

R-DCA-0120-2018

CONTRALORÍA GENERAL DE LA REPÚBLICA. División de Contratación Administrativa.

San José, a las catorce horas cuarenta y dos minutos del seis de febrero del dos mil dieciocho.-
Recurso de apelación interpuesto por el **Consorcio LA COMUNA-ELASTIKO**, en contra del acto de adjudicación de la **Licitación Abreviada No. 2017LA-000045-0010400001** promovida por el **Instituto sobre Alcoholismo y Farmacodependencia** para la contratación de servicios de "Producción audiovisual para campañas del IAFA en los periodos 2017 y 2018", específicamente contra el acto de adjudicación recaído a favor de las empresas **RMC LA PRODUCTORA S.A.**, un monto de ¢109.419.740,00. -----

RESULTANDO

I.- Que el Consorcio apelante interpuso el recurso de referencia el día veintiocho de noviembre de dos mil diecisiete.-----

II.- Que mediante auto de las trece horas cincuenta y tres minutos del treinta de noviembre del dos mil diecisiete, se requirió a la Administración el expediente del concurso. Dicha solicitud fue atendida mediante el oficio No. AA-AB-243-12-17 del primero de diciembre de dos mil diecisiete, indicando que el concurso se tramitó por medio del Sistema Integrado de Contratación Pública, por lo que remite a esa plataforma para su consulta. -----

III.- Que mediante el auto de las nueve horas con veintidós minutos del doce de diciembre de dos mil diecisiete se confirió la audiencia inicial a la Administración y la empresa adjudicataria, la cual fue atendida oportunamente en escritos que constan agregados al expediente del recurso de apelación. -----

IV.- Que mediante el auto de las nueve horas y cincuenta y seis minutos del veintiuno de diciembre de dos mil diecisiete se confirió audiencia especial a la empresa adjudicataria y al Consorcio apelante para que se refirieran al allanamiento de la Administración, así como se confirió la misma audiencia al Consorcio apelante y la Administración para que se refirieran a los incumplimientos imputados al Consorcio apelante por la adjudicataria, así como los cuestionamientos a los análisis realizados por la Administración. Todas las audiencias fueron atendidas oportunamente según consta en los escritos agregados al expediente del recurso de apelación. -----

V.- Que mediante el auto de las diez horas y dieciséis minutos del dieciséis de enero de dos mil dieciocho se confirió audiencia final de conclusiones a todas las partes, la cual fue atendida por

las partes, según consta en los respectivos escritos agregados al expediente del recurso de apelación.-----

VI.- Que en la tramitación del presente asunto se han observado las prescripciones constitucionales, legales y reglamentarias pertinentes.-----

CONSIDERANDO

I.-Hechos probados. Con vista en el Sistema de Integrado de Compras Públicas y para efectos de la resolución del presente asunto, se tienen por demostrados los siguientes hechos de interés: **1)** Que el Instituto sobre Alcoholismo y Farmacodependencia promovió la Licitación Abreviada No. 2017LA-000045-0010400001 para la contratación de servicios de producción audiovisual para campañas del IAFA en los periodos 2017 y 2018, tal y como se aprecia en el Sistema Integrado de Compras Públicas:

[1. Información general]

Funcionarios relacionados	Funcionarios relacionados con el concurso	Estado del concurso	Adjudicación en firme
Fecha/hora de publicación	19/10/2017 09:46	Cartel	Real
Número de procedimiento	2017LA-000045-0010400001	Número de Mer-link	20171001334 - 00
Nombre de la institución	INSTITUTO SOBRE ALCOHOLISMO Y FARMACODEPENDENCIA	Concurso confidencial	No
Encargado de publicación, gestión de objeciones y apertura	Silvia Navarro Mora	Elaborador	Silvia Navarro Mora
Encargado de solicitar estudio de ofertas/recomendación de adjudicación	Silvia Navarro Mora	Registro del cartel	Modificar
Versiones del cartel	20171001334-01 20171001334-02	Versión en consulta	20171001334-00
Descripción del procedimiento	Producción audiovisual para campañas IAFA 2017 y 2018		
Clasificación del objeto	SERVICIOS		
Tipo de procedimiento	LICITACIÓN ABREVIADA		
Tipo de modalidad	Servicios		
Tipo de recepción de ofertas	En línea	Lugar de apertura	http://www.mer-link.co.cr
Inicio de recepción de ofertas	19/10/2017 10:00	Cierre de recepción de ofertas	01/11/2017 14:00
Fecha/hora de apertura de ofertas	01/11/2017 14:05	Plazo de adjudicación	10 Días hábiles
Presupuesto total estimado	142.707.000 [CRC]	Presupuesto total estimado USD (Opcional)	

(visible en el siguiente link del expediente electrónico https://www.sicop.go.cr/moduloOferta/search/EP_SEJ_COQ603.jsp?cartelNo=20171001334&cartelSeq=00&isPopUp=Y&currSeq=00). **2)** Que en dicha licitación se presentaron entre otras las ofertas de la empresa RMC La Productora S.A. y el Consorcio La Comuna-Elastiko Films según se aprecia en el Sistema Integrado de Compras Públicas:-----

Posición de ofertas ▼	Número de la oferta	Ofertas alternativas	Calificación dada por el proveedor	Precio presentado ▼	Conversión de precio[USD] ▼	Estado de la oferta
	Nombre del proveedor ▼			Fecha/hora de la presentación ▼	Documento adjunto	Precio de la mejora de precios
1	2017LA-000045-00104000 01-Partida 1-Oferta 5	No	100	109.419.740 [CRC]	191.396,98	Continúa para estudio de oferta
	RMC LA PRODUCTORA SOCIEDAD ANONIMA			01/11/2017 13:14	 5	
2	2017LA-000045-00104000 01-Partida 1-Oferta 1	No	85,94	118.120.000 [CRC]	206.615,47	Continúa para estudio de oferta
	CREW NOSOTROS FILMS SOCIEDAD ANONIMA			01/11/2017 10:07	 9	
3	2017LA-000045-00104000 01-Partida 1-Oferta 4	No	83,32	124.537.420 [CRC]	217.840,82	Continúa para estudio de oferta
	ELASTIKO FILMS SOCIEDAD ANONIMA			01/11/2017 13:12	 1	
4	2017LA-000045-00104000 01-Partida 1-Oferta 2	No	92,78	125.934.048 [CRC]	220.283,8	Continúa para estudio de oferta
	ESTUDIO VERNE SOCIEDAD ANONIMA			01/11/2017 11:10	 1	
5	2017LA-000045-00104000 01-Partida 1-Oferta 3	No	88,38	138.725.790 [CRC]	242.659,12	Continúa para estudio de oferta
	GRUPO DE PRODUCCION CREATIVA G P C LIMITADA			01/11/2017 11:16	 14	

5 resultados

(El resultado de la apertura de ofertas se puede acceder mediante el vínculo electrónico: https://www.sicop.go.cr/moduloOferta/servlet/search/EP_SEV_COQ622?isPopup=Y&fromESFlag=Y&cartelNo=20171001334&cartelSeq=00&cartelCate=1 / En el caso de la oferta de la empresa RMC La Productora se puede acceder el archivo Oferta IAFA.pdf al siguiente vínculo electrónico: https://www.sicop.go.cr/moduloBid/open/bid/EP_OPJ_EXA222.jsp?bidocUnikey=D20171101131405120615095636453520&releaseYn=N&cartelNo=20171001334&cartelSeq=00 / En el caso de la oferta del Consorcio se puede acceder el archivo Oferta_IAFA_FINAL_FIRMADA.pdf disponible en el siguiente vínculo electrónico: https://www.sicop.go.cr/moduloBid/open/bid/EP_OPJ_EXA222.jsp?bidocUnikey=D20171101131248120215095635681660&releaseYn=N&cartelNo=20171001334&cartelSeq=00). **3)** Que el acto de adjudicación de las líneas 1, 2, 3, 4 y 5 de la licitación, recayó sobre la empresa RMC La Productora S.A. por un monto de ¢109.419.740,00. (véase el vínculo electrónico: https://www.sicop.go.cr/moduloOferta/search/EP_SEJ_COQ623.jsp?cartelNo=20171001334&cartelSeq=00&adjuSeqno=203279-&isPopUp=Y&isViewExamResult=Y&execTypeEnd=F). **4)** Que en la oferta de la empresa RMC La Productora S.A. se presentó una declaración jurada respecto de los siguientes proyectos para acreditar la experiencia en grabación de spots publicitarios cinematográficos:-----

Cliente - Marca	Campaña	Datos del cliente	Fecha del servicio	Cámaras utilizadas	Enlace digital con muestra del servicio
Esencial Costa Rica	“La esencia somos todos”	Gloriana Castro 8880-4348	2016	Red Epic Dragon	https://vimeo.com/169578929
New Balance	“El Alma de la Sele”	Edgar Natush 8710- 9555	Junio 2015	Black Magic 2.5	https://vimeo.com/132855622
DEMASA	“Los Sabores de Costa Rica”	Ana Bonilla 8383- 3072	Julio 2014.	Alexa XT	https://vimeo.com/106547213
IMPERIAL	¿Porqué brindamos los ticos?	Elke Madrigal 2287- 4831	Diciembr e 15	Sony A7s	https://vimeo.com/152623842
GOLLO	“Día del Padre 2015”	Mario Gutiérrez 7076-5022	Mayo 2015	Red Epic Dragon	https://vimeo.com/133086995
Super Perro	“La Carta de Dori 2”	Nestor Villalobos 8522-7451	Noviemb e 2016.	Black Magic Ursa mini Pro	https://vimeo.com/200261294
American Express	AMEXplorador	Samanta Lavoreve +1(786)95 3-0908	Setiembre - Octubre 2015.	Sony A7s	https://vimeo.com/152211203
Junta de Protección Social de San José	“Chances 2016”	Evelin Blanco 8322-5606	2016	Black Magic 2.5	https://vimeo.com/182585423
BUDWEISE R	“Music makes us make”	Edgar Natush 8710-9555	Marzo- Mayo 2015.	Sony A7s	https://vimeo.com/152190252
GOLLO	“Navidad 2015”	Mario Gutiérrez 7076-5022	noviemb e 2015.	Alexa XT	https://vimeo.com/152197688

