

PREGUNTAS Y CONSULTAS
LICITACIÓN PÚBLICA “SERVICIOS PUBLICITARIOS PARA METRO S.A.”

1. Para poder emitir boleta en garantía, necesitamos Razón Social, Rut y glosa que va en la boleta.

R: La boleta debe contener:

- **Metro S.A.**
- **61.219.000-3**
- **Garantizar la Seriedad de la Oferta**

2. Consulta sobre punto 20 de las Bases Administrativas: Por favor solicitamos aclaración sobre la calificación de 1 a 5 de la oferta económica. No nos queda claro por qué hay un valor pre asignado al valor 2 de UF 642,6 IVA inc. mensual y lo que éste significa o representa.

R: Todos aquellos valores sobre este número tendrán una calificación entre 1 y 1,9 y viceversa, los valores inferiores tendrán valoraciones entre 5 y 2,1. De lo anterior se desprende que se “premiarán” valores menores al declarado en el punto 20.

3. Consulta sobre punto 3 de Especificaciones Técnicas: En las bases técnicas se enumera un total de 9 personas en el equipo a cargo del trabajo, sin embargo en Formulario N° 9 aparecen 8 personas. El cargo que no está incluido en este Formulario es el del Asistente Director Creativo, cargo que no existe en las agencias. ¿Cuál es el documento que prevalece en este caso?

R: No considerar el cargo de Asistente Director Creativo. Se ha incluido este cambio en el documento “Aclaraciones y modificaciones”.

4. En Bases Administrativas, se señala en su punto 6 que en esta etapa primera de licitación se deben entregar 2 sobres: Antecedentes Técnicos y Oferta Económica. En el punto 15 se señala que la Evaluación económica se realiza en la segunda etapa de licitación correspondiente a la creativa. ¿Se debe presentar la “Oferta Económica” en la primera etapa junto a los “Antecedentes Técnicos”? ¿Cuándo serán evaluados?

R: El sobre de Oferta Económica debe entregarse el 11 de julio el mismo día que se entrega el sobre de Antecedentes Técnicos. Los sobres de oferta económica se mantienen en custodia, guardados y sellados hasta la fecha de su apertura, la que es posterior a la evaluación de la Propuesta Creativa.

5. En Bases Administrativas, en su punto 20, se señala que los proponentes serán rankeados de 1 a 5 según sus propuestas económicas, y en recuadro se señala que el

ranking 2 será asignado al valor de UF 642,6 IVA incluido mensual. ¿A qué corresponde este valor?

R: Ver respuesta a pregunta 2.

6. En relación a la prestación de los servicios y las multas definidas por los plazos de entrega; ¿Cómo se consideraran cuando existan factores externos a la agencia por ejemplo, cambio de brief; demora en la entrega de antecedentes complementarios por parte del cliente, etc.? ¿Cómo se llevará registro de las multas detalladas por incumplimiento de los servicios?

R: Como principio no es de interés de Metro el multar a los proveedores, son sólo una guía para tener las definiciones importantes del servicios claras. Las multas serán consideradas sólo en aquellos casos en que por responsabilidad exclusiva de la agencia se haya incumplido alguna de estas definiciones, si existen factores o razones externas no se aplicará multa.

7. En relación a la prestación de los servicios: ¿cómo se llevará un control de las HH asignada a la cuenta por parte del equipo de la agencia?

R: Esto es responsabilidad de la agencia ya que es una estimación del tiempo que se requiere para realizar los servicios que Metro necesita.

8. Consulta sobre boleta de garantía. ¿Qué glosa debe tener las boletas de garantía? ¿A qué razón social y rut beneficiario?

R: Revisar respuesta a pregunta 1.

9. Según artículo 4.2, en relación al ítem Alcance de Servicios, se especifica dentro de los servicios a prestar por el PROPONENTE producción de originales, entre otros servicios. ¿El Fee, debe considerar costos de producción de originales? En tal caso, cuantos originales promedio por mes, debemos considerar para determinar el grado de ocupación del área de producción? ¿Si los originales no estuvieran considerados en el Fee, este ítem debería cobrarse aparte?

R: El Fee debe incluir la confección de originales. Este concepto no incluye los insumos para la confección de dichos originales, por ejemplo: fotografías, ilustraciones, compra/arriendo de fotos de algún banco, derechos de uso de imagen, música, grabaciones en estudio u otros.

