

**ACTA DE JUNTA DE ACLARACIONES**

|  |   |
|--|---|
| <p><b>LICITACIÓN PÚBLICA<br/>LFT-LP-002-2014</b></p> | <p>OBJETO DE LA LICITACIÓN:<br/><b>LICITACIÓN PÚBLICA NÚMERO SFT-LP-02-2014, RELATIVA A LA ADQUISICIÓN DEL SERVICIO DE AGENCIA DE PUBLICIDAD Y MEDIOS PARA LA PROMOCION TURISTICA DEL ESTADO EN EL MERCADO REGIONAL, QUE CONVOCA LA SECRETARÍA DE FOMENTO TURÍSTICO DEL GOBIERNO DEL ESTADO DE YUCATÁN.</b></p> |
|--|---|

En la Ciudad de Mérida Yucatán, siendo las 16:00 horas, del día 11 de febrero de 2014, en la sala de Juntas de la Secretaría de Fomento Turístico, ubicado en la calle 5 letra "B" No. 293 x 60 de la Colonia Revolución "Centro de Convenciones Yucatán, Siglo XXI" Código Postal 97118, en Mérida, Yucatán, se reunieron los servidores públicos y demás personas cuyos nombres y firmas aparecen al final de la presente acta, con objeto de llevar a cabo la junta de aclaraciones a la Convocatoria de la licitación indicada al rubro, de acuerdo a lo previsto en los artículos 18, 19 Y 20 de la Ley de Adquisiciones Arrendamientos y Prestación de Servicios relacionados con Bienes Muebles del Estado de Yucatán, así como del numeral 4 de la Convocatoria de la licitación.

Este acto fue presidido por la C.P. Silvia Leticia González Osorio, Directora de Administración y Finanzas, Servidor Público designado por esta convocante, también se encuentran presentes el Lic. Santiago González Abreu, Director de Promoción Turística, como representante del área usuaria y por parte de la proveeduría se encuentra presente:

| NOMBRE, RAZÓN Ó DENOMINACIÓN SOCIAL | REPRESENTANTE                    |
|-------------------------------------|----------------------------------|
| MEDIA PROMOTIONS GROUP              | C. ROBERTO CARLOS PEREZ CARDENAS |
| OPERADORA COMPRO S.A DE C.V.        | C. JAVIER MONTES DE OCA ZENTELLA |
| ESCÁNDALO NETWORKS S.A. de C.V.     | C. ROCIO HARISPURU               |
| WARPMAGAZINE S.A. de C.V.           | C. BRIANDA CASTRO                |
| VALES CONSORCIO CREATIVO S.C.       | C. MARIA DEL SOCORRO BRICEÑO     |

**A continuación esta convocante realiza las siguientes aclaraciones a la convocatoria:**

**12.- CRITERIOS PARA LA ADJUDICACIÓN DEL CONTRATO.**

De acuerdo con lo establecido en la fracción I del Artículo 36 Bis de la LAASSP, los criterios que aplicarán el área solicitante y/o técnica como método para evaluar las proposiciones, será el mecanismo de puntos o porcentajes; por lo que para ser sujeto de evaluación bajo el criterio de puntos o porcentajes, se considerarán únicamente a él(los) licitante(s) que previamente haya(n) cumplido cuantitativa y cualitativamente con todos y cada uno de los requisitos establecidos en esta Convocatoria, de acuerdo a lo siguiente:

La convocante con base en el análisis comparativo de las ofertas calificadas, emitirá un dictamen que servirá como fundamento para el fallo, mediante el cual se adjudicará el contrato al licitante cuya propuesta resulte solvente, que satisfaga los requisitos y las condiciones exigidos en estas bases, e igualmente garantice satisfactoriamente, a su juicio, el cumplimiento de las obligaciones que se contraigan y que ofrezcan las mejoras condiciones para el Estado.

La presente licitación será evaluada en base al mecanismo de puntos y porcentajes, que se establece en el artículo 36, numeral III de la Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Sector Público.



## TECNICA 70 PUNTOS

**I. Experiencia y Especialidad.** Este rubro tendrá un valor hasta de 23 puntos, de acuerdo a lo siguiente:

- Copia simple de contratos que demuestren haber celebrado en los años de 2012 y 2013 en el mercado Nacional, uno o más contratos de publicidad, el licitante que sume mayor importe se le dará 10 puntos, a los demás de mayor a menor se les aplicara una regla simple de tres.
- Copia simple de contratos donde el Licitante demuestre que en el período de Enero 2012 a Diciembre 2013 tuvo experiencia en la contratación de medios para destinos turísticos, el licitante que sume mayor importe se le dará 13 puntos, a los demás de mayor a menor se les aplicara una regla simple de tres.

Para estos puntos anteriormente mencionados, las agencias deben de mostrar sus habilidades en el desarrollo de planeación estratégica y elaboración de planes de medios. Por lo tanto deben de presentar al menos un contrato por punto que incluya lo siguiente para obtener la ponderación establecida: **Estrategia**

- El brief y objetivo de la campaña.
- El target a quien fue direccionada la campaña.
- Análisis de uso en medios de la competencia.
- Análisis del consumo de medios del target.

### **Planeación**

- Presentación que muestre la adecuación de la estrategia en un plan de medios.
- Presentación que muestre mezcla de medios y análisis de alcance y frecuencia.
- Explicación del plan indicando la consecución de acciones para el logro de objetivos.
- Documento que muestre el seguimiento y supervisión en la ejecución del plan de medios.

