



MINISTERIO  
DE SALUD

PROYECTO CRECIENDO SALUDABLES JUNTOS:  
DESARROLLO INTEGRAL DE LA PRIMERA  
INFANCIA EN EL SALVADOR.

### **RESOLUCIÓN DE DECLARATORIA DESIERTA NO. 08/2024 UCPCSJ**

En el Ministerio de Salud, en San Salvador, a las once horas treinta minutos del dos de abril de dos mil veinticuatro.

#### **CONSIDERANDO:**

- I. Que en fecha tres de enero de dos mil veinticuatro de conformidad con el Plan de Adquisiciones se promovió el proceso de Solicitud de Ofertas Nacional N° **CSJ-126-MINSAL-NC-RFB** denominado: **"SERVICIOS DE AGENCIA DE PUBLICIDAD PARA LA DIFUSIÓN DE LA CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN SOCIAL EN SALUD PARA LA PROMOCIÓN DE ESTILOS DE VIDA SALUDABLE, EN EL MARCO DE LA LEY CRECER JUNTOS Y LEY NACER CON CARIÑO"**, el cual se ha seguido conforme las disposiciones establecidas en las Regulaciones de Adquisiciones para Prestatarios en Proyectos de Inversión de fecha julio dos mil dieciséis, revisadas en noviembre de dos mil diecisiete y agosto de dos mil dieciocho, del Banco Mundial.
  - 1) Que habiendo señalado el día catorce de febrero de dos mil veinticuatro, hasta las diez horas, para la recepción de ofertas, llegando el día y hora señalado, se recibieron cuatro ofertas: 1) **OMNIMARK DE EL SALVADOR, S.A. DE C.V.**; 2) **APEX PUBLICIDAD, S.A. DE C.V.**; 3) **BIANCHI Y ASOCIADOS, S.A. DE C.V.**, 4) **ID INTERACTIVE, S.A. DE C.V.**, lo cual consta en el Cuadro de Recepción de Ofertas y que forma parte del expediente del presente proceso.
- II. Que mediante Acuerdo de Nombramiento de Comisión Evaluadora de Ofertas **No. CSJ-126-MINSAL-NC-RFB** de fecha catorce de febrero de dos mil veinticuatro, se nombró la Comisión Evaluadora de las ofertas.
- III. Que analizadas y evaluadas las ofertas de conformidad con las disposiciones establecidas en el documento de Solicitud de Oferta Nacional, en el Manual de Operaciones del Proyecto y en las Regulaciones de Adquisiciones para Prestatarios en Proyectos de Inversión de fecha julio dos mil dieciséis, revisadas en noviembre de dos mil diecisiete y agosto de dos mil dieciocho, del Banco Mundial, la Comisión Evaluadora de Ofertas emitió informe de fecha veintiocho de febrero de dos mil veinticuatro, así como un informe de rectificación sobre Evaluación de las Ofertas en fecha dieciocho de marzo de dos mil veinticuatro, recomendado al Titular del Ministerio de Salud:
  - A) **DESCALIFICAR** las ofertas presentadas por los licitantes **OMNIMARK DE EL SALVADOR, S.A. DE C.V.** y **APEX PUBLICIDAD, S.A. de C.V.**, de conformidad a la Sección I. Instrucciones a los Licitantes (IAL), numeral 4: "Licitantes Elegibles", apartado 4.2, en el que se define que ningún Licitante podrá tener conflictos de interés y que cualquier Licitante que se determine que tiene conflictos de interés será descalificado. Encontrándose para este proceso que, según escrituras de constitución, ambas sociedades son representadas por la misma persona natural, condición que se encuentra descrita en el literal (c) "tiene el mismo representante legal que otro Licitante", de la IAL antes citada.
  - B) **RECHAZAR** por no responder sustancialmente a las especificaciones técnicas solicitadas en el Documento de Solicitud de Ofertas, de conformidad a lo establecido en la Sección III. Criterios de Evaluación y Calificación, las ofertas presentadas por las empresas:
    1. **BIANCHI Y ASOCIADOS, S.A. DE C.V.**

2. ID INTERACTIVE, S.A. DE C.V.

IV. En el STEP aprobado por el Banco Mundial, el proceso se identifica como revisión posterior.

V. Que estando de acuerdo con el Informe de Recomendación de la Adjudicación emitido por la Comisión de Evaluación de Ofertas.

**POR TANTO:**

El Ministerio de Salud de conformidad a lo anteriormente expuesto y a las disposiciones establecidas en las Regulaciones de Adquisiciones para Prestatarios en Proyectos de Inversión fecha julio dos mil dieciséis, revisadas en noviembre de dos mil diecisiete y agosto de dos mil dieciocho, del Banco Mundial.

