



Emitir resolución de recursos

1. Generar resolución de recursos

Digitador	CELINA MEJIA CHAVARRIA				
Fecha/hora gestión	05/06/2026 13:18		Fecha/hora resolución	09/06/2026 08:57	
* Procesos asociados	Recursos		Número documento	8072026000001017	
* Tipo de resolución	Fondo				
Número de procedimiento	2026LY-000002-0001200001		Nombre Institución	INSTITUTO COSTARRICENSE DE TURISMO	
Descripción del procedimiento	SMS 1277-26 CONTRATACIÓN DE UNA AGENCIA DE PUBLICIDAD Y COMUNICACION EN COSTA RICA				

2. Listado de recursos

Número	Fecha presentación	Recurrente	Empresa/Interesado	Resultado	Causa resultado
8002026000001047	14/05/2026 11:53	FELIPE ANDRES MORICE FERNANDEZ	PUBLIMARK SOCIEDAD ANONIMA	Parcialmente con lugar	Por el fondo

Emitir el por tanto de la resolución	☒
--------------------------------------	-------------------------------------

3. *Resultando

I. Que mediante auto número 8052025000000697 del 15 de mayo del 2026, esta División otorgó audiencia especial a la Administración licitante para que se refiera a los argumentos expuestos por el objetante. II. Que el 26 de mayo del 2026, la Administración licitante contestó la audiencia especial. III. 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 8002026000001047 - PUBLIMARK SOCIEDAD ANONIMA

I. SOBRE EL DEBER DE FUNDAMENTACIÓN DEL RECURRENTE

El artículo 88 de la Ley General de Contratación Pública establece la obligación para el recurrente de fundamentar adecuadamente su recurso, y en este sentido dicha norma dispone lo siguiente: *"Los recursos se presentarán debidamente fundamentados y con la prueba idónea, con invocación de los principios de la contratación pública y normas infringidas. Se deberá indicar la infracción sustancial del ordenamiento jurídico que se alegue como fundamento de la impugnación. Junto con el recurso deberán aportarse los estudios técnicos que desvirtúen los criterios en que se sustente el acto impugnado."* Como complemento de lo anterior, el artículo 246 del Reglamento a la ley establece que *"los recursos se presentarán debidamente fundamentados y con la prueba idónea, con la invocación de los principios y normas infringidas."*, por su parte el artículo 254 del Reglamento a la ley dispone que *"El recurso de objeción deberá interponerse en el plazo de ocho días hábiles siguientes a la publicación del pliego de condiciones, en el sistema digital unificado, con la prueba que se estime conveniente y debidamente fundamentado a fin de demostrar que el bien o el servicio que ofrece el recurrente puede satisfacer las necesidades de la Administración. / Si se objetan aspectos técnicos del pliego de condiciones se deberá aportar prueba idónea que podrá consistir en criterios profesionales sobre la materia, información del fabricante, entre otros. Todo lo cual deberá estar vinculado con los alegatos formulados en contra del pliego de condiciones. En caso de que se aporte información del fabricante, deberá manifestarse bajo fe de juramento que esa información es actual y vigente."* De conformidad con dichas normas, es claro que no basta con el simple dicho del recurrente, sino que el recurrente debe fundamentar adecuadamente sus argumentos, aportando prueba idónea que respalde las manifestaciones contenidas en el recurso. En este sentido, en la resolución R-DCCP-SICOP-01146-2025 del 25 de junio del 2025 este órgano contralor indicó lo siguiente: **"1) Sobre el deber de fundamentación de los recursos de objeción:** / La LGCP y su Reglamento se refieren al deber de fundamentación de los recursos de objeción al pliego de condiciones, así como a los recursos de revocatoria y de apelación del acto final, indicando en los numerales 88 de la LGCP y 246 y 254 de su Reglamento, que todo recurso debe presentarse de forma fundamentada; esto implica que se haga acompañar de la prueba idónea, así como de los estudios técnicos que desvirtúen los criterios de la Administración o que les permitan acreditar sus afirmaciones; además como parte del deber de fundamentación, los recurrentes deben indicar las normas quebrantadas e invocar los principios y normas infringidas. / A partir de lo anterior, la fundamentación se constituye en un deber que ostenta todo recurrente al momento de interponer su recurso, de manera que los recursos que no cumplan con estos aspectos mínimos de fundamentación, sufrirán como consecuencia el rechazo de sus argumentos, de conformidad con lo establecido en los artículos 87 de la LGCP y 245 inciso c) RLGP. / Lo anterior es así debido a que el pliego ostenta una presunción de validez, por lo que para desvirtuarla, el objetante debe hacerse acompañar de la prueba que sustente lo indicado, dado que no son admisibles las meras consideraciones que pueda tener el objetante; de manera entonces que tratándose de los recursos de objeción, la carga de la prueba le corresponde al recurrente que impugne el pliego de condiciones." Lo anterior deberá tenerse en cuenta a lo largo de la presente resolución.

II. SOBRE EL FONDO

1) Cláusula 2.1.4. Participación en grupos de interés económico. Criterio de la División.

En el documento denominado "Especificaciones Técnicas y Condiciones Generales de la Licitación" se indica lo siguiente: **"2.1.4 Participación en grupos de interés económico:** los oferentes deberán aportar declaración jurada sobre participación en grupos de interés económico y conflictos de interés: Los oferentes, deberán presentar, en el acto de su participación, una declaración jurada en la que manifiesten si forman parte de un grupo de interés económico y, de ser así, identifiquen a las personas físicas o jurídicas que integran dicho grupo económico con ellos y en qué forma relacionan sus actividades. Asimismo, deberán declarar que no existe conflicto de interés que pueda afectar la transparencia e igualdad de condiciones del procedimiento de contratación y que no realizan prácticas colusorias para influir indebidamente en el resultado de la contratación. / NOTA: En caso de no pertenecer a ningún grupo económico aplica la declaración jurada del **ANEXO #1 TERCERO. En caso de pertenecer a algún grupo de interés económico deberán redactar la declaración jurada que corresponda y aportarla en la oferta.**" (el destacado es del original) (ver pantalla denominada "Ingreso del pliego de condiciones", archivo adjunto denominado "Contratación agencia de publicidad CR VERSION FINAL.docx").

La empresa objetante manifiesta que la omisión del pliego resulta particularmente gravosa, pues no define si la pertenencia a un mismo GIE con el actual adjudicatario del ICT constituye un impedimento para participar, ni establece las medidas que adoptaría la Administración ante dicha circunstancia. Considera que esta indefinición vulnera los principios de seguridad jurídica y transparencia, al dejar a los oferentes en un estado de incertidumbre respecto de las condiciones reales de participación. Solicita que se indique expresamente las consecuencias de pertenecer a un mismo grupo de interés económico con otro oferente o con el adjudicatario vigente del ICT; y además pide que se excluya de la participación a cualquier miembro de un grupo de interés económico que pertenezca al mismo grupo que adjudicatarios actuales del Instituto Costarricense de Turismo, a fin de garantizar la transparencia e igualdad de condiciones del procedimiento.

Por su parte, la Administración aclara que la sola pertenencia a un grupo de interés económico no constituye, por sí misma, una causal automática de exclusión, sin perjuicio de las verificaciones que corresponda efectuar conforme a la normativa aplicable respecto de eventuales conflictos de interés o prácticas anticompetitivas.

Al respecto, se indica lo siguiente: el artículo 88 del Reglamento a la Ley General de Contratación Pública establece que el pliego de condiciones deberá constituir un cuerpo de especificaciones técnicas claras, suficientes, concretas y objetivas, por lo tanto en aplicación de dicho artículo y del principio de transparencia, es criterio de este órgano contralor que resulta necesario que la Administración indique en el pliego de condiciones para qué se utilizará la declaración jurada que solicita a los oferentes. Por lo tanto, se declara **parcialmente con lugar** el recurso en este aspecto, a fin de que la Administración indique en el pliego de condiciones para qué se utilizará la declaración jurada que solicita a los oferentes.

Con respecto a la solicitud de la empresa objetante para que se excluya de la participación a cualquier miembro de un grupo de interés económico que pertenezca al mismo grupo que adjudicatarios actuales del Instituto Costarricense de Turismo, se **rechaza de plano por falta de fundamentación**, ya que la recurrente no explicó ni acreditó los motivos por los cuales se debería excluir del concurso a cualquier miembro de un grupo de interés económico que pertenezca al mismo grupo que adjudicatarios actuales.

2) Cláusula 2.1.5. Permanencia de clientes. Criterio de la División.

En el documento denominado "Especificaciones Técnicas y Condiciones Generales de la Licitación" se indica lo siguiente: **"2.1.5 Permanencia de clientes:** La agencia deberá presentar una lista de al menos 3 clientes a los que les haya brindado servicios de publicidad por un período consecutivo mínimo de 3 años, en los últimos diez (10) años, tomando como referencia la fecha de apertura de ofertas, con montos mínimos de inversión de al menos \$300.000 al año. En el caso de que la cuenta sea compartida con otras agencias (mismo cliente, diferentes proyectos o productos), la oferente deberá aclarar cuáles productos y campañas han sido generados por la agencia oferente. / El listado a aportar deberá seguir la siguiente estructura de manera completa: [...] / NOTAS: [...] 4. Para verificar la experiencia positiva del oferente de acuerdo con lo indicado en el artículo 94 del RLGP, la Administración verificará la información solicitada. De no cumplir algún servicio con la experiencia positiva, o no obtenerse respuesta para poderlo comprobar, éste no será tomado en cuenta, por lo que se requiere que los datos suministrados sean válidos y ciertos." (el destacado es del original) (ver pantalla denominada "Ingreso del pliego de condiciones", archivo adjunto denominado "Contratación agencia de publicidad CR VERSION FINAL.docx").

La empresa objetante manifiesta que el mecanismo de verificación establecido en el pliego resulta inadecuado, insuficiente, carente de objetividad, y genera un riesgo injustificado de descalificación para los oferentes por causas ajenas a su voluntad. Solicita que se modifique el mecanismo de verificación de experiencia, sustituyendo la verificación mediante correo electrónico o llamada telefónica por un sistema basado en declaración jurada de la oferente acompañada de documentación soporte idónea (incluyendo evidencia material de la ejecución de las campañas), o subsidiariamente, por cartas de referencia emitidas y firmadas directamente por el cliente. Además, en caso de mantenerse el esquema de verificación directa, solicita que se incorpore expresamente un procedimiento de subsanación que permita al oferente aportar medios alternativos de prueba en caso de falta de respuesta del contacto, garantizando así el respeto al debido proceso y el derecho de defensa.

La Administración acepta la objeción, y en este sentido manifiesta lo siguiente: *"Se acepta la objeción. / La Administración procederá a modificar el pliego de condiciones a efectos de incorporar como requisito la presentación de documentos que acrediten y comprueben la experiencia requerida: / a) una carta de referencia emitida por los clientes incluidos en la experiencia aportada por el oferente y firmada ya sea por el director de mercado, director comercial o gerente general, mediante la cual se valide la veracidad de la información consignada en la tabla de clientes*

requerida en el numeral 2.1.5. / Dicha carta deberá indicar expresamente que: / los servicios reportados fueron efectivamente ejecutados por el oferente; / y que dichos servicios fueron brindados a satisfacción del cliente correspondiente durante los periodos indicados en la oferta./ b) Un monitoreo de las piezas de campaña que fueron publicadas en medios, incluyendo de ser necesario la evidencia audiovisual relacionada.”

Así las cosas y ante el allanamiento de la Administración, se declara **parcialmente con lugar** el recurso en este aspecto, a fin de que la Administración realice la modificación de la cláusula según lo indicado al contestar la audiencia especial. Finalmente, resulta oportuno mencionar que para este órgano contralor no resulta aceptable acreditar experiencia mediante una declaración jurada como lo solicita la recurrente, ya que la experiencia debe ser acreditada por un tercero imparcial. En este sentido se ha indicado lo siguiente: **“Consideración de oficio:** este órgano contralor observa, de oficio, que la declaración jurada a efectos de acreditar experiencia positiva en los términos del artículo 94 del RLGP, no resultaría tampoco idónea ni pertinente, debido a que las propias oferentes no podrían avocarse o sustituir la certificación de información y circunstancias que son exclusivo resorte de quienes han recibido los bienes, obras o servicios de los potenciales oferentes;” (el destacado es del original) (ver resolución R-DCP-SICOP-01916-2024 del 27 de noviembre del 2024).

3) Cláusulas 2.2 y 8.4.12. Disponibilidad inmediata del personal. Criterio de la División.

En el documento denominado “Especificaciones Técnicas y Condiciones Generales de la Licitación” se indica 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. / El equipo debe tener disponibilidad inmediata para la atención de las solicitudes del ICT, incluyendo el planeamiento estratégico, producción, ejecución, pauta, monitoreo, y análisis de resultados de la estrategia de publicidad y mercadeo para el ICT en Costa Rica, las sesiones de trabajo y giras que corresponda, así como la coordinación y ejecución de proyectos específicos. [...]”

“8.4.12 Todo el recurso humano asignado a la cuenta deberá tener disponibilidad inmediata para atender la demanda de trabajo que el Instituto requiera, durante la vigencia del contrato. Se debe garantizar la realización y cumplimiento de los servicios objeto del presente contrato en el tiempo que el Instituto los requiera, y con la calidad y profesionalismo requerido para el cumplimiento de los objetivos planteados. Cuando se requiera de participación de la agencia en sesiones de planeamiento estratégico u otros proyectos de interés para ICT el personal de la agencia debe tener disponibilidad para sesiones especiales en el momento que se requiera.” (el destacado es del original) (ver pantalla denominada “Ingreso del pliego de condiciones”, archivo adjunto denominado “Contratación agencia de publicidad CR VERSION FINAL.docx”).

La empresa objetante solicita que la exigencia de disponibilidad inmediata o permanente se limite únicamente a aquellos puestos que requieren exclusividad. Para los demás puestos que no demandan exclusividad, se propone que la disponibilidad sea requerida mediante aviso previo no menor a tres días.

La Administración acepta parcialmente la objeción, y en este sentido manifiesta lo siguiente: “Se acepta parcialmente la objeción. / La Administración aclara que la exigencia de disponibilidad inmediata se encuentra vinculada principalmente al recurso humano exclusivo asignado a la atención de la cuenta del ICT, considerando la naturaleza estratégica, continua y prioritaria de determinadas funciones asociadas a la ejecución contractual. / En ese sentido, la Administración reconoce que, dentro de la dinámica operativa propia de la industria publicitaria, las agencias pueden atender simultáneamente distintas cuentas y proyectos, razón por la cual resulta razonable diferenciar entre personal exclusivo y personal no exclusivo. / Por lo anterior, el ICT procederá a modificar los numerales 2.2 y 8.4.12 del pliego de condiciones, a efectos de establecer que: / la disponibilidad inmediata será aplicable al personal definido como recurso exclusivo para la atención de la cuenta institucional; / mientras que el personal no exclusivo deberá atender los requerimientos institucionales dentro de plazos razonables coordinados previamente y de mutuo acuerdo entre las partes. / Adicionalmente, se incorporará que dichos requerimientos deberán coordinarse, en condiciones ordinarias, con una antelación razonable que permita la adecuada organización operativa por parte del contratista, salvo situaciones excepcionales debidamente justificadas por la Administración.”

Así las cosas y ante el allanamiento de la Administración, se declara **parcialmente con lugar** el recurso en este aspecto, a fin de que la Administración realice la modificación de la cláusula según lo indicado al contestar la audiencia especial. No obstante lo anterior, en aplicación del artículo 88 del Reglamento a la Ley General de Contratación Pública se advierte a la Administración que debe establecer un plazo cierto y no dejar la cláusula sujeta a “plazos razonables coordinados previamente y de mutuo acuerdo entre las partes”, ya que ello puede generar problemas en la etapa de ejecución contractual.

4) Cláusula 2.2. Puesto #13 Digital Marketing Specialist. Criterio de la División.

En el documento denominado “Especificaciones Técnicas y Condiciones Generales de la Licitación” se indica lo siguiente: **“2.2 EXPERIENCIA DEL PERSONAL Y SU PERFIL MÍNIMO. / [...] Cuadro 1: Equipo mínimo requerido / [...] 13 Digital Marketing Specialist/Especialista en marketing digital / Al menos cinco (5) años de experiencia en recolección y análisis de datos digitales de diversas fuentes tales como: redes sociales, google analytics, google ads, google data studio, plataformas de terceros, entre otros para un mejor aprovechamiento del recurso digital y pauta en medios digitales.”** (el destacado es del original)(ver pantalla denominada “Ingreso del pliego de condiciones”, archivo adjunto denominado “Contratación agencia de publicidad CR VERSION FINAL.docx”).

La empresa objetante manifiesta que el pliego exige que los oferentes acrediten experiencia en análisis de datos digitales, pero omite indicar el método, los criterios o los documentos mediante los cuales se verificará dicha experiencia. Esta omisión impide a los potenciales oferentes conocer de antemano cómo será evaluado este aspecto, lo que genera una discrecionalidad inadmisibles en la calificación. Solicita que el ICT defina expresamente en el pliego de condiciones el método, los criterios y los documentos aceptables para acreditar la experiencia en análisis de datos digitales, de manera que todos los oferentes conozcan de previo las reglas de evaluación.

La Administración acepta la objeción y en este sentido manifiesta lo siguiente: “Se acepta la objeción. / La Administración procederá a modificar el numeral 2.2 – Cuadro 1 del pliego de condiciones, a efectos de precisar los mecanismos aceptables para acreditar la experiencia requerida para el puesto de Digital Marketing Specialist. / En ese sentido, la experiencia deberá acreditarse mediante: / el curriculum vitae del profesional mediante una declaración jurada emitida por el oferente respecto de la veracidad de la información aportada. / Adicionalmente, dicha experiencia podrá respaldarse mediante uno o varios de los siguientes documentos: / certificaciones profesionales; / constancias laborales; / cartas de referencia; / portafolios de proyectos; / casos de estudio documentados; / evidencia de campañas digitales ejecutadas; / reportes de analítica digital; / o cualquier otro documento idóneo que permita verificar razonablemente la experiencia solicitada.”

Así las cosas y ante el allanamiento de la Administración, se declara **con lugar** el recurso en este aspecto, a fin de que la Administración realice la modificación de la cláusula según lo indicado al contestar la audiencia especial.

5) Cláusula 2.2 y 4.1. Sondeo de mercado. Criterio de la División.

