

**INFORME DEFINITIVO DE EVALUACIÓN Y ASIGNACIÓN DE PUNTAJE
(ORDEN DE ELEGIBILIDAD)**

PATRIMONIO AUTÓNOMO DENOMINADO PA FINDETER PAF

CONVOCATORIA N° PAF-TIC-PS-001 -2017

OBJETO: CONTRATAR HASTA MÁXIMO CINCO (5) OPERADORES DE SERVICIO QUE CONTRIBUYAN A FACILITAR EL ACCESO, USO Y APROPIACIÓN DEL COMERCIO ELECTRÓNICO EN LAS MIPYMES COLOMBIANAS, A TRAVÉS DE SOLUCIONES QUE LES PERMITAN COMERCIALIZAR SUS PRODUCTOS Y/O SERVICIOS Y EFECTUAR TRANSACCIONES EN LÍNEA DERIVADOS DEL CONVENIO INTERADMINISTRATIVO 1232 FONTIC- FINDETER.

De conformidad con el CAPÍTULO II, DISPOSICIONES GENERALES, SUBCAPÍTULO IV, EVALUACIÓN Y CALIFICACIÓN DE LAS PROPUESTAS, “Criterios de Evaluación y Calificación de las Propuestas”, y teniendo en cuenta que de acuerdo a lo dispuesto en el Numeral 4.1.3., *los proponentes podrán, dentro del término establecido en el cronograma del presente proceso de selección, formular observaciones a dicho informe de evaluación económica. Sin que en ejercicio de esta facultad, puedan subsanar, modificar o mejorar sus propuestas*, publicado el día quince (15) de diciembre de dos mil diecisiete (2017) hasta el día diecinueve (19) de diciembre de dos mil diecisiete (2017), periodo en el que se presentaron observaciones de cinco (5) de los proponentes, las cuales se proceden a responder.

i. RESPUESTAS A LAS OBSERVACIONES PRESENTADAS AL INFORME DE EVALUACIÓN TÉCNICA Y ECONÓMICA

OBSERVACIONES PRESENTADAS POR EL PROPONENTE DU BRANDS S.A.S recibida por correo electrónico el día 15 de diciembre de 2017 a las 01:02 p.m.; las cuales se transcriben así:

REFERENCIA: OBSERVACIONES AL INFORME DE EVALUACIÓN DE LA CONVOCATORIA N° PAF-TIC-PS-001 -2017

Por medio del presente el suscrito **PEDRO JAVIER SARMIENTO CHARRY**, en mi calidad de Representante Legal de la compañía **DU BRANDS S.A.S** identificada con Nit No. 900275221-6, en atención a su amable solicitud y de conformidad con las condiciones señaladas en el proceso en asunto; me permito allegar respuesta al informe de evaluación:

OBSERVACIÓN

En el informe de evaluación publicado por la entidad hace referencia a que DU BRANDS S.A.S, Aclare el valor de referencia establecido para la atención por MiPymes, debe discriminar el valor del IVA

RESPUESTA VALOR POR MIPYME	\$ 2.226.891
IVA	\$ 423.109
TOTAL POR MIPYME	\$ 2.650.000

RESPUESTA:

El proponente aclara en debida forma el valor de referencia establecido para la atención por MiPyme discriminando el valor del IVA, sin modificar o mejorar su propuesta económica.

OBSERVACIONES PRESENTADAS POR EL PROPONENTE U.T. EL VECINO E-COMMERCE recibida por correo electrónico el día 18 de diciembre de 2017 a las 21:54 p.m.; las cuales se transcriben así:

Dando alcance a las comunicaciones enviadas con anterioridad y en aras de dar mayor claridad a las observaciones planteadas a la UT ELVECINO ECOMMERCE en el “INFORME DE EVALUACION TECNICA Y ECONOMICA” y en el sentido expreso de NO estar modificando en ningún caso nuestra propuesta económica – Formato 4, precisamos.

Observación Planteada.

“Aclarar valor de referencia establecido para la atención por MiPymes, debe discriminar el valor del IVA”.

Respuesta.

El valor ofertado por MiPyme atendida es de \$ 2.650.000 incluido el IVA, discriminado así:

- Valor MiPyme atendida. \$ 2.226.891
- Valor IVA x MiPyme \$ 423.109
- Total por MiPyme \$ 2.650.000

Por tanto, el valor total presentado en la propuesta de \$ 5.300.000.000, resultado de multiplicar el valor ofertado por MiPyme atendida de \$ 2.650.000 incluido IVA por la cantidad de 2.000 MiPymes. Todos los valores están ajustados al peso sin centavos, redondeados por exceso y por defecto de acuerdo al caso.

