

Señores
DEMOCRACIA ACTIVA
Veeduría Ciudadana
Ciudad

Asunto: Respuesta a observaciones
proceso de contratación LP-CTCI-005-2023.

Democracia Activa, reciban un saludo cordial.

LA CORPORACIÓN TURISMO CARTAGENA DE INDIAS (En adelante **LA CORPORACIÓN** o **CORPOTURISMO**) es una entidad descentralizada indirecta, perteneciente al sector descentralizado del Distrito de Cartagena de Indias, organizada en los términos de los artículos 49 y 96 de la Ley 489 de 1998 como una entidad sin ánimo de lucro de participación mixta cuya misión consiste, entre otras, en coordinar y ejecutar acciones articuladas con los sectores público y privado que conlleven al fortalecimiento de la competitividad, calidad y promoción nacional e internacional de la oferta turística de la ciudad.

Así las cosas, **LA CORPORACIÓN** se permite responder de manera completa, clara, precisa, congruente y consecuente cada una de las observaciones allegadas dentro de la oportunidad respectiva, de acuerdo con el cronograma de los Términos de Referencia LP-CTCI-005-2023, de la siguiente manera:

1. Observación:

“1. ¿Cuál es la diferencia práctica en la ejecución de los ítems 2.3 y 2.5? Ambas ítems incluyen las siguientes actividades:

- **Digital:** Social Media ADS, SEM (Publicidad en motores de búsquedas), displays en portales especializados de viajes y turismo, e incluso marketing de influencers.
- **Tradicional:** Vallas publicitarias, medios masivos incluyendo, pero sin limitarse a, TV, radio, medios escritos, etc.”

Respuesta: La diferencia práctica en la ejecución de los ítems 2.3 y 2.5 se encuentra en los objetivos de las campañas a desarrollar y los montos destinados para estas.

Por una parte, tenemos el objetivo de las acciones de promoción de **eventos de ciudad**, los cuales pueden ser la Feria Latinoamericana de Libro, el Festival Gastronómico Cuchara e Palo, Festiguitarras, Fiestas de la Independencia, Ironman

70.3 entre otros y, por otra parte, se tiene la promoción como **destino turístico**, lo cual incluye toda la oferta de la ciudad en sus diferentes segmentos (Cultura, Historia, Playas, Gastronomía, Naturaleza, Comunidades, Náutico, Wellness).

2. Observación:

"2. De acuerdo con el ítem 2.6 "REVISIÓN Y ANÁLISIS DEL PLAN DE MEDIOS: Se realizará una revisión y análisis del plan de medios propuesto o entregado por CTCI, el cual deberá ser validado o en su defecto se debe presentar una propuesta de reestructuración del mismo", solicitamos la publicación del plan de medios solicitado."

Respuesta: Sobre esta observación y teniendo en cuenta sus consideraciones, se informa y aclara que el plan de medios sería publicado en la medida en que sea recibido por el proponente que gane con su propuesta en el presente proceso y si, además, es aceptada la reestructuración por parte del área de Promoción y Mercadeo de la **CORPORACIÓN TURISMO CARTAGENA DE INDIAS** en la ejecución del contrato.

3. Observación:

"3. Cronograma del proceso. Los TDR contemplan solo un día hábil para la presentación de observaciones y menos de 3 días hábiles para la presentación de propuestas. Claramente es un cronograma muy reducido teniendo en cuenta la cantidad de requisitos, experiencia y documentos que deben ser recopilados. Estas condiciones restringen la pluralidad de oferentes de manera grave y no sería raro esperar un único oferente bajo estas condiciones."

Respuesta: La CORPORACIÓN TURISMO CARTAGENA DE INDIAS como entidad de naturaleza mixta y de acuerdo con su Manual de Contratación, puede determinar libremente los tiempos que considere conveniente en los cronogramas dispuestos en los procesos licitatorios, el cual se proyecta de conformidad con la agenda de tareas y responsabilidades de sus funcionarios.

