

Emitir resolución de recursos

1. Generar resolución de recursos

Encargado	CARLOS GERARDO LEAL VARGAS		
Fecha/hora gestión	24/10/2025 13:53	Fecha/hora resolución	24/10/2025 23:36
* Procesos asociados	Recursos ▼	Número documento	8072025000002096
* Tipo de resolución	Resolución de Fondo ▼		
Número de procedimiento	2025LY-000001-0001200001	Nombre Institución	INSTITUTO COSTARRICENSE DE TURISMO
Descripción del procedimiento	CONTRATACIÓN DE UNA AGENCIA DE PUBLICIDAD EN COSTA RICA (SMS 439-25)		

2. Listado de recursos

Número	Fecha presentación	Recurrente	Empresa/Interesado	Resultado	Causa resultado	Resultado del acto final
8122025000000910 <input checked="" type="checkbox"/> Línea 1	05/08/2025 19:57	MARCOS GASTON BLANCO CAMPOS	LA TRES LETRAS DEL GENESIS SOCIEDAD ANONIMA	Parcialmente con lu ▼	No aplica ▼	Se anula Acto F ▼
8122025000000910 <input checked="" type="checkbox"/> Línea 2	05/08/2025 19:57	MARCOS GASTON BLANCO CAMPOS	LA TRES LETRAS DEL GENESIS SOCIEDAD ANONIMA	Parcialmente con lu ▼	No aplica ▼	Se anula Acto F ▼
8122025000000912 <input checked="" type="checkbox"/> Línea 1	05/08/2025 17:26	ALBERTO QUIROS FEOLI	JOTA BE QU INTEGRADO SOCIEDAD ANONIMA	Parcialmente con lu ▼	No aplica ▼	Se anula Acto F ▼
8122025000000912 <input checked="" type="checkbox"/> Línea 2	05/08/2025 17:26	ALBERTO QUIROS FEOLI	JOTA BE QU INTEGRADO SOCIEDAD ANONIMA	Parcialmente con lu ▼	No aplica ▼	Se anula Acto F ▼

Emitir el por tanto de la resolución	<input type="checkbox"/>
--------------------------------------	--------------------------

3. *Resultando

I.- Que en fecha cinco de agosto de dos mil veinticinco, el CONSORCIO LA TRES LONDON (812202500000910) y el Consorcio GRUPO JBQ INTEGRADO & CAMEDIA 2025 (812202500000912), presentaron ante esta Contraloría General recursos de apelación, en contra del acto final de adjudicación en la partida 1-líneas 1 y 2 recaído a favor de la empresa GARNIER AGENCIA CREATIVA SAN JOSE SOCIEDAD ANONIMA, en relación con la Licitación Mayor No.2025LY-000001-0001200001, promovida por el INSTITUTO COSTARRICENSE DE TURISMO (en adelante ICT), para la contratación de “CONTRATACIÓN DE UNA AGENCIA DE PUBLICIDAD EN COSTA RICA (SMS 439-25)”.

II.- Que mediante auto No. 8052025000001671 de las catorce horas con cinco minutos del siete de agosto de dos mil veinticinco se le solicitó al Instituto Costarricense de Turismo información relacionada al trámite de la licitación. Dicha solicitud fue atendida por la Administración mediante documento No. 8062025000003204.

III.- Que mediante auto No.8052025000001725 de las catorce horas con dieciséis minutos del dieciocho de agosto de dos mil veinticinco, se otorgó audiencia inicial al ICT, y a la adjudicataria. Dicha audiencia fue atendida mediante escritos incorporados al expediente de la apelación.

IV.- Que mediante auto No.8052025000001835 de las once horas con cuatro minutos del primero de setiembre de dos mil veinticinco, esta División confirió audiencia especial al ICT y a los consorcios apelantes para que se refiriera a lo manifestado por la adjudicataria en la respuesta a la audiencia inicial. Dicha audiencia fue atendida mediante escritos incorporados al expediente de la apelación.

V.- Que de conformidad con lo establecido en el artículo 97 de la Ley General de Contratación Pública (LGCP) y 264 del Reglamento a la Ley General de Contratación Pública (RLGCP), siendo facultativa la audiencia final, se consideró que no era necesario otorgar audiencia final a las partes, en vista de que durante el trámite del recurso se tenían todos los elementos necesarios para su resolución.

VI.- Que mediante auto No.8052025000002102 de las ocho horas con cinco minutos del diez de octubre de dos mil veinticinco, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 97 inciso d) de la Ley General de Contratación Pública, en el artículo 268 del Reglamento a la Ley General de Contratación Pública, y tomando en consideración la complejidad del caso en trámite, en virtud de los temas en discusión, prórroga por el término de diez días hábiles más, el plazo para resolver el presente recurso de apelación

VII.- Que la presente resolución se emite dentro del plazo de ley, y en su trámite se han observado las prescripciones legales y reglamentarias correspondientes.

4. *Considerando

Recurso 812202500000910 - LA TRES LETRAS DEL GENESIS SOCIEDAD ANONIMA

I. HECHOS PROBADOS: Los hechos que se han tenido por demostrados para efectos de la resolución, se han incorporado a la parte considerativa de la resolución con su respectiva referencia de prueba, para su ubicación en el expediente digital tramitado a través del Sistema Integrado de Compras Públicas SICOP, a cuya documentación se tiene acceso ingresando a la dirección electrónica <http://www.sicop.go.cr/index.jsp> pestaña expediente electrónico, digitando el número de procedimiento, e ingresando a la descripción del procedimiento de referencia.

II.- SOBRE LA LEGITIMACIÓN DE LAS APELANTES.

A.- SOBRE LA LEGITIMACIÓN DEL CONSORCIO LA TRES LONDON (812202500000910)

i)- Sobre uso de enlaces externos e inelegibilidad-anexos (Improcedencia de subsanación - firma digital de la oferta).

Alega la **adjudicataria** que el consorcio La Tres London incumplió la normativa de SICOP al presentar un solo archivo que remite a 15 carpetas externas de Google Drive. Esto, sumado a una justificación extemporánea y sin pruebas, y el hecho de que la oferta solo usó el 1% de la capacidad de 1GB de SICOP para cargar documentos, significa que caducó su derecho a subsanar y la información contenida en los anexos se debe considerar inexistente. El uso de enlaces externos sin autorización viola la ley de contratación pública y justifica la inelegibilidad del Consorcio. Además, la oferta no fue firmada digitalmente por el representante legal.

La **Administración** señala que conoció que el Consorcio apelante tuvo problemas al subir archivos grandes a SICOP. Por lo cual, la Administración los descargó y subió al expediente, considera que la plataforma puede tener inconvenientes y que la Administración puede pedir el subsane, lo cual se hizo. La Administración tuvo acceso total a los archivos y considera que lo presentado cumplía con el subsane, por lo que no concuerda con lo establecido en el escrito de la adjudicataria.

La **apelante** Consorcio La Tres London afirma que presentó su oferta a tiempo, a través de la plataforma SICOP y con la documentación firmada por su representante legal. Destacan que los "anexos a la oferta" eran parte integral de la misma y estaban disponibles mediante un enlace, al cual tanto la Administración como los demás oferentes tuvieron acceso. A pesar de los problemas de capacidad de la plataforma SICOP para adjuntar archivos grandes, el Consorcio señala su voluntad de cumplir con los requisitos al ofrecer un nuevo enlace con los documentos íntegros, y donde se observa que las fechas de modificación de estos anexos confirman la presentación previa a la apertura de ofertas. Por lo tanto, el Consorcio considera que su oferta es elegible, contrariamente a lo alegado por Garnier Agencia Creativa San José S.A.

Criterio de División. Como punto de partida, debe indicarse que el INSTITUTO COSTARRICENSE DE TURISMO promovió la Licitación Mayor 2025LY-000001-0001200001, para la "CONTRATACIÓN DE UNA AGENCIA DE PUBLICIDAD EN COSTA RICA (SMS 439-25).", el cual constaba de 1 partida con 2 líneas. Donde se presentaron un total de 7 ofertas, sin embargo la Administración determinó que solamente 3 ofertas resultaron elegibles como Consorcio La Tres / London para ICT 2025, Consorcio GRUPO JBQ INTEGRADO & CAMELIA 2025 y GARNIER AGENCIA CREATIVA SAN JOSE SOCIEDAD ANONIMA, y la Administración se decantó por adjudicar a esta última.

De previo a analizar el caso en concreto es importante precisar que la apertura de ofertas se realizó el día 03 de junio del 2025 a las 14:06. (ver expediente-[3. Apertura de ofertas]-Partida 1- Consultar). Dado que el punto central de esta discusión es la obligación de presentar los documentos adjuntos al momento de ofertar en la plataforma del Sistema Digital Unificado y no mediante links externos, es pertinente remitirse a la oferta presentada por el Consorcio la Tres / London mediante documento PDF denominado "Oferta ICT LaTres_London-firmado-firmado-firmado-firmado-firmado-firmado-firmado-firmado-firmado", en lo que interesa indica: "(...) *Manifestamos que entendemos, aceptamos y cumplimos las condiciones del pliego de condiciones y documentos relacionados que fueron publicados en la plataforma SICOP para esta licitación. Así mismo declaramos, que los "anexos a la oferta" forman parte integral de nuestra oferta. Anexos disponibles en el enlace: https://drive.google.com/drive/folders/1Q3nuff3HUmOwBknm_Dw_GwPhDAEuAwDI?usp=share_link..*

ANEXOS	CONTENIDO
Anexo 1	Consortio
Anexo 2	Certificaciones literales
Anexo 3	Equipo
Anexo 4	Perfil de las Agencias CONSORCIO
Anexo 5	Referencias de Crédito
Anexo 6	Patente Comercial
Anexo 7	Permiso Sanitario Funcionamiento
Anexo 8	Manifestación expresa
Anexo 9	Estrategias Integrales

Anexo 10	Alianzas estratégicas
Anexo 11	Proyectos Internacionales
Anexo 12	Herramientas propietarias
Anexo 13	Políticas y Probono
Anexo 14	Certificaciones de Subcontratistas
Anexo 15	Certificado PYME

(cuadro de elaboración propia)(ver expediente-[3. Apertura de ofertas]-Partida 1- Consultar-Posición de ofertas 2 / [Adjuntar archivo]-Número 1- Oferta ICT LaTres/London).

La Administración una vez revisadas las ofertas procede a realizar la solicitud de subsanación, y mediante número de solicitud 948684 le indica al consorcio La Tres / London que: “ Estimado MARCOS BLANCO CAMPOS, con el fin de continuar con el análisis de la oferta presentada para la presente licitación 2025LY-000001-0001200001, denominada “CONTRATACIÓN DE UNA AGENCIA DE PUBLICIDAD EN COSTA RICA (SMS 439-25)”, me permito solicitar los siguientes subsanes:#-#1-Se requiere el aporte de todos los archivos incluidos en la oferta como anexos en “Drive” (Anexos 1 al 15), los cuales deberán ser idénticos e íntegros a los referenciados inicialmente. Lo anterior, a fin de garantizar la disponibilidad de dichos archivos en la plataforma SICOP.#...” (ver expediente-[2. Información de Pliego de condiciones]-Resultado de la solicitud de Información-Consultar-Nro. de solicitud 948684).

Por su parte, el consorcio La Tres mediante documento PDF denominado “Subsane Oferta ICT LaTres/London (2)” incorporado en el número de respuesta a la solicitud de información 7042025000000070, en lo que interesa señala: “(...) Atendemos a continuación la solicitud de subsane de la oferta que presentamos para la presente licitación 2025LY-000001-0001200001, denominada “CONTRATACIÓN DE UNA AGENCIA DE PUBLICIDAD EN COSTA RICA (SMS 439-25). PUNTO 1- Se requiere el aporte de todos los archivos incluidos en la oferta como anexos en “Drive” (Anexos 1 al 15), los cuales deberán ser idénticos e íntegros a los referenciados inicialmente. Lo anterior, a fin de garantizar la disponibilidad de dichos archivos en la plataforma SICOP. / La carpeta comprimida en formato zip, con el nombre “ANEXOS Oferta ICT” con todos los archivos anexos a la oferta inicial que originalmente se presentaron víaenlace:https://drive.google.com/drive/folders/1Q3nuff3HUmOwBknm_Dw_GwPhDAEuAwDI?usp=share_link , no es posible cargarla en SICOP dado la limitación de capacidad que presenta SICOP. Se hizo la consulta directamente a SICOP y se nos indicó que en ese apartado de subsanación el límite por archivo es de un peso de 20 megas. Nuestra oferta tiene archivos anexos con un peso mucho mayor al indicado....” (ver expediente-[2. Información de Pliego de condiciones]-Resultado de la solicitud de Información-Consultar-Nro. de solicitud 948684- Número de respuesta 7042025000000070)

Posteriormente a la presentación del subsane por parte del Consorcio La Tres / London, la Administración, procedió a descargar y subir los 15 archivos presentados por el consorcio en el link, en el apartado 8 del expediente de SICOP, para que este estuviera a disposición de cualquier oferente, no considerándolo como una ventaja indebida (ver expediente-[8. Información relacionada]), asimismo, considera que el señalamiento de la firma de los documentos, los considera como válidos y ciertos, al momento de que el consorcio firma la oferta en SICOP.

Ahora bien, se tiene como un hecho no controvertido que la apelante no utilizó el formulario de SICOP para la carga de los documentos adjuntos tal y como se requiere por la normativa actual de contratación pública específicamente el artículo 16 de la Ley General de Contratación Pública y artículo 25 de su Reglamento; lo cierto considerando que la recurrente presentó los documentos como adjuntos a un link que dirige a una carpeta de Google Drive para acreditar el cumplimiento de su oferta según lo consignado en las bases del concurso, por lo cual, es necesario determinar el uso de plataforma de SICOP, la procedencia o no de la subsanación de dichos documentos y su trascendencia.