En el documento denominado “Especificaciones Técnicas y Condiciones Generales de la Licitación” se indica lo siguiente: **“2.2 EXPERIENCIA DEL PERSONAL Y SU PERFIL MÍNIMO / [...] Notas: / - Estos porcentajes de dedicación podrían variar dependiendo de la propuesta de la agencia que resulte contratista, así como de las necesidades del ICT. / - Este equipo es el mínimo y estratégico, no incluye artefinalistas, contabilidad y otros posibles puestos administrativos u operativos intrínsecos al manejo de una cuenta, porque no se conocen los proyectos ni los costos operativos de las agencias, por lo tanto, las oferentes deberán contemplar estos posibles costos dentro de su overhead. Es indispensable que los oferentes tengan claros todos los servicios solicitados como parte del monto del fee (tarifa mensual).”**

“4.4.4 Costo del fee mensual 15% / [...] Notas: / I. El monto estipulado en SICOP de CRC 423.152.759 es únicamente por el estimado del fee, línea 1 (tarifa mensual) por un plazo de 2 años. Este monto es de referencia y corresponde al monto estimado producto del estudio de mercado, la agencia podrá utilizar estos datos como referencia para realizar sus ofertas económicas para el fee mensual, es resultado de un promedio sencillo de 4 de los 7 oferentes que participaron en el procedimiento que se realizó en el 2025 y utilizando el costo de un equipo base igual al solicitado en este pliego de condiciones, adicionalmente se les invita a los oferentes a revisar el documento Herramienta Sondeo de Mercado en el cual se mencionan los umbrales ruinosos y excesivo y con base en ello los oferentes pueden hacer sus propuestas económicas del fee (tarifa mensual) / II. Los oferentes podrán analizar los estimados de inversión para realizar sus ofertas, sin embargo, el ICT no garantiza un mínimo de inversión anual para proyectos especiales, por lo tanto, se recomienda a los oferentes cotizar el fee basado en costos reales fijos del equipo mínimo únicamente y no en supuestos. / III. Los oferentes no están obligados a cotizar el monto estimado del sondeo de mercados. / IV. En la línea 1, los oferentes deberán solo cotizar una única oferta solicitada, no se podrá presentar una oferta alternativa. / V. Los oferentes deberán presentar su propuesta económica en las dos líneas del concurso: / 1. En la línea 1 Tarifa del fee mensual. / 2. En la línea 2, deberán ofertar \$1

colón (por ser de cuantía inestimable).” (el destacado es del original) (ver pantalla denominada “Ingreso del pliego de condiciones”, archivo adjunto denominado “Contratación agencia de publicidad CR VERSION FINAL.docx”).

La empresa objetante cuestiona el sondeo de mercado realizado por la Administración ya que no constituye un verdadero estudio de mercado actualizado, sino que se basa en datos provenientes de un proceso licitatorio anterior, correspondiente al 4 de junio de 2025. Considera que utilizar los resultados de una licitación previa y sin utilizar otros parámetros como referencia de mercado presenta múltiples deficiencias que vician la determinación del presupuesto estimado. Explica que las condiciones del mercado publicitario han cambiado sustancialmente desde la fecha de esa licitación; los costos de personal calificado, las tarifas de producción, los precios de pauta digital y la estructura de costos operativos de las agencias se han modificado por efecto de la inflación, ajustes salariales y cambios en el entorno competitivo.

Solicita que se realice un nuevo sondeo de mercado actualizado y representativo, que refleje las condiciones vigentes de la industria publicitaria, y con base en sus resultados ajustar el presupuesto estimado y los umbrales de tolerancia del fee, de modo que los oferentes cuenten con información suficiente para formular ofertas económicamente viables y técnicamente responsables, para incluir gastos operativos y administrativos.

La Administración rechaza la objeción y en este sentido manifiesta lo siguiente: *“La Administración considera que el estudio y sondeo de mercado realizado para sustentar la presente contratación fue elaborado conforme a los artículos 17 y 34 de la Ley General de Contratación Pública y la normativa reglamentaria aplicable, utilizando fuentes de información técnicamente pertinentes y disponibles para el objeto contractual requerido. [...] La Administración aclara que las bandas de tolerancia establecidas no constituyen límites restrictivos de participación, toda vez que el pliego permite expresamente la presentación de ofertas fuera de dichos rangos, siempre que el oferente aporte la justificación técnica y financiera correspondiente conforme al artículo 44 del Reglamento a la Ley General de Contratación Pública.”*

Al respecto se indica lo siguiente: los artículos 34 de la Ley General de Contratación Pública establece la obligación para la Administración de realizar un sondeo o estudio de mercado sustentado en información de fuentes confiables con el propósito de obtener los precios de referencia a los que podrá adquirir los bienes, las obras y los servicios y determinar los precios ruinosos o excesivos.

En el expediente del concurso está incorporado un documento denominado “Sondeo de mercado proceso Contratación de una agencia de publicidad” el cual indica entre otras cosas, que la Administración realizó una búsqueda de banco de precios por los dos códigos que corresponden a esta contratación pero no se encontró ninguna contratación similar en los últimos 6 meses; también se indica que utilizó como base las cotizaciones presentadas en las ofertas de la contratación 2025LY-000001-0001200001 que realizó el ICT y que se declaró infructuoso. Por eso, en dicho documento se concluye lo siguiente: *“Por lo tanto, se indica que la única base comparativa a utilizar en este sondeo de mercado será la contratación anterior del ICT sobre este código y que dio como resultado desierto”* (ver pantalla denominada “Solicitud de contratación”).

Como puede observarse, la Administración explica que la única base comparativa a utilizar en este sondeo de mercado son los precios obtenidos de la contratación anterior que realizó, ya que en el banco de precios no encontró ninguna contratación similar en los últimos seis meses. Ello demuestra que la Administración realizó una búsqueda de información y utilizó la información que obtuvo de esa búsqueda. Así las cosas, si la empresa objetante consideraba que dicho estudio de mercado es insuficiente o no refleja las condiciones vigentes de la industria publicitaria debió aportar las pruebas que respalden sus afirmaciones, lo cual no hizo.

Y es que si bien la empresa objetante menciona que los costos de personal calificado, las tarifas de producción, los precios de pauta digital y la estructura de costos operativos de las agencias se han modificado, no aportó ningún estudio técnico o financiero que respaldara su dicho, y tampoco demostró cuánto han sido las modificaciones sufridas en un año a fin de determinar si dichas modificaciones son relevantes o no, o si esas modificaciones generarían resultados diferentes a los obtenidos por la Administración en el estudio realizado. Así las cosas, es criterio de este órgano contralor que el argumento de la empresa objetante carece de la debida fundamentación que exigen los artículos 88 de la Ley General de Contratación Pública y 246 del Reglamento a la ley. Por lo tanto, se **rechaza de plano por falta de fundamentación** el recurso en este aspecto.

6) Cláusula 2.2. Horarios y excepciones. Criterio de la División.

En el documento denominado “Especificaciones Técnicas y Condiciones Generales de la Licitación” se indica lo siguiente: **“2.2 EXPERIENCIA DEL PERSONAL Y SU PERFIL MÍNIMO / [...] / Notas: / [...] La generación de contenido y monitoreo de redes sociales, así como los trabajos ordinarios de la agencia serán en horarios ordinarios, con algunas excepciones en casos determinados.”** (el destacado es del original) (ver pantalla denominada “Ingreso del pliego de condiciones”, archivo adjunto denominado “Contratación agencia de publicidad CR VERSION FINAL.docx”).

La empresa objetante manifiesta que el pliego de condiciones utiliza el término “excepciones” sin definir su contenido ni los supuestos fácticos que las configuran. Esta indefinición genera una incertidumbre para los oferentes, quienes desconocen bajo qué circunstancias la Administración podría invocar dichas excepciones y cuáles serían sus consecuencias contractuales. Solicita que se defina expresamente en el pliego de condiciones el contenido y alcance del término “excepciones”, indicando los supuestos fácticos que las configuran, el procedimiento para invocarlas y sus consecuencias contractuales.

La Administración acepta la objeción y en este sentido manifiesta lo siguiente: *“Se acepta la objeción. / Con el fin de brindar mayor claridad al alcance de la disposición contenida en el numeral 2.2 – Notas del Cuadro 1 de Equipo mínimo, la Administración procederá a incorporar una aclaración expresa en el pliego de condiciones indicando que las “excepciones” señaladas corresponden a situaciones extraordinarias y debidamente justificadas asociadas a necesidades urgentes de comunicación institucional. / Entre dichas situaciones podrán contemplarse, a manera de ejemplo: / emergencias; / contingencias sanitarias; / manejo de crisis; / comunicaciones de interés público; / cierres temporales de servicios turísticos; / alertas relevantes para la ciudadanía; / o cualquier otra situación excepcional relacionada con las necesidades institucionales de promoción y comunicación. / También, se aclarará expresamente que dichas situaciones tendrán carácter ocasional y no constituirán una exigencia permanente, ilimitada ni arbitraria para el contratista.”*

Así las cosas y ante el allanamiento de la Administración, se declara **con lugar** el recurso en este aspecto, a fin de que la Administración realice la modificación de la cláusula. Sin embargo, se advierte a la Administración que en aplicación del artículo 88 del Reglamento a la ley el cual establece que el pliego de condiciones debe ser claro y objetivo, la lista de situaciones extraordinarias debe ser taxativa y no simplemente “a manera de ejemplo”.

7) Cláusula 2.2 y 3.6. Subcontratación. Criterio de la División.

En el documento denominado “Especificaciones Técnicas y Condiciones Generales de la Licitación” se indica lo siguiente: **“2.2 EXPERIENCIA DEL PERSONAL Y SU PERFIL MÍNIMO / [...] / Notas: / [...] Para cada puesto, se debe detallar el nombre del personal de la agencia que estará asignado a cada cargo de la cuenta del ICT, suponiendo que la cuenta sería otorgada en el último trimestre del año 2026. Este personal propuesto puede ser parte de la planilla actual de la agencia o bien, podría ser contratado a futuro en caso de que la agencia resulte adjudicataria. Durante el proceso del concurso y hasta la formalización contractual, el oferente no podrá realizar ni informar ningún cambio en el equipo propuesto ya que las empresas concursan con base en el equipo mínimo.”** “Notas: / 1. Aportar el listado con el nombre de los colaboradores designados para la ejecución del contrato (indicar cuáles están en planilla y cuáles se contratarán una vez adjudicado, en cuyo caso se remitirá documentación digital en el plazo que sea establecido por el Departamento de Proveeduría). / 2. Si el personal se encuentra inscrito dentro de la planilla del oferente, la misma debe ser presentada y marcar o resaltar claramente los nombres de las personas propuestas. 3. En caso de no contar dentro de su planilla con este personal en el momento de presentar la oferta, el oferente deberá aportar declaración jurada firmada por representante legal, mediante la cual manifieste que en caso de resultar adjudicatario se comprometen a contar con la cantidad de personal establecido y ofertado en el pliego de condiciones inscribirlo ante la CCSS posterior a la firmeza del acto de adjudicación y de previo a la elaboración del contrato electrónico,”

“3.6 SUBCONTRATACIÓN / Los oferentes deberán indicar si realizarán o no subcontratación, de acuerdo con los siguientes requisitos: / Las empresas bajo condición de subcontratados deberán estar inscritos, activos y al día con sus obligaciones obrero patronales y tributarias, para lo cual el oferente deberá indicar expresamente en su oferta que velará para que durante la ejecución del contrato éstas cumplan condichas (sic) obligaciones. Todos los subcontratados, deberán estar inscritos en SICOP. / Los profesionales designados, sea que brinde el servicio en el ejercicio liberal de la profesional o por servicios profesionales, serán considerados como subcontratistas por lo cual deberá incorporarse en el listado indicado en el siguiente apartado. / En caso de que se utilice la figura de subcontratación, se deberá realizar el detalle de las empresas o

profesionales como a continuación se detalla: [...] / El listado de subcontratación deberá aportarse desde la oferta inicial, de lo contrario es un aspecto que deviene en insubsanable, por ende, motivo de exclusión de la oferta. / El oferente no podrá alegar en ningún caso cláusulas de confidencialidad con subcontratistas respecto a la información que le sea solicitada, con las salvedades de la Ley General de Contratación Pública. [...]” (el destacado es del original) (ver pantalla denominada “Ingreso del pliego de condiciones”, archivo adjunto denominado “Contratación agencia de publicidad CR VERSION FINAL.docx”).

La empresa objetante manifiesta que el pliego de condiciones presenta contradicciones irreconciliables en materia de subcontratación y régimen laboral del personal, ya que por un lado se regula la posibilidad de subcontratación, estableciendo las condiciones bajo las cuales el adjudicatario podría acudir a terceros para la ejecución de ciertos servicios, pero por otro lado, diversas cláusulas exigen que el personal propuesto esté en planilla del oferente y que se presente una declaración jurada comprometiendo la contratación directa de dichas personas. Solicita que se armonicen las disposiciones del pliego relativas a subcontratación y régimen laboral del personal, definiendo con claridad: a) si se permite la subcontratación y en qué condiciones; y b) eliminar la contradicción entre la declaración jurada de contratación directa y la posibilidad de subcontratación del numeral 3.6.

La Administración manifiesta lo siguiente: “La Administración considera que el pliego de condiciones sí contempla y regula las distintas modalidades válidas mediante las cuales los oferentes podrán conformar el recurso humano requerido para la ejecución contractual, las cuales deberán ser claramente identificadas desde la presentación de la oferta con el fin de garantizar transparencia y certeza respecto al equipo propuesto. / Sin embargo, con el propósito de brindar mayor claridad interpretativa, se precisa que el oferente podrá acreditar el recurso humano requerido mediante cualquiera de las siguientes modalidades: / 1. Personal que actualmente forme parte de su planilla. En este caso, deberá aportarse la documentación correspondiente que permita acreditar dicha relación. / 2. Profesionales contratados bajo modalidad de servicios profesionales o subcontratación. Dichos casos deberán ajustarse a las condiciones y requisitos establecidos en el numeral 3.6 del pliego de condiciones. / 3. Personal que no forme parte de la estructura actual del oferente al momento de presentar la oferta, deberá aportarse una declaración jurada suscrita por el representante legal mediante la cual el oferente se comprometa a contar con el recurso humano propuesto en caso de resultar adjudicatario.”

Al respecto, es criterio de este órgano contralor que la redacción de la cláusula 2.2 es suficientemente clara en permitir a los oferentes que el personal propuesto sea parte de la planilla actual de la agencia o bien, que puede ser contratado a futuro en caso de que la agencia resulte adjudicataria, y la cláusula 3.6 contempla la posibilidad de subcontratación y las condiciones para ello, por lo que no se evidencia ninguna contradicción que amerite modificar o adicionar las cláusulas mencionadas. Por lo tanto, se declara **sin lugar** el recurso en este aspecto.

8) Cláusula 2.2 y 8.4.1. Plazos de entrega. Criterio de la División.

En el documento denominado “Especificaciones Técnicas y Condiciones Generales de la Licitación” se indica lo siguiente: **“2.2 EXPERIENCIA DEL PERSONAL Y SU PERFIL MÍNIMO / [...] Notas: / 1. Aportar el listado con el nombre de los colaboradores designados para la ejecución del contrato (indicar cuáles están en planilla y cuáles se contratarán una vez adjudicado, en cuyo caso se remitirá documentación digital en el plazo que sea establecido por el Departamento de Proveeduría).” “8.4 CONDICIONES DE EJECUCIÓN CONTRACTUAL / [...] 8.4.11 La Agencia contará con un plazo máximo de entrega para cada uno de los proyectos que el ICT le asigne, el cual será fijado de mutuo acuerdo. Si no existiera acuerdo, prevalecerá el criterio indicado por el ICT.”** (el destacado es del original) (ver pantalla denominada “Ingreso del pliego de condiciones”, archivo adjunto denominado “Contratación agencia de publicidad CR VERSION FINAL.docx”).

La empresa objetante manifiesta que se imponen obligaciones al contratista sin establecer plazos definidos para su cumplimiento, y la ausencia de plazos claros genera una incertidumbre inaceptable, pues deja al contratista en una posición comprometida ante la eventual discrecionalidad de la Administración para exigir el cumplimiento en un momento indeterminado.

Solicita que se definan plazos expresos, razonables y determinados para cada una de las obligaciones contractuales que actualmente carecen de un marco temporal definido, garantizando así la seguridad jurídica de los potenciales oferentes.

La Administración acepta parcialmente la objeción y en este sentido manifiesta lo siguiente: “La Administración considera conveniente incorporar mayor precisión respecto a ciertos parámetros generales de coordinación y atención de requerimientos asociados a la ejecución contractual. El ICT procederá a ajustar los numerales 2.2 y 8.4.11 del pliego de condiciones, indicando que las solicitudes ordinarias serán coordinadas dentro de plazos razonables conforme a la naturaleza, complejidad y alcance de cada requerimiento, además, se establecerá que aquellas solicitudes asociadas a situaciones urgentes o excepcionales deberán atenderse prioritariamente cuando exista justificación institucional debidamente acreditada. / Sin embargo, es importante mencionar la Administración considera que, debido a la naturaleza dinámica y variable de los servicios objeto de contratación, no resulta técnica ni operativamente viable establecer un plazo único, rígido y uniforme para todas las obligaciones derivadas del contrato. / Las necesidades de comunicación, mercadeo y promoción turística pueden variar significativamente en cuanto a: / Interés o bien público, / complejidad, / alcance, / urgencia, / volumen de producción, / coordinación con terceros, / y características específicas de cada proyecto o campaña. / Por lo tanto, los tiempos de ejecución deberán definirse y coordinarse razonablemente entre las partes y de mutuo acuerdo, conforme a las particularidades de cada requerimiento concreto.”

Al respecto, se indica lo siguiente: el artículo 88 del Reglamento a la Ley General de Contratación Pública establece que el pliego de condiciones debe ser un cuerpo de especificaciones técnicas claras, concretas y objetivas, por lo tanto resulta necesario que se establezcan plazos ciertos y definidos para las diversas obligaciones que deben cumplir las partes, lo cual además resulta acorde con el principio de seguridad jurídica.

No es aceptable para este órgano contralor que los tiempos de ejecución se definan en la etapa de ejecución contractual; si bien se entiende que no es viable establecer un plazo único para todas las obligaciones derivadas del contrato, si se pueden establecer plazos máximos de cumplimiento lo cual resulta fundamental para delimitar las responsabilidades de las partes.

Por lo tanto, se declara **con lugar** el recurso en este aspecto, a fin de que la Administración establezca plazos ciertos para las obligaciones contractuales establecidas en el pliego de condiciones, lo cual no significa que deban ser un plazo único sino que bien puede valorar la Administración establecer un plazo máximo de cumplimiento.

9) Cláusula 3.6. Subcontratación y Anexo 3. Criterio de la División.

En el documento denominado “Especificaciones Técnicas y Condiciones Generales de la Licitación” se indica lo siguiente: **“3.6 SUBCONTRATACIÓN / [...] NOTA IMPORTANTE: La obligación principal contraída por los oferentes en esta licitación, es cumplir con el alcance de los servicios que se incluyen en el fee mensual. Por tanto, el único punto que en este momento se considera subcontratación dentro de las ofertas es la subcontratación de profesionales que integren el equipo humano que estará a cargo de la cuenta del ICT en caso de que parte de ese personal no sea personal fijo de la agencia o no se contrate a futuro en caso de adjudicación, debido a que la línea #1 es la única que se está ofertando efectivamente. A partir del detalle que presentarán los oferentes en los requisitos de admisibilidad de sus ofertas, oportunamente y cuando se solicite a la agencia adjudicada alguna labor especializada o proyecto especial, se efectuará dicho análisis para determinar si se requiere efectuar un proceso de compra o requerimiento de suministros para conseguir el servicio requerido, o si se trata de suministros necesarios para cumplir con el alcance de servicios del fee mensual, lo cual no se constituye como un servicio de subcontratación de acuerdo a lo establecido en el artículo 133 del RLCP. Cualquier proyecto que no esté contemplado dentro del fee, es un proyecto especial de cuantía inestimable según línea 2, y se regirá por los lineamientos establecidos en el anexo 3.”** (el destacado es del original) (ver pantalla denominada “Ingreso del pliego de condiciones”, archivo adjunto denominado “Contratación agencia de publicidad CR VERSION FINAL.docx”).