10. Según artículo 15.1, se detalla que el 11 de Junio se presenta la oferta económica sin embargo en el cuadro Etapas y Plazos, se detalla 11 de Julio. Por favor aclarar.
R: La fecha correcta es 11 de julio. Este cambio será incorporado en el documento de Aclaraciones y Modificaciones.
11. Según artículo 17, se detalla que la fecha de exposición de propuestas son el 21 y 22 de julio para las 5 agencias seleccionadas, sin embargo, la fecha de entrega de brief es el día 28 de Julio. Sin embargo en el cuadro de Etapas y Plazos, la fecha de exposición de propuestas son los días 21 y 22 de agosto. Por favor aclarar.
R: La fecha correcta es 21 y 22 de agosto para la exposición del brief, Este cambio será incluido en las Aclaraciones y Modificaciones.
12. Según artículo 35, ítem “menos 2% alternativas”, favor especificar a qué número de alternativas corresponde de propuestas para proyecto, campaña o aviso.
R: El texto debe decir “Menos de 2 alternativas”, será incorporado en las Aclaraciones y Modificaciones.
13. En el documento Bases de Licitación, en el punto 3 Etapas y Plazos dice: Primera fase de Evaluación de Antecedentes Técnicos: en esta fase se calificarán técnicamente a todas las agencias que hayan cumplido con las presentes bases de licitación. Al final de esta fase se seleccionará por medio de un ranking a las 5 empresas de mejor calificación para pasar a la siguiente fase.
Pero en el punto 14 Ranking de PROPONENTES dice: Ranking de PROPONENTES El puntaje obtenido por cada uno de los PROPONENTES será el que determine su ubicación dentro del ranking que se confeccionará para efectos de seleccionar al número de agencias que METRO considere el adecuado para pasar a la 2da. fase, denominada “Evaluación de Propuestas Creativas y Económicas”
La pregunta es entonces; se seleccionaran solo a 5 agencias o el número de agencias que pasen a la 2da. fase es indeterminado?
R: Sólo se seleccionarán las 5 primeras agencias.
14. En el punto 17 Programa de exposición de Propuestas dentro del cuadro de presentaciones dice: 21 y 22 de Julio. La pregunta es entonces; debe decir 21 y 22 de Agosto no cierto? Ya que trata de la presentación de la Propuesta Creativa?
R: Ver respuesta a Pregunta 11.

15. En el documento Especificaciones Técnicas en el punto 9 Actividades realizadas durante el 2013, aparece el siguiente número y temática de campañas a realizar durante el año:

- Internas: 5
- Educativas: 2
- Operacionales: 6
- Fidelización: 2
- Nuevos proyectos: 2
- RSE: 1
- Culturales 4
- TOTAL: 22

La pregunta es entonces; con el fin de poder cotizar el tiempo y el tipo de trabajos que se requieren durante el año, las campañas puestas como ejemplo representan la realidad (aproximada) de lo que se realiza año a año?

R: Estos son sólo ejemplos, no son la totalidad de las campañas desarrolladas durante un año.

En el mes de mayor carga de trabajo (julio) se tratan 25 “conceptos centrales creativos”, de los cuales el 50%, es decir 22 CCC (aproximadamente) son de briefs del mismo mes, es decir campañas nuevas que se implementarán en los próximos 2 meses. El resto de los otros 22 casos son conceptos que vienen de meses anteriores en fase de correcciones menores o deben entregarse originales el mismo mes.

16. ¿Cuál es la ponderación a utilizar para el ítem de premios obtenidos? Hay un festival que pesa más que otro? Y la categoría del premio también tendrá una incidencia en la evaluación?

R: Esta información no se especifica.

17. ¿Cuál es la ponderación a utilizar en los otros ítems: campañas destacadas, equipo de trabajo y calificación de cuentas? Esa información no está especificada.

R: Esta información no se especifica.

18. En el caso del equipo de trabajo, ¿Cómo se informa, si parte del equipo de trabajo posiblemente puedan ser contrataciones nuevas dado la demanda de una nueva cuenta?

R: Debe especificarse entonces a quién se incorporará si se adjudica la licitación. Además de participar en la propuesta creativa de agencia a presentar en este proceso de licitación.

19. En el ítem 15.1: sobre “Oferta Económica” dice que el sobre se recibirá el 11 de Junio, es el 11 de Julio, no?

R: Ver respuesta a pregunta 10.

20. En el equipo, podemos reemplazar cargos que consideramos que son necesarios para la estructura del equipo? Por ejemplo, ¿proponer al director de cuenta general?

