

## INVITACIÓN ABIERTA A PRESENTAR OFERTAS FPT-029 de 2012

### ADENDA No. 02

El CONSORCIO ALIANZA TURÍSTICA – FONDO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA, se permite informar a los interesados en el Proceso de Invitación Abierta a Presentar Ofertas FPT-029 de 2012 cuyo objeto es: **“Prestar los servicios para Planificar, Conceptualizar, Crear, Diseñar, Producir y Realizar la coordinación de las campañas y estrategias de publicidad, comunicación y mercadeo que apruebe, planee, financie y cofinancie el Fondo de Promoción Turística de Colombia con los recursos que administre la entidad administradora del Fondo de Promoción Turística de acuerdo con las leyes 300 de 1996 y 1101 de 2006 y las que lo adicionen y le complementen.”**, que se procede a realizar las siguientes modificaciones al contenido de los Términos de Referencia de la siguiente manera:

1. El literal c) “Documentos de Conformación de Consorcio o Unión Temporal”, del numeral 3.4, “Documentación Jurídica” del capítulo 3 “Del Proponente y su Oferta”, queda de la siguiente manera:

**c) Documentos de Conformación de Consorcio o Unión Temporal (ANEXOS 2 y 3):** el proponente deberá indicar en el documento de conformación si su propuesta se formula a título de Consorcio o Unión Temporal, para lo cual deberá cumplir con lo siguiente: i) Expresar si la participación es a título de Consorcio o Unión Temporal; si se trata de unión temporal, sus miembros deberán señalar los términos y extensión (actividades y porcentaje) de su participación en la propuesta y en su ejecución, los cuales no podrán ser modificados (de lo contrario, se considerará que la propuesta fue presentada por un Consorcio); ii) Hacer la designación de la persona que tendrá la representación del Consorcio o de la Unión Temporal; iii) Señalar que la duración del Consorcio o Unión Temporal no será inferior a la del plazo de ejecución y un (1) año más, y en caso de no estar incluido en el término adicional, el período necesario para atender la liquidación del contrato y atender las garantías prestadas.

2. El Capítulo 4 de la Invitación Abierta a Presentar Oferta FPT-029 de 2012, en adelante queda de la siguiente manera:

## **CAPÍTULO 4 EVALUACIÓN Y CALIFICACIÓN DE PROPUESTAS**

### **4.1. ANÁLISIS Y EVALUACION DE LAS PROPUESTAS**

El cumplimiento de los requisitos y de la documentación solicitada se analizará de conformidad con lo establecido en el presente documento para cada uno de ellos.

El CONSORCIO ALIANZA TURÍSTICA - FONDO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA dentro del plazo de verificación y evaluación de las propuestas, le solicitará a los proponentes que realice las aclaraciones, precisiones y/o allegue los documentos que se le requieran en relación con el proponente o la futura contratación, sin que con ello se pretenda adicionar, modificar o completa su oferta, es decir, siempre y cuando los documentos no sean objeto de calificación y de comparación de propuestas.

### **4.2. CRITERIOS DE EVALUACIÓN**

La evaluación de las propuestas y selección de contratista que resulte del presente proceso, se hará teniendo en cuenta la propuesta más favorable para la Entidad, previa verificación y cotejo de cada una de las propuestas presentadas. Se entiende por propuesta más favorable, aquella que habiendo cumplido con los requisitos mínimos habilitantes de carácter jurídico, financiero y técnico, obtenga el mayor puntaje en la calificación de la propuesta.

Los aspectos jurídicos, financieros y técnicos habilitantes, no darán lugar a puntaje, pero habilitan o no habilitan la propuesta, para la calificación de la propuesta económica y la asignación de puntaje.

Para tal fin, el Comité Evaluador del CONSORCIO ALIANZA TURÍSTICA - FONDO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA realizará el estudio pormenorizado y la

evaluación detallada de las propuestas admitidas, ajustándose a los criterios establecidos en el presente documento.

#### 4.2.1 CRITERIOS DE EVALUACIÓN DE LAS PROPUESTAS

Se calificarán los oferentes que hayan resultado **HABILITADOS** en todos los requisitos habilitantes establecidos en el presente documento.

| FACTORES DE SELECCIÓN  | CUMPLE | NO CUMPLE | PUNTAJE    |
|--|--------|-----------|------------|
| A. Experiencia adicional a la mínima requerida                       |        |           | 25         |
| B. Aspectos organizacionales y tecnológicos                          |        |           | 60         |
| C. Presentación propuesta caso Sub Campaña Sensibilización Turística |        |           | 100        |
| D. Propuesta Económica de la campaña tipo                            |        |           | 15         |
| <b>TOTAL</b>   |        |           | <b>200</b> |