### **Compra**

- Mostrar negociaciones con el descuento obtenido así como posiciones preferenciales obtenidas.
- Mostrar los valores agregados obtenidos.

### **Post Compra y análisis de resultados obtenidos**

- Presentar los resultados obtenidos por la campaña realizada. (Ejemplos: incremento de Share of Market, incremento de venta de producto, recordación del producto, etc.).

En la junta de aclaraciones se informara la hora, fecha y hora de la presentación de estos casos, el formato debe ser en power point. Dichos casos deberán de ser acompañado por una carta del(los) cliente(s) avalando el éxito de cada caso.

**II. Capacidad del Licitante.** Este rubro tendrá una ponderación de 24 puntos, de acuerdo a lo siguiente:

#### **1. Recursos Humanos**

Se proporcionarán 18 puntos al licitante que acredite mayor experiencia y especialidad sobre 5 trabajadores de la empresa que en caso de resultar ganadora, se verán directamente involucrados en el manejo de la campaña que pretende adquirir esta convocante.

Se sumarán los años de experiencia de los trabajadores propuestos lo cual asignará 10 puntos. Los 8 puntos restantes se asignarán al que acredite en suma en años de todos sus trabajadores, mayor especialización en promoción turística.

A los demás, de mayor a menor, se les aplicará una regla simple de 3.

**2. Recursos Técnicos y Equipamiento** La agencia debe mostrar que herramientas técnicas proponen para la planeación estratégica de compra de medios y estudios de hábitos de medios multimediales y el monitoreo de las ejecuciones en medios contratados. Esto se demostrará en el contrato vigente de servicios que la agencia tenga con las empresas del rubro anteriormente mencionadas. Las Herramientas propias se deben demostrar con Patente, Registro, o en su caso con una carta del Representa Legal. Se otorgarán 6 puntos.

Si el licitante no cumple con la presentación de esta información el valor será de **0 puntos**.

**III. Integración de la Propuesta Técnica de Campaña.** Este rubro tendrá un valor de **12 puntos**, de acuerdo a lo siguiente:

**A) Propuesta Técnica.** Los licitantes deben considerar en su propuesta técnica los aspectos siguientes:

a) Acreditar y desarrollar los Requisitos Técnicos a que se refiere el presente Anexo Técnico, así como la presentación de los documentos que en cada caso se requiere.

b) Acreditar la Experiencia y Especialidad a que se refiere el presente Anexo Técnico, así como la presentación de los documentos que en cada caso se requiere.

c) Acreditar la Capacidad del Licitante a que se refiere el presente Anexo Técnico, así como la presentación de los documentos que en cada caso se requiere.

d) Presentar y desarrollar su propuesta técnica que incluya los incisos a, b, c, d, e, f, g, h, i, y j de la Descripción de Servicios a que se refiere el presente Anexo Técnico.

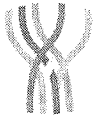
a) Propuesta Técnica completa = **1 punto**, No cumple = **0 puntos**.

**B) Negociaciones de Medios.** Este rubro tendrá un valor hasta de **6 puntos**, de acuerdo a lo siguiente: Las agencias deben manifestar sus habilidades de negociar con los medios y deben de presentar los descuentos que obtendrán para esta convocante. Los descuentos se deberán de respetar o mejorar por el licitante ganador durante la vigencia del contrato. **TV Abierta** 35 - 40 % = **2 puntos**, 25 - 34% = **1 punto**, no cumple = **0 puntos**. **TV Paga** 35 - 40 % = **2 puntos**, 34 - 25% = **1 punto**, no cumple = **0 puntos**. **Impresos** 20 - 30 % = **2 puntos**, 15 - 20% = **1 punto**, no cumple = **0 puntos**. **Exteriores** 20 - 30 % = **2 puntos**, 15 - 20% = **1 punto**, no cumple = **0 puntos**. La presentación de las negociaciones de estos tipos de medios no excluye que durante la vigencia del contrato se tendrá que negociar y obtener descuentos significativos en los otros tipos de medios. El licitante deberá presentar una carta original en papel membretado de la agencia y firmado por el Representante Legal, manifestando bajo protesta que la información entregada es fehaciente.

**C) Negociaciones de Posiciones preferentes.** Revistas Posición en las primeras 5 paginas = **5 puntos**. No cumple = **0 puntos**. El licitante deberá presentar una carta original en papel membretado de la agencia y firmado por el Representante Legal, manifestando bajo protesta que la información entregada es fehaciente y un testigo contratado en una revista con circulación nacional, ejecutada por la empresa en 2013.

**IV.- CUMPLIMIENTO DE CONTRATOS.-** El licitante que acredite cumplimiento del mayor número de contratos se le asignarán **11 puntos**, lo deberá de hacer con cartas de liberación de fianzas o de satisfacción del cliente, deberá de anexar el contrato y su correspondiente carta de liberación, a los demás licitantes que acreditaron lo solicitado de mayor a menor se les asignara ponderación con una regla de tres.

