



La Gerencia General de Transcaribe S.A. designó mediante Resolución No. 119 del 26 de julio de 2016, el comité evaluador jurídico, técnico y financiero de las ofertas presentadas dentro del proceso de Licitación Pública No. TC-LPN-001-2016, cuyo objeto es "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".

Con el propósito de seguir cumpliendo con tal designación, el comité ha elaborado el presente documento en el cual se da respuesta detallada a las observaciones presentadas sobre el informe de evaluación, y se determina la capacidad y/o habilidad para participar en la licitación.

A continuación se presentan las observaciones presentadas por los proponentes y las respuestas a las mismas por parte del comité evaluador.

I. OBSERVACIONES RECIBIDAS

A. OBSERVACIONES SOBRE LA EVALUACION DE SUS PROPIAS OFERTAS:

1. OBSERVACIONES PRESENTADAS POR PGL MERCADEO Y EVENTOS S.A.S.

1.1. Calificación de la experiencia:

El proponente, a través de apoderado, mediante correo electrónico del 2 de septiembre del año que discurre, a las 4:19 p.m., presenta escrito solicitando se evalúe como CUMPLE y se habilite técnicamente su propuesta, y se realice su correspondiente ponderación, de acuerdo a lo siguiente:

"Consideramos que nuestra propuesta si cumple técnicamente, en lo referente a los requisitos solicitados en los pliegos de condiciones, la entidad nos evalúa como no cumple en lo relativo a los a los requisitos habilitantes de orden técnico, estipulando que no se cumple en: experiencia en contratos - códigos de clasificación UNSPSC, los contratos deben haberse celebrado en los últimos 5 años contados a partir del cierre de la convocatoria, al menos uno de ellos debe haberse celebrado con empresas o X entidades públicas, cuyo objeto esté referido a: a) Diseño de campañas de comunicación estratégica, campañas sociales o publicidad institucional, o de impacto cultural; y/o b) implementación de planes de medios.

1. EXPERIENCIA EN CONTRATOS - CÓDIGOS DE CLASIFICACIÓN UNSPSC

En lo referente a este requisito se considera que si se cumple, por cuanto la entidad fue puntual y concisa y estableció en los pliegos en el punto 4.1.1.2., Relativo al Registro único de proponentes, que para este proceso de selección se requiere que el proponente tenga INSCRITO CUALQUIERA DE LAS ACTIVIDADES RELATIVAS A LO CODIGOS 82101800, 82101600, 82101900. Así quedo establecido:

NO

R S



Punto 4.1.1.2. Registro único de proponentes

De conformidad con el Artículo 2.2.1.1.5.1. del Decreto 1082 de 2015, cada Proponente o integrante del Proponente persona natural, jurídica, consorcio o unión temporal, interesado en participar en el presente proceso de contratación deberá estar inscrito y allegar el Registro Único de Proponentes vigente, expedido por la Cámara de Comercio respectiva, a efectos de verificar su calificación y clasificación, además de los requisitos habilitantes asociados a la: experiencia, capacidad jurídica, capacidad financiera, y la capacidad organizacional.

.....

Se requiere para este proceso de selección que el proponente tenga cualquiera de las actividades que se describen a continuación:

Código	Nombre UNSPSC
82101800	Servicios de campañas publicitarias
82101600	Publicidad difundida
82101900	Colocación y cumplimiento de Medios

Al tenor literal de lo establecido en los pliegos, se concluye que la entidad solicito en forma taxativa, que el requisito de experiencia se acreditaba con cualquiera de las actividades arriba descritas,

Cualquier otra interpretación o desconocimiento de esta regla, vulnera la objetividad que la entidad debe plasmar en los pliegos y de paso vulnera y atenta con los derechos del proponente que se somete a participar acogiendo lo establecido en los pliegos.

Por lo anterior se solicita, se califique con, CUMPLE, la **EXPERIENCIA EN CONTRATOS - CÓDIGOS DE CLASIFICACIÓN UNSPSC, Y COMO CONSECUENCIA DE ELLO LA EXPÉRIENCIA APORTADA DEBE SER CALIFICADA.**

2. LOS CONTRATOS DEBEN HABERSE CELEBRADO EN LOS ÚLTIMOS 5 AÑOS CONTADOS A PARTIR DEL CIERRE DE LA CONVOCATORIA

En lo referente a los contratos, en la propuesta se encuentra la información relativa a los contratos solicitados, conforme a los requisitos solicitados folios del 12 al 96. Dichos contratos se encuentran dentro del rango de los 5 años solicitados en el pliego de condiciones.

A. CONTRATO 184-2012: Celebrado y suscrito el 31 de Noviembre de 2012 con la CAJA DE COMPENSACIÓN FAMILIAR DE FENALCO •. ANDI COMFENALCO CARTAGENA. Folios 12-55.

[Handwritten signatures and marks]



B. CONTRATO DE ASESORIA PUBLICITARIA ENTRE LA UNIVERSIDAD TECNOLOGICA DE BOLIVAR Y PGL MERCADEO Y EVENTOS S.A.S. Celebrado suscrito el 15 de Enero de 2013. Folios 56 -74.

C. CONTRATO 013-2014: EL DISTRITO TURISTICO Y CULTURAL DE CARTAGENA DE INDIAS. Celebrado suscrito el 18 de Noviembre de 2014. Folios 75-84.

Por lo anterior se solicita, se califique con, **CUMPLE**, el presente ítem de evaluación; **Y COMO CONSECUENCIA DE ELLO LA EXPÉRIENCIA APORTADA DEBE SER CALIFICADA.**

3. AL MENOS UNO DE ELLOS DEBE HABERSE CELEBRADO CON EMPRESAS O ENTIDADES PÚBLICAS, CUYO OBJETO ESTÉ REFERIDO A: A) DISEÑO DE CAMPAÑAS DE COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA, CAMPAÑAS SOCIALES O PUBLICIDAD INSTITUCIONAL, O DE IMPACTO CULTURAL; Y/O B) IMPLEMENTACIÓN DE PLANES DE MEDIOS.

La propuesta se encuentra acorde, con el requisito de que uno de los contrato sea con entidades públicas, folios del 75al 84.

CONTRATO 013-2014: EL DISTRITO TURISTICO Y CULTURAL DE CARTAGENA DE INDIAS. Celebrado suscrito el 18 de Noviembre de 2014. Folios 75-84.

