

INVITACIÓN ABIERTA A PRESENTAR PROPUESTAS No. FNT – 052 – 2014

AGENCIA CREATIVA DEL FONDO NACIONAL DE TURISMO

DOCUMENTO DE RESPUESTA A OBSERVACIONES INVITACIÓN PÚBLICA FNT 052 DE 2014

El Fondo Nacional de Turismo procede a dar respuesta a las observaciones presentadas dentro de la Invitación Pública a presentar ofertas FNT No 052 de 2014, la cual tiene por **OBJETO**: Prestar los servicios para crear, planear, conceptualizar, diseñar, producir, monitorear, realizar e implementar las campañas y estrategias de publicidad, comunicación y mercadeo, que apruebe, planee, financie y cofinancie el Fondo Nacional de Turismo Colombia, ya sean impresas, audiovisuales, digitales, promocionales y/o cualquier formato que surgiere.

OBSERVACIONES PRESENTADAS A LA INVITACIÓN PÚBLICA FNT 052 DE 2014

1. OBSERVACIONES PRESENTADAS POR MARÍA JOSÉ GARCÍA OSORIO EJECUTIVA DE CUENTAS NETBANGERS WWW.NETBANGERS.COM

1. ¿La ejecución, ordenamiento y monitoreo de medios los realiza el ganador de la licitación o posteriormente se realizara una licitación para central de medios?

R. El monitoreo si, la ejecución y ordenamiento no, eso lo hace directamente FONTUR.

2. En la documentación Fontur habla del Brief como anexo 6 y 7 para descargar del link, en el momento de descargarlo aparece anexo 1 y 2 como brief ¿Estos son los brief?

R: Si, son los mismos, hay un error en la numeración.

INVITACIÓN ABIERTA A PRESENTAR PROPUESTAS No. FNT – 052 – 2014

AGENCIA CREATIVA DEL FONDO NACIONAL DE TURISMO

2. OBSERVACIONES PRESENTADAS POR ANTONIO ABELLO. CLIENT SERVICE.

1. En muchos procesos de selección de agencia se solicita una carta de intención de participación en el proceso. En los pliegos de este proceso no aparece este requisito, pero queremos asegurarnos de que efectivamente no estemos omitiendo un paso importante, ya que efectivamente estamos interesados en participar.

R. No hay necesidad de presentar la carta.

2. Sobre el Brief ESCNNA ¿Nos podrían compartir la campaña que se lanzó en el 2010 y que generó rechazo?

R. Piezas Campaña ESCNNA

Enlace de descarga

<http://we.tl/g4eEstxuKL>

3. ¿Podríamos tener acceso al estudio de audiencias que se adelantó como resultado de esta campaña?

R. No tenemos este estudio, solo el de impacto que está adicionado al brief.

4. *Sobre el Brief de Turismo Interno.*

En el numeral 1, punto C, se refieren a que hubo una disminución del tráfico y ocupación hotelera durante el mes del mundial del 2010. ¿Hay datos en términos de turismo internacional desde Colombia que permitan inferir que hubo un reemplazo de destinos o simplemente una desaceleración del turismo en general?

R: No los tenemos disponibles, ya que nuestras campañas son solo para incentivar el turismo doméstico, lo que se resume en, colombianos viajando por Colombia. Toda la data de turismo doméstico (nacional) está disponible en la web del MINCIT en el siguiente link <http://www.mincit.gov.co/publicaciones.php?id=16590>

INVITACIÓN ABIERTA A PRESENTAR PROPUESTAS No. FNT – 052 – 2014

AGENCIA CREATIVA DEL FONDO NACIONAL DE TURISMO

5. ¿Tenemos información en términos de que las ciudades tengan preparados eventos para el mundial desde los gobiernos locales como cines o pantallas gigantes exteriores para ver los partidos?

R. A la fecha no tenemos conocimiento de esto, son actividades que de ser así las gestionan los entes territoriales directamente sin necesidad de informar, notificar o comentar al Fondo Nacional de Turismo.

3. OBSERVACIONES PRESENTADAS POR HAROLD ZEA & ASOCIADOS JACKELINE LOZANO VELASCO

1. Agradecemos especificar el tipo de contrato.

R: Es un contrato de prestación de servicio.

2. Dentro del capítulo V, numeral 5.1.1. "EVALUACIÓN ECONÓMICA", agradecemos a la entidad especificar:

- 2.1 Actividades y/o trabajos sobre los cuales se aplicará la "Comisión Agencia"

R: Para las piezas Creativas

- 2.2 Mecanismo de remuneración sobre las campañas aprobadas y los artes finales que sean desarrollados.

R. En base al tarifario de agencia más el porcentaje de agencia sobre el valor total de las piezas finalizadas.

- 2.3 De manera cordial solicitamos a la entidad que se maneje un piso y techo para los porcentajes de comisión tanto para producción como comisión agencia.

R: SE REALIZARÁ ADENDA.