Para la **EVALUACIÓN ECONÓMICA** de las proposiciones se considerarán los siguientes aspectos:



A las propuestas económicas que satisfagan los requisitos antes señalados, se les asignará un puntaje de hasta **30 puntos**, conforme a lo siguiente:

Para determinar la puntuación o unidades porcentuales que correspondan a la propuesta económica de cada participante, se aplicará la siguiente fórmula:

El importe total del servicio (propuesta económica) lo constituye el precio total del servicio sin incluir IVA.

$$PPE = MPemb \times 30 / MPi.$$

PPE = Puntuación o unidades porcentuales que corresponden a la Propuesta Económica;

MPemb = Monto de la propuesta económica más baja, y

MPi = Monto de la i-ésima Propuesta económica;

**Resultado final.**- Para calcular el resultado final de la puntuación o unidades porcentuales que obtuvo cada proposición, se aplicará la siguiente fórmula:

$$PTj = TPT + PPE \quad \text{Para toda } j = 1, 2, \dots, n$$

Donde:

PTj = Puntuación o unidades porcentuales totales de la proposición;

TPT = Total de Puntuación o unidades porcentuales asignados a la propuesta Técnica;

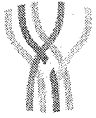
PPE = Puntuación o unidades porcentuales asignados a la Propuesta Económica, y El subíndice "j" representa a las demás proposiciones.

Para considerar como solvente la propuesta técnica, no deberá de obtener una calificación menor a 50 puntos de los 70 máximos (propuesta técnica) que se pueden obtener, en caso de cifra menor serán consideradas como insolventes y, en consecuencia, serán desechadas, sin entrar a la evaluación del contenido de su propuesta económica.

Si algún licitante se encuentra participando simultáneamente en distintas licitaciones, se verificará que su capacidad técnica, económica y financiera garantice a la Convocante la ejecución de los servicios materia de esta licitación, considerando los compromisos derivados de las restantes licitaciones.

En el caso de que existan dos o más licitantes empatados en precio, el contrato se adjudicará por sorteo, que consistirá en la participación de un boleto por cada participante con oferta empatada, que se depositara en una urna de la cual se sacara el boleto del licitante ganador.

Los licitantes deberán señalar en su propuesta económica el costo de los servicios solicitados, el cual incluye los gastos de administración. Todos los porcentajes ofertados deben ser entendidos con todos los impuestos que genere la prestación de los servicios contratados,



por lo tanto, cada una de las partes se obliga a dar cumplimiento a las obligaciones fiscales que le correspondan.

DEBE DECIR:

## 12.- CRITERIOS PARA LA ADJUDICACIÓN DEL CONTRATO.

De acuerdo con lo establecido en la fracción I del Artículo 36 Bis de la LAASSP, los criterios que aplicarán el área solicitante y/o técnica como método para evaluar las proposiciones, será el mecanismo de puntos o porcentajes; por lo que para ser sujeto de evaluación bajo el criterio de puntos o porcentajes, se considerarán únicamente a él(los) licitante(s) que previamente haya(n) cumplido cuantitativa y cualitativamente con todos y cada uno de los requisitos establecidos en esta Convocatoria, de acuerdo a lo siguiente:

La convocante con base en el análisis comparativo de las ofertas calificadas, emitirá un dictamen que servirá como fundamento para el fallo, mediante el cual se adjudicará el contrato al licitante cuya propuesta resulte solvente, que satisfaga los requisitos y las condiciones exigidos en estas bases, e igualmente garantice satisfactoriamente, a su juicio, el cumplimiento de las obligaciones que se contraigan y que ofrezcan las mejores condiciones para el Estado.

La presente licitación será evaluada en base al mecanismo de puntos y porcentajes, que se establece en el artículo 36, numeral III de la Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Sector Público.

### TECNICA 70 PUNTOS

**I. Experiencia y Especialidad.** Este rubro tendrá un valor hasta de 23 puntos, de acuerdo a lo siguiente:

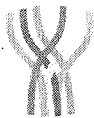
A.- Copia simple de contratos que demuestren haber celebrado en los años de 2012 y 2013 en el mercado regional. 3 contratos de publicidad, se le asignará 10 puntos, en caso de presentar menor número de contratos no se le otorgará ponderación.

B.- Copia simple de contratos donde el Licitante demuestre que en el período de Enero 2012 a Diciembre 2013 tuvo experiencia en la contratación de medios para destinos turísticos, el licitante que acredite al menos un contrato se le asignará 13 puntos.

**II. Capacidad del Licitante.** Este rubro tendrá una ponderación de 24 puntos, de acuerdo a lo siguiente:

#### A.- Recursos Humanos

Se proporcionarán 18 puntos al licitante que acredite mayor experiencia y especialidad sobre 3 trabajadores de la empresa o outsourcing que acrediten 5 años de experiencia en el sector turístico.



**B.- Recursos Técnicos y Equipamiento** La agencia debe mostrar que herramientas técnicas proponen para la planeación estratégica de compra de medios y estudios de hábitos de medios multimediales y el monitoreo de las ejecuciones en medios contratados. Las Herramientas propias se deben demostrar con Patente, Registro, o en su caso con una carta del Representa Legal. **Se otorgarán 6 puntos.**

Si el licitante no cumple con la presentación de esta información el valor será de **0 puntos.**

**III. Integración de la Propuesta Técnica de Campaña.** Este rubro tendrá un valor de **12 puntos**, de acuerdo a lo siguiente:

**A) Propuesta Técnica.** Los licitantes deben considerar en su propuesta técnica los aspectos siguientes:

a) Acreditar y desarrollar los Requisitos Técnicos a que se refiere el presente Anexo Técnico, así como la presentación de los documentos que en cada caso se requiere.

b) Acreditar la Experiencia y Especialidad a que se refiere el presente Anexo Técnico, así como la presentación de los documentos que en cada caso se requiere.

c) Acreditar la Capacidad del Licitante a que se refiere el presente Anexo Técnico, así como la presentación de los documentos que en cada caso se requiere.

d) Presentar y desarrollar su propuesta técnica que incluya los incisos a, b, c, d, e, f, g, h, i, y j de la Descripción de Servicios a que se refiere el presente Anexo Técnico.

a) Propuesta Técnica completa = **1 punto**, No cumple = **0 puntos**.