La empresa objetante manifiesta que el Anexo #3 mencionado en la cláusula 3.6 no coincide con el documento que lleva esa denominación, ya que ese anexo responde a la evaluación del requisito de “4.3 EXPERIENCIA EN MANEJO DE PROYECTOS PUBLICITARIOS CON ALCANCE INTERNACIONAL 10%”. Solicita que se corrijan las referencias a los anexos en el pliego de condiciones, garantizando la correspondencia entre las remisiones del cuerpo del pliego y los documentos efectivamente incluidos en el expediente del SICOP.

Al respecto, considera este órgano contralor que lleva razón la empresa recurrente en su argumento, ya que el anexo #3 que está incorporado en el pliego de condiciones es un documento en formato excel que se denomina “Manejo de proyectos internacionales.xlsx”, y que al abrirlo contiene la forma en que se calificará el punto 4.2 Experiencia en proyectos con alcance internacional. Por su parte, la Administración acepta la objeción, y en este sentido manifiesta lo siguiente: “La Administración procederá a corregir las referencias contenidas en el pliego de

condiciones, a efectos de garantizar la debida correspondencia entre los anexos citados en el cuerpo del documento y los anexos efectivamente incorporados en el expediente electrónico del procedimiento.” Así las cosas, se declara **con lugar** el recurso en este aspecto.

10) Metodología de evaluación. Cláusula 4.2: Experiencia en estrategias integrales de mercadeo. Criterio de la División.

En el documento denominado “Especificaciones Técnicas y Condiciones Generales de la Licitación” se indica lo siguiente: **“4.2 EXPERIENCIA EN ESTRATEGIAS INTEGRALES (360) DE MERCADEO 20% / Se evaluará la experiencia de la agencia en el planteamiento, planificación, y ejecución de estrategias integrales de mercadeo. [...] / Se evaluará la cantidad de estrategias integrales efectuadas en los últimos 5 años tomando como referencia la fecha de apertura de ofertas. Se otorgará 5 puntos por cada estrategia que cumpla con todos los requisitos solicitados, hasta un máximo de 4 estrategias integrales para un total de 20%. / Estos casos o estrategias que la agencia ha desarrollado, deberán ser presentados en la oferta. Deberá entregarse de forma completa e integral, no limitándose a su simple mención o descripción general, sino incluyendo la totalidad de los insumos, racional, creativa y de medios, soportes, anexos, explicaciones y elementos necesarios para su adecuada valoración. Adicionalmente estas estrategias deberán ser presentadas 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. [...] / 1. Con el fin de garantizar los principios de igualdad y transparencia, y de no otorgar ventaja a proveedores previos del ICT, no se tomará en consideración proyectos realizados para el ICT. / 2. La presentación presencial de los proyectos ante el ICT, deberán entregar una copia de la presentación efectuada por lo tanto no pueden contener datos confidenciales de los clientes que no puedan ser compartidos públicamente. / 3. Durante las presentaciones presenciales es indispensable contar con la participación presenciales de los siguientes miembros del equipo propuesto por el oferente: director estratégico, director de cuentas/project manager, director creativo, director supervisor de medios, planner estratégico, supervisor /Brand manager, ejecutivo de cuenta senior, digital manager specialist/especialista marketing digital.”** (el destacado es del original) (ver pantalla denominada “Ingreso del pliego de condiciones”, archivo adjunto denominado “Contratación agencia de publicidad CR VERSION FINAL.docx”).

Además, se adjunta el anexo #2 denominado “Estrategias integrales.xls” el cual establece los siguientes criterios de evaluación: 1) el caso presenta objetivos redactados bajo la metodología SMART, alineados con el contexto en el que se desarrolló la campaña, considerando la audiencia y los retos de comunicación, 2) el caso presenta una audiencia segmentada con al menos 3 elementos: socioeconómicos, conductuales, demográficos, 3) el caso presenta la descripción de un problema a resolver, junto con un análisis del mismo y la identificación de oportunidades estratégicas para abordarlo, 4) el caso presenta al menos 3 indicadores de desempeño (KPIs) inicial y su resultado final (por ejemplo: tasa de conversión, engagement, CPM, impresiones) acordes a los medios propuestos, 5) la propuesta incorpora un análisis del retorno de inversión (ROI), 6) las ideas propuestas respondan a un objetivo claro y están bien fundamentadas, 7) el tono, el lenguaje y la estética de la propuesta son coherentes y adecuados para el público objetivo, 8) uso novedoso o innovador de alguno de los siguientes elementos: creatividad, medios o formatos, 9) la propuesta desafía enfoques tradicionales y presenta una idea innovadora o diferente, 10) la estrategia integral presentada incluye a al menos 3 tácticas publicitarias (Por ejemplo: ATL:(medios masivos, digitales, exteriores), RRRP y canal de distribución.

La empresa objetante manifiesta que el mecanismo de evaluación presenta vicios sustanciales, ya que el anexo 2 contiene criterios que carecen de parámetros objetivos y verificables, lo que otorga una discrecionalidad excesiva al evaluador; además se requiere que los oferentes presenten información sobre proyectos que por su naturaleza suele estar protegida por cláusulas de confidencialidad con los respectivos clientes, y además el pliego exige presentaciones del personal que conforme a sus propias disposiciones puede no formar parte de la planilla al momento de la oferta.

Solicita que se modifique el pliego de condiciones con el fin de: a) objetivizar los criterios de evaluación contenidos en el anexo correspondiente; b) establecer un mecanismo que permita acreditar la experiencia sin comprometer información confidencial de terceros; c) eliminar la evaluación del equipo propuesto, sustituyéndola por criterios vinculados a la capacidad técnica demostrable de la agencia para el cumplimiento del objeto contractual.

Al respecto se indica lo siguiente:

a) Con respecto a los criterios contenidos en el Anexo 2 para evaluar las estrategias integrales de mercadeo: el sistema de evaluación está regulado en el artículo 96 del Reglamento a la Ley General de Contratación Pública, el cual dispone, en lo que interesa, lo siguiente: *“Artículo 96. Sistema de evaluación. En atención al principio del valor por el dinero, mediante el establecimiento de cláusulas de admisibilidad y de factores de evaluación se deberá asegurar la adquisición del mejor bien, obra o servicio, al menor precio conforme a lo previsto en el artículo 40 de la Ley General de Contratación Pública. [...] El sistema de evaluación no podrá realizar asignaciones rígidas de porcentajes, en el caso de que se incluyan factores de evaluación propios de la compra pública estratégica, éstos en su conjunto, no podrán superar un veinticinco por ciento (25%) del total de la valoración prestablecida en el pliego de condiciones, incluido en su caso, los porcentajes previstos en el párrafo primero del artículo 23 de la Ley General de Contratación Pública y en el artículo 55 de este Reglamento, así como los dispuestos en otras normas legales y reglamentarios vigentes. Lo anterior con el fin de asegurar que el pliego de condiciones contenga, además, otros factores de evaluación que garanticen la satisfacción del interés público en la adquisición del bien, obra o servicio. Cada factor de evaluación distinto al precio deberá estar asociado a un mecanismo objetivo de verificación y ser atinente al objeto contractual de acuerdo con el ciclo de vida y las condiciones del mercado. La documentación técnica elaborada al efecto que sustente cada factor deberá estar incorporada en el expediente de la contratación. [...] ”* (así reformado por el Decreto No.44745-H). Como puede observarse, la norma es clara en indicar que cada factor de evaluación distinto al precio deberá estar asociado a un mecanismo objetivo de verificación. Sin embargo, en el Anexo 2 la Administración incorpora varios términos o criterios subjetivos para evaluar las estrategias como son “las ideas propuestas respondan a un objetivo claro y están bien fundamentadas”, “el tono, el lenguaje y la estética de la propuesta son coherentes y adecuados para el público objetivo”, “uso novedoso o innovador de alguno de los siguientes elementos: creatividad, medios o formatos”, “la propuesta desafía enfoques tradicionales y presenta una idea innovadora o diferente”, lo cual resulta improcedente, ya que conceptos como “objetivo claro”, “coherente y adecuados para el público objetivo” uso novedoso o innovador” son conceptos que quedan a la subjetividad de la persona que realice la evaluación. Si bien al contestar la audiencia especial la Administración explica que *“con el fin de brindar mayor precisión conceptual y objetividad en la evaluación, la Administración considera pertinente incorporar una aclaración adicional en el pliego, indicando que podrá entenderse como innovador o novedoso aquello que aporte valor diferencial en términos estratégicos, creativos, tecnológicos o de interacción con las audiencias meta, considerando las tendencias actuales de la industria y el contexto de cada propuesta”,* esa aclaración de la Administración resulta insuficiente ya que el anexo 2 incluye varios parámetros de evaluación con conceptos subjetivos, lo cual resulta improcedente, ya que cada factor de evaluación distinto al precio debe estar asociado a un mecanismo objetivo de verificación.

Además, este órgano contralor ha sostenido en forma reiterada que los factores de evaluación deben cumplir con cuatro reglas esenciales, que sean proporcionados, pertinentes, trascendentes y aplicables, por lo que es aceptable que por la vía del recurso de objeción al pliego de condiciones se cuestionen los factores de evaluación cuando se considere que éstos no cumplen con dichos requisitos. En ese sentido se puede consultar la resolución R-DCA-210-2013 del 22 de abril del 2013, en donde se indicó lo siguiente: *“(…) Sobre este aspecto deben considerarse los objetantes como primer orden, que la Administración goza de una total discrecionalidad para definir los factores de ponderación dentro un sistema de evaluación, debiendo observarse únicamente que los factores incorporados en el mecanismo resultante cumplan con cuatro reglas esenciales: proporcionados, pertinentes, trascendentes y que el sistema como tal resulte aplicable. El primero de ellos refiere al equilibrio o proporcionalidad que debe existir entre cada uno de los factores a evaluar, de manera que cada uno tenga su justo peso dentro del sistema de evaluación. El segundo y tercero corresponden respectivamente, a que los factores a evaluar deben ser pertinentes, es decir, que guarden relación con el objeto contractual y trascendentes o sea, que estos factores represente (sic) elementos que ofrezcan un valor agregado a la calificación. Finalmente, tenemos la aplicabilidad, que consiste en que este sistema de evaluación debe resultar aplicable por igual a las ofertas, pues puede ser que cumpliendo con los tres puntos anteriores, el sistema al momento de desarrollarlo o “correrlo” resulte de imposible aplicación. [...]”*. Ahora bien, en el caso bajo análisis se observa que la Administración otorga 20% en la evaluación a los oferentes que aporten estrategias integrales de mercadeo efectuadas en los últimos 5 años y que cumplan con una serie de requisitos indicados en el Anexo 2, por lo tanto, es criterio de este órgano contralor que dicho factor de evaluación resultaría procedente siempre y cuando la Administración justifique la relevancia o trascendencia de dicho factor, en otras palabras, cuál es el valor agregado que otorga dicho factor en la selección de la mejor oferta. Ahora bien, la misma cláusula dice que se pretende valorar la experiencia de la agencia en el planeamiento, planificación y ejecución de estrategias integrales de mercadeo, lo cual es reiterado por la Administración al contestar la audiencia especial, y en este sentido manifiesta lo

siguiente: "La Administración requiere verificar no solo la existencia formal de campañas previamente ejecutadas, sino también la capacidad estratégica integral de las agencias oferentes para conceptualizar, desarrollar, ejecutar y sustentar soluciones de comunicación complejas, acordes con las necesidades institucionales vinculadas a la promoción turística y al posicionamiento de Costa Rica como destino turístico. [...] / Por lo anterior, resulta razonable y proporcional que la Administración valore la experiencia acreditable de los oferentes en el planteamiento, planificación, desarrollo y ejecución de estrategias integrales de comunicación, así como su capacidad para desarrollar propuestas coherentes, integrales y alineadas con los objetivos institucionales y las dinámicas actuales del mercado publicitario y de comunicación.", sin embargo, es criterio de este órgano contralor que si la Administración pretende valorar experiencia de los oferentes ello debe hacerse de conformidad con lo que establece el artículo 94 del Reglamento a la LGCP, el cual dispone que la experiencia se aceptará en el tanto los bienes, obras o servicios hayan sido recibidos a entera satisfacción. Ello significa que la persona que recibió los bienes, las obras o los servicios es a quien le corresponde acreditar que éstos fueron recibidos a entera satisfacción, y es en el pliego de condiciones en donde la Administración debe indicar la forma idónea en que los oferentes deben acreditar dicha experiencia, sea mediante un parámetro objetivo como una certificación, una constancia, etc. En este sentido dicha norma dispone lo siguiente: "Cuando la Administración solicite acreditar la experiencia, se aceptará en el tanto haya sido positiva, entendida ésta, como los bienes, obras o servicios recibidos a entera satisfacción, debiendo indicarse en el pliego de condiciones la forma idónea de acreditarla. Igual regla se seguirá cuando se trate de experiencia obtenida en el extranjero.", sin embargo, en el caso bajo análisis la Administración está evaluando la experiencia de los oferentes otros parámetros, lo cual no se ajusta a lo que establecen los artículos 94 y 96 del reglamento. Así las cosas, se declara **parcialmente con lugar** el recurso en este aspecto, a fin de que la Administración ajuste la forma de evaluar este factor de evaluación de conformidad con lo que establecen los artículos 96 y 94 del Reglamento a la LGCP.

b) Con respecto al manejo de información confidencial: se observa que la Administración acepta modificar la cláusula y en este sentido manifiesta lo siguiente: "Con respecto a la confidencialidad de la información, la Administración reconoce que algunos casos pueden contener datos sensibles de terceros. No obstante, dicha situación no impide acreditar la experiencia requerida ni justifica eliminar el criterio de evaluación, sino precisar los mecanismos mediante los cuales los oferentes pueden demostrar su experiencia sin vulnerar obligaciones asumidas frente a terceros. / En ese sentido, se realizará una modificación expresa en el pliego, específicamente en el punto 4.2 de Estrategias Integrales, para indicar lo siguiente respecto al tratamiento de información confidencial: la presentación presencial de los proyectos ante el ICT deberá acompañarse de una copia de la presentación efectuada. Sin embargo, si la agencia requiere resguardar obligaciones de confidencialidad asumidas frente a terceros, podrá recurrir a la cláusula de confidencialidad conforme a la normativa vigente, argumentando y justificando las razones por las cuales determinada información debe ser declarada confidencial." Así las cosas, se declara **con lugar** el recurso en este aspecto a fin de que la Administración ajuste la redacción de la cláusula con respecto al manejo de la información confidencial. Sin embargo, se advierte que la redacción final de la cláusula podrá verse afectada según con lo indicado en el punto anterior, ya que la Administración deberá ajustar la forma de evaluar este factor de evaluación de conformidad con lo que establecen los artículos 94 y 96 del Reglamento a la LGCP.

c) Con respecto a la evaluación del equipo propuesto: se observa que la Administración establece la obligación a los oferentes de presentar los proyectos ante el ICT, y que durante las presentaciones es indispensable contar con la participación de algunos miembros del equipo propuesto por el oferente, lo cual es cuestionado por la empresa recurrente. Para este órgano contralor resulta cuestionable dicho requisito ya que la Administración no indica para qué se requiere la presencia de dichas personas en la presentación de los proyectos, ni cuál es la consecuencia si dichas personas no están el día de la presentación. Al contestar la audiencia especial, la Administración explica que la participación de dichas personas permite al ICT evaluar su dinámica de trabajo, su capacidad de interacción con el equipo institucional del ICT, y en este sentido manifiesta lo siguiente: "Con respecto a eliminar la evaluación del equipo propuesto, se aclara que el pliego NO exige que todas las personas que participen en la presentación presencial hayan intervenido previamente en los proyectos utilizados para acreditar experiencia de la agencia. / La participación presencial de los perfiles clave indicados en el pliego tiene como finalidad presentar formalmente ante el ICT al equipo propuesto, y permitirle al ICT evaluar su dinámica de trabajo, la articulación interdisciplinaria entre las distintas áreas estratégicas, creativas, digitales y de gestión de cuentas, así como la capacidad de interacción operativa y estratégica con el equipo institucional del ICT. / Por ello, la exigencia responde a criterios funcionales y de evaluación técnica del servicio propuesto, y no implica la obligación de demostrar que dichos profesionales hayan participado en los proyectos presentados como experiencia previa. Es una dinámica usual también en los "pitches" que los clientes se reúnan con las agencias aún antes de contratarlas y, además, el ICT requiere interactuar con el posible equipo que estaría atendiendo la cuenta." Sin embargo, la justificaciones dadas por la Administración para solicitar que el personal del oferente esté presente el día en que se exponen los proyectos no son de recibo, ya que el factor de evaluación aquí analizado pretende evaluar experiencia del oferente y no contiene ninguna evaluación ni puntuación al personal ofrecido por el oferente. La Administración explica que "requiere interactuar con el posible equipo que estaría atendiendo la cuenta", sin embargo no explicó los motivos por los cuales esa interacción no se puede realizar con el personal del contratista una vez que éste haya sido seleccionado. Por lo tanto, se declara **parcialmente con lugar** el recurso en este aspecto, a fin de que se elimine la obligación para los oferentes de que durante las presentaciones de los proyectos deben estar presentes los miembros del equipo propuesto por el oferente. Sin embargo, se advierte que la redacción final de la cláusula podrá verse afectada según con lo indicado en el punto anterior, ya que la Administración deberá ajustar la forma de evaluar este factor de evaluación de conformidad con lo que establecen los artículos 94 y 96 del Reglamento a la LGCP.

Observación de oficio: se observa que dentro de los requisitos establecidos en esta cláusula se solicita lo siguiente: "4. Ser un proyecto creado y ejecutado (sic) por la agencia oferente y su equipo de trabajo, y no solo por uno de los miembros del equipo propuesto.", sin embargo dicha redacción puede generar confusión al momento del estudio de las ofertas, ya que hace referencia al "equipo de trabajo" pero no explica a cuál equipo de trabajo se refiere, si al equipo que trabaja actualmente con el oferente o si se refiere al equipo de trabajo que propone el oferente para este concurso, el cual puede ser diferente, ya que como se analizó anteriormente, el pliego de condiciones permite a los oferentes incluir dentro del personal ofertado a personas que no forman parte de la planilla. Además, debe tenerse presente que el equipo de trabajo puede cambiar en el transcurso del tiempo por múltiples razones, entre ellas por despidos, renuncias o incapacidades. Por lo tanto, de oficio se le recomienda a la Administración revisar la redacción de dicha cláusula, a fin de evitar problemas en etapas posteriores.

11) Metodología de evaluación. Cláusula 4.3: Experiencia en manejo de proyectos publicitarios con alcance internacional. Criterio de la División.