Dichos contrato su objeto está referido y relacionado con el requerido en los pliegos. **(DISEÑO DE CAMPAÑAS DE COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA, CAMPAÑAS SOCIALES O PUBLICIDAD INSTITUCIONAL, O DE IMPACTO CULTURAL; Y/O B) IMPLEMENTACIÓN DE PLANES DE MEDIOS)**

Por lo anterior se solicita, se califique con, **CUMPLE**, el presente ítem de evaluación.”

RESPUESTA A LA OBSERVACION:

- VERIFICACION TECNICA DE LA PROPUESTA.

Tal como lo señala el observante, el numeral 4.1.1.2. del pliego de condiciones, es claro al señalar que el proponente debe estar inscrito en el RUP, para este proceso de selección, en cualquiera de las actividades que se describen a continuación: (subrayas fuera de texto)

Código	Nombre UNSPSC
82101800	Servicios de campañas publicitarias
82101600	Publicidad difundida
82101900	Colocación y cumplimiento de Medios

Esta exigencia refiere a los bienes, obras o servicios que puede ofrecer a las entidades

Handwritten marks: a stylized signature and a scribble.



estatales, identificados en el clasificador, que en el caso de su propuesta, se encuentra consignado en el folio 90, página 4 del Registro Único de Proponentes allegado; y por ello en el informe de verificación jurídica de la oferta, su propuesta resulta habilitada, toda vez que el proponente se encuentra clasificado en el código 82101800. Otra cosa es el registro de los contratos reportados para acreditar experiencia.

El numeral 4.1.2. del pliego de condiciones establece lo siguiente:

Factores de experiencia del proponente

...

La experiencia del proponente se verificará en el RUP, con hasta tres (3) contratos los cuales indicará el proponente, y cuyo objeto (de cada contrato) comprenda los CÓDIGOS UNSPSC establecidos dentro del presente proceso.

Código	Nombre UNSPSC
82101800	Servicios de campañas publicitarias
82101600	Publicidad difundida
82101900	Colocación y cumplimiento de

Al menos uno de ellos debe haber sido celebrado con empresas o entidades públicas, cuyo objeto esté referido a: a) Diseño de campañas de comunicación estratégica, campañas sociales o publicidad institucional, o de impacto cultural; y/o b) implementación de planes de medios;

Los contratos que se pretendan acreditar deben tener las siguientes características:

- haberse celebrado en los últimos cinco (5) años, contados a partir del cierre de la presente convocatoria;
- la sumatoria de los contratos debe ser igual o superior al cien por ciento (100%) del presupuesto oficial, esto es, SEISCIENTOS MILLONES DE PESOS \$600.000.000.00,
- los contratos deben haberse ejecutado en un 100%;

En caso de que la información contenida en el RUP no permita acreditar la totalidad de las exigencias establecidas, el proponente deberá aportar certificaciones que contengan como mínimo la siguiente información:

Nombre del contratante

Nombre del Contratista

Objeto del contrato

Fecha de inicio y fecha de terminación (día, mes y año)

Valor del contrato

El certificado debe incluir claramente las actividades que acrediten la experiencia técnica mínima requerida.

Certificación de cumplimiento a satisfacción expedida por el funcionario competente.

Firma de quien expide la certificación.

...”

Es clara la exigencia, en el sentido que la experiencia que debe acreditar el proponente debe COMPRENDER los códigos establecidos en el proceso de licitación.

De acuerdo con el Diccionario de la Real Academia Española, versión 23º, COMPRENDER significa "contener o incluir en sí algo". En atención a este significado, la exigencia del pliego, en cuanto a la experiencia, implica que los registros en el RUP deben incluir los códigos establecidos en el proceso, en cada contrato que el proponente presente para acreditar la experiencia.

Una cosa es la identificación de los bienes, obras o servicios que el proponente puede ofrecer a una entidad pública, y otra la experiencia por el registrada en el RUP.

Teniendo claro el sentido de la estipulación del pliego de condiciones, que es el documento contentivo de las reglas que rigen el proceso de selección, el COMITÉ se ratifica en el concepto de calificar como NO CUMPLE, y por tanto no habilitar técnicamente la propuesta.

En atención a lo anterior no se entran a analizar las experiencias relacionadas y aportadas por el oferente, en cuanto a las demás condiciones de cumplimiento.

1.2. Calificación verificación requisitos técnicos y administrativos:

"4. VERIFICACION DE REQUISITOS TECNICOS Y ADMINISTRATIVOS.

La entidad, en su informe de evaluación manifiesta, que no se cumple con el Profesional Publicista universitario en áreas de publicidad, mercadeo o afines, en este sentido se manifiesta que la oferta a partir de los folio 97 y 98 se establece la acreditación de los requisitos técnicos y administrativos. Es de anotar que los pliegos establecen y permiten la posibilidad de carreras o profesiones afines, en este sentido la entidad en la evaluación se limito a exponer para determinar que no se cumple:

"... Por otra parte, el personal presentado no corresponde al personal mínimo exigido en el pliego, toda vez que algunos de ellos exhiben titulaciones académicas de disciplinas distintas a las solicitadas."

Se solicita, se determine que si se cumple con la acreditación de los requisitos técnicos y administrativos; de continuar en la negativa se solicita a la entidad exponga en forma clara y detallada los motivos, explicando y analizando por que, considera que son carreras o disciplinas académicas distintas a las solicitadas, siendo que el pliego es amplio y permite la afinidad; lo anterior por cuanto es nuestro derecho, se explique la negativa bajo los fundamentos legales y estipulaciones contractuales vigentes.

Es de anotar y recordarle a la entidad, que el pliego de condiciones, se trata de un acto jurídico prenegocial con carácter vinculante y obligatorio para los partícipes del proceso de licitación, que únicamente puede ser objeto de modificaciones, en las

no

re so



oportunidades previstas en el estatuto contractual, que lo son exclusivamente con antelación al cierre de la licitación.

Es por lo anterior que, en tanto acto jurídico prenegocial, predispuesto las más de las veces unilateralmente por la entidad que invita al ofrecimiento, es susceptible de interpretación con arreglo a los principios y reglas generales sobre la materia, sin olvidar que la naturaleza de acto unilateral predispuesto, implica que respecto de dicho contenido, se deba aplicar a él las reglas de interpretación decantadas por la doctrina, cuando de condiciones generales se trata.