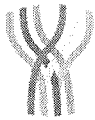
**B) Negociaciones de Medios.** Este rubro tendrá un valor hasta de **6 puntos**, de acuerdo a lo siguiente: Las agencias deben manifestar sus habilidades de negociar con los medios y deben de presentar los descuentos que obtendrán para esta convocante. Los descuentos se deberán de respetar o mejorar por el licitante ganador durante la vigencia del contrato. **TV Abierta** 35 - 40 % = **2 puntos**, 25 - 34% = **1 punto**, no cumple = **0 puntos**. **TV Paga** 35 - 40 % = **2 puntos**, 34 - 25% = **1 punto**, no cumple = **0 puntos**. **Impresos** 20 - 30 % = **2 puntos**, 15 - 20% = **1 punto**, no cumple = **0 puntos**. **Exteriores** 20 - 30 % = **2 puntos**, 15 - 20% = **1 punto**, no cumple = **0 puntos**. La presentación de las negociaciones de estos tipos de medios no excluye que durante la vigencia del contrato se tendrá que negociar y obtener descuentos significativos en los otros tipos de medios. El licitante deberá presentar una carta original en papel membretado de la agencia y firmado por el Representante Legal, manifestando bajo protesta que la información entregada es fehaciente.

**C) Negociaciones de Posiciones preferentes.** Revistas Posición en las primeras 5 paginas = **5 puntos**. No cumple = **0 puntos**. El licitante deberá presentar una carta original en papel membretado de la agencia y firmado por el Representante Legal, manifestando bajo protesta que la información entregada es fehaciente y un testigo contratado en una revista con circulación nacional, ejecutada por la empresa en 2013.

**IV.- CUMPLIMIENTO DE CONTRATOS.-** El licitante que acredite cumplimiento de 3 contratos se le se le asignarán **11 puntos**, lo deberá de hacer con cartas de liberación de fianzas o similar.

Para la **EVALUACIÓN ECONÓMICA** de las proposiciones se considerarán los siguientes aspectos:

A las propuestas económicas que satisfagan los requisitos antes señalados, se les asignará un puntaje de hasta **30 puntos**, conforme a lo siguiente:



Para determinar la puntuación o unidades porcentuales que correspondan a la propuesta económica de cada participante, se aplicará la siguiente fórmula:

El importe total del servicio (propuesta económica) lo constituye el precio total del servicio sin incluir IVA.

$$PPE = MPemb \times 30 / MPi.$$

PPE = Puntuación o unidades porcentuales que corresponden a la Propuesta Económica;

MPemb = Monto de la propuesta económica más baja, y

MPi = Monto de la i-ésima Propuesta económica;

**Resultado final.**- Para calcular el resultado final de la puntuación o unidades porcentuales que obtuvo cada proposición, se aplicará la siguiente fórmula:

$$PTj = TPT + PPE \quad \text{Para toda } j = 1, 2, \dots, n$$

Donde:

PTj = Puntuación o unidades porcentuales totales de la proposición;

TPT = Total de Puntuación o unidades porcentuales asignados a la propuesta Técnica;

PPE = Puntuación o unidades porcentuales asignados a la Propuesta Económica, y El subíndice "j" representa a las demás proposiciones.

Para considerar como solvente la propuesta técnica, no deberá de obtener una calificación menor a 50 puntos de los 70 máximos (propuesta técnica) que se pueden obtener, en caso de cifra menor serán consideradas como insolventes y, en consecuencia, serán desechadas, sin entrar a la evaluación del contenido de su propuesta económica.

Si algún licitante se encuentra participando simultáneamente en distintas licitaciones, se verificará que su capacidad técnica, económica y financiera garantice a la Convocante la ejecución de los servicios materia de esta licitación, considerando los compromisos derivados de las restantes licitaciones.

En el caso de que existan dos o más licitantes empatados en precio, el contrato se adjudicará por sorteo, que consistirá en la participación de un boleto por cada participante con oferta empatada, que se depositara en una urna de la cual se sacara el boleto del licitante ganador.

Los licitantes deberán señalar en su propuesta económica el costo de los servicios solicitados, el cual incluye los gastos de administración. Todos los porcentajes ofertados deben ser entendidos con todos los impuestos que genere la prestación de los servicios contratados, por lo tanto, cada una de las partes se obliga a dar cumplimiento a las obligaciones fiscales que le correspondan.



3.2.2.9. Copia de su constancia de inscripción al Padrón de proveedores del Gobierno del Estado

DEBE DECIR:

3.2.2.9. Será exigible la Copia de su constancia de inscripción al Padrón de proveedores del Gobierno del Estado, con el licitante adjudicado al momento de la firma del contrato.

DICE:

9.- FECHA, HORA Y LUGAR DE LA COMUNICACIÓN DEL FALLO Y FIRMA DEL CONTRATO.