En el documento denominado "Especificaciones Técnicas y Condiciones Generales de la Licitación" se indica lo siguiente: "**4.3 EXPERIENCIA EN MANEJO DE PROYECTOS PUBLICITARIOS CON ALCANCE INTERNACIONAL 10%** / Se evaluará la experiencia de la agencia con proyectos, estrategias o campañas que hayan tenido alcance internacional, es decir, que hayan tenido ejecución parcial o total en el exterior. / Los proyectos con alcance internacional que presenten los oferentes para ser evaluados, deben cumplir con los siguientes requisitos: / 1. Haber tenido una inversión mínima del \$200.000 por año, en total entre todas las acciones ejecutadas. / 2. Haber sido implementadas en los últimos 5 años, tomando como referencia la fecha de apertura de ofertas. / 3. El proyecto debe ser completamente dirigido por la agencia domiciliada en Costa Rica, no se aceptarán casos en que la participación de la agencia de Costa Rica haya sido solo de colaboración con las agencias internacionales en proyectos liderados por estas o en donde su involucramiento sea solo compra de medios, el proyecto debe ser creado, gestionado y pautado por la misma agencia. / 4. Ser un proyecto creado y ejecutado por la agencia oferente y su equipo de trabajo, y no solo por uno de los miembros del equipo propuesto. / 5. Cada proyecto a presentar deberá contener pauta en al menos 2 tipos de medios de comunicación, por ejemplo: a) Redes y Prensa; b) TV y Radio; c) digital y TV, d) exteriores y digital. / 6. Haber tenido objetivos claros y medibles, cuya medición de resultados posterior haya demostrado que fue una estrategia exitosa según los objetivos del cliente / 7. Se otorgará 5 puntos por cada estrategia que cumpla con todos los requisitos solicitados, hasta un máximo de 2 estrategias integrales para un total de 10%. / Estos proyectos, campañas o estrategias que la agencia ha desarrollado, deberán ser presentadas expresamente en la oferta y deberán entregarse de forma completa e integral, no limitándose a su simple mención o descripción general, sino incluyendo la totalidad de los insumos, soportes, racional creativos y de medios, anexos y elementos necesarios para su adecuada valoración. Adicionalmente deberán ser presentados 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 #3 / Notas** / 1. Aplica para campañas internacionales en donde uno de los mercados también sea Costa Rica, pero no el único. / 2. Ninguno de los casos o proyectos presentados podrá ser repetido entre ítems de la evaluación. / 3. No se tomará en consideración proyectos realizados para el ICT. / 4. El

oferente deberá tener claro que los casos presentados deberán ser proyectos, estrategias o campañas de publicidad y que no serán tomadas en cuenta acciones individuales de 1 tipo de medio o táctica. / 5. Al presentar los proyectos ante una visita presencial del ICT, deberán entregar la presentación al ICT, **por lo tanto, no pueden contener datos confidenciales de los clientes que no puedan ser compartidos públicamente.** / 6. Todos los criterios se evaluarán conforme a la evidencia documental aportada, aplicando una escala objetiva de cumplimiento total, parcial o inexistente, como se detalla en el **ANEXO #3.** / 7. La asignación del puntaje final será el promedio simple de las valoraciones técnicas emitidas por los funcionarios asignados que analicen las ofertas y participen en las presentaciones presenciales" (el destacado es del original) (ver pantalla denominada "Ingreso del pliego de condiciones", archivo adjunto denominado "Contratación agencia de publicidad CR VERSION FINAL.docx").

Además, se adjunta el Anexo 3 denominado "Manejo de proyectos internacionales.xlsx" el cual contiene los siguientes criterios de evaluación: 1) presenta objetivos redactados bajo la metodología SMART basados en contexto actual, con respecto a la audiencia y retos de comunicación, 2) demuestra que el proyecto fue dirigido para al menos 2 países (no incluye CR), 3) describe un problema a resolver con un análisis y la identificación de oportunidades estratégicas para resolverlo, 4) presenta una audiencia segmentada con al menos 3 elementos: socioeconómicos, conductuales, demográficos, 5) presenta al menos 2 indicadores de desempeño (KPIs) iniciales y su respectivo resultado final (por ejemplo: tasa de conversión, engagement, CPM, impresiones), 6) representa un presupuesto mínimo estimado de \$200.000, 7) uso novedoso o innovador de alguno de los siguientes elementos: creatividad, medios o formatos, 8) incluye al menos 2 acciones de ATL (vallas, tv, radio) y una digital (redes, programación), 9) demuestra que los contenidos, artes generados, y medios o tácticas utilizados fueron efectivamente dirigidos y personalizados según las audiencias internacionales definidas.

La empresa objetante cuestiona dicha cláusula con varios argumentos: a) cuestiona el puntaje otorgado, ya que considera que dicha ponderación resulta desproporcionada, considerando que el servicio está orientado esencialmente a la promoción turística de Costa Rica, la cual, si bien se dirige a una audiencia internacional, no requiere necesariamente que la agencia haya ejecutado contratos en jurisdicciones extranjeras; b) considera que el Anexo 3 contiene criterios de evaluación carentes de parámetros objetivos y verificables, lo que otorga un amplio margen de discrecionalidad al evaluador, c) se requiere a los oferentes presentar información sobre proyectos internacionales que por su naturaleza, está protegida por cláusulas de confidencialidad con sus respectivos clientes; d) el pliego evalúa la experiencia del equipo en proyectos internacionales sin garantizar que sus integrantes hayan participado efectivamente en dichos proyectos.

Solicita que se modifique el pliego de condiciones a efectos de: a) reducir la ponderación asignada a la experiencia internacional a un porcentaje proporcional a su relevancia real respecto del objeto contractual; b) objetivizar los criterios de evaluación contenidos en el anexo correspondiente; c) establecer un mecanismo que permita acreditar la experiencia sin comprometer información confidencial de terceros; d) eliminar la evaluación del equipo propuesto en proyectos internacionales, sustituyéndola por criterios vinculados a la capacidad técnica demostrable de la agencia para el cumplimiento del objeto contractual.

Al respecto se indica lo siguiente:

a) Con respecto al 10% otorgado a este factor de evaluación: este órgano contralor ha sostenido en forma reiterada que los factores de evaluación deben cumplir con cuatro reglas esenciales, que sean proporcionados, pertinentes, trascendentes y aplicables, por lo que es aceptable que por la vía del recurso de objeción al pliego de condiciones se cuestionen los factores de evaluación cuando se considere que éstos no cumplen con dichos requisitos. En ese sentido se puede consultar la resolución R-DCA-210-2013 del 22 de abril del 2013, citada anteriormente. Ahora bien, en el caso bajo análisis se observa que la Administración otorga 10% en la evaluación a los oferentes que aporten proyectos publicitarios con alcance internacional y que cumplen con una serie de requisitos indicados en el Anexo 3, por lo tanto, si la empresa objetante consideraba que otorgar 10 puntos a este factor de evaluación resulta desproporcionado debió explicar y acreditar en dónde radica esa desproporcionalidad que alega, lo cual no hizo debidamente, careciendo así su argumento de la debida fundamentación. Y es que sobre este aspecto la objetante solamente indicó lo siguiente: *"Dicha ponderación resulta desproporcionada, considerando que el servicio está orientado esencialmente a la promoción turística de Costa Rica, la cual, si bien se dirige a una audiencia internacional, no requiere necesariamente que la agencia haya ejecutado contratos en jurisdicciones extranjeras."*, sin embargo dicho argumento no demuestra ni acredita que la calificación de 10 puntos resulte desproporcionado. Por lo tanto, se **rechaza de plano por falta de fundamentación** el recurso en este aspecto.

b) Con respecto a los criterios contenidos en el Anexo 3 para evaluar los proyectos publicitarios con alcance internacional: el sistema de evaluación está regulado en el artículo 96 del Reglamento a la Ley General de Contratación Pública, el cual dispone, en lo que interesa, lo siguiente: *"Artículo 96. Sistema de evaluación. En atención al principio del valor por el dinero, mediante el establecimiento de cláusulas de admisibilidad y de factores de evaluación se deberá asegurar la adquisición del mejor bien, obra o servicio, al menor precio conforme a lo previsto en el artículo 40 de la Ley General de Contratación Pública. [...] El sistema de evaluación no podrá realizar asignaciones rígidas de porcentajes, en el caso de que se incluyan factores de evaluación propios de la compra pública estratégica, éstos en su conjunto, no podrán superar un veinticinco por ciento (25%) del total de la valoración prestablecida en el pliego de condiciones, incluido en su caso, los porcentajes previstos en el párrafo primero del artículo 23 de la Ley General de Contratación Pública y en el artículo 55 de este Reglamento, así como los dispuestos en otras normas legales y reglamentarios vigentes. Lo anterior con el fin de asegurar que el pliego de condiciones contenga, además, otros factores de evaluación que garanticen la satisfacción del interés público en la adquisición del bien, obra o servicio. Cada factor de evaluación distinto al precio deberá estar asociado a un mecanismo objetivo de verificación y ser atinente al objeto contractual de acuerdo con el ciclo de vida y las condiciones del mercado. La documentación técnica elaborada al efecto que sustente cada factor deberá estar incorporada en el expediente de la contratación. [...] "* (el destacado es nuestro) (así reformado por el Decreto No.44745-H). Como puede observarse, la norma es clara en indicar que cada factor de evaluación distinto al precio deberá estar asociado a un mecanismo objetivo de verificación. Sin embargo, en el Anexo 3 la Administración incorpora una metodología de evaluación de los proyectos la cual contiene varios términos o criterios subjetivos como por ejemplo: "contexto actual", "uso novedoso o innovador de alguno de los siguientes elementos: creatividad, medios o formatos", lo cual resulta improcedente, ya que dichos conceptos quedan a la subjetividad de la persona que realice la evaluación. Al contestar la audiencia especial la Administración explica lo siguiente: *"Respecto a los criterios contenidos en el Anexo #3, la Administración considera que estos responden a parámetros técnicos propios de campañas integrales de comunicación y promoción con alcance internacional, acordes con la naturaleza especializada del servicio requerido"*, sin embargo dicha justificación no es de recibo, ya que prevalece lo establecido en el artículo 96 del reglamento el cual dispone que cada factor de evaluación distinto al precio debe estar asociado a un mecanismo objetivo de verificación.

Ahora bien, la misma cláusula dice que se evaluará la experiencia de la agencia con proyectos, estrategias o campañas que hayan tenido alcance internacional, es decir que hayan tenido ejecución parcial o total en el exterior, lo cual es reiterado por la Administración al contestar la audiencia especial, y en este sentido manifiesta lo siguiente: *"Si bien el objeto principal de la contratación corresponde a la atención de estrategias y campañas orientadas principalmente al mercado nacional (turismo interno), el pliego establece expresamente la posibilidad de que el ICT requiera servicios relacionados con acciones de promoción internacional, según las necesidades institucionales y la naturaleza de los proyectos a ejecutar durante la vigencia contractual. / Por esta razón, la Administración considera razonable, proporcional y técnicamente justificado valorar experiencia comprobada en el manejo de proyectos publicitarios con alcance internacional, toda vez que dicha capacidad puede resultar necesaria para atender eventuales requerimientos asociados a campañas de promoción turística fuera del territorio nacional, y esto es algo que se ha realizado históricamente en todos los concursos y pliegos del ICT."*, sin embargo, es criterio de este órgano contralor que si la Administración pretende valorar experiencia de los oferentes ello debe hacerse de conformidad con lo que establece el artículo 94 del Reglamento a la LGCP, el cual dispone que la experiencia se aceptará en el tanto los bienes, obras o servicios hayan sido recibidos a entera satisfacción. Ello significa que la persona que recibió los bienes, las obras o los servicios es a quien le corresponde acreditar que éstos fueron recibidos a entera satisfacción, y es en el pliego de condiciones en donde la Administración debe indicar la forma idónea en que los oferentes deben acreditar dicha experiencia, ya sea mediante una certificación, una constancia, etc. En este sentido dicha norma dispone lo siguiente: *"Cuando la Administración solicite acreditar la experiencia, se aceptará en el tanto haya sido positiva, entendida ésta, como los bienes, obras o servicios recibidos a entera satisfacción, debiendo indicarse en el pliego de condiciones la forma idónea de acreditarla. Igual regla se seguirá cuando se trate de experiencia obtenida en el extranjero."* Sin embargo, en el caso bajo análisis la Administración está evaluando la experiencia de los oferentes con otros parámetros, lo cual no se ajusta a lo que establecen los artículos 94 y 96 del reglamento. Así las cosas, se declara **parcialmente con lugar** el recurso en este aspecto, a fin de que la Administración ajuste la forma de evaluar este factor de evaluación de conformidad con lo que establecen los artículos 96 y 94 del Reglamento a la LGCP.

c) Con respecto al manejo de información confidencial: se observa que la Administración acepta modificar la cláusula y en este sentido manifiesta lo siguiente: *“En relación con la objeción relativa a confidencialidad de la información, Se hará la modificación para indicar expresamente en el pliego, en el punto 4.3 de Experiencia en manejo de proyectos publicitarios con alcance internacional, lo siguiente con respecto a los datos confidenciales: La presentación presencial de los proyectos ante el ICT deberá acompañarse de una copia de la presentación efectuada. Sin embargo, si la agencia, por algún motivo, requiere resguardar obligaciones de confidencialidad asumidas por los oferentes frente a terceros, podrá recurrir a la cláusula de confidencialidad conforme lo establece la normativa vigente, argumentando y justificando las razones por las cuales determinada información debe ser declarada confidencial.”* Así las cosas, se declara **con lugar** el recurso en este aspecto a fin de que la Administración ajuste la redacción de la cláusula con respecto al manejo de la información confidencial. Sin embargo, se advierte que la redacción final de la cláusula podrá verse afectada según con lo indicado en el punto anterior, ya que la Administración deberá ajustar la forma de evaluar este factor de evaluación de conformidad con lo que establecen los artículos 94 y 96 del Reglamento a la LGCP.

d) Con respecto a la evaluación del equipo propuesto: la empresa objetante solicita que se elimine la evaluación del equipo propuesto en proyectos internacionales y se sustituya por criterios vinculados a la capacidad técnica demostrable de la agencia para el cumplimiento del objeto contractual, sin embargo al revisar la cláusula cuestionada no se observa que en dicha cláusula se incluya la evaluación del equipo propuesto, lo cual es advertido por la Administración al contestar la audiencia especial cuando dice lo siguiente: *“Como cierre, la Administración aclara que el numeral 4.3 evalúa exclusivamente la experiencia institucional de la agencia oferente en el manejo de proyectos internacionales y no la experiencia individual de los miembros del equipo humano propuesto para la ejecución contractual, pues lo que se pretende garantizar a la Administración es que las agencias tengan la capacidad, los recursos, medios y experiencia requerida para hacer frente a proyectos internacionales. / Bajo ese entendido, la puntuación correspondiente a este apartado no se encuentra condicionada a la participación del personal propuesto en las campañas internacionales aportadas como experiencia.”* Por lo tanto, se **rechaza de plano por falta de fundamentación** el recurso en este aspecto.

Observación de oficio: se observa que dentro de los requisitos establecidos en esta cláusula se solicita lo siguiente: *“4. Ser un proyecto creado y ejecutado (sic) por la agencia oferente y su equipo de trabajo, y no solo por uno de los miembros del equipo propuesto.”*, sin embargo dicha redacción puede generar confusión al momento del estudio de las ofertas, ya que hace referencia al “equipo de trabajo” pero no explica a cuál equipo de trabajo se refiere, si al equipo que trabaja actualmente con el oferente o si se refiere al equipo de trabajo que propone el oferente para este concurso, el cual puede ser diferente, ya que como se analizó anteriormente, el pliego de condiciones permite a los oferentes incluir dentro del personal ofertado a personas que no forman parte de la planilla. Además, debe tenerse presente que el equipo de trabajo puede cambiar en el transcurso del tiempo por múltiples razones, entre ellas por despidos, renuncias o incapacidades. Por lo tanto, de oficio se le recomienda a la Administración revisar la redacción de dicha cláusula, a fin de evitar problemas en etapas posteriores.

12) Metodología de evaluación. Cláusula 4.4: Approach Creativo. Criterio de la División.

En el documento denominado “Especificaciones Técnicas y Condiciones Generales de la Licitación” se indica lo siguiente: **“4.4 ACERCAMIENTO/PROXIMITY CREATIVO 35% / Los oferentes deben preparar una propuesta estratégica integral de mercadeo para la promoción del turismo interno. / a) Racional creativo. / b) Concepto de campaña publicitaria. / c) Audiencia meta (perfil demográfico y psicográfico). / d) Ejemplos de ejecución para distintos medios como radio, impresos, TV, cine, redes sociales, exteriores, activations, entre otros. / e) Acciones propuestas de RRPP/social: estrategia de comunicación para darle cobertura noticiosa a la nueva campaña durante su etapa de lanzamiento, y en etapas posteriores. (Considerar que, para la ejecución de las acciones propuestas, se contaría con el apoyo de la agencia de RRPP del ICT). / f) Acciones dirigidas a la cadena de comercialización del producto turístico. / g) Posibles alianzas para generar mayor impacto de esta estrategia. / h) Cronograma de ejecución. / i) Presupuesto estimado. / El ICT brindará un brief básico (VER ANEXO #8) con información para que los oferentes puedan presentar una propuesta integral de comunicación. / La propuesta será evaluada con base en el ANEXO #4. / La evaluación de este ítem se encuentra dividida en dos, como se muestra en el ANEXO #4 / A. La presentación presencial de la propuesta de campaña. / B. Habilidades blandas al momento de la presentación presencial. / La propuesta de este acercamiento no deberá incluirse en la oferta, se presentará durante la visita presencial y luego de ello, el oferente deberá entregar la presentación en formato digital a los funcionarios que realicen la visita y evaluación. / La asignación del puntaje final será el promedio simple de las valoraciones técnicas emitidas por los funcionarios asignados que analicen las ofertas y participen en las presentaciones presenciales”** (el destacado es del original) (ver pantalla denominada “Ingreso del pliego de condiciones”, archivo adjunto denominado “Contratación agencia de publicidad CR VERSION FINAL.docx”).

