

**RESPUESTA A OBSERVACIONES TÉRMINOS DE REFERENCIA
INVITACIÓN PÚBLICA 02**

GEOMETRY GLOBAL COLOMBIA S.A.S.

OBSERVACIÓN 1: En el numeral 14.2.2. “Valores Agregados 100 Puntos”, la entidad indica que otorgará 20 puntos al proponente por el acceso permanente a banco de fotos, imágenes, videos y audio. Les solicitamos amablemente indicar a la entidad colocar un techo sobre las cantidades que establece para dichos ítems, ya que este servicio es suministrado por terceros.

RESPUESTA: Un banco de imágenes donde se puedan descargar 150 imágenes al mes, Un banco de video para descargar 30 clips en HD y para el banco de música y sonidos existen planes ilimitados o por créditos para 60 audios.

OBSERVACIÓN 2: En el numeral 10 “Oferta Económica – FEE” dentro de los criterios económicos obligatorios de ejecución se indica en la casilla cuarta de “Servicios” lo siguiente:

“El oferente no podrá cobrar porcentajes de administración cuando la actividad o desarrollo, obedezca al objeto social del mismo, e incluya proveedores propuestos por la agencia.”

Les agradecemos aclarar bien el presente punto ya que no es claro para nosotros.

RESPUESTA: No se pagará porcentaje de administración cuando el servicio es prestado por proveedores de la agencia o recursos propios

OBSERVACIÓN 3: Solicitamos amablemente a la entidad compartir con los proponentes el histórico de inversión del presupuesto para actividades BTL, ATL, digital y medios de años anteriores.

RESPUESTA: No se considera necesario, hace parte de la estrategia de la compañía

OBSERVACIÓN 4: En el numeral 14.2.1. “Relación Costo Beneficio (fee mensual – equipo de trabajo) 200 Puntos” solicitamos a la entidad nos confirme si para obtener los 200 puntos por ofrecimiento de equipo y porcentaje de dedicación mínimo requerido se obtienen cumpliendo con los requisitos indicados en el numeral 10 “Oferta Económica – FEE”:

Solicitamos amablemente a la entidad señalarnos si nuestro entendimiento es correcto.

RESPUESTA: Es correcta la apreciación, el puntaje se obtendrá cumpliendo los requisitos del numeral

OBSERVACIÓN 5: Solicitamos a la entidad nos indique si para la acreditación de premios Positiva dispone de algún anexo para realizarla o debemos presentar una certificación suscrita por el representante legal de la agencia presentando los premios ganados por la Compañía.

RESPUESTA: remitirse a la ADENDA No. 1

CENTURY MEDIA

OBSERVACIÓN 1: El numeral 10 de los términos de referencia establece que el contratista podrá cobrar un porcentaje de administración cuando se adelante la producción o negociación de pauta o productos a terceros, para lo cual la Entidad definió la siguiente tabla de porcentajes:



POSITIVA

COMPañÍA DE SEGUROS

Servicio	Porcentaje de Administración
Pagos a terceros correspondientes a producción gráfica, impresos, audiovisuales, material promocional (merchandising), material de relacionamiento, pago de locaciones para eventos, catering, personal de protocolo y staff, técnica para eventos y logística integral de eventos ordenados por Positiva.	7%
Cuando Positiva realiza directamente la negociación de la pauta en Medios de Comunicación ATL y medios digitales (Televisión, Radio, Vallas, Eucoles, Aeropuertos, Portales Web y otros medios alternativos donde Positiva decida pautar) entendiendo que es un pago a tercero.	2%
Administración y ejecución del presupuesto de pauta en las plataformas de Google, plataformas digitales y redes sociales.	10%
El oferente no podrá cobrar porcentajes de administración cuando la actividad o desarrollo, obedezca al objeto social del mismo, e incluya proveedores propuestos por la agencia.	0%
Para los pagos de servicios de operación logística que sea tercerizados (bodegaje, administración de inventario, envío, recepción y alistamiento de material).	2%
NOTA: Cuando se requiera transporte de personal de la agencia y viáticos, éstos no podrán exceder las condiciones y la tabla establecida para los funcionarios de Positiva.	