Junta de Protección Social	"Día del Padre 2017"	Evelin Blanco 8322-5606	2017	<i>Black Magic Ursa Mini Pro</i>	https://vimeo.com/218548521
INAMU	"#SoyPólitica"	Mauricio Arias 8813-7711	junio 2017	<i>Black Magic Ursa Mini Pro</i>	https://vimeo.com/236834093/c9caec8364
BAVARIA	"Tu Mejor Verano"	Andrea Guerra 8835-1171	diciembre 2016.	<i>Alexa XT</i>	https://vimeo.com/200086016
American Express	"Bogotá Food Week"	Samanta Lavoreve +1(786)953-0908	agosto 2016	<i>Sony A7s</i>	https://vimeo.com/182894330
Teletica Canal 7	"Así somos"	Mario Najera 8860-9718	Noviembre-Diciembre 2014	<i>Sony A7s</i>	https://vimeo.com/120315647

(visible en las páginas 4 y 5 del archivo Oferta IFAF.pdf en el siguiente vínculo electrónico:

https://www.sicop.go.cr/moduloBid/open/bid/EP_OPJ_EXA222.jsp?bidDocUnikey=D20171101131405120615095636453520&releaseYn=N&cartelNo=20171001334&cartelSeq=00). **5)** Que en la oferta del Consorcio La

Comuna-Elastiko Films se presentó una declaración jurada respecto de los siguientes proyectos para acreditar la experiencia en grabación de spots publicitarios cinematográficos:-----

	CLIENTE / MARCA	CAMPAÑA	DATOS DEL CLIENTE (EMPRESA, NOMBRE TELÉFONO Y CORREO)	FECHA DEL SERVICIO	CÁMARAS UTILIZADAS	ENLACE DIGITAL CON MUESTRA DEL SERVICIO
1	Nissan	Noches Buenas	TBWA - Juan Carlos Alvarez - 60512803 - jalvarez@tbwacr.com	07/2016	Red Epic MX	Ver Video
2	Coope-servidores	Caras	Leo Burnett - Natalia Alvarado - 60806006 - natalia.alvarado@leoburnettcr.com	09/ 2017	Ursa Mini Pro Blackmagic 4.6K	Ver Video
3	Uber	Drivers	Madison DDB - Carlos León - 88773512 - carlos@madisonddb.com	02/2017	Red Epic MX	Ver Video

4	Kolbi	Semana K	Publimark - Julio Romero - 88330120 - jromero@publimark.co.cr	04/2016	Red Epic MX	Ver Video
5	Tropical	Verano	Jotabequ - Stefani Benavides - 88888439 - sbenavides@jotabequ.com	11/2016	Red Epic MX	Ver Video
6	Tropical	Herbal	Jotabequ - Stefani Benavides - 88888439 - sbenavides@jotabequ.com	01/2017	Red Epic MX	Ver Video
7	Claro	Drone	Oglivy & Mather - José Daniel Hidalgo - 72902152 - dhidalgo@applebox.cr	10/2015	DJI Phantom 4 Pro 4K	Ver Video
8	KFC	Manifiesto	Havas Tribu - Walter Benavides - 88212751 - walter.benavides@havastribu.com	06/2017	Red Epic MX	Ver Video
9	UIA	El cambio lo hacemos juntos	Publimark - Alejandra Acosta - 71024247 - aacosta@publimark.co.cr	06/2017	Red Epic MX	Ver Video
10	Shnit 2017	Promo Festival	DeleFoco - Josué Fishel - Cel: 83231224 - Mail: josue@delefoco.com	10/2016	Ursa Mini Pro Blackmagic 4.6K	Ver Video
11	Dos Pinos	Verano	Garnier BBDO - Tomas Jankovich - 89181920 tomas.jankovich@garnierbbdo.com	12/15	Red Epic MX	Ver Video
12	Gollo	Navidad	McCann Worldgroup - Lucia Salas - 88187144 lucia.salas@mccann.co.cr	10/2016	Red Epic MX	Ver Video
13	INS	Seguro Voluntario de Automóviles	La Tres - María José Medina - 60489769 mmedina@latres.com	02/2016	Red Epic MX	Ver Video
14	Banco Nacional	BN Rapiditos	Garnier BBDO - Tomas Jankovich - 89181920 tomas.jankovich@garnierbbdo.com	10/2016	Arri Amira	Ver Video
15	SCA	Saba	Noise - Fabrizio Barth - 60486768 - fabrizio@bigwebnoise.com	10/2016	Arri Amira	Ver Video
16	Popeyes Louisiana Kitchen	Puerta Secreta	FCB/CREA - Borja Prado - 60528656 - bprado@crea.co.cr	06/2016	Red Epic MX	Ver Video
17	Multicentro	Navidad 2016	Agencia GOD Branding - Jacobo Riba - 70136633 - jacobogodbranding.com	11/2017	Fs7 Sony 4k	Ver Video

18	Zoopla	Zoopla 2017	La Casa Films (Chile) - Axel Brinck - +56995195562 - axel@lacasafilms.com	02/2017	Red Dragon 6K	Ver Video
----	--------	-------------	------------------------------------------------------------------------------------	---------	---------------	---------------------------

(visible en las páginas 21, 22 y 23 del archivo Oferta_IAFA_FINAL_FIRMADA.pdf disponible en: https://www.sicop.go.cr/moduloBid/open/bid/EP_OPJ_EXA222.jsp?bidocUnikey=D20171101131248120215095635681660&releaseYn=N&cartelNo=20171001334&cartelSeq=00). **6)** Que en el estudio de admisibilidad de las ofertas se determinó que tanto la empresa adjudicada como el Consorcio apelante resultaban ofertas elegibles en el concurso:-----

[Información de la oferta]				
Listado de ofertas seleccionadas para la verificación.				
Posición	Nombre de Proveedor	Número de la oferta	Fecha y hora de solicitud	Resultado de verificación
1	RMC LA PRODUCTORA SOCIEDAD ANONIMA	2017LA-000045-0010400001-Partida 1-Oferta 5	02/11/2017 13:44	Cumple
2	CREW NOSOTROS FILMS SOCIEDAD ANONIMA	2017LA-000045-0010400001-Partida 1-Oferta 1	02/11/2017 13:44	No cumple
3	ELASTIKO FILMS SOCIEDAD ANONIMA	2017LA-000045-0010400001-Partida 1-Oferta 4	02/11/2017 13:44	Cumple
4	ESTUDIO VERNE SOCIEDAD ANONIMA	2017LA-000045-0010400001-Partida 1-Oferta 2	02/11/2017 13:44	No cumple
5	GRUPO DE PRODUCCION CREATIVA GPC LIMITADA	2017LA-000045-0010400001-Partida 1-Oferta 3	02/11/2017 13:44	No cumple

(visible en el vínculo electrónico: <https://www.sicop.go.cr/moduloBid/common/review/EpExamReqDetailQ.jsp?examSeqno=241636&isPopUp=Y>). **7)**

Que mediante el oficio No. AA-PC-373-11-17 del 13 de noviembre de 2017 se rindió la recomendación de adjudicación indicando en lo que interesa respecto de la experiencia en spots publicitarios cinematográficos:

EXPERIENCIA EN GRABACIÓN DE SPOTS PUBLICITARIOS CINEMATOGRAFICOS

Para realizar el estudio de la experiencia, se verificaron las cámaras declaradas en la página oficial de cada fabricante y se anexa a este documento. Se resume revisión de las capacidades de las cámaras declaradas con el siguiente cuadro:

Marca y modelo declarado	Cámara cinematográfica	Resolución con capacidad 4K	Especificación es técnicas del fabricante	Resultado de la verificación
Alexa XT	Cumple según especificaciones técnicas del fabricante.	No cumple, especificaciones técnicas del fabricante menciona capacidad máxima de 3.2K	http://www.arri.com/camera/alexaca/cameras/camera_details/alexaxt/subsection/technical_data/	No cumple, la cámara no permite grabación de videos en 4K.
Arri Amira	Cumple según especificaciones técnicas del fabricante.	Cumple según especificaciones técnicas del fabricante.	http://www.arri.com/camera/amiraca/camera_details/amira/subsection/overview/	Cumple.