Para la Comisión de Producción del 5% al 12%

Para la Comisión de Creatividad del 7% al 15%

3. Dentro del mismo capítulo mencionado en el punto anterior, en el numeral 5.1.2. "EVALUACIÓN CREATIVA", agradecemos el envío de los anexos No. 6 y 7 especificando para cada caso como mínimo:

INVITACIÓN ABIERTA A PRESENTAR PROPUESTAS No. FNT – 052 – 2014**AGENCIA CREATIVA DEL FONDO NACIONAL DE TURISMO**

- Nombre del proyecto.
- Objetivos de comunicación.
- A quien debemos dirigir la comunicación, especificando aspectos sicográficos y demográficos.
- Beneficio o plus a destacar.
- Necesidad(es) a satisfacer.
- Guías ejecucionales, es decir, elementos que debemos mantener en la comunicación. Ej. logos, colores característicos, etc.
- Especificar si se debe trabajar bajo la sombrilla de Marca País

R: Los brief están cargados en el LINK y que estará disponible hasta el 10 de marzo de 2014, en el caso de la Campaña de ESCNNA no es necesario que esté bajo el concepto de marca país.

4. Sobre el numeral 5.1.3. “EVALUACIÓN ESTRUCTURA DE SERVICIO” solicitamos a la entidad de manera cordial que para los cargos de Director de Cuenta y Planner Estratégico, se pueda homologar los estudios de especialización y/o postgrado con años de experiencia de más de 5 años.
Para el Director de Arte solicitamos de la manera más respetuosa homologar el título profesional con la acreditación de más de 10 años de experiencia.
Para el Coordinador de Producción, solicitamos igualmente homologar el título profesional con la acreditación de más de 10 años de experiencia.

R. SE REALIZARÁ ADENDA. – CUADRO DE EQUIVALENCIAS.

Director de Cuenta y Planner Estratégico: Para homologar los estudios de Especialización y/o postgrado se deberán certificar seis (6) años de experiencia, lo 5 requeridos más uno (1) adicional.

Director de Arte: Para homologar el título profesional deberá, certificar los cinco (5) años de la carrera profesional más los tres (3) de la experiencia mínima.

5. Dentro de este mismo numeral 5.1.3. se está solicitando un Planner Ejecutivo de Medios ¿debemos entender entonces que la empresa seleccionada deberá desarrollar los planes de medios requeridos y las ordenaciones respectivas?
En caso afirmativo, agradecemos especificar la forma de remuneración sobre medios. ¿se debe especificar un porcentaje de comisión sobre la ordenación?

INVITACIÓN ABIERTA A PRESENTAR PROPUESTAS No. FNT – 052 – 2014**AGENCIA CREATIVA DEL FONDO NACIONAL DE TURISMO**

R: No, sólo es un profesional de apoyo a para cuenta, ya que dentro del objeto del contrato está el monitoreo de las campañas, así como para hacer las recomendaciones que a bien surgieran por campañas. La ordenación de medios la hace directamente FONTUR.

6. Para la producción de piezas a través de terceros (ej. producción de comerciales y realización de fotografías), agradecemos a la entidad confirmar la viabilidad del pago de anticipos.

R. En este momento del proceso no está contemplado dar anticipos, en el momento de gestionar la solicitud de producción de las campañas se establecerá la forma de pago.

7. Dentro de las obligaciones específicas como contratista, numeral 1.3.2 se establece que debemos realizar análisis de consumidor y monitoreo de medios. ¿Cuál es el presupuesto asignado para realizar el monitoreo de medios? ¿Como se remuneraran los estudios y análisis de consumidor?

R. Se asignará un % de cada proyecto al monitoreo de medios, los estudios, testeos y demás se facturarán como producción, de acuerdo a cada solicitud de producción.

8. En el literal 5 de las obligaciones del contratista se establece:

5. Realizar las propuestas creativas que FONTUR solicite, incluyendo el uso de televisión, radio, revistas, prensa, vallas, publicidad exterior, medios no tradicionales, correo directo, internet, material P.O.P, redes sociales, cartelería digital y/o las que surgieren.

Esto significa que la empresa seleccionada debe realizar los planes de medios o solo se circunscribe a los desarrollos creativos?

R: No, solo la planeación estratégica de la campaña, conceptos, diseños, desarrollos creativos y producción de piezas. Los planes de medios y la ordenación d ellos mismos los hará directamente Fontur.

INVITACIÓN ABIERTA A PRESENTAR PROPUESTAS No. FNT – 052 – 2014**AGENCIA CREATIVA DEL FONDO NACIONAL DE TURISMO**

9. Solicitamos amablemente especificar a qué se refieren con el literal 9 del mismo numeral.

R. Para las actividades de producción externa siempre se deberán presentar tres propuestas y/o recomendaciones de proveedores, para que FONTUR haga la selección.

10. En el literal 11 de estas obligaciones se establece:

Adelantar la estrategia de comunicación que deberá establecer cuáles serán los canales y medios de comunicación más apropiados para asegurar el mayor impacto de la publicidad entre los distintos segmentos de la población objeto de la campaña de difusión.

