



**ACTA DE REUNIÓN EXPLICATIVA DEL VALOR DE LA OFERTA ECONOMICA DE LA SOCIEDAD  
FENIX MEDIA GROUP LTDA  
PROCESO DE LICITACION PUBLICA N° TC-LPN-001-2016**

**OBJETO:** "SELECCIONAR LA PROPUESTA MAS FAVORABLE PARA LA ADJUDICACION DE UN CONTRATO DE PRESTACION DE SERVICIOS PARA DESARROLLAR EL PLAN DE MEDIOS DE LAS ESTRATEGIAS DE COMUNICACION DEFINIDAS POR TRANSCARIBE S.A., DIRIGIDAS A FOMENTAR EL BUEN USO DEL SISTEMA INTEGRADO DE TRANSPORTE MASIVO PARA CARTAGENA DE INDIAS Y LOS SERVICIOS QUE PRESTA TRANSCARIBE S.A. DENTRO DEL MARCO DE LA MISIONALIDAD Y OBJETIVOS ESTRATEGICOS DE LA ENTIDAD".

En Cartagena de Indias D.T y C., a los VEINTICUATRO (24) días del mes de Agosto de 2016, en la Secretaria General de la Entidad, ubicada en el Barrio Crespo Carrera 5º con Calle 67 No. 66 – 91 Edificio Eliana se procedió a realizar la diligencia de justificación de oferta económica, dando aplicación a los dispuesto en el artículo 2.2.1.1.2.2.4. del Decreto 1082 de 2015, a las 11:00 a.m.

En la determinación de lo anterior, la entidad lleva a cabo la presente audiencia la cual se desarrolla de la siguiente manera:

- Se hizo presente el señor YEZID ALEJANDRO SEGURA PLATA, identificado con la cedula de ciudadanía No. 79.542.959, quien funge, de acuerdo con el certificado de existencia y representación legal como SUBGERENTE (folio 16 oferta).

La Dra. **ERCILIA BARRIOS** toma el uso de la palabra y señala el objeto de la presente audiencia, expresando que de acuerdo con el análisis que ha hecho el comité evaluador se observa que el valor de la oferta presentada por el proponente **FENIX MEDIA GROUP LTDA**, dista del presupuesto oficial; la misma corresponde al 38% de lo establecido por la entidad en el estudio previo, y en atención a ello se solicita al proponente explique las razones que sustenta el valor ofrecido y cómo se compone la propuesta.

Concede el uso de la palabra al Sr. YEZID ALEJANDRO SEGURA PLATA, identificado con C.C. No. 79.542.959, en calidad de SUBGERENTE de la **SOCIEDAD FENIX MEDIA GROUP LTDA.**, quien procede a explicar cómo está conformada su oferta:

El señor SEGURA da lectura a un documento, el cual entrega para que haga parte de la presente acta. Son catorce (14) folios útiles y escritos sin incluir reverso.

Agrega que ellos no tienen que contratar gente ni equipos en atención a que ellos ya los tienen. Cuentan con un área de producción y de pos producción propia. No son intermediarios. Cuentan con alianzas estratégicas que fortalecen la producción. Confirman el precio ofrecido.

El tema de servicios corresponde a tres componentes: producción de piezas, el hecho de que lo hagamos nosotros disminuye los costos; el segundo componente es el talento humano, creatividad de las piezas, ese componente es costo fijo para nosotros, entonces ya están dentro de los costos de la empresa; y el tercero es el tema estratégico,



intelectual, y ocurre lo mismo. Dentro de los 80 millones esta la producción de piezas a nivel optimo, y el intelectual.

Los costos de los bienes se refiere a lo que valen los bienes; las herramientas para producir las piezas son propias lo cual está a disposición de la producción.

Interviene JAIME JIEMENEZ, P.E. del Departamento Administrativo y Financiero, área de tesorería, quien pregunta: el informe no es de números sino cualitativo. En el tema impositivo no veo suministro de la información. En los estados de costos de acuerdo al decreto 2649, que rige la contabilidad en Colombia, todo proyecto debe describir sus propios costos, en cuanto al personal y la maquinaria. Debe reconocerse en el estado de costos estos valores. Los gastos administrativos, el transporte, viáticos.

**RESPUESTA.** Que ocurre acá. Los conceptos que debe tener en cuenta es que sea objetivo el requerimiento, no dice la norma que debe entregar los costos en que va a incurrir en la ejecución del proyecto. El pliego de condiciones no exige esto que en este punto se requiere.

Independientemente de un análisis contable, el pliego no contiene elementos específicos a ejecutar; solo los 3 que fueron ofertados por nosotros. Yo no podría discriminar de manera detallada los costos fijos y costos variables, no es eso lo que se está evaluando, sino que hubo un análisis serio de lo que se debe cumplir; yo no podría ni debería, porque sería abrir la estrategia de costos a mi competencia. Se ratifica que con nosotros garantizamos la oferta.

Se expresa que se analizará por parte del Comité Evaluador las razones sustentadas, y los documentos entregados, y en ese sentido se pronunciara en la evaluación que será publicada en debida forma en la web.

Al no existir inquietud alguna, y dar por terminada la presente diligencia.

