



DIRECCIÓN NACIONAL
DE DERECHO DE AUTOR

Unidad Administrativa Especial
Ministerio del Interior



ACTA DE REUNION No. DNDA 038-2015

RESPUESTAS A OBSERVACIONES PRESENTADAS POR LOS POSIBLES PROPONENTES AL PROYECTO DE PLIEGO DE CONDICIONES EN EL PROCESO DE CREACIÓN Y DESARROLLO DE CAMPAÑAS INTEGRALES DE COMUNICACIÓN A TRAVÉS DE UNA CENTRAL DE MEDIOS O AGENCIA DE PUBLICIDAD PARA LA PRODUCCIÓN Y EMISIÓN DE CUÑAS RADIALES

PROCESO DE LICITACIÓN PÚBLICA No. DNDA-018-2015

OBJETO DE LA SELECCIÓN ABREVIADA

CONTRATAR EL SERVICIO PARA LA CREACIÓN Y DESARROLLO DE CAMPAÑAS INTEGRALES DE COMUNICACIÓN A TRAVÉS DE UNA CENTRAL DE MEDIOS O AGENCIA DE PUBLICIDAD PARA LA PRODUCCIÓN Y EMISIÓN DE CUÑAS RADIALES EN EMISORAS A NIVEL NACIONAL Y REGIONAL, QUE LE PERMITAN A LA DIRECCIÓN NACIONAL DE DERECHO DE AUTOR HACER LA DIVULGACIÓN Y PROMOCIÓN DE UNA CULTURA DEL RESPETO AL DERECHO DE AUTOR EN MEDIOS MASIVOS Y/O ALTERNATIVOS DE COMUNICACIÓN, CON EL FIN DE EJECUTAR LA ACTIVIDAD DEL PROYECTO DE INVERSIÓN APROBADO POR EL DNP PARA LA VIGENCIA 2015 QUE SE ENCUENTRA DETALLADO EN LA FICHA BPIN 2011011000222, DE CONFORMIDAD CON EL ESTUDIO PREVIO, DOCUMENTO TÉCNICO Y PLIEGO DE CONDICIONES.

Fecha: 21 de Julio de 2015

Hora: 3:30 p.m.

Lugar: SALA DE JUNTAS

Comité de Contratos de la DNDA.

- Mariluz Sotelo Mendoza – Coordinadora Unidad de Divulgación y Prensa
- Manuel Mora Cuellar - Jefe de la oficina Asesora Jurídica
- Fabio Israel Ovalle Segura – Contador oficina Asesora Jurídica
- Sandra Lucía Rodríguez Bohórquez – Subdirectora Administrativa
- Gloria Raquel Triviño Guzmán –Coordinadora Grupo de Compras

TEMA A TRATAR.

Dar respuesta a las observaciones realizadas al proyecto de pliego de condiciones por los proponentes interesados y definir si es conveniente o no incluirlos en el **pliego de condiciones definitivo que se publicará el próximo 31 de Julio de 2015 en el SECOP** y en la página web de la entidad.



DESARROLLO DE LA REUNIÓN

1) OBSERVACIONES RECIBIDAS DE ADRIANA TOVAR BERNAL DEL 14 DE JULIO DE 2015 - - Rad. 1-2015-54625

OBSERVACIÓN No. 1

“Muy respetuosamente solicitamos realizar el siguiente cambio sobre la licitación pública N. DNDA 018-2015 :

- Rentabilidad del Activo Mayor o Igual a 10% para el caso un indicador tan elevado no influye mucho en la ejecución del proyecto si bien es cierto que mide la rentabilidad generada por la compañía durante un periodo determinado con respecto al Activo que posee; el indicador solicitado castiga fuertemente a empresas que aun con un indicador menor cumplen con la generación de rentabilidad de su Activo.

De acuerdo a lo anterior se solicita a la entidad que dicho indicador sea mayor o Igual a 5%”

Respuesta Observación No. 1 – Adriana Tovar B.

Recibida y analizada su observación, la DNDA considera que el oferente muestra su eficiencia al tener un resultado positivo de la actividad operacional sobre el activo. Analizado el sector se encontró que el índice promedio de quienes presentan una rentabilidad positiva está muy cerca del valor solicitado en el pliego de condiciones, así las cosas la DNDA determinó que la rentabilidad sobre el activo mínima requerida para el proceso debe ser mayor o igual al 7% asegurando así la pluralidad de oferentes y la libre competencia.

Finalmente es de aclarar que al momento de iniciar la ejecución del contrato, la Entidad no puede dar anticipos ni pagos anticipados, es por ello que busca proveedores con solidez financiera y organizacional para el correcto desarrollo del objeto contractual.

Atendiendo la anterior consideración **ES DE RECIBO SU OBSERVACIÓN.**

2) OBSERVACIONES RECIBIDAS DE UNIVERSAL GROUP - AGENCIA DE COMUNICACIONES DEL 13 DE JULIO DE 2015 - Rad. 1-2015-54626



Observación No. 1 de Universal Group

Página 11 del proyecto de pliegos, **ESTUDIOS DE MEDICION:** Agradecemos a la Entidad tener en cuenta que los estudios de medición sean aportadas por la central de medios aliada a la productora y que no necesariamente sean de propiedad del proponente toda vez que las centrales de medios aliadas son quienes cuentan con la certificación y el recibo de pago ya que su actividad económica es compra y venta de espacios publicitarios, la productora es quien produce el material publicitario y por tal razón son aliados estratégicos.

