

RESPUESTA A OBSERVACIONES EXTEMPORANEAS

INVITACIÓN ABIERTA FNTIA- 051-2018

OBSERVACIONES UNIVERSAL MCCANNSERVICIOS DE MEDIOS

1. OFERTA ECONÓMICA (Numeral 4.4):

De manera respetuosa solicitamos a FONTUR revisar nuevamente nuestra solicitud del pasado 29 de octubre de 2018, en la que se indicó que la fórmula prevista para la asignación del puntaje arroja un resultado negativo para aquellas ofertas de comisión que se encuentren por encima de la media geométrica.

Para ilustrar el tema se remitió el siguiente cuadro, en el que se parte de una media geométrica del 5% y se observa claramente que para los proponentes 2, 3 y 4 del ejemplo el puntaje es negativo:

OFERTA DE COMISIÓN PUNTAJE

PROPONENTE 1	7,5%	0,00
PROPONENTE 2	8,0%	-6,00
PROPONENTE 3	8,5%	-12,00
PROPONENTE 4	9,0%	-18,00

Los puntajes aquí ilustrados se obtuvieron aplicando de manera estricta de la siguiente fórmula contenida en el documento de condiciones generales:

En documento publicado el 1 de noviembre pasado, FONTUR da respuesta a nuestra solicitud de aclaración indicando que:

RTA: // Respecto a la fórmula que se aplicará a las propuestas de comisión que se encuentren por encima de la media geométrica, la fórmula está contemplada para obtener el valor absoluto por lo tanto el valor no será negativo.

No obstante, la aplicación de la fórmula tal como está contemplada en este proceso no arroja un valor absoluto y es por esta razón que el resultado del puntaje es un número inferior a cero (0), siendo necesario que la entidad haga la correspondiente revisión y ajuste de la fórmula y determine en forma clara la metodología de asignación de puntaje para estos eventos.

RTA:// Una vez revisado se realizará la modificación mediante adenda de la fórmula quedando así:

Ofertas cuyo valor es superior a la Media Geométrica:

$$C = P * \left\{ 1 - \left(\frac{ABS (G - Vn)}{G} \right) \right\}$$

Donde:

C = Calificación.

P = Puntaje Máximo.

Vn = Valor de la oferta en evaluación.

G= Media Geométrica

ABS= Valor Absoluto

2. VALORES AGREGADOS (Numeral 4.3):

En documento de respuesta a la solicitud de aclaraciones publicado por FONTUR, se indica que *RTA:// Se entiende por incentivos, los descuentos que obtiene la central de medios por compra en volumen de pauta publicitaria. Para la devolución de dichos incentivos el proponente indicará el porcentaje de devolución en pauta publicitaria que otorgará a Fontur sobre el total de inversión que se realice en aquellos medios que otorguen ese beneficio o incentivo, para el seguimiento de esto la central deberá entregar un informe mensual en el que indique el valor total de la inversión en medios, porcentaje para reinversión en medios y valores en pesos.*

Al respecto informamos a la entidad que la definición publicada no precisa el alcance de los valores agregados que se deben ofrecer en este ítem por cuanto el concepto de descuento es diferente al concepto de incentivo, tal como se pasa a explicar:

La expresión *INCENTIVO* hace referencia a aquel porcentaje que los medios pagan a una central de medios en función del acumulado total de inversión logrado por la sumatoria de todos los anunciantes que representa. Este porcentaje puede ser fijo o en escalas dependiendo del total de la inversión año y constituye ingreso directo de la central de medios por su gestión consolidada.

Un *DESCUENTO* corresponde al porcentaje en que un determinado medio reduce el valor total a facturar a cargo de un anunciante, en función de su volumen de inversión, mix de inversión, mix de medios, periodicidad, franjas, programación etc. El descuento no constituye ingreso para la central de medios.

Finalmente, un *BONIFICADO* es aquel beneficio que otorgan los medios o los intermediarios (las agencias, los broker o las centrales de medios) a un determinado anunciante como valor agregado del servicio. Los bonificados pueden estar representados, por ejemplo, en mejoramiento de ubicaciones, comerciales adicionales, recargos de posiciones, etc. Este beneficio no se otorga necesariamente en función del valor de inversión realizado por el anunciante y hace parte de la gestión de compra de medios que realiza la central, pero no constituye ingreso para esta.