Esto significa que el contratista seleccionado realizará las labores de planeación, negociación, ordenación y compra de medios? el presupuesto asignado contempla la pauta en medios de comunicación?

R. Cada campaña de acuerdo a su naturaleza tiene una ejecución específica en medios, que se adapte a la idea creativa, o de acuerdo a la plataforma en la que se desarrolle, eso induce a la sugerencia de piezas en los formatos que la agencia recomiende. La compra y ordenación de medios la hace FONTUR directamente.

11. Se solicita en los pliegos que se tenga presencia y posicionamiento en redes sociales. Solicitamos nos confirmen si cuenta la Entidad con un Community Manager y un administrador de contenidos? De no ser así, ¿tienen algún presupuesto definido para el pago de esta labor? ¿La intensidad será media, alta o baja?

R: Contamos con un Community Manager y administrador de Contenidos In House, esto hace referencia a diseño de estrategias basadas en Redes Sociales, cuando la implementación de la campaña así lo indique.

12. Dentro del CAPÍTULO V, numeral 5.1. uno de los aspectos que tienen calificación corresponde a Certificados de Estudios de Impacto. Al respecto solicitamos aclarar si estos estudios deben ser propios o se pueden certificar a través de aliados estratégicos el uso.

R. REALIZAR ADENDA.

INVITACIÓN ABIERTA A PRESENTAR PROPUESTAS No. FNT – 052 – 2014**AGENCIA CREATIVA DEL FONDO NACIONAL DE TURISMO**

El proponente debe certificarlo, si se presenta como consorcio o unión temporal se debe certificar el uso de las herramientas y metodología por alguno de los integrantes.

13. La costumbre comercial en el sector de las agencias de publicidad colombianas indica que la comisión agencia se aplica sobre la inversión total anual, para compra de medios y producción externa. Por lo tanto les solicitamos nos ratifiquen si el porcentaje de comisión que debemos proponer lo debemos aplicar o no bajo ese mismo criterio y en caso negativo sobre cual criterio debería ser?

R. El Fondo Nacional de Turismo – FONTUR ejecuta recursos mediante proyectos previamente aprobados por el Comité Directivo del Fondo, no tenemos anualidades, por lo cual no podemos ni disponemos de un presupuesto general para diseñar, planear y ejecutar campañas, sino que estas se van ejecutando de acuerdo a los recursos aprobados en los proyectos de promoción, por lo cual, las piezas a emitir y producir en las campañas que financie y cofinancie FONTUR están sujetas a cada proyecto aprobado. Sobre la producción y creatividad sugerimos tomar el valor de \$ 2.000.000.000,00 con baja en la ejecución del contrato anterior de agencia de publicidad de FONTUR. Lo correspondiente a medios no se debe incluir porque esta actividad se realiza directamente desde FONTUR.

4. OBSERVACIONES PRESENTADAS POR LUIS EDUARDO CEDEÑO IZQUIERDO REPRESENTANTE LEGAL MCCANN ERICKSON CORPORATION S.A.**1. NUMERAL 5.1.1. EVALUACIÓN ECONÓMICA****a) Respetto de la comisión de agencia:**

Los términos de referencia establecen como remuneración de la agencia una comisión de agencia y una comisión sobre producción, de la siguiente manera: *“La comisión de agencia y de producción es un porcentaje que se otorga por la gestión de negociación que hacen las agencias y se paga sobre el valor facturado”.*

INVITACIÓN ABIERTA A PRESENTAR PROPUESTAS No. FNT – 052 – 2014

AGENCIA CREATIVA DEL FONDO NACIONAL DE TURISMO

Ahora bien, si se analiza el objeto del contrato y las obligaciones específicas del contratista, vemos que FONTUR requiere la contratación de una agencia creativa que se encargue de la planeación y desarrollo creativo de las campañas publicitarias que FONTUR desarrolle, lo cual básicamente corresponde a un contrato de prestación de servicio cuya remuneración en el mercado se realiza mediante el pago de “honorarios mensuales” o “FEE mensual”.

El reconocimiento de una “comisión de agencia” por “la gestión de negociación”, es una forma de remuneración propia de una central de medios las cuales cobran sobre el valor de la pauta negociada, y no de una agencia creativa que debe pagar los salarios mensuales del equipo de planeación, creatividad y cuentas, de acuerdo con la disponibilidad del mismo.

De acuerdo con lo anterior, solicitamos la modificación el numeral 5.1.1. de los términos de referencia, con el fin de eliminar la “comisión de agencia” sobre el valor facturado y en su lugar reconocer como honorarios de la agencia un “FEE mensual” u “honorarios mensuales” mediante los cuales se remunere el equipo de trabajo que estará a cargo de la cuenta y los servicios creativos de la agencia.

Con esta modificación la agencia recibiría como remuneración por la conceptualización, planeación y desarrollo creativo un **FEE MENSUAL** y adicionalmente, una **COMISIÓN DE PRODUCCIÓN** por las actividades de acompañamiento y supervisión del proceso de preproducción y producción externa.