De lo anteriormente descrito observamos que hay algunas de las descripciones del servicio que requieren ser profundizadas, dado que pueden llevar a inconvenientes en la etapa contractual, que a su vez pueden resultar en acciones lesivas para el contratista seleccionado, tal y como se manifiesta a continuación:

1. Una muestra de lo anterior es la descripción del servicio que trata sobre la negociación directa entre Positiva y los Medios de Comunicación, la cual reza que el contratista cobrara un porcentaje de administración del 2% cuando sea la Entidad la que negocie la pauta en medios ATL y Digitales directamente, toda vez que dicha acción relega de manifiesto al contratista a ser un mero tramitador de pagos ante los Medios de Comunicación, situación que es contraria a lo definido en el numeral 16.1 de los términos de referencia, donde claramente se indica el rol activo del contratista al momento de intervenir ante los Medios para así construir de manera armónica una óptima estrategia de comunicación.

Adicional a lo expresado inmediatamente, debemos resaltar que la intervención directa entre la Entidad y el Medio de Comunicación impide que se pueda optimizar la inversión destinada para una estrategia de comunicación, ya que el medio al sentir que tiene el “negocio” seguro, no ofrecerá el número de bonificados gratuitos que pudiese ofrecerle normalmente a la Agencia de Medios.

Expuesto lo anterior, se requiere que se defina el óptimo protocolo de seguimiento que garantice que de presentarse dicha situación, la Agencia de Medios no se encuentre relegada o ignorada por parte de la Entidad o los mismos Medios, a fin que ésta no se vea menoscabada en el cumplimiento de sus obligaciones o sus intereses en el proyecto.

RESPUESTA: Los protocolos se definirán una vez se contrate el proveedor

2. Otra descripción que deja serias dudas de su operatividad, y que requiere una profunda aclaración, es la que hace referencia a que el operador no podrá cobrar comisión cuando realice algún tipo de actividad y producto, y éste incluya proveedores propuestos por la agencia, dado que la columna vertebral del contrato consiste en que el contratista seleccionado presente mínimo 3 cotizaciones para la realización del producto o servicio que requiera Positiva, por lo cual si se aplicase la condición descrita anteriormente, el contratista nunca cobraría una comisión de administración, dado que todos los proveedores por regla general son suministrados por éste.



Atendiendo a lo evidenciado, solicitamos a la Entidad que defina que el Contratista si podrá cobrar una comisión, cuando funja como un intermediario entre el productor o realizador de una actividad en particular, la cual sugerimos sea igual al 2% definido para la intermediación entre la Entidad y los Medios de Comunicación.

RESPUESTA: Consideramos que no debe existir un porcentaje administrativo en este ítem, dado que las agencias logran optimizaciones con sus proveedores.

OBSERVACIÓN 2: Solicitamos a la Entidad que nos aclare a que hace referencia la siguiente potestad definida en el numeral 16.3 de los términos de referencia: *“Si POSITIVA encuentra un proveedor que ofrezca las mismas condiciones en el mercado que represente un ahorro, calidad y tiempos de respuesta podrá contratar con dicho proveedor.”*(Ver página 50), toda vez que de la misma potestad puede tener dos interpretaciones:

1. Que Positiva podrá contratar a un tercero diferente al Contratista seleccionado para que realice la producción de un bien o servicio definido, y que a su vez pagará directamente sin involucrar para nada a la Agencia adjudicataria.
2. Que Positiva hace referencia a un proveedor, el cual por petición expresa le será sugerido al Contratista, para que éste a su vez lo subcontrate en atención de sus características técnicas específicas, y así preste un servicio en particular.

Teniendo en cuenta lo anterior, pedimos muy gentilmente a la Entidad que nos precise cual de las dos interpretaciones es correcta, y aplicará sobre el aparte mencionado

RESPUESTA: Apreciación número 2

OBSERVACIÓN 3: De manera subsidiaria a lo mencionado en la observación anterior, solicitamos a la Entidad que defina que en el caso hipotético que ésta llegase a proponer la contratación de un subcontratista, dado sus cualidades técnicas y de calidad, será el Contratista seleccionado el que lidere exclusivamente el proceso de negociación y forma de pago por los servicios a prestar por dicho subcontratista.

RESPUESTA: Será definido una vez seleccionado el proveedor a través de la adjudicación del contrato

OBSERVACIÓN 4: Solicitamos aclarar que en cualquier caso que sea la Entidad la que defina el proveedor final del producto o servicio, y no participe en la selección el Contratista adjudicatario, se proceda a eliminar sobre éste cualquier tipo de responsabilidad, toda vez que el Contratista no sólo no participa en la negociación y selección de dicho proveedor, sino que tampoco tiene los medios para garantizar que el éste cumpla con las condiciones negociadas directamente con Positiva.