Así las cosas, haciendo la respectiva validación con los funcionarios encargados de adelantar este proceso licitatorio y en aras de garantizar la participación de todo aquel que tenga o pueda tener interés de participar en el presente proceso, el pasado viernes 9 de junio de 2023 fue publicada en la página web de la corporación la ADENDA No. 02 a LOS TÉRMINOS DE REFERENCIA DE LA LICITACIÓN No. LP-CTCI-005-23 cuyo objeto es "PRESTACIÓN DE SERVICIOS PARA LAS ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN DE CARTAGENA DE INDIAS COMO DESTINO TURÍSTICO

A NIVEL NACIONAL E INTERNACIONAL” ampliando todos los puntos del cronograma.

4. Observación:

“4. El punto 4 establece lo siguiente: “Los términos de referencia están dirigidos a todos los interesados, para que los mismos presenten sus propuestas en los términos indicados en el cronograma establecido en el presente documento y cumpliendo las condiciones establecidas en esta invitación. De la misma manera, los términos de referencia se encuentran disponible en la página web de la Corporación de Turismo Cartagena de Indias (www.cartagenadeindias.travel)”.

Sobre este punto por favor indicar:

4.1. ¿A quienes se envió esta invitación o con cuantos interesados se cuenta?

4.2. La página web indicada es una página promocional de Cartagena, solo buscando en la página interna de Corpoturismo y su portal de contratación, se encuentra el proceso. Por favor indicar cual es el tráfico promedio semanal a esta sección de la página.

4.3. De acuerdo a la respuesta 4.2 considera Corpoturismo que se cumplen con los requisitos de publicidad para este tipo de procesos y se garantiza la pluralidad de oferentes.”

Respuestas:

4.1 - Los TÉRMINOS DE REFERENCIA DE LA LICITACIÓN No. LP-CTCI-005-23 cuyo objeto es “PRESTACIÓN DE SERVICIOS PARA LAS ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN DE CARTAGENA DE INDIAS COMO DESTINO TURÍSTICO A NIVEL NACIONAL E INTERNACIONAL” están publicados en la página web de LA CORPORACIÓN y dirigidos al público en general que tenga o pueda tener interés de participar en el proceso, por esa razón, no hubo invitaciones privadas o particulares. Por otra parte, no es posible saber a la fecha con cuantos interesados se cuenta, toda vez que no se han recibido propuestas.

4.2 - La página web que se indica en los Términos de Referencia no es solo una página promocional de Cartagena de Indias, sin embargo, con el ánimo de facilitar el acceso de los interesados a este proceso, se modifica el link para que direcciona a aquellos directamente a la contratación de la entidad <https://cartagenadeindias.travel/contratacion/>

Por otra parte, se comparte el tráfico de la página web de Corpoturismo durante el mes de mayo 2023, cuando registró un promedio de sesiones semanales de 38.

Se adjunta PDF con las respectivas evidencias, en los que se subraya con un leve amarillo la fecha en que se tomó la información, semana a semana de mayo y el número de sesiones en cada una ellas, dicho número se sumó y se dividió entre 4 (numero de semanas del mes) para sacar el promedio. **(ANEXO)**.

4.3 - La CORPORACIÓN como una entidad sin ánimo de lucro de participación mixta cumple de manera efectiva e integral en todos sus procesos de contratación con los principios de la función administrativa consagrados en el artículo 209 de la Constitución, los principios del control fiscal previstos en el artículo 267 de la Carta política y el régimen de inhabilidades e incompatibilidades desarrollado en la Ley 80 de 1993.

Igualmente, en aquellos procesos competitivos que promueva a través de la modalidad de licitación privada, la entidad garantiza el cumplimiento de todos los requisitos de publicidad requeridos en su Manual de Contratación y la Ley, garantizando la pluralidad de oferentes que puedan tener interés de participar en el proceso.

5. Observación:

“5. Oferta de los servicios solicitados. En la página 27 de los TDR se indica lo siguiente: “Los precios de la oferta serán fijos por el año 2023, según la propuesta presentada. En la propuesta presentada el proponente deberá indicar todos los precios unitarios y totales de todos los servicios que deberá prestar para satisfacer el objeto del contrato”.