El pago de un FEE mensual garantiza la disponibilidad del equipo ofrecido para la atención de la cuenta, el cual no es posible mantener mensualmente mediante el reconocimiento de una comisión sobre valores facturados, puesto que de acuerdo con los términos de referencia el contrato que se suscribirá no tiene un valor ni periodicidad de pago definido.

INVITACIÓN ABIERTA A PRESENTAR PROPUESTAS No. FNT – 052 – 2014**AGENCIA CREATIVA DEL FONDO NACIONAL DE TURISMO**

De igual manera, en caso de acoger nuestra solicitud, pedimos a la entidad estudiar la posibilidad de establecer un piso o valor mínimo de fee mensual a ofrecer por parte del proponente con el fin de evitar excesivamente bajos que comprometan la calidad del servicio y la selección objetiva del proponente y a su vez FONTUR se asegura de recibir propuestas económicas que se encuentren dentro de precios de mercado, y que se realicen con el único objeto de desviar injustificadamente la calidad del servicio y los criterios de evaluación contenidos en los términos de referencia.

R. El Fondo Nacional de Turismo – FONTUR ejecuta recursos mediante proyectos previamente aprobados por el Comité Directivo del Fondo, no tenemos anualidades, por lo cual no podemos ni disponemos de un presupuesto general para diseñar, planear y ejecutar campañas, sino que estas se van ejecutando de acuerdo a los recursos aprobados en el proyecto de promoción, por lo cual, no podríamos costear un FEE mensual, no tenemos ese rubro dentro de los gastos de funcionamiento General del Fondo, adicionalmente la modalidad de FEE nos limitaría la cantidad de entregables en periodos de tiempo, y la piezas a diseñar en las campañas que financie y cofinancie FONTUR y que están sujetas a cada proyecto aprobado, que a su vez se gestiona como un propio centro de costo.

b) Respetto de la Comisión de Producción:

Por otra parte, de manera respetuosa solicitamos a la entidad establecer la media geométrica como fórmula de evaluación de la comisión de producción, indicando un valor máximo (techo) y un valor mínimo (piso) para el ofrecimiento de dicha comisión.

Esta solicitud se realiza con el fin de evitar ofrecimientos del 0% o excesivamente bajos que comprometan la calidad del servicio y la selección objetiva del proponente y a su vez FONTUR se asegura de recibir propuestas económicas que se encuentren dentro de precios de mercado, y que se realicen con el único objeto de desviar injustificadamente los criterios de evaluación contenidos en los términos de referencia.

INVITACIÓN ABIERTA A PRESENTAR PROPUESTAS No. FNT – 052 – 2014

AGENCIA CREATIVA DEL FONDO NACIONAL DE TURISMO

R: SE REALIZARÁ ADENDA

Los pisos y topes para cada criterio son los siguientes:

Para la comisión de producción del 5% al 12%

Para la comisión de Creatividad del 7% al 15%

2. PRESUPUESTO ESTIMADO PARA LA EJECUCIÓN DEL CONTRATO

Con el fin de realizar la proyección económica del contrato y de la carga laboral del equipo humano, solicitamos se nos informe el presupuesto estimado por FONTUR para los 12 meses de ejecución previstos en los términos de referencia.

R: Es un contrato sin cuantía, indeterminada pero determinable, y se ejecutará bajo órdenes de producción de acuerdo a la demanda de los proyectos. FONTUR toma como valor probable la suma de \$2.000.000.000,00 de pesos que se piden en las certificaciones como habilitantes, con base en la ejecución del contrato anterior de agencia de publicidad.

3. NUMERAL 4.1.9 GARANTÍA DE SERIEDAD DE LA OFERTA

Solicitamos se aclare el valor sobre el cual debe constituirse la garantía, indicando sí debe constituirse sobre el valor estimado de \$2.000.000.000 de pesos o sobre el 10% del valor de las comisiones y/o fee que se oferten calculado sobre el valor estimado del contrato o en su defecto sobre el 10% del valor estimado del contrato de \$2.000.000.000.

R: Sobre el 10% de los \$2.000.000.000,00

4. ARTES FINALES

De manera atenta solicitamos se nos aclare la forma como se aprobará y pagará el costo de las artes finales que deban realizarse con cargo al contrato. Teniendo en cuenta las artes finales son costo de producción interna, solicitamos a FONTUR aclarar que las artes finales serán pagadas de acuerdo con el precio vigente del tarifario de la agencia contratista.