RESPUESTA: La responsabilidad de las partes será definida una vez seleccionado el proveedor a través de la adjudicación del contrato

OBSERVACIÓN 5: Solicitamos que se nos aclare si se deben presentar las facturas de los proveedores que presten los servicios de subcontratación autorizados por la Entidad, junto con los informes de ejecución y factura emitida por el Contratista adjudicatario.

RESPUESTA: La apreciación es correcta.

BRM S.A.

OBSERVACIÓN 1: En cuanto a certificaciones, tenemos algunos clientes que por políticas internas no dan certificaciones o no certifican con la información requerida por la entidad. ¿Podríamos incluir contratos, OCs y facturas en vez de la certificación?

RESPUESTA: Por necesidades de la compañía se requieren las certificaciones con la información solicitada en los términos.

OBSERVACIÓN 2: ¿Ambas empresas en unión temporal deben presentar certificaciones?

RESPUESTA: No necesariamente, siempre y cuando alguna o algunas de las partes aporten las certificaciones solicitadas en los términos de referencia.

OBSERVACIÓN 3: ¿Los reconocimientos pueden ser aportados por una sola agencia si se presenta en unión temporal?

RESPUESTA: Remitirse a la ADENDA No. 1

OBSERVACIÓN 4: ¿Los integrantes de los consorcios o uniones temporales presentarán los Estados Financieros en forma independiente y la evaluación de los indicadores financieros se hará de acuerdo al porcentaje de participación y se sumarán los componentes en pesos?

RESPUESTA: Los integrantes de los consorcios o uniones temporales presentarán los Estados Financieros en forma independiente y la evaluación de los indicadores financieros se realizará a través de la suma de los componentes del indicador de cada integrante (a modo de ejemplo: si un indicador requiere del patrimonio para su cálculo, este será el resultado de la suma de los patrimonios de los integrantes de la unión temporal), metodología contemplada por “Colombia Compra Eficiente”.

OBSERVACIÓN 5: En el numeral 15.5.1. NOTAS - INFORMACIÓN ADICIONAL: Dice: Se aclara que, para efectos del cálculo de los indicadores, se tomará en cuenta la información financiera con corte a 31 de diciembre de 2017. Por favor corregir el año a 2.018

RESPUESTA: Remitirse a Adenda No. 1

OBSERVACIÓN 6: ¿Las certificaciones de experiencia pueden ser del mismo cliente, con diferente fecha de ejecución y diferente concepto, digital o btl?

RESPUESTA: Si, siempre y cuando se cumpla con las especificaciones solicitadas en los términos de referencia.

OBSERVACIÓN 7: ¿Si tenemos una certificación que está certificando los valores ejecutados en diferentes años, y su inicio fue en el 2.016, pero certifica la inversión del año 2.017 y 2.018 por separado nos aceptan esta certificación?

RESPUESTA: Si, pero sólo se tendrá en cuenta la ejecución llevada a cabo entre el 1 de enero de 2017 al 31 de diciembre de 2019 (tres años).

FEELING COMPANY

OBSERVACIÓN 1: ¿Cuál es la propuesta económica que se debe presentar según el brief:

a. Fee: (es claro que el pago sería \$80.000.000 mensuales incluido IVA) debemos presentar contrapropuesta?

RESPUESTA: El valor del FEE es un valor definido en los términos de referencia

b. Sugerencia de la ejecución presupuestal en porcentaje por actividad a realizar para los dos años. Esto es según los \$2.500.000.000 del caso o los \$6.859.650.515

RESPUESTA: el caso se manejará con los \$2.500 millones de pesos

OBSERVACIÓN 2: El equipo de trabajo debería estar radicado en su totalidad en Bogotá?

RESPUESTA: Si se requiere

OBSERVACIÓN 3: Dentro de los \$6.859.650.515 que tienen de presupuesto inicial está incluido el valor del Fee o este es un rubro aparte, ya que en la distribución interna detallada del 2020 y 2021 no está justificado el valor del fee.

RESPUESTA: Si está incluido dentro del presupuesto \$6.859.650.515

GEOMETRY GLOBAL COLOMBIA S.A.S.

OBSERVACIÓN 1: Solicitamos amablemente a la Entidad nos indique como deben presentarse las certificaciones de experiencia en caso de que la propuesta se presente como consorcio o unión temporal.