Esta División reconoce la importancia de que los oferentes presenten los documentos que consideren pertinentes en los espacios establecidos para tal fin en el sistema digital unificado, conforme lo previsto por el legislador. Esta exigencia responde al principio de transparencia (artículo 8 de la LGCP), con el objetivo de que dichos documentos sean analizados por todos los interesados en el procedimiento de contratación.

Ahora bien, conforme lo expuesto es preciso determinar la trascendencia de ese incumplimiento siendo que la Administración y el consorcio apelante consideran que los requisitos pueden ser presentados en forma posterior a la presentación de la oferta, por cuanto no reviste una ventaja indebida, dado que los mismos constaban en los anexos desde la presentación de la oferta en el enlace previsto para su valoración. Contrario a esa posición, el adjudicatario aduce que los documentos deberían ser acreditados con la oferta y, por ende, estar en la plataforma de SICOP, por cuanto existen requisitos de admisibilidad de la propuesta presentada por la apelante (acuerdo consorcial, equipo propuesto, certificaciones de subcontratistas, entre otros), siendo el caso, es importante señalar que el artículo 135 del RLGCP establece que es posible subsanar aspectos de los requisitos de admisibilidad, siempre que ello no genere una ventaja indebida frente a los restantes oferentes. En el caso bajo análisis, la Administración, conforme el principio de calificación única, enlistó los aspectos faltantes que deberían ser presentados por cada participante, y en el caso de la empresa apelante, le requirió la presentación de los anexos en la plataforma SICOP, lo cual fue validado por la licitante, para posteriormente subir los archivos al SICOP (apartado 8).

Ahora bien, la adjudicataria señala que los documentos de los anexos no son subsanables, por cuanto el único momento procesal para acreditarlos era con la oferta, toda vez que se requieren como manifestación para garantizar el cumplimiento del objeto de la contratación. Entre dichos documentos menciona el acuerdo consorcial, la capacidad financiera y los atestados de los colaboradores, entre otros. Si bien la adjudicataria alega la trascendencia de utilizar la plataforma SICOP para garantizar la idoneidad de los anexos adjuntos a la oferta, ha sido omisa en demostrar cómo la presentación posterior de dichos anexos, por ejemplo mediante la subsanación, reviste una ventaja indebida para la empresa apelante. Así las cosas, la empresa apelante señala en su respuesta a la audiencia especial problemas para subir los archivos,

situación conocida previamente por la Administración, la cual procedió a descargar los archivos y subirlos a la plataforma. En consecuencia, esta División debe realizar las valoraciones sobre su presentación en ese momento procesal, a efecto de determinar si su incorporación reviste una ventaja indebida. Lo anterior, a pesar de que tal ejercicio le competía a la empresa adjudicataria, la cual ha sido omisa en motivar las razones que impiden la presentación posterior de los anexos a la oferta.

La incorporación de documentos para garantizar el cumplimiento de la oferta resulta válida cuando su presentación posterior no permita a la parte corregir su propuesta de manera que pueda mejorar su posición, alterar los términos esenciales de su oferta o cumplir con un requisito sustancial que incluya parte o la totalidad de la definición del objeto ofertado. La posibilidad de subsanación constituye un derecho que tienen los oferentes para corregir errores u omisiones de carácter formal en sus propuestas, siempre y cuando dicha corrección no genere una ventaja indebida o desigual frente a los demás participantes y, por ende, no transgreda el principio de igualdad entre los oferentes. En el caso en estudio, se hace necesaria la valoración de los elementos que pueden alterar la presentación de los documentos en los anexos cuando fue solicitado por la licitante. Así las cosas, estos anexos revisten un carácter de garantía del objeto cotizado para acreditar que el objeto contractual, en la fase de verificación de ofertas, se ajusta al cumplimiento de las condiciones técnicas establecidas en el pliego de condiciones.

Ahora bien, dichos anexos no modifican la propuesta técnica que consta en la oferta presentada por el consorcio, la cual ha sido descrita tanto en el archivo adjunto denominado "Oferta ICT LaTres/London", como en la subsanación presentada mediante el archivo adjunto denominado "Subsane Oferta ICT LaTres/London (2)", a través de los enlaces presentados por la apelante. En cada uno de los supuestos, la fecha de modificación de las carpetas a las que se direcciona el enlace corresponde al 2 de junio de 2025, mientras que la apertura de ofertas se realizó el 3 de junio de 2025. En consecuencia, su presentación fue previa a dicha apertura. En ese sentido, nótese que el contenido de los anexos no modifican ninguno de los documentos antes señalados, sino complementan que esa conceptualización de la oferta se ajusta a la condición técnica impuesta por el ICT; asimismo, no se aprecia cómo dichos anexos corrija algunos de los elementos técnicos consignados por el consorcio apelante en la fase de apertura de ofertas.

Correspondía a la empresa adjudicataria señalar, con base en su experiencia técnica en el objeto contractual, las razones que impiden la verificación de esos requisitos anexados mediante un enlace y que fueron subidos por la Administración en fecha posterior, demostrando cómo se transgrede la igualdad de condiciones con las que compiten ambos oferentes, y no limitarse a invocar la normativa que señala el uso del Sistema Digital Unificado (SDU).

Esta División no logra identificar la posible ventaja indebida de la presentación de dichos anexos mediante un enlace en la fase de apertura de ofertas. A pesar de que ya se conocen los detalles de las propuestas de los demás participantes, dichos anexos no constituyen un cambio técnico a lo originalmente ofertado por la apelante ni una mejora competitiva que resulte en un beneficio para direccionar el acto final a su favor. Los atestados técnicos previstos en la oferta y demás documentos anexos se mantienen inalterados y simplemente son adicionados por la Administración al ser validados como adjuntos al expediente en el apartado 8. En ese sentido, la adjudicataria ha sido omisa en cuestionar los documentos anexos y la trazabilidad de cómo estos documentos -de alguna manera modifica lo originalmente ofertado, a efecto de garantizar el cumplimiento de la empresa apelante; por ende, este órgano contralor no encuentra elementos para tener por demostrado que con la presentación de los documentos anexos por medio de un link que remite a una carpeta de Google Drive le sea permitido a la apelante fortalecer su oferta, alterar las bases de la oferta -considerando que ha incorporado la descripción de cada uno de los elementos contenidos en estas carpetas anexas- u otros elementos esenciales tales como el precio, documento del consorciado, atestados entre otros.

Así las cosas, considerando que los documentos anexos a la oferta han sido aportados por el Consorcio La Tres London-acreditando el cumplimiento de su propuesta técnica- y que la empresa adjudicataria no ha demostrado que la incorporación posterior de los documentos anexos permite una corrección de la información adjunta que ha sido acreditada en la oferta, permitiendo con ello una ventaja indebida para la apelante, no existe incumplimiento y no se procede la descalificación de la propuesta como cumpliente por el ICT. Lo anterior, de conformidad con lo dispuesto en los artículos 50 de la LGCP y 134 del Reglamento de dicha normativa, sobre los cuáles este órgano contralor ha señalado que es posible la subsanación de una oferta cuando tal gestión no configure una ventaja indebida y la misma sea acreditada en el momento procesal oportuno.

Ahora bien, en cuanto a la **firma digital de la oferta del apelante**, se cuestiona que no cuenta esta con dicho elemento, señalando lo siguiente: "(...) *Aunado a lo anterior, cabe mencionar que de una verificación de la oferta por medio de Central Directo, consta que dicho documento no está debidamente firmado por el representante legal del Consorcio, por lo que ninguna de las manifestaciones allí generadas son de recibo, ni siquiera para las declaraciones juradas allí vertidas, como parte de los requisitos de admisibilidad.*" (ver expediente-audiencia inicial No.8052025000001725- Número documento 8062025000003466) Conforme lo expuesto, este órgano contralor no observa que la oferta que fue subida como adjunto del apelante en el sistema SICOP esté firmada por su representante, a diferencia de otros documentos como el acuerdo consorcial, que sí lo están. No obstante lo anterior, debe verse que el numeral 38 del Decreto Ejecutivo No. 41438, "*Reglamento para la utilización del sistema integrado de compras públicas "SICOP"*" regula en lo que resulta de interés lo siguiente: "*Todo proveedor registrado deberá emitir sus ofertas electrónicas en el formulario electrónico disponible al efecto en SICOP. Estas ofertas deben ser suscritas por el oferente o su representante legal mediante firma digital certificada.*" Así las cosas, se tiene que la oferta es el formulario electrónico disponible en el Sistema Integrado de Compras Públicas y, por ende, ese es el documento que debe estar válidamente suscrito mediante firma digital certificada. En el caso de marras, se observa que el Consorcio La Tres London pudo presentar su oferta (fuente: expediente-[3. Apertura de ofertas]-Partida 1- Consultar- Consorcio La TRes London), sin que en el sistema se desprenda algún error en cuanto a la firma de la misma. En relación con lo anterior, cabe agregar que dicho aspecto tampoco ha sido desarrollado o acreditado por la empresa recurrente. En este sentido, se denota que el argumento recae de manera exclusiva en el documento adjunto denominado adjunto denominado "Oferta ICT LaTres/London" (fuente: expediente-[3. Apertura de ofertas]-Partida 1- Consultar- Consorcio La TRes London-[Adjuntar archivo]-Número 1-Oferta ICTlaTres:London-firmado-firmado-firmado-firmado-firmado-firmado-firmado-firmado-firmado-firmado.pdf). Por lo que, de conformidad con lo expuesto líneas arriba, no lleva razón la empresa Agencia Garnier, toda vez que la oferta sí se encuentra firmada. Considerando lo anterior, se estima que la empresa recurrente debió acreditar por qué el hecho de que dicho documento no este firmado invalida la documentación adjunta y, en consecuencia, la oferta de la empresa adjudicataria.

De esta manera, se tiene que no todo vicio en una oferta amerita su exclusión de un concurso, sino solo los trascendentes, esto es aquellos cuyo defecto es tan grave e irreparable que pone en riesgo la ejecución contractual de forma satisfactoria. Por consiguiente, dado que no se cuestiona la ausencia de la firma digital de la oferta del consorcio la Tres London en el formulario electrónico de SICOP, y en virtud del principio de integralidad de la oferta, el adjudicatario no logra demostrar la relevancia de que todos los documentos presentados por el adjudicatario, incluidos los documentos anexos deberán estar firmados digitalmente. Sobre este punto de las firmas de la oferta puede observarse la resolución R-DCP-SICOP-00769-2025 del 09 de mayo de 2025.

Esta División se ha referido al tema del análisis de la trascendencia bajo diversas ópticas del procedimiento de contratación pública mediante el precedente No. R-DCA-SICOP-01193-2023 del 4 de octubre de 2023. En el caso específico, la sola ausencia de una firma o la imposibilidad de verificarla, según alega la adjudicataria, no invalida el contenido del documento. Para ello, la adjudicataria tendría que demostrar cómo existe un incumplimiento en su contenido por el solo hecho de no contar con la firma respectiva, lo cual en el caso bajo análisis no acontece.

Existe una falta de fundamentación de los motivos expuestos en cuanto a la presentación de documentos anexos en la plataforma de SICOP, la subsanación de estos y el alegato de la falta de firma de la oferta. El alegato presentado por la adjudicataria en contra de la apelante no representa un incumplimiento trascendente. Dado que no existe incumplimiento sustancial por estos motivos, se declara **sin lugar** estos aspectos del recurso de apelación.

B.- SOBRE LA LEGITIMACIÓN DEL CONSORCIO GRUPO JBQ INTEGRADO & CAMELIA 2025. (812202500000912)

i) Sobre situación judicial del consorcio (Proceso concursal)

La Administración señala que el Consorcio JBQ se encuentra en un proceso concursal, y que esto podría acarrear riesgos como incumplimiento financiero, cuestionamientos legales, deterioro reputacional del ICT y conflicto con el principio de interés público.

La **apelante** Consorcio JBQ refuta la posición del ICT sobre los riesgos de su concurso de acreedores, invocando la Ley Concursal N.º 9957. Argumenta que la ley busca la viabilidad empresarial y el pago de obligaciones, preservando la actividad productiva y los derechos del concursado, por lo que negar su participación es ilegal, y aclara que la apertura del concurso no suspende las facultades administrativas (Artículo 17.1), solo requiere autorización judicial para actos de disposición mayores (Artículo 17.3), no implicando un "bloqueo general". Sostiene que el concurso no es un reconocimiento de insolvencia, sino una herramienta de rescate y continuidad, y que el ICT debe pagar directamente a la empresa, ya que esta conserva la administración.

Este órgano contralor considera que el señalamiento de la Administración en cuanto a que el Consorcio recurrente se encuentre en un proceso concursal no afecta su elegibilidad para ofertar. La Ley General de Contratación Pública (LGCP) y su Reglamento no establecen una prohibición para la presentación de ofertas en estos casos, sino que únicamente determinan problemas para la ejecución contractual. Así, los artículos 110 de la LGCP y 288 del RLGCP establecen que la declaratoria de insolvencia o quiebra del contratista es una causal de **terminación anormal del contrato**, no de exclusión de la oferta. Al no haberse aportado prueba de una declaratoria firme de quiebra o insolvencia que comprometa la ejecución inmediata del objeto contractual, el señalamiento de la Administración resulta improcedente.