De acuerdo a lo anterior, se evidencia que el Anexo 2 no establece un formato para la inclusión de precios unitarios, sino un valor total de la propuesta con el valor de una estampilla y el IVA desagregados. Por otro lado, la Nota del numeral 2.6. indica lo siguiente: Nota: Este entregable no implica valor adicional, sino que debe ir incluido en la contraprestación propuesta en la cuota de administración del contratista.

En cuanto a la Oferta Económica, se señala lo siguiente:

El método empleado para la evaluación de la oferta económica corresponderá al MENOR VALOR, que para el caso de este proceso, será el MENOR VALOR DE LA COMISIÓN, expresada en porcentaje.

La oferta económica, corresponde entonces a la comisión, en porcentaje que la agencia cobrará por el desarrollo del contrato. Esta comisión de agencia se cobrará mensualmente sobre el monto o valor de las órdenes que se realicen en el mes inmediatamente anterior.

Sin embargo, el Anexo 2 no establece una variable para señalar la cuota de administración / comisión indicada. Sin lo anterior, la Corporación no cuenta con parámetros objetivos para evaluar la oferta económica. El error en el Anexo, sumado a los tiempos del cronograma, evidencian una falta de planeación en el diseño de este proceso.”

Respuesta: Frente a esta observación, **LA CORPORACIÓN** reconoce y acepta la sugerencia y se hacen los ajustes necesarios en el Anexo N° 2 Oferta Económica, dejando el campo para que los oferentes diligencien el valor de la comisión expresado en porcentaje.

6. Observación:

“6. Información financiera. Por favor publicar el análisis del sector que llevó a cabo la Corporación para determinar los valores solicitados en los indicadores financieros.

¿Por qué el patrimonio es 30% y no 50% o 100% teniendo en cuenta que el anticipo es un valor bajo y se requiere inversión permanente? ¿Cuál es el criterio para fijar el nivel de endeudamiento en un 60% teniendo un índice de liquidez de 1,2? ¿Qué otros procesos de selección de pauta y promoción tuvieron en cuenta en la Corporación para fijar las condiciones técnicas y financieras? Por favor entregar una relación de los contratos analizados.”

Respuesta:

En lo relacionado con el Análisis del Sector de acuerdo con la “Guía de elaboración de Estudios de Sector” GEES- Versión 2 del 24 de junio de 2022, este documento desarrolla los siguientes aspectos:

1. Aspectos generales del mercado
2. Comportamiento del Gasto Histórico
3. Estudio de la Oferta
4. Estudio de mercado.

En el desarrollo de estos aspectos no se incluye el análisis de los indicadores financieros.

En cuanto a su segunda pregunta es importante señalar que los Indicadores financieros de capacidad financiera solicitados son adecuados y proporcionales a la naturaleza, el valor, plazo de ejecución y forma de pago del contrato.

De acuerdo con lo anterior, los indicadores solicitados no se pueden analizar de manera aislada ya que hay que tener en cuenta cómo se planifica la ejecución contractual, que, para este caso, la ejecución se realizará en un periodo de seis meses aproximadamente y la Corporación realizará pagos mensuales de acuerdo con los servicios que se reciban a satisfacción, por lo que el contratista no necesita tener un flujo de efectivo mensual igual o superior al valor del contrato.

La Corporación solicitó entonces un Indicador de Patrimonio del 30%, tomando en cuenta que este mide la cantidad de recursos propios con que cuenta el proponente, por lo que con este indicador solicitado el oferente demuestra que tiene la capacidad de cubrir con sus recursos más de un mes de ejecución del contrato. Indicador que es proporcional con el valor, plazo de ejecución y forma de pago del contrato.

El índice liquidez por su parte determina la capacidad que tiene un oferente para cumplir con sus obligaciones de corto plazo. Y un índice de liquidez mayor que 1 indica que la empresa tiene un buen margen de capital y es capaz de pagar sus deudas sin comprometer las inversiones, por lo tanto, como ya se ha explicado en párrafos anteriores este indicador garantiza la pluralidad de oferentes al no ser desproporcionado y blinda la ejecución contractual toda vez que la empresa tiene un margen de capital.