Es principio fundamental informador de la etapa de selección del contratista, el de garantizar la igualdad de los oferentes y por lo mismo bajo dicha óptica todas aquellas cláusulas que puedan comportar la vulneración de tal principio, son susceptibles de depuración, por parte del juez del contrato, como que la aplicación indiscriminada de aquellas, puede constituir la fuente de daños y perjuicios para cualquiera de los partícipes dentro del proceso de selección objetiva.

La administración no puede establecer criterios irrazonables que no consulten el interés general presente tanto en el proceso de selección como en la ejecución del contrato estatal, so pena de ineficacia de dichas cláusulas predispuestas ante casos de violación mayúscula del ordenamiento jurídico v. gr. cláusulas contradictorias, contravención de norma de orden público o, de exponerse a un control riguroso de contenido por parte del juez del contrato, quien por vía de la cláusula general de buena fe o, bajo la óptica del principio de objetividad o de igualdad, puede corregir o ajustar el contenido de la cláusula, con el propósito de preservar la eficacia vinculante de la que ha sido predispuesta, garantizando así, en todo caso, la aplicación cabal de los principios informadores de la contratación estatal."

RESPUESTA A LA OBSERVACION: La entidad estableció en el numeral 4.1.7. del pliego de condiciones, que los oferentes debían acreditar como organización técnica mínima el siguiente personal:

TIPO DE PERSONAL	CANTIDAD	EXPERIENCIA
Profesional universitario en áreas de publicidad, mercadeo o afines	3	10 AÑOS
Profesional universitario en áreas de la comunicación social o periodismo	1	5 AÑOS
Técnico o tecnólogo en producción de radio y televisión o afines	2	2 AÑOS
Profesional en diseño gráfico	2	5 AÑOS

A renglón seguido el numeral exige que "PARA ACREDITAR LAS CONDICIONES EXIGIDAS SOBRE EL PERSONAL PROPUESTO, El proponente debe:



- presentar hoja de vida de cada una de las personas propuestas, acreditando los títulos académicos, de conformidad con las normas que regulan la materia; ... (subrayas fuera de texto).

De la lectura del numeral antes transcrito se colige que el personal propuesto debe tener "los títulos académicos" que describe el tipo de personal.

Al momento de construir la entidad el estudio previo que sustenta el contenido del pliego de condiciones, se tomo para describir la exigencia, el significado que se da a "título académico" el diccionario WIKIPEDIA, que señala lo siguiente:

*"Un **título académico, titulación académica o grado académico**, es una distinción dada por alguna institución educativa, generalmente después de la terminación exitosa de algún programa de estudios."*

Así mismo, se tuvo en cuenta la identificación que hace la página web del Ministerio de Educación Nacional, sobre los niveles de educación superior, así:

"La educación superior se imparte en dos niveles: pregrado y posgrado.

El nivel de pregrado tiene, a su vez, tres niveles de formación:

- *Nivel Técnico Profesional (relativo a programas Técnicos Profesionales).*
- *Nivel Tecnológico (relativo a programas tecnológicos).*
- *Nivel Profesional (relativo a programas profesionales universitarios).*

La educación de posgrado comprende los siguientes niveles:

- *Especializaciones (relativas a programas de Especialización Técnica Profesional, Especialización Tecnológica y Especializaciones Profesionales).*
- *Maestrías.*
- *Doctorados."*

Como se observa, la formación académica establecida por la entidad para el personal mínimo que debían acreditar los oferentes se refiere a título académico, es decir, formación técnico, tecnológico o universitaria conducente al título en la respectiva ocupación, conferido por una universidad o institución universitaria.

La verificación técnica de la propuesta arrojó el siguiente resultado, el cual se complementa a efectos de aclarar la decisión del comité evaluador:

TIPO DE PERSONAL	CANT.	PROFESION EXIGIDA EN EL PLIEGO	PROFESION ACREDITADA POR EL OFERENTE	DOCUMENTO ACREDITATIVO	FOLIO	CUMPLE	NO CUMPLE
Profesional universitario en áreas de publicidad,	3	Publicista I	PROFESIONAL EN MERCADERO Y PUBLICIDAD. JORGE GONZALEZ	Diploma	140	X	

128

7 99



mercadeo o afines			BUSTAMANTE.				
		Publicista 2	<u>DISEÑADOR GRAFICO.</u> ESPECIALISTA EN MERCADEO. MARTHA DE POMBO.	NO PRESENTA. EL TITULO ACADEMICO NO CORRESPONDE CON LA EXIGENCIA DEL PLIEGO DE CONDICIONES.			X
		Publicista 3	<u>ECONOMISTA.</u> ESPECIALISTA EN MERCADEO. MIGUEL YIDIOS.	NO PRESENTA. EL TITULO ACADEMICO NO CORRESPONDE CON LA EXIGENCIA DEL PLIEGO DE CONDICIONES.			X
Profesional universitario en áreas de la comunicación social o periodismo	1	Comunicador Social	COMUNICADOR SOCIAL – PERIODISTA. BEATRIZ ELENA HOYOS	Diploma	106	X	
			O LILIANA BOO RIVERA		155		
Técnico o tecnólogo en producción de radio y televisión o afines	2	Tecnólogo Producción Radio y TV	TECNÓLOGO PRODUCCIÓN RADIO Y TV. MARIO LOPEZ PLATA	Diploma	173	X	
		Técnico en Dirección y Producción Video y TV	TECNICO EN PRODUCCION RADIO Y TELEVISION. JORGE OLIMPO CARDONA MONTALBAN	Acta de Certificación	180	X	
Profesional en diseño gráfico	2	Diseñador Gráfico 1	PROFESIONAL EN DISEÑO GRAFICO. MARIA CECILIA PIEDRAHITA	Diploma	148	X	
			O MARIA MANUELA CADAVID	ACTA DE GRADO	167		

7

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]



			GALLEGO				
		Diseñador Gráfico 2	PROFESIONAL EN DISEÑO GRAFICO. LUIS FELIPE BARRIGA PARDO.	Diploma	160	X	
TOTAL PERSONAL MINIMO REQUERIDO:	8						

De la anterior verificación se concluye que el proponente no presentó dos Profesionales universitarios en áreas de publicidad, mercadeo o afines, tal como lo exige el pliego de condiciones.

