



ACTA DE AUDIENCIA PÚBLICA DE ADJUDICACION CONCURSO PÚBLICO CPN-TC-001-06

En Cartagena de Indias, a los treinta (30) días del mes de junio del año 2006, a las 03:30 p.m., se reunieron en la sala de Juntas de Transcaribe S.A. las siguientes personas, con el fin de participar en la Audiencia de Adjudicación del Concurso Público CPN-TC-001-06 cuyo objeto es “contratar el Diseño y elaboración de una estrategia de comunicación para Transcaribe S.A. dirigida hacia el posicionamiento de la entidad y a la sensibilización de la comunidad sobre el Sistema Integrado de Transporte Masivo de Cartagena”

Por Transcaribe se encuentran las siguientes personas:

JORGE MENDOZA DIAGO, Gerente general

ALFREDO VEGA BERRIO, Jefe de la Oficina Asesora

TANIA DIAZ SABBAGH, Secretaria General, miembro del comité evaluador

MILADYS NAGLES CAVADÍA, Asesora en Comunicaciones, miembro del comité evaluador

LEDA RETAMOSO LOPEZ, Asesora en Contratación Estatal, miembro del comité evaluador

En representación de los proponentes

JAIME MÉNDEZ, Gran Publicidad

SEBASTIÁN HERRERA, Gran Publicidad

MARTHA ELENA PAIPILLA, Giro Publicidad y Mercadeo

RONALD LUNA, Giro Publicidad y Mercadeo

También asisten a esta audiencia las siguientes personas:

RAÚL JUVENCIO CASTILLO, Comité de Seguimiento Pacto de Transparencia

ALVARO PUERTA, Comité de Seguimiento Pacto de Transparencia

LUIS DEL CRISTO MESA, Personería Distrital

El Gerente General saluda a los presentes y les agradece su participación en el concurso. Informa que durante el plazo de observaciones a las evaluaciones, el proponente Gran Publicidad presentó un escrito en el que rechaza la descalificación de su oferta.

Los argumentos fundamentales expuestos por el proponente Gran Publicidad, son los siguientes:

1.- La existencia de una diferencia entre el precio indicado en la Carta de Presentación y el incluido en el cuadro de Descripción de la Propuesta no es causal para descalificar a la firma toda vez que

Cartagena, como siempre nuestro compromiso





en los términos de referencia no se indica que la discrepancia entre estos documentos, constituya una causal de rechazo de la oferta.

Al respecto el comité evaluador manifiesta:

“Es cierto que no existe una causal de rechazo expresa en la que se indique que las discrepancias entre el precio previsto en la Carta de Presentación y cualquier otro documento incluido en la oferta, generarán el rechazo del ofrecimiento hecho, pero esto se debe a que los pliegos de condiciones no pueden ser tan casuistas como para regular todos los eventos posibles y probables que pueden generar la descalificación de un ofrecimiento, pues por largo que fuera el listado, siempre se presentarían casos que desbordarían la previsión normativa. Esto no quiere decir que la deficiencia encontrada en la oferta de Gran Publicidad no pueda enmarcarse dentro de algunas de las causales de rechazo previstas en los términos de referencia.

El pliego de condiciones en su numeral 4.7 titulado “Admisión o Rechazo de las ofertas” establece entre las causales de descalificación de una propuesta, las siguientes:

(...)

d) Cuando existan varias propuestas presentadas por el mismo proponente para este mismo CONCURSO PUBLICO.

f) Cuando la propuesta esté incompleta por no incluir alguno de los documentos exigidos en el numeral respectivo de estos términos de referencia o cuando los documentos contengan defectos insubsanables generadores de rechazo, según lo dispuesto en estos Términos de Referencia y en armonía con lo previsto en el numeral 15 del artículo 25 de la ley 80 de 1993.

Frente a la causal de rechazo del literal d):

El rechazo de un proponente por presentar varias ofertas se produce esencialmente para evitar que de este comportamiento un oferente pueda derivar una ventaja ilegítima frente a los demás competidores. Aunque Gran Publicidad, en el acto de cierre no haya entregado materialmente varias ofertas, la discrepancia entre el precio indicado en la Carta de Presentación y el Cuadro Resumen, equivale a haber presentado dos propuestas por parte de un mismo oferente. ¿Qué habría sucedido si el precio ofertado por el proponente adversario hubiera sido de ocho o nueve millones de pesos? En este caso, Gran Publicidad habría podido aducir que su precio real no era el previsto en la Carta de Presentación -10 millones- sino el contenido en el Cuadro Resumen -7 millones-, así habría podido obtener una ventaja ilegal al momento de la calificación económica. Pero como el precio de su competidor superó los dos precios por ella ofrecidos, al momento de la discusión, opta por el más alto. Esto a todas luces es inadmisibile.

Las entidades públicas no podemos permitir que un proponente obtenga provecho de su propio error y de él derive la facultad, luego de conocer las ofertas de sus contrincantes, de poder escoger entre los distintos precios que ha incluido en su oferta.

Frente a la causal de rechazo contenida en el literal f):

El literal f) de los términos de referencia establece como causal de descalificación de las ofertas, que las mismas incluyan documentos que contengan defectos insubsanables.