En el caso del Índice de Endeudamiento, este determina el grado de endeudamiento en la estructura de financiación del proponente. Por lo que un endeudamiento del 60% es aceptable, proporcional y garantiza la pluralidad de oferentes.

En respuesta a la pregunta de qué otros procesos de selección fueron consultados, nos permitimos indicar lo siguiente:

Se consultaron procesos publicados en SECOP II cuyo código UNSPSC fuera 82101800 - Servicios de agencia de publicidad.

Una vez aplicado este filtro se analizaron los siguientes contratos:

ENTIDAD	N° DEL PROCESO	OBJETO	PRESUPUESTO OFICIAL DEL PROCESO	INDICE DE LIQUIDEZ SOLICITADO	INDICE DE PATRIMONIO SOLICITADO	INDICADOR DE PATRIMONIO
ALCALDIA MUNICIPIO MOSQUERA - CUNDINAMARCA	LP-004-2023	PRESTACIÓN DE SERVICIOS DE AGENCIA DE PUBLICIDAD PARA EL DISEÑO, ELABORACIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE MATERIAL PUBLICITARIO INFORMATIVO Y DIVULGACIÓN DE INFORMACIÓN OFICIAL A TRAVÉS DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN LOCALES, REGIONALES Y DEPARTAMENTALES Y UNIDADES MÓVILES	\$ 545.950.551	Mayor o Igual 1,5	Menor o igual 70%	No solicitado
FONTUR	FNTIA-013-2023	Prestar servicios de Central de Medios de Comunicación para la planificación, producción, divulgación, y ejecución del Plan de Medios para la difusión de las campañas de publicidad y gestión de espacios de Contenido Editorial de los proyectos que apruebe, planee, financie y cofinancie el Fondo Nacional de Turismo FONTUR.	\$ 13.000.000.000	Mayor o Igual 1,0	Menor o igual 70%	Mayor o igual a 20%
DIRECCION DE IMPUESTOS Y ADUANAS NACIONALES	SAMC-00-013-2022	Servicio de central de medios, así como la planeación, diseño, producción y ejecución de las estrategias creativas de la DIAN	\$ 968.516.885	Mayor o Igual 1,0	Menor o igual 90%	No solicitado
SECRETARIA DISTRITAL DE LA MUJER	SDMUJER-LP-005-2022	Contratar la prestación de servicios para la ejecución de actividades y acciones educativas pedagógicas desde lo artístico, cultural y escénico informativo, en el marco de la estrategia de comunicación, que fomenta el reconocimiento y la movilización social en torno al derecho de las mujeres, a una vida libre de violencias	\$ 945.096.865,00	Mayor o Igual 1,15	Menor o igual 67%	No solicitado
ALCALDIA MAYOR DE CARTAGENA	SA-SHD-002-2022	PRESTACIÓN DE SERVICIOS DE DIFUSIÓN DE MENSAJES Y CONTENIDOS INSTITUCIONALES EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN MASIVOS, Y OTROS MEDIOS PUBLICITARIOS PARA DAR A CONOCER A LA CIUDADANÍA INFORMACIÓN DE LA SECRETARÍA DE HACIENDA DE LA ALCALDÍA DE CARTAGENA INDIAS	\$ 872.635.168,00	Mayor o Igual 1,30	Menor o igual 68%	No solicitado

Por todo lo explicado los indicadores financieros solicitados son adecuados y proporcionales a la naturaleza, el valor, plazo de ejecución y forma de pago del contrato que surja del presente proceso de selección, así como también guarda proporción con los indicadores financieros de procesos contractuales publicados en SECOP II por otras entidades y cuyo objeto contractual se encuentra relacionado con el presente proceso.

7. Observación 7 y 8:

7. El alcance del proyecto incluye en el numeral 2.4 Campañas de pauta paga y acciones comerciales con aerolíneas. Teniendo en cuenta que es un elemento esencial del proyecto, debería solicitarse en la experiencia general o el personal de trabajo, experiencia en campañas de pauta paga y acciones comerciales con aerolíneas.