De las normas citadas se infiere que las mismas establecen como causal de terminación anormal del contrato únicamente aquellas condiciones en que se determine que el contratista se encuentra en insolvencia o quiebra. No existe norma que impida a los oferentes presentar ofertas o participar en procedimientos de contratación pública. Los procedimientos de contratación constituyen un mecanismo utilizado por la Administración para seleccionar la oferta que mejor cumpla con los requisitos específicos del objeto contractual y con ello satisfacer el interés público, así como las necesidades específicas de las instituciones públicas. En el caso particular no existe mérito para excluir la oferta del Consorcio, toda vez que no existe norma que lo prohíba y no está demostrado por la Administración que el Consorcio se encuentre en con una sentencia en firme de insolvencia o quiebra que constituya causal de exclusión de un oferente. Conforme lo expuesto, el alegato presentado por la **licitante** en contra de la apelante, en criterio de este órgano contralor, no representa un incumplimiento. En ese sentido, dado que no existe incumplimiento sustancial por este motivo se declara **sin lugar** este aspecto el alegato.

III. SOBRE EL FONDO DE LOS RECURSOS DE APELACIÓN.

A) SOBRE LOS INCUMPLIMIENTOS DE LA ADJUDICATARIA.

i) Sobre el uso indebido del Sistema Digital Unificado por subsane de declaración jurada artículo 29 de la LGCP.

La **apelante** Consorcio la Tres / London alega que la adjudicataria no contestó la solicitud de subsanación de la Administración a través del formulario establecido en SICOP, sino que utilizó el apartado de "Subsanación y Aclaración a la Oferta", destinado únicamente para subsanaciones de oficio, además señala que esa información no era susceptible de subsanación, en específico señala la declaración jurada que exige el artículo 29 de la LGCP en el registro de proveedores de SICOP, asimismo señala que Garnier Agencia Creativa S.A. debe ser excluida, ya que la vía de subsanación ya fue agotada y su derecho de subsanación está caduco, según el artículo 134 del Reglamento de la LGCP.

La **Administración** defiende que la adjudicataria usó SICOP, garantizando transparencia. El subsane de patente y declaración del artículo 29 de la LGCP por Garnier se recibieron a tiempo como adjuntos en SICOP, cumpliendo la transparencia. Además señala que se apoya en los artículos 29 y 135 del Reglamento de la LCP que permiten documentos digitalizados y consideran estos aspectos subsanables.

La **Adjudicataria**, aclara que, si bien la respuesta a su subsanación (Solicitud No. 948696) no se cargó en el espacio exacto dentro de SICOP, sí se realizó en la sección de "Subsanación/Aclaración de la oferta" y dentro del plazo establecido (20 de junio de 2025). Argumentan que la información requerida (pago de impuestos, declaración jurada de prohibiciones) es subsanable según el artículo 135 inciso a del RLGCP. Además, citan precedentes de la CGR que establecen la validez de subsanaciones realizadas a tiempo y mediante los formularios aplicables en SICOP, priorizando la selección del oferente idóneo.

Criterio de División. Ahora bien, antes de analizar el argumento de fondo del caso, resulta necesario realizar una serie de precisiones. Se tiene en primer lugar que, mediante solicitud de subsane con número 948696 de fecha 17 de junio de 2025, se le indicó a la adjudicataria lo siguiente: *"Estimado Mauricio Garnier Castro, con el fin de continuar con el análisis de la oferta presentada para la presente licitación 2025LY-000001-0001200001, denominada "CONTRATACIÓN DE UNA AGENCIA DE PUBLICIDAD EN COSTA RICA (SMS 439-25)", me permito solicitar los siguientes subsanes: ##1-3.2 PATENTE COMERCIAL: Con respecto a este punto de debe aportar documentación que compruebe que el oferente se encuentra al día al segundo trimestre del 2025.##2-Debido a que no consta en SICOP, ni en la oferta, se requiere el aporte de la declaración jurada de que no se encuentran sujetos a ninguna de las causales de prohibición establecidas en el artículo 29 de la Ley General de Contratación Pública. ##Para lo cual se le otorga un plazo de TRES días hábiles contados a partir del día hábil siguiente de la fecha de notificación del presente comunicado.(...)"* (ver expediente- [2. Información de Pliego de condiciones]-Resultado de la solicitud de Información-Consultar-Nro. de solicitud 948696), la fecha límite para presentar dicha información vencía el 20 de junio de 2025 a las 23:59 horas, del cual en el apartado de subsanación se tiene como no presentado.

En atención al requerimiento de subsanación por parte de la Administración la adjudicataria presentó la información en el apartado ofertas "Consulta de subsanación/aclaración de la oferta" en el archivo adjunto se aprecia el documento formato PDF "DECLARACIÓN JURADA ICT.pdf", en dicho documento se indica: *"DECLARACIÓN JURADA El suscrito, RODRIGO GARNIER CASTRO, mayor, casado, portador de la cédula de identidad número 1-0527-0590, en su calidad de representante legal con facultades de Apoderado Generalísimo sin límite desuma de la empresa denominada "GARNIER AGENCIA CREATIVA SAN JOSE SOCIEDAD ANONIMA", cédula de persona jurídica número tres - ciento uno - cero cero cuatro uno cero tres, con domicilio en San José, Santa Ana, Lindora, del Automercado quinientos metros al norte, en Centro Comercial Vía Lindora, Edificio BLP, oficina en segundo piso, DECLARO BAJO FE DE JURAMENTO que no se encuentra sujeta a ninguna de las causales de prohibición establecidas en el artículo 29 de la Ley General de Contratación Pública. Hago la presente declaración jurada, advertido de las penas por falso testimonio que contempla el Código Penal, y reitero que los datos son legítimos y verdaderos, y los han dado bajo juramento. ES TODO. San José, 17 de junio del 2025."* (ver expediente-[3. Apertura de ofertas]-Partida 1- Apertura finalizada Consultar-Posición de ofertas 6-Consulta de subsanación/aclaración de la oferta-Documentos solicitados Garnier Agencia Creativa S.A (724202500000001) Fecha y hora 19/06/2025 10:05)

Conforme lo anterior, el alegato de la apelante versa en dos supuestos, primero que la adjudicataria no atendió el subsane mediante el apartado de la plataforma de SICOP correspondiente de subsanación y segundo que el documento correspondiente a la declaración jurada correspondiente al artículo 29 de la LGCP no la podía subsanar el adjudicatario al no ser presentada con la oferta.

Ahora bien, en vista de lo anterior, resulta necesario aclarar que las subsanaciones y aclaraciones oficiosas que realice el oferente, podrán efectuarse **previo o dentro del mismo plazo otorgado con la prevención trasladada**, aún si se tratan de extremos no abordados por la Administración o cualquier otro extremo que el oferente estime necesario subsanar o aclarar, posición que ha sido reiterada por este órgano contralor (resolución R-DCP-SICOP-01070-2024). En razón de lo anterior no se observa imposibilidad para que el oferente ante la subsanación realizada por la licitante presentará la documentación que omitió incorporar en su oferta y el apartado utilizado de SICOP donde se presentó.

Sobre los alcances y supuestos de la subsanación puede observarse también la resolución R-DCP-SICOP-01880-2025 del 09 de octubre de 2025, donde se realiza un análisis jurídico sobre los fundamentos de la subsanación en lo que interesa se indica: *"(...) III. La subsanación en la LGCP y su reglamento. La subsanación está regulada en el artículo 50 de la Ley General de Contratación Pública (LGCP) y en el artículo 134 del Reglamento a la LGCP (RLGCP). La norma establece el deber de la Administración de otorgar un plazo razonable para subsanar, aclaraciones y complementos, siempre que los defectos sean de carácter no sustancial y no se otorgue una ventaja indebida al oferente. En relación con lo dispuesto en la norma, este órgano contralor mediante las resoluciones: R-DCP-SICOP-01070-2024, R-DCP-SICOP-00677-2025, R-DCP-SICOP-00591-2025 y R-DCP-SICOP-01466-2025, se ha referido a la figura de la subsanación, de donde se puede extraer lo siguiente: **1. Posibilidad de subsanar:** En primer lugar, la norma reconoce la posibilidad de subsanar una oferta, siempre y cuando con ello no se configure una ventaja indebida. [...] **5. Subsanaciones de oficio:** Las subsanaciones y aclaraciones oficiosas que realice el oferente, podrán efectuarse dentro del mismo plazo otorgado con la prevención trasladada, aún si se tratan de extremos no abordados por la Administración o cualquier otro extremo que el oferente estime necesario subsanar o aclarar. [...] **7. Caducidad:** La caducidad opera como la consecuencia procesal ante la falta de atención o la atención insatisfactoria de la prevención dentro del plazo otorgado, lo cual consolida el vicio como insubsanable. Por ello, en caso de que el oferente no proceda con la subsanación prevenida por la administración dentro del plazo conferido o de forma adecuada, opera la sanción procesal de caducidad (para el oferente), y se descalifica la oferta, siempre que la naturaleza del defecto así lo amerite por su trascendencia. [...] **10. Momento oportuno para subsanar:** En general, el momento oportuno para subsanar viene dado por la comunicación de la existencia del vicio o elemento que amerita ser subsanado o aclarado. Es decir, cuando el oferente del que se trate tiene noticia de la existencia del vicio. En fase de análisis de las ofertas, la subsanación de oficio, puede efectuarse hasta antes de la emisión de la recomendación de adjudicación. Mientras que cuando se trate de un aspecto prevenido por la Administración, el momento para subsanar es dentro del plazo conferido para ello en la prevención. En fase recursiva, al recurrente le corresponde subsanar el vicio no prevenido al momento de interponer su recurso, cuando el vicio haya ocasionado su exclusión. Mientras que si el vicio es alegado al contestar la audiencia inicial, es en la audiencia especial cuando debería subsanarlo. En el caso del adjudicatario y otros oferentes a los que el recurrente les señale un incumplimiento en su acción recursiva, la subsanación debería efectuarse al contestar la audiencia inicial...."* (lo resaltado es del original)

En el caso, esta División considera que la presentación realizada por la adjudicataria de forma oficiosa atiende el requerimiento de la Administración en el plazo establecido por ésta en cuanto a la presentación de los documentos. En ese sentido, no lleva razón la apelante. Asimismo, la apelante no demuestra que el adjudicatario incumpliera con lo requerido por la Administración o que estos documentos fueran presentados fuera del plazo previsto, lo que hubiera generado una discusión diferente sobre el tema por la regulación sobre caducidad. Debe observarse que la presentación de dicha documentación en el apartado de subsanaciones de oficio puede entenderse conforme el mismo alegato de la adjudicataria en contra de la apelante. En el caso bajo análisis puede atenderse a lo resuelto en el punto "j)- Sobre uso de enlaces externos e inelegibilidad-anexos (Improcedencia de subsanación - firma digital de la oferta)." de esta resolución, para una mejor comprensión del punto alegado.

Sobre el segundo tema en cuanto a la subsanación de la declaración jurada del artículo 29 de la LGCP, es importante de previo, observar que en la oferta presentada por la adjudicataria mediante documento adjunto formato PDF denominado "ofertaGarnierFINAL" por el oferente se señala: *"(...) Anexo #1 Declaración Jurada / ANEXO #1 Declaración jurada firmada por el representante legal del oferente o persona física: Yo, Mauricio Garnier Castro, mayor, cédula de identidad 1-0815-0438, casado, publicista, vecino de San Rafael de Escazú en mi calidad de representante legal de la empresa oferente Garnier Agencia Creativa San José S.A, consciente de las penas que establece la legislación penal costarricense para el delito de falso testimonio y las responsabilidades civiles que pueden derivar de este acto, bajo la fe de juramento declaro: [...] **TERCERO:** Que la información contenida en la declaración jurada, presentada en el registro que al efecto lleve la Dirección de Contratación Pública, se mantiene invariable. Esto de acuerdo con lo indicado en los artículos 18 y 29 de la LGCP, y 32 del RLGCP...."* (ver expediente-[3. Apertura de ofertas]-Partida 1-Apertura Finalizada-Consultar-Posición 6-[Adjuntar archivo]).

Asimismo, en el apartado de la oferta electrónica de SICOP se puede observar en el apartado de "Declaraciones y certificaciones" , donde se encuentra marcado lo referente a la declaración jurada del artículo 29 de la LGCP- en lo que interesa se indica: *"(...) Manifiesto expresamente que la información contenida en la declaración jurada anexa en el registro de proveedores SICOP se mantiene completa, actual y fidedigna según el artículo 29 de la Ley General de Contratación Pública. Acepto y firmo todas las condiciones y declaraciones indicadas en esta oferta."* (ver expediente-[3. Apertura de ofertas]-Partida 1-Apertura Finalizada-Consultar-Posición 6-Condiciones y Declaraciones). También, es menester señalar que en el apartado de la consulta de proveedor en el apartado de contratos de uso, correspondiente a la declaración del artículo 28 se encuentra marcada- donde se indica que: *"(...) Declaro bajo fe de juramento lo siguiente: 2) Que no me alcanzan las prohibiciones contenidas en*

el Artículo 28 ,de la Ley General de Contratación Pública, con las Instituciones usuarias del SICOP.* Acepto los términos de los Contratos de Uso.” (ver Sicop- Consulta de Proveedores-[Contratos de Uso])

Como punto de partida, debe indicarse que el artículo 29 de la LGCP contempla la siguiente regulación: “En todos los concursos en que presenten sus propuestas, los oferentes y subcontratistas deberán manifestar expresamente en su oferta que la información contenida en la declaración jurada, presentada en el registro que al efecto lleve la Dirección de Contratación Pública, se mantiene invariable.”, y en el párrafo siguiente se observa: “Cualquier violación debidamente acreditada a la presente norma, generará la exclusión de la oferta del procedimiento [...]”. No obstante, si bien este órgano contralor comprende lo dicho en el artículo 29 de la LGCP, dicho numeral debe entenderse de frente a los **principios de** eficacia, eficiencia, y conservación de ofertas **y no de manera aislada**, partiendo siempre de la orientación a resultados que destaca como uno de los pilares de nuestro modelo de contratación pública. En este sentido, no se puede desconocer que la finalidad del artículo 29 LGCP es el cumplimiento de una serie de requisitos formales para verificar régimen de prohibiciones en materia de contratación pública, por lo cual, debe analizarse si esta omisión al momento de ofertar, debe ser entendido como un vicio trascendente, al incumplir con la finalidad de la normativa vigente. Sobre el tema de la trascendencia puede verse las resoluciones No.R-DCP-SICOP-01835-2025 y No. R-DCA-SICOP-01193-2023, entre otras.