Como puede observarse, los conceptos de *incentivo*, *descuento* y *bonificado* tienen alcance diferente en el proceso de negociación que una central de medios realiza en representación de un anunciante. Si bien todos pueden acumularse para beneficiar y optimizar la inversión realizada, no tienen el mismo manejo ni impactan de la misma forma las condiciones económicas de un negocio. Es importante resaltar que para todos los eventuales proponentes es necesario conocer el alcance preciso e inequívoco de las obligaciones adquiridas, de manera tal que puedan ser estimados sus costos y evitando así riesgos durante la ejecución del contrato, por lo que de forma respetuosa solicitamos nuevamente a la entidad aclarar:

2.1. Solicitamos a FONTUR aclarar, cuando hace referencia a los valores agregados del numeral 4.3. de las condiciones generales del proceso, si se está refiriendo al concepto de *incentivos*, al concepto de *descuentos* o al concepto de *bonificado*.

RTA:// Se hace referencia al concepto de *INCENTIVOS*.

2.2. Basado en la respuesta anterior, solicitamos indicar cómo deberá ser traslado el correspondiente valor agregado a FONTUR durante la ejecución del contrato.

RTA:// Para la devolución de dichos incentivos el proponente indicará el porcentaje de devolución en pauta publicitaria que otorgará a Fontur sobre el total de inversión que se realice en aquellos medios que otorguen ese beneficio o incentivo, para el seguimiento de esto la central deberá entregar un informe mensual en el que indique el valor total de la inversión en medios, porcentaje para reinversión en medios y valores en pesos. Fontur aplicara dichos incentivos de acuerdo a sus necesidades.

3. EQUIPO DE TRABAJO (Numeral 4.1):

En la NOTA 1 del numeral 4.1. se indica que *“El contratista deberá garantizar que todo el equipo esté vinculado contractualmente, de manera directa con la empresa o indirectamente a través de alguna de sus filiales, subsidiarias o cualquier otra empresa en la que el proponente tenga participación accionaria.”*

En relación con este requerimiento, solicitamos respetuosamente a FONTUR:

3.1. Adicionar la Nota 1 en el sentido de indicar que también podrá *“garantizar que el equipo esté vinculado contractualmente, de manera directa con la empresa o indirectamente a través de alguna de sus filiales, subsidiarias o cualquier otra empresa en la que el proponente tenga participación accionaria o haga parte del mismo grupo empresarial debidamente registrado ante la Cámara de Comercio de su domicilio”*

Hacemos esta solicitud en consideración a que la condición de pertenecer al mismo grupo empresarial es un hecho objetivo que se debe hacer público mediante el registro mercantil y puede ser verificable por la entidad, pero que no necesariamente implica que tengan participación accionaria o se reúnan las condiciones previstas en el artículo 260 del Código de Comercio para ser consideradas filiales o subsidiarias.

RTA:// No se acepta la solicitud, toda vez que la construcción de los requerimientos para la experiencia del proponente han sido elaborados con el fin de garantizar la experiencia e idoneidad necesaria para el desarrollo del trabajo con el nivel técnico y en los tiempos estipulados, por tanto los lineamientos de la presente invitación se mantienen.

3.2. Aclarar si al hacer referencia al *“contratista”* la entidad requiere que esta condición se deberá acreditar una vez firmado el respectivo contrato. De no ser esta la interpretación correcta, solicitamos a la entidad aclarar el alcance del párrafo segundo de la Nota 1, numeral 4.1.)

RTA:// Se hace referencia al *“Contratista”* al proponente ganador que se le será adjudicado el contrato. Que deberá certificar dicha vinculación al momento de la suscripción del contrato.

1. CERTIFICADOS PARA HERRAMIENTAS DE MEDICIÓN (Numeral 4.2)

En relación con el criterio de asignación de puntaje previsto en el numeral 4.2. de las Condiciones Particulares, solicitamos a la entidad tener en cuenta los siguientes aspectos, con el fin realizar las correspondientes modificaciones o aclaraciones:

1.1. Actualmente IBOPE no comercializa el software *E-Monitor* para consulta de información relacionada con monitoreo de pauta. En consecuencia, solicitamos respetuosamente a la

entidad eliminar este requerimiento del numeral 4.2., ajustando la solicitud de herramientas de medición a las que se encuentran disponibles en el mercado a través de IBOPE.

RTA:// Se relaciona la tabla explicatoria del puntaje toda vez que se evidencia que IBOPE a la fecha no está comercializando el estudio Internet (display y Search), así como E- monitor (Ad alert) y Outview. El software Zeus cambió de nombre a X media.

