

## ADENDA N° 1 A LOS TÉRMINOS DE REFERENCIA

**CONVOCATORIA PÚBLICA:** “Selección de la Agencia de Publicidad que lleve a cabo actividades relacionadas con publicidad para la creación, conceptualización, desarrollo e implementación de estrategias de mercadeo, comunicaciones y marketing digital que permitan la correcta ejecución de los proyectos y programas de la Corporación Ruta N Medellín”.

### I. CONSIDERACIONES:

1. El día seis (6) de mayo de 2021 se llevó a cabo la audiencia virtual pública de aclaraciones a los términos de referencia. A dicha audiencia asistieron representantes de ocho (8) empresas interesadas en la convocatoria, a saber: Agencia 2020 Noticias, Big Media Publicidad SAS, CW Agencia, PLM Group, Grafía Publicidad, Acomedios Publicidad y Mercadeo Ltda, Pública SAS y SM Digital.
2. En dicha audiencia se presentaron solicitudes e inquietudes que aparejan la modificación de los términos de referencia antes indicados con la finalidad de garantizar mayor claridad y seguridad jurídica entre las personas interesadas en participar en la convocatoria de la referencia.
3. Por otro lado, al correo electrónico indicado en la convocatoria, llegaron solicitudes y observaciones de varios representantes de empresas también interesadas en ella.
4. Adicionalmente, en el documento de respuesta a observaciones se exponen y detallan los fundamentos de la aceptación o negativa de las solicitudes formuladas.
5. De acuerdo a lo expuesto se indicarán los cambios a los términos de referencia en la parte resolutive del presente documento.

En virtud de lo expuesto **RUTA N** decide modificar los términos de referencia en el siguiente término:

**ÁREA  
JURÍDICA**

## II. DECIDE:

**PRIMERO:** Modificar el numeral 1.2.2. Obligaciones específicas, inciso 11.

Se genera el siguiente cambio:

11. Prestar asesoría, acompañamiento y seguimiento en la producción de todo el material de mercadeo y comunicaciones. Dicho componente debe asegurar la escucha, presentación, explicación, desarrollo y solución de briefs, vía correo electrónico, llamadas o videollamadas, a cargo del ejecutivo(a) de cuentas, durante la ejecución del contrato.

**SEGUNDO:** Modificar el numeral 3.3. Requisitos puntuables.

Además de modificarse el ANEXO 3 - TARIFARIO COMISIÓN Y COMPONENTE. Se genera el siguiente cambio:

### 3.3. REQUISITOS PUNTUABLES.

La asignación de puntaje se realizará de conformidad con los siguientes parámetros a partir de los cuales se evalúa calidad y precio:

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	PUNTAJE
<b>PROPUESTA ECONÓMICA (IVA incluido):</b> Presentar: <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Valores a tarifario (15 puntos).</li> <li>2. Porcentaje a comisión por producción externa, audiovisual con terceros, ordenación a medios y otros servicios. (10 puntos)</li> <li>3. Valores Componentes: <ul style="list-style-type: none"> <li>● Estratégico(8 puntos)</li> <li>● Operativo (7 puntos)</li> </ul> </li> </ol>	40 puntos
<b>CASO HIPOTÉTICO DE PLANEACIÓN</b>	60 puntos
<b>TOTAL</b>	100 puntos

**3.3.1. PROPUESTA ECONÓMICA:** Valor componente, comisión y tarifario (40 puntos). (Ver ANEXO 3 - TARIFARIO COMISIÓN Y COMPONENTE)

Valores Componentes

El componente estratégico y el componente operativo garantizan el cumplimiento de las funciones específicas de cada integrante que conforma el equipo de trabajo desde su rol, al momento de ejecutar los distintos requerimientos y sus entregables.

Se asignará una calificación de hasta 15 puntos a la agencia de publicidad que presente los valores más bajos por Valor Componentes. Entre mayor sea el valor hora cobrado por componente, más baja la calificación en este concepto.

**La fórmula para la evaluación Valores Componentes que se usará es: PUNTAJE = VALOR MÍNIMO DE LA HORA OFERTADA \* (PUNTAJE MÁXIMO / VALOR HORA PROPUESTA POR EL PROPONENTE)**

#### Valores tarifario

Para cada uno de los ítems cotizados se realizará una valoración uno a uno, otorgando 15 puntos a la propuesta más económica por cada ítem y se asignará un puntaje inversamente proporcional, en orden del costo de cada propuesta, a los demás oferentes.

**La fórmula de verificación que se usará es: PUNTAJE = PRECIO MÍNIMO OFERTADO \* (PUNTAJE MÁXIMO (15) / PRECIO PROPUESTO PROPONENTE).**

Si algún ítem no es cotizado, la propuesta será rechazada. Finalmente, se sumarán los valores obtenidos en todos los ítems y ese será el referente para dar el puntaje final. El proponente con la suma de valores más alta será el que obtenga el mayor puntaje en esta categoría, es decir, 15 puntos; de ahí en adelante, se pondera la calificación, tomando como referencia el valor obtenido por el proponente que más puntaje obtuvo.

**Nota 1.** El precio de cada ítem cotizado en el tarifario debe incluir todos los impuestos, gastos, tributos y demás, asociados al mismo.

**Nota 2.** El Anexo 3 deberá entregarse en formato en Excel tal como se descarga el archivo y no se recibirá convertido a .pdf u otros formatos. Se deberán diligenciar todos y cada uno de los ítems. Dicho anexo o tarifario constituye un requisito puntuable, la alteración, eliminación, cambio u omisión de alguno de sus ítems conlleva a la eliminación del proponente.

#### Porcentaje a comisión por producción externa, audiovisual con terceros, ordenación a medios y otros servicios

Para la evaluación del componente comisión por producción externa, el proponente deberá diligenciar la pestaña "comisión" del Anexo 3. Se asignará una calificación de 10

puntos a la agencia de publicidad que presente el porcentaje de comisión más bajo (este nunca podrá tener un valor de cero, ya que esto provocaría su anulación, y por tanto, la eliminación del proponente). De ahí en adelante, se pondera la calificación. Entre mayor sea el porcentaje de comisión cobrado, más baja la calificación en este concepto. El valor mínimo permitido es 0,01.

**TERCERO. Corregir el numeral 8 del numeral 1.2.1 OBLIGACIONES GENERALES:**

**8. 1.** Cumplir con las obligaciones en materia de Seguridad y Salud en el Trabajo de que trata el Decreto 1072 del año 2015 y las demás normas vigentes sobre la materia.

**CUARTO. Corregir el numeral 2.2.7. CERTIFICADOS DE EXPERIENCIA inciso 4.**

La sumatoria de los valores de los contratos (mínimo 3 máximo 5) deberá sumar, entre todos los certificados aportados como mínimo un valor de \$1.000.000.000. Igualmente, los contratos o certificados de contrato deberán dar cuenta de una experiencia que no sea anterior al 2016. Adicionalmente, solo serán tenidos en cuenta aquellos contratos que estén terminados.

Se firma a los once (11) días del mes de mayo de dos mil veintiuno (2021).

Cordialmente,



**IVAN DARIO CASTAÑO PÉREZ**

Director Ejecutivo

Corporación Ruta N Medellín.

Leydy Hoyos

Ma Alejandra Martínez C.



Revisó:  
Leydy Hoyos

Elaboró:  
María Alejandra Martínez