8. ¿Cuál es el criterio para pedir como experiencia general unos contratos que acrediten algunos ítems que se van a ejecutar en el contrato y no todos? ¿Por qué no se exige la experiencia en campañas de pauta paga y acciones comerciales con aerolíneas si es un elemento tan importante para la promoción turística de Cartagena?

Respuestas 7 y 8: Si bien el proyecto incluye, entre otras, las campañas de pauta paga y acciones comerciales con aerolíneas, consideramos que solicitar experiencia de pauta y acciones de promoción específicamente con aerolíneas haría aún más restrictiva la posibilidad de participar en atención a los principios de competencia y libre concurrencia. Por esa razón, el criterio para solicitar experiencia general en pauta publicitaria es garantizar la mayor cantidad de proponentes interesados con experiencia relacionada para participar en el proceso.

9. Observación:

"9. El mínimo de contratos en la experiencia general es de dos, pero para el equipo de trabajo es de 3. Se sugiere unificar el número de contratos en ambas secciones."

Respuesta: Se acepta la sugerencia y se unifica el mínimo de contratos para certificar equipo de trabajo a dos (2).

10. Observación:

"10. En cuanto al equipo de trabajo se solicita modificar el cuadro de profesionales para unificar los siguientes criterios: todos deben ser profesionales, todos deben tener la misma experiencia y deben tener experiencia específica en contratos relacionados con promoción turística.

*¿Por qué unos perfiles son técnicos o tecnólogos y los demás son profesionales?
¿Por qué esos perfiles no son profesionales? ¿Por qué se exigen 7 años de experiencia y no 5 o 10, a qué criterio objetivo o análisis de experiencia en otros contratos corresponde la definición de ese periodo de experiencia requerido?"*

Respuesta: Considerar la unificación de los criterios en cuanto a competencias en formación académica haría aún más restrictiva y excluyente la posibilidad de participar, yendo en contra del principio de libre concurrencia.

Para desarrollar el proyecto, no se requiere que los miembros del equipo de trabajo en su totalidad cuenten con formación profesional, considerando que el desarrollo del objeto del contrato seguirá los lineamientos de los profesionales sin afectar la calidad del producto, la pauta o el entregable.

En el caso de la experiencia se le exige mayor tiempo al equipo profesional dado el rol que estará desempeñando dentro del proyecto a diferencia del equipo técnico o tecnólogo.

Se exigen siete (7) años de experiencia para los perfiles técnicos teniendo en cuenta el valor del proyecto y la necesidad de contar con un equipo senior que ya no necesite supervisión de otras personas para desarrollar sus labores y que, por el contrario, sean referentes y puedan auxiliar a la Corporación o a sus compañeros de equipo y quienes puedan responder al volumen requerido de productividad.

11. Observación:

“11. El alcance del proyecto demanda una experiencia específica que no se ve reflejada en la experiencia específica que se le exige al equipo de trabajo. El equipo de trabajo solo requiere acreditar experiencia en áreas de publicidad, mercadeo o afines mínimo tres (3) contratos cuyo objeto incluya la elaboración de campañas publicitarias y manejo de plan de medios, sin embargo eso no garantiza la idoneidad que demanda el proyecto pues no garantiza que el equipo de trabajo cuenta con experiencia en promoción turística, acciones digitales y mucho menos estas acciones específicas:

- 2.1. PRESS TRIP INTERNACIONAL
- 2.2. ACCIONES BTL
- 2.3. PAUTA PAGA PARA EL POSICIONAMIENTO DE CARTAGENA DE INDIAS COMO DESTINO DE TURISMO A NIVEL LOCAL, NACIONAL E INTERNACIONAL
- 2.4. CAMPAÑAS DE PAUTA PAGA Y ACCIONES COMERCIALES CON AEROLÍNEAS
- 2.5. ACCIONES DE PROMOCIÓN DE CARTAGENA DE INDIAS EN EL MARCO DE EVENTOS DE CIUDAD

Se sugiere a la Corporación contar con perfiles con esta experiencia.

La experiencia del personal no es consecuente con el objeto del proyecto requerido y ni siquiera se requiere personal con experiencia específica en la ejecución del proyecto. La experiencia general de la empresa debe ser consecuente y alineada con la experiencia del equipo de trabajo.”