Para el caso de Comscore, no se cuenta con base de datos para Colombia de Ad Metrix y qSearch por lo tanto no serán tenidos en cuenta y la tabla de referencia para certificados de Herramientas de medición quedaría de la siguiente manera:

PROVEEDOR	PRODUCTO	ESTUDIO	PUNTAJE	SOFTWARE	PUNTAJE	PUNTAJE MAXIMO POSIBLE
IBOPE	Audiencia de TV			IWKS	2	6
				MMW	2	
				PLANVIEW	2	
	Monitoreo	TV Abierta	1	IWKS	1	10
Radio		1	IWKS Modulo Alcance	1		
Prensa		1	Easy Checking	1		
Revistas		1				
Publicidad Exterior		2				
TV Cerrada		1				
Multimedios	TGI	2	Choices4 Xmedia	1 1	4	
COMSCORE	Audiencias de Internet	MMX Multi-Platform	2			8
		Mobile Metrix	1			
		Video Metrix	1			
		Cross Media	1			
		Reach / Frecuency	1			
		Segment Metrix	1			
		Shareablee	1			
CENTRO NACIONAL DE CONSULTORIA	Audiencia en Rad	ECAR	2			2
TOTAL PUNTAJE MAXIMO						30

1.2. Respetuosamente solicitamos modificar el numeral 4.2. con el fin de actualizar la denominación del software Zeus, el cual se denomina actualmente X-media. Esto permitirá que la certificación que se aporte para acreditar este criterio de puntaje corresponda con la información actualizada que maneja IBOPE.

RTA:// Se relaciona la tabla explicatoria del puntaje toda vez que se evidencia que IBOPE a la fecha no está comercializando el estudio Internet (display y Search), así como E- monitor (Ad alert) y Outview. El software Zeus cambió de nombre a X media.

Para el caso de Comscore, no se cuenta con base de datos para Colombia de Ad Metrix y qSearch por lo tanto no serán tenidos en cuenta y la tabla de referencia para certificados de Herramientas de medición quedaría de la siguiente manera:

PROVEEDOR	PRODUCTO	ESTUDIO	PUNTAJE	SOFTWARE	PUNTAJE	PUNTAJE MAXIMO POSIBLE
IBOPE	Audiencia de TV			IWKS MMW PLANVIEW	2 2 2	6
	Monitoreo	TV Abierta Radio Prensa Revistas Publicidad Exterior TV Cerrada	1 1 1 1 2 1	IWKS IWKS Modulo Alcance Easy Checking	1 1 1	10
	Multimedios	TGI	2	Choices4 Xmedia	1 1	4
COMSCORE	Audiencias de Internet	MMX Multi-Platform Mobile Metrix Video Metrix Cross Media Reach / Frecuency Segment Metrix Shareablee	2 1 1 1 1 1 1			8
CENTRO NACIONAL DE CONSULTORIA	Audiencia en Rad	ECAR	2			2
TOTAL PUNTAJE MAXIMO						30

1.3. De acuerdo con la información suministrada directamente por COMSCORE Colombia, existen productos de los requeridos por FONTUR en el numeral 4.2. de los términos de referencia, que no tienen acceso a la información (data) de Colombia:

- AdMetrix (no existe el producto para Colombia)
- Multi-Plataforma
- Mobile & Multi-Plataforma Reach & Frequency (no existe el producto para Colombia)

RTA:// Se relaciona la tabla explicatoria del puntaje toda vez que se evidencia que IBOPE a la fecha no está comercializando el estudio Internet (display y Search), así como E- monitor (Ad alert) y Outview. El software Zeus cambió de nombre a X media.

Para el caso de Comscore, no se cuenta con base de datos para Colombia de Ad Metrix y qSearch por lo tanto no serán tenidos en cuenta y la tabla de referencia para certificados de Herramientas de medición quedaría de la siguiente manera:

PROVEEDOR	PRODUCTO	ESTUDIO	PUNTAJE	SOFTWARE	PUNTAJE	PUNTAJE MAXIMO POSIBLE
IBOPE	Audiencia de TV			IWKS MMW PLANVIEW	2 2 2	6
	Monitoreo	TV Abierta Radio Prensa Revistas Publicidad Exterior TV Cerrada	1 1 1 1 2 1	IWKS IWKS Modulo Alcance Easy Checking	1 1 1	10
	Multimedios	TGI	2	Choices4 Xmedia	1 1	4
COMSCORE	Audiencias de Internet	MMX Multi-Platform Mobile Metrix Video Metrix Cross Media Reach / Frecuency Segment Metrix Shareablee	2 1 1 1 1 1 1			8
CENTRO NACIONAL DE CONSULTORIA	Audiencia en Rad	ECAR	2			2
TOTAL PUNTAJE MAXIMO						30

Teniendo en cuenta esta información, solicitamos respetuosamente a FONTUR ajustar el requerimiento, modificando los estudios requeridos para la medición de audiencias en internet, con el fin de eliminar aquellos que no cuentan con acceso a la información de Colombia.

