

Bogotá D.C., 02 de septiembre de 2016

Señores

TRANSCARIBE S.A.

Carrera 5 No. 66-91 Edificio Eliana – Barrio Crespo
Cartagena de Indias D.T. y C, Bolívar

02 SEP 2016

RECIBIDO
14 03:55 P
310
NO IMPLICA ACEPTACION

Ref.: PROCESO LICITACIÓN PÚBLICA No. TC-LPN- 001-2016

Respetados Señores,

En atención al Informe de Evaluación del Proceso de LICITACIÓN PÚBLICA No. TC-LPN- 001-2016 publicado el pasado 26/08/2016 a las 11:33 am, en la página de contrataciones, y una vez verificadas las propuestas de los demás proponentes, nos permitimos realizar las siguientes observaciones:

Sea lo primero recordar que el artículo 5 de la ley 1150 determina que las reglas para la selección objetiva son:

ARTICULO 5°. DE LA SELECCIÓN OBJETIVA: Es objetiva la selección en la cual la escogencia se haga al ofrecimiento más favorable a la entidad y a los fines que ella busca, sin tener en consideración factores de afecto o de interés y, en general, cualquier clase de motivación subjetiva. En consecuencia, los factores de escogencia y calificación que establezcan las entidades en los pliegos de condiciones o sus equivalentes, tendrán en cuenta los siguientes criterios:

1. La capacidad jurídica y las condiciones de experiencia, capacidad financiera y de organización de los proponentes serán objeto de verificación de cumplimiento como requisitos habilitantes para la participación en el proceso de selección y no otorgan puntaje, con excepción de lo previsto en el numeral 4 del presente artículo. La exigencia de tales condiciones debe ser adecuada y proporcional a la naturaleza del contrato a suscribir y a su valor. La verificación documental de las condiciones antes señaladas será efectuada por las Cámaras de Comercio de conformidad con lo establecido en el artículo 6° de la presente ley, de acuerdo con lo cual se expedirá la respectiva certificación.
2. La oferta más favorable será aquella que, teniendo en cuenta los factores técnicos y económicos de escogencia y la ponderación precisa y detallada de los mismos, contenida en los pliegos de condiciones o sus equivalentes, resulte ser la más ventajosa para la entidad, sin que la favorabilidad la constituyan factores diferentes a los contenidos en dichos documentos. (subrayado fuera de texto)....

Los procesos de contratación pública se fundamentan en los principios de Selección Objetiva, Transparencia, Eficacia, Equidad, Igualdad, Publicidad, Pluralidad, entre otros y la ley de contratación y la jurisprudencia que al respecto se tiene de los diferentes entes de control estatal, es clara en precisar que los pliegos de condiciones y los documentos que acompañan cualquier proceso de licitación pública se constituyen en ley para el proceso

y que lo dispuesto en ellos debe ser acatado por las partes, sin interpretaciones subjetivas, máxime en la etapa de evaluación. En tal sentido citamos lo dicho al respecto por El Consejo de Estado:

Sentencia de 4 de Junio de 2008:

*Adicionalmente a lo anterior, La Sección Tercera del Consejo de Estado mediante **SENTENCIA** de 4 de Junio de 2008 acogió esta interpretación y se refirió al tema de la causal de rechazo en los siguientes términos:*

"OFERTA - Rechazo. Legalidad / OFERTA - Descalificación. Legalidad
*(...) para rechazar o descalificar una propuesta la entidad pública debe sujetarse a determinadas reglas consistentes en que las causales que dan lugar a ello se encuentren previamente establecidas en la ley o deriven del incumplimiento de requisitos de la **PROPUESTA O DE LA OMISIÓN DE DOCUMENTOS REFERENTES A LA FUTURA CONTRATACIÓN QUE SEAN NECESARIOS PARA LA COMPARACIÓN DE LAS PROPUESTAS**, de conformidad con lo establecido en el numeral 15 del artículo 25 de la Ley 80 de 1993. **PUESTO QUE LA CAUSA EXCLUYENTE DEBE SER RAZONABLE, ESENCIAL Y PROPORCIONADA, TODA VEZ QUE NO TENDRÍA JUSTIFICACIÓN EXCLUIR UNA PROPUESTA POR UNA DEFICIENCIA QUE NO TENGA INCIDENCIA ALGUNA EN LA CONTRATACIÓN**".*

Sentencia del 14 de marzo de 2013:

Consejo de Estado, Sección III, Subsección A, de fecha 14/03/2013. Exp. 24059. MP: Mauricio Fajardo Gómez, que dijo: "La decisión de rechazar la propuesta debe respetar siempre el debido proceso, cuestión que perfectamente puede satisfacerse con el traslado que debe darse a todos los proponentes de los informes de evaluación de las propuestas, en cuyo contenido, deberán expresarse los fundamentos fácticos y jurídicos que darían lugar al rechazo o exclusión de su propuesta.