Respuesta: Se acepta la observación. Para los perfiles profesionales (profesional universitario en áreas de la comunicación social o periodismo y profesional universitario en áreas de publicidad, mercadeo y afines) se considerará que de las tres (3) experiencias específicas, una (1) sea al menos en promoción turística.

12. Observación:

12. ¿Cuál es la relevancia de exigir un profesional en diseño gráfico con esa experiencia tan específica en el equipo de trabajo, si el alcance del proyecto no contiene actividades de diseño gráfico y la experiencia específica no es relevante para el perfil del profesional exigido?

Respuesta: Es relevante ya que dentro de las acciones contempladas se especifica *conceptualización, diseño y desarrollo* de la pauta paga digital y tradicional, lo que implica la elaboración de piezas y contenido gráfico que permita la puesta en marcha de campañas y acciones de promoción de Cartagena de Indias.

13. Observación:

13. Confirmar si se permiten auto certificaciones, es decir que la experiencia específica del equipo de trabajo pueda acreditar la empresa que se presenta, o si, por el contrario, deben ser certificaciones de terceros o hacer parte de cualquier certificación de contratos que aporte la empresa que participa en el proceso.

Respuesta: No, no se permiten "autocertificaciones", entendidas ellas como que una misma empresa participante certifique a sus empleados. La experiencia específica la podrán certificar las empresas a las que se les haya prestado servicios similares, en las cuales deberán incluir los nombres de las personas que participaron en estos procesos o proyectos.

14. Observación:

"14. La experiencia específica requerida no es consecuente con la experiencia general requerida ni el número de certificaciones.

Se solicita atender y/o responder las observaciones y preguntas en cada uno de los puntos desagregados.

14.1 En primer lugar, se pide acreditar al menos (1) negociación o relacionamiento con medios digitales internacionales con medios nacionales e internacionales, evidenciando beneficios en descuentos, mayor alcance en pauta producto de estos.

• Este criterio no es un elemento de evaluación técnica o financiera del proyecto y no se le solicita al eventual contratista del proyecto como parte del desarrollo de sus actividades plantear negociaciones para optimizar el presupuesto. Si así se determina, entonces eso debe ser un factor de evaluación del componente económico del proyecto o el eventual contratista debe comprometerse a garantizar un mayor alcance específico o descuentos en determinados canales de pauta. Teniendo en cuenta que esto no es el caso, ¿Por qué se considera entonces como experiencia específica?"

Respuesta: Se considera experiencia específica dado que el eventual proponente debe tener la capacidad de optimizar los recursos disponibles para maximizar el alcance de la pauta paga, que se traduce en robustecer la promoción de Cartagena de Indias.

Teniendo en cuenta que esto hace parte de los criterios ponderables, quienes puedan aportar esta certificación sumarán puntos en esa parte de la evaluación, si no se aportan, estos no son requisitos excluyentes.

Al acreditar estos descuentos podemos evidenciar la capacidad de negociación del eventual contratista, tal como se relaciona en los Términos de Referencia "Este aliado debe contar con herramientas para optimizar los medios, combinando adecuadamente acciones digitales y tradicionales, y tener la capacidad para negociar con cada uno de estos medios.", por lo tanto, se espera que el eventual contratista tenga la capacidad de optimizar los recursos en todos los aspectos para generar mayor alcance en pauta paga.

14.2. Observación:

"14.2 La experiencia en la conceptualización, diseño, desarrollo, e implementación de estrategias publicitarias y manejo de plan de medios y servicios de producción audiovisual para entidades públicas y/o organismos o de entidades territoriales mediante la ejecución de al menos (4) contratos debidamente ejecutados.