**RESUELVE:**

- A) **DESCALIFICAR** las ofertas presentadas por los licitantes **OMNIMARK DE EL SALVADOR, S.A. DE C.V.** y **APEX PUBLICIDAD, S.A. de C.V.**, de conformidad a la Sección I. Instrucciones a los Licitantes (IAL), numeral 4: "Licitantes Elegibles", apartado 4.2, en el que se define que ningún Licitante podrá tener conflictos de interés y que cualquier Licitante que se determine que tiene conflictos de interés será descalificado. Encontrándose para este proceso que, según escrituras de constitución, ambas sociedades son representadas por la misma persona natural, condición que se encuentra descrita en el literal (c) "tiene el mismo representante legal que otro Licitante", de la IAL antes citada.
- A) **RECHAZAR** la oferta presentada por la empresa **BIANCHI Y ASOCIADOS, S.A. DE C.V.**, por no responder sustancialmente a las especificaciones técnicas solicitadas en el Documento de Solicitud de Ofertas, de conformidad a lo establecido en la Sección III. Criterios de Evaluación y Calificación, conforme el siguiente detalle:  
De acuerdo al Documento de Solicitud de Oferta, 2. Evaluación (IAL 34) **2.1. Criterios de evaluación, "Aspectos Técnicos, Evaluación de Campaña"**, se requería que la propuesta presentada por el participante aportará elementos innovadores para crear vínculos con las audiencias, sin embargo, al evaluar la oferta se verificó que la propuesta no presenta medios innovadores o novedosos, ni acciones diferentes a las ya realizadas en medios masivos y redes sociales, ni describieron de qué manera se iba a sensibilizar al target, pues la propuesta sería considerada innovadora si en ella se identificaba la creación de forma novedosas de estrategias para crear vínculos con la audiencia, sin embargo, su propuesta se enfocó en un grupo poblacional con las posibilidades de pagar ser alcanzados por los medios de comunicación convencionales (televisión, radio, redes sociales, cable pagado) no cumpliendo con el objetivo principal del aspecto evaluado.
- B) **RECHAZAR** la oferta presentada por **ID INTERACTIVE, S.A. DE C.V.**, por no responder sustancialmente a las especificaciones técnicas solicitadas en el Documento de Solicitud de Ofertas, de conformidad a lo establecido en la Sección III. Criterios de Evaluación y Calificación, conforme el siguiente detalle:
- i. **Numeral 2.1. "Criterios de Evaluación (IAL 34.6): Aspectos Técnicos, Evaluación de Campaña"**. En cuanto a la innovación, se requería que la propuesta presentada por el participante aportara elementos innovadores para crear vínculos con las audiencias, sin embargo, al evaluar la oferta se verificó que la propuesta no presenta medios innovadores o

novedosos, ni acciones diferentes a las ya realizadas en el rubro que fueran capaces de lograr crear vínculos con las audiencias.

Además, debían ser presentados los materiales de la campaña (spot, cuñas de radio, piezas gráficas y otros que hayan sido contemplados en la propuesta del ofertante) diseñados con base a un mensaje central, de acuerdo al racional creativo y por ende al Brief de la campaña. Al realizar la evaluación de este aspecto, se verificó que la propuesta presentada sí incluye guiones de spot de T.V. y cuña de radio, pero sin producción, por lo que no se cumplió con este apartado.

ii. **Numeral 2.1. “Criterios de Evaluación (LAL 34.6): “Aspectos Técnicos, Estrategia de Comunicación”:**

- Dentro del plan de medios sería evaluada la capacidad de negociación del ofertante, brindando la mejor oferta posible a la Dirección Integral Materno Perinatal y Niñez (paquetes, costos especiales, bonificaciones y valores agregados), sin embargo, no presenta value box ni forma de medir el poder de negociación que se tendría con medios a contratar.
- En el Plan de medios debía ser presentada una idea creativa y de alto impacto, combinando de la mejor forma alcance - frecuencia; coberturas nacionales – departamentales, regionales o internacionales etc.; ayudando con ello el cumplimiento de los objetivos de comunicación. Al evaluar la oferta del licitante, no se observa una caracterización clara y definida de nivel de cobertura, población a alcanzar ni distribución geográfica de la pauta en medios.
- Era necesario presentar el plan de medios digitales (periódicos digitales y redes sociales), para este caso se debía presentar medio, formatos, fecha de pauta, KPI o indicadores por formato, total de inversión y distribución de la pauta, al evaluar la oferta del licitante no se encontró un plan de medios digitales que indique cómo se hará la inversión, distribución de pauta ni medición de resultados. Solo presenta la justificación de estos medios, pero no detalla cómo se implementarán.

iii. **“Aspectos a Evaluar, Funcionamiento y Capacidad Técnica”**

- Se concluyó incumplimiento en el nivel académico requerido para el director de cuentas, pues se exigía graduado universitario de diseño gráfico, comunicaciones, marketing o carrera afín, sin embargo, la carrera universitaria del perfil propuesto no se considera afín (ingeniería en sistemas).

C) Declarar **DESIERTO** el proceso de Solicitud de Oferta Nacional No. **CSJ-126-NC-RFB**, denominado: **“SERVICIOS DE AGENCIA DE PUBLICIDAD PARA LA DIFUSIÓN DE LA CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN SOCIAL EN SALUD PARA LA PROMOCIÓN DE ESTILOS DE VIDA SALUDABLE, EN EL MARCO DE LA LEY CRECER JUNTOS Y LEY NACER CON CARIÑO”**.

D) **AUTORIZAR** a la UCPCSJ, realizar una nueva convocatoria del proceso, una vez la Unidad Solicitante confirme la necesidad de los servicios.

**NOTIFÍQUESE:**

  
**Dr. Francisco José Alabi Montoya**  
**Ministro de Salud, Ad Honorem**