En el Cuarto párrafo dice:

...Contra la resolución que contenga el fallo no procederá recurso alguno y a partir de esta fecha se pondrá a disposición de los licitantes que no hayan asistido, el acta de la sesión, para efectos de notificación.

DEBE DECIR:

9.- FECHA, HORA Y LUGAR DE LA COMUNICACIÓN DEL FALLO Y FIRMA DEL CONTRATO.

En el Cuarto párrafo debe decir:

...Contra la resolución que contenga el fallo podrá preceder el recurso de inconformidad previsto en las presentes bases y a partir de esta fecha se pondrá a disposición de los licitantes que no hayan asistido, el acta de la sesión de fallo, para efectos de notificación.

DICE:

9.- FECHA, HORA Y LUGAR DE LA COMUNICACIÓN DEL FALLO Y FIRMA DEL CONTRATO.

Párrafo sexto:

Para la firma del contrato el proveedor deberá presentar la documentación legal que se cita **en el Anexo 2** en original y copia para cotejo, asimismo deberá exhibir original, para su cotejo con la copia que presenta con su propuesta técnica, de su constancia de inscripción en el Padrón de Proveedores de Bienes y Servicios del Gobierno del Estado.

DEBE DECIR

9.- FECHA, HORA Y LUGAR DE LA COMUNICACIÓN DEL FALLO Y FIRMA DEL CONTRATO.

Párrafo sexto:

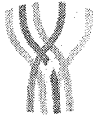
Para la firma del contrato el proveedor deberá presentar la documentación legal que se cita **en el Anexo 2** en original y copia para cotejo, asimismo deberá exhibir original, para su cotejo con la copia que presenta con su propuesta técnica, de su constancia de inscripción en el Padrón de Proveedores de Bienes y Servicios del Gobierno del Estado. Sólo se podrá formalizar el contrato con las personas inscritas en el Padrón de Proveedores de conformidad a lo establecido en el artículo 13 de la Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Prestación de Servicios Relacionados con Bienes Muebles del Estado de Yucatán. De Igual forma el Adjudicado presentará (anexo 6) la manifestación, de acuerdo a su condición, en el cumplimiento al artículo 48 del decreto 353 del Código Fiscal del Estado, publicado el 22 de diciembre del 2010.

DICE:

9.- FECHA, HORA Y LUGAR DE LA COMUNICACIÓN DEL FALLO Y FIRMA DEL CONTRATO.

Ultimo párrafo





...Derivado de lo anterior, la Convocante deberá levantar constancia del incumplimiento y hacerlo del conocimiento de la Secretaría General de la Contraloría del Estado así como de la Secretaría de Administración y Finanzas del Estado, para que apliquen al proveedor la sanción que corresponda de conformidad con lo dispuesto por el artículo 33 de la Ley.

DEBE DECIR:

Ultimo párrafo

...Derivado de lo anterior, la Convocante deberá levantar constancia del incumplimiento y dar cumplimiento al contenido del artículo 33 de la Ley de adquisiciones, Arrendamientos y Prestación de Servicios relacionados con bienes muebles.

En el numeral 13.- CAUSAS DE DESCALIFICACIÓN DE LICITANTES, se elimina lo siguiente:

j) Cuando se demuestre la alteración de cualquiera de los documentos solicitados.

Acto seguido, se informa que se recibieron preguntas de la siguiente proveeduría:

Vía correo electrónico:

**SPALANCATI S.A. de C.V.**

**PREGUNTA NUMERO 1**

PUNTO 12: CRITERIOS PARA LA ADJUDICACION DEL CONTRATO EN LA LICITACION SE ESTIPULA LO SIGUIENTE:

La presente licitación será únicamente evaluada en base al mecanismo de puntos y porcentajes, que se establece en el artículo 36, numeral III de la Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Sector Público? NO existirá mecanismo alternativo a esta evaluación numérica de mayor puntuación a la más grande y con mayor antigüedad y de regla de tres para las otras licitantes?

RESPUESTA: Esta convocante eligió el sistema de asignación por puntos y porcentajes.

Buscando que el servicio solicitado lo preste una persona física o moral con experiencia a un precio conveniente.

**PREGUNTA NUMERO 2**

En base a los numerales mencionados arriba, el sistema de puntos propuestos LIMITA la cantidad de empresas con posibilidades de adjudicación, pues hace mucho más énfasis en el tamaño, facturación y cantidad de destinos turísticos, que en la capacidad técnica y estratégica. Haciendo prácticamente IMPOSIBLE la posibilidad de que otro tipo de empresas puedan adjudicar esta licitación.

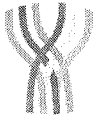
RESPUESTA: Se modificó la ponderación, de conformidad a lo plasmado en las aclaraciones de la convocante.

**PREGUNTA NUMERO 3**

La puntuación otorgada en lo mencionado en la parte superior, permitirá a alguna de las agencias con capacidad económica y de negociación demostrables competir contra la agencia de mayor antigüedad y más personal?

RESPUESTA: Se modificó la ponderación, de conformidad a lo plasmado en las aclaraciones de la convocante.

**PREGUNTA NUMERO 4**



**SEFOTUR**

Secretaría de Fomento Turístico  
2012 - 2018

LICITACIÓN PÚBLICA  
LFT-LP-002-2014

EXPERIENCIA. 10 PUNTOS. Se consideró que la mayor calificación individual a quien presente mayor número de contratos, otorga a la agencia más grande puntuación suficiente para descalificar a todos los demás licitantes.  
EXPERIENCIA. Se consideró la regla de 3 - 13 puntos- de este punto no permitirá alcanzar puntuación suficiente para los demás licitantes.

