

ACTA DE RECOMENDACIÓN DE LICITACIÓN N° 1436381-12-LQ25

“SERVICIO DE DIFUSION DE CAMPAÑA COMUNICACIONAL PARA EL DIA DE LOS PATRIMONIO 2026, DE LA UNIDAD DE PROGRAMACIÓN Y DIFUSIÓN PATRIMONIAL”

En Santiago, a 11 de noviembre de 2025, los abajo firmante, funcionarios del Servicio Nacional del Patrimonio, constituidos como Comisión evaluadora en la Licitación pública con ID 1436381-12-LQ25, denominada **“SERVICIO DE DIFUSION DE CAMPAÑA COMUNICACIONAL PARA EL DIA DE LOS PATRIMONIO 2026, DE LA UNIDAD DE PROGRAMACIÓN Y DIFUSIÓN PATRIMONIAL”**.

Realizada la apertura de las ofertas, se han recibido 5 de los siguientes ofertas

Apertura: Se presenta la oferta de:

N°	OFERENTES	RUT
1	INFLUENCER MARKETING SpA	77.777.198-1
2	AMORALCAOS SpA	77.298.702-2
3	ARGUMENTAL FILMS SpA	76.139.044-9
4	BIO BIO COMUNICACIONES S A	96.516.560-6
5	DUAL SpA	76.985.965-9

Durante la revisión de las ofertas recibidas, la Comisión Evaluadora estimó necesario, solicitar con fecha 13 de noviembre de 2025 a dos proveedores por foro inverso en Mercado Publico, el envío de la documentación faltante necesaria para la evaluación de sus propuestas. En el caso del proveedor **BIO BIO COMUNICACIONES S.A., RUT N° 96.516.560-6**, se solicitó fotocopia de la cédula de identidad del representante legal y en tanto al oferente **INFLUENCER MARKETING SpA, RUT N° 77.777.198-1**, la fotocopia del RUT de la persona jurídica, fotocopia de la cédula de identidad del representante legal y fotocopia de la escritura de constitución de la persona jurídica y sus eventuales modificaciones, con constancia de su inscripción en el Registro de Comercio, si correspondiere.

Cumplido el plazo, la documentación fue presentada por ambos ofertantes. En razón de lo anterior se evalúan las siguientes ofertas:

Los criterios de evaluación establecidos en las bases de licitación son los siguientes:

1. Oferta Económica	15%
2. Oferta Técnica	79%
- Brief propuesta de campaña	50%
- Estrategia de medios	20%
- Experiencia	5%
- Enfoque de Género	4%
3. Pacto de integridad	2%
4. Evaluación del cumplimiento de requisitos formales de presentación de la oferta	4%



1. Oferta Económica (15%)

La evaluación de la oferta económica total del proyecto según la siguiente fórmula

Subcriterio 1:

$$POE: (15\%) \times (OEB/OEE) \times 100$$

Donde:

POE: Puntaje de la oferta económica en evaluación

OEB: Oferta económica más baja

OEE: Oferta económica en evaluación

Proveedor	Oferta Económica	Ponderación.
	Monto	%
INFLUENCER MARKETING SpA	\$200.000.000.-	4,63%
AMORALCAOS SpA	\$199.371.105.-	4,64%
ARGUMENTAL FILMS SpA	\$185.000.000.-	5%
BIO BIO COMUNICACIONES S A	\$199.999.999.-	4,63%
DUAL SpA	\$195.379.998.-	4,73%

Subcriterio 2: Evaluación de la comisión del proveedor (10 %).

Proveedor	Comisión Agencia	Puntaje	Ponderación
INFLUENCER MARKETING SPA	10%	100 puntos	10%
AMORALCAOS SpA	10%	100 puntos	10%
ARGUMENTAL FILMS SPA	10%	100 puntos	10%
BIO BIO COMUNICACIONES S A	10%	100 puntos	10%
DUAL SPA	9%	100 puntos	10%

2. Oferta Técnica (79%)

A. Brief propuesta de campaña (50%)

Se evaluará el Brief de la propuesta de campaña presentada por el proveedor, considerando su grado de alineación con los elementos definidos en las bases técnicas (punto 3 Requerimientos del servicio). En particular, se revisará la coherencia y pertinencia de la propuesta respecto al objetivo general del servicio, el público objetivo, el mensaje central, el tono y estilo comunicacional, así como la ejecución y los soportes propuestos para la implementación de la campaña del **Día de los Patrimonios en verano**.

La propuesta deberá demostrar una comprensión integral de los lineamientos entregados en los requerimientos del servicio, y proponer una solución creativa, coherente y adecuada al enfoque de la campaña.