Adicionalmente, en el Anexo 4 al pliego de condiciones se incluyen los siguientes criterios de evaluación: **“CRITERIOS SOBRE LA PROPUESTA 25% / 1) La propuesta incluye un cronograma y está estructurada en fases claras y coherentes con las acciones planteadas y su ejecución / 2) Muestra una investigación y análisis previo sobre campañas anteriores de VAT / 3) Se demuestra un estudio básico del quehacer diario del ICT (a nivel nacional e internacional) / 4) Muestra análisis /benchmarks con otros destinos / 5) La propuesta utilice como base al menos un documento oficial del ICT (como estudios, estrategias, lineamientos o datos oficiales) durante su desarrollo. / 6) La propuesta presenta objetivos redactados bajo la metodología SMART / 7) La propuesta presenta una audiencia segmentada con al menos 3 elementos: socioeconómicos, conductuales, demográficos (1 % cada uno de los elementos) / 8) El caso presente un problema claramente definido, junto con un análisis profundo que permita identificar oportunidades estratégicas para el ICT o para VAT /9) La propuesta estratégica responde a objetivos planteados con contexto actual, con respecto al público y retos de comunicación y del sector público / 10) Claridad, diferenciación y alineación del planteamiento con la identidad de la marca ICT y VAT. / 11) Se muestra un análisis del producto turístico (zonas, planeamiento turístico del ICT, regiones menos visitadas, parques, etc) / 12) Muestra un análisis del entorno económico actual y la estrategia propuesta responde al mismo / 13) La propuesta presenta al menos 4 indicadores de desempeño (KPIs) / 0,25 % cada indicador) acordes a la propuesta estratégica / 14) Se incorporan ideas para la promoción adicional de al menos 1 producto o servicio del ICT. / 15) Las ideas tienen una base estratégica y estén bien justificadas en lo creativo y en medios / 16) La propuesta incluye alguna alianza estratégica con otra marca / 17) Se evalúa el nivel de innovación de la propuesta, junto con su fortaleza conceptual y su pertinencia en el contexto real, valorando cada aspecto de manera independiente / 18) La idea es realizable / 19) Existe coherencia entre el tono, lenguaje y estética propuesta frente al público objetivo propuesto / 20) Uso novedoso y eficiente de la unión entre creatividad, medios, formatos o recursos visuales utilizados para lograr los objetivos propuesto / 21) Incluye alguna propuesta relevante y necesaria con inteligencia artificial / 22) La propuesta propone un rompimiento de paradigmas comerciales o de comunicación / 23) Existe un nivel adecuado de realismo y claridad sobre cómo implementar la propuesta. / 24) La propuesta presenta al menos 3 tácticas de Marketing: Por ejemplo, publicidad en medios ATL, publicidad en medios digitales, acciones de RRPP , acciones en el canal de distribución, etc (1 % cada uno) / 25) Se evalúa que el estilo visual de la propuesta (colores, imágenes y diseño) esté alineado con el tipo de producto turístico y la experiencia que se busca transmitir /26) La propuesta incluye un presupuesto estimado que respalde la viabilidad de la ejecución. / SOBRE LA PRESENTACIÓN DE LA PROPUESTA POR PARTE DEL EQUIPO Y HABILIDADES BLANDAS 10% / 26) Se da una estructura, narrativa, diseño visual tanto de la presentación audiovisual como la presentación del equipo / 27) El equipo que presenta posee una capacidad de contar una historia coherente, atractiva y con impacto emocional. / 28) Existe buena actitud, comunicación, apertura al diálogo e integración entre los miembros del equipo. / 29) Asiste a la presentación presencial de la agencia el equipo solicitado en el pliego de condiciones en el punto 4.2 director estratégico, director de cuentas/ project manager, director creativo, director supervisor de medios, planner estratégico, supervisor /Brand manager, ejecutivo de cuenta senior, digital manager specialist/especialista marketing digital. / 30) Todos los integrantes del equipo presente intervienen de manera activa en la presentación / 31) Se muestra liderazgo por los directores de las diferentes áreas / 32) Resuelven adecuadamente, con seguridad y con manejo de la información, las consultas realizadas por el equipo ICT o las dificultades que puedan surgir durante la presentación. / 33) Existe cohesión y solidez en el equipo / 34) La presentación general denota un conocimiento del ICT y del producto turístico / 35) Dominio del tema de la propuesta por parte de todo el equipo.”**

La empresa objetante considera que la elaboración de un approach creativo de la magnitud requerida equivale en la práctica a ejecutar el objeto contractual sin que medie adjudicación ni contraprestación económica alguna. Explica que los Anexos #4 y #8 requieren niveles de detalle que inevitablemente revelan metodologías propietarias, estrategias competitivas y know-how desarrollado por las agencias, por lo que este requisito excede cualquier parámetro de razonabilidad y proporcionalidad en esta etapa del procedimiento. Estima que si lo que la Administración quiere

es corroborar la capacidad de la agencia, esto puede lograrse solicitando una breve explicación de la forma en que la agencia abordaría de principio a fin un proyecto, sin que implique realizar el trabajo, ni revelar aspectos de know-how.

Solicita que se reformulen los criterios de evaluación de las cláusula 4.4, así como los Anexos #4y #8, de modo que la evaluación se base en la trayectoria, capacidad técnica y metodología general de los oferentes, sin exigir la elaboración de propuestas creativas que equivalgan a la ejecución anticipada y gratuita del objeto contractual.

Al respecto se indica lo siguiente: tal y como se indicó anteriormente, el sistema de evaluación está regulado en el artículo 96 del Reglamento a la Ley General de Contratación Pública, el cual dispone, en lo que interesa, lo siguiente: *“Artículo 96. Sistema de evaluación. En atención al principio del valor por el dinero, mediante el establecimiento de cláusulas de admisibilidad y de factores de evaluación se deberá asegurar la adquisición del mejor bien, obra o servicio, al menor precio conforme a lo previsto en el artículo 40 de la Ley General de Contratación Pública. [...] El sistema de evaluación no podrá realizar asignaciones rígidas de porcentajes, en el caso de que se incluyan factores de evaluación propios de la compra pública estratégica, éstos en su conjunto, no podrán superar un veinticinco por ciento (25%) del total de la valoración preestablecida en el pliego de condiciones, incluido en su caso, los porcentajes previstos en el párrafo primero del artículo 23 de la Ley General de Contratación Pública y en el artículo 55 de este Reglamento, así como los dispuestos en otras normas legales y reglamentarios vigentes. Lo anterior con el fin de asegurar que el pliego de condiciones contenga, además, otros factores de evaluación que garanticen la satisfacción del interés público en la adquisición del bien, obra o servicio. Cada factor de evaluación distinto al precio deberá estar asociado a un mecanismo objetivo de verificación y ser atinente al objeto contractual de acuerdo con el ciclo de vida y las condiciones del mercado. La documentación técnica elaborada al efecto que sustente cada factor deberá estar incorporada en el expediente de la contratación. [...]”* (el destacado es nuestro) (así reformado por el Decreto No.44745-H). Como puede observarse, la norma es clara en indicar que cada factor de evaluación distinto al precio deberá estar asociado a un mecanismo objetivo de verificación.

Además, este órgano contralor ha sostenido en forma reiterada que los factores de evaluación deben cumplir con cuatro reglas esenciales, que sean proporcionados, pertinentes, trascendentes y aplicables, por lo que es aceptable que por la vía del recurso de objeción al pliego de condiciones se cuestionen los factores de evaluación cuando se considere que éstos no cumplen con dichos requisitos. En ese sentido, se pueden consultar las resoluciones R-DCA-210-2013 del 22 de abril del 2013, R-DCA-0818-2018, R-DCA-0645-2019, R-DCA-00430-2022, R-DCA-SICOP-00529-2023 y R-DCA-SICOP-00683-2023, entre otras.

En el caso bajo análisis, se observa que la Administración incorpora en el sistema de evaluación 35% a los oferentes que preparen una propuesta estratégica integral de mercadeo para la promoción del turismo interno, la cual se valorará de conformidad con una serie de aspectos que están contemplados en el anexo 4, sin embargo, en el pliego de condiciones no se indica cuál es el valor agregado que daría este factor de evaluación en la selección de la mejor oferta. Es en la respuesta a la audiencia especial que la Administración explica que el approach creativo solicitado es par verificar la capacidad estratégica, creativa y metodológica de los oferentes para atender las necesidades de comunicación y promoción turística institucional, y en este sentido manifiesta lo siguiente: *“La Administración considera que el ejercicio solicitado en el numeral 4.4 y sus anexos constituye un mecanismo técnico de evaluación orientado a verificar la capacidad estratégica, creativa y metodológica de los oferentes para atender las necesidades de comunicación y promoción turística institucional. / Para efectos de esta contratación, el “approach creativo” debe entenderse como un ejercicio conceptual y estratégico mediante el cual la agencia plantea una posible aproximación de comunicación a partir de un brief suministrado por la Administración, incluyendo elementos generales relacionados con conceptualización estratégica, definición de audiencias meta, enfoque creativo, posibles ejecuciones multicanal y articulación general de la propuesta. [...] / La Administración considera necesario evaluar no solo antecedentes generales o experiencia histórica, sino también la capacidad real de las agencias para: / interpretar un brief institucional; desarrollar pensamiento estratégico; / conceptualizar campañas; / efectuar propuestas creativas, / segmentar audiencias; / integrar distintos canales de comunicación; / y construir propuestas coherentes con los objetivos institucionales de promoción turística. / Dado que el objeto contractual involucra servicios de naturaleza creativa, estratégica y comunicacional, la Administración estima razonable y proporcional incorporar ejercicios técnicos comparativos que permitan valorar capacidades metodológicas y de conceptualización de las agencias participantes.”*, sin embargo, es criterio de este órgano contralor que las justificaciones dadas por la Administración no son de recibo para mantener dicho factor de evaluación, ya que la “capacidad estratégica, creativa y metodológica de los oferentes” o “la capacidad real de la agencia” es producto del trabajo del personal que elaboraría la propuesta, y no hay garantía de que el personal del oferente que realice la propuesta estratégica para ser evaluada vaya a ser el mismo personal durante todo el plazo de vigencia del contrato, ya que como es bien sabido, el personal del oferente puede cambiar en el tiempo por diversas razones, entre las cuales se pueden mencionar renunciaciones, despidos, incapacidades, etc. Así las cosas, no se observa que este factor de evaluación otorgue ningún valor agregado para la selección de la mejor oferta -ni especialmente la Administración explica su valor-, ya que -repetimos- no hay garantía de que el personal del oferente que realice la propuesta estratégica para ser evaluada vaya a ser el mismo personal durante todo el plazo de vigencia del contrato. Además, debe tenerse presente que si la Administración desea evaluar la “capacidad comprobable para desarrollar estrategias integrales de comunicación y promoción turística” ello se valora mediante proyectos realizados y ejecutados, sea mediante experiencia debidamente comprobada.

Adicionalmente, se observa que los aspectos de evaluación que están contemplados en el anexo 4 incorpora en su mayoría términos o elementos de valoración subjetivos, tales como “análisis profundo”, “contexto actual”, “entorno económico actual”, “bien justificadas en lo creativo y en medios”, “nivel de innovación de la propuesta”, “fortaleza conceptual”, pertinencia en el contexto actual”, “propuesta relevante y necesaria”, “rompimiento de paradigmas comerciales o de comunicación”, “nivel adecuado de realismo y claridad”, así como todos los aspectos a evaluar y que están contenidos en el apartado de habilidades blandas. Y es que no resultan aceptables incluir en la metodología de evaluación elementos de valoración subjetivos, ya que cada factor de evaluación distinto al precio deberá estar asociado a un mecanismo objetivo de verificación. Por lo tanto, se declara **parcialmente con lugar** el recurso en este aspecto a fin de que la Administración:

a) emita un criterio técnico mediante el cual explique y acredite cuál es la trascendencia o el valor agregado que dicho factor de evaluación pretende otorgar en la selección de la mejor oferta, y en caso de que no lo pueda justificar deberá eliminarlo. Se advierte que el criterio deberá ser incorporado en el apartado 2 del expediente del concurso denominado “2.Información de pliego de condiciones”, ello de conformidad con el artículo 29 del Reglamento a la Ley General de Contratación Pública que dice lo siguiente: *“Artículo 29. Incorporación de documentos. Todos los documentos que se adjunten al expediente electrónico de la contratación, a los formularios y/o documentos electrónicos disponibles en el sistema digital unificado, deben ser digitales e incorporados en el módulo que corresponda.”*

b) en caso de que la Administración acredite que dicho factor de evaluación sí es trascendente, deberá eliminar del anexo 4 los términos o elementos de valoración subjetivos, y establecer mecanismos objetivos de valoración de la propuesta.

13) Cláusula 2.4. Declaración jurada con referencias de crédito de la agencia. Criterio de la División.

En el documento denominado “Especificaciones Técnicas y Condiciones Generales de la Licitación” se indica lo siguiente: **“2.4 DECLARACION JURADA CON REFERENCIAS DE CRÉDITO DE LA AGENCIA / Se debe aportar junto con la oferta tres (3) declaraciones juradas de diferentes proveedores costarricenses que indiquen referencias de crédito del oferente, en relaciones comerciales entre agencia y proveedor donde no medien los pagos de contado. Se requiere al menos dos (2) referencias de medios de comunicación masiva reconocidos, (1) una de empresas de producción, que hayan tenido relación comercial directa con la agencia en el último año, indicando: / El número de años completos en que la oferente ha sido su cliente. / El monto aproximado anual de las negociaciones. / La trayectoria de crédito que ha tenido la agencia con los proveedores. / Que declaran que la agencia oferente no ha presentado problemas de pagos en los últimos 3 años con los proyectos ejecutados con el cliente. / Estas declaraciones deben ser emitidas y firmadas por el Gerente General o el encargado financiero de la empresa proveedora, con no más de 3 meses de emitidas al momento de la apertura del concurso.”** (el destacado es del original) (ver pantalla denominada “Ingreso del pliego de condiciones”, archivo adjunto denominado “Contratación agencia de publicidad CR VERSION FINAL.docx”).

La empresa objetante manifiesta que con este requisito se desconoce la realidad organizacional de las empresas modernas, donde las relaciones comerciales y crediticias son gestionadas por diversas áreas funcionales que no necesariamente reportan al Gerente General. Solicita que se modifique el requisito de firma de las referencias de crédito, permitiendo que sean suscritas por cualquier funcionario autorizado de la empresa referente con conocimiento directo de la relación comercial, y no exclusivamente por el Gerente General o el encargado financiero.

Por su parte, la Administración justifica el requisito con el argumento de que las referencias deben ser emitidas por personas con capacidad suficiente para dar fe de la relación comercial mantenida con la agencia y de su comportamiento financiero y crediticio, específicamente por la Gerencia General o el encargado financiero de la empresa referente. La Administración considera además que la participación de funcionarios con responsabilidad sobre la gestión financiera o administrativa de la empresa referente, aporta un mayor grado de confiabilidad y certeza respecto de la información suministrada, particularmente en aspectos relacionados con historial de pagos, cumplimiento de obligaciones comerciales y comportamiento crediticio.

Al respecto, es criterio de este órgano contralor que las justificaciones dadas por la Administración para establecer que la declaración jurada deber estar firmada únicamente por el gerente general o encargado financiero no son de recibo, ya que la distribución organizacional de cada entidad es diferente, y bien pueden existir otros puestos a lo interno de la entidad que también tengan la capacidad suficiente para dar fe de la relación comercial mantenida con la agencia, así como de su comportamiento financiero y crediticio. De igual manera, la "confiabilidad y certeza" respecto de la información suministrada la puede dar cualquier persona que tenga la potestad de actuar en representación de la entidad, y no solamente el gerente general o el encargado financiero.

Así las cosas, se declara **con lugar** el recurso en este aspecto, a fin de que la Administración modifique la cláusula y permita que las declaraciones sean suscritas por cualquier funcionario que tenga la capacidad suficiente para actuar en representación de la empresa o que esté autorizado por la empresa para tal fin.

14) Metodología de evaluación. Cláusula 4.1.2: Comisión de agencia. Criterio de la División.

En el documento denominado "Especificaciones Técnicas y Condiciones Generales de la Licitación" se indica lo siguiente: **"4.1.2 Comisión de agencia 10% / Se calificarán los porcentajes de comisión ofertados por el servicio de colocación de pauta en medios de comunicación en Costa Rica y por subcontratación, según el siguiente detalle: / 4.1.2.1 Comisión por colocación de medios digitales 2%. / 4.1.2.2 Comisión por colocación de medios ATL (televisión, radio, cine, impresos) 2%. / 4.1.2.3 Comisión por colocación de medios exteriores (Vallas impresas o digitales, buses, traseras, mupis, paradas de autobuses, entre otros) 2%. / 4.1.2.4 Comisión por subcontratación a terceros 4%. / Los porcentajes de calificación establecidos en este rubro se utilizarán únicamente con fines de evaluación comparativa entre las agencias oferentes y no corresponden al porcentaje general de comisión de medios, ni constituyen una comisión estándar aplicable fuera de este proceso. [...] / La oferta que cotice el menor porcentaje en el costo respectivo de esta comisión, obtendrá el mayor puntaje en este ítem y el resto de los oferentes obtendrán una calificación proporcional según el importe cotizado. No se aceptarán comisiones mayores al 5% en ninguno de los puntos [...] / Nota: / Solamente en los casos en los cuales se indique 0% de comisión, se utilizará el valor 0.10 a fin de que la fórmula tenga aplicación aritmética, teniendo claro que con el solo hecho de indicar 0% de comisión obtendrán el total del puntaje según corresponda."** (el destacado es del original) (ver pantalla denominada "Ingreso del pliego de condiciones", archivo adjunto denominado "Contratación agencia de publicidad CR VERSION FINAL.docx").

La empresa objetante considera que la posibilidad de ofertar una comisión del 0% implica que la agencia prestaría el servicio de intermediación y gestión de medios sin retribución alguna, lo cual es económicamente inviable y genera el riesgo de que los oferentes incurran en prácticas comerciales distorsivas para compensar la ausencia de ingresos por comisión. Adicionalmente, manifiesta que el tope máximo del 5% carece de fundamentación técnica, ya que si bien el pliego de condiciones indica que se basó en el estudio de mercado, éste no desarrolla a profundidad cómo se llegó a ese máximo. Solicita lo siguiente: a) eliminar la posibilidad de ofertar comisiones del 0%, estableciendo un piso mínimo que garantice la sostenibilidad económica del servicio; b) fundamentar técnicamente el tope máximo de comisión con base en un estudio de mercado actualizado.