Para constancia se suscribe por todos los presentes, así:

  
**ERCILIA BARRIOS FLOREZ**  
Jefe de Oficina Asesora Jurídica

  
**JAIME JIMENEZ**  
P.E. Dirección Administrativo y Financiero  
- Área de Tesorería

  
**TANIA DIAZ SABAGH**  
Secretaria General

  
**Sociedad FENIX MEDIA GROUP LTDA**  
Representante Legal

Bogotá D.C., 24 de agosto de 2016

Señores

**TRANSCARIBE S.A.**

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

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

Respetados señores,

En atención a la comunicación de CONVOCATORIA A REUNION recibida en nuestro correo electrónico el pasado viernes 19 de agosto de 2016 a las 3:15 p.m. en la cual indican que la oferta presentada por nosotros corresponde a un valor que dista del presupuesto oficial estimado, nos permitimos manifestar lo siguiente:

Sea lo primero aclarar a la Entidad la diferencia presentada entre la información relacionada en el Formulario No.1 Carta de Presentación y el Formulario No.8 Presentación de Oferta Económica: Es importante tener en cuenta que los valores relacionados en el Formulario No.8 Presentación de Oferta Económica no incluyen IVA toda vez que, de acuerdo a la disposición del mismo formulario, dicho impuesto se debía calcular de la suma de los valores de los ítem y así determinar el valor total:

PROPUESTA ECONOMICA*		
Item	Descripción	Valor
1	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)	VALOR SIN IVA
2	VALOR DE LOS BIENES (ejecución del plan de medios: \$300.000.000.00)	VALOR SIN IVA
3	VALOR DEL PORCENTAJE DE COMISION	VALOR SIN IVA
	Subtotal	TOTAL SIN IVA (1 + 2 + 3)
	Iva	VALOR DEL IVA
	Valor total oferta	VALOR TOTAL CON IVA

Caso contrario sucede en el Formulario No.1 Carta de Presentación, toda vez que en el campo de VALOR DE OFERTA ECONOMICA no hay campo para discriminar el IVA, y por ende los valores relacionados en el mismo ya incluyen dicho impuesto, esto a fin de que el valor total de la oferta (suma de los tres ítem) sea igual en ambos formularios:

VALOR DE LA OFERTA ECONOMICA:

OFERTA ECONOMICA	OFERTA
valor componente servicios	
valor total componente material de divulgación	
porcentaje de comisión de intermediación para pauta en medios	

*Revisión en la audiencia.  
24/08/2016  
R*

Es decir, los valores relacionados en el Formulario No.8 Presentación de Oferta Económica son los mismos del Formulario No.1 Carta de Presentación, sino que en el primero el IVA se discrimina a parte y en el segundo los valores ya incluyen el IVA, así:

	FORMULARIO 8		FORMULARIO 1
VALOR DE LOS SERVICIOS:	\$ 80.000.000,00		\$ 92.800.000,00
VALOR DE LOS BIENES:	\$ 17.068.965,52		\$ 19.800.000,00
VALOR DEL PORCENTAJE DE COMISION	0% - \$0		0% - \$0
<b>Subtotal</b>	\$ 97.068.965,52		
<b>Iva</b>	\$ 15.531.034,48		
<b>Valor total oferta</b>	<b>\$ 112.600.000,00</b>	=	<b>\$ 112.600.000,00</b>

Ahora bien, puntualmente en relación con el precio ofrecido por nuestra firma para el proceso en referencia aclaramos que:

Que el valor total ofrecido fue de **\$112.600.000 IVA Incluido**

Que este valor corresponde a los elementos contemplados en los diferentes Anexos incluidos en los Pliegos Definitivos, Adendas y Estudio de Mercado, el cual incluye todos los costos e impuestos de ley correspondientes.

Que el precio ofrecido fue debidamente analizado y no corresponde a error alguno, voluntario o involuntario.

Que el valor ofrecido lo podemos confirmar dadas las siguientes circunstancias:

#### **Legislación, Jurisprudencia y normatividad vigente:**

La norma que menciona el término "artificialmente bajo" es el artículo 2.2.1.1.2.2.4 del Decreto 1082 de 2015, Oferta con valor artificialmente bajo: "si de acuerdo con la información obtenida por la Entidad Estatal en su deber de análisis de que trata el artículo 2.2.1.1.6.1 del presente decreto, el valor de una oferta parece artificialmente bajo, la Entidad Estatal debe requerir al oferente para que explique las razones que sustenta el valor ofrecido. Analizadas las explicaciones, el comité evaluador de que trata el artículo anterior, o quien haga la evaluación de las ofertas, debe recomendar rechazar la oferta o continuar con el análisis de la misma en la evaluación de las ofertas".

"Cuando el valor de la oferta sobre la cual la Entidad Estatal tuvo dudas sobre su valor, responde a circunstancias objetivas del oferente y de su oferta que no ponen en riesgo el cumplimiento del contrato si este es adjudicado a tal oferta, la Entidad Estatal debe continuar con su análisis en el proceso de evaluación de ofertas".

El decreto 1082 de 2015 solo da dos preceptos para habilitar una oferta de la que tenga elementos para pensar que es artificial:

1. Que corresponde a circunstancias objetivas del oferente y
2. Que no ponga en riesgo el cumplimiento del contrato en caso de adjudicarse a esa oferta.

Por lo anterior, a continuación explicamos las circunstancias objetivas del valor ofrecido que comprueban que no hay riesgo contractual alguno:

**Respaldo:**

FENIX media GROUP es una agencia de publicidad fundada hace 16 años. Durante más de 10 años hemos participado en procesos de contratación estatal, fruto de ello hoy contamos con más de 140 contratos ejecutados, cuyo desempeño ha sido más que satisfactorio. Nos caracterizamos por nuestro cumplimiento y por la calidad de los productos entregados, como también por la calidad humana de nuestro equipo de trabajo.

**Solidez, Capacidad Financiera y Poder de Negociación:**

FENIX media GROUP tiene una sólida situación financiera.