- *Este criterio solicita producciones audiovisuales, cuando esto no hace parte del objeto del proyecto, por lo que debería eliminarse.*
- *¿Cuál es el criterio para solicitar 4 contratos como experiencia adicional, cuando en los demás elementos se piden 1, 2 o 3. La disparidad de criterios de experiencia específica y falta de criterios de unificación pareciera que estuviera determinada para ajustarse a la experiencia específica de una empresa."*

Respuesta: Dentro de las acciones contempladas se requiere la *conceptualización, diseño y desarrollo* de la pauta digital y tradicional, lo que implica la elaboración de piezas y contenido audiovisual que permita hacer más atractiva las campañas, robusteciendo la promoción de Cartagena como destino de turismo.

Con la solicitud de este número de contratos/certificaciones se desea garantizar la idoneidad y una mejor aptitud del oferente así como la trayectoria y experiencia para el desarrollo del presente proyecto, considerando que es base fundamental del objeto para la construcción y ejecución de las estrategias publicitarias.

Sin embargo, teniendo en cuenta la observación y en aras de que se promueva más la competencia y la concurrencia de proponentes, se ajusta a al menos dos (2) contratos debidamente ejecutados.

14.3. Observación:

14.3 Se solicita acreditar el desarrollo de al menos dos logísticas publicitarias.

- *¿A qué se refiere con dos logísticas?*

- *¿Se deben aportar dos contratos adicionales acreditando acciones BTL, estas deben tener un monto mínimo, unas características puntuales para el sector turístico, un impacto específico, audiencia o ubicación?*
- *El criterio indicado es muy general y no permite evaluaciones de carácter objetivo.*

Respuesta: Las logísticas a las que hace referencia son acciones publicitarias BTL, por lo tanto, si el oferente acredita experiencia en esta acción y en un mismo contrato, esta puede ser aceptada.

Teniendo en cuenta que esto hace parte de los criterios ponderables, si es posible aportar los dos (2) contratos adicionales que acrediten BTL sumarán puntos en esa parte de la evaluación, si no se aportan, estos no son excluyentes.

Al ser un criterio ponderable consideramos que no es necesario un monto mínimo ni características puntuales relacionadas con el sector turismo, impacto específico, audiencia y ubicación; pues lo haría limitante y demasiado excluyente para que los oferentes puedan obtener puntos en la evaluación ponderable.

14.4. Observación:

14.4. Se solicita acreditar experiencia en la promoción de destinos la cual debe incluir: elaboración y desarrollo de plan de medios, administración de pauta publicitaria en medios internacionales, tanto tradicionales como digitales, desarrollo de un evento de lanzamiento, preferiblemente en cualquiera de los mercados priorizados para la CTCl. Desarrollo de un PressTrip en la ciudad de Cartagena con medios internacionales y/o actores del sector turístico.

- *Este criterio contempla una variedad de elementos diferentes. Confirmar si el puntaje se asigna cuando se acredite la totalidad de las actividades establecidas. ¿Por qué no se desagregan las actividades puntualmente como en los demás criterios? ¿Por qué se solicitan todas estas actividades bajo una sola certificación?*

Esta solicitud de experiencia específica a acreditarse en una certificación puntual de un contrato ejecutado, como lo indican los TDR, permite concluir que la Corporación tiene conocimiento de contratos con ese alcance específico. Por favor indicar si esto es así y, entregar la información a partir de la cual se determinó esta información.

Respuesta: Se trata de un criterio ponderable, no es un requisito de participación. La razón de esto se encuentra en la necesidad específica identificada por la corporación, por lo cual sería deseable contar con ello. El puntaje se asigna

cuando se acredite la totalidad de actividades en una misma certificación. Las actividades no se desagregan y se solicitan en una misma certificación porque no es necesario certificarlas todas, debe contener mínimo la certificación de la administración de la pauta, el desarrollo de plan de medios y cualquier otro propuesto dentro del ítem.

Por lo demás, LA CORPORACIÓN no tiene conocimiento de contratos con ese alcance específico.

Observación:

- *¿El evento de lanzamiento que se menciona debe ser en algunos de esos mercados priorizados? ¿Se refiere a mercados geográficos? Por favor indicar cuáles son los mercados priorizados por CTCL, de lo contrario no es posible acreditar este requisito de experiencia específica.*

Respuesta: El evento de lanzamiento no tiene que ser obligatoriamente en mercados priorizados, pero es preferible. Si se refiere a mercados geográficos que, acorde al número de visitantes y consolidado en el informe de turismo extranjero realizado por ProColombia son Norteamérica, Latinoamérica y Europa.