Hipótesis válidas para rechazar una propuesta:

- a. Cuando el proponente esté incurso e causales de inhabilidad o incompatibilidad.
- b. Cuando no se cumplen con los requisitos habilitantes establecidos en la ley.
- c. Cuando no se cumplen los requisitos indispensables para la comparación de las ofertas.**
- d. Cuando la conducta del proponente es contraria a principios o normas imperativas de jerarquía constitucional o legal que impongan deberes, establezcan exigencias mínimas o consagren prohibiciones o sanciones."

Ahora bien, una vez expuestas las reglas de juego de los procesos de contratación estatal, nos permitimos realizar las siguientes observaciones:

PROPUESTA PRESENTADA POR NOVA CREATIVIDAD Y ESTRATEGIA LIMITADA

Oferta Económica:

A folio 118 de la propuesta del proponente NOVA CREATIVIDAD Y ESTRATEGIA LIMITADA se encuentra el Formulario No. 8 Presentación de Oferta Económica, sin embargo llama la atención que a folios 119 a 124 adjunta un documento titulado DETALLE DE OFERTA

ECONÓMICA DE BIENES Y SERVICIOS, en esta discriminan los valores de cada uno de los elementos relacionados en el numeral 1.3. DESCRIPCIÓN TÉCNICA, DETALLADA Y COMPLETA DEL SERVICIO OBJETO DEL CONTRATO, asignando un valor por grupos, si bien el documento no es un formato solicitado por la Entidad se debe tener en cuenta que el mismo fue presentado por el proponente y por ende hace parte integral de su ofrecimiento.

Entonces, es responsabilidad del proponente asumir toda la información que haya relacionado en su ofrecimiento y es deber de la entidad verificar la misma y constatar que esta se ajuste a los pliegos definitivos, teniendo presente que la aceptación de una oferta es total y no parcial, es decir que si se llegase a aceptar la oferta del proponente NOVA CREATIVIDAD Y ESTRATEGIA LIMITADA, la Entidad tendría que someterse a todos y cada uno de los términos y condiciones presentados, incluyendo, para este caso en particular, las condiciones del documento titulado DETALLE DE OFERTA ECONÓMICA DE BIENES Y SERVICIOS, puesto que la oferta se acepta como un todo y no por partes, es por esto que de dicho documento debemos resaltar lo siguiente:

1. De acuerdo al DOCUMENTO RESPUESTA A OBSERVACIONES A PLIEGOS No. 1 publicado el 02-08-2016 a las 03:10 PM en la página de contrataciones, la Entidad aclara que:

- **OBSERVACIONES PRESENTADAS POR DREAM TEAM, a través de correo electrónico de fecha 28/07/2016 y 1/08/2016, a las 3:16 p.m. y 5:25 p.m., respectivamente.**

OBSERVACION 1. En el formulario **FORMULARIO No. 8 – PRESENTACION OFERTA ECONOMICA** en el primer ítem **“VALOR DE LOS SERVICIOS (este valor incluye la ejecución de las actividades descritas en el alcance del objeto contractual con excepción de la ejecución del plan de medios)”**. De esta manera se debe detallar y darles un valor a cada una de las actividades descritas en el alcance del objeto. O solo se da un valor global para este ítem.

Respuesta: Se da un valor global al ÍTEM, que en todo caso debe contemplar la ejecución de las actividades descritas en el alcance del objeto contractual con excepción de la ejecución del plan de medios.

De acuerdo a esta respuesta se entiende que NO se debía realizar de discriminación de costos, como sí lo hizo el proponente NOVA CREATIVIDAD Y ESTRATEGIA LIMITADA, es decir, que con el documento titulado DETALLE DE OFERTA ECONÓMICA DE BIENES Y SERVICIOS el proponente está condicionando la propuesta y por ende la ejecución del contrato a los valores discriminados, por lo cual incurre en la causal de rechazo (i):

- i. **Cuando se presente la propuesta en forma condicionada.**
2. Valor de Ejecución del Plan de Medios: En los pliegos de condiciones definitivos y las respuestas dadas a los diferentes proponentes, la Entidad es clara en que el valor de la ejecución del Plan de Medios es por un valor de \$300.000.000, rubro que era inmodificable por los proponentes, sin embargo, el proponente NOVA CREATIVIDAD Y ESTRATEGIA LIMITADA está realizando doble cobro por dicho concepto, esto se evidencia en su propuesta a folios 120 y 126, así:

Folio 120

1.-) DESCRIPCION COMPONENTE SERVICIOS		
ITEMS	DESCRIPCION DE LOS SERVICIOS	VALOR
1.1.-)	a) Ejecutar el plan de medios y la estrategia de comunicaciones del sistema integrado de transporte masivo para Cartagena de Indias, tanto en medios tradicionales (televisión, radio, prensa y revistas) como en medios alternos (punto de venta o servicio, pendones, vallas, espectáculos, correo directo, entre otros), teniendo en cuenta estudios técnicos que permitan la optimización del presupuesto disponible, con base en premisas técnicas como: alcance, frecuencia, lecturabilidad, rating y circulación, entre otros.	\$ 31.000.000.00

Folio 126

PLAN DE MEDIOS		
1.-	Ejecución del Plan de medios, incluido Iva	\$ 300.000.000,00
	<p>• Nota: El 50% del presupuesto de la presente contratación debe ser destinado a ejecución del plan de medios de comunicación (pauta) que sea aprobado por Transcribe S.A. a través del supervisor</p>	

Además, el formulario No. 8 de la Adenda 1 es claro al indicar que el VALOR DE LOS SERVICIOS incluye la ejecución de las actividades descritas en el alcance del objeto contractual, con excepción del material de divulgación a suministrar y de la ejecución del plan de medios.

Condición que la Entidad dejó más que claro en el DOCUMENTO RESPUESTA A OBSERVACIONES A PLIEGOS No. 1 publicado el 02-08-2016 a las 03:10 PM en la página de contrataciones, en el que se estableció que:

- **OBSERVACIONES PRESENTADAS POR DREAM TEAM, a través de correo electrónico de fecha 28/07/2016 y 1/08/2016, a las 3:16 p.m. y 5:25 p.m., respectivamente.**

OBSERVACION 1. En el formulario FORMULARIO No. 8 – PRESENTACION OFERTA ECONOMICA en el primer ítem "VALOR DE LOS SERVICIOS (este valor incluye la ejecución de las actividades descritas en el alcance del objeto contractual con excepción de la ejecución del plan de medios)". De esta manera se debe detallar y darles un valor a cada una de las actividades descritas en el alcance del objeto. O solo se da un valor global para este ítem.

Respuesta: Se da un valor global al ÍTEM, que en todo caso debe contemplar la ejecución de las actividades descritas en el alcance del objeto contractual con excepción de la ejecución del plan de medios.

En los Pliegos de Condiciones Definitivos dicha condición se dejó clara en los siguientes apartes:

1.5. VALOR ESTIMADO DEL CONTRATO

El precio de este contrato será la suma de SEISCIENTOS MILLONES DE PESOS \$600.000.000.00, que serán distribuidos así:

- \$300.000.000 (el 50% del presupuesto) para la prestación de los servicios descritos en el alcance del objeto contractual (numeral 1.3. del pliego de condiciones), exceptuando la ejecución del plan de medios.
- Los proponentes deben tener en cuenta en sus ofertas, que la entidad ha destinado la suma de \$300.000.000, para la ejecución del plan de medios.

➤ Ejecución del Plan de medios

- Revisión y ajustes que se identifiquen como necesarios al plan con que cuenta la entidad, para la contratación de medios de comunicación masiva o alternativa en los que Transcribe requiera llevar a cabo la pauta y las campañas publicitarias o institucionales, de acuerdo con las solicitudes del servicio generadas por la entidad y comunicadas por el interventor del contrato.
- Sugerir nuevos medios o espacios que procuren una mayor eficiencia del recurso invertido en los planes de medios de comunicación.
- Recoger y entregar oportunamente los materiales para publicar y/o pautar, de acuerdo con las necesidades de Transcribe, en las fechas y lugares establecidos por la entidad.
- Se debe entregar un reporte detallado de ejecución del plan, junto con las recomendaciones que estime pertinentes, de manera que sirva de documento orientativo para la entidad.

• Nota: El 50% del presupuesto de la presente contratación debe ser destinado a ejecución del plan de medios de comunicación (pauta) que sea aprobado por Transcribe S.A. a través del supervisor.

Es decir, el proponente estaría cobrando dos veces a la Entidad la Ejecución del Plan de Medios, los \$300.000.000 ya establecidos por Transcribe S.A. más los \$31.000.000 contemplados en su oferta dentro del Rubro de Componente de Servicios, y por ende, no solo está incumpliendo las condiciones establecidas a través de los Pliegos de Condiciones, sino que también **está superando el presupuesto establecido para la Ejecución del Plan de Medios**, y por lo tanto su propuesta debe ser **rechazada**.