R: Si, para hacer este cambio debe ser propuesto y aceptado por Metro con el objetivo de sustituir estos puestos clave por profesionales de similares trayectorias y habilidades.

21. ¿Hay que respetar las casillas definidas en el formulario “Calificación de cuentas” o se pueden agregar más?

R: Se pueden agregar más.

22. ¿Cuál es el volumen mensual de originales?

R: Ver respuesta a pregunta 15

23. ¿El Fee incluye originales o puede ser FEE más originales incluyendo la lista de precios?

R: Ver respuesta a pregunta 9.

24. En el documento Bases de Licitación en el punto 20 dice: Los valores ofertados por LOS PROPONENTES serán ordenados de manera descendente en un ranking y asignándoles un valor en escala de 1 a 5, en donde el valor 5 corresponderá a la oferta de menor valor y la nota 1 a la de mayor valor de las recibidas y abiertas. El valor 2 corresponderá al valor de UF 642,6 IVA INC. Mensual. La pregunta es entonces; este valor de UF 642,6 IVA INC. Mensual, es un valor referencial que ustedes consideran como válido, aunque este cercano al tope (ranking 2) o es solo un ejemplo cualquiera y no representa ningún valor que ustedes hayan considerado como estimación de lo que estarían dispuestos a pagar?

R: Ver respuesta a pregunta 2.

25. Una Empresa Internacional, con 5 años de experiencia en toda la gama de servicios y productos en materia Digital, que actualmente mantiene en su porfolio de cuentas en Perú, tiene mucho interés en participar en la Licitación Pública “Servicios Publicitarios para Metro S.A.”, para lo cual les queremos consultar: ¿Para postular, puede esta empresa, ser representada por otra chilena, empresa de reciente constitución en Chile, de la cual es socia mayoritaria, y que cumple con todos los requisitos legales y además, cumple a cabalidad con lo expuesto en el inciso cuarto del punto 6.3 • FORMULARIO N°

1, de las Bases Administrativas Licitación Pública “Servicios Publicitarias para Metro S.A.”?

R: Si, sin embargo se consideran para efectos de evaluación al equipo, las cuentas y premios obtenidos por la empresa postulante (mismo rut que prestará el servicio para metro) que cumple con los requisitos necesarios de la presente licitación (antecedentes de constitución de sociedad, información financiera, experiencia del equipo asignado a la cuenta, premios obtenidos por la empresa que se presenta, etc).

26. En la ejecución de la Boleta de Garantía Bancaria, es posible conocer el significado de “la falta de seriedad del Proponente”, ya que ejecutar por falta de seriedad parece un tema muy amplio.

R: En los puntos 6.3 y 7 de las “Bases Administrativas” se describe la Boleta de Garantía Bancaria de Seriedad de la Oferta. Es un requisito para asegurar que las propuestas presentadas serán respetadas por los proponentes y no serán modificadas luego del proceso de calificación técnica y apertura de oferta económica o bien se falte a la verdad, específicamente refiérase al punto 7.2.

27. Los documentos, grados académicos, títulos etc. solicitados en el punto 7 relacionados con los curriculums y experiencia del equipo asignado a la cuenta de Metro de Santiago ¿tienen que estar legalizados, traducidos y/o validados por alguna institución específica considerando que los documentos son de origen internacional?

R: No, sólo deben ser adjuntados.

28. En la evaluación de antecedentes punto 13 y en la medida de lo posible, quisiéramos solicitarles un desglose de los componentes que conforman cada una de los ítems de la ponderación (Premios, Campañas destacadas, Curriculums y Experiencia y Cuentas) con sus pesos asignados.

R: Es una información que no entregamos.

29. El equipo mínimo de trabajo planteado estipula un cargo de “Asistente Director Creativo”. ¿Debiera considerarse como un Redactor o un Director de Arte adicional?.

R: Ves respuesta a pregunta 3.

30. En los Objetivos de la Licitación se plantea la necesidad que la Agencia seleccionada provea servicios en el ámbito digital. Sin embargo, en el equipo mínimo propuesto no aparece un profesional con un perfil especializado en el tema. ¿Deberá considerarse igualmente y añadirse como parte del equipo base?

R: Debe considerarse y agregarse, pensando en la capacidad de incorporar a las propuestas de las campañas que lo ameriten un componente digital. El desarrollo de las propuestas será llevado a cabo por un tercero contratado por metro para tales efectos.