Observación:

- *¿A qué clase de evento de lanzamiento se refiere? Se deberían pedir unas especificaciones mínimas que guarden consecuencia con el proyecto. Sin embargo, teniendo en cuenta que el proyecto no requiere llevar a cabo eventos de lanzamiento o por lo menos así no se establece en el alcance de los TDR, ¿por qué se avala experiencia específica en eventos de lanzamiento?*

Respuesta: Se refiere a cualquier evento de lanzamiento de producto, servicio, evento, destino o marca que la Corporación requiera promocionar. El proyecto si podría requerir llevar a cabo eventos de lanzamiento, ya que las acciones de promoción de eventos de ciudad puede incluirlos, estos estarán sujetos a las necesidades de la corporación. En los Términos de Referencia no se relaciona experiencia específica en eventos de lanzamiento.

Observación:

- *Se pide experiencia previa de un PressTrip en Cartagena de Indias con medios internacionales y/o actores del sector turismo y viajes. Por favor indicar el alcance mínimo de ese PressTrip, número de personas, destinos de los cuales vienen, días de permanencia en la ciudad, cubrimientos mínimos, y por qué se equiparan medios y personas del sector turismo.*

Respuesta: La información detallada de los requerimientos del Press Trip se encuentran en las especificaciones técnicas esenciales del objeto a contratar.

Observación:

• *La experiencia específica requerida además pide que el valor de la misma sea de al menos el 65% del valor del presupuesto oficial del presente proceso. ¿Cuál es el criterio de la Corporación para fijar el valor en un 65%?
¿Por qué se exigen certificaciones con valores mínimos cuando no se hace lo propio con la experiencia general y experiencia del equipo de trabajo?"*

Respuesta: Se piden para tener certeza de que la empresa participante tiene la capacidad y la experiencia para gestionar contratos de este monto, en observancia de los principios de razonabilidad y proporcionalidad relacionados con la capacidad de trabajo, financiera e institucional del oferente. Es necesario que las certificaciones indiquen los valores para cumplir con estos criterios.

Entendiendo que probablemente no todas las agencias han podido ejecutar contratos el mismo valor o más, en aras de garantizar la pluralidad de oferentes se definió internamente el porcentaje del 65% del valor del contrato, para que, como mínimo, la agencia participante pueda demostrar que ha gestionado al menos la mitad del valor del contrato, en este caso se definió el 65% dado el monto elevado.

Observación:

15. Teniendo en cuenta todas las observaciones a la experiencia específica, se le solicita a la Corporación dar respuesta a cada uno de los puntos y replantear en su totalidad esta sección de los TDR.

Respuesta: Hemos dado respuesta a todos y cada uno de los puntos observados tomando en cuenta en algunos casos las recomendaciones recibidas y, en otros aclarando las dudas presentadas. Considerando lo anterior, no es necesario replantear los Términos de Referencia.

Observación:

16. Teniendo en cuenta todas las observaciones hechas sobre requisitos sumamente específicos, en ocasiones dispares y sobre elementos que no tienen que ver con el alcance de los TDR, se le solicita a la Corporación revocar el presente proceso de selección. Si la Corporación decide REVOCAR el proceso, cuando lo publique nuevamente, si así lo decide, publicar como anexos los estudios previos y análisis del sector que evidencien los criterios objetivos que tuvo en cuenta la Corporación a la hora de fijar los elementos de experiencia general, personal y específica solicitada en los TDR.

Respuesta: Considerando aclarados, precisados y ajustados todos y cada uno de los puntos que recibieron observaciones se decide **no revocar** el proceso.

Observación:

17. Se le solicita a la Corporación convocar a VEEDURÍAS CIUDADANAS para el seguimiento a este y cualquier otro proceso abierto de selección que adelante.

Respuesta: Sea esta la oportunidad para resaltar que todas las entidades que deseen participar como veedores son bienvenidas a nuestros procesos.

Cordialmente,

CORPOTURISMO. 