Debido a esta situación solicitamos se rechace la propuesta del proponente NOVA CREATIVIDAD Y ESTRATEGIA LIMITADA, pues la misma incurre de las causales de rechazo (i), (ii) y (iii) descritas en el numeral 2.15 de los pliegos definitivos, así:

2.15. RECHAZO DE LA PROPUESTA

En general, las propuestas serán rechazadas cuando por su contenido, Impidan la selección objetiva, y en especial en los siguientes casos:

- I. Cuando se presente la propuesta en forma condicionada.
 - ii. Cuando se compruebe que se ha allegado información o documentos con la propuesta que contengan datos no veraces, tergiversados, alterados o tendientes a inducir a error a TRANSCARIBE S.A.
 - iii. Cuando en la propuesta haya información contradictoria que impida realizar una comparación objetiva de la propuesta.
3. El mismo documento de DETALLE DE OFERTA ECONÓMICA DE BIENES Y SERVICIOS, presenta unas inconsistencias en cuanto al componente de servicios, pues relaciona dos veces una misma actividad y le otorga un valor diferente, es decir, que de aceptar la oferta del proponente NOVA CREATIVIDAD Y ESTRATEGIA LIMITADA la Entidad estaría aceptando la totalidad de las condiciones establecidas en la misma, esto incluyendo el doble pago de una misma actividad, así:

A folio 120 se encuentra:

1.-) DESCRIPCION COMPONENTE SERVICIOS		
ITEMS	DESCRIPCION DE LOS SERVICIOS	VALOR
1.1.-)	<p>a) Ejecutar el plan de medios y la estrategia de comunicaciones del sistema integrado de transporte masivo para Cartagena de Indias, tanto en medios tradicionales (televisión, radio, prensa y revistas) como en medios alternos (punto de venta o servicio, pendones, vallas, espectáculos, correo directo, entre otros), teniendo en cuenta estudios técnicos que permitan la optimización del presupuesto disponible, con base en premisas técnicas como: alcance, frecuencia, lecturabilidad, rating y circulación, entre otros.</p> <p>b) Adecuar las herramientas de la estrategia de comunicaciones de Transcaribe S.A., mediante rediseño o actualización.</p> <p>c) Diseñar y producir las nuevas piezas que se requieran para la ejecución eficaz de la campaña.</p> <p>d) Ejecutar actividades para el fomento de cultura ciudadana en torno al nuevo sistema de transporte masivo de pasajeros de la ciudad de Cartagena.</p> <p>e) Producción y postproducción de videos para medios televisivos y/o digitales.</p> <p>f) Realizar dos mediciones periódicas a la efectividad de la estrategia de comunicaciones de Transcaribe S.A., una de las cuales se hará al finalizar la misma.</p>	\$ 11.000.000.00

Y a folio 121, 122 y 132 relacionan:

<p>1.4.-)</p>	<p>Revisión y ajuste de campañas institucionales Realizar la revisión y ajustes necesarios a las campañas y/o piezas institucionales con las que cuenta la entidad, a fin de que guarden consonancia con el Plan de Desarrollo del Gobierno Distrital "Primero la Gente", teniendo en cuenta los siguientes objetivos: Se debe promover el uso del sistema de transporte público masivo de pasajeros Se deben promover cambios de usos y costumbres, a fin de que el uso del sistema pueda darse en condiciones de seguridad. Se deben desarrollar mensajes institucionales para difundir por diferentes medios masivos y a través de estrategias RTI.</p> <p>En caso de ser necesario, se debe realizar la producción de piezas impresas, sonoras y audiovisuales para el logro de dichos objetivos (Producción de cuñas radiales, debe incluir copias (2 referencias por objetivo de campaña). Producción de promos o comerciales de televisión de 30 a 45 segundos. Debe incluir story boards (2 referencias por objetivo de campaña). Producción de avisos o banners animados para medios digitales (Internet), incluyendo redes sociales (2 referencias por objetivo de campaña). Producción fotográfica y digital que se requiera para entregar los anteriores productos. Cada uno de estos diseños anteriormente mencionados deben tener la opción de al menos dos (2) correcciones por parte del supervisor designado para el efecto.</p>	<p>\$ 15.500.000.00</p>
<p>1.6.-)-</p>	<p>Realización audiovisual Preproducción, producción y postproducción de videos cortos (10) para ser transmitidos a través de redes sociales, teniendo en cuenta el diseño de la identidad audiovisual con la que cuenta Transcribe S.A. (logo, cortinas, graficación, musicalización). Entrega de tres copias (3) en DVD y una copia en formato digital (mp4), de cada video.</p>	<p>\$ 8.500.000.00</p>

Como se evidencia están realizando hasta tres veces el cobro por el concepto de preproducción, producción y post producción gráfica y audiovisual.