RESPUESTA: Se modificó la ponderación, de conformidad a lo plasmado en las aclaraciones de la convocante.

#### PREGUNTA NUMERO 5

RECURSOS HUMANOS. 18 PUNTOS La empresa con personal de mayor antigüedad recibirá la mayor calificación: 8 PUNTOS a la empresa que acredite mayor suma de años de todos sus trabajadores.

¿Se ha considerado que los años trabajando en empresas no es un factor de éxito, que empresas de menor antigüedad podría contar con personal más capacitado que antiguo y estos ser pagados por honorarios?

RESPUESTA: Se modificó la ponderación, de conformidad a lo plasmado en las aclaraciones de la convocante.

#### PREGUNTA NUMERO 6

12.V CUMPLIMIENTO DE CONTRATOS. 11 PUNTOS El licitante que acredite mayor número de contratos se consideró que esta puntuación beneficia a la empresa con mayor capacidad? Las otras licitantes tendremos regla de 3?

RESPUESTA: Se modificó la ponderación, de conformidad a lo plasmado en las aclaraciones de la convocante.

### **MEDIA PROMOTIONS GROUP**

#### PREGUNTA NUMERO 1

1) El segundo párrafo del Numeral I, Propuesta Técnica dice:

Copia simple de contratos donde el Licitante demuestre que en el período de Enero 2012 a Diciembre 2013 tuvo experiencia en la contratación de medios para destinos turísticos, el licitante que sume mayor importe se le dará 13 puntos, a los demás de mayor a menor se les aplicara una regla simple de tres.

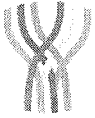
Pregunta Uno: Por la confidencialidad de la información de tarifas que se maneja entre medio y agencia, ¿se puede presentar factura mostrando solamente el importe total de lo comprado, eliminando la parte del desglose? O La segunda opción sería presentar una carta bajo protesta de decir verdad por parte del representante legal de la empresa licitante, manifestando el monto de lo adquirido.

RESPUESTA: Será aceptada la factura del medio con el total de la compra, eliminando los precios unitarios, también será aceptada la carta del representante legal en donde manifieste bajo protesta de decir verdad el monto total de la compra de medios durante 2012 y 2013.

#### PREGUNTA NUMERO 2

2) La propuesta técnica solicita incluir información del target a quien va dirigida la campaña, más no de los mercados en donde se desarrollará la campaña y la temporalidad.

Pregunta Dos: por la importancia de esta información ¿es necesario considerarla como parte fundamental en el desarrollo de la estrategia e incluirla en la propuesta técnica?



RESPUESTA: Es indispensable incluir la información de los mercados y la temporalidad del plan de medios y en caso de no presentarlo es motivo de descalificación.

**PREGUNTA NUMERO 3**

3) La propuesta técnica pide un análisis de descuentos y negociaciones

**Pregunta Tres:** Considerando que las tarifas son confidenciales y que la ley de adquisiciones no permite incluir precios en las propuestas técnicas de las licitaciones, ¿la información de descuentos y negociaciones se puede presentar en porcentajes de descuento?

RESPUESTA: Si es viable.

**PREGUNTA NUMERO 4**

4) El Anexo Uno, Numeral 1 dice:

**1. Descripción de los servicios a contratar.**

El licitante que resulte adjudicado deberá prestar los siguientes servicios (requisitos indispensables en caso de faltante la propuesta será desechada:

a) **Planeación de Medios:** Investigar y evaluar continuamente el mercado de medios de comunicación en el mercado correspondiente, sus tendencias, políticas y estrategias, detectar los medios de comunicación más novedosos y sugerir entre ellos una mezcla en función de costo/beneficio de cada uno en respecto al tipo de campaña a realizar y el segmento de clientes al que se pretende comunicar. El licitante que resulte adjudicado deberá desarrollar la planeación de los medios de comunicación a corto, mediano y largo plazo. Esta planeación deberá partir de un "brief" que proporcionará la SFT y de los estudios de investigación de mercado con que cuente la SFT y los que elabore el licitante ganador.

**Pregunta Cuatro:** Este y el resto de los numerales de esta sección del Anexo Técnico indican que la información que se manifiesta en esta sección debe de ser presentada y considerada solamente por el licitante ganador. Por lo anterior, ¿es correcto que solamente se incluya en la presentación técnica la información solicitada en el numeral romano I y no como lo pide en el numeral romano III de la TECNICA? Más claramente, la información que debe de ir en la Propuesta Técnica dentro de las bases y presentarse de forma oral, ¿es la siguiente?

RESPUESTA: La información que se tiene que presentar en la propuesta técnica como en la presentación oral es la siguiente:

**Estrategia:**

El brief y objetivo de la campaña.

El target a quien fue direccionada la campaña.

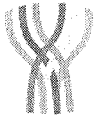
Análisis de uso de medios de la competencia.

Análisis del consumo de medios del target.

**Planeación:**

Presentación que muestre la adecuación de la estrategia en un plan de medios.

Presentación que muestre mezcla de medios y análisis de alcance y frecuencia.



Explicación del plan indicando la consecución de acciones para el logro de objetivos.

Documento que muestre el seguimiento y supervisión en la ejecución del plan de medios.