Así las cosas, un vicio por sí solo no puede ser entendido como razón unívoca para excluir una oferta, sino que, a la luz de los principios de contratación y de la finalidad pública perseguida con el concurso y con la normativa especial de la materia, debe analizarse la trascendencia de ese vicio o defecto en la oferta. Para el caso en específico, si bien para efectos de la apelante no se presentó un documento en el que se indicará que la información contenida en la declaración jurada se mantiene invariable, es importante señalar que en la oferta del adjudicatario si se hace dicha referencia, por lo cual, se estima que la finalidad del artículo 29 LGCP ha sido satisfecha en forma y fondo, considerando la información de la oferta y que además las declaraciones actualizadas en el registro de proveedores, con lo cual no es que exista una ausencia del cumplimiento del requisito, como pretende la apelante, sino que este fue cumplido posteriormente. En consecuencia, la finalidad de la norma, que es evitar la violación del régimen de prohibiciones de la ley de contratación pública, se encuentra debidamente satisfecha. De conformidad con lo anterior, al cumplirse la finalidad de la declaración jurada el vicio debe considerarse como intrascendente.

Para justificar la exclusión de la adjudicataria, la apelante cita el criterio No. MH-DCoP-OF-0038-2024 del 29 de enero de 2024, sin embargo, debe verse que dicho criterio señala que el mismo es una ampliación y aclaración al criterio emitido en el oficio No.MH-DCoP-OF-0506-2023 del 04 de julio de 2023, del cual ya este órgano contralor se ha referido indicando que este último avala la posibilidad de realizar el subsane de la declaración jurada del artículo 29 de la LGCP. En cuanto al criterio referenciado por la apelante el MH-DCoP-OF-0038-2024, este también avala la posibilidad de subsanar dicha declaración, al indicar que: “(...) *Atendiendo la doctrina sobre los hechos históricos, según la cual, cuando no se genere una ventaja indebida, resultará posible una subsanación sobre hechos acontecidos de previo a la apertura de las ofertas de la contratación; lo primero que debe aclararse es que hay dos supuestos distintos regulados por el artículo 29 de la LGCP, el primero, en el cual no se ha brindado la declaración jurada o ésta se encuentra desactualizada, en cuyo caso, dada la relevancia que el propio legislador otorgó a esa declaración jurada, existiría una imposibilidad de subsanar, pudiéndose activar incluso los mecanismos sancionatorios contra el oferente incumpliente, lo anterior dado que existe un deber ineludible que obliga a los potenciales oferentes, previo a la participación (hecho histórico) en todo procedimiento de contratación pública, de haber rendido la correspondiente declaración jurada en el Registro conformado al efecto y mantenerla actualizada. El segundo supuesto, sobre el cual versa la consulta, es aquel en el que, pese a haberse rendido la declaración jurada como en derecho corresponde y haberla mantenido actualizada en el registro correspondiente, el oferente de una contratación pública omite manifestar expresamente en su oferta que la información contenida en la declaración jurada se mantiene invariable. Este es un escenario distinto, dado que la oferta no está constituida únicamente por la documentación que es presentada inicialmente, sino por toda aquella documentación o manifestación que la complementa, pudiendo ser aquella generada como resultado de una prevención y atención de subsanación. [...] De esta manera queda plasmado en el extracto anterior, el principio de integridad de la oferta, según el cual, la oferta no sólo está compuesta por la propuesta inicial, sino que es integrada por toda la documentación que aporte o manifestación que realice el oferente de oficio o a solicitud de la entidad contratante; y si bien la oferta no puede ser alterada en sus elementos sustanciales, éstos si pueden ser aclarados ante dudas razonables que puedan asistir a la entidad contratante, siempre y cuando se respete la premisa necesaria del instituto de la subsanación, que no se cause una ventaja indebida en perjuicio de otros oferentes.[...] para dar atención a la interrogante planteada por el INA, dado que no es un requisito que debe cumplirse de previo a participar de la contratación, no se trata de un hecho histórico, (como ocurre con la rendición y mantenimiento actualizado de la declaración jurada) la omisión de indicar que la información contenida en la declaración jurada se mantiene invariable, constituye un aspecto sujeto de subsanación, de manera tal que de llegarse a subsanar, lo manifestado por el oferente al respecto se incorporaría por integridad a su oferta, en los términos anteriormente explicados, alcanzándose el cumplimiento de la obligación ordenada por la LGCP en su artículo 29 sobre el tema.” . Por ende, inclusive el propio criterio citado por la apelante habilita la posibilidad de que la declaración jurada sea subsanada, sin que la exclusión del artículo 29 LGCP deba ser entendida como inmediata, o como se indicó previamente, aislada de los principios de contratación pública.*

En consonancia con lo antes expuesto, el principio de eficacia y eficiencia (artículo 8 inciso e) de la LGCP), el ordenamiento jurídico privilegia la conservación de las ofertas, disponiendo que los defectos subsanables y los incumplimientos intrascendentes no descalificarán la oferta que los contenga. Específicamente, los precedentes de este órgano contralor ha reconocido que la declaración jurada requerida por el artículo 29 de la LGCP (referente a la naturaleza y propiedad de las acciones y el beneficiario final) es un aspecto formal susceptible de subsanación, tal como lo prevé el artículo 135, inciso a) del Reglamento a la LGCP. De esa forma, bajo la tesitura de que la adjudicataria no presentó dicha declaración jurada con la oferta, el cuestionamiento del apelante debe ser analizado bajo el parámetro de la trascendencia.

Así entonces, la omisión es de carácter intrascendente, porque la información requerida ya constaba actualizada en el Registro de Proveedores del SICOP o porque su subsanación posterior no generó una ventaja indebida o afectación sustancial a la ejecución contractual—, no se justifica la exclusión de la oferta. Por lo tanto, la alegada caducidad de la facultad de subsanación debe ponderarse frente al cumplimiento del fin público. En razón de lo expuesto, se declara **sin lugar** lo manifestado por la apelante en cuanto a estos aspectos de la oferta de la adjudicataria.

ii) Sobre la declaración Jurada del Equipo de Trabajo.

La **apelante** Consorcio La Tres / London apela que Garnier no cumplió con la declaración jurada requerida para el equipo propuesto (páginas 8 y 9 del pliego), omitiendo datos personales, títulos, certificación de inglés B1 y proyectos liderados, a pesar de adjuntar CV y casos de éxito por separado.

La **Administración** indica que el pliego de condiciones no estableció un formato específico para las declaraciones juradas del equipo de trabajo, indica que Garnier presentó un encabezado de declaración jurada por cada miembro, con los demás documentos como parte de la misma, por lo cual, la Administración se da por satisfecha ya que la información solicitada estaba contenida con las declaraciones.

La **adjudicataria** señala que el consorcio apelante reconoce que los casos de éxito, aunque omitidos en las declaraciones juradas del equipo, fueron anexados. Cuestiona un aspecto formal sin demostrar su trascendencia, afirmando que se cumple la información. No debe prevalecer la forma sobre el contenido, ya que el consorcio apelante no demostró incumplimiento.

Criterio de División. Como punto de partida debe señalarse lo indicado en el pliego de condiciones en cuanto a las declaraciones juradas del equipo de trabajo ofertado: “ (...) **2.2 EXPERIENCIA DEL PERSONAL Y SU PERFIL MÍNIMO. Para cada puesto del equipo de trabajo, se debe presentar una declaración jurada firmada por cada integrante del equipo propuesto, haciendo constar la siguiente información: Datos personales:** Nombre, edad, puesto que ocupa en la agencia oferente. **Cantidad de años de experiencia según cada uno/ de los cargos requeridos en el presente pliego de condiciones. Títulos Académicos:** Presentar copia de los títulos solicitados como requisito mínimo para cada uno de los miembros del equipo para los que aplica esta condición. Para los puestos que se solicita inglés B1, se debe aportar junto con la oferta una certificación que haga constar dicho nivel, emitida por una institución pública o privada, con no más de 6 meses de haber sido emitida. Basado en Marco Común Europeo de Referencia para las Lenguas (MCER) **Hoja de vida que detalle la experiencia laboral requerida:** en el caso de labores realizadas para otro patrono que no sea la agencia oferente, se debe adjuntar declaración jurada en la que indique las empresas para las cuales ha laborado, el puesto desempeñado y los datos de contacto de sus supervisores. **Proyectos liderados:** Para los puestos de Director de Cuentas, Director de Medios y Director Creativo, y según la experiencia requerida en el cuadro 1, se debe indicar: Nombre del proyecto o cliente. Nombre de la agencia con la cual se realizó el proyecto. Año en que se efectuó la campaña. Inversión total del proyecto, desglosada por producción y pauta. Puesto que desempeñó con la cuenta. Muestras de los artes de la campaña (en el caso de que una misma campaña involucre varias personas del equipo propuesto, solo será necesario presentar una copia de los artes e indicar los participantes). (lo resaltado corresponde al original) (ver expediente-[2. Información de Pliego de condiciones]-Número de procedimiento- secuencia 00-[F. Documento del Pliego de condiciones]- No 6 -Pliego de condiciones MODIFICADO)

Ahora bien, de la oferta presentada por la empresa Garnier (adjudicataria) se desprende que se aportaron las declaraciones juradas del equipo de trabajo propuesto, específicamente en el “Anexo #3”- en este se observa las declaraciones de:

Anexo #3	
Personal	Puesto
KARLA MOLINA VASQUEZ	DIRECTORA ESTRATÉGICA
PALOMA HERRERA CHACON	DIRECTORA DE CUENTAS
JOSE ANDRES ANTILLON AGUILAR	DIRECTOR CREATIVO
ELIZABETH ROLDAN RAMIREZ	DIRECTORA DE MEDIOS
ALONSO ZAMORA ROJAS	PLANNER ESTRATÉGICO
NATALIA PEREIRA QUIROS	EJECUTIVA DE CUENTAS SENIOR
DHARMA CARFANTAN GUERRERO	EJECUTIVA DE CUENTAS SENIOR
MELISSA NAVARRO HERNANDEZ	EJECUTIVA DE MEDIOS
JOSE DAVID ALFARO ALPIZAR	CREATIVO SENIOR
ESTEBAN ROJAS ARGÜELLO	DISEÑADOR (A) SENIOR
DAYANNA RODRIGUEZ AVILEZ	SOCIAL MEDIA MANAGER
GABRIEL SOLANO VARGAS	COMMUNITY MANAGER
GLORIELA CAMPOS CAMACHO	DIGITAL MARKETING SPECIALIST

(Ver expediente-[3. Apertura de ofertas]-Partida 1- Consultar-Posición de las ofertas 6-[Adjuntar archivo])

En relación con el supuesto incumplimiento del punto 2.2 del pliego de condiciones por parte del adjudicatario, este órgano contralor estima que el apelante omitió desarrollar una fundamentación clara y precisa, así como aportar la prueba idónea para sustentar su alegato. Era imperativo que en el recurso se demostrara por qué la interpretación de la cláusula era incorrecta, o bien, por qué la documentación aportada por el adjudicatario resultaba insuficiente para acreditar el cumplimiento exigido en el pliego, siendo que el alegato es que la documentación a la que refiere a los atestados no se encuentra dentro de dicha declaración sino como un anexos a esta. En ese sentido, conforme lo dispone el artículo 88 de la Ley General de Contratación Pública, 254 inciso d) y 246 de su Reglamento, es sobre quien acciona en contra del acto emitido por la Administración que recae la carga de la prueba y un adecuado ejercicio de análisis que permita demostrar la fundamentación de su recurso, por lo que la ausencia de dicha fundamentación impide acoger el alegato o valorar lo planteado por la apelante.

Asimismo, es importante señalar que el pliego de condiciones exigía que la declaración jurada relativa a la experiencia del personal propuesto detallara de forma estructurada los datos personales, los años de experiencia conforme al pliego, los títulos académicos, la hoja de vida y los proyectos liderados. La apelante sostiene que la adjudicataria incumplió con este requerimiento al no aportar la información bajo la estructura solicitada; mientras que la Administración, en su acto de evaluación, tuvo por cumplido el requisito esencial. Este órgano contralor no observa que la apelante logre demostrar que la omisión de la estructura específica o el uso de documentos anexos a la declaración jurada, en lugar de integrarse directamente en ella, afectara el cumplimiento, menoscabe la idoneidad del personal o comprometa la ejecución contractual. En aplicación del principio de conservación de los actos, y al no existir un impacto sustancial, el alegato sobre un posible defecto formal resulta insuficiente para anular el acto final.

Por lo anterior, cuando la queja se centra en la estructura o en un defecto meramente formal de la declaración jurada, el apelante tiene la obligación de demostrar la trascendencia de dicho defecto. Es decir, debe fundamentar cómo la desviación de la forma exigida en el pliego de condiciones afecta materialmente la capacidad del oferente para ejecutar el contrato o genera una **ventaja indebida** frente a los demás competidores. Los argumentos que solo señalan diferencias sin explicar este impacto sustancial resultan insuficientes. En aplicación del principio de conservación de las ofertas, las omisiones o los incumplimientos de carácter intrascendente o subsanable no deben descalificar una oferta. Por lo tanto, si la declaración jurada, aunque con una estructura diferente a la solicitada, permite a la Administración verificar la información sustantiva del equipo de trabajo y su cumplimiento con los requisitos técnicos de personal, el señalamiento de la apelante se considera irrelevante. En consecuencia, al no evidenciarse un defecto material o que configure una ventaja indebida, procede declarar **sin lugar** el recurso de apelación en este extremo.

iii) Sobre las inconsistencias en la Campaña 'Justice by her type' (José Andrés Antillón - Director Creativo).