Sucede lo mismo en el siguiente caso:

1.-) DESCRIPCION COMPONENTE SERVICIOS		
ITEMS	DESCRIPCION DE LOS SERVICIOS	VALOR
1.1.-)	<p>a) Ejecutar el plan de medios y la estrategia de comunicaciones del sistema integrado de transporte masivo para Cartagena de Indias, tanto en medios tradicionales (televisión, radio, prensa y revistas) como en medios alternos (punto de venta o servicio, pendones, vallas, espectáculos, correo directo, entre otros), teniendo en cuenta estudios técnicos que permitan la optimización del presupuesto disponible, con base en premisas técnicas como: alcance, frecuencia, lecturabilidad, rating y circulación, entre otros.</p> <p>b) Adecuar las herramientas de la estrategia de comunicaciones de Transcribe S.A., mediante rediseño o actualización.</p> <p>c) Diseñar y producir las nuevas piezas que se requieran para la ejecución eficaz de la campaña.</p> <p>d) Ejecutar actividades para el fomento de cultura ciudadana en torno al nuevo sistema de transporte masivo de pasajeros de la ciudad de Cartagena.</p> <p>e) Producción y postproducción de videos para medios televisivos y/o digitales.</p> <p>f) Realizar dos mediciones periódicas a la efectividad de la estrategia de comunicaciones de Transcribe S.A., una de las cuales se hará al finalizar la misma.</p>	\$ 31.000.000.00

Esto toda vez que los servicios descritos en los numerales b y c del cuadro anterior se refieren directamente a las actividades de Apoyo, Revisión y ajuste de Campañas Institucionales, a los cuales el proponente NOVA CREATIVIDAD Y ESTRATEGIA LIMITADA está condicionando a unos valores adicionales, como se evidencia a folios 121 y 122 de su propuesta:

1.3.-)	<p>Apoyo en la evaluación de la estrategia de comunicación y realizar los ajustes que sean necesarios con el fin de conseguir el objetivo de posicionamiento de la entidad. Producto: documento "Análisis de estrategia de comunicación actual y recomendaciones".</p> <p>Apoyo para la construcción del plan de free press que desarrolla Transcribe S.A. Producto: "Plan táctico gestión de prensa"</p> <p>Apoyo a Comunicación Externa para hacer contactos con directores o editores de los medios de comunicación y líderes de opinión de la ciudad. Producto: "Documento: Directorio de directores de medios de comunicación y líderes de opinión claves para Transcribe S.A. en el ámbito local, regional y nacional".</p> <p>Apoyo en la preparación de los mensajes clave que ameriten un desarrollo más especializado. Producto. Documento "Mensajes clave para ser desarrollados a través de los diferentes medios de comunicación establecidos en el plan de medios".</p>	\$ 10.000.000.00
--------	---	------------------

1.4.-)	Revisión y ajuste de campañas institucionales Realizar la revisión y ajustes necesarios a las campañas y/o piezas institucionales con las que cuenta la entidad, a fin de que guarden consonancia con el Plan de Desarrollo del Gobierno Distrital "Primero la Gente", teniendo en cuenta los siguientes objetivos: Se debe promover el uso del sistema de transporte público masivo de pasajeros Se deben promover cambios de usos y costumbres, a fin de que el uso del sistema pueda darse en condiciones de seguridad. Se deben desarrollar mensajes institucionales para difundir por diferentes medios masivos y a través de estrategias BTL. En caso de ser necesario, se debe realizar la producción de piezas impresas, sonoras y audiovisuales para el logro de dichos objetivos (Producción de cuñas radiales, debe incluir copies (2 referencias por objetivo de campaña). Producción de promos o comerciales de televisión de 30 a 45 segundos. Debe incluir story boards (2 referencias por objetivo de campaña). Producción de avisos o banners animados para medios digitales (internet), incluyendo redes sociales (2 referencias por objetivo de campaña). Producción fotográfica y digital que se requiera para entregar los anteriores productos. Cada uno de estos diseños anteriormente mencionados deben tener la opción de al menos dos (2) correcciones por parte del supervisor designado para el efecto.	\$ 15.500.000.00
--------	--	------------------

Como se evidencia están realizando doble cobro por el concepto de los servicios de Apoyo, Revisión y ajuste de Campañas Institucionales.

