLICIDAD, S.A. DE C.V.	OBERMET, S.A. DE C.V.
(k) Apoyo de visitas de los medios contratados para cobertura de eventos de LNB.					
(l) Monitoreo y envío de materiales relacionados con la Lotería.					
1) Solicitud Especial.					
a) Cada Sistema de Lotería (LOTRA – LOTIN) deberá de tener un plan de medios.					
b) Formulación explícita de la estrategia de publicidad que permita transmitir y actuar sobre la población a partir de los objetivos finales de la Lotería.					
c) Dentro del plan de medios considerar las radios Mercados, canales locales que cubran el territorio salvadoreño y programación de televisión por cable.					
a) En Apoyo a los sorteos de La Lotería, las publicaciones de Prensa escrita será analizada según plan de medios deberá llevar fechas de publicación y considerar la contratación de los mismos para la colocación de marcos de lista de lotería que aparecen después de cada sorteo.					
b) Presentar 3 muestras de estrategias en medios a empresas o Instituciones del sector público o privado, a quienes el ofertante les haya proporcionado servicios similares o semejantes a los solicitados.					
a) Efectuar reuniones semanales de trabajo, entre la agencia de publicidad y las áreas correspondientes dentro de la Institución o Agencia, para el seguimiento y control del servicio.					
b) Proporcionar copias de documentos impresos del control del servicio (rationales, presupuestos, reportes, informes, etc.), de empresas a quienes el ofertante les haya proporcionado servicios sea instituciones del sector público o empresas privadas, para archivo de la Institución.					
La Lotería Nacional de Beneficencia, a la empresa adjudicada le podrá indicar la distribución en radio, prensa escrita, televisión u otro medio que la lotería les indique					
a) Para los valores agregados, listarlos en forma independiente. (ver en pagina 42 en la sección IV, punto 4.2 literal "C".					
b) El material gráfico, video, audio y otros que se considere a pautar, la Agencia se encargará de retirar dicho material donde la Lotería le indique.					
La evaluación de las 2 opciones de las estrategias y colocación de medios se regirá por los siguientes criterios, los cuales deberán de ser especialmente analizados por los expertos en la materia que componen la Comisión de Evaluación de Ofertas; y quienes asignarán el puntaje total en cada uno de los criterios, caso contrario, asignarán cero puntos para cada criterio a evaluar; en base a la estrategias más adecuada presentada por los ofertantes, a saber:					

CUADRO PONDERATIVO
LICITACION PUBLICA No. 02/2010

"SERVICIOS DE AGENCIA DE PUBLICIDAD PARA ESTRATEGIA Y COLOCACION DE MEDIOS DE LA LOTERIA NACIONAL DE BENEFICENCIA"

DESCRIPCION		O&R Mc, S.A. DE C.V.	SIGNO PUBLICIDAD, S.A. DE C.V.	OBERMET, S.A. DE C.V.
Estrategia y colocación de medios				
1. Plan de medios de publicidad.....10		10	10	10
2. Estrategia de medios.....10		10	10	10
3. texto de explicación (cinco páginas como máximo) de la estrategia el cual deberá contener como mínimo:.....15				
• Documento impreso que detallará las estrategias publicitarias a seguir, para la promoción e impulso de marcas.....5		5	5	5
• cumplimiento objetivos lotra.....5		5	5	5
• cumplimiento objetivos lotin.....5		5	5	5
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, 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 Lotería.				
DECLARACIÓN JURADA ESPECIAL				
Presenta Declaración Jurada Especial (Oferta Elegible)				
No presenta Declaración Jurada Especial(Oferta No Elegible)				
El ofertante que 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.				

CUADRO PONDERATIVO
LICITACION PUBLICA No. 02/2010

01121

"SERVICIOS DE AGENCIA DE PUBLICIDAD PARA ESTRATEGIA Y COLOCACION DE MEDIOS DE LA LOTERIA NACIONAL DE BENEFICENCIA"

DESCRIPCION		O&R Mc, S.A. DE C.V.	SIGNO PUBLICIDAD, S.A. DE C.V.	OBERMET, S.A. DE C.V.
Solamente, los ofertantes que luego del proceso de evaluación de ofertas, hubieren superado exitosamente ésta y las anteriores etapas de evaluación (legal, financiera, técnica y Declaración Jurada Especial), serán considerados para examinar sus correspondientes ofertas económicas.				
Para pasar a la siguiente etapa de la oferta económica debe de sumar por lo menos 85 puntos de las etapas de Capacidad Financiera y Oferta Técnica.		84.5	78.75	92
EVALUACION DE LA OFERTA ECONOMICA	5			
La evaluación de la oferta económica tendrá una ponderación máxima de CINCO puntos, La Oferta Económica que presente el menor precio total obtendrá 5 puntos y las demás ofertas estarán en función de la que obtuvo el mayor puntaje económico. El precio ofertado deberá estar acorde a los precios del mercado.				
La oferta económica se evaluará según la fórmula siguiente:				
Puntos = (Oferta Mínima/ Oferta Evaluada) * 5				
El contratante adjudicará el contrato al oferente cuya oferta obtenga el mayor número de puntos.				
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, PREVALECERÁ 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; así como cualquier otro tributo.				
En el análisis de la oferta económica, prevalecerán los criterios establecidos por la institución, y deberá recomendarse su adjudicación a la oferta que sea más conveniente para los bien entendidos intereses del Estado, pudiendo no ser la oferta más baja económicamente.				





CUADRO RESUMEN DE LICITACION PUBLICA No. 02/2010
"SERVICIOS DE AGENCIA DE PUBLICIDAD PARA ESTRATEGIAS Y COLOCACION DE MEDIOS DE LA LOTER
DE LA LOTERIA NACIONAL DE BENEFICENCIA"

01120

EMPRESAS		PUNTAJES				
Empresas que retiraron bases de licitación	Empresas que presentaron ofertas	Evaluación Técnica Ponderación: 75%	Evaluación Financiera Ponderación: 20%	Evaluación Técnica + Evaluación Financiera (deberá ser mayor a 85% para continuar a la evaluación económica)	Evaluación Económica Ponderación: 5%	Puntaje total
Obermet, S.A. de C.V.	O & R Marketing Communications, S.A. de C.V.	90 x 75% = 67.50	17	84.50	No se evalúa por no alcanzar el puntaje mínimo requerido	N/A
Publicidad Interactiva, S.A. de C.V.	Signo Publicidad, S.A. de C.V.	85 x 75% = 63.75	15	78.75	No se evalúa por no alcanzar el puntaje mínimo requerido	N/A
Última Publicidad, S.A. de C.V.	Obermet, S.A. de C.V.	100 x 75% = 75	17	92.00	5	97.00
MERPUBLIC, S.A. DE C.V.						
Crea Publicidad, S.A. de C.V.						
Décima, S.A. de C.V.						
Signo Publicidad, S.A. de C.V.						
Bianchi y Asociados, S.A. de C.V.						
O & R Marketing Communications, S.A. de C.V.						
JM Creativo, S.A. de C.V.						
Empresa Ganadora: OBERMET, S.A. DE C.V., con un monto total de \$319,091.52, para un período comprendido desde la suscripción del contrato hasta el 31 de diciembre de 2010		Disponibilidad Presupuestaria para el proceso: \$ 541,300.00				

[Firma manuscrita]