El Proponente presentó un Economista y un Diseñador Gráfico, ciertamente con postgrado o especialización en Mercadeo, no obstante dicha titulación no puede ser homologada por la entidad para los fines requeridos, pues las necesidades de la contratación corresponden a personas con formación académica en el área de la publicidad, mercadeo o afines, en modalidad de Pregrado. Además no pueden dentro de este término del proceso de selección hacer modificaciones a las exigencias contenidas en el pliego de condiciones.

Los programas de especialización, y en general los títulos de posgrado, si bien contribuyen a fortalecer las capacidades para la generación, transferencia, apropiación y aplicación del conocimiento, tienen como finalidad principal mantener vigente el conocimiento disciplinario y profesional impartido en los programas de pregrado, permitiendo el perfeccionamiento en la misma ocupación, profesión o disciplina.

De conformidad con lo establecido en el artículo 2.2.1.1.2.2.3. del Decreto 1082 de 2015, el comité evaluador es designado para evaluar las ofertas y las manifestaciones de interés, ciñéndose exclusivamente a lo establecido en el pliego de condiciones. Siendo así, no puede apartarse el comité aceptando a estos especialistas como profesionales en las áreas exigidas en el pliego de condiciones, toda vez que vulneraría el derecho de igualdad frente a los demás oferentes y el principio de selección objetiva.

Por lo anterior, la entidad se ratifica en el informe de evaluación.

B. OBSERVACIONES PRESENTADAS SOBRE LA EVALUACION DE OTRAS OFERTAS:

1. OBSERVACIONES PRESENTADAS POR CASA PRODUCTORA LTDA

El proponente, mediante entrega física en las instalaciones de TRANSCARIBE el 2 de septiembre del año que discurre, a las 2:25 p.m., presenta escrito haciendo observaciones sobre la evaluación de las ofertas, así:

1.1. Sobre la oferta de NOVA CREATIVIDAD Y ESTRATEGIA LTDA

Handwritten signatures and initials, including a large 'NO' and other scribbles.



OBSERVACION 1. Manifiesta el proponente que NOVA CREATIVIDAD Y ESTRATEGIA no deja claro su ofrecimiento de realizar sin costo alguno los ITEMS 1 y 2 del Formato 7, presentación de la oferta técnica. Requiriendo por ello descontar los puntos asignados para estos ítems.

RESPUESTA A LA OBSERVACION: El numeral 4.2.2. del pliego de condiciones establece lo siguiente:

"4.2.2 PONDERACIÓN DE ELEMENTOS DE CALIDAD (hasta 400 puntos)

Con el fin de escoger la propuesta más favorable para la Entidad, y lograr el mejor posicionamiento e impacto de las campañas de divulgación internas y externas, se evaluarán los siguientes factores de calidad:

Valores Agregados

Estudios y/o herramientas de medición y/o análisis de opinión	100
Estrategia de redes sociales	100
Conceptualización de estrategia de comunicación comunitaria	100
Diseño de plan de servicio al cliente	100

DESCRIPCION DE CADA OFRECIMIENTO:

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.

b) ESTRATEGIA DE REDES SOCIALES (100 puntos)

El proponente ofrece realizar sin costo para la entidad, dos (2) o más estrategias en redes sociales de Transcaribe S.A., que incluya: conceptualización, con unidad gráfica, diseño, desarrollo contenido y garantizando la alineación con el Plan Estratégico de Comunicaciones de la Entidad.

c) CONCEPTUALIZACIÓN DE ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN COMUNITARIA (100 puntos)

El proponente ofrece realizar sin costo para la entidad, diseño de una estrategia de comunicación para campañas de gestión social y/o intervención comunitaria.

d) DISEÑO DE PLAN DE SERVICIO AL CLIENTE (100 PUNTOS)

R DG

S



El proponente ofrece realizar sin costo para la entidad como valor agregado, el diseño de una estrategia de servicio al cliente."

El formulario 8 indica que debe señalarse lo siguiente sobre el ofrecimiento:

ITEM	DESCRIPCIÓN	No. de ítems ofrecidos	OBSERVACIONES
1	Estudios y/o herramientas de medición y/o análisis de opinión		El Proponente deberá anexar un documento en el que certifique el número de estudios o herramientas de medición y/o análisis de opinión ofrecidos como valor agregado en donde aparezca una breve reseña del estudio y el grupo objetivo al que estará dirigido. IDENTIFICAR FOLIO.
2	Estrategia de redes sociales		
3	Conceptualización de estrategia de comunicación comunitaria		
4	Diseño de plan de servicio al cliente		

Respecto de la regla general de que las ofertas "deben referirse y sujetarse a todos y cada uno de los puntos contenidos en el pliego de condiciones...", el CONSEJO DE ESTADO, SALA DE LO CONTENCIOSO ADMINISTRATIVO, SECCIÓN TERCERA, Subsección C, Consejero ponente: OLGA MÉLIDA VALLE DE DE LA HOZ (E), Radicación: 05-001-23-31-000-1995-00613-01 (31.211), de fecha 3 de junio de 2015, señaló:

"El fundamento normativo expreso y más importante de la obligación que tienen las ofertas de ajustarse al pliego de condiciones, con estrictez, se encuentra en el artículo 30.6 de la Ley 80 de 1993¹, que desarrolla la estructura del proceso de licitación, regla extensible a cualquier otro proceso de selección –concurso de méritos, mínima cuantía, selección abreviada o contratación directa- porque sería inaudito que en estos casos las propuestas se puedan separar del pliego, y que la entidad las deba admitir y adjudicar.

¹ "6. Las propuestas deben referirse y sujetarse a todos y cada uno de los puntos contenidos en el pliego de condiciones. Los proponentes pueden presentar alternativas y excepciones técnicas o económicas siempre y cuando ellas no signifiquen condicionamientos para la adjudicación". (Cursiva fuera de texto).

100 /

7

50



Esta disposición consagra, en la primera parte, la forma óptima o perfecta como deben presentarse las ofertas: completas y ajustadas a lo pedido, porque si el pliego de condiciones es la ley del contrato, las propuestas deben sujetarse, con rigor extremo, a sus disposiciones. Esta idea constituye la regla general y el punto de partida para comprender el tema. No obstante, inmediatamente surgen dudas inevitables: ¿Este principio es absoluto? y ¿qué sucede si una oferta se separa del pliego en aspectos sustanciales y qué si se desvía de requisitos nimios?