Igualmente sucede con las actividades BTL, pues a folio 121 se indica que el valor de estas es:

1.4.-)	Revisión y ajuste de campañas institucionales Realizar la revisión y ajustes necesarios a las campañas y/o piezas institucionales con las que cuenta la entidad, a fin de que guarden consonancia con el Plan de Desarrollo del Gobierno Distrital "Primero la Gente", teniendo en cuenta los siguientes objetivos: Se debe promover el uso del sistema de transporte público masivo de pasajeros Se deben promover cambios de usos y costumbres, a fin de que el uso del sistema pueda darse en condiciones de seguridad. Se deben desarrollar mensajes institucionales para difundir por diferentes medios masivos y a través de estrategias BTL. En caso de ser necesario, se debe realizar la producción de piezas impresas, sonoras y audiovisuales para el logro de dichos objetivos (Producción de cuñas radiales, debe incluir copies (2 referencias por objetivo de campaña). Producción de promos o comerciales de televisión de 30 a 45 segundos. Debe incluir story boards (2 referencias por objetivo de campaña). Producción de avisos o banners animados para medios digitales (Internet), incluyendo redes sociales (2 referencias por objetivo de campaña). Producción fotográfica y digital que se requiera para entregar los anteriores productos. Cada uno de estos diseños anteriormente mencionados deben tener la opción de al menos dos (2) correcciones por parte del supervisor designado para el efecto.	\$ 15.500.000.00
--------	--	------------------

Y a folio 122 se da otro valor para las actividades BTL:

1.5.-)	Activación de marca y mensajes mediante estrategias BTL Sugerir las activaciones BTL apropiadas según las necesidades descritas, la agenda pública de la entidad y las oportunidades que presente el mercado o la dinámica de los públicos de interés de Transcribe S.A. Producto: "Documento estrategias BTL sugeridas", con su respectivo presupuesto. Indicar los contactos e informar acerca de las autorizaciones o permisos necesarios en los espacios que sean definidos como adecuados para las activaciones de BTL convenidas. Presentar los diseños, plan de trabajo, guiones de contenidos, presupuesto y detalle del programa a cumplir en las activaciones BTL definidas. Presentar un presupuesto acerca de los costos de la logística, producción, montaje, atención y desmontaje de las activaciones BTL seleccionadas y aprobadas. Entregar un documento con indicadores para la evaluación de cada una de las activaciones BTL sugeridas. Se deben sugerir tantas activaciones BTL como sea posible, y ejecutar mínimo 3, que permitan generar experiencias de impacto con públicos especiales priorizados por Transcribe y la Administración Distrital, de alto impacto en espacios comunicacionales no convencionales como eventos, certámenes, actos significativos de orden social, académico,	\$ 8.000.000.00
--------	---	------------------------

Al igual que los casos anteriores se evidencia que el proponente NOVA CREATIVIDAD Y ESTRATEGIA LIMITADA está realizando doble cobro por el concepto de actividades BTL.

Debido a esta situación solicitamos se rechace la propuesta del proponente NOVA CREATIVIDAD Y ESTRATEGIA LIMITADA, pues la misma incurre de las causales de rechazo (i), (ii) y (iii) descritas en el numeral 2.15 de los pliegos definitivos, así:

2.15. RECHAZO DE LA PROPUESTA

En general, las propuestas serán rechazadas cuando por su contenido, impidan la selección objetiva, y en especial en los siguientes casos:

- i. Cuando se presente la propuesta en forma condicionada.
- ii. Cuando se compruebe que se ha allegado información o documentos con la propuesta que contengan datos no veraces, tergiversados, alterados o tendientes a inducir a error a TRANSCARIBE S.A.
- iii. Cuando en la propuesta haya información contradictoria que impida realizar una comparación objetiva de la propuesta.

Valores Agregados:

Estudios: Evidenciamos a folios 112, 113 y 114 que el proponente adjunta documentos de su Propuesta Técnica, conformada por el Formulario No. 7 y documento titulado Estudio del Nivel de Aceptación del SITM en Cartagena, una vez verificados dichos folios debemos mencionar que:

1. En ítem 1 del cuadro de relación del Formulario No. 7 Presentación Oferta Técnica correspondiente a Estudios y/o herramientas de medición y/o análisis de opinión, el proponente indica la cantidad de estudios ofrecidos, que para su caso es de 3 ítems:

ITEM	DESCRIPCIÓN	No. De ítems ofrecidos	OBSERVACIONES
1	Estudio y/o herramientas de medición y/o análisis de opinión.	3	Estudios de nivel de aceptación del SITM en Cartagena. 3 mediciones.
2	Estrategia de redes sociales	2	Realización a todo costo de dos estrategias en redes sociales externas de Transcribe S.A. que incluye: conceptualización, con unidad gráfica, diseño, desarrollo contenido y garantizando la alineación con el Plan estratégico de comunicaciones de la Entidad
3	Conceptualización de estrategia de comunicación comunitaria	1	Realización sin costo para Transcribe, el diseño de una estrategia de comunicación para campaña de gestión social y/o intervención comunitaria
4	Diseño de plan de servicio al cliente	1	Realización sin costo para Transcribe, el diseño de una estrategia de servicio al cliente