Al respecto se indica lo siguiente:

a) Con respecto a la posibilidad de cotizar 0% de comisión: este órgano contralor ha indicado que la posibilidad de cotizar un precio de cero, como una estrategia de negocio, debe atenuarse conforme las reglas de cada contratación y los principios que rigen la materia, de forma tal que no se convierta en una ventaja indebida o en una distorsión del procedimiento mismo, concretamente en la resolución R-DCA-235-2015 del 23 de marzo del 2015 se indicó sobre este tema lo siguiente: *"Como puede apreciarse, la posibilidad de cotizar un precio de cero, como una estrategia de negocio, debe atenuarse conforme las reglas de cada contratación y los principios que rigen la materia, de forma tal que no se convierta en una ventaja indebida o en una distorsión del procedimiento mismo. [...] De esa forma, en tales circunstancias la cotización cero de un rubro que no encuentra explicación en ningún otro aspecto de la oferta y que debe mantenerse en el tiempo durante toda la ejecución contractual en un esquema de tiempo completo (según se cotizó), no podría tener un costo de cero, como se pretende sea aceptado. Antes bien, estima este órgano contralor que ello resulta contrario a los principios de igualdad, transparencia y buena fe; pues a la fecha se desconoce cómo será cubierto ese costo y cuál es el costo real que pagará la Administración por el supervisor en caso de que se ejecute el servicio. En tales circunstancias, no basta con la eliminación del puntaje que ha considerado el Banco licitante, sino que necesariamente debe procederse a la exclusión por tratarse de un precio incierto, todo conforme los principios referidos de transparencia y buena fe, afectando con ello la aplicación del sistema de evaluación mismo y con ello el principio de igualdad. De esa forma, en tales condiciones debe declararse la inelegibilidad de la oferta de la empresa adjudicataria, en la medida que la cotización cero no resulta factible. Sobre el particular, valga precisar a las partes que este órgano contralor en no pocas oportunidades se ha referido también a la imposibilidad de cotizar cero en el precio de la oferta, a los efectos puede verse las resoluciones No. RC-624-2002 de las 15:45 horas del 26 de setiembre de 2002; R-DJ-207-2010 de las 12 horas del 18 de mayo de 2010; R-DCA-071-2010 de las 15:30 horas del 12 de octubre de 2010; R-DCA-082-2008 de las 10 horas del 5 de marzo de 2008; R-DCA-180-2012 de las 9 horas del 13 de abril de 2012; R-DCA-275-2012 de las 9 horas del 3 de junio de 2012. Bajo este orden de ideas, esta Contraloría General no puede aceptar que si un determinado rubro representa un costo, aunque sea ínfimo para el oferente, que el mismo no se refleje en su oferta, circunstancia que atenta o vulnera los principios fundamentales de la contratación administrativa, a saber los de igualdad, buena fe y transparencia."* Ahora bien, en el caso bajo análisis la Administración explica que la eventual existencia de comisiones reducidas o equivalentes al 0% no implica automáticamente la configuración de ofertas ruinosas, ya que la sostenibilidad financiera de cada propuesta debe analizarse integralmente conforme a la totalidad de componentes económicos del contrato y al modelo comercial definido por cada oferente; sin embargo no explicó ni acreditó cuál fue el análisis técnico financiero que realizó para llegar a determinar que de frente al modelo de negocio escogido para este concurso la posibilidad de cotizar 0% en la comisión no implica la cotización de ofertas ruinosas, tampoco explicó ni acreditó que ello no conllevará una distorsión del procedimiento ni otorgará una ventaja indebida al oferente que cotice dicho porcentaje. Así las cosas, se declara **parcialmente con lugar** el recurso en este aspecto, a fin de que la Administración emita un criterio técnico mediante el cual explique y justifique que de frente al modelo de negocio escogido para este concurso la posibilidad de cotizar 0% en la comisión no implica la cotización de ofertas ruinosas ni tampoco conllevará una distorsión del procedimiento ni otorgará una ventaja indebida al oferente.

b) Con respecto al tope máximo de 5% de comisión: el artículo 98 del Reglamento a la Ley General de Contratación Pública establece que *"El pliego de condiciones podrá establecer un porcentaje de utilidad mínimo o máximo, previo acto motivado emitido por la unidad técnica solicitante de la obra, bien o servicio o la unidad técnica competente."* Como puede observarse, la norma citada permite a la Administración establecer en el pliego de condiciones un tope máximo de utilidad previo acto motivado emitido por la unidad técnica solicitante o la unidad técnica competente. En el caso bajo análisis se observa que la Administración incorporó un rubro en la metodología de evaluación denominado "Comisión de agencia" el cual califica los porcentajes de comisión ofertados por el servicio de colocación de pauta en medios de comunicación en Costa Rica y por subcontratación. De esta manera, se entiende que ese porcentaje de comisión constituye la utilidad que obtendría el oferente por el servicio de colocación de pauta en medios de comunicación en Costa Rica y por subcontratación. Ahora bien, la cláusula cuestionada indica que no aceptarán comisiones mayores al 5%, razón por la cual le correspondía a la Administración emitir el acto motivado emitido por la unidad técnica solicitante mediante el cual justificara dicho porcentaje máximo de comisión permitido. Sin embargo, al contestar la audiencia especial la Administración no explicó ni acreditó que en este caso haya emitido un acto motivado, es al contestar la audiencia especial que la Administración explicó lo siguiente: *"Respecto al límite máximo del 5%, la Administración aclara que dicho parámetro fue definido con base en análisis de condiciones comerciales observadas en contrataciones similares, así como en las dinámicas actuales de la industria publicitaria y de comunicación. / También, el límite establecido responde a criterios de proporcionalidad y razonabilidad orientados a mantener equilibrio entre los distintos componentes económicos de la contratación y evitar distorsiones dentro del proceso comparativo de ofertas."* sin embargo es criterio de este órgano contralor que dicha explicación resulta insuficiente, ya que el acto motivado debe estar debidamente incorporado al expediente del concurso para conocimiento de los potenciales oferentes. Por lo tanto, se declara **parcialmente con lugar** el recurso en este aspecto, a fin de que la Administración incorpore al expediente del concurso el criterio técnico emitido por la unidad técnica

solicitante mediante el cual motive la decisión de establecer un porcentaje máximo de comisión. Finalmente, se advierte a la Administración que el documento que emita deberá ser incorporado en el apartado 2 del expediente del concurso denominado "2. Información del pliego de condiciones", ello de conformidad con lo establecido en el artículo 29 del Reglamento a la Ley General de Contratación Pública que dice lo siguiente: "Artículo 29. Incorporación de documentos. Todos los documentos que se adjunten al expediente electrónico de la contratación, a los formularios y/o documentos electrónicos disponibles en el sistema digital unificado, deben ser digitales e incorporados en el módulo que corresponda."

15) Cláusula 8.1.2. Revisión de materiales que el ICT solicite. Criterio de la División.

En el documento denominado "Especificaciones Técnicas y Condiciones Generales de la Licitación" se indica lo siguiente: **"8.1.2 Diseño y producción de campañas publicitarias y materiales informativos o promocionales: / [...] Realizar las revisiones de materiales que el ICT les solicite, aunque no hayan sido generados por la agencia contratada."** (el destacado es del original) (ver pantalla denominada "Ingreso del pliego de condiciones", archivo adjunto denominado "Contratación agencia de publicidad CR VERSION FINAL.docx").

La empresa objetante considera que el pliego de condiciones impone a la agencia adjudicataria la obligación de revisar materiales que no han sido generados por ella, sin limitar esta obligación al objeto del contrato ni excluir expresamente la responsabilidad por el contenido de dichos materiales, lo cual es desproporcionado. Solicita que se modifique el pliego de condiciones para: a) limitar la obligación de revisión de materiales a aquellos que estén directamente vinculados al objeto del contrato; y b) establecer expresamente que la revisión de materiales no generados por la agencia no implica responsabilidad alguna por su contenido para la agencia contratada.

Al respecto se indica lo siguiente: es criterio de este órgano contralor que la cláusula cuestionada resulta improcedente, ya que las obligaciones de las partes deben establecerse bajo parámetros de razonabilidad y proporcionalidad, sin embargo en este caso se establece la obligación al contratista de revisar materiales que el ICT le solicite aunque no hayan sido generados por la agencia contratada, lo cual significa que se trata de materiales que no fueron producto de esta contratación, lo cual excede esos parámetros de razonabilidad y proporcionalidad. La Administración tampoco explicó cuál es el origen de esos materiales que no hayan sido generados por la agencia contratada, es hasta el momento de contestar la audiencia especial que la Administración explica que se trata de materiales elaborados por terceros, y en este sentido manifiesta lo siguiente: *"Por lo anterior, el objetivo de la disposición no consiste en trasladar a la agencia adjudicataria responsabilidad sobre materiales elaborados por terceros ajenos al contrato, sino permitir que la Administración pueda contar, cuando resulte necesario, con apoyo técnico y recomendaciones profesionales relacionadas con aspectos de coherencia comunicacional, alineamiento estratégico, revisión general de contenidos o de razonabilidad de costos, inversión o tarifas publicitarias. / Por lo anterior, la Administración procederá a ajustar la redacción del numeral objetado para aclarar expresamente que la revisión, observación o recomendación emitida por la agencia respecto de materiales elaborados por terceros no implicará transferencia de autoría ni generará responsabilidad para la agencia adjudicataria respecto del contenido sustantivo, técnico, legal o material de dichas piezas."* Sin embargo, es criterio de este órgano contralor que la justificación dada por la Administración resulta insuficiente para mantener la cláusula, ya que no explicó si esos "terceros" se refiere a personal de la propia Administración o a otra empresa contratada mediante de otro concurso, ni tampoco explicó los motivos por los cuales no puede obtener ese apoyo técnico y recomendaciones de profesionales con su propio personal.

Por lo tanto, se declara **parcialmente con lugar** el recurso en este aspecto, a fin de que la Administración modifique la redacción de la cláusula e indique expresamente que la revisión de materiales que el ICT le solicite será únicamente los generados por la agencia contratada.

16) Cláusulas 8.2, 8.1.5 y 8.4.1. Contrataciones directas. Criterio de la División.

En el documento denominado "Especificaciones Técnicas y Condiciones Generales de la Licitación" se indica lo siguiente: **"8.2 Acciones no incluidas en el fee mensual / [...] Notas: [...] El ICT se reserva el derecho de realizar contrataciones ya sea de producción audiovisual o de medios para pauta, en forma directa y sin intermediación de la Agencia cuando las circunstancias lo ameriten, pero la agencia dentro del tiempo del equipo, deberá facilitar que el equipo humano participe en estos proyectos cuando el ICT lo considere necesario."**

"8.1.5 Planificación y colocación en medios / [...] Realizar la estrategia, planificación y adquisición de todo tipo de medios para esta cuenta y su respectivo monitoreo, sin que esto impida al ICT realizar contrataciones de medios en forma directa y sin intermediación de la agencia cuando las circunstancias lo ameriten."

"8.4.CONDICIONES DE EJECUCIÓN CONTRACTUAL / 8.4.1 La presente contratación no le confiere exclusividad a la Agencia en ninguno de los servicios contratados por lo que, el Instituto cuando lo estime conveniente, se reserva el derecho de realizar las acciones necesarias, para obtener los servicios objeto de esta contratación, en forma directa, sin la intervención de la Agencia." (el destacado es del original) (ver pantalla denominada "Ingreso del pliego de condiciones", archivo adjunto denominado "Contratación agencia de publicidad CR VERSION FINAL.docx").

La empresa objetante considera que el pliego de condiciones utiliza la expresión "todo tipo de medios" sin definir su alcance, generando una indefinición que impide a los oferentes conocer con certeza cuáles servicios de medios están incluidos en el objeto contractual y cuáles podrían ser contratados directamente por el ICT. Solicita lo siguiente: a) que se defina expresamente el alcance de la expresión "todo tipo de medios", enumerando taxativamente los medios incluidos y excluidos del objeto contractual; b) Que se elimine la posibilidad de que ICT pueda contratar medios directamente, garantizando que no se afecte el equilibrio económico del contrato.

Al respecto se indica lo siguiente:

a) Con respecto a la definición de la frase "todo tipo de medios" contenida en la cláusula 8.1.5, es criterio de este órgano contralor que resulta imprecisa y subjetiva, lo cual resulta improcedente y contraria al artículo 88 del Reglamento a la LGCP el cual establece que el pliego de condiciones debe ser claro, concreto y objetivo. Ahora bien, al contestar la audiencia especial la Administración acepta modificar la cláusula y en este sentido manifiesta lo siguiente: *"La expresión "todo tipo de medios" debe interpretarse dentro del contexto amplio y dinámico propio de la industria publicitaria, de comunicación y mercadeo, la cual evoluciona constantemente en cuanto a formatos, plataformas, herramientas tecnológicas, espacios publicitarios y mecanismos de difusión. / Aun así, con el fin de brindar mayor claridad a los potenciales oferentes, la Administración procederá a incorporar una aclaración en el numeral 8.1.5 del pliego indicando que, dentro del concepto general de medios y acciones de comunicación, podrán contemplarse, entre otros: / medios ATL como Televisión, radio, prensa, publicidad exterior, cine / medios digitales; / redes sociales; / medios exteriores; / plataformas programáticas; / medios internacionales; / herramientas tecnológicas de pauta y monitoreo; / acciones de relaciones públicas; / patrocinios; / generación de contenido; / producción audiovisual; / y otros formatos o mecanismos de comunicación y promoción turística. / La enumeración anterior tendrá carácter ilustrativo y no limitativo, considerando la naturaleza cambiante de la industria y las necesidades variables asociadas a la promoción turística institucional."* Si bien la Administración acepta modificar la cláusula para precisar los medios y acciones de comunicación, es criterio de este órgano contralor que la Administración no ha explicado los motivos por los cuales no es posible establecer la lista en forma taxativa y no ilustrativa. Por lo tanto, se declara **parcialmente con lugar** el recurso en este aspecto, a fin de que la Administración defina expresamente el alcance de la frase "todo tipo de medios", y además emita un criterio técnico mediante el cual justifique los motivos por los cuales en este caso no es posible establecer una lista taxativa de los medios. Se advierte a la Administración que el documento que emita deberá ser incorporado en el apartado 2 del expediente del concurso denominado "2. Información del pliego de condiciones", ello de conformidad con lo establecido en el artículo 29 del Reglamento a la Ley General de Contratación Pública que dice lo siguiente: "Artículo 29. Incorporación de documentos. Todos los documentos que se adjunten al expediente electrónico de la contratación, a los formularios y/o documentos electrónicos disponibles en el sistema digital unificado, deben ser digitales e incorporados en el módulo que corresponda."

b) Con respecto a la posibilidad de que el ICT pueda contratar otros medios directamente garantizando que no se afecte el equilibrio económico del contrato, es criterio de este órgano contralor que dicha disposición resulta improcedente, ya que tal posibilidad no está contemplada ni en la Ley General de Contratación Pública ni en su reglamento; y la Administración tampoco indicó ningún fundamento legal que le permita actuar de esa manera. Al contestar la audiencia especial la Administración explica cuáles son las circunstancias que podrían generar contrataciones directas sin intermediación de la agencia, y en este sentido manifiesta lo siguiente: *"Respecto a la posibilidad de que el ICT pueda realizar determinadas contrataciones directas sin intermediación de la agencia, la Administración considera necesario mantener dicha facultad institucional, toda vez que pueden surgir circunstancias específicas asociadas a: / oportunidades estratégicas; / requerimientos técnicos especializados; / convenios institucionales; / alianzas comerciales; / medios con representación exclusiva; / situaciones de urgencia; / o*

necesidades particulares de comunicación y promoción./ Por esta razón, la cláusula objetada responde a una potestad de flexibilidad operativa orientada a resguardar el interés público y permitir a la Administración atender adecuadamente necesidades institucionales que puedan presentarse durante la ejecución contractual." Al respecto, es criterio de este órgano contralor que ninguna de las circunstancias mencionadas por la Administración para realizar contrataciones directas son aceptables, por las siguientes razones: los convenios institucionales se encuentran expresamente regulados en el artículo 2 inciso f) de la LGCP; las situaciones de urgencia se encuentran expresamente reguladas como excepción en el artículo 166 del Reglamento a la LGCP; y las demás circunstancias que menciona la Administración son situaciones genéricas sin ninguna explicación que justifique que se deban realizar por contratación directa. Así las cosas, se declara **con lugar** el recurso en este aspecto, a fin de que la Administración elimine la posibilidad de que el ICT pueda contratar medios directamente para la ejecución de servicios similares a los de esta contratación.

17) Cláusulas 4.1.1 y 8.3. Monto estimado y bandas de tolerancia. Criterio de la División.

En el documento denominado "Especificaciones Técnicas y Condiciones Generales de la Licitación" se indica lo siguiente: **"4.1.1 Costa del fee mensual 15% / [...] Notas: / I. El monto estipulado en SICOP de CRC 423.152.759 es únicamente por el estimado del fee, línea 1 (tarifa mensual) por un plazo de 2 años. Este monto es de referencia y corresponde al monto estimado producto del estudio de mercado, la agencia podrá utilizar estos datos como referencia para realizar sus ofertas económicas para el fee mensual, es resultado de un promedio sencillo de 4 de los 7 oferentes que participaron en el procedimiento que se realizó en el 2025 y utilizando el costo de un equipo base igual al solicitado en este pliego de condiciones, adicionalmente se les invita a los oferentes a revisar el documento Herramienta Sondeo de Mercado en el cual se mencionan los umbrales ruinosos y excesivo y con base en ello los oferentes pueden hacer sus propuestas económicas del fee (tarifa mensual) / II. Los oferentes podrán analizar los estimados de inversión para realizar sus ofertas, sin embargo, el ICT no garantiza un mínimo de inversión anual para proyectos especiales, por lo tanto, se recomienda a los oferentes cotizar el fee basado en costos reales fijos del equipo mínimo únicamente y no en supuestos. / III. Los oferentes no están obligados a cotizar el monto estimado del sondeo de mercados. / IV. En la línea 1, los oferentes deberán solo cotizar una única oferta solicitada, no se podrá presentar una oferta alternativa. / V. Los oferentes deberán presentar su propuesta económica en las dos líneas del concurso: / 1. En la línea 1 Tarifa del fee mensual. / 2. En la línea 2, deberán ofertar ₡1 colón (por ser de cuantía inestimable). / **BANDAS DE TOLERANCIA DE PRECIOS:** / Pública, así como de acuerdo con los resultados obtenidos en el estudio/sondeo de mercado, se establece las siguientes bandas de tolerancia determinada a partir del estudio de mercado realizado: / Umbral Inferior: ₡361.463.407,92 / Umbral Superior: ₡484.842.108,96 / Lo anterior según el estudio de mercado realizado por parte de la Unidad Solicitante y que consta en la carpeta "DECISIÓN INICIAL" del expediente electrónico de SICOP. / Estos valores representan los límites dentro de los cuales se consideran aceptables las ofertas económicas, cualquier oferta que se ubique por debajo o por encima de estos límites, deberá incluir una justificación técnica y financiera detallada, en donde se demuestre que el precio propuesto permite el cumplimiento del objeto contractual."**

"8.3. INVERSIÓN / 8.3.1 A nivel nacional: / El ICT estima invertir un monto aproximado de 294.000.000 millones de colones anuales. El monto disponible, podrá incrementarse o disminuirse según disponibilidad presupuestaria y según convenga a los intereses institucionales. Este presupuesto de inversión en Costa Rica incluye el fee mensual y posibles proyectos especiales por ejemplo y sin limitarse a pauta en medios, producción audiovisual, producción gráfica, materiales promocionales y merchandising, activaciones, alianzas, comisiones de cualquier índole. Este presupuesto es estimado y podría modificarse de acuerdo con las estrategias de mercadeo del ICT y la disponibilidad presupuestaria. Es un monto referencial para los posibles oferentes sobre posibles inversiones del ICT con la agencia. [...] / **8.3.2 A nivel internacional:** / De ser necesaria la contratación de algún proyecto de publicidad en el exterior, el ICT oportunamente le indicará a la agencia el presupuesto disponible para cada campaña o proyecto a ejecutar, según las necesidades, objetivos y prioridades del Instituto. / El oferente deberá indicar en su oferta inicial, en caso de resultar contratado, cuáles serán los costos de comisión, si aplicará en caso de: / I. Subcontratación y/o intermediación por producción, activaciones, etc. / II. Colocación de pauta de medios. [...] (el destacado es del original) (ver pantalla denominada "Ingreso del pliego de condiciones", archivo adjunto denominado "Contratación agencia de publicidad CR VERSION FINAL.docx").

La empresa objetante considera que existe una inconsistencia entre el presupuesto estimado establecido en el numeral 4.1.1, el monto registrado en la plataforma del SICOP, banda de tolerancia, y en el numeral 8.3 del pliego de condiciones, ya que la cláusula 8.3.1 indica que el ICT estima invertir un monto aproximado de ₡294.000.000 anuales, sin embargo, este monto no se refleja en el sondeo de mercado ni guarda relación con las bandas de tolerancia establecidas para la evaluación económica. Inclusive se indica que este monto, considera aspectos no relacionados con el fee tales como pauta en medios, producción audiovisual, producción gráfica, materiales promocionales y merchandising, activaciones, entre otros. Esta inconsistencia imposibilita a los oferentes calcular razonablemente el fee de sus propuestas. Solicita lo siguiente: a) justificar técnicamente las bandas de tolerancia y su relación con el presupuesto estimado mediante la emisión de un nuevo estudio de mercado con base en lo exigido por la normativa vigente y las resoluciones del órgano contralor; b) armonizar el presupuesto estimado del numeral 8.3 con el monto registrado en el SICOP.

