

**ACTA DE EVALUACIÓN TÉCNICA - ECONÓMICA
Y OTORGAMIENTO DE BUENA PRO**

ADS N° 030-2011-OSITRAN - PRIMERA CONVOCATORIA

**"CONTRATACIÓN DEL SERVICIO DE DESARROLLO DE LA CAMPAÑA DE DIFUSIÓN DE OSITRAN
SOBRE DERECHOS Y DEBERES DE LOS USUARIOS (CREATIVIDAD Y PRODUCCION)"**

En la ciudad de Lima, en la fecha y a horas 17:40 horas; en las instalaciones del OSITRAN, ubicado en la Av. República de Panamá N° 3659, Urb. El Palomar, San Isidro, se reunió el Comité Especial Permanente designado mediante Resolución de Gerencia General N° 072-2011-GG-OSITRAN, de fecha 29 de setiembre de 2011, a cargo de la Adjudicación Directa Selectiva N° 030-2011-OSITRAN, a fin de evaluar las propuestas presentadas por los postores de acuerdo al cronograma publicado en las bases administrativas, obteniendo el siguiente resultado:

POSTORES	EVALUACIÓN		
	TÉCNICA	ECONÓMICA	RESULTADO FINAL PONDERADO
MACROVISION PERU S.A.C.	70.00	30.00	100

Como resultado de la evaluación el mayor puntaje ponderado alcanzado corresponde al postor **MACROVISION PERU S.A.C.**

En tal sentido, este colegiado por unanimidad toma los acuerdos siguientes:

ACUERDOS:

1. Adjudicar la Buena Pro al postor **MACROVISION PERU S.A.C.**, cuya propuesta económica asciende a **S/. 120,000.00** (Ciento veinte mil y 00/100 nuevos soles), el mismo que se refleja en el cuadro de evaluación.
2. Insertar la presente Acta en el Libro de proceso correspondiente, publicar en el SEACE y notificar a los postores.

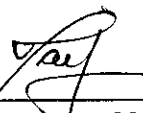
Lima, 25 de octubre de 2011.



Mayra Nieto Manga
Presidente



José Luis Cortés Fontcuberta Abucci
Miembro Titular



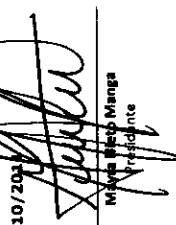
Mary Bustamante Mamani
Miembro Suplente

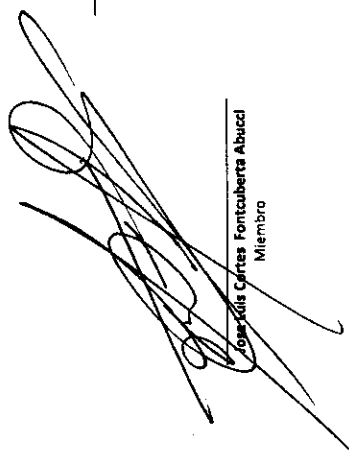
**ADS N° 030-2011-OSITRAN
CONTRATACIÓN DEL SERVICIO DE DESARROLLO DE LA CAMPAÑA DE DIFUSION DE OSITRAN
SOBRES DERECHOS Y DEBERES DE LOS USUARIOS (CREATIVIDAD Y PRODUCCION)**