No obstante, al verificar detalladamente dicho cuadro y el documento titulado Estudio del Nivel de Aceptación del SITM en Cartagena, que se encuentra a folio 114 de la propuesta del proponente NOVA CREATIVIDAD Y ESTRATEGIA LIMITADA, debemos resaltar lo siguiente:

- El proponente NO hace la manifestación expresa de que los estudios o mediciones serán realizados sin costo para Transcribe, llama la atención que dicha aclaración sí la realiza para los demás ofrecimientos, por lo tanto la Entidad debe tener en cuenta que está en riesgo que el proponente no corra con los gastos generados por los mismos, como lo exige los Pliegos de Condiciones Definitivos.

a) ESTUDIOS Y/O HERRAMIENTAS DE MEDICIÓN Y/O ANÁLISIS DE OPINIÓN (Hasta 100 puntos)

El proponente ofrece realizar sin costo para la entidad tres (3) o más estudios con base en herramientas de medición y/o análisis de opinión pública entre la comunidad cartagenera, en torno a la opinión acerca de la entidad y del servicio de transporte.

El ofrecimiento debe hacerse acompañado de una breve reseña del estudio y el grupo objetivo al que estará dirigido.

- En las observaciones del cuadro a folio 112 y en documento titulado Estudio del Nivel de Aceptación del SITM en Cartagena, el proponente hace referencia a 3 mediciones, NO a 3 estudios o herramientas de medición, el documento a folio 114 se refiere solo a un (1) Estudio, es decir que en realidad solo está ofreciendo 1 estudio y por ende no le debe ser otorgado puntaje por este concepto. Es más, al presentar una única reseña es más que claro que solo ofrece 1 estudio.

ESTUDIO DEL NIVEL DE ACEPTACIÓN DEL SITM EN CARTAGENA

- El documento titulado "Estudio del Nivel de Aceptación del SITM en Cartagena" relacionado a folio 114 no debe ser tenido en cuenta como reseña del estudio ofrecido, se debe tener en cuenta que una reseña debe ser un texto breve, descriptivo e informativo que encierre los elementos principales del estudio, que contenga una contextualización, donde se presenta la temática y se analiza el marco de referencia situándolo en un campo particular, exponiendo de manera precisa el conjunto de aspectos que se busca destacar y los objetivos que quiere alcanzar, el documento de NOVA CREATIVIDAD Y ESTRATEGIA LIMITADA es solo una enumeración de características más no un detalle concienzudo de los aspectos principales del estudio.

Dicho esto solicitamos se verifique nuevamente la información suministrada por el proponente NOVA CREATIVIDAD Y ESTRATEGIA LIMITADA y se rechace su propuesta por NO expresar claramente que los estudios serán sin costo para la Entidad, con lo cual está condicionando la propuesta, o en su defecto no se asigne ningún puntaje por este concepto, ya que está claro que solo se está realizando el ofrecimiento de un (1) estudio.

Conclusiones:

Evocando el numeral segundo del artículo 30 de la ley 80 de 1993 y la sentencia del Consejo de Estado Cfr. Consejo de Estado, Sala de lo Contencioso Administrativo, Sección Tercera. Sentencia del 30 de noviembre de 2006, rad. n.º 11001-03-26-000-2000-0020-01, exp. 18059. Que en resumen determinan que el pliego de condiciones es la ley del proceso y que las condiciones allí establecidas son de estricto cumplimiento para las partes salvaguardando de esta manera los principios de selección objetiva, y que en el proceso se deben aplicar de manera exclusiva las reglas contenidas en el pliego o sus equivalentes (artículo 2 numeral 3 de la ley 1150 de 2008), es claro que el proponente NOVA CREATIVIDAD Y ESTRATEGIA LIMITADA no se acogió a lo establecido en los pliegos de condiciones y dio una interpretación subjetiva, lo cual necesariamente pone en riesgo la transparencia de la

selección objetiva, y lo que es aún más grave pone en riesgo la ejecución del futuro contrato afectando los intereses y la inversión de la Entidad.

Además, teniendo en cuenta que la Oferta Económica y los Valores Agregados sobre los que versa el presente documentos son elementos ponderables, los mismos no pueden ser objeto de ninguna subsanación de parte de los proponentes, esto en concordancia con lo establecido en la Circular Externa No. 13 de 13 de junio de 2014 de Colombia Compra Eficiente en sus numerales A y B:

A. Requisitos y documentos subsanables

La ausencia de requisitos o la falta de documentos sobre la futura contratación que no son necesarios para comparar las ofertas no son título suficiente para su rechazo. de acuerdo con el parágrafo 1 del artículo 5 de la Ley 1150 de 2007.