Al respecto se indica lo siguiente:

a) Con respecto a las bandas de tolerancia y la justificación por parte de la Administración: el artículo 44 del Reglamento a la Ley General de Contratación Pública regula la forma en que la Administración determinará la razonabilidad del precio del bien, obra o servicio, en los siguientes términos: "La Administración determinará la razonabilidad del precio del bien, obra o servicio entre las ofertas elegibles, conforme a las siguientes reglas: / a) Para efectos del análisis de razonabilidad, el sistema digital unificado proveerá información con base en la comparación de precios ofertados del catálogo de bienes y servicios, tomando como marco de referencia los datos de los últimos seis meses; asimismo la Dirección de Contratación Pública podrá ampliar dicho marco de referencia, conforme a la ciencia y la técnica. Para tales efectos, el sistema agrupará los precios ofertados, tomando como referencia el código de identificación de los bienes y servicios. Sobre tales agrupamientos, se establecerán bandas de tolerancia de diferencias de precios, sobre máximos o mínimos dentro de los cuales se considerará como aceptable, el precio ofertado. / b) Cuando el precio ofertado difiera con respecto del precio de referencia del sistema digital unificado, según los rangos de tolerancia definidos por la Administración en el pliego de condiciones, por fuera de esas bandas, deberá incorporarse al sistema digital unificado un acto motivado por el cual la Administración justifica la razonabilidad del precio ofertado. / En caso de que no se pueda justificar que el precio difiera con los rangos de tolerancia, la Administración adoptará la decisión de declarar infructuoso el concurso. / c) La Administración deberá emitir un acto motivado para justificar la razonabilidad del precio en los casos de concursos de licitaciones mayores o menores, cuando la oferta adjudicable supere el monto presupuestado. / d) Cuando la Administración no pueda determinar la razonabilidad del precio de conformidad con lo señalado en el inciso a), sea porque no existen datos suficientes o porque se han dado situaciones excepcionales en el mercado específico, deberá realizar un sondeo o estudio de mercado en que considerará, la cuantía y complejidad del objeto, la realización de una investigación exploratoria del mercado (oferta y demanda), considerando información histórica disponible, gestionando información mediante diversos mecanismos de consulta y en general, utilizando todo aquel material y otros medios complementarios que permitan una mejor comprensión del producto o servicio por adquirir. / El sistema digital unificado generará un aviso en aquellos casos en los que el precio ingresado sea menor o mayor al precio de referencia registrado en el sistema digital unificado."

Como puede observarse, la norma citada dispone que las bandas de tolerancia aplicables para determinar si un precio es aceptable o no deben estar indicadas en el pliego de condiciones, lo cual es de cumplimiento obligatorio por parte de la Administración licitante, además establece el procedimiento que debe aplicar la Administración para fijar dichas bandas de tolerancia. Ahora bien, en el caso bajo análisis se observa que en la cláusula 4.1 del pliego de condiciones la Administración indicó las siguientes bandas de tolerancia de precios: umbral inferior: ₡361.463.407,92 y umbral superior: ₡484.842.108,96, y además indicó lo siguiente: "Lo anterior según el estudio de mercado realizado por parte de la Unidad Solicitante y que consta en la carpeta "DECISIÓN INICIAL" del expediente electrónico de SICOP", sin embargo al revisar dicho documento no se observa que tenga algún análisis ni explicación que demuestre cómo llegó a determinar dichos umbrales a partir de la información obtenida en el estudio de mercado. Al contestar la audiencia especial, la Administración menciona que "las bandas de tolerancia fueron definidas con base en el estudio y sondeo de mercado incorporado al expediente administrativo, tomando como referencia información técnica y económica relacionada con estructuras operativas equivalentes al modelo requerido por el ICT para esta contratación", sin embargo tampoco explicó ni acreditó cómo fue que llegó a determinar dichos umbrales a partir de esa supuesta información técnica y económica. Por lo tanto, se declara **parcialmente con lugar** el recurso en este aspecto a fin de que la Administración emita un criterio técnico mediante el cual explique cómo llegó a determinar los umbrales a partir de la información obtenida en el estudio de mercado. Se advierte a la Administración que

el documento que emita deberá ser incorporado en el apartado 2 del expediente del concurso denominado "2. Información del pliego de condiciones", ello de conformidad con lo establecido en el artículo 29 del Reglamento a la Ley General de Contratación Pública que dice lo siguiente: "Artículo 29. Incorporación de documentos. Todos los documentos que se adjunten al expediente electrónico de la contratación, a los formularios y/o documentos electrónicos disponibles en el sistema digital unificado, deben ser digitales e incorporados en el módulo que corresponda."

b) Con respecto al presupuesto estimado en el numeral 8.3 y el monto registrado en el SICOP: se observa que en la cláusula 8.3.1 la Administración hace referencia al monto aproximado anual que estima invertir en esta contratación a nivel nacional, sea un monto aproximado de 294.000.000 millones de colones anuales, el cual podrá incrementarse o disminuirse según disponibilidad presupuestaria y según convenga a los intereses institucionales; por su parte, en la pantalla denominada "Ingreso del pliego de condiciones", se indica lo siguiente: "Monto total estimado de la contratación (según el artículo 35 de la LGCP) 423.152.760 [CRC]". Al respecto, es criterio de este órgano contralor que no existe ninguna inconsistencia entre el monto aproximado anual indicado en la cláusula 8.3.1 del pliego de condiciones y el monto total estimado de la contratación indicado en la pantalla denominada "Ingreso del pliego de condiciones", ya que el monto indicado en la cláusula 8.3.1 corresponde únicamente al monto aproximado anual de la inversión a nivel nacional y sin incluir el monto de las contrataciones a nivel internacional mencionado en la cláusula 8.3.2, mientras que el monto indicado en la pantalla del SICOP corresponde al monto total estimado de la contratación según el artículo 35 de la Ley el cual establece la forma en que se debe realizar la estimación de la contratación y que indica lo siguiente: *"Para determinar la estimación de la contratación se deberán tomar en consideración, al momento de la decisión inicial, el monto de todas las formas de remuneración incluyendo el costo principal, seguros, fletes, comisiones, intereses, tributos, primas, derechos y cualquier suma que deba reembolsarse a consecuencia de la contratación. / Cuando el pliego de condiciones permita ofertar bienes o servicios opcionales o alternativos, la base para estimarlos será el valor total de la compra máxima permitida, incluidas las posibles compras optativas. / Cuando se trate de contrataciones de objeto continuo, sucesivo o periódico, que se vayan a celebrar por un plazo determinado sin posibilidad de prórrogas, la estimación se determinará sobre el valor total del contrato durante su vigencia. / Cuando se trate de contrataciones con un plazo susceptible de ser prorrogado, la estimación se realizará sobre la base del pago mensual calculado, multiplicado hasta cuarenta y ocho."*

Como puede observarse, los montos estimados indicados en la cláusula 8.3.1 del pliego de condiciones y en la pantalla del SICOP corresponden a conceptos diferentes y que fueron calculados por plazos diferentes, sin que la empresa recurrente haya explicado y acreditado en qué sentido es que ambos montos deben "armonizarse", ni tampoco aportó ningún análisis mediante el cual llegara a demostrar que ambos montos deben coincidir. Por lo tanto, se **rechaza de plano por falta de fundamentación** el recurso en este aspecto.

18) Cláusula 11.3.3. Cronograma preliminar. Criterio de la División.

En el documento denominado "Especificaciones Técnicas y Condiciones Generales de la Licitación" se indica lo siguiente: **"11.3 ASPECTOS VARIOS RELACIONADOS CON ÍNDICES DE PRECIOS / [...] 11.3.3 El adjudicatario presentará a la Administración el cronograma preliminar propuesto con sus documentos anexos, el cual deberá incluir duraciones, holguras, dependencias, secuencia lógica, hitos, ruta crítica, según corresponda, y demás información de planificación, dentro de los ocho días hábiles posteriores a la firmeza de la adjudicación. En un máximo de cinco días hábiles a partir de su presentación, la Administración deberá revisar y resolver acerca de la pertinencia o no del cronograma propuesto y sus documentos anexos, de conformidad con los términos establecidos en el pliego de condiciones y el artículo 44 del Reglamento para el Reajuste Precios en los Contratos de Obra Pública y la Revisión de Precios en los Contratos de Bienes y Servicios."** (el destacado es del original) (ver pantalla denominada "Ingreso del pliego de condiciones", archivo adjunto denominado "Contratación agencia de publicidad CR VERSION FINAL.docx").

La empresa objetante menciona que la presentación de un cronograma preliminar de trabajo posterior a la adjudicación desconoce la naturaleza de los servicios publicitarios, los cuales no se prestan mediante entregables predeterminados, sino a través de un proceso iterativo de planificación, retroalimentación y ajuste continuo con el cliente. Considera que un cronograma elaborado sin los insumos del cliente carece de valor técnico y se convierte en un mero ejercicio formal que no mide la capacidad operativa del oferente ni la calidad de su gestión. Solicita que se elimine el requisito de presentación de un cronograma sustituyéndolo por un compromiso del oferente, de que, en caso de ser adjudicado, se compromete a realizar cronogramas de forma conjunta con el ICT en plazos razonables según el proyecto.

Por su parte, la Administración explica que la incorporación del requisito relacionado con la presentación de un cronograma preliminar responde al cumplimiento de obligaciones normativas vigentes derivadas del Reglamento para el Reajuste de Precios en los Contratos de Obra Pública y la Revisión de Precios en los Contratos de Bienes y Servicios, particularmente en lo dispuesto en sus artículos 44 y 45, por ello, la inclusión de este requerimiento dentro del pliego no obedece a una decisión discrecional de la Administración, sino a la necesidad de incorporar mecanismos mínimos de planificación y seguimiento contractual conforme a la normativa aplicable. También explica que la presentación de un cronograma preliminar no implica exigir entregables definitivos ni planificación absoluta de todas las acciones futuras, sino únicamente una propuesta general de organización y metodología de trabajo que permita establecer parámetros iniciales de coordinación y seguimiento contractual.

Al respecto, es criterio de este órgano contralor que la empresa recurrente no demostró ni acreditó que el cronograma solicitado resulte de imposible cumplimiento, o contrario a los principios de razonabilidad o proporcionalidad, o contrario a las reglas de la ciencia o de la técnica. Por lo tanto, se **rechaza de plano por falta de fundamentación** el recurso en este aspecto.

19) Cláusula 13. Cláusula penal y multas. Criterio de la División.

En el documento denominado "Especificaciones Técnicas y Condiciones Generales de la Licitación" se indica lo siguiente: **"13. CLÁUSULA PENAL Y MULTAS / 13.1 MULTAS / Cada vez que el contratista o su personal incurran en el incumplimiento de alguna de las cláusulas descritas en el pliego se aplicarán las multas, de acuerdo con los cuadros que se adjuntan. / Con la finalidad de cumplir disposiciones legales definidas por la Contraloría General de la República y de la Sala Constitucional, en cuanto a la razonabilidad de las multas, incluida en los pliegos de condiciones de contratación de bienes y servicios que tramita el ICT, se adjunta la valoración técnica en cuanto al efecto e impacto que tendría cada una de las multas establecidas en el pliego de condiciones. / El porcentaje a aplicar por concepto de multa será de un 1.5% del pago mensual del FEE, hasta un máximo de un 25%, de acuerdo con lo indicado en el artículo 117 del RLGP. Se sancionará en forma escrita, comunicándole al adjudicatario que se multará con la deducción del pago mensual. / Se aclara que cuando una vez cometida la falta por el adjudicatario o su personal, se les notificará y si no han corregido las mejoras solicitadas por parte del ICT a los quince días naturales siguientes de haberle informado de la situación tras la fiscalización efectuada el mes anterior, se empezarán a aplicar las multas. / Las siguientes situaciones constituyen faltas por parte del contratista o su personal: [...]"** (el destacado es del original) (ver pantalla denominada "Ingreso del pliego de condiciones", archivo adjunto denominado "Contratación agencia de publicidad CR VERSION FINAL.docx").

La empresa objetante menciona que el pliego de condiciones no realiza una distinción clara entre las multas y la cláusula penal, confundiendo dos figuras jurídicas con naturaleza, presupuestos y consecuencias radicalmente distintas. Si la Administración no distingue entre ambas figuras, podría imponer multas acumulativas por incumplimientos parciales y simultáneamente ejecutar la cláusula penal por el mismo hecho, generando una doble sanción prohibida por el ordenamiento jurídico. También menciona que el pliego de condiciones no contiene la justificación exigida por los numerales 46 y 47 de la Ley General de la Administración Pública que obliga a la Administración a fundamentar la razonabilidad y proporcionalidad de las sanciones contractuales. Solicita lo siguiente: a) distinguir expresamente entre multas y cláusula penal en el pliego de condiciones, definiendo los supuestos fácticos que configuran cada una; b) incorporar la justificación técnica de la razonabilidad y proporcionalidad de cada sanción.

Al respecto se indica lo siguiente:

a) Con respecto a la distinción entre multas y cláusula penal: la aplicación de multas y cláusulas penales se encuentran reguladas en el artículo 46 de la Ley General de Contratación Pública en los siguientes términos: *"La Administración podrá establecer, de forma motivada, en el pliego de condiciones multas por ejecución defectuosa o cláusulas penales por la ejecución prematura o tardía de las obligaciones contractuales, conforme a las condiciones que se definan en el reglamento de esta ley."* En el caso bajo análisis lleva razón la empresa recurrente en el sentido de que si bien en el encabezado de la cláusula se indica "CLÁUSULA PENAL Y MULTAS" en el contenido de la cláusula únicamente se regula la aplicación de multas, con lo cual existe una contradicción entre el encabezado de la cláusula y su contenido. Ahora bien, al contestar la audiencia especial la Administración reconoce que el contenido de la cláusula regula únicamente el régimen de multas y explica que el pliego no contempla la aplicación de la cláusula penal, y en este sentido manifiesta lo siguiente: *"La Administración aclara que, si bien el encabezado del apartado 13 hace referencia a "cláusula penal y multas", el contenido desarrollado en dicho numeral regula exclusivamente un régimen de*

multas aplicables ante incumplimientos parciales o deficiencias operativas detectadas durante la ejecución contractual. / Por esta razón, el pliego no contempla la aplicación de cláusula penal en los términos señalados por la objetante." Así las cosas, queda en evidencia que existe una contradicción entre el título de la cláusula y su contenido, lo cual resulta contrario al artículo 88 del Reglamento a la LGCP el cual dispone que el pliego de condiciones debe ser claro, concreto y objetivo. Por lo tanto, se declara **parcialmente con lugar** el recurso de objeción en este aspecto, a fin de que la Administración corrija el título de la cláusula y lo ajuste de conformidad con su contenido.

b) Con respecto a la justificación técnica de la razonabilidad y proporcionalidad de cada sanción: el artículo 116 del Reglamento a la Ley General de Contratación Pública regula la aplicación de las multas y cláusulas penales en los siguientes términos: *"Conforme al artículo 46 de la Ley General de Contratación Pública, la Administración podrá establecer en el pliego de condiciones, el pago de multas por defectos en la ejecución del contrato o cláusulas penales, según corresponda, considerando para ello, aspectos tales como, el monto, plazo, riesgo, repercusiones de un eventual incumplimiento para el servicio que se brinde o para el interés público y la posibilidad de incumplimientos parciales o por líneas. / En los supuestos en que se establezcan multas o cláusulas penales, la Administración deberá valorar su costo beneficio, la debida y oportuna satisfacción del interés público, así como criterios de razonabilidad y proporcionalidad. [...]"* Como puede observarse, la norma citada establece que para establecer la aplicación de multas o cláusulas penales, la Administración debe considerar aspectos tales como, el monto, plazo, riesgo, repercusiones de un eventual incumplimiento para el servicio que se brinde o para el interés público y la posibilidad de incumplimientos parciales o por líneas.

Ahora bien, en el caso bajo análisis la cláusula objetada incluye un cuadro en el cual se indica cada uno de los factores a evaluar para aplicar la multa, la afectación o el impacto que dicha factor o conducta tiene en la institución o la prestación del servicio, la valoración y la puntuación, por lo tanto, no es suficiente con alegar que la Administración debía fundamentar las sanciones o que hay una ausencia de la justificación de las sanciones, si la empresa recurrente consideraba que la información contenida en la cláusula era insuficiente debió explicar y fundamentar adecuadamente su argumento, lo cual no hizo. Por lo tanto, se **rechaza de plano por falta de fundamentación** el recurso en este aspecto.

20) Cláusula 15. Garantía de cumplimiento. Criterio de la División.

En el documento denominado "Especificaciones Técnicas y Condiciones Generales de la Licitación" se indica lo siguiente: **"15. GARANTÍA DE CUMPLIMIENTO / El adjudicatario deberá presentar garantía de cumplimiento por un monto fijo de \$16.130.000 (diez y seis mil ciento treinta millones) a la línea de cuantía inestimable, y de un 5% sobre el monto del fee adjudicado, las cuales tendrán vigencia por un plazo de 26 meses tal y como lo especifica el pliego de condiciones electrónico de SICOP. / La Garantía para cuantía inestimable tendrá una vigencia igual al plazo contractual, bajo la condición que un mes antes de su vencimiento el contratista haya aportado la nueva garantía, a riesgo de ejecución de la anterior, en caso de incumplimiento."** (el destacado es del original) (ver pantalla denominada "Ingreso del pliego de condiciones", archivo adjunto denominado "Contratación agencia de publicidad CR VERSION FINAL.docx").

La empresa objetante menciona que el pliego de condiciones no establece con claridad el monto de la garantía de cumplimiento que el adjudicatario deberá rendir, ya que el monto en números en realidad debería leerse dieciséis millones ciento treinta mil colones; pero en letras, el pliego dispone un número muy distinto. Solicita que se corrija el pliego de condiciones para que indique: a) el monto o porcentaje exacto de la garantía de cumplimiento, b) la base de cálculo aplicable, especificando si incluye solo la línea 1 o ambas líneas.

Al respecto se indica lo siguiente:

a) Con respecto al monto indicado en números y letras: efectivamente existe una contradicción entre el monto indicado en números y el monto indicado en letras. Por lo tanto, se declara **con lugar** el recurso en este aspecto, a fin de que la Administración indique el monto correcto tanto en números como en letras.

b) Con respecto a la base de cálculo aplicable a la garantía: la garantía de cumplimiento se encuentra regulada en el artículo 110 del Reglamento a la LGCP en los siguientes términos: *"La garantía de cumplimiento respalda la correcta ejecución del contrato, conforme la normativa vigente y será exigible en todos los contratos producto de licitación mayor o licitación menor, la cual se establecerá entre un cinco por ciento (5%) y un diez por ciento (10%) del monto de la adjudicación, conforme lo defina el pliego de condiciones. / Conforme a lo previsto en el artículo 44 de la Ley General de Contratación Pública, en las licitaciones reducidas aplicarán los mismos porcentajes, salvo que la Administración facultativamente determine de forma expresa en el pliego de condiciones, no solicitarla. / En caso de que el pliego de condiciones no defina la exigencia de rendir garantía ni su porcentaje, se entenderá que deberá rendirse por el cinco por ciento (5%) del monto de la adjudicación. / En contratos de cuantía inestimable, en el pliego de condiciones deberá establecerse una suma específica que garantice la debida ejecución contractual."*

Como puede observarse, la norma citada establece varias formas de fijar el monto de la garantía de cumplimiento según la modalidad de contratación, por un lado permite a la Administración fijar el monto de la garantía entre un cinco por ciento (5%) y un diez por ciento (10%) del monto de la adjudicación, esto en el entendido de que el monto adjudicado es un monto total y definitivo; y en contratos de cuantía inestimable se debe establecer una suma específica que garantice la debida ejecución contractual.