RESPUESTA:

El proponente aclara en debida forma el valor de referencia establecido para la atención por MiPyme discriminando el valor del IVA, sin modificar o mejorar su propuesta económica.

OBSERVACIONES PRESENTADAS POR EL PROPONENTE DU BRANDS S.A.S recibida por correo electrónico el día 19 de diciembre de 2017 a las 03:08 p.m.; las cuales se transcriben así:

En el informe de evaluación se publica:

“CONVOCATORIA PARA CONTRATAR HASTA MÁXIMO CINCO (5) OPERADORES DE SERVICIO QUE CONTRIBUYAN A FACILITAR EL ACCESO, USO Y APROPIACIÓN DEL COMERCIO ELECTRÓNICO EN LAS MIPYME COLOMBIANAS, A TRAVÉS DE SOLUCIONES QUE LES PERMITAN COMERCIALIZAR SUS PRODUCTOS Y/O SERVICIOS Y EFECTUAR TRANSACCIONES EN LÍNEA.”

NOMBRE/ RAZÓN SOCIAL:	DU BRANDS S.A.S
------------------------------	-----------------

ESTRATEGIA ENFOCADA EN MIPYME - 25 PUNTOS

El PROPONENTE deberá indicar en su propuesta cual será el mecanismo para captar las MiPyme que serán beneficiarias del proyecto, las cuales deberán ascender a Mínimo DOS MIL (2.000) por operador. De igual manera, deberá plantear la estrategia regional bajo la cual abordará el desarrollo del objeto de la convocatoria.							
Criterio	Puntuación Máxima	Puntaje Obtenido (Promedio)	René Hoyos	Sergio Zuluaga	Claudio Moreno	Guido Mazzanti	Liliana Jaimes
La metodología presentada en la propuesta garantiza la vinculación ágil y masiva de MiPymes	10	5,5	8	4	4	6	6
El PROPONENTE garantiza en la metodología incluida en su propuesta la regionalización del proyecto	8	6,0	6,4	8	3,2	6,4	6,4
El PROPONENTE garantiza en la metodología incluida en su propuesta la diversificación sectorial de las MiPyme a beneficiar	7	2,8	2,8	4,2	2,8	1,4	2,8
TOTAL	25,0	14,3	17,2	16,2	10,0	13,8	15,2

Se realizó la suma de los puntajes según lo publicado y los resultados que se obtienen, generan una diferencia así en la ESTRATEGIA ENFOCADA A MIPYME de 14,03 a 14,05:

CONVOCATORIA N° PAF-TIC-PS-001 -2017

OBJETO: CONTRATAR HASTA MÁXIMO CINCO (5) OPERADORES DE SERVICIO QUE CONTRIBUYAN A FACILITAR EL ACCESO, USO Y APROPIACIÓN DEL COMERCIO ELECTRÓNICO EN LAS MIPYME COLOMBIANAS, A TRAVÉS DE SOLUCIONES QUE LES PERMITAN COMERCIALIZAR SUS PRODUCTOS Y/O SERVICIOS Y EFECTUAR TRANSACCIONES EN LÍNEA DERIVADOS DEL CONVENIO INTERADMINISTRATIVO 1232 FONTIC- FINDETER.

CRITERIO DE EVALUACIÓN	PUNTAJE MÁXIMO	C. COORDI E-COMMERCE MIPYMES 2017	GRAN PANDA S.A.S.	C. E-COMMERCE FACTORY	U.T. EL VECINO E-COMMERCE	DU BRANDS S.A.S	U.T. PAF-TIC-PS-001-2017 KOGUI-KRITERION
Presentación de la propuesta ante panel de expertos	40	35,3	34	26,1	31,7	30,3	22,1
Valores Agregados de la Propuesta	25	22,5	19,4	11,6	20	17,1	12,2
Estrategia enfocada en MiPymes	25	21,3	21,2	15,8	20,2	14,3	14,7
Total sin Propuesta Económica		79,1	74,6	53,5	71,9	61,7	49
Propuesta Económica	10	Aun no se aplican formulas	Aun no se aplican formulas	Aun no se aplican formulas	Aun no se aplican formulas	Aun no se aplican formulas	Aun no se aplican formulas
TOTAL	100						

Por lo que el puntaje final sería de:

CRITERIO DE EVALUACIÓN	DU BRANDS S.A.S
Presentación de la propuesta ante panel de expertos	30,3
Valores Agregados de la Propuesta	17,1
Estrategia enfocada en MiPymes	14,5
Total sin Propuesta Económica	61,9

Solicitamos a la entidad se corrija la puntuación en el informe final de evaluación y ponderación de puntuación.