Proveedor	Objetivo	Público objetivo	Mensaje	Tono y estilo	Ejecución y Soporte	Puntaje	Ponderación	Observación
INFLUENCER MARKETING SPA	10	10	15	15	0	90	45%	El plan de ejecución omite o no detalla la cobertura audiovisual y fotográfica en siete regiones y la adaptación gráfica de al menos dos avisos para prensa escrita.
AMORALCAOS SPA	10	20	30	30	0	90	45%	El plan de ejecución omite la cobertura en siete regiones y los avisos para prensa escrita.
ARGUMENTAL FILMS SPA	10	20	30	30	10	100	50%	El oferente cumple con todos los criterios de evaluación en el Brief
BIOBIO COMUNICACIONES SA	10	20	30	0	0	60	30%	No presenta la propuesta visual con el estilo de ilustración solicitado, este es un requisito fundamental para la identidad de la campaña. El plan de ejecución omite la cobertura en siete regiones y los avisos para prensa escrita.
DUAL SPA	10	20	30	30	0	90	45%	El plan de ejecución omite la cobertura en siete regiones y los avisos para prensa escrita.



b. Estrategia de medios (20%)

Se evaluará la estrategia de medios que presente el oferente, en relación con los objetivos de la campaña, el análisis de público propuesta y la distribución eficiente del presupuesto, aplicando la siguiente tabla de asignación de puntajes:

ESTRATEGIA DE MEDIOS	CUMPLE	PUNTAJE	PONDERACIÓN %
Presenta una estrategia de medios acorde a los objetivos comunicacionales de la campaña, el cual considera los antecedentes proporcionados en los requerimientos del servicio.	Sí	60	12%
	NO	0	0%
La estrategia de medios presentada incluye un análisis del grupo objetivo de la campaña, considerando variables y mediciones, las cuales incluyen estudios realizados por terceros.	Sí	20	4%
	NO	0	0%
Presenta un plan eficiente de acuerdo con la distribución del presupuesto y el periodo de campaña, con relación al rol de cada medio. segmentación, etc.	Sí	20	4%
	NO	0	0%

Proveedor	Observaciones	Puntaje	Ponderación
INFLUENCER MARKETING SpA	El oferente cumple con la propuesta de plan de medios y es presentado en el formato solicitado.	100	20%
AMORALCAOS SpA	El oferente cumple con la propuesta de plan de medios y es presentado en el formato solicitado.	100	20%
ARGUMENTAL FILMS SpA	El oferente cumple con la propuesta de plan de medios y es presentado en el formato solicitado.	100	20%
BIOBIO COMUNICACIONE S S A	El oferente cumple con la propuesta de plan de medios y es presentado en el formato solicitado.	100	20%
DUAL SpA	El oferente cumple con la propuesta de plan de medios y es presentado en el formato solicitado.	100	20%

c. Experiencia (5%)

Se evaluará la experiencia del oferente en campañas de difusión de eventos y/o festivales culturales de características similares, a través de portafolio o archivo audiovisual que respalde y corrobore dicha experiencia.



Experiencia comprobable	Puntaje	Ponderación %
El oferente acredita tres o más campañas de difusión en eventos o festivales culturales de alcance nacional o regional, con respaldo verificable.	100 puntos	5%
El oferente acredita una o dos campañas de difusión en eventos o festivales culturales, con respaldo verificable.	50 puntos	2.5%
El oferente no presenta evidencia de experiencia en el ámbito solicitado.	0 puntos	0%

Proveedor	Observaciones	Puntaje	Ponderación
INFLUENCER MARKETING SpA	El oferente presenta en su anexo N°6 experiencias de las cuales se acredita 1 campaña de difusión en eventos o festivales culturales de alcance nacional o regional.	50	2,5%
AMORALCAOS SpA	El oferente presenta en su anexo n°6 experiencias de las cuales se acredita 3 campañas de difusión en eventos o festivales culturales de alcance nacional o regional.	100	5%
ARGUMENTAL FILMS SpA	El oferente presenta en su anexo n°6 experiencias de las cuales se acredita 3 campañas de difusión en eventos o festivales culturales de alcance nacional o regional.	100	5%
BIOBIO COMUNICACIONES S A	El oferente presenta en su anexo n°6 experiencias de las cuales se acredita 3 campañas de difusión en eventos o festivales culturales de alcance nacional o regional.	100	5%
DUAL SpA	El oferente presenta en su anexo n°6 experiencias de las cuales se acredita 3 campañas de difusión en eventos o festivales culturales de alcance nacional o regional.	100	5%



d. Enfoque de género 4%

Se considerará a los oferentes participantes que sean lideradas por mujeres, con el objeto de incentivar la participación de ellas en el mercado público, lo cual deberá acreditarse mediante Sello Empresa Mujer o bien a través de documentos de constitución de empresa que lo validen