OBSERVACIONES HAROLD ZEA

Dando alcance a nuestras observaciones enviadas el pasado lunes 29 de octubre me permito solicitar igualmente aclaración a lo siguiente:

- 1- En el numeral 2.4 Propiedad Intelectual, Derechos de Autor, y Derechos patrimoniales, se menciona la protección sobre un objeto diferente al de la invitación (Diseño, Producciones diagramaciones, producciones y ediciones audiovisuales, obras literarias etc..) por lo anterior solicitamos eliminar este numeral.

RTA:// Es una cláusula de propiedad intelectual genérica que se incorpora a todos los procesos de selección. La enunciación de los productos es enunciativa y a manera de ejemplo.

- 2- Solicitamos amablemente se revise la solicitud de la Contribución parafiscal, por cuanto el objeto de la licitación es de una central de medios y no el de un operador logístico de turismo, por lo anterior esta no aplicaría para el proceso.

RTA:// La inclusión del cumplimiento del requisito del pago de la Contribución Parafiscal es para los proponentes que estén obligados según la ley.

- 3- Solicitamos amablemente para el recurso humano tener en cuenta profesiones como la de Contador que cuenta con la experiencia solicitada.**

RTA:// No se acepta la solicitud, toda vez que la construcción de los requerimientos para la experiencia del proponente han sido elaborados con el fin de garantizar la experiencia e idoneidad necesaria para el desarrollo del trabajo con el nivel técnico y en los tiempos estipulados, por tanto los lineamientos de la presente invitación se mantienen.

- 4- Por lo anterior solicitamos amablemente sea teniendo en cuenta que sólo hasta el día de mañana se entregan respuestas, agradecemos que la fecha de entrega de la licitación se corra por lo menos tres días hábiles.**

RTA:// El cronograma fue ajustado de acuerdo a la agenda publicada el día 02 de noviembre de 2018.

Amablemente solicitamos de nuevo a la entidad tengan en cuenta para el equipo de trabajo, la profesión de Economista, lo anterior ya que es una profesión que es afín a carreras como la mencionada de Administración de Empresas.

RTA:// No se acepta la solicitud, toda vez que la construcción de los requerimientos para la experiencia del proponente han sido elaborados con el fin de garantizar la experiencia e idoneidad necesaria para el desarrollo del trabajo con el nivel técnico y en los tiempos estipulados, por tanto los lineamientos de la presente invitación se mantienen.

GRUPO ONE S.A.S.

ASUNTO: SOLICITUD DENTRO DEL PROCESO - INVITACIÓN ABIERTA No. FNTIA- 051-2018

Con el ánimo de presentar oferta acorde a las expectativas y necesidades de la entidad, en mi calidad de representante legal de GRUPO ONE SAS, me permito solicitar complementar el pliego de la invitación abierta del asunto, de manera que modificaciones solicitadas permitan la presentación de nuestra oferta sin afectar las condiciones técnicas mínimas excluyentes, así:

Teniendo en cuenta que la entidad en el numeral 4.2 Certificados para Herramientas de Medición, está requiriendo para asignación de puntaje, varios estudios para la ejecución del objeto contractual, entre ellos el estudio TGI, sin embargo es importante tener presente que el estudio EGM al igual que el estudio TGI también mide el consumo y hábitos de consumo de los principales medios de comunicación entre los cuales esta televisión, prensa y radio entre otras.

Por lo anterior, se solicita respetuosamente a la entidad incluir el estudio EGM, de tal forma que el oferente pueda presentar el uno o el otro estudio con la misma asignación de puntaje, así:

“Sin embargo, el proponente tendrá que certificar uso y/o acceso a todos los productos para medición de audiencias de TV, monitoreo, audiencias de internet, estudios ECAR y TGI y/o EGM, aunque no tenga la totalidad de estudios y **software** descritos en el cuadro.”

RTA:// No se acepta la solicitud, toda vez que la construcción de los requerimientos para la experiencia del proponente han sido elaborados con el fin de garantizar la experiencia e idoneidad necesaria para el desarrollo del trabajo con el nivel técnico y en los tiempos estipulados, por tanto los lineamientos de la presente invitación se mantienen.

COMITÉ EVALUADOR

6 DE NOVIEMBRE DE 2018.