Respuesta Observación No. 1 – Universal Group.

Para efectos del cumplimiento del objeto del contrato, quien adquiera los estudios de medición es irrelevante, es decir, si lo hace la agencia, la central de medios o las mismas cadenas radiales, lo importante es que el interesado corrobore ante la Entidad, el derecho al acceso a dicha información y que este (os) estudio (s) refleje (n) cifras reales que permitan tomar decisiones coherentes con el objetivo que persigue la entidad.

Atendiendo la anterior consideración **ES DE RECIBO SU OBSERVACIÓN**, y el texto en el pliego de condiciones definitivo y ficha técnica 10A quedará así:

“Estudios de medición: Para la elaboración de análisis especializados en medición de medios masivos de comunicación, se requiere que presente al menos uno de los estudios de medición existentes en el mercado como lo son Ibope ó EGM o ECAR edición 2014 ó 2015. **Para la acreditación no es obligatorio que estos sean propios** pero deben anexar documento legal que permita verificar que el proponente cuenta con el uso y la tenencia legítima de los estudios requeridos”.

Observación No. 2 de Universal Group

Página 49 del proyecto de pliegos, I) **En las certificaciones se debe evidenciar el cumplimiento expresado en términos de bueno, excelente, regular o malo.** Agradecemos a la entidad tener en cuenta que no todas las entidades certifican el cumplimiento de los contratos con los términos textuales "bueno, excelente, regular o malo" por lo que agradecemos tener en cuenta términos homólogos como "a satisfacción", "terminado", "culminado", etc. Lo anterior en aras de dar pluralidad de oferentes.

Respuesta Observación No. 2 – Universal Group.

Si bien es cierto que cada empresa expide certificaciones de acuerdo a sus modelos, también es cierto que las Entidades del



estado requieren que las certificaciones brinden información específica la cual debe ser solicitada por los proponentes interesados a quienes les prestaron los servicios, y estos términos "bueno, excelente, regular o malo" son evaluativos en el sentido de cómo fue la calidad del servicio.

Sin embargo su solicitud en el sentido de "...*permitir respaldar la certificación, en dado caso, con la copia del contrato para identificar los alcances del mismo admitiendo que los oferentes certifiquen su experiencia de manera completa y específica de acuerdo al proceso, con estos soportes...*", la Entidad aclara que este documento sirve efectivamente para respaldar las certificaciones en determinadas condiciones establecidas en el pliego de condiciones para validar la experiencia, pero no brinda información relacionada con la calificación del servicio prestado.

Atendiendo la anterior consideración **NO ES DE RECIBO SU OBSERVACIÓN.**

Observación No. 3 de Universal Group

Página 64 del proyecto de pliegos, **SISTEMA DE GESTIÓN EN SEGURIDAD Y SALUD OCUPACIONAL**. Agradecemos a la Entidad tener en cuenta que las actividades de publicidad que en este caso están contratando tienen factores de riesgo mínimos tanto para la empresa como para las personas. Por lo tanto agradecemos que solo con la certificación de la ARL de afiliación como empresa sea suficiente cumplir con este requisito.

Respuesta Observación No. 3 – Universal Group.

Los requisitos exigidos en el numeral **4.4.3.2 "SISTEMA DE GESTIÓN EN SEGURIDAD Y SALUD OCUPACIONAL"** responde a la normatividad vigente para verificar el cumplimiento en materia de salud ocupacional y riesgos laborales y en especial la Ley 1562 de julio de 2012, la cual modifica el Sistema de Riesgos Laborales y dicta otras disposiciones en materia de Salud Ocupacional y el Decreto 1443 de 2014 el cual implementa el Sistema de Gestión de la Seguridad en el Trabajo".

Adicionalmente, el proponente que le sea expedida la certificación suscrita por la Entidad Administradora de Riesgos Laborales donde conste que se encuentra afiliado como empleador, tiene la posibilidad de contar con el **PANORAMA O MATRIZ DE RIESGOS** la cual es desarrollada por el empleador o contratante con la participación y compromiso con todos los niveles de la empresa y debe ser documentada y actualizada mínimo de manera anual; por lo tanto su solicitud en el sentido



de aceptar únicamente la certificación de la ARL no es suficiente porque la norma exige la matriz de riesgos, y para su caso particular se podrá evidenciar que los riesgos son mínimos como usted lo manifiesta.

Sin embargo es de aclarar que para lograr una participación plural de oferentes en el proceso, el numeral 4.4.3.2. del pliego en el segundo párrafo, a letra dice que: *“en el evento que la certificación de la ARL no haga mención que el proponente cuenta con un panorama de riesgos o que se encuentra en proceso, puede remitir la información documentada y actualizada donde identifique los peligros, evaluación y valoración de riesgos de conformidad con lo establecido en los Artículos 12 y 15 parágrafo 1 del Decreto 1443 de 2014”*.