Para la Sala -como ya lo expresó su jurisprudencia, e incluso la doctrina lo estima igual, la interpretación de esa parte de la disposición no puede extremarse hasta creer que incumplir o acreditar un requisito en forma diferente -simplemente distinta- a la señalada en el pliego necesariamente conduce al rechazo de la oferta. Pero tampoco se niega que semejante entendimiento carezca de lógica y de apoyo en esa disposición, porque a "raja tabla" sí dispone que las ofertas se deben adecuar totalmente al pliego, pues expresa: "... a todos y cada uno de los puntos contenidos en el pliego". Afortunadamente no añade la consecuencia que produce la falta de acople, por ejemplo el rechazo in limine.

Por el contrario, ese fragmento de la disposición debe interpretarse en forma integral con las demás normas, principios y valores de la Ley 80, específicamente las que confieren a los oferentes la posibilidad de subsanar, aclarar o explicar su oferta, e incluso las que le asignan a las entidades la función de corregir, oficiosamente, ciertos requisitos. Conforme a estas ideas, las disposiciones jurídicas no deben interpretarse de manera aislada, mucho menos cuando pertenecen a cuerpos normativos que regulan en forma integral una materia, como sucede con los códigos o los estatutos, función que cumple la Ley 80 con la contratación pública.

De manera que no cualquier desviación de la oferta, en relación con el pliego, justifica su rechazo, porque si bien literalmente deben sujetarse a todos y cada uno de los requisitos contenidos en el pliego, tampoco puede aplicarse implacable y fríamente esta disposición a cualquier requisito omitido o cumplido imperfectamente, pues se sabe que la desviación frente a algunos aspectos del pliego no constituyen causa para rechazar la oferta".

Verificada la oferta presentada por NOVA CREATIVIDAD Y ESTRATEGIA LTDA, respecto a la oferta técnica (folio 000112), se observa lo siguiente:

ITEM	DESCRIPCIÓN	No. de ítems ofrecidos	OBSERVACIONES
1	Estudios 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 Transcaribe S.A. que

7

DS

8



			incluye: conceptualización, con unidad grafica, 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 Transcaribe, 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 Transcaribe, el diseño de una estrategia de servicio al cliente.

De acuerdo con lo anterior el comité considero en su evaluación inicial, que la oferta presentada por NOVA CREATIVIDAD Y ESTRATEGIA LTDA está completa y se ajusta al contenido del pliego de condiciones, en atención a que presenta de manera clara el numero de ítems ofrecidos en cada uno de los valores agregados en la cantidad mínima exigida en el pliego de condiciones.

Ahora bien, manifiesta el observante que el proponente NOVA CREATIVIDAD Y ESTRATEGIA LTDA, no deja claro su ofrecimiento de realizar sin costo alguno tanto el ítems 1 y 2 del formato numero 7, presentación de la oferta técnica, por el contrario habla de realizar a todo costo pero en ningún momento aclara o realiza observación, como si lo hace con los ítems 3 y 4.

Sea lo primero precisar que cuando la administración asume la actitud hermenéutica, que en este caso se trata de interpretación del pliego de condiciones y la oferta, no trata, como propósito, de encontrar incoherencias o errores para detenerse en ellos y agotar su trabajo de evaluación, la intención correcta es precisar la incidencia que tiene ese hallazgo en el proceso de selección y en el futuro contrato, y que la oferta responda a la necesidad de la entidad contenida en el pliego de condiciones.

A continuación analizamos cada una de las observaciones por ITEMS ofertados, así:

- RESPECTO DEL ITEM 1. Al hacer su ofrecimiento técnico el proponente señala en la columna OBSERVACIONES, "Estudios de nivel de aceptación del SITM en Cartagena. 3 mediciones". El comité entiende que esta expresión es una descripción de lo que constituye su ofrecimiento, que en nada condiciona o modifica su ofrecimiento de ejecutar dentro de las obligaciones contractuales tres (3) estudios y/o herramientas de medición y/o análisis de opinión, tal como lo exige el pliego de condiciones. Y es que lo único que debía hacer el proponente era señalar el número de estudios, y en este caso en particular, acompañarlo de una breve reseña del estudio y el grupo objetivo al que estará dirigido.

Handwritten signature/initials

Handwritten mark

Handwritten mark



Por lo anterior el comité se ratifica en la calificación otorgada de 100 puntos por este ITEM.

- RESPECTO DEL ITEM 2. Al hacer su ofrecimiento técnico el proponente señala en la columna OBSERVACIONES, "Realización a todo costo de dos estrategias en redes sociales externas de Transcaribe S.A. que incluye: conceptualización, con unidad grafica, diseño, desarrollo contenido y garantizando la alineación con el Plan estratégico de comunicaciones de la Entidad", el comité entiende:

i) que cuando el proponente emplea la expresión "a todo costo", no puede el comité evaluador entrar a interpretar el alcance de esta expresión como que dicho ofrecimiento generara un mayor valor a lo ofertado en su propuesta económica, toda vez que en la misma, cuando detalla el valor de cada una de las actividades a ejecutar no relaciona el cobro de estos servicios; la interpretación adecuada es que el oferente asume todos los costos inherentes al desarrollo de esa actividad sin costo adicional para el contratante. Además la expresión no significa condicionamientos para la adjudicación porque los precios que ofreció para la ejecución del objeto contractual los limitó al contenido de la oferta económica. La expresión "a todo costo" no constituye un condicionamiento para la adjudicación.

ii) que esta expresión es una descripción de lo que constituye su ofrecimiento, que en nada condiciona o modifica su ofrecimiento de ejecutar dentro de las obligaciones contractuales dos (2) estrategias de redes sociales.

Por lo anterior el comité se ratifica en la calificación otorgada de 100 puntos por este ITEM.

OBSERVACION 2. Manifiesta el proponente que NOVA CREATIVIDAD Y ESTRATEGIA no certifico ni suscribió las herramientas de medición a utilizar (folio 114) que proponen en el formato 7.