La **apelante** Consorcio la Tres / London señala que la oferta del adjudicatario, alegando que el Director Creativo incumplía el requisito de haber liderado 3 campañas con presupuesto superior a \$50.000 en 5 años. Señalan una contradicción en el presupuesto (\$115.000 en pág. 54 vs. \$3 millones de PR Value sin pauta en pág. 142 para la misma campaña). Además, cuestionan la afirmación de la campaña sobre la aprobación de 5 leyes, ya que la prensa nacional (Delfino.CR) corrobora que solo 3 fueron aprobadas y 2 dictaminadas pero no votadas, lo cual es un requisito de admisibilidad.

El **ICT** considera que la información suministrada por Garnier no presenta irregularidades. Explica que es común en proyectos de comunicación tener pauta pagada y acciones de relaciones públicas que generan valor mediático adicional, citando ejemplos propios. No considera contradictorio lo presentado por la empresa adjudicataria.

La **adjudicataria** señala que demostró una inversión real en pauta publicitaria de €68.091.000 (aprox. \$135,044) y aclara que el PR Value de \$3,000,000 no fue dinero invertido, sino el valor estimado de publicaciones mediáticas, usado para puntaje en Alianzas Estratégicas, y que el objetivo de la campaña era promover y reactivar el debate legislativo sobre la violencia contra la mujer, logrando aprobaciones, dictámenes afirmativos y la reactivación de proyectos, por lo que no existe ningún vicio que amerite la exclusión de su oferta, siendo que en este punto el pliego no impuso una obligación de resultado o aprobación como la que viene a exponer el apelante, en cantidad de leyes aprobadas, que se trata de un aspecto extra-pliego.

Criterio de la División. En cuanto a este punto el pliego de condiciones en el punto 2.2 señala lo siguiente: “ (...) 2.2 EXPERIENCIA DEL PERSONAL Y SU PERFIL MÍNIMO / Todo oferente debe poner a disposición de la cuenta del ICT, un equipo conformado por al menos los profesionales que se cita en el cuadro 1.

Cuadro 1: Equipo mínimo requerido

PROFESSIONAL	EXPERIENCIA MINIMA REQUERIDA	REQUERIMIENTO DE EXCLUSIVIDAD SEGÚN SU FUNCION EN EL EQUIPO // PORCENTAJE DE DEDICACION APROXIMADA
3 Director creativo	10 años de experiencia y al menos 5 como Director Creativo.	NO// 40%
	Haber liderado al menos 3 proyectos de campañas de Publicidad con presupuestos mayores a \$50.000 en los últimos 5 años.	
	Contar como mínimo con un bachillerato Universitario en áreas como comunicación, publicidad, diseño gráfico o publicitario, artes gráficas, mercadeo o área afín al puesto.	

(Elaboración propia. Fuente: expediente-[2. Información de Pliego de condiciones]-Secuencia 00-[F. Documento del Pliego de condiciones]-No 6-Pliego de condiciones MODIFICADO)

En vista de los argumentos de las partes, se constata que la recurrente alega, en primer término, que el monto del proyecto liderado por el “Director Creativo” no cumple al corresponder a publicidad no pagada. En segundo lugar, objeta la campaña publicitaria al señalar una discrepancia entre los cinco proyectos de ley reportados como impulsados y los dos proyectos legislativos que, según afirma la apelante, han sido aprobados. Sobre este alegato, aporta como prueba una certificación que hace referencia a una publicación periodística del proyecto (“Justice by her”). Por su parte, la adjudicataria aduce en la audiencia inicial que el monto de \$3 millones de “PR Value” corresponde únicamente a un valor estimado y que el monto realmente pagado fue de aproximadamente \$135.000, según el informe presentado como prueba de Integra-Metrics Costa Rica (pruebas 6 y 7). (ver expediente-audiencia inicial No.8052025000001725- Número documento 8062025000003466-5.2. Documentos adjuntos de la respuesta).

Con ocasión del presente punto, debe reiterarse que, tal y como se ha constatado con ocasión de la revisión del presente recurso de apelación, el objeto contractual requiere de un ejercicio explicativo y probatorio adecuado, a efectos de permitir resolver conforme a derecho. Conforme lo dispone el artículo 88 de la Ley General de Contratación Pública, 254 inciso d) y 246 de su Reglamento, es sobre quien acciona en contra del acto emitido por la Administración que recae la carga de la prueba y un adecuado ejercicio de análisis que permita demostrar la fundamentación de su recurso.

Por lo anteriormente expuesto, esta División considera que no basta con señalar el incumplimiento (p.ej., el monto del proyecto o cumplir con la totalidad de leyes aprobadas), sino que se debe acreditar la trascendencia del incumplimiento frente al fin perseguido por el procedimiento o su desconformidad sustancial con el ordenamiento jurídico. Esto significa que el incumplimiento solo justifica la exclusión si se refiere a aspectos esenciales de las bases del procedimiento o resulta sustancialmente desconforme con el ordenamiento jurídico (artículos 8 inciso e) LGCP y 134 párrafo penúltimo RLGCP).

Los argumentos sobre la idoneidad del personal o el alcance de los proyectos presentados se consideran requisitos trascendentes, intrínsecamente ligados a la aptitud del oferente para ejecutar el objeto contractual. En consecuencia, era deber del apelante, al afirmar que el proyecto no alcanzaba el monto mínimo, demostrar mediante documentos financieros o técnicos idóneos que el valor real era inferior al previsto de \$50.000 conforme el pliego de condiciones. De esa forma, resulta insuficiente, que se pretenda desvirtuar el análisis administrativo con una certificación notarial que hace alusión a un artículo de prensa mediante un enlace web donde se indica: “(...) es copia fiel y exacta de su original el cual el suscrito notario he descargado de la página web DELFINO.CR que corresponde a publicación periodística publicada el día veintinueve de julio de dos mil veinticinco a las nueve y veinticuatro am, en la dirección electrónica [https://delfino.cr/2025/07/oro-plata-y-bronce-tres-campanas-ticas-premiadas-en-cannes-bajo-la-lupa-publicacion-denominada "Oro, plata y bronce: tres campañas ticas premiadas en Cannes bajo la lupa...](https://delfino.cr/2025/07/oro-plata-y-bronce-tres-campanas-ticas-premiadas-en-cannes-bajo-la-lupa-publicacion-denominada-Oro-plata-y-bronce-tres-campanas-ticas-premiadas-en-Cannes-bajo-la-lupa...)”, por carecer de la fuerza probatoria necesaria, debido a que la información ahí señalada carece de certeza como prueba plena, ya que es fácilmente manipulable y está sujeta a modificaciones periódicas. Por lo tanto, el incumplimiento debió acreditarse con una certificación financiera del monto en disputa, o justificando por qué debían aprobarse todos los proyectos de ley, dado que esto no era un requisito de cumplimiento en el pliego.

Sobre la certificación notarial que referencia enlaces web, se estima que ésta no resulta idónea porque la información no logra superar el escepticismo inherente sobre la fiabilidad y permanencia de la información en línea para efectos probatorios, puesto que no valida la inmutabilidad o la veracidad intrínseca de la información ahí contenida, no se cuestiona o se desconoce la facultad que ostenta el Notario Público de certificar, si no la fuente o base que se utiliza para elaborar la certificación, la cual como se explicó anteriormente son enlaces a sitios o páginas web que adolecen del carácter de prueba idónea o válida por la facilidad con la que pueden ser modificada o manipulada la

información que ahí se indica, posición que ha mantenido este órgano contralor ya en otras oportunidades (ver resoluciones R-DCP-SICOP-01346-2025 y R-DCP-SICOP-01474-2025, entre otras).

Por lo anterior, el recurrente tenía la obligación ineludible de vincular la supuesta deficiencia con la **trascendencia** que esta tendría en la capacidad del adjudicatario para ejecutar el contrato en los términos previstos por la licitante. Respecto al alegato sobre los proyectos de Ley que alcanzaron aprobación satisfactoria ante el plenario legislativo, se constata que el pliego de condiciones no estableció la aprobación satisfactoria de la totalidad de los proyectos de Ley ante el plenario legislativo como un requisito de cumplimiento obligatorio. No obstante, no se ha demostrado cómo las actividades realizadas en el proyecto -independientemente de la aprobación referida- no atiende la experiencia que precisamente se pretendía acreditar con el requisito y en consecuencia afecta la idoneidad de la oferta cuestionada. En es sentido, debe recordarse que la carga de la prueba recae sobre quién afirma, de forma que cuando se discrepa de los estudios técnicos de la Administración, resulta obligatorio rebatirlos de forma razonada, aportando criterios emitidos por profesionales calificados que desvirtúen dichos análisis. La remisión a documentación por sí misma es insuficiente si no va acompañada de un ejercicio puntual para desvirtuar el criterio administrativo. Por lo tanto, el apelante tiene el deber de demostrar el incumplimiento y la falta de esta debida fundamentación se considera improcedente, al delegar en este órgano contralor la indagación y la interpretación.

Por lo tanto, al no demostrar que la adjudicataria incumple con el requisito del monto previsto en cuanto a proyectos liderados por el Director creativo (\$50.000), sin un análisis técnico que conecte la supuesta inconsistencia con un perjuicio real al interés público o la imposibilidad de ejecución contractual se declarada **sin lugar** en este punto el alegato de la apelante.

iv) Sobre el requisito mínimo del título del planner estratégico (Alonso Zamora Rojas)

El **apelante** alega que el profesional ofrecido por la adjudicataria no cumple con el grado superior (licenciatura) para estar colegiado y, por principio de legalidad, no es posible que la Administración valide y acepte su título. Este es un aspecto sustancial que no es susceptible de subsanación.

La **adjudicataria** señala que el pliego solo requería un "Bachillerato Universitario" para este puesto, sin especificar el campo de estudio, a diferencia de otros perfiles; además, considera que el argumento se encuentra precluido al ser un alegato contra las especificaciones del pliego.

El **ICT** aclara que el requisito para el puesto de Planner Estratégico se solicitó título de bachiller universitario de cualquier carrera, no específicamente en psicología o una carrera afín a la publicidad. Argumenta que las funciones del planner no implican el ejercicio de la profesión de psicología, por lo que no se requiere colegiatura obligatoria. Enfatiza que lo relevante para este puesto es la visión estratégica, capacidad de innovación y proposición de acciones integrales, lo cual se desarrolla con experiencia y capacidad analítica, no con un título específico.

Criterio de la División. En cuanto a este punto el pliego de condiciones en el punto 2.2 señala lo siguiente: " (...) 2.2 EXPERIENCIA DEL PERSONAL Y SU PERFIL MÍNIMO / Todo oferente debe poner a disposición de la cuenta del ICT, un equipo conformado por al menos los profesionales que se cita en el cuadro 1.

Cuadro 1: Equipo mínimo requerido

PROFESIONAL	EXPERIENCIA MINIMA REQUERIDA	REQUERIMIENTO DE EXCLUSIVIDAD SEGÚN SU FUNCION EN EL EQUIPO // PORCENTAJE DE DEDICACION APROXIMADA
5 Planner estratégico	Al menos 5 años de experiencia como planner estratégico en el área de Mercadeo y/o Publicidad Contar como mínimo con un bachillerato universitario.	NO// 30%

(Cuadro de elaboración propia. Fuente: expediente-[2. Información de Pliego de condiciones]-Secuencia 00-[F. Documento del Pliego de condiciones]-No 6-Pliego de condiciones MODIFICADO)

Visto el argumento de la recurrente, estima este órgano contralor que este argumento carece también de la adecuada fundamentación, por cuanto como se procede a detallar no logra la apelante demostrar el incumplimiento señalado, ya que el pliego de condiciones lo que exigía era presentar un título de bachiller universitario, pero no de una rama en específico, lo cierto del caso es que la apelante no se da a la tarea de realizar un ejercicio dirigido a acreditar por qué motivo dicho incumplimiento resulta trascendente de manera que genere una imposibilidad para ejecutar adecuadamente el objeto contractual.

Así las cosas, se tiene que la apelante se limitó únicamente a acompañar su argumento con una certificacon notarial, que hace referencia a una captura de pantalla extraída de la pagina web del Colegio de Profesionales en Psicología de Costa Rica, dicho sitio "https://portal.psicologiacr.com/ProfessionalDirectory," para indicar que el profesional requerido por la Administración no se encontraba colegiado y por lo tanto no podía ejercer la carrera de psicología, pero no se explica requiere ejercer r la profesión de la psicología en la ejecución, tal y como lo establece la normativa señalada, Ley No 6144 del Colegio de Profesionales de Psicología de Costa Rica, en donde se indica que para ejercer se debe contar con el grado de licenciatura y encontrarse debidamente inscritos.