RESPUESTA: Alguna de las partes que conformen el consorcio o unión temporal puede presentar las certificaciones de experiencia.

OBSERVACIÓN 2: Solicitamos amablemente a la Entidad nos indique en que numeral de los términos de referencia se indica se debe adjuntar la política de contratación de proveedores del proponente, para saber cómo debe certificarse este punto.

RESPUESTA: Es autónomo del proponente según sus políticas internas y de acuerdo con lo establecido en el numeral 15.3 de los términos de referencia.

OBSERVACIÓN 3: En el 5.4.2. VERIFICACIÓN DE LA CAPACIDAD FINANCIERA literal b., la fotocopia ampliada al 150% de la tarjeta profesional y del certificado de Vigencia de la Inscripción y antecedentes disciplinarios emitido por la Junta Central de contadores, (...) del Revisor Fiscal debe ser del revisor fiscal quien firmo los estados financieros presentados o del revisor fiscal asignado actualmente.

RESPUESTA: De acuerdo con su solicitud cualquier opción es válida, puede allegarse información del Revisor Fiscal que firmo los estados financieros presentados o del Revisor Fiscal asignado actualmente.

OBSERVACIÓN 4: La entidad cuenta con algún estudio de salud de marca o algún estudio de imagen actualizado que puedan compartirnos, para aclarar si Positiva siendo una empresa mixta lo ha comunicado a sus clientes y si cuenta con una imagen desfavorable por estar vinculada en el pasado al seguro social, o ser una empresa del estado?

RESPUESTA: No se cuenta con estudios de salud de marca o imagen

HAROLD ZEA – GRUPO ZEA

OBSERVACIÓN 1: Indicarnos los valores ejecutados en años anteriores por los conceptos de: ATL, BTL, Digital, RPPP, Producción, Medios, investigaciones de mercado etc...

RESPUESTA: Esta información es confidencial,; El promedio en ATL se puede consultar con las central de medios de cada proponente

OBSERVACIÓN 2: Teniendo en cuenta que se firmara un contrato de prestación de servicios con el proponente ganador y que ya fue aclarado en las respuestas a los pre-términos que tipo de impuestos practica Positiva, es indispensable conocer si los descuentos tributarios se aplicaran solo sobre lo que corresponde a ingresos del proponente ganador como los honorarios y servicios administrativos o si se aplicara la imputación tributaria sobre la totalidad del contrato sin especificar si es ingreso propio o de terceros, igualmente aclarar si sobre todo lo que se ejecute con terceros se debe anexar la factura del proveedor.

RESPUESTA: La compañía se mantiene en la respuesta otorgada a la observación presentada en los pre-términos. Para los proyectos ejecutados con terceros se deben adjuntar las facturas de dichos proveedores.

OBSERVACIÓN 3: De acuerdo a lo manifestado en la audiencia de aclaración el día de hoy con respecto a los valores agregado mencionados en el numeral 14.2.2.y con el ánimo de que todos costeemos en igualdad de condiciones solicitamos amablemente precisar y detallar el ítem (apoyo en técnica de sonido e iluminación para 8 eventos internos en casa matriz con asistencia hasta de 300 personas) especificar la duración de cada evento, si el sonido requerido es indoor o outdoor, si requieren micrófonos, cuantos y de que tipos, si debe incluirse en el ofrecimiento el costo del operario de sonido y transporte de los equipos, si la consola de sonido es digital y de cuantos canales, si el sonido profesional incluye relevos subwofer, line array, otros, Así mismo con la iluminación.

RESPUESTA: Los eventos son en promedio de 2 horas, sonido indoor, 2 micrófonos inalámbricos y 2 de solapa o countryman, consola digital de 8 canales, 2 Parlantes de 500 watts, 6 parleds y 2 spots con bases.

OBSERVACIÓN 4: Con respecto al banco de fotos, imágenes, video y audio, lo que busca la entidad es un banco que cubra estas tres necesidades? ¿Cuál es el techo presupuestal/alcance para el banco de imágenes?

RESPUESTA: Un banco de imágenes donde se puedan descargar 150 imágenes al mes, Un banco de video para descargar 30 clips en HD y para el banco de música y sonidos existen planes ilimitados o por créditos para 60 audios.