Como se evidencia en nuestras estados financieros, nuestro capital de trabajo es de \$1.258.113.000 y nuestra liquidez es del 3,26, indicadores que garantizan que nuestra empresa puede con holgura cumplir todas sus obligaciones financieras y mantener un adecuado flujo de caja, lo que necesariamente se ve reflejado en un excelente poder de negociación con los diferentes proveedores, pudiendo aprovechar la situación de caja para mejorar dichas negociaciones.

**Los buenos negocios como Valor Corporativo:**

En FENIX media GROUP pensamos que un buen negocio es cuando todas las partes ganan, por eso tratamos de entregar más de lo esperado, así nuestra rentabilidad sea menor que nuestra competencia, porque nuestros negocios los vemos como una relación a largo plazo con nuestros clientes.

Ahora bien, a continuación detallamos los rubros que conforman la propuesta económica, cada uno con sus respectivas razones que sustentan el valor ofrecido para cada ítem:

**VALOR DE LOS SERVICIOS:**

**Este valor 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.**

**Valor ofrecido por Fenix Media Group: \$80.000.000 + IVA**

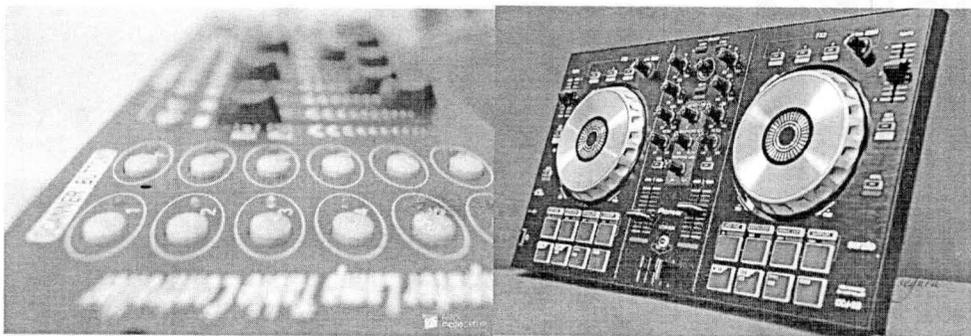
**Grupo de Trabajo:**

FENIX media GROUP está ejecutando en este momento contratos de características similares, por lo cual nuestro equipo de trabajo está conformado por profesionales idóneos de diversas áreas quienes se encargarán de las diferentes actividades de apoyo, ejecución, adecuación, diseño, producción, postproducción, medición, revisión, ajuste y demás elementos descritos en el Alcance del Objeto, en razón a esto la empresa no incurriría en gastos adicionales en el cumplimiento del contrato, lo cual nos permite ofrecer unos costos competitivos a la Entidad sin que se ponga en riesgo la ejecución del mismo.

**Área de producción Audiovisual propia:**

Somos una agencia de publicidad especial, en el sentido de contar con un área de producción audiovisual propia con todas las herramientas, personal capacitado y equipos idóneos para realizar pre producción, producción y post producción, de los diferentes proyectos de nuestros clientes.

Algunos de los equipos con los que cuenta la agencia para la realización de piezas de sonorización, producción, edición, son:



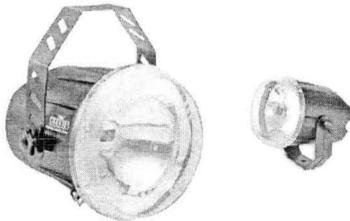
**JEFES DE INCLINACIÓN**



FENIX media GROUP  
Comunicación Estratégica

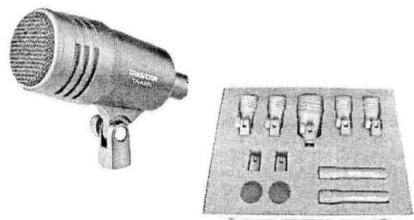
Manfrotto

**STROBER**



FENIX media GROUP  
Comunicación Estratégica

**MICROFONO TAKSTAR**



FENIX media GROUP  
Comunicación Estratégica

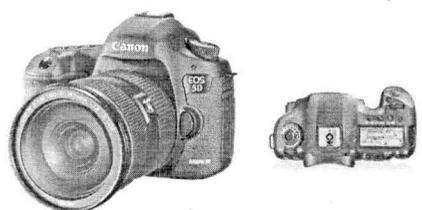
**TRIPODE SERIE 055**



FENIX media GROUP  
Comunicación Estratégica

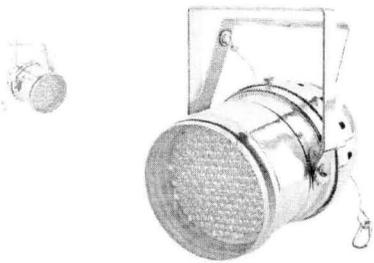
Manfrotto

**CANON 5D MARK III**



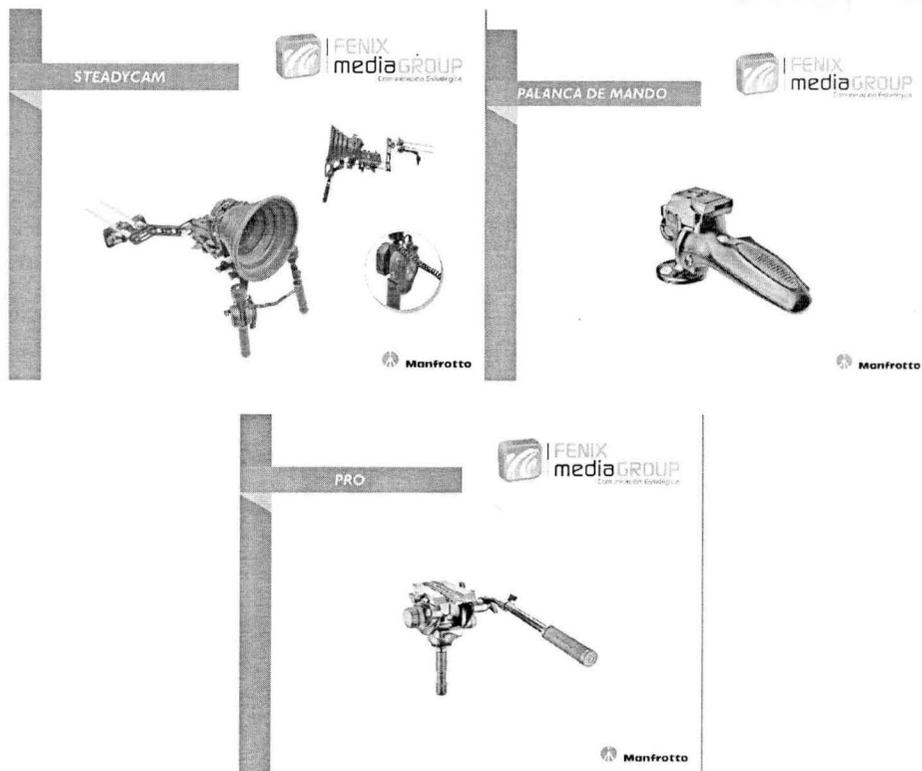
FENIX media GROUP  
Comunicación Estratégica

**LUCES PAR LED**



FENIX media GROUP  
Comunicación Estratégica

4



#### **Alianzas Estratégicas:**

Gracias a nuestra experiencia y con pleno conocimiento del mercado hemos forjado vínculos con aliados estratégicos lo cual nos ayuda a optimizar en tiempo, recursos y actividades los diferentes procesos de producción audiovisual.

#### **Optimización estratégica de los recursos ofrecidos a TRANSCARIBE S.A.:**

Este es un factor diferencial que nos permite ir más allá de la competencia, sin perder como lo hemos dicho la calidad y sin afectar nuestra solidez financiera.

El análisis realizado para el proceso que nos ocupa, se hizo contemplando un valor global para todos los productos audiovisuales solicitados. Es decir, como parte de la estrategia interna de la empresa, hemos sumado las diferentes variables necesarias para la correcta y óptima ejecución del contrato, tomando cada elemento necesario y realizando distintos análisis que dieron como resultado una planeación de una estrategia con la que logramos optimizar los recursos en los factores costo y tiempo.

Dentro de dicho análisis están contempladas todas las novedades que puedan surgir en el proceso de pre producción, producción y post producción, y aun así nuestro análisis de costos nos permite confirmar el precio ofrecido.

### VALOR DE LOS BIENES:

Este valor corresponde al material de divulgación descrito en el numeral 1.3.

Valor ofrecido por Fenix Media Group: \$ 17.068.965,52 + IVA

#### **Precios de compra:**

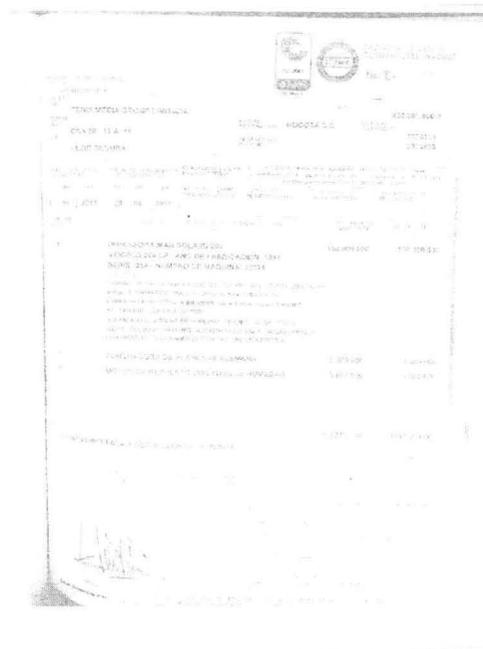
A la fecha estamos ejecutando varios contratos de características similares, lo cual nos permite un buen flujo de caja y excelentes precios de compra por volumen en los materiales e insumos.

#### **Planta de producción Propia:**

Contamos con una planta de producción propia con una capacidad instalada de 650 metros, donde realizamos la mayoría de elementos que resultan de los diferentes procesos de contratación.

La planta de producción cuenta con máquinas propias para la impresión y producción de elementos publi-comerciales y editoriales, entre otras:

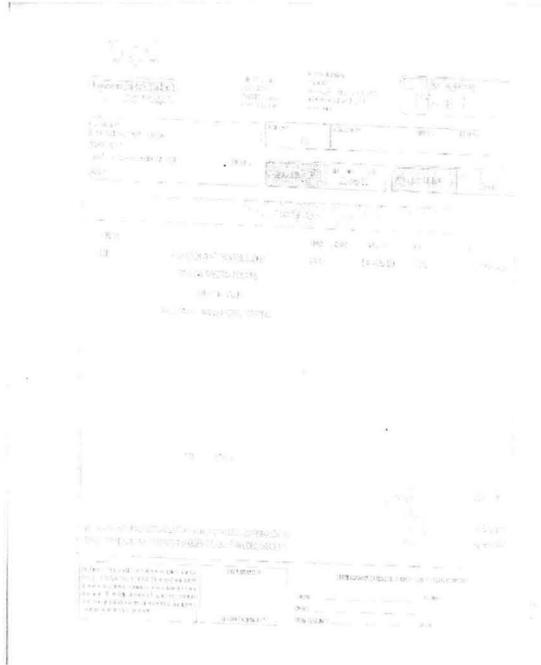
- Máquina de impresión offset ROLAND, de medio pliego, cuatro colores
- Máquina de impresión offset ROLAND de pliego, bicolor
- Plegadora tamaño pliego, marca STAL
- Cosedora de alambre y trifiladora, marca ROSBACK
- Cosedora al hilo, marca MULLER MARTINI
- Guillotina 92 cms de luz, marca ORIGINAL PERFECTA
- Plastificadora al calor de medio pliego
- Termoselladora al calor, marca MINIPACK MEDIA