Atendiendo la anterior consideración **NO ES DE RECIBO SU OBSERVACIÓN**

3) **OBSERVACIONES RECIBIDAS DE PEZETA DEL 15 DE JULIO DE 2015 - Rad. 1-2015-54628**

Observación No. 1 de Pezeta

Solicitamos a la entidad estudie la posibilidad que los estudios de medición existentes en el mercado como lo son Ibope y EGM (Segunda OLA 2010) o ECAR 3a Edición 2010, se puedan acreditar sin ser obligatorio que los estudios sean propios.

Nuestra solicitud obedece a que es una herramienta a la que se tiene acceso a través de los medios donde se pauten o con alianzas estratégicas con las centrales de medios, sin necesidad de ser propios, cumpliendo con el requerimiento exigido por la entidad de **“Para la elaboración de análisis especializados en medición de medios masivos de comunicación, se requiere que presente al menos uno de los estudios de medición existentes en el mercado como lo son Ibope y EGM”**.

Siendo este un proceso donde la estrategia de comunicación y la creatividad tienen una alta participación e importancia, solicitamos a la entidad apoye el desarrollo del objeto social de las agencias de publicidad, quienes carecemos de esta herramienta, pero que de igual forma contamos con la amplia experiencia y el profesionalismo en la ejecución de estrategias de comunicación, el manejo y negociación de medios y la trayectoria en el desarrollo creativo, brindando un servicio integral a la entidad; y que como lo mencionamos anteriormente, la estrategia del plan de medios y su optimización se puede realizar recurriendo a los estudios técnicos que nos brindan los medios y/o las alianzas con centrales de medios.



Respuesta Observación No. 1 – Pezeta.

Para efectos del cumplimiento del objeto del contrato, quien adquiera los estudios de medición es irrelevante, es decir, si lo hace la agencia, la central de medios o las mismas cadenas radiales, lo importante es que el interesado corrobore ante la Entidad, el derecho al acceso a dicha información y que este (os) estudio (s) refleje (n) cifras reales que permitan tomar decisiones coherentes con el objetivo que persigue la entidad.

Atendiendo la anterior consideración **ES DE RECIBO SU OBSERVACIÓN**, y el texto en el pliego de condiciones definitivo y ficha técnica 10A quedará así:

“**Estudios de medición:** Para la elaboración de análisis especializados en medición de medios masivos de comunicación, se requiere que presente al menos uno de los estudios de medición existentes en el mercado como lo son Ibope ó EGM o ECAR edición 2014 ó 2015. **Para la acreditación no es obligatorio que estos sean propios** pero deben anexar documento legal que permita verificar que el proponente cuenta con el uso y la tenencia legítima de los estudios requeridos”.

Observación No. 2 de Pezeta

En el ítem 4.2.1.3 Recurso Humano Mínimo requerido, solicitamos a la entidad elimine en los pliegos definitivos el Sonidista y el locutor, ya que como es de conocimiento general y teniendo en cuenta el objeto del contrato y las actividades UNSPSC señaladas, estos son servicios que se subcontratan por la Agencia de Publicidad o Central de Medios, siendo personal que no hace parte de la nómina de los posibles oferentes, y que se pueden acreditar una vez sea seleccionado el oferente a ejecutar el contrato.

Respuesta Observación No. 2 – Pezeta.

El recurso Humano mínimo requerido en el numeral 4.2.1.3 del Pliego de Condiciones es el que la Entidad requiere que el proponente ponga a disposición del proyecto y adicionalmente durante toda la ejecución contractual todo el personal adicional que se requiera para el cabal cumplimiento del objeto. Estas son las condiciones establecidas por la Entidad después de un estudio juicioso del proyecto que se pretende adelantar y es de obligatorio cumplimiento.

De otra parte, le corresponde al proponente interesado contactarse con cada uno de los profesionales que considera



idóneos y capaces de participar en el proyecto y debe comprometerlos mediante certificación dirigida al proponente, en la cual manifiestan que están interesados y dedicarán el porcentaje de tiempo requerido por la Entidad para cada perfil requerido. Es de aclarar que sin contar con el recurso humano mínimo requerido, el proponente no tendrá la posibilidad de presentar propuesta porque la misma será rechazada.

Atendiendo la anterior consideración **NO ES DE RECIBO SU OBSERVACIÓN.**

Observación No. 3 de Pezeta

En el ítem 4.2.2. Recursos Técnicos, solicitamos de igual forma que la entidad elimine los requisitos en cuanto micrófonos, consola de sonido, audífonos, cabina de grabación; siendo recursos técnicos propios de un estudio de grabación, actividad que no corresponde a una Agencia de Publicidad o Central de Medios, ni a las actividades UNSPSC exigidas por la entidad, y que para el desarrollo del objeto del contrato, será subcontratado.

Respuesta Observación No. 3 – Pezeta.

Para desarrollar un producto sonoro de calidad, es absolutamente necesario contar con un mínimo de equipos técnicos que garanticen las condiciones adecuadas para la grabación de las cuñas. Si bien, los equipos pueden ser de propiedad de terceros, es necesario que se certifique ante la DNDA la disponibilidad de estos, para el satisfactorio cumplimiento del objeto del contrato.