31. ¿Es factible considerar en la oferta un servicio integral en el tema en conjunto con una Agencia especializada?

R: Metro adjudicará el presente proceso a la empresa que proponga la oferta más conveniente, en este sentido el documento comercial que vincula a Metro con el proponente adjudicado es un contrato entre Metro y un solo prestador de servicios (rut). Si el adjudicado contratase servicios externos para proveer las especialidades de menor uso dentro del marco del contrato, es de entera responsabilidad del adjudicado y debe estar considerado dentro de sus costos y consecuentemente integrado en el Fee de agencia propuesto, por ejemplo un especialista en la conceptualización de estrategias digitales o de desarrollo de endomarketing.

32. Favor indicar glosa a colocar en la Boleta de Garantía.

R: Revisar respuesta a pregunta 1.

33. ¿La oferta económica (Formulario 10) debe contener un solo valor en UF o un desglose por Publicidad masiva, Marketing relacional y Marketing interno?

R: Debe contener un solo valor mensual.

34. ¿En el punto 17 de las bases Administrativas las fechas de exhibición de las campañas no deberían ser el 21 y 22 de Agosto?

R: Ver respuesta a pregunta 11.

35. Nosotros somos una agencia en crecimiento y como tal los premios obtenidos han sido por sus integrantes más que por la agencia misma. Será posible presentar los premios en que han participado nuestros redactores y el director creativo en los últimos 5 años?

R: Si, siempre y cuando pueda certificar de alguna manera que este profesional recibió este premio y sea parte del equipo que prestará los servicios creativos a Metro.

36. El creativo de nuestra empresa, posee premios nacionales e internacionales y la experiencia de haber desarrollado campañas para empresas importantes en variados rubros. ¿Podemos sumar este know how de experiencia y premios como parte del capital de nuestra agencia?

R: Ver respuesta a pregunta 35

37. Como hasta hace poco tiempo éramos editorial no contamos con el total el equipo profesional requerido, sin embargo ya está seleccionado, contactado y reservado para que en caso de ganar la licitación formalizáramos su situación laboral. La duda es si esto nos inhabilita para seguir en el proceso de licitación.

R: Ver respuesta a pregunta 18.

38. Por qué en la solicitud de equipo no se considera cargos relacionados con el área digital si están solicitados en el servicio? P. Ej. community managers. periodistas, diseñadores web. Especificar el alcance de los servicios.

R: Se debe considerar un especialista en digital, de modo que sea capaz de proponer acciones para medios digitales en las campañas. Metro tiene su propio Web Master y Social Media Manager.

39. Los aspectos técnicos y de programación de la web las realiza personal de Metro de Santiago? Confirmar si son parte de los servicios que debe dar la agencia, si los entrega Metro de Santiago o especificar que son servicios de terceros.

R: Son actividades que realiza Metro, no debe ejecutarlos la agencia.

40. Por favor especificar el ámbito de acción de la agencia en relación a mejorar la experiencia de viaje del usuario.

R: Las propuestas deben ser capaces de fortalecer aquellos aspectos que son de mejora en la experiencia de viaje. Esto se tratará en profundidad cuando se entregue el brief a aquellas agencias que pasen a la segunda etapa.

41. En el **Formulario N°4: Documentos Legales** se solicita entregar un Informe Legal suscrito por un abogado. Con esto se refiere a que todos los papeles solicitados y recopilados deben estar firmados por un abogado, o implica un estudio legal de la sociedad.

R: Se refiere al estudio legal de la sociedad y la vigencia de los poderes del representante legal.

42. Al presentar el OBJETIVO GENERAL, hablan del posicionamiento actual que tiene la compañía. ¿Cuál es ese posicionamiento?

R: El posicionamiento e historia de Metro y sus comunicaciones serán presentados en el brief a aquellas agencias que pasen a la segunda etapa.