Contamos con un área de impresión digital gran formato, con máquinas propias:

- Plotter de impresión digital, marca FLORA, de 3.2 metros de área de impresión
- Plotter de impresión digital de alta 1.440 DPI tecnología LATEX, marca HP de 1.5 metros.

- Plotter de corte de 85 cms marca GRAPHITEC
- Laminadora al frío y al calor marca ROYAL SOBEREING DE 1.8 mts
- Taller de acabados

**Taller de Manufactura:**

Contamos con un taller de manufactura dotado con las herramientas necesarias para el desarrollo y montaje de estructuras en aluminio, metal, acrílico, madera, dry Wall, avisos luminosos, señalización, proyectos especiales, etc.

**Insumos y Materiales:**

Algunos insumos y materiales los importamos, lo cual permite ofrecer a nuestros clientes un precio muy competitivo, sin descuidar los estándares de calidad que requiere cada uno de ellos.

**Transporte:**

La agencia cuenta con una Turbo Diésel de 3.5 toneladas y conductor fijo, dotada de elementos para la instalación y montaje de eventos, exposiciones y para carga simple, con autonomía nacional.

7



REPÚBLICA DE COLOMBIA  
MINISTERIO DE TRANSPORTE



LICENCIA DE TRÁNSITO No. 10001802285

PLACA <b>SZT300</b>	MARCA <b>JMC</b>	LÍNEA <b>JX1043DL2</b>	MODELO <b>2012</b>
CILINDRADA CC <b>2.771</b>	COLOR <b>BLANCO</b>	SERVICIO <b>PÚBLICO</b>	
CLASE DE VEHICULO <b>CAMION</b>	TIPO CARROCERIA <b>FURGON</b>	COMBUSTIBLE <b>DIESEL</b>	CAPACIDAD Kg/PSJ <b>2500</b>
NUMERO DE MOTOR <b>JX493ZQ4A-AC162753</b>	REG. VIN <b>N LETYECG23CHN00011</b>		
NUMERO DE SERIE <b>N00011</b>	REG. NUMERO DE CHASIS <b>N LETYECG23CHN00011</b>	REG. <b>N</b>	
PROPIETARIO(APELLIDO(S) Y NOMBRE(S) <b>FENIX MEDIA GROUP LIMITADA</b>			IDENTIFICACION <b>NIT 830081460</b>

### Optimización estratégica de los recursos ofrecidos a TRANSCARIBE S.A.:

Este es un factor diferencial que nos permite ir más allá de la competencia, sin perder como lo hemos dicho la calidad y sin afectar nuestra solidez financiera.

El análisis realizado para el proceso que nos ocupa, se hizo no calculando el valor unitario de cada elemento por separado, sino lo planteamos como un todo. Es decir, hemos sumado la cantidad de material necesario para la realización de cada elemento y lo hemos colocado en grupos, dándole a cada uno un valor por cantidad y un costo máquina y horas hombre, de modo que podamos producir de manera continua los diferentes elementos, y como resultado logramos optimizar los recursos en los factores costos y tiempo. No obstante lo anterior, hemos previsto contingencias de elementos aislados o por separado y aun así nuestro análisis de costos nos permiten confirmar el precio ofrecido.

### VALOR DEL PORCENTAJE DE COMISION

Hemos revisado los estudios previos y no encontramos referencia suficiente para concluir que estamos por fuera de los valores del mercado, por lo cual consideramos que el valor ofrecido como Porcentaje de Comisión para la ejecución del contrato derivado del proceso en referencia, no puede considerarse artificialmente bajo, ya que el mercado de los medios en Colombia no está regulado y las Agencias o Centrales de Medios son libres de ofrecer a sus clientes los valores que a bien tengan, de acuerdo a los criterios propios de cada empresa.

Además y muy importante, el Pliego de Condiciones daba libertad al proponente de determinar el valor de este rubro de acuerdo a su análisis interno, y más aun teniendo en cuenta que la estructuración y ejecución del plan de medios ya tiene un valor determinado por la Entidad, sobre el cual el proponente y futuro contratista no tiene ninguna injerencia, esto da plena seguridad a TRANSCARIBE S.A. que no se pondrá en riesgo la ejecución del contrato, lo cual debe traducirse en una correcta ejecución del mismo.

Dicho esto, al tener ya un valor establecido e inamovible para la ejecución del plan de medios, con base en nuestra amplia experiencia en el manejo de medios y ejecución de diferentes campañas, se determinó una comisión de 0% está acorde con las necesidades de la Entidad y los requerimientos establecidos en las Condiciones Definitivas del Proceso para el desarrollo de la campaña. Lo que hemos afectado es el porcentaje de comisión, más no la compra de medios (plan de medios).

2

Igualmente la Entidad debe tener en cuenta que 7 de los 8 proponentes presentados ofrecieron una comisión de 0%, lo cual pone en evidencia que nuestro ofrecimiento está acorde con la realidad del mercado actual y por ende no puede ser considerado como artificial.