ENFOQUE DE GÉNERO (4 %)	Puntaje	Ponderación %
El o la oferente acredita que cuenta con sello mujer en mercado público	100 puntos	4 %
El o la oferente no cuenta con sello mujer en mercado público	0 puntos	0 %

Proveedor	Enfoque de Género.	Puntaje	Ponderación
INFLUENCER MARKETING SpA	El o la oferente no cuenta con sello mujer en mercado público.	0	0%
AMORALCAOS SpA	El o la oferente no cuenta con sello mujer en mercado público.	0	0%
ARGUMENTAL FILMS SpA	El o la oferente acredita que cuenta con sello mujer en mercado público.	100	4%
BIOBIO COMUNICACIONES S A	El o la oferente no cuenta con sello mujer en mercado público.	0	5%
DUAL SpA	El o la oferente no cuenta con sello mujer en mercado público.	0	5%

3. Pacto integridad (2%)

De acuerdo con lo dispuesto en el artículo 17 del Reglamento de la Ley N° 19.886, los oferentes que contraten con las Entidades deberán acreditar la existencia de programas de integridad y ética empresarial, los cuales deben ser efectivamente conocidos y aplicados por su personal. Esta acreditación será considerada en un criterio de evaluación en las bases de licitación.



El Pacto de Integridad como medida para disminuir los posibles riesgos de corrupción en materia de compras Públicas, según el Dictamen N° E370752 de Contraloría General de la República de fecha 20 de julio de 2023, es un criterio de evaluación para mejorar la transparencia y la participación y prevenir la corrupción en la contratación pública. Este pacto contiene compromisos con el objeto de mantener una conducta honrada y transparente de los oferentes en el proceso de contratación administrativa.

Los oferentes deberán declarar si cuentan o no con programas o pactos de integridad, conforme señala el dictamen citado anteriormente. Adicionalmente, deberán acreditar que estos programas o pactos han sido debidamente difundidos y comunicados al personal. Por lo anterior, la presentación de los programas o pactos deberán ser acompañados de evidencias que permitan comprobar que han sido difundidos y por ende conocidos por el personal, esto es:

- Estar disponible en el sitio web de la compañía, de acceso público, comprobable. (Indicar URL para verificación).
- Haber sido distribuido con el personal, acreditado mediante la firma de recepción conforme de los trabajadores e involucrados.
- Haber sido comunicado mediante una charla o capacitación, mediante la firma de asistencia a dicha instancia por parte de los trabajadores e involucrados.
- Ser parte de alguna política o parte del reglamento interno de la empresa, el cual debe haber sido recepcionado conforme, mediante firma del trabajador e involucrados.
- Cualquier otro mecanismo que permita evidenciar y a la vez acreditar que el personal ha tomado conocimiento del programa o pacto en cuestión o este personal haya aprobado cursos, capacitaciones, diplomados u otros documentos fidedignos de capacitación en integridad o compliance.
- En caso de que el oferente sea persona natural, este criterio se acreditará mediante certificado de aprobación de cursos, capacitaciones, diplomados u otros documentos fidedignos en que conste que se han capacitado en Integridad o compliance.

PROGRAMA O PACTO DE INTEGRIDAD (2 %)	Puntaje	PONDERACIÓN
Cuenta con Programa(s) o Pacto(s) de Integridad de integridad y acredita que estos han sido difundidos, conocidos y cumplidos por su personal	100 puntos	2 %
Cuenta y presenta Programa(s) o Pacto(s) de Integridad, pero no demuestra que haya existido un proceso de difusión hacia los trabajadores y por tanto no logra acreditar el cumplimiento de los mismos.	50 puntos	1 %
No presenta Programas o Pactos de Integridad	0 puntos	0 %

Proveedor	Puntaje	Observaciones	Ponderación
INFLUENCER MARKETING SpA	100 puntos	si posee pacto de integridad y acredita que han sido difundidos, conocidos y cumplidos por su personal	2%



AMORALCAOS SpA	50 puntos	si posee pacto de integridad pero no se logra acreditar que han sido difundidos, conocidos y cumplidos por su personal	1%
ARGUMENTAL FILMS SpA	100 puntos	si posee pacto de integridad y acredita que han sido difundidos, conocidos y cumplidos por su personal	2%
BIOBIO COMUNICACIONES S A	100 puntos	si posee pacto de integridad y acredita que han sido difundidos, conocidos y cumplidos por su personal	2%
DUAL SpA	100 puntos	si posee pacto de integridad y acredita que han sido difundidos, conocidos y cumplidos por su personal	2%