COMPONENTE	CRITERIOS	PUNTAJE OBTENIDO	RENE HOROS	SERGIO ZULUAGA	CLAUDIO MORENO	GUIDO MAZZANTI	LILIANA JAIMES
ESTRATEGIA ENFOCADA A MIPYME	La metodología presentada en la propuesta garantiza la vinculación ágil y masiva de Mipymes	5,6	8	4	4	6	6
	EI PROPONENTE garantiza en la metodología incluida en su propuesta la regionalización del proyecto	6,1	6,4	8	3,2	6,4	6,4
	EI PROPONENTE garantiza en la metodología incluida en su propuesta la diversificación sectorial de las Mipyme a beneficia	2,8	2,8	4,2	2,8	1,4	2,8
TOTAL		14,5	17,2	16,2	10	13,8	15,2

RESPUESTA:

Se acoge la observación presentada por el proponente y se realiza la corrección aritmética de la calificación de la estrategia enfocada en MiPyme y del puntaje final el mismo, de la siguiente manera:

“CONVOCATORIA PARA CONTRATAR HASTA MÁXIMO CINCO (5) OPERADORES DE SERVICIO QUE CONTRIBUYAN A FACILITAR EL ACCESO, USO Y APROPIACIÓN DEL COMERCIO ELECTRÓNICO EN LAS MIPYME COLOMBIANAS, A TRAVÉS DE SOLUCIONES QUE LES PERMITAN COMERCIALIZAR SUS PRODUCTOS Y/O SERVICIOS Y EFECTUAR TRANSACCIONES EN LÍNEA.”

NOMBRE/ RAZÓN SOCIAL: DU BRANDS S.A.S

ESTRATEGIA ENFOCADA EN MIPYME - 25 PUNTOS

El PROPONENTE deberá indicar en su propuesta cual será el mecanismo para captar las MiPyme que serán beneficiarias del proyecto, las cuales deberán ascender a Mínimo DOS MIL (2.000) por operador. De igual manera, deberá plantear la estrategia regional bajo la cual abordará el desarrollo del objeto de la convocatoria.

Criterio	Puntuación Máxima	Puntaje Obtenido (Promedio)	René Hoyos	Sergio Zuluaga	Claudio Moreno	Guido Mazzanti	Liliana Jaimes
La metodología presentada en la propuesta garantiza la vinculación ágil y masiva de Mipymes	10	5,6	8	4	4	6	6
El PROPONENTE garantiza en la metodología incluida en su propuesta la regionalización del proyecto	8	6,1	6,4	8	3,2	6,4	6,4
El PROPONENTE garantiza en la metodología incluida en su propuesta la diversificación sectorial de las Mipyme a beneficiar	7	2,8	2,8	4,2	2,8	1,4	2,8
TOTAL	25,0	14,5	17,2	16,2	10,0	13,8	15,2

CRITERIO DE EVALUACIÓN	C. COORDI E-COMMERCE MIPYMES 2017	GRAN PANDA S.A.S.	C. E.COMMERCE FACTORY	U.T. EL VECINO E-COMMERCE	DU BRANDS S.A.S	U.T. PAF-TIC-PS-001-2017 KOGUI-KRITERION
Presentación de la propuesta ante panel de expertos	35,4	34	26,4	31,7	29,9	22,1
Valores Agregados de la Propuesta	22,5	19,4	11,6	20	17,1	12,2
Estrategia enfocada en MiPymes	21,3	21,2	15,8	20,2	14,3	14,7
Total sin Propuesta Económica	79,2	74,6	53,8	71,9	61,3	49

Nota 1: Se aclara al proponente que de conformidad con la observación presentada por CONSORCIO E-COMMERCE FACTORY, con radicado No. 120171000037448, obrante en el presente Informe en la página 15, se le solicitó al Panel de Expertos, corregir su calificación en el ítem “*El PROPONENTE cumplió con el tiempo establecido para la presentación de su propuesta*” de los siguientes Proponentes: C. COORDI E-COMMERCE MIPYMES 2017, C. E.COMMERCE FACTORY y U.T. EL VECINO E-COMMERCE teniendo en cuenta el tiempo de duración de cada uno de los Proponentes frente a la sustentación y presentación de su oferta.