Sin perjuicio de lo anterior, es necesario que la Entidad tenga presente que las regulaciones que en el pasado se hacían vía pliegos de condiciones o términos de referencia para evitar propuestas artificialmente bajas ya no se pueden hacer, porque a la luz de la reforma de la ley 80 de 1993, el artículo 32 de la Ley 1150 de 2007 derogó el siguiente texto del artículo 3 de la ley 80 de 1993: *... "además de la obtención de utilidades cuya protección garantiza el Estado" (...)*

Esto significa que la apreciación que hagan las entidades estatales para determinar cuándo una propuesta es artificialmente baja debe excluir la consideración de la utilidad esperada por el contratista al momento de presentar la oferta, por cuanto el Estado ya no está obligado a garantizar dicha utilidad; es decir, el Estado hoy está autorizado para aceptar ofertas sin márgenes de utilidad.

#### **CONSIDERACIONES GENERALES DEL VALOR OFRECIDO**

Adicional a todo lo mencionado en el presente documento debemos precisar que, de acuerdo a la respuesta dada por la Entidad al señor Miguel Saavedra en documento publicado el pasado 08-08-2016 a las 4:32 p.m. en la página de contrataciones, en cual manifestaron que:

**OBSERVACION 7.** En los documentos de Estudios Previos y Análisis del sector del proceso no se encontró que la Entidad hubiere realizado cotizaciones de los servicios a contratar, por lo cual entendemos que no cuentan con precios de referencia reales del mercado, ¿es correcta nuestra interpretación?

**RESPUESTA:** No es correcta. La entidad hizo un estudio del sector, investigación que consulta los precios reales del mercado. Por otra parte, en el segundo semestre de 2015 la entidad llevó a cabo una licitación pública similar en la cual se presentaron tres proponentes, cuyos valores se tuvieron en cuenta para el presupuesto actual.

Siendo así ¿como haría entonces la entidad para determinar un precio artificialmente bajo? Es necesario que la entidad contemple la posibilidad de que algunos proponentes por el hecho de ganarse la licitación ofrezcan valores irreales y potencialmente bajos que pondrán en riesgo la correcta ejecución del futuro contrato, más aún cuando los elementos a ofrecer no son claros.

**RESPUESTA:** Los elementos, bienes y servicios a entregar están descritos en el numeral 1.3 con suficiente claridad. La determinación de precios artificialmente bajos, si se llegaren a presentar, se hará con base en el estudio previo y del sector que elaboró la entidad, y teniendo en cuenta las sentencias dictadas por el Consejo de Estado respecto a la proporcionalmente con el valor del objeto ofrecido. Recordemos que el precio ofrecido no puede ser irrisorio o vil.

Procedimos a verificar la página de contrataciones y no encontramos la información de la investigación de consulta de los precios reales del mercado (para las actividades

9

relacionadas en el Alcance del Objeto) en los documentos de Estudios Previos y Análisis del Sector como lo indica la Entidad, en ambos documentos se refieren es al proceso TC-LPN-002-15 celebrado en el año 2015 por la Entidad con la empresa CASA PRODUCTORA LTDA, verificando dicho proceso evidenciamos que si bien el presupuesto es el mismo que el del proceso que hoy nos ocupa, el objeto, aunque es similar, presenta claras diferencias, las cuales se reflejan más claramente en las actividades a ejecutar, lo que necesariamente se traduce directamente en los costos, así:

#### VALOR DE LOS SERVICIOS:

En el proceso TC-LPN-002 de 2015 este ítem incluía elementos tales como Entrenamiento de Voceros y Actividades de Comunicación Interna, elementos que no se encuentran dentro de las actividades a realizar en el proceso TC-LPN- 001-2016, las mismas se suprimieron de este último, y los demás elementos se mantuvieron similares sin presentar modificaciones significativas, por lo cual mal haría la Entidad al comparar los valores de un proceso con otro cuando es claro que se presenta tal variación, si bien puede tomarlo como referencia no puede entrar a cotejarlas como iguales en materia económica, la convocatoria TC-LPN-001-2016 debe necesariamente presentar una disminución de costos en comparación con el celebrado en el 2015.

#### VALOR DE LOS BIENES:

En el proceso TC-LPN-002 de 2015 la Entidad no detallaba puntalmente la cantidad ni el tipo de piezas solicitadas en este ítem, respecto a esto TRANSCARIBE S.A. manifestó a través de documento de respuestas que *"La entidad no exige en el pliego de condiciones un número determinado de piezas, las mismas obedecerán al número propuesto en el diseño de las dos campañas institucionales"*, es decir que era potestad del proponente determinar un valor para este rubro de acuerdo a sus análisis internos proyectados a las futuras campañas a realizar, se entendía entonces que este elemento sería una "bolsa de impresos" del cual la Entidad podía disponer según sus necesidades.

Caso totalmente contrario sucede en el proceso TC-LPN- 001-2016, donde TRANSCARIBE S.A sí determinó una cantidad y unas piezas puntuales, como se describen en el numeral 1.3. DESCRIPCIÓN TÉCNICA, DETALLADA Y COMPLETA DEL SERVICIO OBJETO DEL CONTRATO de los Pliegos Definitivos, por lo tanto era sobre esta información que el proponente debía determinar el valor de los bienes, esta condición necesariamente debe representar una variación de costos entre los procesos de 2015 y 2016, por lo cual mal haría la Entidad al comparar los valores de un proceso con otro cuando es claro que se presenta tal variación, si bien puede tomar como referencia el proceso del año pasado, no puede entrar a cotejarlos como iguales en materia económica, la convocatoria TC-LPN- 001-2016 debe necesariamente presentar una disminución de costos en comparación con el celebrado en el 2015.