Atendiendo la anterior consideración **NO ES DE RECIBO SU OBSERVACIÓN.**

Observación No. 4 de Pezeta

En el ítem 4.4.2.1 Registro del lugar de domicilio en el certificado de Cámara de Comercio y en el RUT actualizados, solicitamos a la entidad que omita el punto b, original de servicio público domiciliario cancelado, ya que la entidad debe partir de la buena fe de los oferentes, además, los documentos exigidos (certificado de Cámara de Comercio y el RUT), certifican esta información. Además en caso de ser un inmueble en arriendo, estos recibos carecen de acreditación.

Respuesta Observación No. 4 – Pezeta.



Es vital el cumplimiento de dicho requisito en virtud de la labor de supervisión, siendo imprescindible para la DNDA tener un contacto constante y personalizado con el Contratista en la ciudad de Bogotá, a través de reuniones de seguimiento y ajustes sobre el avance de ejecución del contrato, el cual debe ser directo e inmediato, entre contratista, contratante y los integrantes del equipo de trabajo, en los momentos que ello sea necesario.

Ahora bien, con respecto a su manifestación que los documentos exigidos como la Cámara de Comercio certifican la información del domicilio correspondiente, es imprescindible para la Entidad que la empresa funcione en la dirección registrada en este documento y en el RUT, lo cual es verificable a través de un recibo de servicio público domiciliario y si es un inmueble arrendado tendrá la misma validez porque el tema aquí es el sitio donde funciona el proponente interesado en el proceso y no la propiedad del inmueble donde adelanta sus labores.

Atendiendo la anterior consideración **NO ES DE RECIBO SU OBSERVACIÓN.**

4) OBSERVACIONES RECIBIDAS DE MEDIACOM DEL 17 DE JULIO DE 2015 Rad. 1-2015-54632

Observación No. 1 de Mediacom

Encontrándonos dentro de los términos para hacer observaciones a los prepliegos de la licitación según referencia, solicitamos muy amablemente lo siguiente:

En el transcurso del año 2015, diferentes entidades del estado han desarrollado proceso de contratación, de objetos similares a los del proceso en referencia, en los cuales sus indicadores financieros se han fijado en promedio así: **Nivel de Endeudamiento 70% y Liquidez 1.1**, por lo anterior solicitamos muy cortésmente a la entidad modifique el indicador **de Nivel de Endeudamiento a Menor o Igual al 70%**, logrando con ello una mayor y justa pluralidad de oferentes, sin que con lo anterior se ponga en riesgo la ejecución del contrato, tal y como se relaciona a continuación:

Entidad	Objeto	Ppto Ofi.	Indicadores Financieros		Modalidad	Comentarios
			NE	LD		
DIRECCIÓN DE IMPUESTOS Y ADUANAS	La Unidad Administrativa Especial Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales DIAN requiere contratar "La	\$6.455.827.020	70%	1.0	Licitación Pública	Adjudicado

T:\2015\E-4 Grupo de Compras\E-4.1 Lic Publica\E-4.1.2 Servicios\E-4.1.2.5 Impresos y Pub\INV Licitac Cuñas Jun 30-15\3 Prepliego Jul 6-15\Observaciones-15\9 ACTA 38 Rta Obs PP Jul 21-15.doc



NACIONAL ES	prestación del servicio de diseño, producción, desarrollo y difusión de estrategias de comunicación externas e internas que incluyan: planes de medios, piezas de comunicación y actividades de divulgación necesarias de las obligaciones tributarias, aduaneras y cambiarias que fomenten la cultura tributaria dentro del marco de la misionalidad y objetivos estratégicos institucionales” de conformidad con lo establecido en el presente Pliego de Condiciones.					
Ministerio de Cultura	El MINISTERIO DE CULTURA, está interesado en recibir propuestas para el proceso de Licitación Pública No. MC-LP-001-2015, cuyo objeto es: “Contratar la prestación del servicio de intermediación de una agencia de medios para la publicación y producción de información de carácter institucional (avisos de ley, convocatorias públicas, avisos informativos, piezas gráficas y publicitarias, y en general, circulación de información institucional) a nivel nacional, internacional y regional, prensa, revista, radio, televisión, redes sociales y digitales y otros espacios publicitarios) de acuerdo con las necesidades de la Entidad”	\$1.718.300.000	70%	1.0	Licitación Pública	Adjudicado
Superintendencia de Industria y Comercio	Prestar los servicios integrales de una agencia de comunicación y publicidad que posicionen a la superintendencia de industria y comercio como una organización más cercana a	\$1.391.318.425	70%	1.2	Licitación Pública	Adjudicado