FACTORES DE EVALUACION		POSTOR
CRITERIOS	VALORES	MACROVISION PERU S.A.C.
A. Factor "Experiencia del Postor" Criterio: <input type="checkbox"/> Monto igual o mayor a S/. 700,000.00 y hasta S/. 975,000.00 <input type="checkbox"/> Monto igual o mayor a S/. 525,000.00 y menor a S/. 700,000.00 <input type="checkbox"/> Monto igual o mayor a S/. 350,000.00 y menor a S/. 525,000.00	30 30 20 10	30 30 20
B. Factor "Referidos al objeto de la convocatoria" Criterio: <input type="checkbox"/> Más de 90 puntos <input type="checkbox"/> Más de 80 hasta 90 puntos <input type="checkbox"/> Más de 70 hasta 80 puntos	30 30 20 10	30 30 20
C. Factor "Referido al personal propuesto" Se evaluará la experiencia específica en campañas educativas del personal propuesto para la ejecución del servicio, que se acreditará con constancias o certificados. C-1 Productor General <input type="checkbox"/> Más de 05 campañas <input type="checkbox"/> Más de 05 campañas <input type="checkbox"/> Más de 05 campañas	20 10 10 20	20 10 10 20
D. Factor "Mejoras" Plazo de cumplimiento de la prestación D.1 Etapa de diseño de la campaña <input type="checkbox"/> De 05 a menos días calendario <input type="checkbox"/> De 15 a 11 días calendario <input type="checkbox"/> De 19 a 16 días calendario D.2 Etapa de producción de las piezas solicitadas <input type="checkbox"/> De 10 a menos días calendario <input type="checkbox"/> De 15 a 11 días calendario <input type="checkbox"/> De 19 a 16 días calendario	10 5 3 10 5 3	10 10 10
PUNTAJE TÉCNICO	100.00	100.00
Ponderación	0.70	0.70
RESULTADO DE EVALUACION TECNICA		
	Calif/Descalif	Califica
	70.00	
EVALUACION ECONOMICA		
PROPUESTA ECONOMICA	S/. 120,000.00	S/. 120,000.00
PUNTAJE ECONOMICO	100.00	100.00
Ponderación	0.30	0.30
RESULTADO DE LA EVALUACION ECONOMICA	30.00	30.00
PUNTAJE TOTAL		100.00

RESULTADO FINAL
MACROVISION PERU S.A.C. MONTO: S/. 120,000.00

Fecha : 25/10/2011


 María Inés Manga
 Presidente


 Toyandis Cártes Fontcuberta Abucci
 Miembro


 Mayly Bustamante Mamani
 Miembro Suplente

ADS N° 030-2011-OSITRAN
(VERIFICACION DE DOCUMENTACION DE PRESENTACION OBLIGATORIA)
CONTRATACION DEL SERVICIO DE DESARROLLO DE LA CAMPAÑA DE DIFUSION DE OSITRAN SOBRES DERECHOS
Y DEBERES DE LOS USUARIOS (CREATIVIDAD Y PRODUCCION)

	CONTENIDO SOBRE TECNICO	TUNQUI PUBLICIDAD S.A.C.		MACROVISION PERU S.A.C.		
		PRESENTACION		PRESENTACION		
		SI	NO	SI	NO	
OBLIGATORIA	a)	Copia simple del Certificado de inscripción vigente en el Registro Nacional de Proveedores, Registro de Servicios	X		X	
	b)	Declaración Jurada de datos del postor. (ANEXO N° 01) Cuando se trate de Consorcio, esta declaración jurada será presentada por cada uno de los consorciados.	X		X	
	c)	Declaración Jurada y/o documentación que acredite el cumplimiento de los Requerimientos Técnicos Mínimos contenidos en el Capítulo III de la presente sección - (ANEXO N° 02). El postor deberá presentar obligatoriamente la documentación solicitada en el numeral V de los términos de referencia y requerimientos técnicos mínimos que respaldan la declaración jurada presentada. También deberá presentar su propuesta Estratégica - Creativa.	X		X	
	d)	Puntaje Obtenido en presentación estratégica y creativa.	48 PUNTOS		93 PUNTOS	
	e)	Unicamente pasarán a la etapa de evaluación de propuestas aquellos postores que obtengan un puntaje mínimo de 70 puntos, siendo este un requisito de admisibilidad de la propuesta.	PROPUESTA NO ADMITIDA		PROPUESTA ADMITIDA	
	f)	Declaración jurada simple de acuerdo a lo señalado en el Artículo 42° del Reglamento de la Ley de Contrataciones del Estado. (ANEXO N° 03)	X		X	
FACULTATIVO	a)	Promesa de consorcio, de ser el caso, consignando los integrantes, el representante común, el domicilio común y el porcentaje de participación. (Anexo N° 04)		X		X
	b)	Declaración Jurada del plazo de prestación del servicio, según (ANEXO N° 05).	X		X	
	c)	Certificado de inscripción o reinscripción en el Registro de la Micro y Pequeña Empresa (REMYPE), de ser el caso.				X
		En el caso de microempresas y pequeñas empresas integradas por personas con discapacidad o en el caso de consorcios conformados en su totalidad por estas, deberá presentarse una constancia o certificado con el cual acredite su inscripción en el Registro de Empresas Promocionales para Personas con Discapacidad.				X
	Documentos para la aplicación de todos los factores de evaluación; consignar descripción de cada documento. En el caso del factor "Experiencia del postor". (Anexo N° 06).			X		
CUMPLIMIENTO DE LA DOCUMENTACION SOLICITADA		NO CUMPLE		CUMPLE		