RESPUESTA A LA OBSERVACION: No se acoge la observación, dado que el pliego de condiciones no exige la certificación ni suscripción del documento. Lo que indica es:

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

De acuerdo a lo anterior, el comité no acoge la observación.

OBSERVACION 3. Presentan un análisis PYG de la propuesta presentada por NOVA CREATIVIDAD Y ESTRATEGIA.

RESPUESTA A LA OBSERVACION: Sea lo primero recordar el Principio de Responsabilidad, consagrado en el artículo 26 de la Ley 80 de 1993, que coloca en cabeza de oferentes y contratistas de la Administración Pública el deber y la responsabilidad de formular propuestas en las que se fijen condiciones económicas razonables para la posterior adjudicación de contratos.

7

[Handwritten signature]

[Handwritten mark]

Establece la citada norma lo siguiente:

*"ARTÍCULO 26. DEL PRINCIPIO DE RESPONSABILIDAD. En virtud de este principio:
(...)*

6. Los contratistas responderán cuando formulen propuestas en las que se fijen condiciones económicas y de contratación artificialmente bajas con el propósito de obtener la adjudicación del contrato."

En igual sentido, y en relación con el principio de selección objetiva desarrollado en el artículo 5 de la Ley 1150 de 2007, para efectos de la comparación de los ofrecimientos que se presenten a la entidad contratante para la formación de los contratos y en aquellos eventos en los que posiblemente se incorpore un precio artificialmente bajo por alguno de los oferentes, el artículo 2.2.1.1.2.2.4 del Decreto 1082 de 2015 establece lo siguiente:

"ARTÍCULO 2.2.1.1.2.2.4 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 sustentan 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 debe continuar con su análisis en el proceso de evaluación de ofertas.

En la subasta inversa esta disposición es aplicable sobre el precio obtenido al final de la misma." (subrayas fuera de texto)

Entonces la explicación ofrecida por el proponente debe satisfacer al comité en el sentido de dejar claro que el valor ofrecido no pone en riesgo el cumplimiento del contrato.

El comité, dando aplicación a lo dispuesto en el artículo 2.2.1.1.2.2.4. del Decreto 1082 de 2015, y en atención a que la oferta presentada por NOVA CREATIVIDAD Y ESTRATEGIA corresponde a un valor que dista del presupuesto oficial estimado por la entidad tras la información obtenida, en su deber de análisis, al momento de construir el estudio previo y del sector, convocó el día miércoles 24 de agosto al proponente a una reunión, a fin de que explicara las razones que sustentaban el valor ofrecido.

En dicha diligencia, que se llevo a cabo el día antes señalado, tal como consta en el ACTA elevada para dejar constancia de lo allí ocurrido, y que fue publicada en debida forma con la evaluación, el proponente presento las razones que sustentan el valor ofrecido, respondiendo las mismas a circunstancias objetivas del oferente y a su compromiso incondicional de cumplir la totalidad de las obligaciones que se pactarían en





el contrato en caso de ser adjudicatario. Esta explicación satisfizo al comité y por ello se continuó con la evaluación de la oferta, tal como lo dispone el artículo 2.2.1.1.2.2.4 del Decreto 1082 de 2015.

Sobre los parámetros que se deben tener en cuenta para establecer cuándo se puede estar en presencia de una oferta con precio artificialmente bajo, el Consejo de Estado, SALA DE LO CONTENCIOSO ADMINISTRATIVO. SECCIÓN TERCERA. SUBSECCIÓN B. en Sentencia del 4 de junio de 2008. Rad No. Radicación número: 76001-23-31-000-1997-05064-01(17783). C.P. Myriam Guerrero de Escobar), ha señalado lo siguiente:

"Lo dispuesto por el artículo 26 tiene como finalidad, de una parte, exonerar a la Administración de toda responsabilidad frente al contratista cuando quiera que haya ofertado con precios inferiores a los acostumbrados en el mercado y que por tal razón, en plena ejecución del contrato, acuda a la Administración en virtud de reclamaciones económicas para que le sea admitido un presunto desequilibrio de la ecuación económica, o cuando tal circunstancia, conlleve a la inejecución del contrato, con los consecuentes perjuicios para la entidad contratante que no tendría por qué soportar. De otra parte la norma pretende que sea el contratista quien asuma las consecuencias que puede implicar el haber presentado un precio equivocado, cuando su conducta fue intencional para obtener la adjudicación de la licitación, consecuencia que se extiende a aquellos eventos en los cuales incurrió en error al elaborar su propuesta, puesto que esta carga de responsabilidad es de su exclusivo resorte".

"Lo cierto es que el precio señalado por el proponente debe guardar proporcionalidad con el valor del objeto ofrecido, de lo contrario se generaría una evidente discrepancia entre el objeto contratado y su valor. El precio no puede ser irrisorio o vil, pues ello puede significar un eventual incumplimiento del contrato, o eventuales conflictos por imprevisión, lesión, abuso de derecho etc., que la contratación debe evitar".

"El denominado "precio artificialmente bajo" de que trata la Ley 80, es aquel que resulta artificioso o falso, disimulado, muy reducido o disminuido, pero además, que no encuentre sustentación o fundamento alguno en su estructuración dentro del tráfico comercial en el cual se desarrolla el negocio, es decir, que dicho precio no pueda ser justificado y por lo tanto, la Administración estaría imposibilitada para admitirlo, so pena de incurrir en violación de los principios de transparencia, equilibrio e imparcialidad que gobiernan la actividad contractual y como parte de ella el proceso de licitación".

"Pero puede suceder que el precio aunque bajo, encuentre razonabilidad y justificación por circunstancias especiales que tienen suficiente explicación, las cuales deberán ser evaluadas por la Administración en su contexto, para determinar si la oferta puede o no ser admitida".

"En este orden de ideas, para que pueda establecerse si el precio de la oferta es artificialmente bajo, el punto de referencia al cual ha de acudir es el de los precios del mercado, los cuales deberán ser consultados por la Administración, tal como lo ordena el artículo 29 tantas veces citado, con el

T

ne

g

fin de hacer las respectivas comparaciones y cotejos de aquellos que han sido determinados en la propuestas para los diferentes ítems, teniendo especial cuidado en relación con aquellos que tienen mayor repercusión o incidencia en el valor global de la oferta".