Black Magic 4.6K	Cumple según especificaciones técnicas del fabricante.	Cumple según especificaciones técnicas del fabricante.	https://www.blackmagicdesign.com/api/print/products/blackmagicursaminipro/techspecs/W-URSA-20?filename=ursaminipro-techspecs.pdf	Cumple
Black Magic Ursa Mini Pro	Cumple según especificaciones técnicas del fabricante.	Cumple según especificaciones técnicas del fabricante.	https://www.blackmagicdesign.com/api/print/products/blackmagicursaminipro/techspecs/W-URSA-20?filename=ursaminipro-techspecs.pdf	Cumple
Black Magic 2.5	Cumple, cámara no está enlistada en la página del fabricante pero sí en 2 de los revendedores B&H Photo y Adorama.	No cumple, cámara tiene capacidad de grabación de 2.5K.	https://www.bphotovideo.com/c/product/855879-REG/Blackmagic_Design_BMD_CINECAM26KEF_Cinema_Camera.html	No cumple. La cámara no se considera de alta gama debido a que se lanzó en el 2012 y ya no está vigente. No permite grabación en 4K.
DJI Phantom Pro 4K	No cumple, es un dron con capacidad de grabación profesional pero no califica como cámara cinematográfica.	Cumple según especificaciones técnicas del fabricante.	http://www.dji.com/phantom-4-pro?site=brandsite&from=nav	No cumple, no es cámara cinematográfica.
Red Dragon 6K	Cumple según especificaciones técnicas del fabricante.	Cumple según especificaciones técnicas del fabricante.	http://www.red.com/products/epic-dragon#tech-specs	Cumple
Red Epic Dragon	Cumple según especificaciones técnicas del fabricante.	Cumple según especificaciones técnicas del fabricante.	http://www.red.com/products/epic-dragon#tech-specs	Cumple
Red Epic MX	Cumple según especificaciones técnicas del fabricante.	Cumple según especificaciones técnicas del fabricante.	http://www.red.com/products/epic-mx#tech-specs	Cumple
Sony A7s	No cumple, la cámara no califica como cámara cinematográfica, es cámara fotográfica con capacidad de grabación.	Cumple según especificaciones técnicas del fabricante.	https://www.sony.es/electronics/cameras-lentes-intercambiables/ilce-7s/specifications#features	No cumple, es una cámara fotográfica.
Sony FS7	Cumple según especificaciones técnicas del fabricante.	Cumple según especificaciones técnicas del fabricante.	https://www.sony.es/pro/product/broadcast-products-camcorders-digital-motion-picture-camera/pxw-fs7/	Cumple

2.1 Experiencia RMC LA PRODUCTORA SOCIEDAD ANONIMA / Se le asigna a la empresa RMC LA PRODUCTORA un total de 15%, por contar con 5 proyectos que cumplen con los requisitos establecidos en experiencia.

	Ciente - Marca	Campaña	Datos del cliente	Fecha del servicio	Cámaras utilizadas	Enlace digital con muestra del servicio	Resultado de la evaluación
1	Esencial Costa Rica	"La esencia somos todos"	Gloriana Castro 8880-4348	2016	Red Epic Dragon	https://vimeo.com/169578929	Cumple
2	New Balance	"El Alma de la Sele"	Edgar Natush 8710-9555	Junio 2015.	Black Magic 2.5	https://vimeo.com/132855622	No cumple, la cámara no califica.
3	DMASA	"Los Sabores de Costa Rica"	Ana Bonilla 8383-3072	Julio 2014.	Alexa XT	https://vimeo.com/106547213	No cumple, la cámara no califica.
4	IMPERIAL	¿Porqué brindamos los ticos?	Elke Madrigal 2287-4831	Diciembre 15	Sony A7s	https://vimeo.com/152623842	No cumple, la cámara no califica.
5	GOLLO	"Día del Padre 2015"	Mario Gutiérrez 7076-5022	Mayo 2015.	Red Epic Dragon	https://vimeo.com/133086995	Cumple
6	Super Perro	"La Carta de Dori 2"	Nestor Villalobos 8522-7451	Noviembre 2016.	Black Magic Ursa mini Pro	https://vimeo.com/200261294	Cumple
7	American Express	AMEXplorador	Samanta Lavoreve +1(786)953-0908	Setiembre- Octubre 2015.	Sony A7s	https://vimeo.com/152211203	No cumple, la cámara no califica.
8	Junta de Protección Social de San José	"Chances 2016"	Evelin Blanco 8322-5606	2016	Black Magic 2.5	https://vimeo.com/182585423	No cumple, la cámara no califica.
9	BUDWEISER	"Music makes us make"	Edgar Natush 8710-9555	Marzo-Mayo 2015.	Sony A7s	https://vimeo.com/152190252	No cumple, la cámara no califica.
10	GOLLO	"Navidad 2015"	Mario Gutiérrez 7076-5022	noviembre 2015.	Alexa XT	https://vimeo.com/152197688	No cumple, la cámara no califica.
11	Junta de Protección Social	"Día del Padre 2017"	Evelin Blanco 8322-5606	2017	Black Magic Ursa Mini Pro	https://vimeo.com/218548521	Cumple
12	INAMU	"#SoyPolítica"	Mauricio Arias 8813-7711	junio 2017	Black Magic Ursa Mini Pro	https://vimeo.com/236834093/c9caec8364	Cumple

13	BAVARIA	"Tu Mejor Verano"	Andrea Guerra 8835-1171	diciembre 2016.	Alexa XT	https://vimeo.com/200086016	No cumple, la cámara no califica.
14	American Express	"Bogotá Food Week"	Samanta Lavoreve +1(786)953-0908	agosto 2016	Sony A7s	https://vimeo.com/182894330	No cumple, la cámara no califica.
15	Teletica Canal 7	"Así somos"	Mario Najera 8860-9718	Noviembre- Diciembre 2014	Sony A7s	https://vimeo.com/120315647	No cumple, la cámara no califica.

2.2 Experiencia ELASTIKO FILMS SOCIEDAD ANONIMA / Se le asigna a la empresa ELASTIKO FILMS un total de 30%, por contar con 17 proyectos que cumplen con los requisitos establecidos en experiencia.

	CLIENTE / MARCA	CAMPAÑA	DATOS DEL CLIENTE (EMPRESA, NOMBRE TELÉFONO Y CORREO)	FECHA DEL SERVICIO	CÁMARA S UTILIZADAS	ENLACE DIGITAL CON MUESTRA DEL SERVICIO	Resultado de evaluación
1	Nissan	Noches Buenas	TBWA - Juan Carlos Alvarez - 60512803 - jalvarez@bwacr.com	07/2016	Red Epic MX	Ver Video	Cumple
2	Cooperativas	Caras	Leo Burnett Natalia Alvarado 60806006 natalia.alvarado@leoburnettcr.com	09/ 2017	Ursa Mini Pro Blackmagic 4.6K	Ver Video	Cumple
3	Uber	Drivers	Madison DDB Carlos León 88773512 carlos@madisonddb.com	02/2017	Red Epic MX	Ver Video	Cumple
4	Kolbi	Semana K	Publmark - Julio Romero - 88330120 - jromero@publmark.co.cr	04/2016	Red Epic MX	Ver Video	Cumple
5	Tropical	Verano	Jotabequ - Stefani Benavides - 88888439 - sbenavides@jotabequ.com	11/2016	Red Epic MX	Ver Video	Cumple
6	Tropical	Herbal	Jotabequ - Stefani Benavides - 88888439 - sbenavides@jotabequ.com	01/2017	Red Epic MX	Ver Video	Cumple
7	Claro	Drone	Ogilvy & Mather - José Daniel Hidalgo - 72902152 - dhidalgo@applebox.cr	10/2015	DJI Phantom 4 Pro 4K	Ver Video	No cumple, la cámara no califica.

8	KFC	Manifiesto	Havas Tribu - Walter Benavides - 88212751 walter.benavides@havastribu.com	06/2017	Red Epic MX	Ver Video	Cumple
9	UIA	El cambio lo hacemos juntos	Publimark - Alejandra Acosta - 71024247 - aacosta@publimark.co.cr	06/2017	Red Epic MX	Ver Video	Cumple
10	Shnit 2017	Promo Festival	DeleFoco - Josué Fishel - Cel: 83231224 - Mail: josue@delefoco.com	10/2016	Ursa Mini Pro Blackmagi c 4.6K	Ver Video	Cumple
11	Dos Pinos	Verano	Garnier BBDO - Tomas Jankovich- 89181920 tomas.jankovich@garnierbdo.com	12/15	Red Epic MX	Ver Video	Cumple
12	Gollo	Navidad	McCann Worldgroup - Lucia Salas - 88187144 lucia.salas@mccann.co.cr	10/2016	Red Epic MX	Ver Video	Cumple
13	INS	Seguro Voluntario de Automóviles	La Tres - María José Medina - 60489769 mmedina@latres.com	02/2016	Red Epic MX	Ver Video	Cumple
14	Banco Nacional	BN Rapiditos	Garnier BBDO - Tomas Jankovich- 89181920 tomas.jankovich@garnierbdo.com	10/2016	Arri Amira	Ver Video	Cumple
15	SCA	Saba	Noise - Fabrizio Barth - 60486768- fabrizio@bigwebnoise.com	10/2016	Arri Amira	Ver Video	Cumple
16	Popeyes Louisiana Kitchen	Puerta Secreta	FCB/CREA - Borja Prado - 60528656- bprado@crea.co.cr	06/2016	Red Epic MX	Ver Video	Cumple
17	Multicentro	Navidad 2016	Agencia GOD Branding - Jacobó Riba - 70136633 - jacobó@godbranding.com	11/2017	Fs7 Sony 4k	Ver Video	Cumple
18	Zoopla	Zoopla 2017	La Casa Films (Chile) - Axel Brinck - +56995195562 - axel@lacasafilms.com	02/2017	Red Dragon 6K	Ver Video	Cumple

(visible en el siguiente vínculo:

<https://www.sicop.go.cr/moduloBid/common/review/EpExamRcvResultQ.jsp?examSeqno=241636&examStaffId=G3007045737063>). **8)** Que de la aplicación del sistema de evaluación previsto, se tiene que la oferta de la empresa RMC La Productora S.A. obtuvo una calificación de 85% frente a una calificación de 83.32% del Consorcio apelante, según consta en el Sistema Integrado de Compras Públicas:-----

Número de procedimiento	2017LA-000045-0010400001	Número de Mer-link	20171001334 - 00 - 1
Descripción del procedimiento	Producción audiovisual para campañas IAFA 2017 y 2018		
Tipo de procedimiento	LICITACIÓN ABREVIADA		
Número de la oferta	2017LA-000045-0010400001-Partida 1-Oferta 5	Fecha/hora de presentación de evaluación	01/11/2017 10:56
Comentarios	La moneda del monto es el USD.		
Número de documento	0712017002600211		

[Resultado de cada ítem de la evaluación] Posicione el cursor del mouse sobre el contenido de la evaluación para consultar el detalle.