OBSERVACIONES :No hay observaciones que efectuar

**CUADRO RESUMEN
PUNTAJE OBTENIDO POR POSTOR**

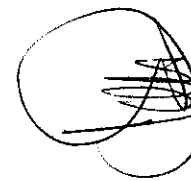
POSTOR	EVALUADOR 1	EVALUADOR 2	EVALUADOR 3	PUNTAJE PROMEDIO
TUNQUI PUBLICIDAD	30	60	55	48
MACROVISION.	90	90	100	93

Únicamente pasarán a la Etapa de Evaluación de Propuestas aquellos postores que obtengan un puntaje mínimo de 70 puntos, siendo este un requisito de admisibilidad de la propuesta.



EVALUADOR 1
NOMBRE: DONIS HINOJOSA

DNI: 68052778



EVALUADOR 2
NOMBRE: CARLOS FUENZALIDA

DNI: C.E. 000221573

EVALUADOR 3
NOMBRE: CARLOS FUENZALIDA

DNI: 06966586

SEÑORES: OSITRAN
ASUNTO: SUSTENTO DE CALIFICACIÓN DE PROPUESTAS CREATIVAS
EVALUADOR: DORIS HINOJOSA
FECHA: 24.10.2011

A continuación presento el sustento de evaluación de las propuestas creativas para la licitación de OSITRAN

PROPUESTA 1: AGENCIA TUNQUI

La empresa realizó un diagnóstico aceptable de las necesidades de comunicación de OSITRAN y las relacionó directamente a la necesidad del posicionamiento de la institución como el supervisor de los contratos de concesión.

Sin embargo, la propuesta presentada es demasiado básica, se sustenta en la creación de un personaje pero no comunica con eficacia ni qué es OSITRAN ni cuáles son los deberes y derechos de los usuarios de la infraestructura.

Aún cuando identifican como una debilidad de OSITRAN la dureza de su logotipo, compuesto por un isotipo (figura triangular) y un nombre demasiado largo y técnico, plantean el empleo del isotipo como eje central de su propuesta visual, lo cual resulta una contradicción.

La propuesta es fría, distante, no hay un mensaje amigable.

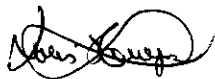
PROPUESTA 2: MACROVISIÓN

La empresa realizó un diagnóstico acertado del estado de la situación en que se busca lanzar la campaña de comunicación. Reveló conocimiento de las funciones y ámbito de trabajo de OSITRAN que iban más allá de la información entregada.

Plantea un mensaje o slogan para toda la campaña ("¡Que te vaya bien!") que transmite calidez y humaniza al organismo técnico, OSITRAN, en su intención por acercarse a los usuarios para hacerles conocer sus deberes y derechos.

La segunda parte del slogan ("Sino...OSITRAN") encaja también en el objeto de la campaña de comunicación, de presentar a OSITRAN como el fiscalizador de que las empresas concesionarias brinden un servicio de calidad al usuario y que respeten sus derechos... de lo contrario recibirán las sanciones que les corresponden.

La propuesta es integral, se nota un mismo hilo conductor en todos los medios solicitados e incluso se han planteado otros que se pueden desarrollar en el futuro.



DORIS HINOJOSA

SEÑORES: OSITRAN
ASUNTO: SUSTENTO DE CALIFICACIÓN PROPUESTAS CREATIVAS
EVALUADOR: CARLOS FULLER
FECHA: 24.10.2011

A continuación presento el sustento de evaluación de las propuestas creativas para la licitación de OSITRAN.

PROPUESTA 1: AGENCIA TUNQUI

La agencia tenía bastante claros los conceptos estratégicos y los objetivos de comunicación. Asimismo, el posicionamiento planteado en la estrategia dejaba en claro la función principal de OSITRAN. Sin embargo, a pesar de tener el camino estratégico claramente definido, el camino creativo elegido no cumplió a cabalidad con ella.