INVITACIÓN ABIERTA A PRESENTAR PROPUESTAS No. FNT – 052 – 2014

AGENCIA CREATIVA DEL FONDO NACIONAL DE TURISMO

R. Si, En base al tarifario de agencia más la comisión de agencia que es el porcentaje con el que se reconocerá la creatividad de la agencia. **SE ADENDARÁ SOLICITANDO TARIFARIO.**

5. NUMERAL 5.1.3. EVALUACIÓN ESTRUCTURA DE SERVICIO – EQUIPO HUMANO:

En relación con el Equipo Humano mínimo requerido para la ejecución del contrato, nos permitimos solicitar las siguientes modificaciones a los documentos del proceso:

a. Solicitamos ampliar el perfil profesional del Planner Estratégico, con el fin incluir las siguientes profesiones: psicología, derecho, sociología, ciencia política y/o ingeniería industrial.

R. SE REALIZARÁ ADENDA. De acuerdo a su solicitud se habilitarán profesionales de Psicología, sociología e ingeniería industrial, derecho y ciencia política no aplicaría.

b. Solicitamos respetuosamente a la entidad eliminar, como requisito mínimo de formación profesional del Planner Estratégico, la especialización y/o maestría, permitiendo la presentación de un profesional que cuente con la formación en pregrado y experiencia mínima exigida en el pliego.

R. No se puede eliminar, pero hay equivalencias con años de experiencia. **SE ADENDARÁ ANEXANDO CUADRO DE EQUIVALENCIAS DE AÑOS DE EXPERIENCIA**

c. En caso de que la entidad considere que no es admisible la solicitud del literal anterior, solicitamos respetuosamente que para los profesionales que no cuenten con especialización o maestría, se permita acreditar años adicionales de experiencia al mínimo exigido, de manera que se homologue la experiencia adicional con los títulos de formación en postgrado.

R. SE REALIZARÁ ADENDA. Se podrán presentar equivalencia de la siguiente manera, tener el grado profesional, los tres (3) años de experiencia mínima requerida, más un (1) año adicional para la equivalencia de la especialización y/o maestría.

INVITACIÓN ABIERTA A PRESENTAR PROPUESTAS No. FNT – 052 – 2014

AGENCIA CREATIVA DEL FONDO NACIONAL DE TURISMO

6. NUMERAL 1.3.2.1 - PRODUCTOS ENTREGABLES

En relación con el numeral 1.3.2.1. de los Términos de Referencia, nos permitimos manifestar a FONTUR que los derechos de autor que recaen sobre cada una de las piezas creativas que la agencia diseñe para las estrategias de comunicación de la entidad serán cedidas sin limitación, en cumplimiento de las obligaciones contractuales. No obstante, la agencia creativa no se encuentra en capacidad de ceder los derechos de autor derivados de los demás productos tales como fotografías, piezas musicales, imágenes de modelos, ya que tales derechos pertenecen a terceros.

Al no ser de propiedad de la agencia creativa, los derechos de autor de terceros deberán ser negociados por FONTUR al momento de contratar la producción, por lo que respetuosamente solicitamos a la entidad modificar el citado numeral 1.3.2.1 de los términos de referencia, con el fin de limitar la obligación del contratista a la cesión de los derechos de autor que sean de propiedad de la agencia creativa que se contrate.

R. SE REALIZARÁ ADENDA. FONTUR está de acuerdo con lo planteado en el ítem, es de nuestro conocimiento que los derechos patrimoniales de las fotografías, piezas musicales, imágenes de modelos, pertenecen a terceros y se pagan por períodos de tiempo, el numeral 1.3.2.1 solo hace referencia al arte final, más no a la producción del mismo, cuando este incluya derechos de terceros, sin embargo el proponente en ejecución de sus actividades deberá garantizar los derechos de uso de las mismas.

7. NUMERAL 1.3.5 DURACIÓN.

El parágrafo 1 del numeral 1.3.5. dispone que:

“El proponente deberá presentar un cronograma de actividades del objeto de la presente selección en la que contemple el plazo máximo”

Al respecto solicitamos aclarar si el citado cronograma se deberá entregar con la propuesta. En caso afirmativo, solicitamos a la entidad informar cuáles son las actividades a desarrollar que deberán estar relacionadas en dicho cronograma y cuál es el grado de detalle que la entidad espera de este documento.

R. SE REALIZARÁ ADENDA. Se elimina.

INVITACIÓN ABIERTA A PRESENTAR PROPUESTAS No. FNT – 052 – 2014

AGENCIA CREATIVA DEL FONDO NACIONAL DE TURISMO

8. NUMERAL 5.1.2 EVALUACIÓN CREATIVA:

De acuerdo con los términos de referencia del presente proceso, para la evaluación creativa se entregarán 2 Briefs (Anexo 6 y anexo 7)

Al respecto solicitamos aclarar si los Briefs corresponden al Anexo 1 Campaña para prevenir el ESCENNA en contextos turísticos y Anexo 2 Campaña para impulsar la movilidad de viajeros dentro de Colombia en el marco del mundial 2014.

Esta solicitud de aclaración se hace como quiera que los números de los anexos no son los mismos mencionados en los Términos de Referencia.

R: R. SE REALIZARÁ ADENDA ACLARANDO. Hay un error en la numeración, pero efectivamente son esos los briefs.