Cartagena, como siempre nuestro compromiso





Es claro que la discrepancia entre el precio previsto en la Carta de Presentación y el Cuadro Resumen en la oferta de Gran Publicidad constituyen un defecto insubsanable, por varias razones:

- Luego del cierre de un proceso de selección las ofertas se tornan inmodificables. No obstante lo anterior, las entidades públicas tienen la facultad consagrada en el art. 30.7 de la ley 80 de 1993, de solicitar aclaraciones a los proponentes en aquellos aspectos que resulten confusos en su oferta. Si en gracia de discusión, Transcaribe hiciera uso de esta facultad y le solicitara a Gran Publicidad aclarar el precio de su oferta, el oferente tendría que elegir entre uno u otro, modificando extemporáneamente su ofrecimiento, lo cual vulneraría, no solo los derechos de su contendor, sino la transparencia del proceso de selección.

- De acuerdo con el principio general del derecho, nadie puede derivar provecho o beneficio de su propio error. Gran Publicidad, pudo haber obtenido una ventaja ilegítima frente a su adversario, compitiendo con dos precios entre los que podía optar según su conveniencia, en caso de ser necesario. Transcaribe por su parte, no puede pasar por alto las discrepancias contenidas en su oferta, para favorecerlo con la adjudicación del contrato.”

2.- A juicio del proponente “los pliegos de condiciones son de una claridad meridiana. Lo que vale o se debe tener en cuenta es la información económica que consta en la carta de presentación de la propuesta y frente a lo establecido en los pliegos no caben interpretaciones de otra naturaleza”. “(...) Los pliegos de condiciones acertadamente establecieron que la información económica suministrada en la carta de presentación de la propuesta es la que vale”

Frente a este punto considera el comité evaluador:

“No es cierto que en el pliego de condiciones se diga que el único documento que vale para establecer la información económica sea la Carta de Presentación.

La oferta que se presenta en una licitación o un concurso públicos constituye un todo y así debe interpretarse. No puede pretenderse que la entidad tenga en cuenta el precio indicado en un documento y desconozca el consignado en otro; hacerlo implicaría una modificación unilateral de la propuesta a favor de un oferente, lo cual es abiertamente ilegal.”

Luego de dar lectura al concepto del comité evaluador frente a las observaciones de Gran Publicidad, se da la palabra a los oferentes y demás participantes en el proceso.

1) Los representantes de Giro Publicidad y Mercadeo, manifiestan que consideran que el término para presentar objeciones y observaciones a la evaluación venció el pasado 19 de junio, de acuerdo con el cronograma publicado por Transcaribe S.A. y expresan su desacuerdo en que se someta a nueva consideración el concepto del Comité ya que eso no estaba contemplado en la diligencia para los cuales fueron convocados.

2) El Dr. Sebastián Herrera de Gran Publicidad, expresa que los procesos de contratación pública son procesos reglados y que la ley y la doctrina contemplan que los errores puedan ser aclarados por el Comité Evaluador. Lee un texto para ilustrar su posición de que no se debe desechar una propuesta que puede ser la más favorable para la entidad por un error humano. Cita el numeral 2.1.1 los términos de referencia, en el cual se dice que lo que vale es el valor de la propuesta indicado en la carta de presentación, así como las causales de rechazo (4.7) y las omisiones no subsanables.

Cartagena, como siempre nuestro compromiso





El Comité Evaluador designado por la Gerencia de Transcaribe se ratifica en su concepto de que el error presentado en la propuesta de Gran Publicidad no es subsanable.

3) El representante de la Personería expresa que está de acuerdo con lo planteado por el Comité.

4) Jaime Méndez Galindo expresa que respeta la posición del Comité, pero desea dejar sentado su desacuerdo con algunas expresiones consignadas en el concepto del comité evaluador pues se trató de un error involuntario por medio del cual nunca se intentó inducir en error a la Administración de Transcaribe, aclarando que se trató de un error humano de buena fe.

Finalmente, el Gerente General acoge la recomendación del comité y procede a suscribir la Resolución de Adjudicación por medio de la cual se adjudica el contrato al proponente GIRO PUBLICIDAD & MARKETING LTDA., la cual se lee y se notifica en esta misma diligencia.

Para constancia se firma en Cartagena a los treinta (30) días del mes de junio de 2006, por quienes asistieron a esta:

JORGE MENDOZA DIAGO
Gerente general

TANIA DIAZ SABBAGH
Secretaria General
Miembro del comité evaluador

ALFREDO VEGA BERRIO
Jefe de la Oficina Asesora

MILADY NAGLES CAVADÍA
Asesora en Comunicaciones
Miembro del comité evaluador

LEDA RETAMOSO LOPEZ
Asesora en Contratación Estatal
Miembro del comité evaluador

LUIS DEL CRISTO MESA
Personería Distrital

JAIME MÉNDEZ GALINDO
Gran Publicidad

SEBASTIÁN HERRERA
Gran Publicidad

MARTHA ELENA PAIPILLA
Giro Publicidad y Marketing Ltda.

RONALD LUNA
Giro Publicidad y Marketing Ltda.

JUVENCIO CASTILLO
Comité de Seguimiento

ALVARO PUERTA
Comité de Seguimiento

Cartagena, como siempre nuestro compromiso