Al respecto, la recurrente omite explicar cómo el título de bachiller universitario en psicología no cumple con el requisito establecido en el pliego de condiciones o cómo de dicha situación se desprende el incumplimiento alegado contra la oferta de la adjudicataria, siendo que la recurrente no cuestiona la experiencia del señor Zamora Rojas, como planner estratégico y tampoco se da a la tarea de explicar porque no se podía cumplir con el requisito con dicho título universitario, siendo que el pliego sólo requiere un título de bachiller universitario, sin indicar una carrera en específico (como por ejemplo publicidad). Así entonces, en el caso le correspondía a la apelante acreditar la razón por la cual la formación del profesional ofrecido, con un título de bachiller universitario en la rama de psicología, no satisface lo requerido por la Administración para el puesto de *Planner Estratégico*. El pliego de condiciones exigía un título de bachiller universitario junto a cinco años de experiencia, siendo este último un aspecto no cuestionado por la recurrente. Era su deber, por tanto, precisar la **trascendencia** de dicho supuesto incumplimiento, demostrando que la falta imposibilitaba de manera directa la adecuada satisfacción de la necesidad pública perseguida. Con base en lo expuesto, se declara **sin lugar** este extremo del recurso.

v) Sobre el requisito mínimo del social media manager (Dayanna Rodríguez).

La **apelante** señala que el pliego de condiciones exigía un mínimo de 5 años de experiencia en el desarrollo de estrategias de contenido digital y que aunque la declaración jurada de la señora Dayana Rodríguez menciona 5 años, su hoja de vida indica 8 años de experiencia, con un

período de 2017 a 2023 en COSEVI como asistente en el departamento de Creatividad. Sin embargo, se investigó y se constató que COSEVI no cuenta con un departamento de "Creatividad" en su organigrama o directorio. Adicionalmente, su perfil de LinkedIn indica que fue asistente administrativa en Planificación Institucional.

El **ICT** acepta la declaración jurada de la Srta. Rodríguez como válida y cierta. Afirma que el pliego de condiciones no exigía tener a todo el equipo en planilla al momento de la oferta, sino que se comprometieran a incorporar los si resultaban adjudicados, lo cual Garnier garantizó con una declaración jurada. Menciona que la Administración fue clara en las aclaraciones al pliego sobre las dos formas de contar con el equipo: subcontrato o como parte de la planilla de la empresa.

La **adjudicataria** señala que no tiene injerencia en la información del currículo de la profesional, y la prueba del Consorcio sobre el organigrama de COSEVI no está actualizada, remite a una página web certificada por un notario, asimismo señala que en cuanto al perfil de LinkedIn, este es un insumo que desarrolla cada profesional, y que independientemente del puesto desarrollado en COSEVI, en la Agencia Garnier comprobaron las habilidades y destrezas de la profesional en el puesto contratado, conforme el objeto contractual. Además, indican que Dayanna Rodríguez dejó de laborar en junio de 2025. Garnier la sustituye por **Andrea Ruiz**, quien cumple con más de 5 años de experiencia mínima requerida.

Criterio de la División. En cuanto a este punto el pliego de condiciones en el punto 2.2 señala lo siguiente: “ (...) 2.2 EXPERIENCIA DEL PERSONAL Y SU PERFIL MÍNIMO / Todo oferente debe poner a disposición de la cuenta del ICT, un equipo conformado por al menos los profesionales que se cita en el cuadro 1.

Cuadro 1: Equipo mínimo requerido

	PROFESIONAL	EXPERIENCIA MINIMA REQUERIDA	REQUERIMIENTO DE EXCLUSIVIDAD SEGÚN SU FUNCION EN EL EQUIPO // PORCENTAJE DE DEDICACION APROXIMADA
1	Social Media Manager/ Estratega en generación de contenidos	Al menos 5 años de experiencia en desarrollo de estrategias de contenido digital.	SI //100%

(Cuadro de elaboración propia. Fuente: expediente-[2. Información de Pliego de condiciones]-Secuencia 00-[F. Documento del Pliego de condiciones]-No 6-Pliego de condiciones MODIFICADO)

De frente al alegato de la apelante, es importante precisar que fue lo que aportó la adjudicataria en cuanto al requerimiento del pliego de condiciones sobre "Social media manager" en donde en el documento PDF denominado "ofertaGarnierFINAL" se indica: "(...) **DECLARACIÓN JURADA** Yo, **DAYANNA RODRIGUEZ AVILEZ**, cédula de identidad 1-14830535, 34 años, soltera, en su calidad de **SOCIAL MEDIA MANAGER**, **DECLARO BAJO LA FE DE JURAMENTO que cuento con al menos 5 años de experiencia en desarrollo de estrategias de contenido digital o en puestos similares a los que se ejercerán durante la contratación. Rendimos la presente declaración jurada, advertidos de las penas por falso testimonio que contempla el Código Penal, y reiteramos que los datos son legítimos y verdaderos, y los hemos dado bajo juramento. ES TODO. San José 06 mayo, 2025. [...] Patrono 3 Nombre de la Empresa o Agencia Área o departamento: Cosevi Creatividad / Último puesto desempeñado: Otros Asistente / Año de Ingreso 2017 Año de Salida 2023**". (lo resaltado no es del original) (Ver expediente-[3. Apertura de ofertas]-Partida 1- Consultar-Posición de las ofertas 6-[Adjuntar archivo])

De una lectura de las dos certificaciones notariales aportadas por la recurrente estima este órgano contralor que la primera alude al organigrama institucional del COSEVI que indica: “ (...) el cual el suscrito notario he descargado de la página web del “**CONSEJO DE SEGURIDAD VIAL COSEVI**” que corresponde al “**Organigrama del COSEVI**” el cual se ubica en la dirección electrónica <https://www.csv.go.cr/organigrama> ...”, visible en su página web, con el fin de destacar la ausencia de un departamento de creatividad; mientras que la segunda certificación se refiere a un perfil de la red social LinkedIn que indica: “ (...)el cual el suscrito notario he descargado de la página web de la red social “**LINKEDIN**” que corresponde a perfil de usuario identificado como “**DAYANNA R.**”, en la dirección electrónica https://www.linkedin.com/in/dayannarodriguez14/?original_referer=y...”, donde se consigna que la señora Rodríguez Avilez laboró en esa institución con el cargo de “Asistente Administrativa, planificación Institucional.” Dicha prueba es presentada por la apelante para desvirtuar la experiencia declarada del personal propuesto por el adjudicatario.

En el caso, correspondía a la Administración licitante y la adjudicataria realizar un ejercicio de corroboración de la información, verificando con el COSEVI la existencia del departamento o las funciones de la profesional, a fin de rectificar el cumplimiento del requisito de pliego. No es de recibo que la defensa se limite a señalar que la mera presentación de una declaración jurada agota el cumplimiento, máxime cuando existe un alegato concreto contra un elemento de admisibilidad que la Administración debió comprobar.

De ahí entonces que en el caso, no se ha acreditado cómo la profesional presentada en la oferta cumplía con el requisito, ni aportaron prueba idónea que desvirtuara el señalamiento específico del consorcio apelante. Tampoco se verificó la existencia o las funciones del departamento en la institución citada, lo cual resulta contrario a la diligencia debida ante un alegato sobre un elemento de **admisibilidad**. Con lo cual, se tiene que no se ha acreditado la idoneidad del personal presentado en la oferta, todo lo cual correspondía a la Administración verificar en primer término y luego a la adjudicataria acreditarlo de forma fehaciente.

Adicionalmente, no se pierde de vista que se ha alegado un cambio en el personal puesto que el personal ofrecido ya no labora en la empresa, sobre lo cual estima este órgano contralor que ello sería viable siempre y cuando se acredite el cumplimiento de los requisitos por parte de la señora Rodríguez Avilez, pues de lo contrario se generaría una ventaja indebida de frente a un aparente incumplimiento. Es por ello que no es posible aceptar simplemente el argumento de la variación del personal como se ha planteado por la adjudicataria. En virtud de la falta de corroboración por la Administración y la adjudicataria, se declara **parcialmente con lugar** este extremo del recurso, a fin de que la Administración proceda a verificar el cumplimiento de los atestados de la profesional ofrecida (Dayanna Rodriguez Avilez) por la adjudicataria; en específico se debe verificar que cumpla con el requisito de contar con los 5 años de experiencia en desarrollo de estrategias de contenido digital, por lo cual debe acreditar el cumplimiento de dicha experiencia en el COSEVI. Lo anterior, previo a que se pueda aceptar el cambio del personal propuesto.

B) SOBRE EL SISTEMA DE EVALUACIÓN

i) Sobre el punto 4.2 experiencia en estrategias integrales de mercadeo o publicidad (anexo 2)

El **consorcio La Tres / London** señala que la Administración al realizar la evaluación requisito del punto 4.2 en cuanto a las “Soft skills” la licitante evaluó temas que no se encontraban en el pliego de condiciones específicamente conforme lo establecido en el anexo 2. Asimismo, señala que en cuanto a los demás puntos del requerimiento no se entiende porque no se le otorgó la totalidad de puntos siendo que cumplía con lo requerido en el pliego, además, indica que lo evaluado por la licitante fueron metodologías extra-pliego como la rúbrica interna no publicitada para evaluar las “Soft Skills” y la “SMART”.

El **consorcio JBQ-CAmédia** impugna la puntuación, alegando falta de justificación y transparencia en la evaluación de los 4 casos presentados, así como en las exposiciones presenciales. Señalan omisión en el expediente de SICOP, ausencia de informe de evaluación y explicaciones de penalizaciones. Cuestionan la aplicación fraccionada de la escala de evaluación, contraria al pliego, y consideran que la exigencia de la metodología SMART y la audiencia segmentada fue una interpretación arbitraria y subjetiva, no estipulada. Por lo tanto, solicitan la nulidad del procedimiento.

La **Administración ICT** indica que en cuanto a la valoración de las “Soft Skills” estas estaban incluidas dentro del pliego de condiciones y no fueron objetadas por los oferentes, también indica que no era necesario que hiciera una lista de todas las habilidades blandas a evaluar. También indica que el recurrente Consorcio la Tres / London interpreta mal el término “estrategias integrales” no es lo que se buscaba en el pliego, que se requieren una variedad de tácticas y no acciones individuales.

En cuanto a los objetivos planteados debían ser “SMART” (Específicos, Medibles, Alcanzables, Relevantes, Temporales), y en cuanto a la audiencia segmentada señala que se debían incluir elementos demográficos, psicográficos, geográficos y conductuales, sobre la creatividad aplicada señala que en los casos presentados no denota ideas innovadoras para “atacar” el problema del caso ni refleja una “transformación emocional de barreras” como se mencionaba en la estrategia de la recurrente, y en cuanto a los KPIs (Indicadores de desempeño) y el retorno de inversión (ROI) no detallan un análisis de inversión vs. retorno o tasas de conversión, ni demuestran cómo las acciones publicitarias incidieron en el cumplimiento de los objetivos del cliente.

La **adjudicataria Agencia Garnier**, indica que los porcentajes están debidamente justificados en los documentos M&C-281-2025 e Informe General, respectivamente; además señala que el Consorcio la Tres / London no rebatió la totalidad de aspectos que restaron la calificación de esta, asimismo, señala que si se le otorgan los puntos a al Consorcio por las Soft Skills, también debe ser merecedora del puntaje total por el principio de igualdad. En cuanto al señalamiento del consorcio JBQ, Garnier señala que este consorcio no aportó las pruebas correspondientes para acreditar la totalidad de puntos (cartas de respaldo de clientes para desvirtuar el rebajo de puntaje), además indica que no puede hablarse de nulidad sin que se acredite el daño y sin demostrar que la incorporación de las actas hubiera cambiado la decisión final, conforme al artículo 223 de la LGAP. Anular el proceso violaría los principios de eficiencia, eficacia y conservación de las ofertas.

Criterio de la División. Como punto de partida es importante precisar que requería el pliego de condiciones en el punto 4.2 “4.2 EXPERIENCIA EN ESTRATEGIAS INTEGRALES DE MERCADEO O PUBLICIDAD” señala lo siguiente: “ (...) **EXPERIENCIA EN ESTRATEGIAS INTEGRALES DE MERCADEO O PUBLICIDAD 20%** Se evaluará la experiencia de la agencia en el planteamiento, planificación, y ejecución de estrategias integrales de mercadeo, incluyendo variedad de tácticas tanto en medios tradicionales como en plataformas digitales, email marketing, activaciones, desarrollo de páginas web, estrategias de influencers, alianzas estratégicas, entre otros. Se evaluará la cantidad de estrategias integrales efectuadas en los últimos 5 años. Estos casos o estrategias que la agencia ha desarrollado, deberán ser citados expresamente en la oferta y deberán ser presentados ya sea en forma presencial en las instalaciones del ICT o en las oficinas de cada oferente, en fecha y hora que se indicará oportunamente, para poder efectuar la evaluación de los aspectos indicados con base en los cuadros del **ANEXO #2** Se otorgará 5% para cada estrategia que cumpla con todos los aspectos a evaluar, hasta un máximo de 4 casos (20%). El 50% de los casos podrá ser también utilizado para el punto 4.3 y 4.5. **NOTA:** No se tomará en consideración proyectos realizados para el ICT.” (lo resaltado es del original) (Ver expediente-[2. Información de Pliego de condiciones]-Secuencia 00-[F. Documento del Pliego de condiciones]-No 6-Pliego de condiciones MODIFICADO)

La cláusula del punto 4.2 del pliego de condiciones establece que se evaluará la experiencia de las agencias en el planteamiento, planificación y ejecución de estrategias integrales de mercadeo y sus tácticas asociadas. Dicho requisito se concretaba en la obligatoriedad de que los casos fueran citados formalmente en la oferta y presentados de forma presencial. Esta metodología tenía como objetivo permitir a la Administración valorar los aspectos técnicos relacionados específicamente con el marco de evaluación definido en el Anexo 2.