3. Evaluación del cumplimiento de requisitos formales de presentación de la oferta (4%)

CUMPLIMIENTO DE REQUISITOS FORMALES	PONDERACIÓN
Oferta técnica y económica (2 %)	2%
Cumple con la claridad y completitud de la oferta técnica y económica hecha conforme a las bases (Anexos, etc.) y que no requieren de aclaración posterior a su presentación.	2 %
Presentación de oferta técnica y/o económica, que requieran de aclaración posterior a su presentación.	0 %
Documentos legales (2%)	2%
Presentación, dentro del plazo establecido, la totalidad de los antecedentes legales, declaraciones juradas y anexos requeridos en las bases, sin faltar uno solo y que estén completos e íntegros.	2 %
Entrega de los antecedentes omitidos en la presentación de la oferta (documentos legales, declaraciones juradas y anexos requeridos en las bases), a solicitud del Serpat, en el plazo establecido en el numeral 5.3.	0 %



Observaciones:

Proveedor	Evaluación	Ponderación
INFLUENCER MARKETING SpA	se solicitó por foro inverso documentos legales omitidos, pero si cumple con con la claridad y completitud de la oferta técnica y económica hecha conforme a las bases (Anexos, etc.) y que no requieren de aclaración posterior a su presentación.	2%
AMORALCAOS SpA	Cumple con la claridad y completitud de la oferta técnica y económica hecha conforme a las bases (Anexos, etc.) y documentos legales y que no requieren de aclaración posterior a su presentación.	4%
ARGUMENTAL FILMS SpA	Cumple con la claridad y completitud de la oferta técnica y económica hecha conforme a las bases (Anexos, etc.) y documentos legales y que no requieren de aclaración posterior a su presentación.	4%
BIOBIO COMUNICACIONES S A	se solicitó por foro inverso documentos legales omitidos, pero si cumple con con la claridad y completitud de la oferta técnica y económica hecha conforme a las bases (Anexos, etc.) y que no requieren de aclaración posterior a su presentación.	2%
DUAL SpA	Cumple con la claridad y completitud de la oferta técnica y económica hecha conforme a las bases (Anexos, etc.) y documentos legales	4%

3. Resumen evaluación: Se procede a evaluar las ofertas aceptadas, de acuerdo a los criterios de evaluación establecidos en las bases de licitación:

Proveedor	Económico (15%)	Brief (50%)	Estrategia de medios (20%)	Experiencia oferente (5%)	Enfoque de Género (4%)	Pacto de integridad (2%)	Requisitos formales de presentación de la oferta (4%)	TOTAL
INFLUENCER MARKETING SpA	14.63%	45%	20%	2.5%	0%	2%	2%	86.13%



**Servicio Nacional
del Patrimonio
Cultural**

Ministerio de las Culturas,
las Artes y el Patrimonio

AMORALCAOS SPA	14.64%	45%	20%	5%	0%	1%	4%	89.64%
ARGUMENTAL FILMS SpA	15%	50%	20%	5%	4%	2%	4%	100%
BIOBIO COMUNICACION ES S A	14.63%	30%	20%	5%	0%	2%	2%	73.63%
DUAL SpA	14.73%	45%	20%	5%	0%	2%	4%	90.73%

Recomendación:

Expuesto lo anterior y realizada la evaluación de antecedentes de las ofertas recibidas, la comisión valora la calidad de éstas. En consecuencia, se sugiere adjudicar la licitación pública “**SERVICIO DE DIFUSION DE CAMPAÑA COMUNICACIONAL PARA EL DIA DE LOS PATRIMONIO 2026, DE LA UNIDAD DE PROGRAMACIÓN Y DIFUSIÓN PATRIMONIAL**”, al oferente **ARGUMENTAL FILMS SpA RUT: 76.139.044-9**, por la cantidad total de **\$ 185.000.000 IVA incluido**, por obtener el mejor puntaje de acuerdo a los criterios de evaluación establecidos en las bases de licitación



Alison Michel

Profesional

Unidad Programación y Difusión Patrimonial

Servicio Nacional de Patrimonio Cultural



Wladimir Zuñiga Flores

Profesional

Unidad Programación y Difusión Patrimonial

Servicio Nacional de Patrimonio Cultural





**Servicio Nacional
del Patrimonio
Cultural**

Ministerio de las Culturas,
las Artes y el Patrimonio



Magdalena Derosas Contreras

Profesional Diseñadora

Unidad Programación y Difusión Patrimonial

Servicio Nacional de Patrimonio Cultural