Porcentaje de evaluación%	Factor de evaluación	Valor de referencia	Contenido del registro del proveedor	Corrección por la institución	*Calificación obtenida
55	[1313] Precio	-	191.396,980881	191.396,980881	55
5	[1318] Experiencia Adicional	5	5	5	5
30	[1328] Experiencia	-	Sí	Sí	15
10	[2065] Premios recibidos	-	Sí	Sí	10

[Resultado de la evaluación]

Calificación automática	*Calificación final	Justificación
100	85	

Número de procedimiento	2017LA-000045-0010400001	Número de Mer-link	20171001334 - 00 - 1
Descripción del procedimiento	Producción audiovisual para campañas IAFA 2017 y 2018		
Tipo de procedimiento	LICITACIÓN ABREVIADA		
Número de la oferta	2017LA-000045-0010400001-Partida 1-Oferta 4	Fecha/hora de presentación de evaluación	01/11/2017 13:10
Comentarios	La moneda del monto es el USD.		
Número de documento	0712017002600211		

[Resultado de cada ítem de la evaluación] Posicione el cursor del mouse sobre el contenido de la evaluación para consultar el detalle.

Porcentaje de evaluación%	Factor de evaluación	Valor de referencia	Contenido del registro del proveedor	Corrección por la institución	*Calificación obtenida
55	[1313] Precio	-	217.840,822823	217.840,822823	48,32
5	[1318] Experiencia Adicional	5	5	5	5
30	[1328] Experiencia	-	Sí	Sí	30
10	[2065] Premios recibidos	-	No	Sí	0

[Resultado de la evaluación]

Calificación automática	*Calificación final	Justificación
93,32	83,32	

(en el caso de la evaluación de la empresa RMC La Producción S.A. ver vínculo electrónico: https://www.sicop.go.cr/moduloOferta/search/EP_SEJ_EXA257.jsp?cartelNo=20171001334&cartelSeq=00&cartelCate=1&bidocUnikey=D20171101131405120615095636453520&reAdjuCnt=0, mientras que en el caso del Consorcio apelante puede verse el siguiente vínculo electrónico:

https://www.sicop.go.cr/moduloOferta/search/EP_SEJ_EXA257.jsp?cartelNo=20171001334&cartelSeq=00&cartelCate=1&bidocUnikey=D20171101131248120215095635681660&reAdjCnt=0).-----

II.- Sobre el objeto impugnado. Sobre el particular, del recurso se desprende que se ha impugnado en este caso las cinco líneas que componen el objeto de la licitación; sobre lo que resulta necesario precisar que se encuentra compuesto por cinco líneas a saber:

Línea	Cantidad	Descripción del bien o servicio:
1	1	Servicio de producción audiovisual para la campaña de prevención de fumado 2017-2018.
2	1	Servicio de producción audiovisual para la campaña de promoción Deje y Gane 2018.
3	16	Mini videos para plan de pauta en digital y soporte al sitio web institucional durante 2017-2018
4	1	Servicio de producción audiovisual para la campaña de adolescentes 2018.
5	1	Servicio de producción audiovisual para la campaña de padres 2018.

(páginas 4 a 24 del archivo denominado Producción audiovisual de varias campañas modificado.pdf, que se encuentra disponible en el apartado de Información del Cartel, Versión actual, en el siguiente vínculo electrónico: https://www.sicop.go.cr/moduloOferta/search/EP_SEJ_COQ603.jsp?cartelNo=20171001334&cartelSeq=00&isPopu=Y&currSeq=00). A su vez, el mismo cartel dispuso en su punto 9 de la Sección I. Llamado a cotizar que: “9. No se permite la cotización parcial de las partidas, el (la) oferente deberá tener presente que al momento de cotizar deberá realizarlo para TODA LA PARTIDA de forma íntegra, entiéndase todas las líneas que conforman la partida.” (página 1 del archivo denominado Producción audiovisual de varias campañas modificado.pdf, que se encuentra disponible en el apartado de Información del Cartel, Versión actual, en el siguiente vínculo electrónico: https://www.sicop.go.cr/moduloOferta/search/EP_SEJ_COQ603.jsp?cartelNo=20171001334&cartelSeq=00&isPopu=Y&currSeq=00). De esa forma, para efectos de la ponderación del monto y la competencia, este órgano contralor estima que la Administración determinó la adjudicación integral de todas las líneas para una sola empresa, lo cual también se refleja en la aplicación del factor precio en el sistema de evaluación que dispuso la comparación de ofertas por el

precio total (página 24 del archivo denominado Producción audiovisual de varias campañas modificado.pdf, que se encuentra disponible en el apartado de Información del Cartel, Versión actual, en el siguiente vínculo electrónico: https://www.sicop.go.cr/moduloOferta/search/EP_SEJ_COQ603.jsp?cartelNo=20171001334&cartelSeq=00&isPopup=Y&currSeq=00). Es por ello que, para efectos del análisis del fondo, se ha estimado que las líneas no son susceptibles de adjudicación parcial, por lo que la discusión de los incumplimientos imputados tanto a la oferta adjudicada como a la presentada por el Consorcio apelante, afectarían la elegibilidad integral para todas las líneas.-----

III.- Sobre la legitimación del Consorcio recurrente. 1) Experiencia de la empresa apelante. En el caso, la empresa adjudicataria ha imputado una serie de incumplimientos respecto de la experiencia del Consorcio apelante a saber: **a)** El spot que corresponde al cliente Claro por la campaña Drone, identificada con el número 7, que se afirma que fue realizado en octubre del 2015 con una cámara DJI Phantom 4 Pro 4K, en tanto estima que en el informe AA-PC-373-11-17 del 13 de noviembre del 2017 de la Administración ya había establecido que esta cámara no cumplía debido a que no es cámara cinematográfica 4. A ello agrega que la experiencia aportada por el oferente es imposible, ya que para la fecha que se alega que se realizó el spot, la cámara utilizada no había salido al mercado, sino hasta un año después. Para acreditarlo remita a páginas web que cita en su escrito. **b)** También cuestiona el spot identificado como número 10 del cliente Shnit 2017, que indica que se realizó en octubre del 2016, utilizando una cámara Ursa Mini Pro Blackmagic 4.6K, en la medida que esa cámara salió al mercado 5 meses después de que supuestamente fue utilizada por el oferente, es decir, sale al mercado en marzo del 2017. Para efectos de acreditarlo remite a prueba de internet que cita en su escrito. **c)** En tercer lugar impugna, el spot identificado con el número 17 del cliente Multicentro, el cual, al revisarlo en el sitio web que el mismo apelante ofrece, confirma que no tiene la duración de 30 segundos, por lo que no puede ser tomado en cuenta para la calificación. **d)** Por último cuestiona spot 11 del cliente Dos Pinos, en la medida que incluyó un link que no lleva a ningún resultado; de forma que no se muestra ningún spot. Por lo expuesto, considera que si el máximo que se podía obtener en la calificación de experiencia era 30 puntos, considera que el apelante aportó 4 spots que no cumplen, por lo que su calificación deja de ser 30 para bajar a 22 puntos. Sobre el particular el Consorcio apelante en la respuesta a la audiencia especial señaló para cada uno de estos incumplimientos que: **a) Spot**

publicitario Claro. Señala que la cámara ofrecida no se considera una cámara cinematográfica y por este motivo el spot ofrecido no fue considerado como válido para la puntuación. Aclara que por un error material e involuntario al momento de digitar el modelo correcto se indicó que la cámara utilizada en ese spot era la DJI Phantom 4 Pro 4K, siendo el modelo correcto Drone Cinestar 8 / Cámara Panasonic GH4 4K. Agrega que ese error no ha tenido mayor trascendencia ni a favor ni en contra de ningún oferente, porque no se configura como una cámara cinematográfica y por ende no fue tomado en cuenta para la puntuación. **b) Spot Shnit 2017.** Amparado a la figura de la subsanación aclara que por error material se indicó erróneamente la fecha de producción del spot publicitario No. 10, cuando lo correcto es octubre 2017, momento en que la cámara Ursa Mini Pro Blackmagic 4.6K ya estaba en el mercado. **c) Spot Multicentro.** Señala que es cierto que el spot no cumple con los 30 segundos, pero aclara que tanto el spot No. 7 de Claro como el No. 17 de Multicentro fueron presentados únicamente con la finalidad de demostrar la diversidad de clientes y equipos utilizados. **d) Spot Dos Pinos.** Indica que señaló correctamente el link y/o hipervínculo para acceder al video respectivo, no obstante, por motivos técnicos desconocidos no funcionó correctamente; por lo que amparado a la subsanación indica el link del spot publicitario No. 11 Dos Pinos en la dirección <https://vimeo.com/151927375> . Por lo expuesto, considera que con el conteo de los spots publicitarios válidos y descartando los dos que no cumplen, continua contando con 16 spots válidos y efectivos que sí cumplen con las especificaciones solicitadas solicitadas por el cartel y que todos en conjunto continúan sumando los 30 puntos referentes a la experiencia. Por su parte, en este punto la Administración señaló respecto de los cuestionamientos en la respectiva audiencia que: **a)** El spot No. 7, de la empresa Claro, no se calificó desde la evaluación realizada inicialmente. **b)** En lo que se refiere al spot No. 10 (Shnit), refiere que la evaluación se basó en la declaración jurada presentada por el oferente, en apego al principio de buena fe y que además se imposibilita para la Administración el saber la fecha exacta en la que se lanzaron al mercado todas las cámaras que fueron utilizadas como parte de la experiencia para este procedimiento. **c)** En cuanto al spot No. 17 (Multicentro) efectivamente no cuenta con los 30 segundos requeridos en el criterio de evaluación. **d)** Señala que el spot No.11 (Dos Pinos) no cuenta con el link válido. Por esas razones, considera que la empresa apelante cuenta únicamente con 15 spots que califican y no 17 como se manifestó en el oficio AA-PC-373-11-17. No obstante lo anterior, en la calificación realizada se otorgó el porcentaje máximo para este