Ahora bien, el documento referenciado en dicha cláusula “Anexo 2” se indica los siguientes rubros a evaluar-en lo que interesa: “

4.2 EXPERIENCIA EN ESTRATEGIAS INTEGRALES DE MERCADEO O PUBLICIDAD 20%	
	PUNTAJE SI Cumple para cada caso
1 El caso expuesto integra tácticas de diferentes áreas de mercadeo o comunicación, utiliza al menos 3 tipos diferentes de medios o plataformas (sic): redes sociales, SEM, email marketing, televisión, radio, publicidad exterior, activaciones, eventos, alianzas estratégicas.	0,5
2 El caso presentado plantea objetivos claros y medibles	0,5

3	El caso presentado presenta una audiencia segmentada, y las acciones publicitarias claramente son dirigidas a esta audiencia	0,5
4	Creatividad aplicada: presentan materiales visuales, copias, videos y cualquier otra muestra del trabajo creativo realizado en los que se demuestre que los contenidos generados fueron efectivamente dirigidos y personalizados según las audiencias definidas en el punto 3	0,5
5	La estrategia presentada incluye al menos 2 de los siguientes puntos: herramientas de análisis, automatización de marketing, gestión de redes sociales y otras plataformas especializadas, por ejemplo, Google Analytics, SEMrush, HubSpot, Hootsuite, entre otras.	0,5
6	El caso presentado plantea y aplica mediciones de KPIs (Indicadores de desempeño) para evaluar la efectividad de las campañas o estrategias, con análisis detallados de retorno de inversión (ROI), tasa de conversión, engagement, entre otros.	0,5
7	Capacidad innovadora: Ejemplos de cómo han roto paradigmas o generado impacto innovador en las campañas que serán presentadas, o bien como resolvieron algún problema que se dio en el camino: Ejemplos de cómo enfrentaron desafíos durante las campañas presentadas.	0,5
8	Soft skills durante la presentación presencial	1,5
	TOTAL CADA CASO	5

(Elaboración propia. Fuente: expediente-[2. Información de Pliego de condiciones]-Secuencia 00-[F. Documento del Pliego de condiciones]-No 4-ANEXO 2)

Del examen del cuadro de evaluación, se observa que la metodología aplicada a los rubros evidencia una falta de objetividad de lo evaluado, en relación con lo indicado en la audiencia inicial por la licitante, por que se ve en la tabla: el punto 1 exigía un mínimo de tres medios (redes sociales, radio, televisión, etc.) sin detallar su ponderación. Mientras que el punto 2 solicitaba objetivos claros y medibles sin establecer los parámetros de valoración; así como el punto 3 demandaba audiencias segmentadas sin especificar los elementos a evaluar, la mención de los KPIs solo indicaba que eran medidores de desempeño y retorno de inversión, tasa de conversión, engagement, entre otros, sin determinar si se debía cumplir con uno con todos o en qué porcentaje y en el punto 8, referente a las "Soft skills", no se desagregó en rubros específicos para su calificación.

Ahora bien, en el documento denominado "M&C-281-2025" criterio técnico realizado por la Administración- en lo que interesa se indica: " (...) **e. Hallazgos durante las visitas técnicas y observaciones generales sobre la evaluación** / Durante las visitas realizadas a las agencias que superaron la etapa de admisibilidad y subsanación, y como parte del proceso de evaluación técnica, se recopiló información valiosa relacionada con la composición de los equipos, la interpretación del pliego de condiciones y la calidad de las propuestas presentadas. A continuación, se detallan los principales hallazgos: • Del equipo propuesto por las agencias, un porcentaje mínimo participó en las reuniones presenciales, por lo tanto, algunos puntos de los soft skills no se pudieron evaluar. En general, solo un porcentaje limitado del equipo profesional propuesto participó en las reuniones presenciales, lo cual dificultó la valoración completa de aspectos relacionados con habilidades blandas (soft skills). **Garnier:** De las cuatro personas asistentes, tres forman parte del equipo mínimo solicitado. La agencia indicó que **todo el equipo propuesto se encuentra en planilla.** o **JBQ:** Las tres personas que asistieron forman parte del equipo mínimo. No obstante, en su oferta indicaron que **no todo el equipo se encuentra actualmente en planilla.** o **La Tres:** Solo una de las tres personas asistentes forma parte del equipo propuesto. Sin embargo, la agencia manifestó que **todo el equipo declarado está en planilla.** Cabe aclarar que, en respuesta al proceso de subsanación y ante limitaciones de carga del sistema SICOP, la Administración subió al expediente electrónico los archivos que no pudieron ser incluidos originalmente, en atención al principio de transparencia. En el análisis de las propuestas creativas presentadas por las agencias, **se identificó que algunas fueron expuestas como estrategias integrales de mercadeo,** cuando en realidad **se trataba de acciones aisladas o puntuales,** carentes de una planificación estratégica articulada que integrara diversos canales, tácticas y objetivos comunes. Asimismo, en varios casos **no se aportaron ejemplos de campañas publicitarias internacionales,** ni de estrategias de alcance comparable a las que el ICT podría requerir como parte de los servicios contratados. Esta omisión limita la posibilidad de valorar la experiencia de las agencias en proyectos complejos y de escala internacional, tal como se solicitó en el pliego de condiciones. El pliego indicaba expresamente que las agencias debían **presentar ejemplos de estrategias de mercadeo que integraran diversos componentes y canales,** con el fin de **evaluar su capacidad para desarrollar propuestas coherentes y alineadas con la forma de trabajo de la Dirección de Mercadeo del ICT** y con el tipo de servicio que se espera recibir. Para cumplir con este requerimiento, resultaba fundamental demostrar **experiencia en proyectos previos que articularan tácticas múltiples,** tales como: **activaciones de marca, campañas de email marketing, desarrollo de plataformas web, colaboración con influencers, relaciones públicas y alianzas estratégicas dentro del mismo proyecto.**[...] En algunas de las propuestas analizadas, **no se incluyeron datos suficientes que permitieran evaluar de manera objetiva los resultados**

obtenidos en campañas anteriores. En ciertos casos, los representantes de las agencias indicaron que esta información era confidencial por parte de sus clientes. Sin embargo, aun en contextos de confidencialidad, **era posible presentar indicadores generales, rangos o porcentajes** que evidenciaran que los objetivos fueron medibles y que se **alcanzaron resultados positivos**, sin comprometer datos sensibles. La ausencia de esta información limitó la evaluación técnica de algunos criterios establecidos en el pliego de condiciones. Durante las visitas realizadas, **se evidenció que algunas agencias no revisaron en su totalidad los anexos del pliego de condiciones ni otros documentos publicados en la plataforma SICOP**, incluyendo los subsanes emitidos por la Administración a otras oferentes. Esta omisión **limitó la comprensión integral de los requerimientos del concurso**, así como de los ajustes o aclaraciones que resultaron relevantes para la correcta preparación y presentación de las propuestas, lo cual impacta negativamente en el cumplimiento de algunos criterios de evaluación establecidos. (lo resaltado es del original)(ver expediente-[3. Apertura de ofertas]-Estudio técnicos de las ofertas-Consultar-[Información de la oferta]-[Archivo adjunto]).

De conformidad con el documento (M&C-281-2025), se desprende que la Administración licitante consigna una serie de observaciones sobre la evaluación de los oferentes. Sin embargo, no se evidencia la individualización del análisis técnico realizado a cada uno de ellos es decir, cuál fue la metodología utilizada para la evaluación integral, uniforme y documentada de todas las ofertas en igualdad de condiciones. Por el contrario, se aprecian observaciones de carácter general sobre las visitas efectuadas, no se evidencia el señalamiento de la metodología SMART, audiencias segmentadas o objetivos claros y medibles, lo que impide determinar en qué casos específicos se incumplió lo requerido por la Administración, contraviniendo el principio de transparencia y el deber de motivación que rige la contratación pública.

Ahora bien, del mismo documento el "M&C-281-2025" correspondiente al análisis técnico de las ofertas en relación al punto 4.2 **"4.2 EXPERIENCIA EN ESTRATEGIAS INTEGRALES DE MERCADEO O PUBLICIDAD 20%"** -en lo que interesa se indica: "

Evaluación del Consorcio La Tres / London

4.2 EXPERIENCIA EN ESTRATEGIAS INTEGRALES DE MERCADEO O PUBLICIDAD 20%						
		PUNTAJE SI Cumple para cada caso	PUNTAJE OTORGADO CASO 1 SUGEVAL	PUNTAJE OTORGADO CASO 2 INVU Congelado	PUNTAJE OTORGADO CASO 3 INVU SAP	PUNTAJE OTORGADO CASO 4 BCR
1	El caso expuesto integra tácticas de diferentes áreas de mercadeo o comunicación, utiliza al menos 3 tipos diferentes de medios o platomas (sic): redes sociales, SEM, email marketing, televisión, radio, publicidad exterior, activaciones, eventos, alianzas estratégicas.. Piiego establece claramente que son integrales, con más de 3 tipos de medios	0,5	0	0	0,33	0,5
2	El caso presentado plantea objetivos claros y medibles	0,5	0,125	0,125	0,125	0,125
3	El caso presentado presenta una audiencia segmentada, y las acciones publicitarias claramente son dirigidas a esta audiencia	0,5	0,25	0	0,125	0,125
4	Creatividad aplicada: presentan materiales visuales, copias, videos y cualquier otra muestra del trabajo creativo realizado en los que se demuestre que los contenidos generados fueron efectivamente dirigidos y personalizados según las audiencias definidas en el punto 3	0,5	0,125	0	0,125	0,5
5	La estrategia presentada incluye al menos 2 de los siguientes puntos: herramientas de análisis, automatización de marketing, gestión de redes sociales y otras plataformas especializadas, por ejemplo, Google Analytics, SEMrush, HubSpot, Hootsuite, entre otras.	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5
6	El caso presentado plantea y aplica mediciones de KPIs (Indicadores de desempeño) para evaluar la efectividad de las campañas o estrategias, con análisis detallados de retorno de inversión (ROI), tasa de conversión, engagement, entre otros.	0,5	0,125	0,125	0,125	0,125
7	Capacidad innovadora: Ejemplos de cómo han roto paradigmas o generado impacto innovador en las campañas que serán presentadas, o bien como resolvieron algun (sic) problema que se dio en el camino: Ejemplos de cómo enfrentaron desafíos durante las campañas presentadas.	0,5	0	0	0	0,5

8	Soft skills durante la presentación presencial	1,5	0,24			
	Liderazgo	0,25	0,019			
	cohesión de equipo ESTO NO ES POSIBLE MEDIRLO SI NO ESTUVO PRESENTE TODO EL EQUIPO PROPUESTO	0,25	0,00			
	conocimiento del ICT	0,25	0,00			
	presentan approach de posibles ideas creativas	0,25	0,00			
	manejo de la informacion (sic) y respuestas acertadas de las consultas o preguntas	0,25	0,20			
	la mayoría del equipo participa en la conversacion (sic)	0,25	0,019			
	TOTAL CADA CASO	5	1,363	0,99	1,57	2,61
	TOTAL POSIBLE POR 4 CASOS	20	6,532			

Evaluación del Consorcio JBQ-CAmédia

4.2 EXPERIENCIA EN ESTRATEGIAS INTEGRALES DE MERCADEO O PUBLICIDAD 20%						
		PUNTAJE SI Cumple para cada caso	PUNTAJE OTORGADO CASO 1 SPOON	PUNTAJE OTORGADO CASO 2 GRUPO EXTRA	PUNTAJE OTORGADO CASO 3 REYNOLDS	PUNTAJE OTORGADO CASO 4 BAVARIA MASTERS
1	El caso expuesto integra tácticas de diferentes áreas de mercadeo o comunicación, utiliza al menos 3 tipos diferentes de medios o platormas (sic): redes sociales, SEM, email marketing, televisión, radio, publicidad exterior, activaciones, eventos, alianzas estratégicas.. REVISAR CARTEL PORQUE TODO LO QUE PRESENTAN ES PUBLICIDAD, NO HAY ACTIVACIONES, NI ALIANZAS,	0,5	0,333333333	0,5	0,5	0,5
2	El caso presentado plantea objetivos claros y medibles	0,5	0	0	0	0,25
3	El caso presentado presenta una audiencia segmentada, y las acciones publicitarias claramente son dirigidas a esta audiencia	0,5	0	0	0,5	0,125
4	Creatividad aplicada: presentan materiales visuales, copias, videos y cualquier otra muestra del trabajo creativo realizado en los que se demuestre que los contenidos generados fueron efectivamente dirigidos y personalizados según las audiencias definidas en el punto 3	0,5	0,25	0,25	0,5	0,25
5	La estrategia presentada incluye al menos 2 de los siguientes puntos: herramientas de análisis, automatización de marketing, gestión de redes sociales y otras plataformas especializadas, por ejemplo, Google Analytics, SEMrush, HubSpot, Hootsuite, entre otras. Gestión de redes se puede tomar como uno??	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5
6	El caso presentado plantea y aplica mediciones de KPIs (Indicadores de desempeño) para evaluar la efectividad de las campañas o estrategias, con análisis detallados de retorno de inversión (ROI), tasa de conversión, engagement, entre otros.	0,5	0,125	0,125	0,125	0,125

7	Capacidad innovadora: Ejemplos de cómo han roto paradigmas o generado impacto innovador en las campañas que serán presentadas, o bien como resolvieron algún (sic) problema que se dio en el camino: Ejemplos de cómo enfrentaron desafíos durante las campañas presentadas.	0,5	0,5	0,5	0,3	0,5
8	Soft skills durante la presentación presencial	1,5	0,865			
	Liderazgo	0,25	0,058			
	cohesión de equipo ESTO NO ES POSIBLE MEDIRLO SI NO ESTUVO PRESENTE TODO EL EQUIPO PROPUESTO	0,25	0,00			
	conocimiento del ICT	0,25	0,25			
	presentan approach de posibles ideas creativas	0,25	0,25			
	manejo de la información (sic) y respuestas acertadas de las consultas o preguntas	0,25	0,25			
	la mayoría del equipo participa en la conversación (sic)	0,25	0,058			
	TOTAL CADA CASO	5	2,45	2,62	3,67	3,49
	TOTAL POSIBLE POR 4 CASOS	20				
			12,20			