##### A. Experiencia adicional a la requerida

En este criterio, podrá asignarse hasta un máximo puntaje de veinticinco (25) puntos al proponente que presente dentro de su propuesta el mayor número de certificaciones adicionales a las exigidas como requisito habilitante de contratos terminados, o copias de los mismos con sus respectivas actas de liquidación que cumplan con cada una de las siguientes condiciones:

- Que los contratos se hayan ejecutado en los últimos cinco (5) años,
- Que la duración haya sido de más de 6 meses.
- Que el valor sea superior a 700 salarios mínimos mensuales legales vigentes al momento de la suscripción del respectivo contrato.

| CRITERIO               | PUNTAJE  |
|------------------------|----------|
| De dos (2) a cinco (5) | 5 puntos |

50

|  |           |
|--|-----------|
| certificaciones adicionales a las requeridas como requisito habilitante.                   |           |
| De seis (6) a (9) certificaciones adicionales a las requeridas como requisito habilitante. | 15 puntos |
| Más de nueve (9) certificaciones adicionales a las requeridas como requisito habilitante.  | 25 puntos |

**B. Aspectos organizacionales y tecnológicos**

La agencia deberá contar con la estructura organizacional necesaria que logre responder con entregas oportunas en la medida en que el Consorcio Alianza Turística - Fondo de Promoción Turística de Colombia solicite los trabajos, y que le permita atender los requerimientos del CAT - FPT, adicionales a los usuales. Para ello se tendrá en cuenta quienes cuenten con estudio de grabación de voz, sonido y de video, equipo de fotografía, equipo de producción, equipo de radio y televisión.

En la descripción del cuadro al que hace referencia el presente numeral se deben especificar las condiciones de cada equipo.

Capacidad en servicios: Indicar si cuenta con unidades de negocios o servicios que disponen (Publicidad, Marketing Directo, Marketing Promocional, Internet, Investigación de Mercados).

De conformidad con los requerimientos indicados anteriormente, los proponentes deberán diligenciar el cuadro que se inserta a continuación, indicando si cumple o no cumple cada uno de los aspectos señalados en el mismo y realizando una breve descripción de cada uno de ellos dentro de su empresa, consorcio o unión temporal.

Por el cumplimiento de cada uno de los criterios señalados, se le otorgará al proponente el puntaje indicado en el cuadro. En caso de no cumplir uno o alguno de los criterios indicados en el cuadro o cuando no se dé una descripción del mismo, el puntaje para dicho criterio será cero (0).

| ASPECTOS ORGANIZACIONALES Y TECNOLÓGICOS | DESCRIPCION | CUMPLE | NO CUMPLE | PUNTAJE |
|--|-------------|--------|-----------|---------|
| <b>Capacidad en servicios:</b>           |             |        |           |         |

|                           |  |  |  |           |
|---------------------------|--|--|--|-----------|
| Publicidad y Creatividad  |  |  |  | 15        |
| Producción audiovisual    |  |  |  | 5         |
| Producción Grafica        |  |  |  | 10        |
| Marketing Relacional      |  |  |  | 5         |
| Marketing Digital         |  |  |  | 10        |
| Investigación de Mercados |  |  |  | 5         |
| Creación de contenidos    |  |  |  | 10        |
| <b>TOTAL</b>              |  |  |  | <b>60</b> |

**Nota:** El cuadro se entenderá presentado bajo la gravedad de juramento.

### C. Presentación propuesta caso Sub Campaña de Sensibilización Turística

Se evaluará la forma como es entendida la cuenta del CAT - FPT por parte de los proponentes, para lo cual se propone un caso (Subcampaña de Sensibilización Turística) el cual pretende abrir un espacio para la presentación de una propuesta por parte de los interesados y en la cual se evaluarán los siguientes criterios:

- a. **Creatividad:** Creatividad en la propuesta.
- b. **Conceptualización:** El concepto de campaña es el eje de la misma. Es el mensaje que le va a quedar al público objetivo luego de ser impactado por una pieza de la campaña.
- c. **Aplicabilidad de la marca Vive Colombia, el país que llevas en el Corazón:** Aplicabilidad de la Marca "Vive Colombia, el País que Llevas en el Corazón" en la propuesta, de acuerdo a las necesidades del CAT-FPT.

Esta estrategia deberá ser presentada ante un comité, el cual calificará con base en el siguiente cuadro la propuesta.

| CRITERIOS          |   | PUNTAJE                      |
|--------------------|---|------------------------------|
| PROPUESTA CREATIVA | Conceptualización del diseño  | Puntaje Máximo:<br>35 puntos |
|                    | Creatividad   | Puntaje Máximo:<br>40 puntos |
|                    | Aplicabilidad de la Marca "Vive Colombia, el País que Llevas en el Corazón" | Puntaje Máximo:<br>25 Puntos |

100

### **Brief Caso Sub Campaña de Sensibilización Turística**

Diseño, conceptualización, producción de una estrategia de comunicación 360 grados para sensibilizar al Colombiano sobre los efectos positivos que tiene el turismo, así como los aportes de recursos económicos y de valores culturales que este produce; transmitiendo que el turismo es una prioridad regional; generadora de riqueza y empleo. Se puede referir a la estratégica nacional que hace algunas décadas la entonces Corporación Nacional de Turismo manejó bajo el lema de: "turistas satisfechos, trae más turistas".