OBSERVACIÓN 5: Con respecto a la grabación de los testimoniales, se deben grabar todos en un mismo sitio?, son en Bogotá en caso contrario en que ciudades?, la entidad sitúa a las personas?, el precio que pagara positiva incluye transporte y alimentación? Se graban el mismo día? Si son de más de un día, cuantos días debemos contemplar?, la grabación es en video?, estos testimoniales se hacen durante los mismos eventos o en momentos diferentes?, si es así mencionar la cantidad.

RESPUESTA: Los testimoniales son en Bogotá, grabados en video, pueden filmarse durante eventos o en momentos diferentes, en días diferentes. La entidad selecciona las locaciones o espacios de filmación, se debe contemplar transporte y alimentación.

OBSERVACIÓN 6: La entidad solicita, contar con un fotógrafo para cubrimiento de activaciones y eventos de fechas especiales máximo en 8 eventos al año, dirigidos a los colaboradores en Bogotá. Les solicitamos



POSITIVA
COMPAÑÍA DE SEGUROS

indicarnos: es solo fotografías o también videos?. Los eventos aquí mencionados son de un día de duración o de varios? por favor aclarar y mencionar cuantos eventos duran más de 1 día y de cuantos días serían?.

RESPUESTA: Son solo fotografías, los eventos son de un día.

OBSERVACIÓN 7: Todo lo que se menciona en los términos como Bodega, medios, producción, postproducción, permisos para eventos, la ejecución de los eventos , plataforma email marketing etc...serán pagados por Positiva?

RESPUESTA: Están incluidos dentro del presupuesto del contrato

OBSERVACIÓN 8: En el ANEXO 8 BRIEF – CASO: PROPUESTA ESTRATÉGICA CREATIVA se manifiesta que: Nota: El presupuesto estimado para el caso es de \$2.500.000.000 (Dos Mil Quinientos Millones de Pesos M/cte) incluido IVA.Por favor aclarar cuáles son los rubros que se deben incluir en la distribución presupuestal del caso.

RESPUESTA: Es autonomía del proponente la distribución presupuestal según la estrategia planteada.

OBSERVACIÓN 9: En el numeral 14.1. EVALUACIÓN TÉCNICA Y ECONÓMICA se manifiesta que: Para determinar los puntajes de evaluación de los proponentes se tendrán en cuenta los siguientes criterios:

RECONOCIMIENTOS INTERNACIONALES: 130 puntos

Por favor aclarar cuáles son los criterios para dar la puntuación mencionada en el numeral, así tener claridad en el tipo de premios que el proponente debe aportar.

RESPUESTA: Remitirse a la **ADENDA No. 1**

OBSERVACIÓN 10:

a. Endomarketing:

1. Cuantos empleados tiene Positiva? Dónde están ubicados?

RESPUESTA: 480 en Bogotá y 270 ubicados a nivel nacional

2. Características demográficas de los funcionarios de Positiva (sexo, edad, nivel educativo, ubicación geográfica)

RESPUESTA: Mayores de edad (44 años es la media), 70% mujeres – 30% hombres, nivel educativo 80% de la población tiene postgrado,

3. Cuando expresan necesitar una estrategia de endomarketing que busca principalmente la organización? Lanzar la campaña, interiorizar el concepto de la campaña, interiorizar valores de la Entidad, otro cuál?

RESPUESTA: Todos los objetivos mencionados son válidos.

4. Cuáles son los beneficios que la entidad espera como organización alcanzar con el desarrollo de una estrategia de Endomarketing?



RESPUESTA: comunicar los programas, beneficios y valores agregados de talento humano a todos los funcionarios de la compañía, alineados con la marca POSITIVA CIA. DE SEGUROS

5. Por favor especificar claramente los Medios – los Espacios y los Momentos que actualmente tiene la organización para comunicarse con sus empleados.

RESPUESTA: Intranet, email, eventos internos, carteleras virtuales, comité primario y medios digitales

- 6.Cuál es el Estilo y Tono de la Comunicación que se utiliza para llegar a los funcionarios.

RESPUESTA: Según objetivo en línea con el lenguaje de comunicación de la organización.

7. La estrategia de comunicación se concentra en alguna región en especial.

RESPUESTA: Según objetivo

8. Existe una política de comunicación interna en la entidad? En qué consiste?

RESPUESTA: Se dará a conocer en la reunión inicial de entendimiento, al proveedor seleccionado

OBSERVACIÓN 11: Con respecto a la distribución del presupuesto para el caso en Brief de \$2.500Millones nos pueden indicar si en este se debe contemplar la remuneración del proponente?