Las piezas creativas no reflejaban claramente la estrategia. La creatividad era demasiado básica para generar el impacto deseado. Incluso no dejaba en claro los deberes de los usuarios ni reflejaban el posicionamiento de OSITRAN.

Lamentablemente, esta propuesta no cumple con lo esperado por la entidad.

PROPUESTA 2: AGENCIA MACROVISIÓN

La agencia planteó una estrategia de comunicación muy bien elaborada y sustentada, de acuerdo a lo solicitado en el brief. Incluso fueron más allá, proponiendo caminos estratégicos valaderos y coherentes, los mismos que fueron perfectamente resueltos en la etapa creativa.

El concepto creativo planteado ¡QUE TE VAYA BIEN! SINO... OSITRAN nos deja claramente planteados los objetivos y las funciones de OSITRAN y nos refuerza su posicionamiento. El recurso de la frase pegajosa parafraseando a la institución permitirá una óptima recordación en los usuarios.

Si bien es cierto que la propuesta tiene algunos conceptos que reforzar, el 90% del camino estratégico y creativo es muy positivo.

En resumen, es una propuesta muy bien encaminada que, con pequeños ajustes, funcionará perfectamente.



CARLOS FULLER

SEÑORES: OSITRAN
ASUNTO: SUSTENTO DE CALIFICACIÓN PROPUESTAS
CREATIVAS
EVALUADOR: RICARDO C. MAJKA
FECHA: 24.10.2011

PROPUESTA 1: AGENCIA TUNQUI

La empresa Tunqui producciones realizo una exposición muy profesional, cumpliendo correctamente con los puntos y condiciones establecidas en las bases .

Con respecto al contenido la misma considero que les falto una mayor compenetración con respecto al análisis del mercado si bien es cierto conocían sobre el tema considero que falto una mayor profundidad con el mismo.
Con respecto al posicionamiento, el mismo es demasiado ambicioso y amplio debiendo ser más concreto y preciso.

En cuanto al requerimiento creativo el mismo si bien comunica varios aspectos, falto comunicar, los deberes de los usuarios y en cuanto a los derechos los mismos se muestran en el desarrollo del comercial pero no con el suficiente énfasis con el cual se busca lograr los objetivos.

Por otro lado la campaña en general comunica muy racionalmente, el objetivo y no es contundente en posicionar a Ositran, como una "marca" que en un corto o mediano plazo sea recordada por los usuarios como un ente regulador que defiende y comunica los derechos de los usuarios.

Asimismo el personaje o muñeco en el cual gira el torno de la campaña no es novedoso, si bien es un elemento que podría ayudar en la recordación ya es muy utilizado por otros entes reguladores,.

La campaña gráfica resalta demasiado el isotipo de Ositran el cual no aporta en comunicar los objetivos que plantea el brief de la presente campaña.
Se encontró poca creatividad en la propuesta de BTL.

No hay un cierre o remate fuerte de un slogan que fije un vinculo emocional con los usuarios, la empresa Tunqui producciones utiliza una comunicación "muy fría" como: Supervisando la calidad del transporte, dicha frase no crea un vinculo con los usuarios y Ositran.

Por lo antes expuesto consideramos que la empresa Tunqui producciones no alcanza lograr el puntaje mínimo que se requiere para comunicar los objetivos de la presente campaña.

PROPUESTA 2: AGENCIA MACROVISIÓN

La presente empresa realizó una presentación muy profesional y demostró durante la misma un conocimiento tanto del mercado como del usuario explicaron en forma clara y concisa ambos puntos.

Tiene un posicionamiento claro y conciso que va muy de la mano con lo que se les plantea en el brief.

En la parte creativa logra un fuerte empatía emocional entre Ositran y los usuarios con una forma creativa y original que además contempla el uso "popular" de una frase como que te vaya bien frase que es coloquial y amena con los usuarios y además de uso común.

La única observación que encontramos que es fácilmente subsanable es cambiar en la frase " Ositran te informa sobre tus deberes y hacer respetar tus derechos la palabra informa por otra más coloquial como vela o cualquier otra que se acerque más al lenguaje ciudadano.

Como recomendación final sugiero que en el momento de la producción se tenga especial cuidado con el casting de los modelos que se seleccionaran para realizar la presente campaña, los mismos deberán reflejar al grupo objetivo que se refleja en la estrategia presentada por la productora.


RICARDO C. MAJKA