Compra

Mostrar negociaciones con el descuento obtenido así como posiciones preferenciales obtenidas.  
Mostrar los valores agregados obtenidos.

Post compra y análisis de resultados obtenidos.

Presentar los resultados obtenidos por la campaña realizada.

OPERADORA COMPRO S.A. DE C.V.

PREGUNTA NUMERO 1

- 1- (Punto 5.2 Partida Única- Mercado Nacional) Las cantidades marcadas entre el monto mínimo y máximo..¿qué aspectos incluyen, elegir medios, hacer la pauta, considerar la producción y el servicio de agencia?

RESPUESTA: Referirse a las instrucciones de llenado de la propuesta económica que están integradas a las bases de la licitación.

PREGUNTA NUMERO 2

- 2- (Punto 6. Formas y Condiciones de Pago) ¿A qué se refiere la SFT con “no se aceptará reañizar pago alguno por concepto de comisión por los gastos de publicidad” y “los licitantes deberán señalar en su propuesta económica el costo de los servicios solicitados el cual deberá incluir el porcentaje de los gastos de administración y gastos de comprobación de la publicidad ejercida”?

RESPUESTA: Los costos que se presenten en la propuesta económica deben de incluir todos los gastos desglosados de acuerdo a las instrucciones de llenado. La SFT no cubrirá comisiones adicionales a los costos de los medios. La licitante debe de presentar los costos de la ejecución de la campaña, desglosado de acuerdo a las instrucciones de la propuesta económica.

PREGUNTA NUMERO 3

- 3- (Punto 12. Criterios para la adjudicación del contrato) ¿Al apuntar la SFT “Los licitantes deberán señalar en su propuesta económica el costo de los servicios solicitados, el cual incluye los gastos de administración” ¿A que se refiere como los servicios solicitados y como los gastos de administración?



**SEFOTUR**

Secretaría de Fomento Turístico  
2012 - 2018

LICITACIÓN PÚBLICA  
LFT-LP-002-2014

RESPUESTA: Los servicios solicitados son a los que se refiere el Anexo Técnico de la licitación y los gastos de administración a los honorarios de la agencia por los servicios prestados.

**PREGUNTA NUMERO 4**

4- (Punto 13. Causas de descalificación de licitantes punto B) "Cuando se oferten servicios diferentes a los solicitados? Refuerza nuestra pregunta anterior de saber cuáles son los servicios solicitados para no caer en el punto B de la descalificación.

RESPUESTA: Los servicios solicitados son los que están expresados en la propuesta técnica y son con los que la licitante debe de cumplir.

**PREGUNTA NUMERO 5**

5- (Anexo 7) ¿Podrían ampliar la explicación sobre este anexo que es el que cobija la propuesta económica?

RESPUESTA: Las instrucciones de llenado de la propuesta económica se encuentran expresadas en cumplimiento a la ley de adquisiciones.

**PREGUNTA NUMERO 6**

La parte creativa de la campaña... ¿la realiza la agencia o la entrega el cliente?

**RESPUESTA:**

La estrategia creativa será motivo de otro concurso, por lo que será entregada por la SFT al licitante ganador para que realice las colocaciones.

WARPMAGAZINE S.A. DE C.V.

**PREGUNTA NUMERO 1**

¿Cuáles son las características del Turismo en Yucatán?

RESPUESTA: Las empresas licitantes deben de contar con la suficiente experiencia para identificar las características de cada segmento al que va dirigida la promoción turística de Yucatán. Por tal motivo y para comprobar lo anterior, es importante que cada licitante presente por lo menos un caso de éxito de campañas de destinos con vocación de turismo cultural y una de destino de aventura que hayan manejado en el 2013.

**PREGUNTA NUMERO 2**

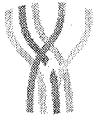
¿Esto es para las dos campañas nacional y local?

RESPUESTA: Debido a que tanto la campaña nacional como la regional tienen que estar integradas por segmentos, los casos de éxito de destinos con segmentos o vocación de turismo de aventura y de cultura, tienen que ser integrados a ambas licitaciones, siendo motivo de descalificación el no presentar estos casos en cualquiera de las dos.

**PREGUNTA NUMERO 3**

¿Hay algún evento musical en el Estado?

RESPUESTA: Si hay muchos eventos musicales en el estado.



De conformidad con los artículos 18, 19 y 20 de la Ley de Adquisiciones Arrendamientos y Prestación de Servicios Relacionados con Bienes Muebles del Estado de Yucatán, se informa a los participantes que esta acta forma parte integrante de la Convocatoria y la proveeduría participante deberá de tenerlas en cuenta al elaborar sus propuestas Técnicas-Económicas.

Para efectos de notificación a partir de esta fecha se pone a disposición de los licitantes que así lo consideren, copia de esta acta en el tablero de avisos de la Secretaria de fomento Turístico, ubicada en la calle 5 letra "B" No. 293 x 60

de la Colonia Revolución "Centro de Convenciones Yucatán, Siglo XXI" Código Postal 97118, en Mérida, Yucatán, donde se fijará un ejemplar del acta, por un término no menor de cinco días hábiles, siendo de la exclusiva responsabilidad de los licitantes, acudir a enterarse de su contenido y obtener copia de la misma. Este procedimiento sustituye a la notificación personal. La información también estará disponible en la dirección electrónica de esta Secretaria.