RESPUESTA: Para el caso no es necesario contemplar la remuneración del proponente.

OBSERVACIÓN 12: En el numeral 8 propuesta estratégica –creativa – medios, se indica que “Sera causal de rechazo el no asistir a la presentación del caso; de llegar tarde al horario citado la demora se le restará del tiempo inicial establecido de 60 minutos.

El contenido mínimo a incluir será:

- Presentación y credenciales del proponente.
- Presentación y desarrollo del caso.
- Concepto creativo.
- Objetivo y estrategia de comunicación.
- Bajada de piezas.
- Cómo la campaña contribuye a los objetivos, requisitos y requerimientos de POSITIVA.”

Al respecto y teniendo en cuenta que el tiempo puede ser corto para la presentación, solicitamos confirmar si en los 60 minutos si se incluye la Presentación y credenciales del proponente, lo anterior por cuanto le restaría tiempo importante a la presentación que entrega puntaje.

RESPUESTA: En los 60 minutos se incluye la presentación y credenciales del proponente.

OBSERVACIÓN 13: La entidad solicita en los valores adicionales 4 servicios de internet móvil ilimitado durante la vigencia del contrato, sin embargo las cotizaciones que hemos hecho con varios operadores ofrecen límite de 50GB, por lo anterior solicitamos modificar este valor agregado.

RESPUESTA: Es importante contar siempre con el servicio activo.

OBSERVACIÓN 14: Es posible que nos indique como son las locaciones, las pueden mencionar con las características principales respecto de escenario principal por lo menos y así saber si se costean luces con soporte o en el sitio ya tienen. Esperamos nos indiquen un tipo de sonido (basico ejemplo?) para costear en igualdad de condiciones.

RESPUESTA: Los eventos son en promedio de 2 horas, sonido indoor, 2 micrófonos inalámbricos y 2 de solapa o countryman, consola digital de 8 canales, 2 Parlantes de 500 watts, 6 parleds y 2 spots con bases, con el técnico o personal de apoyo.

OBSERVACIÓN 15: Definir qué tipo de evento se tienen planeado realizar, ya que es muy diferente la propuesta que se haga de iluminación y sonido si es una conferencia, una exposición con música ambiente, una plenaria o la presentación de un grupo musical.

RESPUESTA: Serán tipo conferencia, ambientación con música y/o grupos musicales para eventos internos.

OBSERVACIÓN 16: Confirmar el tipo de montaje de los invitados o asistentes al evento, ya que si los 350 invitados van en auditorio o aula, el costo y tipo de sonido es diferente.

RESPUESTA: Los eventos son tipo aula o auditorio

OBSERVACIÓN 17: La Iluminación requerida es solo para el escenario principal o vamos a iluminar también al público?

RESPUESTA: Según necesidad, por lo general son para el escenario principal

OMAR LUQUE LADINO

OBSERVACIÓN 1: ¿Existe una llave de marca? Valores, esencia de marca. ¿Territorio de marca? ¿Personalidad?

RESPUESTA: Si existe y se darán a conocer al proveedor seleccionado

OBSERVACIÓN 2: ¿Existe aparte de las ventas y Participación de Mercado otros kpis?

RESPUESTA: Si existen, se darán a conocer al proveedor seleccionado, sin embargo pueden tener en cuenta el indicador del TOM que está en el caso

OBSERVACIÓN 3: ¿Cuál es Su principal competidor o fuente de negocio?

RESPUESTA: La información puede ser consultada en las fuentes oficiales del sector asegurador. Ejm: FASECOLDA

OBSERVACIÓN 4: ¿Tienen un plan de fidelidad con los Intermediadores?

RESPUESTA: Si existe

OBSERVACIÓN 5: ¿Cuánto hace que tienen la actual imagen corporativa? ¿Podemos proponer una revitalización de marca?

RESPUESTA: No se tiene pensado en el momento una revitalización de marca

OBSERVACIÓN 6: ¿De qué son propietarios de la marca?

RESPUESTA: Del Imagotipo

OBSERVACIÓN 7: Si tienen audio símbolos o colores propietarios

RESPUESTA: No hay audio símbolos ni colores propietarios

OBSERVACIÓN 8: ¿Frente a los objetivos nos pueden dar los KPI?