rubro, correspondiendo los 15 spots para un total de 30%, razón por la cual no corresponde realizar ningún ajuste a dicha calificación. **Criterio de la División:** En el caso, la adjudicataria discute la experiencia del Consorcio apelante no solo porque no cumple la cámara, sino porque en algunos casos se ha estimado que la cámara utilizada no se comercializaba al momento de que se obtuvo la experiencia; así como también que un spot no atiende el tiempo de duración requerido y en otro caso no pudo ser verificado. Al respecto, no se pierde de vista que el Consorcio apelante ha referido elementos de descargo para tratar de acreditar el cumplimiento del cartel, sin embargo para ello se ha utilizado información de Internet que este órgano contralor ha estimado que no resulta una prueba válida (véase las resoluciones No. R-DCA-530-2006 de las ocho horas del trece de octubre del dos mil seis y R-DCA-398-2016 de las catorce horas con veintitrés minutos del trece de mayo de dos mil dieciséis, entre otras); lo cual también ocurre en el caso de la empresa adjudicada al momento de imputar sus incumplimientos al Consorcio apelante. Sobre el particular, debe agregarse que si bien en algunos casos se refiere que se trata del sitio del fabricante, esta circunstancia debe presumirse por los datos del vínculo sin que exista otra referencia o dato que permite contar con certeza de que tales afirmaciones sobre el sitio resultan veraces. Sobre el particular, deben considerar las partes que no se trata de una lectura que desconozca los avances tecnológicos y la natural evolución de los medios de prueba, sino de que no existe una acreditación fehaciente del origen del emisor de la información, de la veracidad de esa información y sobre todo de que esa información no podría cambiar en el tiempo con el consecuente impacto en las afirmaciones que se sustenten en esa prueba. En el caso, tanto la parte apelante como adjudicataria afirman sustentarse en los sitios del fabricante o en vínculos electrónicos de las diferentes marcas, pero lo cierto es que únicamente se prueba con sus afirmaciones y con la respectiva impresión de pantalla de un vínculo que también acompaña las imágenes. No obstante, en el caso tampoco puede perderse de vista que el Instituto sobre Alcoholismo y Farmacodependencia (en adelante IAFA), realizó una verificación de los aspectos alegados en contra de la oferta del Consorcio apelante y sin mayor verificación excluye o no la experiencia impugnada, así como afirma que no revisó uno de los proyectos amparado al principio de buena fe. Sobre estas actuaciones, se hace imperativo que este órgano contralor recuerde al Instituto la relevancia de que verifique el cumplimiento tanto de los requisitos de admisibilidad como de evaluación en los concursos públicos, en tanto ello implica atender el principio de eficiencia en la inversión de los fondos

públicos; toda vez que la Administración debe asegurarse que adjudica a la oferta más conveniente conforme las reglas definidas en el cartel. En esta labor, desde luego la Administración no puede hacer una aplicación rígida de las reglas cartelarias, sino que debe echar mano de las figuras como la subsanación en los términos exigidos por los artículos 80 y 83 párrafo segundo del Reglamento a la Ley de Contratación Administrativa, siempre que ello no represente una ventaja indebida o pueda significar un hecho histórico inmodificable. Sobre la tesis del hecho histórico ha señalado este órgano contralor que: *“Conviene advertir además, que si bien en este caso no se presenta argumentación alguna tendiente a acreditar que la experiencia incluida en la oferta, no se encontrara referenciada de forma completa, este órgano contralor por medio de la resolución RDCA-660-2015 de las diez horas con treinta minutos del veintiocho de agosto del dos mil quince, cuando el criterio que prevalecía anteriormente en cuanto al hecho histórico, para que sea posible validar la subsanación de la experiencia aun en el caso de tratarse de obras no referenciadas en la oferta, siempre y cuando éstas se hayan ejecutado antes de la apertura de ofertas. En la resolución en comentario se resolvió expresamente que: “Al respecto, es criterio de esta División que los proyectos mencionados y aportados al proceso por la vía de la subsanación deben ser analizados a la luz del artículo 81, inciso i) del Reglamento a la Ley de Contratación Administrativa, el cual permite la subsanación de los documentos necesarios para probar la veracidad de hechos acaecidos antes de la apertura de ofertas y que estén referenciados de forma completa en la oferta. De conformidad con dicha norma, este órgano contralor ha mantenido la tesis de que únicamente es aceptable la subsanación de la experiencia acaecida antes de la apertura de las ofertas siempre y cuando dicha experiencia haya sido mencionada en la respectiva oferta; sin embargo, se considera que en aplicación de los principios eficacia y de eficiencia, que tienden a la conservación de las ofertas, también es factible permitir a los oferentes que por la vía de la subsanación se pueda incorporar otra experiencia, aún y cuando dicha experiencia no haya sido mencionada en su oferta original, y siempre y cuando dicha experiencia haya sido obtenida antes de la apertura de la oferta; lo anterior, por considerar que ello no concede ninguna ventaja indebida al oferente y además permite a la Administración contar con un mayor número de ofertas”. En este caso, para sustentar el cambio de criterio este órgano contralor consideró que la experiencia obtenida antes de la apertura de ofertas se configura como un hecho histórico, sobre el cual los oferentes no tienen poder de disposición en razón de ser un acto inmodificable y verificable sobre el que*

no se podría llegar a obtener una ventaja indebida una vez realizada la apertura de ofertas. De ahí que al no producirse una lesión en los principios que informan la materia de contratación administrativa a través de la subsanación de un hecho histórico, este órgano contralor optó por una posición a favor del principio de eficiencia, amparada en el espíritu del legislador al momento de la redacción normativa, privilegiando el fondo sobre la forma y reconociendo el carácter instrumental de la contratación administrativa como medio utilizado por la Administración para la satisfacción del interés público, con el objetivo de dotar a la Administración de una mayor cantidad de ofertas, a partir de las cuales se pueda seleccionar al oferente idóneo. En este orden de ideas, en dicha resolución se concluye que: “De este modo, lo que se permite con la posición aquí asumida es que se acredite la experiencia obtenida antes de la apertura de ofertas, que viene constituirse en un hito o hecho que no puede ser disponible por las partes, ya que lo que se habilita es la demostración de tal experiencia y no su obtención con posterioridad a la apertura de las plicas. Con esto no se causa ninguna ventaja indebida, sino que se aplica plenamente la figura de la subsanación que es reconocida en el ordenamiento jurídico (...)”. Bajo ese escenario, incluso la interpretación del inciso que ha hecho este órgano contralor, no solo permite la simple subsanación de los documentos que vengan a demostrar la veracidad de los hechos acaecidos antes de la apertura de las ofertas cuando se trate de información referenciada de forma completa en la oferta, sino que además en aquellos casos en los que la información no se encontrara referenciada de forma completa.” (resolución No. R-DCA-335-2016 las catorce horas cincuenta y dos minutos del veintidós de abril del dos mil dieciséis). A los efectos, se ha extendido la cita del precedente con la finalidad de que esa Administración dimensione también los supuestos de aplicación de la figura y proceda a su aplicación en el caso en concreto respecto de la experiencia del Consorcio apelante y determine cuál es el puntaje real que le corresponde. Si se considera que la experiencia en spots publicitarios cinematográficos se ponderó definiendo que cada spot representa un 2%, hasta llegar a 30% del 100% de la evaluación (página 24 del archivo denominado Producción audiovisual de varias campañas modificado.pdf, que se encuentra disponible en el apartado de Información del Cartel, Versión actual, en el siguiente vínculo electrónico:https://www.sicop.go.cr/moduloOferta/search/EP_SEJ_COQ603.jsp?cartelNo=20171001334&cartelSeq=00&isPopup=Y&currSeq=00), se requiere al menos 15 spots para obtener el 30%. En este caso, de una lectura de los spots publicitarios referenciados, se tiene que de los 18 spots incluidos en la