El día 18 de febrero del 2014 en punto de las 16:00 horas en el mismo lugar donde se efectúa este evento se efectuara una segunda junta de aclaraciones, en la que la proveeduría interesada deberá presentar de forma presencial las cartas credenciales de la empresa y un breve bosquejo de la forma en que nos proporcionaría el servicio solicitado, esta presentación no tendrá un lapso mínimo y su máximo podrá ser hasta de 60 minutos, en tal virtud se amplía el periodo de compra de las bases de la presente licitación hasta las 14: 00 horas del día 18 de febrero de 2014, en el lugar que refiere el inciso IV de las bases de la presente licitación.

El acto de presentación y apertura de proposiciones de la presente licitación se llevará a cabo el día 25 de febrero del año 2014, en punto de las 16:00 horas en la sala de juntas de la Secretaria de Fomento Turístico, ubicado en la dirección antes mencionada, siendo un acto formal que dará inicio puntualmente, por lo que después de esa hora no se permitirá el acceso a ningún licitante.

No habiendo otro asunto que tratar se dio por terminada esta única junta de Junta de Aclaraciones a las bases de licitación pública SFT-LP-002-2014, siendo las 18:00 horas del día 13 del mes de febrero del año 2014.

Esta Acta consta de 14 hojas, firmando para los efectos legales y de conformidad los asistentes a este evento, quienes reciben copia de la misma.

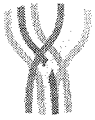
**POR LOS LICITANTES:**

| NOMBRE, RAZÓN O DENOMINACIÓN SOCIAL | REPRESENTANTE                    | FIRMA |
|-------------------------------------|----------------------------------|-------|
| MEDIA PROMOTIONS GROUP              | C. ROBERTO CARLOS PEREZ CARDENAS |       |
| OPERADORA COMPRO S.A DE C.V.        | C. JAVIER MONTES DE OCA ZENTELLA |       |
| ESCÁNDALO NETWORKS S.A. de C.V.     | C. ROCIO HARISPURU               |       |
| WARPMAGAZINE S.A. de C.V.           | C. BRIANDA CASTRO                |       |
| VALES CONSORCIO CREATIVO S.C.       | C. MARIA DEL SOCORRO BRICEÑO     |       |

41

**POR LA SECRETARIA DE FOMENTO TURISTICO**

| NOMBRE                              | ÁREA  | FIRMA |
|-------------------------------------|---|-------|
| C.P. Silvia Leticia González Osorio | Directora de Administración y Finanzas de la Secretaria de Fomento Turístico. |       |
| Lic. Santiago González Abreu        | Director de Promoción de la Secretaria de Fomento Turístico                   |       |



**SEFOTUR**

Secretaría de Fomento Turístico  
2012 - 2018

LICITACIÓN PÚBLICA  
LFT-LP-002-2014

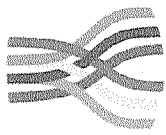
| NOMBRE                      | AREA  | FIRMA |
|-----------------------------|---|-------|
| C.P. Carlos Salazar Heredia | Representante de la Secretaria de la Contraloría General del Estado de Yucatán. |       |

ESTA HOJA DE FIRMAS FORMA PARTE DEL ACTA DE JUNTA DE ACLARACIONES DE LAS BASES DE LA LICITACION PUBLICA SFT LP-002-2014 QUE EFECTUA LA SECRETARIA DE FOMENTO TURISTICO DEL PODER EJECUTIVO DEL ESTADO DE YUCATAN.

----- FIN DEL ACTA -----







Secretaría de Fomento Turístico  
2012 - 2018

**SEFOTUR**

GOBIERNO DEL ESTADO DE YUCATÁN  
SECRETARÍA DE FOMENTO TURÍSTICO

LICITACIÓN PÚBLICA NACIONAL  
NÚMERO SFT-LP-02-2014

EVENTO JUNTA DE ACLARACIONES DE LA LICITACIÓN PÚBLICA NÚMERO SFT-LP-02-2014 RELATIVA A LA ADQUISICIÓN DEL SERVICIO DE AGENCIA DE PUBLICIDAD Y MEDIOS PARA LA PROMOCIÓN TURÍSTICA DEL ESTADO. EN EL MERCADO REGIONAL, QUE CONVOCA LA SECRETARÍA DE FOMENTO TURÍSTICO DEL GOBIERNO DEL ESTADO DE YUCATÁN.

LISTA DE ASISTENCIA DE OFERENTES

Mérida, Yucatán, a 11 de Febrero de 2014. 16:00 horas.

| No. | NOMBRE DEL REPRESENTANTE     | EMPRESA                                 | FIRMA |
|-----|------------------------------|---|-------|
| 1   | Mauro del Socorro Belem      | Valer Consuecos Creativos SC            |       |
| 2   | Rosaldo Luis Forest Cuevas   | MEDIA PRODUCTIONS GROUP MEXICO SA DE CV |       |
| 3   | Maña del Socorro Roldan R.   | Escandalo Networks                      |       |
| 4   | Rocio HERRERA                | ESCANALAO NETWORKS                      |       |
| 5   | Javier Montes de Oca         | Operadora Campo SA de CV                |       |
| 6   | Javier Morales de Oca Zetkin | Operadora Campo SA de CV                |       |
| 7   | Branda CASTRO                | Wampazine S.A. de C.V.                  |       |
|     |                              |   |       |
|     |                              |   |       |
|     |                              |   |       |