RESPUESTA: Se darán a conocer durante la ejecución del contrato al proponente seleccionado

OBSERVACIÓN 9: ¿Cuándo se habla de definir una estrategia de desarrollo sostenible para clientes, tienen ampliación de esta información? más detalle porque es etéreo

RESPUESTA: Remitirse a lo establecido en los términos de referencia “Objetivos Estratégicos” que se encuentra de la página 7 en adelante.

OBSERVACIÓN 10: ¿Cuáles son los segmentos estratégicos definidos cuando hablamos de las perspectivas del cliente en estrategias?

RESPUESTA: Remitirse a la página 8 en focalización con énfasis en Vida

OBSERVACIÓN 11: ¿Cuándo se habla de clientes nuevos, focalización con énfasis de vida Nuevos clientes para que productos en específico?

RESPUESTA: Seguros de Vida

OBSERVACIÓN 12: ¿Vida va a ser nuestro producto Blue ship? ¿Bandera? ¿Punta de lanza?

RESPUESTA: Sin embargo, no se podrá restar importancia a nuestro producto ARL

OBSERVACIÓN 13: Definir lo de gestión ambiental y el concepto de innovación que tienen

RESPUESTA: de ser necesaria la socialización se realizará al proveedor seleccionado

OBSERVACIÓN 14: ¿Será que nos tenemos que inventar el “PAC” de POSITIVA?... Ellos son líderes en el segmento de riesgos laborales y quieren hacer su negocio más rentable...

RESPUESTA: No es necesario

OBSERVACIÓN 15: Es necesario definir los grupos objetivo primarios porque está muy genérico el término “personas naturales”

RESPUESTA: Es autonomía del proponente la definición del grupo objetivo primario según su propia investigación de la categoría

OBSERVACIÓN 16: Con respecto al numeral 11 COMPROMISO ANTICORRUPCION, solicitamos por favor si la entidad suministra un anexo o bien si se trata de una carta informativa.

RESPUESTA: es una carta informativa que contemple lo establecido en el numeral 11, suscrita por el Representante Legal

OBSERVACIÓN 17: Con respecto al numeral 16,3 Obligaciones específicas en el capítulo:

1. Investigación de mercado
 1. Diseño y estructuración de estudios de investigación de mercados
 2. Hacer seguimiento a la ejecución de las investigaciones de mercados
 3. Presentar los resultados de las investigaciones de mercados.

Pregunta: Las anteriores obligaciones son como valor agregado o se deberá cobrar por este servicio? Lo anterior motivado a que en el equipo de trabajo no hay un personal predestinado para investigaciones.

RESPUESTA: No son valores agregados, se contemplará dentro del presupuesto del contrato.

OBSERVACIÓN 18: Con respecto al numeral 16,3 MEDIOS DE COMUNICACIÓN

- En el texto: “Asesorar en el desarrollo de estrategias en la planeación de medios masivos, en conjunto con la central de medios, siempre y cuando esta disciplina se active...”

Pregunta: se entiende que en el objeto del contrato, está estipulado los servicios de ATL, btl, etc, pero en esta obligación (medios de comunicación) nos determina que el contratista hará una labor de asesoramiento a la central de medios de Positiva, elevamos la pregunta afin de saber si el contrato contempla una labor 360° donde el ganador sea el que ejecute la pauta en medios de la campaña creativa que resulte? Solicitamos aclarar y darle el mayor alcance a este numeral

RESPUESTA: Es de aclarar que Positiva no cuenta, ni tiene negociaciones con centrales de medios, y se debe realizar una labor de 360 por parte del oferente seleccionado para la ejecución de la estrategia y campaña en medios.

OBSERVACIÓN 19: En la obligación Acompañamiento en la ejecución de estrategias de relaciones públicas y de comunicación corporativa. El equipo debe encargarse de la convocatoria de los medios de comunicación para:

1. Ruedas de prensa
2. Tour de medios
3. Reuniones con clientes estratégicos
4. Etc.

Pregunta: Se entiende en este texto de las obligaciones que es una labor netamente de una agencia de PR, esta labor se puede cobrar como un servicio? Lo anterior a que no se tiene contemplado en el equipo de trabajo personal idóneo para la ejecución.

RESPUESTA: El ejecutivo de comunicaciones propuesto en el equipo de trabajo debe cumplir con la gestión de estas actividades

OBSERVACIÓN 20: Solicitamos de la forma respetuosa ampliar el cierre de la licitación el máximo plazo que la entidad pueda brindar.