declaración jurada (hecho probado 5), si se eliminara los 4 spots cuestionados no mantendría los 30 puntos que se estiman por 15 spots; sobre todo si se considera que en uno de los casos el argumento de la Administración ha sido precisamente que amparada a la buena fe objetiva permite el cumplimiento del requisito sin mayor verificación. Es por ello que, sin perjuicio de lo que se dirá en cuanto los incumplimientos de la empresa adjudicataria, procede **declarar parcialmente con lugar** estos incumplimientos, de forma que no se estima que se demuestre el incumplimiento por no sustentarse en prueba válida, pero ante todo se hace imperativo que la Administración verifique con detalle el cumplimiento de la condiciones cartelarias en el caso de esta experiencia. Así entonces, en forma complementaria a lo que se resolverá respecto de la empresa adjudicada procede ordenar a la Administración realizar un análisis de cada uno de los spots conforme sus propias reglas definidas en el cartel. **2) Presentación de información falsa en el procedimiento.** La empresa adjudicataria cuestiona los defectos de la experiencia referida en la declaración jurada del Consorcio apelante, la cual siendo información falsa tiene penas por perjurio y falso testimonio, así como consecuencias graves en materia de contratación administrativa. Al respecto el Consorcio apelante considera que los errores son involuntarios, por lo que aplica la posibilidad de subsanación que contemplan los artículos 80 y 81 del Reglamento a la Ley de Contratación Administrativa, que es un derecho de los oferentes e inclusive se permite utilizarlo en esta presente etapa procesal y sobre aspectos insustanciales como los cuestionados. Sobre este tema, señala el Instituto licitante que en apego al principio de buena fe mantiene lo actuado, toda vez que en todo lo concerniente a la contratación administrativa, se considera como un principio básico. **Criterio de la División:** Sobre el particular, estima este órgano contralor que en el caso no existe mérito para excluir la oferta del Consorcio apelante, en la medida que si bien acepta que la información en su oferta fue referencia en forma errónea en cuanto a la experiencia en spots publicitarios cinematográficos; lo cierto es que esta circunstancia se encuentra también atenuada por el principio constitucional de eficiencia, en donde es factible enmendar o subsanar errores incluso de aspectos no referenciados en la oferta, como sería aplicando la tesis del hecho histórico que se expuso en el punto anterior. De esa forma, el propio Consorcio apelante de buena fe ha reconocido su error y procedido a las aclaraciones pertinentes, sin que en el caso se aprecia una circunstancia de hechos falsos que se defendiera para obtener un beneficio improcedente con su impugnación. Para este órgano contralor resulta comprensible que la empresa adjudicataria pueda considerar

la información errónea como hechos falsos, pero en modo alguno se aprecia que exista una circunstancia que amerite tal conclusión, sino que incluso es factible su subsanación conforme lo que se ha explicado. Por lo expuesto, estima este órgano contralor que siendo que no existe información falsa en este caso, procede **declarar sin lugar** este aspecto.-----

IV.- Sobre el fondo de los incumplimientos imputados a la empresa adjudicataria. El Consorcio recurrente cuestiona la experiencia de la empresa adjudicataria en la medida que en su criterio el apartado de evaluación denominado “Experiencia en grabación de spots publicitarios cinematográficos” y al que se le asignaban 30 puntos de la evaluación, señaló con claridad que se requería una declaración jurada con spots publicitarios hechos con equipo cinematográfico y como requisitos se definió entre otros que las cámaras utilizadas para los spots deben ser de alta gama 4K con lentes de cine, lo cual fue incumplido por la empresa adjudicada. Por ello, estima que si un oferente presenta un spot publicitario que no cumpla con los requisitos ordenados por el pliego de condiciones no podría ser tomado en cuenta en la fase de evaluación para la asignación del 2% del puntaje por cada spot. De ahí que, si bien la empresa adjudicataria presentó una declaración jurada mediante la cual manifiesta que cuenta 15 spots publicitarios solo 5 de ellos cumplen con los requisitos ordenados por el pliego de condiciones. Lo anterior, se puede comprobar al verificar el tipo de cámaras utilizadas para grabar cada spot publicitario, ya que muchas de las cámaras indicadas no cumplen las especificaciones técnicas solicitadas en el pliego de condiciones. Para ello, se sustenta en el estudio realizado por el Instituto licitante y que consta en la Recomendación de Adjudicación bajo el oficio No. AA-PC-373-11-17 del 13 de noviembre del año en curso. En relación con las cámaras de la empresa adjudicataria señala: 1) Cámara Black Magic 2.5: No cumple, ya que tiene una capacidad de grabación de 2.5k (2432 x 1366), es decir no permite grabación en 4K, además la misma no se considera de alta gama debido a que se lanzó en el 2012 y su modelo ya no está vigente. 2) Cámara Alexa XT: No cumple, la cámara no permite grabación en 4k. 3) Cámara Sony A7s: No cumple, según su propio fabricante la cámara no califica como una cámara cinematográfica y por el contrario es calificada como una cámara fotográfica con capacidad de grabación. Es por ello que el Consorcio apelante señala que de los 15 spots publicitarios presentados por la empresa adjudicada, solamente 5 de ellos cumplieron a cabalidad con las especificaciones técnicas solicitadas, lo cual fue determinado por la misma Administración licitante. Así entonces, el Consorcio apelante estima que el IAFA cometió un

error gravísimo al momento de realizar la simple sumatoria del porcentaje asignable a los 5 spots de la empresa adjudicada RMC La Productora Sociedad Anónima, que fue trasladado a la sumatoria final, ocasionando como consecuencia que dicha empresa obtuviera el primer lugar en la fase de evaluación y por ende resultara erróneamente adjudicada. De esa forma, estima que al realizar la debida corrección del puntaje total asignable válida y correctamente a la empresa RMC La Productora Sociedad Anónima el resultado final sería una calificación de 10% en el rubro de experiencia para un total de 80%; mientras que en su caso tendría un 83%. Así entonces, estima que su oferta debió ser adjudicada, pese al error de la Administración y solicita que se declare la anulación del acto de adjudicación recaído erróneamente a favor de la empresa RMC La Productora Sociedad Anónima y que se ordene proceder con la re-adjudicación de su oferta. En su respuesta a la **audiencia especial** el Consorcio recurrente destacó que el IAFA aceptó que en el sistema de evaluación de las ofertas existió un error aritmético involuntario que le perjudicó. Considera también que la empresa adjudicataria no puede pretender que las cámaras Black Magic 2.5, Alexa XT y Sony A7s se ajusten a los requerimientos técnicos solicitados por el cartel por el simple hecho de que las mismas clasifiquen dentro de un concepto girado por un Diccionario del idioma Castellano, en la medida que no representa una prueba idónea para los efectos técnicos discutidos y no se ajusta a las reglas unívocas de la ciencia y la técnica. Para desvirtuar los alegatos de la empresa recurrente aclara la necesidad de aclarar técnicamente en qué consiste una cámara cinematográfica de alta gama 4K, para lo cual refiere una investigación sobre el tema. En ese sentido, para introducir el concepto general “Cámara de cine de alta gama” recurre a una información de la página web: <http://changulaproducciones.com/que-es-el-cine-digital-y-raw>, en donde se desarrolla el concepto de cine digital y el concepto de captura RAW, respecto de lo cual refiere que el sólo hecho de grabar video en 4k , no convierte a una cámara en una de “alta gama”. Después de analizar información de Internet señala que una cámara de cine digital (o de alta gama), es aquella que puede registrar en códec RAW de manera nativa (es decir de forma interna) desde el sensor de la cámara sin recurrir a encodificaciones externas realizadas por software especial, lo cual es reconocido en el ámbito nacional e internacional en especificaciones como las requeridas por Netflix que solo utilizan cámaras de alta gama según refiere a la página web: <https://drive.google.com/file/d/OBzlr8bSEIbASTk1MT29ueDJPSW8/view>. Refiere que en esas especificaciones se aprecia la ausencia de las dos

cámaras cuestionadas en el recurso: Sony A7s y Alexa XT , mientras que sí se encuentra y por el contrario sí se encuentran las cámaras utilizadas en su caso en los spots publicitarios que fueron acreditados como experiencia válida, a saber: Red Dragon, Sony Fs7 y Ursa Mini Pro 4.6K, entre otras. En cuanto a los lentes de cine, refiere que la construcción óptica de esos lentes es un aspecto altamente técnico. Para ello explica que sus fórmulas ópticas son la propiedad intelectual secreta de cada fabricante, pero su diseño está realizado en función de capturar imágenes que posteriormente serán proyectadas en movimiento en una pantalla; sobre lo cual existe una convención bastante aceptada por profesionales del medio cinematográfico, respecto al tipo de montura que se ha distinguido como la montura para “lentes de cine”, es la montura PL según se refiere a la dirección web: <http://kbnmedia.com/cuales-son-las-diferenciasentre-las-distintas-monturas-de-lentes/>. Por su parte en cuanto a la montura E refiere que fue originalmente diseñada para lentes de fotografía, por lo que, para que la cámara Sony A7s reciba lentes de cine, se hace necesario el uso de adaptadores, lo que evidencia que la cámara no fue originalmente diseñada para usar lentes de cine y se confirma un incumplimiento más de los requisitos mínimos solicitados por el cartel para las cámaras utilizadas en los spots publicitarios ofrecidos como experiencia por la empresa adjudicataria. Después de analizar información de Internet concluye que la cámara A7S es una cámara principalmente diseñada para la toma de fotografías, con la incorporación de la posibilidad de grabar video internamente en Full HD (1920 x 1080), o en 4k mediante el uso de un grabador externo y no tiene la capacidad de grabar en RAW, por lo que no puede considerarse de “alta gama”. Respecto de la cámara Alexa XT, considera que es cámara con excelentes prestaciones, siendo una de las pioneras en cuanto al cine digital se refiere, sin embargo esta cámara no cumple con los requisitos solicitados en el cartel , ya que su resolución máxima de grabación interna es de 3.4K (3414 x 2198), para lo que remite a diversa información de Internet. Por ello, concluye que la cámara Arri Alexa XT no permite el registro de video en resolución 4K y el proceso conocido como Up-sampling permite crear una imagen con una resolución artificial de 4K, sin embargo, para ello deben utilizarse un software externo y la calidad del video es inferior. En cuanto a la cámara Black Magic 2.5 es preciso reiterar que dentro de sus características técnicas siquiera tiene la capacidad de registrar video 4K, por lo tanto no puede considerarse una cámara de alta gama con lentes de cine. En **la audiencia final** el Consorcio apelante señaló que en relación con las diferentes cámaras que ha demostrado con distintos criterios de expertos en el ámbito