	empresarios y consumidores, por medio de piezas y campañas que sean difundidas por una central de medios.					
ICFES	Prestación de servicios para el diseño, desarrollo finalización de piezas que permitan dar cumplimiento a las estrategias de comunicación interna, externa y mercadeo del ICFES, servicios de monitoreo de medios; así como, los servicios logísticos para la organización y montaje en la producción de actividades de divulgación institucional, de mercadeo y campañas pedagógicas, que requiera el instituto en cualquier parte del territorio nacional, de acuerdo con las necesidades de la entidad, en el marco de la ejecución de las políticas públicas, servicios, programas, proyectos, estrategias y acciones a su cargo.	\$2.413.793.103	70%	1.0	Licitación Pública	Adjudicado.
INSTITUTO DISTRITAL DE TURISMO – IDT.	Desarrollar y ejecutar planes estratégicos de promoción turística en medios masivos y alternativos de comunicación y sus correspondientes acciones de mercadeo turístico que apunten al posicionamiento de Bogotá como destino turístico nacional e internacional.	\$2.130.532.000	64%	1.3	Licitación Pública	En etapa de evaluación.
FIDUCOLD EX	“La Fiduciaria Colombiana de Comercio Exterior S.A. FIDUCOLDEX, obrando como vocera del Fideicomiso de Promoción de Exportaciones - PROCOLOMBIA, en adelante PROCOLOMBIA, está	PROCOLOMBIA	70%	1.0	INVITACIÓN ABIERTA No. 426.	En etapa de evaluación.
		A cuenta con los recursos necesarios para la ejecución del contrato que resulte con ocasión de esta Invitación.				



	interesada en recibir propuestas para contratar los servicios de planificación, creación, diseño, producción, ejecución de estrategias, campañas y herramientas de Mercadeo y Comunicaciones, que permitan promocionar las oportunidades del país en Turismo, Inversión, Exportaciones y Marca País en el mejoramiento de la imagen de Colombia a nivel nacional e internacional.”					
Ministerio de Educación Nacional.	Prestación del servicio integral en comunicación para la producción y divulgación de campañas de comunicación y movilización necesarias para el desarrollo de los proyectos y programas de la “política educativa de calidad coherente con la agenda social que busca un país en paz, equitativo y educado (2014-2018)”, y que buscan el mejoramiento de la calidad de la educación preescolar, básica y media y, de la educación superior	\$4.752.600.000	70%	1.2	Licitación Pública	Adjudicado

Respuesta Observación No. 1 – Mediacom.

Teniendo en cuenta los estudios previos y según el último informe del portal financiero a los medios de publicidad, es pertinente señalar que el indicador de endeudamiento con valorizaciones en el sector oscila en el 55% y el endeudamiento sin valorizaciones es del 62%

Atendiendo la anterior consideración es pertinente señalar que el nivel de endeudamiento sin valorización en el sector es del 62%, así las cosas el indicador de endeudamiento sin valorizaciones debe ser menor o igual al 62%.

Atendiendo la anterior consideración **ES DE RECIBO SU OBSERVACIÓN** fijando dicho valor como menor o igual al 62%..



5) OBSERVACIONES RECIBIDAS DE CPM SA DEL 21 DE JULIO DE 2015 Rad. 1-2015-54651

Observación No. 1 de CPM

De manera especial solicitamos a la Entidad suprimir los indicadores de Rentabilidad del Patrimonio y Rentabilidad del Activo dado que son índices que no tienen efecto directo sobre el presupuesto del presente Proceso, pues dichos índices lo que miden es el rendimiento de las inversiones y la eficiencia en el uso de activos; en caso de no suprimirlos solicitamos que se evalúen con un porcentaje más bajo, Rentabilidad del Patrimonio 0.04 y Rentabilidad del Activo 0.04.

Respuesta Observación No. 1 – CPM

Analizado el estudio previo realizado por la DNDA de conveniencia y oportunidad para contratar los servicios de una agencia o central de medios de publicidad para la producción y emisión de cuñas radiales en emisoras a nivel nacional y regional, se observa los índices de rentabilidad del Patrimonio y del Activo, se considera de suma importancia para la entidad que los proponentes cumplan con los indicadores solicitados en el pliego de condiciones.

Atendiendo la anterior consideración es de señalar que los porcentajes de rentabilidad del Patrimonio y Rentabilidad del Activo sugeridos por ustedes, no es posible tener en cuenta su observación dado que el margen de estos dos indicadores están muy por encima de que usted solicita.

Atendiendo la anterior consideración **NO ES DE RECIBO SU OBSERVACIÓN.**

Observación No. 2 de CPM

Respecto a los perfiles de Ejecutivo de Cuenta, Director Creativo y Planner de medios solicitamos a la Entidad acepten Tecnólogos en los perfiles requeridos; un tecnólogo con la misma experiencia solicitada está en capacidad de atender y liderar estos cargos dada la practica en las diferentes áreas en Centrales de Medios - Agencias de Publicidad.

Respuesta Observación No. 1 – CPM

La Entidad considera que dada la importancia de la campaña que pretendemos realizar y la cuantía que se invertirá en ella, necesitamos personal completamente calificado encabezando los procesos que permitirán el cumplimiento del objeto del contrato.