9. NUMERAL 5.1.3 EVALUACIÓN ESTRUCTURA DE SERVICIO

En relación con los Certificados de Estudio de Impactos, solicitamos a la entidad aclarar si los estudios, metodologías y/o herramientas propias deben ser certificados por el Representante Legal del proponente.

R: SE REALIZARÁ ADENDA. Si, la forma de certificación se incluirá mediante Adenda en el Numeral correspondiente.

10. RECONOCIMIENTO POR CREATIVIDAD

Los Términos de Referencia exigen la presentación de las distinciones, permios o reconocimientos obtenidos por conceptos o piezas creativas del equipo creativo propuesto. Es importante que la entidad este en conocimiento que estas distinciones son hechas a la Agencia Creativa y no al personal que trabajó en su diseño, creación y/o producción y que las certificaciones otorgadas por las entidades organizadoras no incluyen el nombre de los profesionales que participaron.

Por lo anterior, solicitamos respetuosamente a FONTUR modificar las condiciones de acreditación de los reconocimientos por creatividad, otorgando puntaje a las distinciones, premios o reconocimientos obtenidos por el PROPONENTE y no por el equipo de trabajo.

R. R. SE REALIZARÁ ADENDA. Los reconocimientos y distinciones son los que haya recibido la agencia.

INVITACIÓN ABIERTA A PRESENTAR PROPUESTAS No. FNT – 052 – 2014

AGENCIA CREATIVA DEL FONDO NACIONAL DE TURISMO

11. RECONOCIMIENTOS POR CREATIVIDAD

En el numeral 5.1.3 “EVALUACIÓN ESTRUCTURA DE SERVICIO”, el capítulo de “RECONOCIMIENTOS POR CREATIVIDAD” establece que “El proponente recibirá un (1) punto por cada distinción, premio o reconocimiento obtenidos por conceptos o piezas creativas”. De acuerdo con este enunciado, si todos los proponentes presentan más de cinco (5) premios, todos recibirían un puntaje de cinco (5) puntos.

No obstante, en el párrafo siguiente el pliego establece que “el que tenga el mayor número de distinciones, premios o reconocimientos recibirá 5 puntos”. En este orden de ideas existe una contradicción entre las dos formas de otorgar el puntaje de reconocimiento por creatividad, ya que bajo el primer criterio se otorga a cada proponente un (1) punto por cada premio, y bajo el segundo criterio, se otorgan cinco (5) puntos al proponente que más premios presente.

Teniendo en cuenta lo anterior, solicitamos respetuosamente a la entidad que aclare el pliego de condiciones en el sentido de establecer que al otorgar el puntaje de “RECONOCIMIENTOS POR CREATIVIDAD” **no** se otorgará un (1) punto por cada distinción que presente el proponente, sino que por el contrario, se otorgarán cinco (5) puntos al proponente que presente el mayor número de distinciones y para los demás se otorgará puntaje aplicando la fórmula establecida en el pliego.

R. SE REALIZARÁ ADENDA. Se eliminará el ítem se otorgará un (1) punto por cada distinción que presente el proponente.

12. CERTIFICACIÓN DE CONOCIMIENTO DEL LUGAR

En el numeral 3.1.6 “Causales de Rechazo” se establece que la propuesta será rechazada cuando “El proponente no aporte dentro de la propuesta certificación de conocimiento del lugar”. No obstante lo anterior, en los anexos no se encuentra la mencionada certificación.

Así las cosas, solicitamos respetuosamente a la entidad que aclare el pliego de condiciones en el sentido de establecer que el proponente **no** deberá presentar la certificación de conocimiento del lugar.

R. SE REALIZARÁ ADENDA. SE ELIMINA

INVITACIÓN ABIERTA A PRESENTAR PROPUESTAS No. FNT – 052 – 2014

AGENCIA CREATIVA DEL FONDO NACIONAL DE TURISMO

13. ANEXO 2. FORMATO FTJA 11 - CERTIFICACIÓN FTCCR03

El Anexo No.2 Formato FJTA 11 establece que en caso de que el contrato supere el valor de 300 SMMLV el proponente deberá, entre otros, diligenciar los formatos FTCCR 03 y FTJA 03. No obstante lo anterior, los mencionados formatos están dirigidos a las personas jurídicas interesadas en adquirir productos fiduciarios que ofrece FIDUCOLDEX.

Dado que la adquisición de productos fiduciarios no es el objeto de la presente contratación, solicitamos respetuosamente a la entidad que aclare el pliego de condiciones en el sentido de establecer que los proponentes no estarán obligados a diligenciar el formato FTCCR 03 ni el formato FTJA 03 para la presente licitación.

En caso de que sea obligatoria la presentación del formato FTCCR 03 y del formato FTJA03 solicitamos a la entidad que aclare el pliego de condiciones en el sentido de establecer la información que los proponentes deben incluir en los mencionados formatos.