"Otro parámetro para establecer si la propuesta presentada resulta artificialmente baja, se encuentra en el precio establecido por la entidad pública licitante como presupuesto oficial, cuya determinación debe obedecer a estudios serios, completos y suficientes, formulados por la Administración con antelación a la apertura de la licitación o el concurso, tal como lo dispone el artículo 25-12 de la Ley 80 de 1993"1. (Resaltado fuera del texto).

De acuerdo a lo anterior, el conjunto de normas que prohíben a los proponentes presentar ofertas con precios artificialmente bajos, son un mecanismo de prevención que permite a las entidades contratantes evitar futuras contingencias contractuales tales como la revisión de precios o el incumplimiento de las obligaciones en cabeza del contratista, que se puedan ocasionar como consecuencia de precios artificiosos.

De conformidad con lo contemplado en el pliego de condiciones que sustenta el proceso de selección, el proceso le otorgaba un mayor puntaje a quien presentara el menor precio en su propuesta, estimulando de esa forma la presentación de ofertas con precios más bajos al presupuesto oficial. Es decir, se debía adjudicar a quien, aun cumpliendo, con la totalidad de los factores de ponderación, presentara una propuesta más baja.

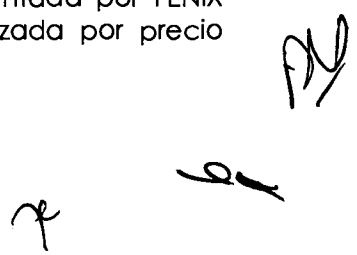
Aunque el estudio de mercado arroje valores considerablemente más altos a los ofertados por NOVA CREATIVIDAD Y ESTRATEGIA LTDA, la ley es clara al indicar que determinadas condiciones o circunstancias particulares del oferente son sustento suficiente para acreditar cierto valor ofertado. Es decir, si el estudio de mercado arroja un precio que se encuentra por encima del valor ofertado por un proponente, ello no se traduce de forma automática e inmediata en que el valor ofertado por el proponente sea artificialmente bajo.

En consecuencia, si a NOVA CREATIVIDAD Y ESTRATEGIA LTDA, le es posible prestar el servicio requerido por la entidad por el valor ofrecido, tal como lo manifestó en la reunión de aclaración de su oferta económica, sin que ello suponga riesgo financiero por llevar a cabo el objeto contractual, no puede el comité rechazar tal oferta porque incurriría en un claro desconocimiento del principio de selección objetiva.

Por lo anterior, el comité se ratifica en la calificación dada a la oferta presentada por NOVA CREATIVIDAD Y ESTRATEGIA LTDA.

1.2. Sobre la oferta de FENIX MEDIA GROUP LTDA

El proponente hace observaciones sobre la oferta económica presentada por FENIX MEDIA GROUP, y recomiendan a la entidad rechazar la oferta realizada por precio artificialmente bajo.





RESPUESTA A LA OBSERVACION: Para dar respuesta a esta observación el comité tuvo en cuenta las consideraciones legales expuestas en la respuesta a la observación 3 del numeral 1.1.

Ahora bien, en particular sobre la oferta presentada por FENIX MEDIA GROUP LTDA, el comité, dando aplicación a lo dispuesto en el artículo 2.2.1.1.2.2.4. del Decreto 1082 de 2015, y en atención a que la oferta presentada corresponde a un valor que dista del presupuesto oficial estimado por la entidad tras la información obtenida, en su deber de análisis, al momento de construir el estudio previo y del sector, convocó el día miércoles 24 de agosto al proponente a una reunión, a fin de que explicara las razones que sustentaban el valor ofrecido.

En dicha diligencia, que se llevo a cabo el día antes señalado, tal como consta en el ACTA elevada para dejar constancia de lo allí ocurrido, y que fue publicada en debida forma con la evaluación, el proponente presento las razones que sustentan el valor ofrecido, respondiendo las mismas a circunstancias objetivas del oferente y a su compromiso incondicional de cumplir la totalidad de las obligaciones que se pactarían en el contrato en caso de ser adjudicatario. Esta explicación satisfizo al comité y por ello se continuó con la evaluación de la oferta, tal como lo dispone el artículo 2.2.1.1.2.2.4 del Decreto 1082 de 2015.

En consecuencia, si a FENIX MEDIA GROUP LTDA, le es posible prestar el servicio requerido por la entidad por el valor ofrecido, tal como lo manifestó en la reunión de aclaración de su oferta económica, sin que ello suponga riesgo financiero por llevar a cabo el objeto contractual, no puede el comité rechazar tal oferta porque *incurriría* en un claro desconocimiento del principio de selección objetiva.

Por lo anterior, el comité se ratifica en la calificación dada a la oferta presentada por FENIX MEDIA GROUP LTDA.

2. OBSERVACIONES PRESENTADAS POR FENIX MEDIA GROUP LTDA

El proponente, mediante entrega física en las instalaciones de TRANSCARIBE el 2 de septiembre del año que discurre, a las 3:55 p.m., presenta escrito haciendo observaciones sobre la evaluación de las ofertas, así:

2.1. Sobre la oferta de NOVA CREATIVIDAD Y ESTRATEGIA LTDA

OBSERVACION 1. Solicitan se rechace la propuesta presentada por NOVA CREATIVIDAD Y ESTRATEGIA LTDA por las razones esgrimidas en el documento.

RESPUESTA A LA OBSERVACION: No compartimos su apreciación de que el proponente NOVA CREATIVIDAD Y ESTRATEGIA LTDA pretenda un doble cobro por la ejecución de la actividad denominada "Ejecución del Plan de Medios", toda vez que, en primer lugar, la ejecución de Plan de Medios tiene un valor fijo de trescientos millones de pesos (\$300.000.000) en el contrato a suscribir; en segundo lugar, se observa que a folio 120, el proponente lo que hace es transcribir el numeral en el cual la entidad describe de manera detallada los servicios que deben ser ejecutados por el contratista, el cual contiene además de esa otras actividades.