Atendiendo la anterior consideración **NO ES DE RECIBO SU OBSERVACIÓN.**

Observación No. 3 de CPM

Los estudios EGM y TGI tienen el mismo fin, evalúan el consumo y hábitos de consumo de los principales medios de comunicación, identificando la relación entre el consumo de medios y las características demográficas y entre consumo de productos y estilos de vida de la población objeto de la investigación. Lo anterior, permite identificar la estrecha relación que existe entre estos 2 estudios de medios sin que se pueda identificar una diferencia significativa frente a la ejecución del objeto que pretende la entidad con el presente proceso de selección.

Así mismo, la Entidad no ha tenido en cuenta que el TGI ofrece mayores ventajas que el EGM debido al mayor alcance frente al entendimiento del consumidor, determinado por la aplicación del cuestionario medido por la escala Likert Actitude y Opiniones, el cual permite identificar y profundizar en la relación con el consumidor, tanto con los medios, como con aspectos del proceso de compra, finanzas, tecnología, salud, logrando tener un análisis de todas las áreas del consumidor .

Teniendo en cuenta lo anterior, solicitamos respetuosamente realizar la modificación correspondiente y señalar expresamente en los pliegos definitivos donde se nombran el estudio EGM - CIES, que se permita la participación de oferentes que acrediten la presentación de los estudios EGM y/o TGI-Ibope.

Respuesta Observación No. 3 – CPM

Para efectos del cumplimiento del objeto del contrato, el interesado debe presente al menos uno de los estudios de medición existentes en el mercado como lo son Ibope ó EGM ó ECAR edición 2014 ó 2015. Los mencionados por CPM se encuentran incluidos en el pliego de condiciones definitivo, cuyo texto queda así:

“Estudios de medición: Para la elaboración de análisis especializados en medición de medios masivos de comunicación, se requiere que presente al menos uno de los estudios de medición existentes en el mercado como lo son Ibope ó EGM ó ECAR edición 2014 ó 2015. **Para la acreditación no es obligatorio que estos sean propios** pero deben anexar documento legal que permita verificar que el proponente cuenta con el uso y la tenencia legítima de los estudios requeridos”.

Atendiendo la anterior consideración **ES DE RECIBO SU OBSERVACIÓN,**



6) OBSERVACIONES RECIBIDAS DE CENTURYMEDIA DEL 21 DE JULIO DE 2015 Rad. 1-2015-54760

Observación No. 1 de Centurymedia

Se le solicita a la Entidad modificar el Ítem Generalidades, punto N° 3 de la Ficha Técnica (Ver página 8) con respecto a la obligación del contratista de contar con estudios de análisis de medios masivos de comunicación, toda vez que a tenor literal se da la interpretación que éste debe contar con los 4 estudios mencionados - ECAR, EGM, IBOPE, TGI - cuando el Punto N° 2 de los Productos a Entregar determina que solo se deberá contar con uno de éstos.

Atendiendo a la incongruencia involuntaria presentada por la Entidad sugerimos el siguiente texto:

"El contratista deberá contar con estudios, investigaciones y análisis especializados en medición de medios masivos de comunicación (ECAR o EGM.1 o IBOPE2 o TGI) para la planificación, direccionamiento estratégico, ordenación y compra de medios correspondientes de acuerdo a la campaña solicitada."

Respuesta Observación No. 1 – Centurymedia

Es válida su observación y efectivamente la Entidad solicita que el contratista cuente con mínimo un estudio de análisis de medios masivos de comunicación y no con cuatro (4) como en efecto se interpreta.

Atendiendo la anterior consideración **ES DE RECIBO SU OBSERVACIÓN**, y el texto en el pliego de condiciones definitivo y ficha técnica 10A quedará así:

“Estudios de medición: Para la elaboración de análisis especializados en medición de medios masivos de comunicación, se requiere que presente al menos uno de los estudios de medición existentes en el mercado como lo son Ibope ó EGM o ECAR edición 2014 ó 2015. Para la acreditación no es obligatorio que estos sean propios pero deben anexar documento legal que permita verificar que el proponente cuenta con el uso y la tenencia legítima de los estudios requeridos”.

Observación No. 2 de Centurymedia

Se le solicita a la Entidad modificar el segundo requerimiento del Ítem Productos a Entregar (Ver Página 11) con respecto al requisito de adelantar los análisis de medios masivos de comunicación, puesto que en el texto se requiere que se acredite la tenencia de alguno de los



estudios de medición establecidos en la ficha técnica con una certificación del año 2014, lo que evidentemente pondría en riesgo la ejecución del proyecto puesto que no garantiza que al momento de la adjudicación el futuro contratista realmente cuente con el uso y la tenencia legítima de los estudios requeridos.

Atendiendo a lo anterior y con el fin de salvaguardar los intereses de la Entidad sugerimos se requiera a la Entidad la acreditación de manera previa de los estudios de medición existentes en el mercado cuya vigencia no sea del año 2015.

Respuesta Observación No. 2 – Centurymedia

Para garantizar el éxito de la campaña que desarrollará en los medios de comunicación, es importante tener herramientas confiables para la toma de decisiones. Por tal motivo, es conveniente que el estudio de medición mínimo que se exige en la presente licitación, haya sido elaborado y publicado en el año 2014 y/o 2015.