#### PLAN DE MEDIOS:

Verificando el proceso TC-LPN-002 de 2015 encontramos que la Entidad exigía al contratista lo siguiente:

70

- Contar con estudios, investigaciones y análisis especializados en medición de medios masivos de comunicación (EGM, TGI, IBOPE u otros de similares características), para la planificación, el direccionamiento estratégico, la ordenación y compra de pauta en medios correspondientes a la campaña institucional que se realizará en 2015. El contratista podrá presentar una certificación por parte del aliado estratégico en donde sea autorizado el uso de los estudios durante el tiempo de la ejecución del contrato.
- Proveer a la Gerencia de Transcribe el acceso a los estudios EGM, TGI, ECAR e IBOPE (vigentes).

Debe entonces considerar la Entidad que dichos estudios significan una inversión significativa de parte del contratista, y por ende estos costos deben verse reflejados en el valor de la propuesta económica.

Dicha exigencia fue suprimida del proceso TC-LPN- 001-2016, lo cual daba la libertad al proponente de determinar cuáles son las herramientas o estudios a utilizar en la ejecución del contrato para realizar la planeación estratégica y las actividades de medición de efectividad y recordación de las campañas, teniendo en cuenta cuales se acomodan a las necesidades de la Entidad y del proponente a fin de alcanzar los objetivos, esto sin afectar la rentabilidad ni poner en riesgo la ejecución del contrato, esta situación necesariamente debe representar una variación de costos entre los procesos de 2015 y 2016, por lo cual mal haría la Entidad al comparar los valores de un proceso con otro cuando es claro que se presenta tal variación, si bien puede tomar como referencia el proceso del año pasado, no puede entrar a cotejarlos como iguales en materia económica, la convocatoria TC-LPN- 001-2016 debe necesariamente presentar una disminución de costos en comparación con el celebrado en el 2015.

#### VALORES AGREGADOS:

Los valores agregados si bien no significan un costo para la Entidad sí lo son para el futuro contratista, por ende el proponente debe tenerlos en cuenta dentro de su estrategia de costos al determinar su ofrecimiento económico.

Ahora bien, una vez revisado el proceso TC-LPN-002 de 2015 encontramos que en el mismo se solicitaba en los valores agregados un total de 5 ítems, de estos destacamos 3: Diseño de uniformes institucionales, Colorimetría y diseño exterior de vehículos del SITM y Contar con los servicios de una Agencia de Medios Asociada, estos elementos significaban una gran inversión al proponente puesto que necesariamente incluían la participación de terceros, lo que se traduce en costos adicionales.

En lo que se refiere al proceso TC-LPN- 001-2016 esta situación cambia drásticamente, ya que los valores agregados solicitados son 4, es decir uno menos que el proceso anterior, los ítems mencionados fueron eliminados y sustituidos por la Conceptualización de estrategia de comunicación comunitaria y el Diseño de plan de servicio al cliente, estos último son actividades propias de una agencia, por ende su inversión económica es mínima, siempre y cuando se cuente de antemano con el personal y recursos idóneos, como es nuestro caso, es por esto que mal haría la Entidad al comparar los valores de un proceso con otro cuando es claro que se presenta tal variación, si bien puede tomar como referencia el proceso del año pasado, no puede entrar a cotejarlos como iguales en materia económica, la convocatoria TC-LPN- 001-2016 debe necesariamente presentar una disminución de costos en comparación con el celebrado en el 2015.

21

**Conclusiones:**

El tener los costos de producción controlados de manera interna, al contar con unas áreas de producción audiovisual y producción de impresos propias, transporte, equipo técnico y creativo armado y listo y la experiencia específica necesaria del recurso humano y de los equipos físicos, sin tener que realizar inversiones adicionales, nos permiten ofrecer el valor referenciado, sin afectar la calidad y la solidez financiera del posible contrato.

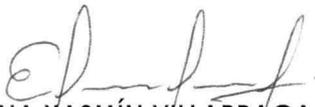
Si bien es cierto, el valor ofertado es distante del presupuesto de la entidad, este no puede considerarse como PRECIO ARTIFICIALMENTE BAJO ya que no pondrá en riesgo la ejecución contractual, pues es el resultado de una estrategia técnica y financiera lógica, real y bien definida, aprovechando como es lógico la fortaleza de la empresa como productora directa y la experiencia adquirida en contratos de igual naturaleza, lo cual nos permite ir más allá de la competencia, sin perder como lo hemos dicho la calidad y sin afectar nuestra solidez financiera.

Nuestra trayectoria, respaldo, solidez, capacidad financiera y por supuesto el poder de negociación derivado de la masa crítica de compra, nos permite ofrecer sin riesgo alguno el valor de \$112.600.000 (IVA Incluido) a TRANSCARIBE S.A. Este valor no puede considerarse artificialmente bajo por las razones objetivas, legales y financieras descritas en los puntos anteriores.

Finalmente, es de mencionar que a través de nuestra propuesta, a folios 219-223 presentamos compromiso de cumplimiento de las especificaciones técnicas solicitadas, e igualmente en la Carta de Presentación manifestamos que nos comprometemos a dar total cumplimiento a todos y cada uno de las condiciones técnicas y obligaciones que se deriven de la celebración del contrato resultante de la presente convocatoria, compromiso que nuevamente confirmamos a través del presente oficio.

Adicionalmente cabe precisar que el valor ofrecido está respaldado legalmente La póliza de seriedad de la oferta de SEGUROS DEL ESTADO No. 64-44-10100719, la cual una vez adjudicado el contrato será de cumplimiento.