La estrategia debe incluir como mínimo bocetos de piezas para:

- Una cuña de radio de 30 de seg
- Story de un comercial de 30 seg
- Story de reducción del comercial
- Arte para publicación en revista formato regular de una (1) página
- Presentación de estrategia en medios no tradicionales

**Nota: lo anterior no exime al contratista escogido, que en la ejecución real de cada campaña se requieran piezas diferentes. Las solicitadas en este documento son para efectos de la evaluación.**

**NOTA: Solamente serán convocados a PRESENTAR Y SUSTENTAR el caso de la Sub Campaña de Sensibilización Turística a los proponentes que efectuada la Evaluación resulten HABILITADOS.**

### **D. OFERTA ECONOMICA:**

En este criterio, se asignará el máximo puntaje de treinta y cinco (35) puntos, al proponente que presente la oferta económica más favorable de la campaña tipo en términos económicos para la entidad expresada ésta en pesos; es decir, la oferta económica más baja tomando como base el caso de **la Sub Campaña de Sensibilización Turística** Los demás oferentes, recibirán un puntaje proporcional mediante la aplicación de la fórmula matemática de la regla de tres simple inversa.

**NOTA: El oferente deberá presentar su propuesta económica con base en el cuadro siguiente:**

| PRODUCTO                           |                                | DESCRIPCIÓN  | VALOR | IVA | VALOR TOTAL INCLUIDO IVA |
|------------------------------------|--------------------------------|--|-------|-----|--------------------------|
| CREATIVIDAD                        | PROPUESTA CRATIVA              | Conceptualización y cratividad de la campaña   |       |     |                          |
| RADIO                              | Cuña de 30 seg                 | Preproducción, producción y posproducción, edición digital, locución profesional (un locutor) y musicalización de la campaña nacional  |       |     |                          |
|                                    | Cuña de 20 seg                 | Preproducción, producción y posproducción, edición digital, locución profesional (un locutor) y musicalización de la campaña nacional  |       |     |                          |
| TELEVISIÓN                         | Comercial de 30 seg            | Preproducción, producción y posproducción de comercial en formato hd con óptica de cine, edición digital, locución profesional, musicalización de la campaña nacional. Dos (2) días de grabación, en cinco (5) locaciones, una en Bogotá, una en Medellín, una en Santa Marta, una en Bahía Solano y una en Pasto. Dos (2) modelos por locación. |       |     |                          |
|                                    | Comercial de 15 seg            | Preproducción, producción y posproducción de comercial en formato hd con óptica de cine, edición digital, locución profesional, musicalización de la campaña nacional. Dos (2) días de grabación, en cinco (5) locaciones, una en Bogotá, una en Medellín, una en Santa Marta, una en Bahía Solano y una en Pasto. Dos (2) modelos por locación  |       |     |                          |
| PRENSA                             | Resvista formato convencional  | 1 página   |       |     |                          |
|                                    |                                | 1/2 página   |       |     |                          |
|                                    |                                | 1/4 de pagina  |       |     |                          |
|                                    | Periódico formato convencional | Aviso de 8 CMS X 2 COL   |       |     |                          |
|                                    |                                | Aviso de 20 CMS X 3 COL  |       |     |                          |
| <b>VALOR TOTAL DE LA PROPUESTA</b> |                                |  |       |     |                          |

**NOTA:** La propuesta será única y exclusivamente en pesos colombianos, con IVA incluido y sin decimales.

#### 4.4 REGLAS DE DESEMPATE:

Si de la sumatoria de los puntajes asignados de los criterios evaluados, dos (2) o más proponentes obtienen el mismo resultado se procederá a lo siguiente:

1. Se elegirá al proponente que haya obtenido mayor calificación en la presentación propuesta caso Sub Campaña Sensibilización Turística.

3. Los demás términos y condiciones que no se hayan modificado en la presente adenda, se ratifican como aparecen en los Términos de Referencia de la Invitación Abierta a Presentar Ofertas FPT-029 de 2012.

Todo cambio en el cronograma del proceso de selección, se realizará mediante adenda que se publicará en la página web [www.fondodepromocionturistica.com](http://www.fondodepromocionturistica.com).

Dado en Bogotá D.C., el miércoles dieciséis (16) de mayo de 2012.



**CARLOS A. ROMAN CASTAÑEDA**

Subdirector Jurídico  
Consortio Alianza Turística  
Fondo de Promoción Turística



Proyectó: **TATIANA SANDOVAL DUARTE**