3. OBSERVACIONES PRESENTADAS POR PGL MERCADEO Y EVENTOS S.A.S.

El proponente, mediante sendos correos electrónicos de fecha 2 de septiembre del año que discurre, a las 5:22 y 5:56 p.m., respectivamente, presenta escritos haciendo observaciones sobre la evaluación de las ofertas, así:

3.1. Sobre la oferta de NOVA CREATIVIDAD Y ESTRATEGIA LTDA

OBSERVACION 1. Manifiesta el proponente lo siguiente:

“Este proponente se le evalúa como una propuesta hábil y que cumple, técnicamente a pesar de que su propuesta está incompleta y no obstante a ello la entidad lo evalúa y da ponderación violando con ello el principio de selección objetiva e igualdad; lo anterior por cuanto en el folio 112 de su propuesta, formulario de la presentación de la oferta técnica, el proponente en los ítem: 1 Estudio y/o herramientas de medición y/o análisis de opinión ofrece 3, en las observaciones no coloca si tal ofrecimiento tiene un costo o no para la entidad; en el ítem 2 Estrategia de redes sociales, igualmente en las observaciones no coloca si tal ofrecimiento tiene un costo o no para la entidad. A diferencia de los ítem 3 y 4 que si determina que es sin costo para la entidad.

Se aclara, que en toda la propuesta no existe aparte escrito o documento del cual se pueda inferir o colegir la información de que tales ofrecimientos no tienen costo para la entidad, en ese sentido se observa que la entidad está evaluando una oferta incompleta dándole la mayor ponderación 400 puntos en lo referente a los valores agregados establecidos en el punto 4.2 de los pliegos siendo que la puntuación debió ser cero para cada ítem del cual no se estipula si tiene costo o no, lo anterior conforme a lo establecido en el punto 4.2.2. de los pliegos que establecen que la oferta debe ser sin costo para la entidad. En este sentido le está prohibido a la entidad realizar distinciones o interpretaciones por cuanto las ofertas deben ser claras y objetivas.

Se solicita se analice si la propuesta cumple técnicamente a pesar de la no claridad de los ofrecimientos y se pondere con la realidad de lo establecido y ofrecido.”

RESPUESTA A LA OBSERVACION: Remítase a la respuesta dada en el numeral 1.1., respuesta a la observación 1.

OBSERVACION 2. Solicita se decrete como ofrecimiento artificialmente bajo.

RESPUESTA A LA OBSERVACION: Remítase a la respuesta dada en el numeral 1.1., respuesta a la observación 3.

3.2. Sobre la oferta de FENIX MEDIA GROUP LTDA

Handwritten marks: a checkmark, the number '6', and a signature.



OBSERVACION 1. Manifiesta el proponente lo siguiente:

“Este proponente se le evalúa como una propuesta hábil y que cumple, técnicamente a pesar de que su propuesta está incompleta y no obstante a ello la entidad lo evalúa y da ponderación violando con ello el principio de selección objetiva e igualdad. lo anterior por cuanto el pliego en el punto 4.1.7., requisitos técnicos y administrativos, solicita en el personal: “ 2 Técnico o tecnólogo en producción de radio y televisión o afines”. Este oferente para este requisito a folios 204 a 208 de su propuesta, presenta como técnico a una persona que se acredita con un diploma de Tecnólogo en mercadeo y publicidad, lo cual no es a fin a lo solicitado en los pliegos y por otra parte acredita un certificado a folio 206 que no llena los requisitos de una carrera o educación formal o no formal , pareciere un taller o programa o capacitación; por cuanto se acredita 1280 horas, o lo que es lo mismo 53,3 días, de lo cual se colige o infiere que el personal ofrecido no es un técnico ni tecnólogo. Se solicita a la entidad se pronuncie y explique porque legitima este ofrecimiento. Por lo anterior se solicita se evalué la verificación de los requisitos técnicos y administrativos como NO CUMPLE.”

RESPUESTA A LA OBSERVACION: La entidad estableció en el numeral 4.1.7. del pliego de condiciones, que los oferentes debían acreditar como organización técnica mínima el siguiente personal:

TIPO DE PERSONAL	CANTIDAD	EXPERIENCIA
Profesional universitario en áreas de publicidad, mercadeo o afines	3	10 AÑOS
Profesional universitario en áreas de la comunicación social o periodismo	1	5 AÑOS
Técnico o tecnólogo en producción de radio y televisión o afines	2	2 AÑOS
Profesional en diseño gráfico	2	5 AÑOS

A renglón seguido el numeral exige que "PARA ACREDITAR LAS CONDICIONES EXIGIDAS SOBRE EL PERSONAL PROPUESTO, El proponente debe:

- presentar hoja de vida de cada una de las personas propuestas, acreditando los títulos académicos, de conformidad con las normas que regulan la materia; ... (subrayas fuera de texto).

La exigencia del pliego es de un Técnico o Tecnólogo. El nivel técnico no está relacionado en los niveles de pregrado del Ministerio de Educación Nacional, entonces no podemos hacer la exigencia del título de técnico profesional sino fue contemplado desde el pliego de condiciones como una exigencia para acreditar con las propuestas.

P

NO



Técnico, es una persona que posee conocimientos o habilidades especializadas en relación con una ciencia o una actividad determinada, lo cual acredita válidamente el proponente FENIX MEDIA GROUP, con el título de TECNICO LABORAL en el programa de DIRECCION Y PRODUCCION DE VIDEO Y TELEVISION.

Por lo anterior el comité se ratifica en calificar de CUMPLE al proponente en esta exigencia habilitante del pliego.

OBSERVACION 2. Solicita se decrete como ofrecimiento artificialmente bajo.

RESPUESTA A LA OBSERVACION: Remítase a la respuesta dada al numeral 1.2.

De acuerdo con lo anterior el comité recomienda al ordenador del gasto celebrar contrato con la firma NOVA CREATIVIDAD Y ESTRATEGIA LTDA.

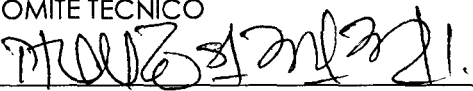
En estos términos dejamos rendido el informe final de evaluación, de acuerdo con la labor encomendada.

COMITÉ JURIDICO



ERCILIA BARRIOS FLOREZ, JEFE DE OFICINA ASESORA JURÍDICA

COMITÉ TECNICO



TANIA DIAZ SABBAGH, SECRETARIA GENERAL

COMITÉ FINANCIERO



JAIME JIMENEZ GONZALEZ. P.E. DIRECCION ADMINISTRATIVA Y FINANCIERA

FIN DEL DOCUMENTO