R. Es obligatorio el diligenciamiento de estos formatos por cuanto FONTUR es un PATRIMONIO AUTÓNOMO administrado por la FIDUCIARIA FIDUCOLDEX, cualquier persona natural o jurídica que esté interesada en contratar con FONTUR y si el contrato supera la cuantía de \$231.000.000 deberá diligenciar estos formularios.

5. OBSERVACIONES PRESENTADAS POR JOSE QUINTERO PRESIDENTE TORO LOVE COMUNICACIÓN TOTAL

De acuerdo a la convocatoria del proceso FPT-052-2014, específicamente en el **brief de ESCNNA**, solicitamos complementar la información de acuerdo a los siguientes puntos:

1. En una parte mencionan que la campaña no debe apalancarse en el turismo y en el mensaje que quieren comunicar si. Debemos hablar como foco del ESCNNA y las consecuencias que trae para el turismo responsable en Colombia como foco de desarrollo?

INVITACIÓN ABIERTA A PRESENTAR PROPUESTAS No. FNT – 052 – 2014**AGENCIA CREATIVA DEL FONDO NACIONAL DE TURISMO**

R: Es una campaña de prevención dirigida a turistas, para evitar la ESCNNA.

2. Nos pueden enviar el anexo 44, para ver la campaña anterior?

R. Piezas Campaña ESCNNA

Enlace de descarga

<http://we.tl/g4eEstxuKL>

3. En la campaña anterior: NUESTRO PAIS ES UN GRAN DESTINO TURISTICO NUESTROS NIÑOS NO", también se desarrollaban mensajes para Prestadores de servicios turísticos, para la nueva campaña no hay que tenerlos en cuenta? Es decir, esta campaña solo está dirigida a los turistas?

R. Para efectos de la evaluación la campaña debe ir dirigida a turistas no obstante en la ejecución del contrato se podrán solicitar temas adicionales.

4. Se deben generar campañas alternas para "Educación, Salud y sector empresarial"? En los casos de salud a qué se refiere QUE LOS MÉDICOS DENUNCIEN y en el del sector empresarial, no es contraproducente teniendo en cuenta que se pueden sentir acusados, viendo los resultados del estudio anterior?

R. En esta etapa de evaluación solo se debe desarrollar lo que indica el brief

6. OBSERVACIONES PRESENTADAS POR OLGA LILIANA BEDOYA GAMBOA REP/GREY

En primer lugar, en folio 5 de la Invitación abierta a participar, se fijo fecha de cierre el 20 de Marzo a las 3 pm y a folio 18 numeral 2.6.10 se estableció hora distinta del cierre, siendo esta las 11:00 am. Respetuosamente solicito prevalezca la hora contenida a folio 5 del Pliego.

R. SE REALIZARÁ ADENDA AL CRONOGRAMA. Habrá un cambio en el cronograma. La hora será las 11:00 am del día correspondiente.

INVITACIÓN ABIERTA A PRESENTAR PROPUESTAS No. FNT – 052 – 2014**AGENCIA CREATIVA DEL FONDO NACIONAL DE TURISMO**

En segundo lugar como se indica a folio 32 numeral 4.3: verificación de los indicadores financieros habilitantes, solicitamos modificación al índice de endeudamiento del 90% al 70% por cuanto el 70% garantiza la estabilidad financiera en la ejecución del contrato, permitiéndole a la entidad una tranquilidad frente a la solvencia económica del proponente para una correcta ejecución de todas las actividades propuestas en el contrato, en el sentido que admitir un endeudamiento mayor pondría en serio riesgo la ejecución adecuada de éste.

R. Se ajustará mediante ADENDA.

Por otra parte en relación a los CERTIFICADOS DE ESTUDIOS DE IMPACTO solicitados a folios 33-34 y 39 capítulo V numeral 5.1 y 5.1.3, solicitamos se aclare el alcance y características de los mismos.

R. SE REALIZARÁ ADENDA, para incluir los de pago. Son todos los estudios, metodologías y/o herramientas propias o de pago que emplee el proponente para la planeación estratégica de las campañas, y que normalmente se corren a antes del diseño o planteamiento de una estrategia, siempre y cuando sea certificado su propiedad o uso por parte del representante legal del proponente.

En adición a la observación en relación a los RECONOCIMIENTOS POR CREATIVIDAD (folios 33-34 y 39) solicitamos que el punto obrante en folio 54 “se aceptaran los premios otorgados por entidades privadas y públicas” se adicione en el sentido en que los galardones sean expedidos por entidades de reconocida idoneidad.

R. SE REALIZARÁ ADENDA. Se incluye Nacional e internacional. No aplica, se pueden presentar reconocimientos entregados por cualquier entidad pública o privada nacional o internacional, tal como lo dice el Numeral 5.1.3 siempre y cuando haya sido resultado de un proceso competitivo.

Ahora, refiriéndonos a folios 34-37 y 38 EQUIPO HUMANO solicitamos se precise: ¿que se entiende por profesional?, debido a que carreras como publicidad y afines antes de la ley 23 de 1992 se consideraban como carreras técnicas y tecnológas.