Cordialmente,



**EDNA YASMÍN VILLARRAGA MARÍN**

C.C. 52.161.901 de Bogotá

Representante Legal Fenix Media Group Ltda.

PRODUCCION GRAFICA EDITORES S.A.S  
NIT. 800.228.815 - 8



FACTURA DE VENTA  
COMMERCIAL INVOICE

No. E- 3429

CLIENTE (ES): FENIX MEDIA GROUP LIMITADA NIT: 830.081.460-2  
 DIRECCION: CRA 26 12 A -18 CIUDAD/ DESTINATION: BOGOTÁ D.C. TELEFONO TELEPHONE: 2376139  
 REPRESENTANTE: YEZID SEGURA REMISION (ES)/ PACKING LIST: 2015925

FECHA DE FACTURA INVOICE DATE	FECHA DE VENCIMIENTO EXPIRATION DATE	CONDICIONES DE PAGO: PAYMENT TERMS:	\$75.000.000 al inicio de la negociacion / \$81.000.000 con 12 cheques postfechados asi: 1 cheque por \$12.250.000 y 11 cheques por \$6.250.000 para ser consignados entre mayo de 2011 y abril de 2012.					
MM	AA	DD	MM	AA	ORDEN DE COMPRA PURCHASE ORDER	COTIZACION NUMBER QUOTA	O. PRODUCCION PRODUCTION ORDER	COD. EJECUTIVO SELLER COD.
28	04	2011	28	04	2011			

CANTIDAD QUANTITY	PRODUCTO / PRODUCT DESCRIPTION	VR. UNITARIO UNIT PRICE	VALOR / VALUE
1	IMPRESORA MAN ROLAND 200 MODELO 204 LP - AÑO DE FABRICACIÓN: 1991 SERIE: 254 - NUMERO DE MAQUINA: 22279 COLORES: 4 TAMAÑO DE PAPEL: Max. (-S.235) 520 x 720 MM - Max. (-S.235) 520 x 740 MM AREA DE IMPRESIÓN: Min. 210 x 280 mm. Max. 510 x 720 mm. ESPEÑOR DE MATERIAL A IMPRIMIR: hasta 0,6mm o hasta 600 g/m2 RCI TABLERO CONTROL TINTERO ROLANDMATIC SISTEMA DE HUMEDAD ; MABEG - ALIMENTADOR WEKO - POLVO ANTIREPINTE; REGISTRO LATERAL Y CIRCINFERENCIAL LAMPARAS JR EN LA SALIDA (2) CON TABLERO DE CONTROL	150.000.000	150.000.000
1	PONCHADORA DE PLANCHAS ALEMANA	2.500.000	2.500.000
1	MOTOR DE REPUESTO UNIDADES DE HUMEDAD	3.500.000	3.500.000
<b>SUBTOTAL</b>			<b>156.000.000</b>
<b>TOTAL</b>			<b>156.000.000</b>

CIENTO CINCUENTA Y SEIS MILLONES DE PESOS

CONTROLADO

ACEPTADA / ACCEPT

NOMBRE: \_\_\_\_\_

C.C. O NIT: \_\_\_\_\_

SELLO Y FECHA DE RECIBO: \_\_\_\_\_

RECIBI REAL Y MATERIALMENTE LA MERCANCIA DESCRITA EN EL PRESENTE TITULO VALOR

*[Handwritten Signature]*  
PRODUCCION GRAFICA EDITORES S.A.S.  
NIT. 800.228.815 - 8

RESOLUCION DIAN No. 50000276303 FECHA 2010/10/05 AUTORIZA DEL No. E-3001 HASTA EL No. E-4000

CLIENTE

73

**SUPERSIGNS COLOMBIA S.A.S.**  
 NIT. 900450211-2  
**FACTURA DE VENTA**  
 N° 2322



Nit 900450211 FV No. 2322

Regimen Comun - Carrera 17 # 141-62 - BOGOTA - ACTIVIDAD  
 COMERCIAL 7310 ICA 0,966% CREE 0,6% TEL 4716909 - 7534057  
 RESOLUCIÓN DE FACTURACIÓN DIAN N° 320001040881 de fecha:  
 24/07/2013 Autoriza del N° 1067 al N° 10000

CLIENTE	FENIX MEDIA GROUP LIMITADA		
NIT	830081460-2	CIUDAD	TELEFONO
DIRECCION	CRA 24 22 A 58	Bogota D.C.	3409342
		PAGO A 30 DIAS SALDO 1.956.740 SERIAL A40935097	

FECHA FACTURA	FECHA VENCIMIENTO	VENDEDOR	FORMA DE PAGO
jueves, 29 de enero de 2015	29-ene-15	MARINA TATIANA ORJUELA AUNTA	Credito

Descripción	Cantidad	U Medida	Valor Unitario	IVA	Total
PLOTER GRAPTEC FC 8600-75	1,00	Und.	9.052.000	16%	9.052.000

IMPORTE 6527

Valor en Letras  
 DIEZ MILLONES DOSCIENTOS SETENTA Y CUATRO MIL VEINTE PESOS  
 M/CTE

Firma Responsable \_\_\_\_\_ Recibido Por \_\_\_\_\_

*[Handwritten signature]*  
 29/1/15

SUBTOTAL	9.052.000
DESCUENTO	0
IVA	1.448.320
RETEFUENTE	226.300
RETEIVA	0
RETEICA	0
TOTAL FACTURA	\$ 10.274.020

74

Impreso por: X&P MILLENTO Luis Peña Sánchez Nit 79 413 919-3 Tel 2474408-310-239-95-56  
 Resolución facturación DIAN N° 320000804346 de fecha: 2011/07/11 Autoriza del N° 001 al n° 10000