En el caso bajo análisis se observa que el objeto contractual se compone de dos líneas, en donde la línea 1 corresponde a "servicios profesionales de una agencia de publicidad para promocionar el país" y la línea 2 corresponde a "servicios profesionales de una agencia de publicidad que permita promocionar el país, mediante el desarrollo de proyectos establecidos por la institución" (ver pantalla denominada "Ingreso del pliego de condiciones").

También se observa que en la cláusula 4.1 del pliego de condiciones se indica que los oferentes deberán presentar su propuesta económica en las dos líneas del concurso de la siguiente manera: *"1. En la línea 1 Tarifa del fee mensual. / 2. En la línea 2, deberán ofertar \$1 colón (por ser de cuantía inestimable)."*

Ahora bien, al contestar la audiencia especial la Administración explica que el pliego de condiciones contempla dos formas distintas de rendir la garantía para cada una de las líneas, sea un monto de 5% sobre el monto del fee adjudicado para la línea 1 y un monto fijo por la línea 2, y en este sentido la Administración manifiesta lo siguiente: *"Sobre este punto, la Administración aclara que el pliego contempla dos garantías distintas asociadas a conceptos diferenciados dentro de la contratación: / 1. Una garantía fija correspondiente a la línea de cuantía inestimable. / 2. Una garantía equivalente al 5% sobre el monto adjudicado correspondiente al fee. / Bajo ese entendido, la base de cálculo y alcance de cada garantía se encuentran vinculados a líneas y componentes económicos distintos dentro de la estructura contractual."* Así las cosas, y de conformidad con lo indicado en la propia cláusula y reiterado por la Administración, es criterio de este órgano contralor que la cláusula es clara con respecto a la base de cálculo aplicable. Por lo tanto, se declara **sin lugar** el recurso en este aspecto.

Sin embargo, resulta necesario mencionar que este órgano contralor considera que existen contradicciones entre la modalidad de contratación indicada en el formulario del SICOP y las disposiciones del pliego de condiciones, especialmente lo relacionado con la forma de cotizar y la forma en que se prestarán los servicios, lo cual se explicará con detalle en el apartado siguiente; por lo tanto, **de oficio** se recomienda a la Administración que revise en forma detallada la modalidad de contratación indicada en el formulario del SICOP y las disposiciones del pliego de condiciones, a fin de realizar los ajustes que sean necesarios y evitar problemas en etapas posteriores, lo cual incluye la forma en que se reguló la garantía de cumplimiento.

III. CONSIDERACIONES DE OFICIO

1. Sobre la modalidad de contratación indicada en el SICOP y la forma de cotizar establecida en el pliego de condiciones: en el expediente del concurso en el SICOP se indica que el tipo de modalidad escogida es "Servicios" y que el objeto contractual se compone de dos líneas, en donde la línea 1 se denomina "SERVICIOS PROFESIONALES DE UNA AGENCIA DE PUBLICIDAD PARA PROMOCIONAR EL PAIS" y la línea 2 se denomina "SERVICIOS PROFESIONALES DE UNA AGENCIA DE PUBLICIDAD QUE PERMITA PROMOCIONAR EL PAIS, MEDIANTE EL DESARROLLO DE PROYECTOS ESTABLECIDOS POR LA INSTITUCIÓN" (ver pantalla denominada "Ingreso del pliego de condiciones").

Por su parte, con respecto a la forma de cotizar dichas líneas, en el pliego de condiciones se indica lo siguiente: **"4.1 OFERTA ECONÓMICA 25% / La agencia que presente la mejor oferta económica de la sumatoria de cada punto, obtendrá el porcentaje mayor, y las demás obtendrán una calificación proporcional. / 4.1.1 Costo del fee mensual 15% / Los oferentes deben indicar cuál sería la oferta económica mensual por concepto de fee o tarifa fija mensual de un equipo base mínimo solicitado tomando en consideración el IVA, sin embargo, para efectos del**

sistema SICOP deberán **indicar en la línea #1 el monto total para todo el período de contrato (24 meses)**, contemplando el alcance de los servicios y las funciones descritas en el apartado ALCANCE DE LOS SERVICIOS punto 8) Servicios incluidos en el fee mensual, de este pliego de condiciones, así como el equipo mínimo solicitado. / Todos los servicios y costos que no estén incluidos en el fee mensual deben ser especificados en la oferta, de lo contrario se entenderán como incluidos en el fee mensual. / El fee ofertado es firme y definitivo, es decir que durante el plazo del contrato no podrá ser modificado. Lo anterior sin detrimento de lo establecido en el artículo 43 de la Ley de Contratación Pública en referencia al equilibrio financiero del contrato. [...] Notas: / [...] V. Los oferentes deberán presentar su propuesta económica en las dos líneas del concurso: / 1. En la línea 1 **Tarifa del fee mensual.** / 2. En la línea 2, **deberán ofertar ₡1 colón (por ser de cuantía inestimable).**” (el destacado es del original) (ver pantalla denominada “Ingreso del pliego de condiciones”, punto F denominado “Documento del pliego de condiciones”, archivo adjunto denominado “Contratación agencia de publicidad CR VERSION FINAL.docx”).

Adicionalmente, en el punto 8.4.2 del pliego de condiciones se indica lo siguiente: “8.4.2 Esta contratación tiene 2 líneas, la primera el fee y la segunda se considera de cuantía inestimable, específicamente para proyectos especiales y otros contratos no incluidos en el fee mensual, por lo que el monto de la misma puede ser variable para cada año, dependiente del presupuesto asignado o disponible a la partida o subpartida presupuestaria para cada período anual,”

De conformidad con lo indicado, se tiene que la Administración contempla para la línea 1 la prestación de los servicios bajo una tarifa fija mensual (fee mensual) y cuyo precio debe ser indicado por los oferentes desde la oferta, mientras que para la línea 2 la Administración dispone que los oferentes coticen un colón ya que los servicios son de cuantía inestimable.

Sin embargo, más adelante en el punto 8.3.2 del pliego de condiciones solicita a los oferentes indicar en su oferta los costos de comisión de medios y subcontratación de servicios para proyectos especiales en el exterior, y en este sentido dicha cláusula indica lo siguiente: **“8.3.2 A nivel internacional:** / De ser necesaria la contratación de algún proyecto de publicidad en el exterior, el ICT oportunamente le indicaría a la agencia el presupuesto disponible para cada campaña o proyecto a ejecutar, según las necesidades, objetivos y prioridades del Instituto. / El oferente deberá indicar en su oferta inicial, en caso de resultar contratado, cuáles serán los costos de comisión, si aplicará en caso de: / I. Subcontratación y/o intermediación por producción, activaciones, etc. / II. Colocación de pauta de medios. / Las agencias deberán indicar sus respectivas comisiones de medios y subcontratación de servicios, para proyectos especiales en el exterior, para cada uno de los posibles mercados indicados en el Cuadro #2, con todos los costos ya incluidos, este monto será invariable por la vigencia del contrato y sus posibles respectivas prórrogas.” (el destacado es del original).

Al respecto, pareciera que la Administración está mezclando dos modalidades de contratación diferentes, ya que en la línea 1 solicita a los oferentes cotizar un precio fijo y en la línea 2 indica que son servicios de cuantía inestimable, lo cual resultaría improcedente, ya que ni la Ley General de Contratación Pública ni su reglamento contemplan la posibilidad de mezclar dos o más modalidades de contratación. Sin embargo, tal situación resulta más confusa con la respuesta de la Administración al contestar la audiencia especial, ya que manifiesta que “la presente contratación corresponde a un procedimiento de cuantía inestimable”, lo cual significa que optó por utilizar la modalidad según demanda, sin embargo en el pliego de condiciones no se indica cuál es la normativa que le permite solicitar a los oferente que coticen un monto fijo para la línea 1 siendo un procedimiento de cuantía inestimable. Por lo tanto, de oficio se recomienda a la Administración licitante que revise cuidadosamente cuál es la modalidad de contratación que desea aplicar, cuáles son las normas de la LGCP y su reglamento que resultan aplicables a los procedimientos de cuantía inestimable, y de frente a ello realizar los ajustes al pliego de condiciones y al formulario del SICOP que sean necesarios, a fin de evitar problemas en etapas posteriores.

Además, en vista de que en el pliego de condiciones se indica a los oferentes que en la línea 2 deberán ofertar un colón, se recomienda a la Administración verificar la validez de dicha disposición, y para lo cual resulta oportuno citar el criterio emitido por este órgano contralor en la resolución R-DCA-00209-2022 del 28 de febrero del 2022, donde se indicó lo siguiente: “Conteste con lo anterior, se tiene que en el pliego de condiciones se indicó lo sucesivo: “(...) Se entiende como los trabajos de mantenimiento correctivo, cuando se deban al desgaste normal de los equipos o infraestructura, y que obedezcan a otras causas no relacionadas con la mala operación del sistema. **Estos trabajos se solicitarán por demanda cada vez que se requieran, por lo que en la plataforma SICOP se deberá indicar como precio cotizado ₡1.00.** y cada vez que se requiera un trabajo se confeccionará la respectiva orden de pedido por el monto total cotizado para cada trabajo, de acuerdo a las especificaciones dadas por el administrador del contrato en su momento (...).” (ver expediente electrónico N. “2021LN-000002-0002600001 en la plataforma SICOP, en el apartado denominado [2. Información de Cartel], ingresando a “2021LN-000002-0002600001 [Versión Actual]” en la nueva ventana en el apartado denominado [F.Documento del cartel], descargar archivo adjunto titulado “Cartel mantenimiento PTAR Belén versión final.pdf (0.68 MB), página 54”). Ahora bien, en cuanto a la contratación de servicios bajo la modalidad según demanda el cardinal 171 del Reglamento a la Ley de Contratación Administrativa dispone: “(...) Cuando las condiciones del mercado, así como la alta y frecuente demanda de servicios lo recomienden, se podrá pactar el compromiso de suplir los servicios, según las necesidades puntuales que se vayan dando durante un período determinado. **Las cotizaciones se harán sobre la base de precios unitarios formulados con fundamento en una proyección de los costos y eventuales demandas del servicio.** (...) La Administración podrá incluir en su cartel mecanismos que le permitan variar los precios originalmente contratados, cuando éstos no reflejen las variaciones sustanciales y sostenidas del mercado, que se hayan producido con posterioridad. Para ello deberá establecer reglas claras que garanticen una adecuada y equilibrada aplicación de esta facultad. (Negrita no correspondiente al original). De lo transcrito, se constata que efectivamente la Administración puede contratar bajo la modalidad según demanda; empero, dicha modalidad contempla una variedad de particularidades que se relacionan con el comportamiento del bien, producto o servicios en el mercado y la necesidad de la Administración; siendo especialmente esas particularidades precisamente los precios unitarios, los consumos parciales y totales aproximados que podrían requerir dentro del servicio. [...] al original). Se desprende de lo expuesto, que entre otros aspectos sustantivos de la modalidad, la utilización de precios unitarios es un requerimiento indispensable, de forma que se refleje los costos y rubros que requiere el oferente para una contraprestación equivalente frente a un escenario en donde los riesgos consideran también las variaciones de cantidades en la ejecución y los riesgos que ello implica para el potencial contratista durante esa fase. Esos precios unitarios deben ser también, ciertos y definitivos frente a las condiciones del pliego (artículo 25 del RLCA), de forma que se incluya todos los aspectos necesarios para cumplir con el pliego y esto podrá verse detallado en el desglose que requiere el artículo 26 del RLCA en todos sus diversos rubros de costos directos, indirectos y utilidad. En el presente caso, para la partida 2 la Administración definió la misma bajo la modalidad de según demanda (hecho probado 1); pero dispuso en forma obligatoria que para dicha partida debían los oferentes cotizar ₡1. (hecho probado 2), por lo que bajo esas condiciones los oferentes cotizaron de esa forma, por lo que el acto de adjudicación recaído a favor de la empresa Compañía Proyectos Ambientales PROAMSA S.A., para la partida 2 fue realizado por el monto de ₡1 (hecho probado 8). Esta cláusula se ha cuestionado como generadora de nulidad absoluta del procedimiento, respecto de lo cual sí bien no resulta conforme a la mejor lectura de la legitimación de un recurso la pretensión de anulación de todo el procedimiento; lo cierto es que le corresponde también a este órgano contralor verificar si los requerimientos de la Administración resultan conformes al ordenamiento y sus consecuencias de frente a la contratación. Así entonces, después de conferir las respectivas audiencias definidas por la normativa para este aspecto alegado desde el recurso; no se aprecia que ni la adjudicataria ni la Administración haya explicado cómo un precio unitario de ₡1 (un colón costarricense), resulta consistente con una construcción de precios unitarios para la modalidad requerida; ni tampoco cómo ese monto puede cubrir los costos de los diferentes rubros de ese servicio de mantenimiento en fase de ejecución. [...] Es por ello que se estima que existe no solo un precio incierto generado por el pliego, sino que se aleja de las disposiciones previstas en el artículo 26 del RLCA en el tanto se desconoce cuáles son esos elementos que componen realmente el precio bajo un escenario de un monto de ₡1 que no se ha demostrado que cubra todos esos aspectos y elementos requeridos para la ejecución.” (el destacado es del original).

2. Gastos asociados: en el punto 8.1.2 del pliego de condiciones se indica lo siguiente: “8.1.2 Diseño y producción de campañas publicitarias y materiales informativos o promocionales: / [...] Participar en sesiones de trabajo, investigaciones como grupos focales, giras, o eventos, tanto en Costa Rica como en el exterior (los gastos asociados como tiquetes aéreos, hospedajes, etc. no serán contemplados como parte del fee), el tiempo del equipo humano estará contemplado en el fee.” Al respecto, se observa que la Administración establece que los gastos asociados como tiquetes aéreos, hospedajes, etc, no serán contemplados como parte del fee, sin embargo no se indica en qué parte del precio cotizado es que el contratista deberá incluir dichos costos, por lo tanto de oficio se recomienda a la Administración revisar la validez de dicha cláusula.

3. Adelantos de pago: en el punto 19 del pliego de condiciones se contempla la posibilidad de realizar adelantos de pago, ello en los siguientes términos: “19. **FORMA DE PAGO** / [...] e) El ICT, en casos excepcionales, podrá realizar adelanto de pagos de acuerdo

a los lineamientos internos establecidos”. Por su parte, el artículo 21 del Reglamento a la Ley General de Contratación Pública regula los adelantos de pagos en los siguientes términos: “La Administración podrá convenir, de manera motivada adelantos de pago cuando ello obedezca a una costumbre o uso derivado de la práctica comercial del tipo contractual utilizado, lo cual debe estar debidamente comprobado; o bien, sea una consecuencia del medio de pago utilizado o las condiciones de mercado así lo exijan, como en el caso de suscripciones periódicas o el pago de arrendamiento de bienes inmuebles, o por concepto de materiales depositados en el sitio de la obra, los cuales deberán ser debidamente guardados y custodiados, aplicando para ello todas las medidas de control interno que resulten necesarias, a fin de asegurar esos bienes propiedad de la Administración.” Como puede observarse, la norma citada permite a la Administración convenir adelantos de pago cuando ello obedezca a una costumbre o uso derivado de la práctica comercial del tipo contractual utilizado, sin embargo ello debe estar debidamente comprobado. Por lo tanto, de oficio se recomienda a la Administración revisar si la posibilidad de realizar adelantos de pagos contemplados en el pliego de condiciones cumple con los requisitos establecidos en el artículo citado, siendo que en los anexos al pliego de condiciones no se acredita que se haya realizado la comprobación requerida.

4. Plazo de la contratación: en la pantalla del pliego de condiciones en el SICOP se indica lo siguiente: “Vigencia del contrato 2 Años / Prórroga 6 Años”, y en la cláusula 10 del pliego de condiciones se indica lo siguiente: “10. PLAZO / El contrato que se derive de esta licitación, será por un plazo de dos (2) años, con posibilidad de prorrogarse hasta por tres (3) periodos iguales, para un plazo máximo de ocho (8) años, si el ICT lo estima conveniente y sin que medie una obligatoriedad de la Administración, ya que el plazo máximo es facultativo y no obligatorio. Lo anterior según resolución de la Gerencia General G-0191-2026.” Como puede observarse, la Administración establece un plazo de vigencia de la contratación por 2 años con la posibilidad de prorrogarse por 3 periodos iguales para un total de 8 años. Por lo tanto, de oficio se recomienda a la Administración que revise la viabilidad legal de establecer un plazo de vigencia de 8 años de conformidad con la normativa que regula la modalidad de contratación escogida, y que según lo indicado al contestar la audiencia especial, donde se indicó que es una contratación de cuantía inestimable.

5. Aprobaciones del por tanto

Encargado	CELINA MEJIA CHAVARRIA	Estado firma	La firma es válida
Fecha aprobación(Firma)	05/06/2026 13:20	Vigencia certificado	20/04/2026 13:52 - 19/04/2030 13:52
DN Certificado	CN=CELINA MEJIA CHAVARRIA (FIRMA), OU=CIUDADANO, O=PERSONA FISICA, C=CR, GIVENNAME=CELINA, SURNAME=MEJIA CHAVARRIA, SERIALNUMBER=CPF-01-0789-0549		
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	MARCO ANTONIO LOAICIGA VARGAS	Estado firma	La firma es válida
Fecha aprobación(Firma)	05/06/2026 13:22	Vigencia certificado	16/02/2026 13:52 - 15/02/2030 13:52
DN Certificado	CN=MARCO ANTONIO LOAICIGA VARGAS (FIRMA), OU=CIUDADANO, O=PERSONA FISICA, C=CR, GIVENNAME=MARCO ANTONIO, SURNAME=LOAICIGA VARGAS, SERIALNUMBER=CPF-03-0425-0430		
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 del por tanto de la resolución

Número resolución	R-DCP-SICOP-00973-2026	Fecha notificación	05/06/2026 13:33
-------------------	------------------------	--------------------	------------------

De conformidad con la Ley General de Contratación Pública, se comunica a las partes lo resuelto por este órgano contralor sobre el/los recurso (s) interpuesto (s). Así las cosas, el contenido integral de la resolución será comunicada dentro del plazo de los tres días hábiles siguientes.

7. Aprobaciones

Encargado	CELINA MEJIA CHAVARRIA	Estado firma	La firma es válida
Fecha aprobación(Firma)	09/06/2026 08:54	Vigencia certificado	20/04/2026 13:52 - 19/04/2030 13:52
DN Certificado	CN=CELINA MEJIA CHAVARRIA (FIRMA), OU=CIUDADANO, O=PERSONA FISICA, C=CR, GIVENNAME=CELINA, SURNAME=MEJIA CHAVARRIA, SERIALNUMBER=CPF-01-0789-0549		
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	MARCO ANTONIO LOAICIGA VARGAS	Estado firma	La firma es válida
Fecha aprobación(Firma)	09/06/2026 08:57	Vigencia certificado	16/02/2026 13:52 - 15/02/2030 13:52
DN Certificado	CN=MARCO ANTONIO LOAICIGA VARGAS (FIRMA), OU=CIUDADANO, O=PERSONA FISICA, C=CR, GIVENNAME=MARCO ANTONIO, SURNAME=LOAICIGA VARGAS, SERIALNUMBER=CPF-03-0425-0430		
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		

8. Notificación resolución

Fecha/hora máxima adición aclaración	12/06/2026 23:59		
Número resolución	R-DCP-SICOP-00973-2026	Fecha notificación	09/06/2026 08:57