En consecuencia, las Entidades Estatales pueden solicitar a los oferentes subsanar los requisitos de la oferta que no afectan la asignación de puntaje, y los oferentes pueden subsanar tales requisitos hasta el momento de la adjudicación, salvo en los procesos de selección con subasta en los cuales los oferentes deben subsanar tales requisitos antes de iniciar la subasta.

La oferta es el proyecto de negocio jurídico de carácter irrevocable formulada por una persona y comunicada a otra, y que contiene los elementos esenciales del negocio⁷. La oferta presentada en un Proceso de Contratación debe contener la aceptación del pliego de condiciones, incluyendo los factores de evaluación que permiten establecer el orden de elegibilidad de los oferentes.

B. Subsanabilidad de requisitos e informe de evaluación

Si en un Proceso de Contratación hay oferentes que no acreditaron con la presentación de la oferta requisitos que no afectan la asignación de puntaje, la Entidad Estatal en el informe de evaluación debe indicarlo y advertir que la oferta correspondiente no será evaluada hasta que el oferente acredite tales requisitos. El oferente puede subsanar tales requisitos en cualquier momento antes de la adjudicación o de la subasta.

Si el oferente subsana y acredita tales requisitos oportunamente, la Entidad Estatal debe actualizar el informe de evaluación y publicarlo en el SECOP incluyendo en la evaluación la oferta objeto de subsanación⁸. Las Entidades Estatales también deben dar a conocer el nuevo informe de evaluación en la audiencia de adjudicación si hay lugar a esta audiencia, y pueden recibir las observaciones pertinentes hasta la adjudicación.

Con base en el principio de economía y el objetivo de eficiencia del sistema de compras y contratación pública, la Entidad Estatal debe decidir si es necesario otorgar un término para la presentación de observaciones sobre el nuevo de informe de evaluación⁶.

Resaltamos puntualmente que la ley menciona “La ausencia de requisitos o la falta de documentos referentes a la futura contratación o al proponente, **no necesarios para la comparación de propuestas**, no servirá de título suficiente para el rechazo de los ofrecimientos hechos”, por lo tanto, como la Propuesta Económica y los Valores Agregados **SI** son un requisito necesario para la comparación de las propuestas ningún aspecto relacionado con los mismos puede ser sujeto de subsanabilidad.

En razón de lo anterior y a todos los aspectos esgrimidos en el presente documento solicitamos:

1. Se rechace la propuesta del proponente NOVA CREATIVIDAD Y ESTRATEGIA LIMITADA, puesto que el documento titulado DETALLE DE OFERTA ECONÓMICA DE BIENES Y SERVICIOS, en que se discriminan los valores de cada uno de los elementos relacionados en el numeral 1.3. DESCRIPCIÓN TÉCNICA, DETALLADA Y COMPLETA DEL SERVICIO OBJETO DEL CONTRATO asignando un valor por grupos, fue presentado por el proponente dentro de su propuesta y por ende hace parte

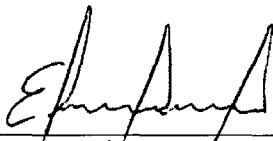
integral de su ofrecimiento, y a razón del cual incurre en las causales de rechazo (i), (ii) y (iii) descritas en el numeral 2.15 de los pliegos definitivos, así:

2.15. RECHAZO DE LA PROPUESTA

En general, las propuestas serán rechazadas cuando por su contenido, impidan la selección objetiva, y en especial en los siguientes casos:

- i. Cuando se presente la propuesta en forma condicionada.
 - ii. Cuando se compruebe que se ha allegado información o documentos con la propuesta que contengan datos no veraces, tergiversados, alterados o tendientes a inducir a error a TRANSCARIBE S.A.
 - iii. Cuando en la propuesta haya información contradictoria que impida realizar una comparación objetiva de la propuesta.
2. Se verifique nuevamente la información suministrada por el proponente NOVA CREATIVIDAD Y ESTRATEGIA LIMITADA y se rechace su propuesta por NO expresar claramente que los estudios serán sin costo para la Entidad con lo cual está condicionando la propuesta, o en su defecto no se asigne ningún puntaje por este concepto, ya que está claro que solo se está realizando el ofrecimiento de un (1) estudio.

Cordialmente,



EDNA YASMÍN VILLARRAGA MARÍN
C.C. 52.161.901 de Bogotá
Representante Legal Fenix Media Group