Evaluación de la Agencia Garnier

4.2 EXPERIENCIA EN ESTRATEGIAS INTEGRALES DE MERCADEO O PUBLICIDAD 20%						
		PUNTAJE SI Cumple para cada caso	PUNTAJE OTORGADO CASO 1 SPOON	PUNTAJE OTORGADO CASO 2 GRUPO EXTRA	PUNTAJE OTORGADO CASO 3 REYNOLDS	PUNTAJE OTORGADO CASO 4 BAVARIA MASTERS
1	El caso expuesto integra tácticas de diferentes áreas de mercadeo o comunicación, utiliza al menos 3 tipos diferentes de medios o plataformas:(sic) redes sociales, SEM, email marketing, televisión, radio, publicidad exterior, activaciones, eventos, alianzas estratégicas.. REVISAR CARTEL PORQUE TODO LO QUE PRESENTAN ES PUBLICIDAD, NO HAY ACTIVACIONES, NI ALIANZAS,	0,5	0,33	0,17	0,33	0,330
2	El caso presentado plantea objetivos claros y medibles	0,5	0,5	0,5	0,00	0,500
3	El caso presentado presenta una audiencia segmentada, y las acciones publicitarias claramente son dirigidas a esta audiencia	0,5	0,5	0,25	0,00	0,125
4	Creatividad aplicada: presentan materiales visuales, copies, videos y cualquier otra muestra del trabajo creativo realizado en los que se demuestre que los contenidos generados fueron efectivamente dirigidos y personalizados según las audiencias definidas en el punto 3	0,5	0,5	0,5	0,25	0,250
5	La estrategia presentada incluye al menos 2 de los siguientes puntos: herramientas de análisis, automatización de marketing, gestión de redes sociales y otras plataformas especializadas, por ejemplo, Google Analytics, SEMrush, HubSpot, Hootsuite, entre otras. Gestión de redes se puede tomar como uno??	0,5	0,5	0,5	0,5	0,500
6	El caso presentado plantea y aplica mediciones de KPIs (Indicadores de desempeño) para evaluar la efectividad de las campañas o estrategias, con análisis detallados de retorno de inversión (ROI), tasa de conversión, engagement, entre otros.	0,5	0,5	0,5	0,5	0,500

7	Capacidad innovadora: Ejemplos de cómo han roto paradigmas o generado impacto innovador en las campañas que serán presentadas, o bien como resolvieron algun(sic) problema que se dio en el camino: Ejemplos de cómo enfrentaron desafíos durante las campañas presentadas.	0,5	0,5	0,5	0,5	0,500
8	Soft skills durante la presentación presencial	1,5	0,62	0,62	0,62	0,616
	Liderazgo	0,25	0,06			
	cohesión de equipo ESTO NO ES POSIBLE MEDIRLO SI NO ESTUVO PRESENTE TODO EL EQUIPO PROPUESTO	0,25	0,00			
	conocimiento del ICT	0,25	0,25			
	presentan approach de posibles ideas creativas	0,25	0,00			
	manejo de la información (sic) y respuestas acertadas de las consultas o preguntas	0,25	0,25			
	la mayoría del equipo participa en la conversacion (sic)	0,25	0,06			
	TOTAL CADA CASO	5				
	TOTAL POSIBLE POR 4 CASOS	20	3,95	3,532	2,70	3,321
		13,94				

(Cuadros de elaboración propia. Fuente: expediente-[3. Apertura de ofertas]-Estudio técnicos de las ofertas-Consultar-[Información de la oferta]-[Archivo adjunto]).

De los cuadros expuestos, se evidencia la falta de motivación por parte de la Administración licitante respecto a los puntajes otorgados y al fraccionamiento del puntaje para cada uno de los rubros, así como señalamiento alguno a los siguientes supuestos de valoración indicados por la Administración en respuesta a la audiencia inicial, donde señala que se evaluó conforme a los siguientes puntos: **a)** aplicación de la metodología SMART, para los objetivos planteados (objetivos claros y medibles), **b)** el rubro "Soft Skills" fue desagregado en sub-criterios ("liderazgo," "conocimiento del ICT," "respuestas acertadas," etc.) **c)** señalamiento a la falta de variedad de tácticas por parte de los oferentes (email, publicidad, marketing, etc), **d)** audiencia segmentada se señala que se debían incluir elementos demográficos, psicográficos, geográficos y conductuales, **e)** evaluación de KPIs (Indicadores de desempeño) y el retorno de inversión (ROI) se señala que no se detallan análisis de inversión vs. retorno o tasas de conversión, ni demuestran cómo las acciones publicitarias incidieron en el cumplimiento de los objetivos de los casos presentados por los oferentes.

Lo anterior, por cuanto no se aprecia en el pliego de condiciones un desarrollo claro de los parámetros de evaluación en el punto 4.2 que permita determinar con claridad qué elementos en detalle serían evaluados, ni tampoco que soporte las valoraciones realizadas a las diferentes empresas en el concurso. En ese sentido, el pliego de condiciones supone el conjunto de elementos necesarios para determinar la selección de la oferta más conveniente para la atención de la necesidad, lo que supone criterios objetivamente verificables para todos en condiciones de igualdad, tanto como requisitos de admisibilidad como en el sistema de evaluación. Esta determinación no sólo materializa los principios de legalidad y seguridad jurídica, sino que en el fondo supone ajustarse también al principio de interdicción de la arbitrariedad. Esa definición es también sustantiva si se considera que la ausencia de reglas claras en el concurso impediría la selección de una oferta que objetivamente permita la satisfacción del interés público, por lo que no es una tarea menor ni un simple requisito; sino que definir esos parámetros garantiza los principios de igualdad, eficiencia y eficacia en la contratación pública.

En el caso, este órgano contralor estima que existen omisiones en el punto 4.2 que afectan la evaluación de elementos técnicos como la metodología SMART, la desagregación de "soft skills", los objetivos claros y medibles, y a las audiencias segmentadas (demográficos, psicográficos, geográficos y conductuales), requisitos objetivos para la asignación de puntaje. La falta de objetividad en los requisitos que determinan la asignación de puntos configura una inconsistencia en la cláusula de evaluación. En ese sentido, debe analizarse varios aspectos relacionados con la actuación de la Administración y la aplicación del sistema de evaluación en el punto 4.2 a saber: **1)** La introducción de parámetros de evaluación no contenidos previamente en el pliego de condiciones (extra-pliego) lo cual, transgrede los principios de objetividad, transparencia, igualdad y seguridad jurídica de la contratación pública, afectando la correcta determinación de la mejor oferta. **2)** La Administración no ha demostrado mediante qué mecanismo se verificó el cumplimiento de los requisitos establecidos en el anexo 2, ni por qué se fraccionó el puntaje de los rubros para cada caso presentado por los oferentes. **3)** Se tiene por acreditado que la Administración se apartó de los términos del pliego de condiciones en la verificación del punto 4.2 "Experiencia En Estrategias Integrales De Mercadeo o Publicidad", lo cual constituye una variación sustancial al incluir criterios no establecidos. Este aspecto menoscaba el ejercicio del derecho de defensa de los apelantes para la interposición del recurso de apelación, considerando que no es posible determinar el cumplimiento de los supuestos establecidos para el sistema de evaluación.

Estas omisiones y defectos no resultan menores según se explicó, sino que por su naturaleza lesionan el interés público y la garantía de una evaluación en condiciones de igualdad, lo que en el fondo implica un problema de validez del pliego frente a las exigencias de la LGCP y los principios constitucionales. No obstante, entiende este órgano contralor que también resulta un mandato fundamental en la gestión pública la conservación de los actos para atender los fines públicos, de tal forma que el principio de eficiencia consagrado legalmente en el artículo 8 inciso e) LGCP impone una lectura que atienda a la sustancia y pretenda la satisfacción del interés público, tal y como señala el artículo 10 de la LGAP -al regular ese principio también- indicando que la norma administrativa deberá ser interpretada en la forma que mejor garantice la realización del fin público a que se dirige, dentro del respeto debido a los derechos e intereses del particular. De ahí entonces, que si bien se podría pensar en que el vicio es de tal magnitud como una anulación del procedimiento, no se ha conferido esa audiencia en la medida que se estima posible enmendar esta circunstancia con la desaplicación de la cláusula impugnada.

Lo anterior, considerando que cualquier ejercicio de aplicación al no contar con reglas predefinidas implicará una dosis de subjetividad sobre la que podrían estar en desacuerdo los oferentes y generar nuevas rondas de impugnación; por lo que en aras de garantizar la continuidad del procedimiento y la atención del servicio que se pretende contratar, se hace necesario anular el acto final y ordenarle a la Administración que si estima procedente una nueva evaluación de las ofertas, desaplique la cláusula impugnada del puntaje total (punto 4.2). Desde luego, es discrecionalidad de la Administración adjudicar en esas condiciones en las que se ha colocado con la ausencia de una definición de esos parámetros en el pliego. Esto en la medida que, existe una indefinición sobre cuál era la forma correcta en que debía aplicarse la puntuación para cada uno de los factores propuestos en dicho rubro 4.2., en el tanto el pliego no establece una metodología de evaluación clara, suficiente, concreta, objetiva y amplia, respecto de cómo debía aplicarse cada uno de los rubros conforme lo señalado por la Administración en la audiencia inicial (metodología SMART objetivos claros y medibles, desagregación de soft skills, audiencia segmentada en demográficos, psicográficos, geográficos y conductuales, entre otros), de manera que se garantice un asignación objetiva de puntaje en condiciones de igualdad.

Al respecto entiende este órgano contralor que si bien la licitante cuenta con las facultades discrecionales para definir el sistema de evaluación, lo cierto es que existe una obligación normativa de que estos factores que sean utilizados por la Administración deben ser aplicables, aspecto que se extraña en el caso bajo análisis. Así las cosas, ante la inexactitud del pliego y ante la imposibilidad de este órgano contralor por determinar cuál era el mecanismo correcto para aplicar cada uno de los factores del rubro 4.2, lo procedente es no aplicarla para efectos de evaluación y atender la evaluación conforme el resto de criterios, por lo cual, en atención a los principios de **conservación de los actos**, lo procedente es **desaplicar únicamente la cláusula en lo referente a la experiencia del punto 4.2 "4.2 EXPERIENCIA EN ESTRATEGIAS INTEGRALES DE MERCADEO O PUBLICIDAD 20%"** en el tanto el pliego de condiciones no definió cuáles eran los parámetros que iba a utilizar la Administración para evaluar esos factores y los cuales se aprecia que fueron valorados de una forma subjetiva.

Recurso 812202500000912 - JOTA BE QU INTEGRADO SOCIEDAD ANONIMA

Téngase por atendido este aspecto, según lo resuelto en el apartado 4. Considerando "Recurso 812202500000910 - LA TRES LETRAS DEL GENESIS SOCIEDAD ANONIMA" de la presente resolución.

5. Aprobaciones

Encargado	FERNANDO MADRIGAL MORERA	Estado firma	La firma es válida
Fecha aprobación(Firma)	24/10/2025 14:52	Vigencia certificado	17/05/2024 15:22 - 16/05/2028 15:22
DN Certificado	CN=FERNANDO MADRIGAL MORERA (FIRMA), OU=CIUDADANO, O=PERSONA FISICA, C=CR, GIVENNAME=FERNANDO, SURNAME=MADRIGAL MORERA, SERIALNUMBER=CPF-02-0652-0911		
CA Emisora	CN=CA SINPE - PERSONA FISICA v2, OU=DIVISION SISTEMAS DE PAGO, O=BANCO CENTRAL DE COSTA RICA, C=CR, SERIALNUMBER=CPJ-4-000-004017		

Encargado	ELARD GONZALO ORTEGA PEREZ	Estado firma	La firma es válida
Fecha aprobación(Firma)	24/10/2025 18:14	Vigencia certificado	21/05/2024 15:18 - 20/05/2028 15:18
DN Certificado	CN=ELARD GONZALO ORTEGA PEREZ (FIRMA), OU=CIUDADANO, O=PERSONA FISICA, C=CR, GIVENNAME=ELARD GONZALO, SURNAME=ORTEGA PEREZ, SERIALNUMBER=CPF-01-0931-0970		
CA Emisora	CN=CA SINPE - PERSONA FISICA v2, OU=DIVISION SISTEMAS DE PAGO, O=BANCO CENTRAL DE COSTA RICA, C=CR, SERIALNUMBER=CPJ-4-000-004017		

Encargado	ALFREDO AGUILAR ARGUEDAS	Estado firma	La firma es válida
Fecha aprobación(Firma)	24/10/2025 23:35	Vigencia certificado	16/11/2023 15:59 - 15/11/2027 15:59
DN Certificado	CN=ALFREDO AGUILAR ARGUEDAS (FIRMA), OU=CIUDADANO, O=PERSONA FISICA, C=CR, GIVENNAME=ALFREDO, SURNAME=AGUILAR ARGUEDAS, SERIALNUMBER=CPF-01-1249-0197		
CA Emisora	CN=CA SINPE - PERSONA FISICA v2, OU=DIVISION SISTEMAS DE PAGO, O=BANCO CENTRAL DE COSTA RICA, C=CR, SERIALNUMBER=CPJ-4-000-004017		

6. Notificación resolución

Fecha/hora máxima adición aclaración	30/10/2025 23:59		
Número resolución	R-DCP-SICOP-01999-2025	Fecha notificación	27/10/2025 07:41