cinematográfico e incluso con las mismas especificaciones que brindan las empresas fabricantes de este tipo de cámaras, los estándares técnicos para una producción con “alto nivel de calidad” y con una perdurabilidad garantizada, no sólo se determinan por la resolución en 4K (o superior), sino por un mínimo de Bits (profundidad de color), velocidad de bits (Bit Rate) , grabación en formato RAW, entre otras especificaciones técnicas que hace que una cámara sea considerada de "Alta Gama". Es así como de los 15 spots publicitarios presentados por la empresa adjudicada, solamente 5 de ellos cumplieron a cabalidad con las especificaciones técnicas solicitadas, lo cual fue determinado por la misma Administración licitante en su respuesta a la Audiencia Inicial del procedimiento de apelación que nos ocupa. Así entonces es claro y evidente que conforme a las reglas cartelarias el puntaje asignable a los 5 spots publicitarios correspondería a un 10%, esto considerando que cada spot tiene un valor del 2% y para la empresa adjudicada solo cumplieron 5 con las especificaciones técnicas. En relación con los incumplimientos imputados, la empresa adjudicataria remite a definiciones de lo que es cinematografía. Agrega que, de conformidad con lo señalado por el fabricante del equipo, al menos dos de las cámaras utilizadas por nosotros para los spots incluidos como experiencia, sí cumplen con lo indicado en el cartel según detalla para cada una de las cámaras. **1) Cámara Black Magic 2.5.** Es cierto que la cámara Black Magic no cumple con lo solicitado, pero se incluyó dentro de la experiencia aportada para demostrar que cuenta con un amplio recorrido dentro de la industria y con el conocimiento de diferentes equipos técnicos. Sin embargo, considera que solo 2 de los 15 spots incluidos como experiencia fueron grabados con la cámara Black Magic 2.5. **2) Cámara Alexa XT.** Al respecto, indica la empresa adjudicada considera que en este caso la valoración es errónea, pues la cámara tiene capacidad de imágenes entregables en formato 4K, por lo que puede generar material en ese formato. Explica que es una cámara con sensor SUPER 35 por lo tanto se considera de alta gama y también cuenta con montura de tipo PL que admite lentes de cine. Paa acreditar lo anterior, remite a la página <http://www.arri.com/camera/alexacameras/cameradetails/alexaxvsubsection/overview/>, que señala como la página del fabricante. Refiere que en esa página se describe la cámara específicamente y confirma que permite la entrega de material en formato 4K, satisfaciendo así el interés de la Administración y el estándar de calidad que busca. **3) Cámara Sony A7s.** Al respecto, indica que el mismo fabricante indica que la cámara cuenta con salida de video 4K, por lo que es capaz de generar material en el formato solicitado. Explica que es una cámara

con sensor FULL FRAME por lo tanto se considera una cámara de alta gama y cuenta con montura tipo E que admite lentes de cine; por lo que estima que cumple. Señala que el fabricante, al describir la cámara, señala como características: “El primer sensor de fotograma completo que ofrece una lectura completa de píxeles en vídeo 4K, una precisión increíble en la cámara digital con lentes intercambiables más pequeña del mundo” según remite a la página <https://www.sony.es/electronics/camaras-lentes-intercambiables/ilce-7s>. Lo cual refiere también en las especificaciones y características del fabricante para esta cámara. Con ello, estima rebatidas también las afirmaciones de la Administración cuando en su informe AA-PC-373-11-17 del 13 de noviembre del 2017 consideró no se cumplía por tratarse de una cámara fotográfica. Por lo expuesto, la empresa adjudicataria considera que aplicando el sistema de evaluación para 13 spots que se ajustan a las disposiciones del cartel, su puntaje sería de 26 puntos de un total de 30. En la **audiencia especial** la empresa recurrente cuestionó que la Administración únicamente se allanó pero no está fundamentado y deja de lado errores en la evaluación, en la cual se excluyó, sin fundamento técnico alguno, la experiencia acreditada con cámaras Sony A7s y Alexa XT_ Tal y como se indicó en nuestra audiencia inicial. Cuestiona que no se consideraron los incumplimientos de la oferta del Consorcio apelante y reitera que debe considerarse las cámaras ya defendidas. En la **audiencia final**, la adjudicataria señaló que para acreditar sus afirmaciones aportó prueba de Internet y reitera las definiciones de equipo cinematográfico, toda vez que la Administración no define el concepto, situación que permite al oferente la interpretación del mismo dentro de la lógica y la razonabilidad. Luego de remitir a diferente información de Internet, concluye que haciendo una interpretación integral, la solicitud de la Administración se resume a equipo que sea capaz de grabar imágenes fotográficas en movimiento 4K con lentes de cine, que es precisamente con lo que cumplen las dos cámaras que la Administración pretende excluir sin fundamento alguno. Luego adjunta un cuadro en donde se incluyen los proyectos desarrollados como experiencia y remite a diferentes vínculos web que le sirven de apoyo para acreditar el cumplimiento. Por su parte la Administración señaló que se procedió a revisar el informe del Área de Comunicación y se determinó que se incurrió en un error en el resultado de la metodología de evaluación aplicada a las ofertas, siendo que se le asignó un total de 15% a la empresa RMC La Productora en el rubro de experiencia en grabación de spots publicitarios cinematográficos, cuando únicamente correspondía asignarle un porcentaje del 10% por el reconocimiento de cinco proyectos que

cumplían con los requisitos establecidos para dicho rubro, asignando un 2% por cada proyecto. Por ello, aplicando correctamente la metodología le corresponde un 80% a la empresa RMC La Productora S.A y 83.32% para el Consorcio La Comuna-Elastiko. Por su parte, en la **audiencia especial** la Administración considera que no se validó a la empresa RMC La Productora, S.A. las cámaras : Alexa XT: en tanto es una cámara de cine de alta gama, pero no se demuestra que cuente con la capacidad de grabación en formato 4K y la a resolución máxima de esta cámara es de 3.2K; en el caso de la cámara Sony A7s: es una cámara que permite grabación en 4K, pero es una cámara fotográfica y no equipo de filmación cinematográfico, y en el caso de la cámara Black Magic 2.5: se mantiene el criterio de la Administración con respecto a que la cámara aportada por la empresa, no califica debido a que no graba en formato 4K. En la audiencia final, la Administración reiteró lo indicado en los oficios AA-AB-25 5-12-17 de fecha 14 de diciembre del 2017 y AA-AB-002-01-18 de fecha 09 de enero del 2018. **Criterio de la División.** En primer término se tiene que el Instituto sobre Alcoholismo y Farmacodependencia promovió la Licitación Abreviada No. 2017LA-000045-0010400001 para la contratación de servicios de producción audiovisual para campañas del IAFA en los periodos 2017 y 2018 (hecho probado 1). En dicho concurso, presentaron oferta la empresa RMC La Productora S.A. y el Consorcio La Comuna-Elastiko Films (hecho probado 2); en donde el acto de adjudicación para las líneas 1, 2, 3, 4 y 5, recayó sobre la empresa RMC La Productora S.A. por un monto de ¢109.419.740,00 (hecho probado 3). Para efectos del análisis de los aspectos discutidos, se debe señalar en primer lugar que el cartel del concurso dispuso para la ponderación de la Experiencia en grabación de spots publicitarios cinematográficos un total de 30%, para lo que requirió una declaración jurada con spots publicitarios hechos con equipo cinematográfico, asignando un 2% por cada uno hasta llegar a 30% y solicitando que las cámaras utilizadas para los spots deben ser de alta gama, 4K, con lentes de cine (página 24 del archivo denominado Producción audiovisual de varias campañas modificado.pdf, que se encuentra disponible en el apartado de Información del Cartel, Versión actual, en el siguiente vínculo electrónico:https://www.sicop.go.cr/moduloOferta/search/EP_SEJ_COQ603.jsp?cartelNo=20171001334&cartelSeq=00&isPopup=Y&currSeq=00). Como se puede ver el cartel no define qué se entiende por equipo cinematográfico, pero luego la cláusula solicita que los spots utilicen cámaras de alta gama, 4K y con lentes de cine; sin que se precise mayor regulación sobre cuáles son las cámaras de alta gama y cuáles son las que admite lentes de cine, así como si únicamente se permite cámaras

de orden cinematográfico dentro de ese concepto de alta gama. Por lo demás el concepto de 4K que parece resultar el más objetivo, también se discute en el caso en relación con la utilización de software para generar videos de 4K pero se cuestiona también que la cámara no tenga la capacidad de origen, lo que también es un aspecto no fue regulado claramente en el cartel. Estas referencias a la amplitud con que se reguló el cartel resultan necesarias para contextualizar que la discusión en este caso requería de una precisión técnica de la Administración a la hora de realizar el análisis y evaluación de ofertas, de manera que acudiendo a las reglas de la técnica en este caso, pudiera motivar adecuadamente por qué un determinado spot cumplía con el cartel. De una lectura de la recomendación de adjudicación se tiene que únicamente se indicó para las cámaras de los spots:

Marca y modelo declarado	Cámara cinematográfica	Resolución con capacidad 4K	Especificaciones técnicas del fabricante	Resultado de la verificación
Alexa XT	Cumple según especificaciones técnicas del fabricante.	No cumple, especificaciones técnicas del fabricante menciona capacidad máxima de 3.2K	http://www.arri.com/camera/alex/cameras/camera_details/alex-xt/subsection/technical_data/	No cumple, la cámara no permite grabación de videos en 4K.
Arri Amira	Cumple según especificaciones técnicas del fabricante.	Cumple según especificaciones técnicas del fabricante.	http://www.arri.com/camera/amira/camera_details/amira/subsections/overview/	Cumple.
Black Magic 4.6K	Cumple según especificaciones técnicas del fabricante.	Cumple según especificaciones técnicas del fabricante.	https://www.blackmagicdesign.com/api/print/products/blackmagicursaminipro/techspecs/W-URSA-20?filename=ursaminipro-techspecs.pdf	Cumple
Black Magic Ursa Mini Pro	Cumple según especificaciones técnicas del fabricante.	Cumple según especificaciones técnicas del fabricante.	https://www.blackmagicdesign.com/api/print/products/blackmagicursaminipro/techspecs/W-URSA-20?filename=ursaminipro-techspecs.pdf	Cumple

Black Magic 2.5	Cumple, cámara no está enlistada en la página del fabricante pero sí en 2 de los revendedores B&H Photo y Adorama.	No cumple, cámara tiene capacidad de grabación de 2.5K.	https://www.bphotovideo.com/c/product/855879-REG/Blackmagic_Design_BMD_CINECAM26KE_F_Cinema_Camera.html	No cumple. La cámara no se considera de alta gama debido a que se lanzó en el 2012 y ya no está vigente. No permite grabación en 4K.
DJI Phantom Pro 4K	No cumple, es un dron con capacidad de grabación profesional pero no califica como cámara cinematográfica.	Cumple según especificaciones técnicas del fabricante.	http://www.dji.com/phantom-4-pro?site=brandsite&from=nav	No cumple, no es cámara cinematográfica.
Red Dragon 6K	Cumple según especificaciones técnicas del fabricante.	Cumple según especificaciones técnicas del fabricante.	http://www.red.com/products/epic-dragon#tech-specs	Cumple
Red Epic Dragon	Cumple según especificaciones técnicas del fabricante.	Cumple según especificaciones técnicas del fabricante.	http://www.red.com/products/epic-dragon#tech-specs	Cumple
Red Epic MX	Cumple según especificaciones técnicas del fabricante.	Cumple según especificaciones técnicas del fabricante.	http://www.red.com/products/epic-mx#tech-specs	Cumple
Sony A7s	No cumple, la cámara no califica como cámara cinematográfica, es cámara fotográfica con capacidad de grabación.	Cumple según especificaciones técnicas del fabricante.	https://www.sony.es/electronics/cameras-lentes-intercambiables/ilce-7s/specifications#features	No cumple, es una cámara fotográfica.
Sony FS7	Cumple según especificaciones técnicas del fabricante.	Cumple según especificaciones técnicas del fabricante.	https://www.sony.es/pro/product/broadcast-products-camcorders-digital-motion-picture-camera/pxw-fs7/	Cumple

(hecho probado 7). No obstante, como puede verse con facilidad no se explica técnicamente cuál es la lectura del requerimiento cartelario, ni tampoco por qué en cada caso se estimó que la cámara evaluada cumplía o no con el requisito cartelario. Es por ello que al evaluar la experiencia de la adjudicataria y el Consorcio apelante, se evidencia que también se hizo una simple referencia de cumplimiento o no, sin la debida motivación (hechos probados 4, 5 y 7), por lo que fácilmente se concluyó que ambas resultaban elegibles (hecho probado 6), aplicando con posterioridad la evaluación con la cual la empresa RMC La Productora S.A. resultó adjudicataria (hecho probado 8). En la tramitación del recurso, el Instituto no solo se allanó a lo pretendido por el Consorcio recurrente respecto de su calificación, sino que sin mayor detalle

estimó que no debían considerarse los spots de la empresa adjudicataria, pese a que “por error” el adjudicó el concurso. A este momento, estima este órgano contralor que se aprecia un cartel impreciso respecto de los criterios de equipo cinematográfico y qué se entiende por cámaras de alta gama, lente de cine y que cumplan con el formato 4K; el cual tampoco fue examinado por el IAFA en su recomendación de adjudicación, ni tampoco en sus respuestas a las diferentes audiencias conferidas dentro del concurso. Esta omisión, ciertamente se ha pretendido solventar tanto por el Consorcio recurrente como por la empresa adjudicataria, recurriendo no solo a prueba de Internet, sino a definiciones de diccionarios que sustenten sus tesis en relación con lo que estiman el cumplimiento o incumplimiento de las ofertas. En ese sentido, no se pierde de vista que la prueba de Internet es en extremo abundante en ambos casos, sin embargo, tal y como se explicó anteriormente esta prueba no puede ser considerada como válida y por ello también podría estimarse que se tiene un recurso sin la prueba idónea y una defensa de la adjudicataria con las mismas características respecto de su fundamentación. De esa forma, se cuenta con una impugnación y una defensa que adolecen de prueba idónea, pero sobre todo una Administración cuyos análisis no evidencian definición técnica en el cartel, ni tampoco a la hora de evaluar las ofertas. Es por ello, que este órgano contralor estima procedente **declarar parcialmente con lugar** el recurso presentado por el Consorcio apelante, pues no ha demostrado el incumplimiento de la empresa adjudicataria, pero ciertamente existe un problema de motivación en el acto final, en la medida que la Administración no motivó sus análisis ni la lectura que hace de las cláusulas cartelarias. Es por ello que, se impone anular el acto final para que al amparo del principio de eficiencia bajo la figura de la subsanación y el hecho histórico antes desarrollado, se proceda a prevenir también a la empresa adjudicataria toda la información necesaria para verificar el efectivo cumplimiento de la cláusula cartelaria. Sin embargo, previo a ese análisis le corresponde al IAFA recurrir a criterios técnicos especializados que permitan definir cómo se aplican los requerimientos cartelarios de equipo cinematográfico y las cámaras de alta gama, 4K y lentes de cine; para que luego pueda hacer una evaluación apropiada de los spots de experiencia que se están discutiendo. Desde luego, es importante que la Administración realice esas ponderaciones y al momento de evaluar las ofertas también determine si la cláusula cartelaria permite las precisiones técnicas o si por el contrario debe hacer una interpretación abierta a la hora de considerar la experiencia por la propia redacción de la cláusula, todo lo cual debe quedar también debidamente motivado.

Adicionalmente, debe recordarse a la Administración la relevancia de motivar la trascendencia de los incumplimientos de frente a la cláusula pero también respecto de las necesidades que pretende satisfacer el concurso, todo según lo dispuesto por el párrafo segundo del artículo 83 del Reglamento a la Ley de Contratación Administrativa. No se deja de lado que la empresa adjudicataria ha construido también definiciones de diccionarios para interpretar la cláusula, pero lo cierto es que no se aprecian en esos argumentos criterios técnicos, los que resultan exigibles si se considera que el giro comercial de la empresa adjudicada –también del Consorcio apelante– es precisamente este tipo de objetos y se presume que cuenta con personal técnico que pueda apoyar técnicamente tales afirmaciones. Por lo demás, la abundante prueba técnica proveniente de páginas de Internet que ambas partes reclaman como cierta, tales como las páginas del fabricante, páginas de profesionales especializados o incluso empresas dedicadas a la producción cinematográfica como el ejemplo que se utiliza de Netflix Inc., no se pueden considerar en este caso, ni siquiera en el caso de Netflix dónde tampoco se ha determinado que resulte una autoridad técnica o certificadora en el tema de equipo cinematográfico (suponiendo que se admita la prueba de su web). De esa forma, para este órgano contralor, resulta fundamental la valoración técnica de la Administración o en su defecto, la valoración conforme al principio de eficiencia de los equipos utilizados en los spots sujetos a valoración en el sistema de evaluación. En virtud de lo resuelto, se reitera la anulación del acto final por falta de motivación, para que se proceda realizar el análisis de los spots del Consorcio apelante según se explicó en la primera parte de la resolución, así como de la empresa adjudicataria; todo lo cual será revisado en una eventual apelación de un nuevo acto final.-----

POR TANTO

De conformidad con lo expuesto y lo dispuesto en los artículos 182, 183 y 184 de la Constitución Política, 84 y 86 de la Ley de Contratación Administrativa; 182, 184, 191 y 192 del Reglamento a la Ley de Contratación Administrativa, **SE RESUELVE: 1) Declarar parcialmente con lugar** el recurso de apelación interpuesto por el **Consorcio LA COMUNA-ELASTIKO**, en contra del acto de adjudicación de la **Licitación Abreviada No. 2017LA-000045-0010400001** promovida por el **Instituto sobre Alcoholismo y Farmacodependencia** para la contratación de servicios de "Producción audiovisual para campañas del IAFA en los periodos 2017 y 2018", específicamente contra el acto de adjudicación recaído a favor de la empresa **RMC LA PRODUCTORA S.A.**, un monto de **¢109.419.740,00. 2) Anular el acto final**

recaído a favor de la empresa RMC LA PRODUCTORA S.A. y **3)** De conformidad con los artículos 90 de la Ley de Contratación Administrativa y 192 del Reglamento a la Ley de Contratación Administrativa, **se da por agotada la vía administrativa.**-----
NOTIFÍQUESE. -----

ORIGINAL FIRMADO

Allan Ugalde Rojas
Gerente de División

ORIGINAL FIRMADO

Elard Gonzalo Ortega Pérez
Gerente Asociado

ORIGINAL FIRMADO

Marlene Chinchilla Carmiol
Gerente Asociada

EOP/ chc
NI: 30854, 31290, 31450, 31948, 32696, 32764, 33149 y 33180 (2017)
270, 305, 440, 447, 448, 1075, 1281, 1284, 1318 (2018)
Ci: Archivo central
NN: 01781 (DCA-0500)
G: 2017003770-2