R. SE REALIZARÁ ADENDA. Cuadro de equivalencias. Se entiende como profesional que se hayan cursado los cinco (5) años de la carrera y tener el diploma y/o acta de

INVITACIÓN ABIERTA A PRESENTAR PROPUESTAS No. FNT – 052 – 2014

AGENCIA CREATIVA DEL FONDO NACIONAL DE TURISMO

grado, sin embargo, se puede utilizar el principio de equivalencia donde, el proponente puede certificar experiencia profesional adicional a las mínimas requeridas para el perfil.

Finalmente solicitamos la ampliación del términos a que se refiere el cierre del proceso, por cuanto el BRIEF fue publicado hasta el día de ayer 03/03/2014; siendo esta información la requiere mayor tiempo en su elaboración.

R. SE REALIZARÁ ADENDA. Nuevo cronograma

7. OBSERVACIONES PRESENTADAS POANDRÉS FELIPE PARRA.

Numeral del Pliego	Observaciones
4.4.1	<p>En ésta sección del Pliego se menciona que:</p> <p><i>“El oferente deberá acreditar la experiencia mediante la presentación de máximo 4 certificaciones de contratos suscritos y ejecutados en los (3) años anteriores a la fecha de cierre de la presente invitación, cuyo objeto consista en la prestación del servicio de agencia de publicidad, comunicaciones y/o creativa, con obligaciones establecidas, relacionadas y/o concordantes con el objeto de la contratación.</i></p> <p><i>Los contratos certificados deben tener una duración de máximo de 1 año (...)</i>”</p> <p>Al respecto, amablemente le solicitamos considerar lo siguiente:</p> <p>(i) En varias ocasiones, los clientes de las Agencias de Publicidad pueden estar bastante contentos con los servicios prestados por las respectivas agencias. Por lo anterior, tienden a extender la vigencia y plazo de los contratos respectivos, a pesar que los mismos tengan como fecha de vigencia inicial 12 meses (1 año), por un término adicional al previsto originalmente. Bajo esta consideración, se solicita amablemente que se permita la acreditación de experiencia de contratos cuya vigencia original hubiese sido 1 año, sin importar si los mismos fueron ampliados, siempre y cuando los mismos se encuentren terminados y cumplan con los demás requisitos exigidos en el Pliego.</p>

R. Se corrige la exigencia a “mínimo” un año.

INVITACIÓN ABIERTA A PRESENTAR PROPUESTAS No. FNT – 052 – 2014**AGENCIA CREATIVA DEL FONDO NACIONAL DE TURISMO**

R. SE REALIZARÁ ADENDA. Se permiten certificaciones de cinco (5) años. Se aclara que los contrato NO deben ser de COP \$ 2.000.000.000,00, todas las certificaciones entre ellas deben sumar COP \$ 2.000.000.000,00.

4.4.1	Le agradeceríamos amablemente aclarar cuál será el impacto que se acredite la experiencia de contratos en el cual el interesado haya participado como miembro de una Unión Temporal o un Consorcio. Lo anterior por cuanto no se especifica la manera en que se evaluará la experiencia cuando la misma se acredite por medio de contratos suscritos como Unión Temporal o Consorcio.
-------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

R. El certificado debe especificar el valor total del contrato y el porcentaje de participación del proponente en el Consorcio o la Unión Temporal, y así determinar la cuantía por la que el proponente certifica el contrato.

Nos gustaría nos aclararan la manera en que se calcula el Índice de Patrimonio (sección 4.3 del Pliego) ya que no encontramos la manera en que se debe hacer esta verificación.

R. SE REALIZARÁ ADENDA en la que se incluirá la fórmula y se ajustará el índice al 30%.

(ii) Adicionalmente, consideramos conveniente que se permita la acreditación de contratos que hubiesen sido ejecutados en los últimos 5 años anteriores a la fecha de cierre de la presente invitación. Lo anterior por cuanto ello permitiría ampliar el espectro de contratos que pueden ser acreditados. Se aúna a éste aspecto el hecho que el valor de los contratos debe ser COP\$2.000.000.000 situación que obliga que los contratos de mayor vigencia deban tener un valor superior puesto que efectos macroeconómicos como la inflación tienen un impacto directo en el valor del dinero y consecuentemente del contrato, avalando así que el término de 1 año se cumple, adicional de haber tenido que manejar mayores recursos para la ejecución del respectivo contrato que se busca acreditar.

INVITACIÓN ABIERTA A PRESENTAR PROPUESTAS No. FNT – 052 – 2014

AGENCIA CREATIVA DEL FONDO NACIONAL DE TURISMO

De esta manera se entienden contestadas las OBSERVACIONES PRESENTADAS POR LOS POTENCIALES PROPONENTES, dentro de la INVITACIÓN PÚBLICA FNT 052 de 2014

BOGOTÁ D.C, 6 DE MARZO DE 2014

ORIGINAL FIRMADO

PAOLA SANTOS VILLANUEVA

Directora Jurídica

FONTUR