43. “Transformar al Metro de Santiago en una entidad que brinda algo más allá del transporte diario” ¿Existen pilares de marca que representen esto?
R: Si, y serán explicados en la presentación de brief a aquellas agencias que pasen a la segunda etapa.
44. ¿Tienen un documento o manual de marca en donde se pueda conocer todo lo respecto a la marca?
R: Si, existe un manual de marca y será entregada durante el brief a aquellas empresas que pasen a la segunda etapa.
45. ¿El número de campañas realizadas al año (22) son números fijos o varían?
R: Ver respuesta a pregunta 15.
46. Considerando que no exigen el cargo de planning dentro del equipo, ¿Metro es quien se encarga de desarrollar la estrategia de cada campaña?
R: Metro entregará un brief, como el detallado en las Especificaciones Técnicas, en donde se indica el objetivo de cada campaña y los aspectos que quiere reforzar. De todo esto se hablará en detalle cuando se entregue el brief a las agencias que pasen a la segunda etapa.
47. ¿Cuentan con un presupuesto asignado cerrado al año? ¿este de cuánto sería?
R: SI, existe un presupuesto anual que no se entregará en esta etapa de la licitación, sin embargo este presupuesto también depende de los requerimientos de los clientes internos de la compañía y del entorno de la organización.
48. Respecto a las campañas culturales que auspicia Metro como Santiago en 100 palabras, ¿La agencia se hace cargo?
R: El caso de cobrandings como Santiago en 100 palabras depende del nivel de liderazgo del cobranding por parte de Metro, en los casos en que Metro lidera el cobranding el diseño del Concepto central creativo es de responsabilidad de Metro. En el caso en que Metro participa en un 50%, el diseño es de responsabilidad de un tercero con dirección Metro.
49. 1º Sobre "Antecedentes Técnicos", 2º sobre "Oferta Económica" y 3º sobre "Propuesta Creativa" (en caso de pasar a la segunda etapa) de todos estos se debe entregar 2 versiones (original y copia)
R: Para el 11 de julio sólo deben entregar el sobre “Antecedentes Técnicos” y “Oferta Económica” en original y copia cada uno. Son sobres separados y cerrados.

La “Propuesta Creativa” la entregarán posteriormente sólo aquellas agencias que pasen a la segunda etapa.

50. En el documento "Especificaciones Técnicas" en el punto 8 "Las propuestas recibidas dentro del plazo serán abiertas y revisadas por una comisión evaluadora de Metro, la que procederá a evaluar los antecedentes técnicos entregados por los proponentes en función de las siguientes ponderaciones" ¿Cuáles?

R: Se refiere a las ponderaciones especificadas en el punto 13 de las Bases de Licitación que dice:

Evaluación de los antecedentes técnicos

Las propuestas recibidas dentro del plazo serán abiertas y revisadas por una comisión evaluadora conformada para tales efectos.

La ponderación general de los antecedentes presentados se indica en el siguiente cuadro:

Resumen Calificación	
Items	Ponderación por ítem
Premios	20%
Campañas destacadas, Curriculum y Experiencia	30%
Cuentas	50%
Total	100%

51. En el caso del punto 6.4 se habla que la oferta económica debe indicar el fee “sobre la base de la apertura de los gastos mensuales” ¿A qué se refiere con esta apertura de gastos mensuales?

R: Se refiere a que el fee debe considerar todos los gastos mensuales en que incurre la agencia para prestar el servicio definido y por lo tanto se entiende que será el concepto único de retribución.

52. En el mismo punto se indica que el fee debe cubrir los servicios de Publicidad Masiva, Marketing Relacional y Marketing Interno. No se debe considerar marketing digital o redes sociales?. ¿Se debe presentar como un solo fee por todo, o abierto por cada tipo de servicios?

R: Ver respuesta a pregunta 33.

53. El equipo que se presente debe estar definido 100% con nombre el día de la presentación de antecedentes técnicos?
R: deben ser las personas que se especifiquen en los antecedentes técnicos. Si en el futuro se debe modificar a alguien debe ser presentado y aprobado por Metro.
54. Las dedicaciones de tiempo propuestas para el equipo se pueden modificar?
R: Si, son estimaciones de lo que deberían dedicar para hacer el trabajo de Metro, sin considerar las reuniones semanales de coordinación y consideran los tiempos mínimos requeridos.
55. Se puede abrir esos porcentajes de tiempo?. Por ejemplo, se pueden poner 2 ejecutivos al 25% en vez de uno al 50%?
R: Si.
56. El equipo de trabajo indicado en el punto 3 de especificaciones técnicas, ¿Puede ser modificado en número y perfiles?, es decir ¿Se podrá proponer un equipo de mayor tamaño y con ciertos roles que no están indicados en el quipo mínimo?
R: Si es un equipo mayor, mejor.
57. ¿Cuál sería la glosa exacta de la boleta de garantía para presentar junto a la oferta económica?
R: Ver respuesta a pregunta 1.