Atendiendo la anterior consideración **NO ES DE RECIBO SU OBSERVACIÓN.**

Observación No. 3 de Centurymedia

Se le solicita a la Entidad aclarar el Punto 2 del Numeral 4.2.1 del Proyecto de Pliegos (Ver página 46) por cuanto se interpreta que en caso que los oferentes no se encuentren inscritos en el R.U.P o no cuenten con su experiencia relacionada en el mismo registro tal como lo indica el Punto 1 del mismo Numeral, podrían aportar un número mayor de certificaciones de experiencia con el fin de suplir dicha carencia, hecho que sería violatorio a lo establecido en el Numeral 1 del Artículo 2.2.1.1.1.5.3 del Decreto 1082 del 2015, en el cual se precisa que el único medio por el cual los interesados constituidos en Colombia o extranjeros con sucursal en el territorio nacional pueden acreditar su experiencia es a través del R.U.P.

De igual manera es importante mencionar que atendiendo al Principio de Igualdad establecido en el artículo 13 de la Constitución Política y el Artículo 3 del Código Contencioso Administrativo, se hace un llamado para que no se permitan interpretaciones como la dicha anteriormente, puesto que los oferentes registran su experiencia en el R.U.P. con el fin que sea el único elemento de validación de las mismas ante las Entidades, por lo tanto permitir que un Tercero pueda presentar propuesta valida sin estar inscrito en este Registro le daría una ventaja importante sobre los demás puesto que podría "jugar" con certificaciones de experiencia nuevas, desconocidas o hasta ficticias.



Respuesta Observación No. 3 – Centurymedia

En respuesta a su observación, de ninguna manera puede obviarse el punto 1) del numeral 4.2.1 del pliego de condiciones., es decir que es un requisito obligatorio que los proponentes interesados se encuentren inscritos en el RUP y será válido si de la verificación que se haga del certificado RUP que aporte el proponente se acredita su cumplimiento en mínimo dos (2) contratos reportados que cumplan individualmente o en conjunto la condición requerida para la cuantía (100%) del presupuesto oficial y actividad según la clasificación UNSPC.

El Registro Único de Proponentes es el instrumento a través del cual los proponentes acreditan su capacidad jurídica, financiera, organizacional y su experiencia. La Entidad debe evaluar las ofertas de los proponentes que hayan acreditado el cumplimiento de los requisitos habilitantes por lo que el documento se debe presentar en firme al momento de presentación de la propuesta conforme lo establecido en el numeral 6.1. del artículo 6 de la ley 1150 de 2007. El Registro Único de Proponentes deberá encontrarse en firme a la fecha de entrega de la propuesta El mismo artículo establece que “cuando la información presentada ante la Cámara de Comercio no sea suficiente, sea inconsistente o no contenga la totalidad de los elementos señalados en el reglamento para su existencia y validez, esta se abstendrá de realizar la inscripción, renovación o modificación que corresponda, sin perjuicio de las acciones legales a que haya lugar”, razón por la cual la Entidad de ninguna manera podría poner en riesgo el proceso recibiendo de todos los proponentes interesados el RUP sin encontrarse en firme y acreditarse como plena prueba del cumplimiento de los requisitos habilitantes y mucho menos no exigirlo para esta modalidad de contratación, como lo es la Licitación Pública.

De otra parte específicamente con los códigos de clasificación de bienes y servicios, de conformidad con la Circular Externa No. 12 de mayo de 2014 expedida por Colombia Compra Eficiente, la clasificación del proponente **no es un requisito habilitante** sino un mecanismo para establecer un lenguaje común entre los participantes del sistema de compras y contratación pública. Ello implica que si los códigos solicitados o algunos de los que se incluyan en el listado aprobado por la Entidad, la DNDA no puede excluir al proponente por no tener inscritos estos códigos en el RUP, lo importante es que cumpla en su totalidad con los requisitos habilitantes exigidos en el Proceso de Contratación y se dio paso al punto 2) del numeral 4.2.1., permitiendo anexar certificaciones para validar la experiencia que se encuentra en el RUP y corresponde al objeto contractual pero el código de clasificación no se encuentra



reportado en el RUP, motivo por el cual la Entidad no podría rechazar la oferta.

Por lo anterior para mayor claridad y para brindarle transparencia al proceso, las certificaciones solicitadas pueden corresponder a adiciones a los contratos principales y éstas se verificarán en conjunto con el contrato principal al que están adicionando.

En otras ocasiones se presentan certificaciones globales que deberán desglosar el monto en SMLMV y el objeto para el cual aplica dicha certificación que hará parte de la experiencia requerida para el proceso que se está adelantando.

Atendiendo la anterior consideración **NO ES DE RECIBO SU OBSERVACIÓN.**

Observación No. 4 de Centurymedia

Se le solicita a la Entidad modificar el Numeral 4.2.1.3 del Proyecto de Pliegos de Condiciones en lo que respecta a la imposición establecida en el Literal A del mismo, puesto que dicho acápite impide la libre formulación con la que cuentan los oferentes para establecer y cumplir con los requisitos mínimos exigidos por la Entidad.