RESPUESTA: Remitirse a Adenda ADENDA No. 1

MARKETING COMUNICACIONES

OBSERVACIÓN 1: En pro de una selección transparente, objetiva y en cumplimiento de los principios constitucionales de OBLIGATORIO cumplimiento por parte de POSITIVA en la estructuración de los lineamientos y condiciones que componen los términos y condiciones del proceso en asunto, nos dirigimos a ustedes con el fin de solicitar se elimine de los criterios de ponderación establecidos en el numeral 14.1 el componente de reconocimientos internacionales.

No puede la entidad suponer que algún tipo de reconocimiento internacional sirve como un elemento que represente cumplimiento, trayectoria o calidad de los servicios a suministrar por el futuro contratista o que de alguna manera esto genere un aporte a la ejecución del proyecto. Contrario a esto, este criterio que solo favorece unos pocos, violenta los principios de oportunidad y planeación, ya que si bien no impide la presentación de ofertas, representa notablemente una condición que le impedirá a muchas compañías que cuentan con la experiencia y capacidad, la oportunidad de ser adjudicatarios. Pues claramente, los pocos proponentes que cuentan con estos reconocimientos, tendrán una ventaja absoluta y contundente frente a las demás ofertas.

Expuesto lo anterior, solicitamos a la entidad que como garante de los principios de selección objetiva, imparcialidad y transparencia que le asiste en su manual de contratación y la Ley; eliminar este criterio ponderable y en su lugar solicitar condiciones o elementos que permitan mejorar la calidad de los bienes y servicios por parte del futuro contratista.

De mantener Positiva este criterio en los términos del proceso, será posible suponer que probablemente existe algún tipo de interés particular en actuar en pro de algún(os) proponente(s), puesto que preferir elementos como estos, que no generan ningún tipo de aporte de calidad o especie a la entidad, es una actuación que incluso atenta contra la directiva presidencial de austeridad y optimización de recursos, pues no es acorde a estos lineamientos que existiendo elementos que puedan ser requeridos sin costo al futuro contratista, la entidad desee asumir el costo de estos tan solo por tener prueba de los reconocimientos internacionales que este pueda tener.

RESPUESTA: Remitirse a la ADENDA No. 1

UNE

OBSERVACIÓN 1:

Los indicadores financiero requeridos son los siguientes:

INDICADOR	FORMULA PARA CALCULO	PARAMETRO REQUERIDO
INDICE DE LIQUIDEZ	Activo Corriente	≥ 1.10
	Pasivo Corriente	
NIVEL DE ENDEUDAMIENTO	Pasivo Total	≤ 82.20%
	Activo Total	
RENTABILIDAD DEL PATRIMONIO	Utilidad Operacional	≥ 3.40%
	Patrimonio	
RENTABILIDAD DEL ACTIVO	Utilidad Operacional	≥ 7.93%
	Activo Total	

Solicitamos muy respetuosamente a la entidad reevaluar los indicadores definidos dadas las siguientes observaciones:

- 1- El endeudamiento es extremadamente alto, en estudios de mercado realizado por diferentes entidades, siempre se concluye que un nivel de endeudamiento máximo está alrededor del 70%, siendo incluso el requerimiento más común un 60%
- 2- La rentabilidad del activo es muy elevada, esto va en contra de empresas sólidas con activos altos, lo cual no es para nada negativo.
- 3- Aunque no son proyecto iguales, este proyecto al igual que definido en la INVITACIÓN PÚBLICA No. 01, desarrollado por ustedes este mismo año, puede ser desarrollado por empresas con el mismo objeto social y experiencia relacionada, por lo que no se entiende porqué para este proceso se requieren indicadores tan disimiles, siendo los del proceso en referencia:

INDICADOR	FORMULA PARA CALCULO	PARAMETRO REQUERIDO
INDICE DE LIQUIDEZ	Activo Corriente	≥ 1.08
	Pasivo Corriente	
NIVEL DE ENDEUDAMIENTO	Pasivo Total	≤ 65.94%
	Activo Total	
RENTABILIDAD DEL PATRIMONIO	Utilidad Operacional	≥ 3.30%
	Patrimonio	
RENTABILIDAD DEL ACTIVO	Utilidad Operacional	≥ 1.96%
	Activo Total	

RESPUESTA: Remitirse a la Adenda No. 1