Lo anterior tiene como fundamento en el hecho que la Entidad requiere que todos los Profesionales requeridos en el Numeral 4.2.1.3 cuenten con mínimo dos certificaciones de experiencia, lo cual es claramente discriminatorio con respecto a los profesionales que por su labor y compromiso solo han laborado en una empresa por un periodo prolongado, adicionalmente en los Estudios Previos no se indica por qué un profesional con una sola certificación de experiencia con 5 años no es igual o más idóneo y experto que un profesional que acredite los mismos 5 años con dos certificaciones de experiencia.

En atención a lo expuesto se requiere a la Entidad para que elimine el Literal A del Numeral 4.2.1.3 puesto que no cuenta con ningún sustento técnico y hace gravosa la presentación de oferentes puesto que dificulta la acreditación de los Requisitos Mínimos Habilitantes, lo que a su vez impide la pluralidad de oferentes.

Respuesta Observación No. 4 – Centurymedia

La experiencia relacionada con determinadas funciones profesionales como es el caso de agencias de publicidad, precisamente en un 98% solicitar una certificación incrementa el riesgo para que el proceso se declare desierto debido a que los profesionales trabajan por proyectos aun cuando se encuentren con una misma empresa, situación que para mitigar estos



riesgos ha considerado la Entidad solicitar mínimo dos (2) certificaciones de las cuales sumados los tiempos desde la fecha de inicio hasta la fecha de culminación de cada proyecto debe dar mínimo 5 años de experiencia relacionada.

Es decir que si el profesional es empleado del mismo proponente y ha participado en varios proyectos, esto puede certificarlo el proponente atendiendo las condiciones que se establecen en el pliego de condiciones para validar la experiencia.

Atendiendo la anterior consideración **NO ES DE RECIBO SU OBSERVACIÓN.**

7) OBSERVACIONES RECIBIDAS DE SOMOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN S.A. DEL 21 DE JULIO DE 2015 Rad. 1-2015-54763

Observación No. 1 de Somos medios de Comunicación S.A.

En el ANEXO 10A FICHA TECNICA en el ITEM PRODUCTOS A ENTREGAR (Pag.4) se menciona en " **Estudios de medición:** Para la elaboración de análisis especializados en medición de medios masivos de comunicación, se requiere que se presente al menos uno de los estudios de medición existentes en el mercado como lo son ibope y EGM (segunda ola 2010) o ECAR 3a. Edición 2010. Para ello deberá anexar una certificación expedida en el año 2.014, de la empresa emisora de dicho estudio...."

Pues bien solicitamos que se elimine esta condición en razón a que las emisoras o empresas de radio suministran información de los resultados de estos estudios que ellos compran como argumento de su acción comercial ante las centrales de medios y si no entonces que la condición sea que una vez se determine el ganador del PROCESO LICITATORIO este pueda comprar el estudio correspondiente como condición para firmar el contrato.

Respuesta Observación No. 1 – Somos medios de Comunicación S.A.

No se acepta eliminar dicho requisito, pero se permitirá que los estudios de medición se puedan acreditar sin la obligatoriedad de que sean propios. Para efectos del cumplimiento del objeto del contrato, quien adquiera los estudios de medición es irrelevante, es decir, si lo hace la agencia, la central de medios o las mismas cadenas radiales, lo importante es que el interesado corrobore ante la Entidad, el derecho al acceso a dicha información y que



este (os) estudio (s) refleje (n) cifras reales que permitan tomar decisiones coherentes con el objetivo que persigue la entidad.

Atendiendo la anterior consideración el texto en el pliego de condiciones definitivo y ficha técnica 10A quedará así:

“Estudios de medición: Para la elaboración de análisis especializados en medición de medios masivos de comunicación, se requiere que presente al menos uno de los estudios de medición existentes en el mercado como lo son Ibope ó EGM o ECAR edición 2014 ó 2015. **Para la acreditación no es obligatorio que estos sean propios** pero deben anexas documento legal que permita verificar que el proponente cuenta con el uso y la tenencia legítima de los estudios requeridos”.

Atendiendo la anterior consideración **ES DE RECIBO SU OBSERVACIÓN.**

RECOMENDACIONES.

El Comité de Contratos recomienda que se incluya y/o modifique el pliego de condiciones en las observaciones que fueron acogidas por el Comité y en los términos señalados en el presente documento y los mismos se verán reflejados en el pliego de condiciones definitivo a publicar en el Portal Único de Contratación y página web de la Entidad, el cual **quedó establecido para el próximo 31 de Julio de 2015.**

La presente acta se expide a los veintiún (21) días del mes de julio de 2015 a las 7:30 p.m.

DOCUMENTO ORIGINAL FIRMADO POR LOS SUSCRITOS

Asistentes del Comité de Contratos

MANUEL MORA CUELLAR
Jefe Oficina Asesora Jurídica

MARILUZ SOTELO MENDOZA
Coordinadora Unidad de
Divulgación y Prensa

SANDRA L. RODRÍGUEZ BOHÓRQUEZ
Subdirectora Administrativa

FABIO OVALLE SEGURA
Contador Ofc Asesora Jurídica

GLORIA RAQUEL TRIVIÑO GUZMÁN
Coordinadora Grupo de Compras