Nota 2: Se le informa al Proponente que de acuerdo con lo establecido en el Anexo 2 FICHA EVALUACIÓN TÉCNICA PANEL DE EXPERTOS que indica: “*A los PROPONENTES que presenten en su oferta únicamente motores de reserva se les sumara automáticamente el valor máximo obtenido por los proponentes a los cuales si les aplique este ítem en su calificación*”, se le solicitó al Panel de Expertos corregir su calificación en los ítems del Componente 4: Logística, para el Proponente DU BRANDS S.A.S ya que en la calificación anterior no se tuvo en cuenta dicha nota al pie, citada.

OBSERVACIONES PRESENTADAS POR EL PROPONENTE CONSORCIO E-COMMERCE FACTORY radicada en la entidad el día 19 de diciembre de 2017 a las 03:58 p.m. con el número de radicado: 120171000037448; las cuales se transcriben así:

OBSERVACION 1

Al analizar la oferta económica presentada por este proponente encontramos que la misma se encuentra en causal de rechazo:

1.1 CAUSAL DE RECHAZO 1: Causal de rechazo No. 3 del numeral 1.39 CAUSALES DE RECHAZO del pliego de condiciones:

“(...) 3. Cuando el valor total de la propuesta no incluya IVA (...)”.

FORMATO No. 4 PROPUESTA ECONÓMICA		
PROponente:	CONSORCIO COORDI E-COMMERCE MIPYMES 2017	
DESCRIPCIÓN		VALOR
Propuesta Económica		\$ 4.453.730.000
IVA		\$ 846.218.200
VALOR TOTAL DE LA OFERTA		\$ 5.299.998.200

Note 1: El valor total de la propuesta resulta de multiplicar el valor ofertado por Mipyme de \$2.649.999 incluido IVA por DOS MIL (2.000) MiPyMes atender

Se evidencia que la oferta económica por Mipyme no discrimina el valor del IVA, adicionalmente atendiendo la forma de pago y la prestación del servicio se hará individual y no global por lo que es necesario presentar una oferta económica por Mipyme, como lo establece el Numeral 1.1.7 VALOR DEL CONTRATO del pliego de condiciones:

“(...) **El valor del contrato será el valor ofertado en su propuesta económica por MiPymes multiplicado por DOS MIL (2.000)** que será el número mínimo de MiPymes en capacidad de atender (...)” Subrayado y negrilla fuera de texto.

RESPUESTA:

En el formato No. 4 PROPUESTA ECONÓMICA, el Proponente CONSORCIO COORDI E-COMMERCE MIPYMES 2017, presenta un valor total de la oferta por \$5.299.998.200 valor cerrado y sin decimales, el cual incluye IVA discriminado de \$846.218.200 como se puede evidenciar en la propuesta económica del Proponente publicada el 5 de diciembre de 2017 en la página web de Findeter.

Adicionalmente, en lo establecido en los términos de referencia de la convocatoria PAF-TIC-PS-001-2017 no se consideró como causal de rechazo el no presentar el valor total de la oferta por Mipyme a beneficiar. Este valor se le solicita aclarar al Proponente únicamente para poder establecer el valor del contrato.

Por lo tanto NO se acoge su observación de rechazar la oferta económica del Proponente CONSORCIO COORDI E-COMMERCE MIPYMES 2017.

OBSERVACION 2

2. OBSERVACIONES OFERTA ECONÓMICA UNIÓN TEMPORAL EL VECINO ECOMMERCE

Al analizar la oferta económica presentada por este proponente encontramos que la misma se encuentra en tres causales de rechazo:

2.1 CAUSAL DE RECHAZO 1: Causal 25 del numeral 1.39 CAUSALES DE RECHAZO del pliego de condiciones:

"(...) 25. Quando no se suscriba la oferta, por el representante legal del proponente debidamente facultado o por el apoderado constituido para tal efecto personas jurídicas, consorcios o uniones temporales (...)" Subrayado y negrilla fuera de texto.

Revisando la oferta económica de este proponente que la Entidad Contratante publicó en el sitio web del proceso encontramos que la misma no se encuentra suscrita, por lo que automáticamente esta oferta se encuentra en causal de rechazo pues la oferta se dividía en dos, una oferta técnica y una oferta económica, está última carece de firmas que la respalden.

2.2 CAUSAL DE RECHAZO 2: Numeral 1.1.7 VALOR DEL CONTRATO del pliego de condiciones:

"(...) El valor del contrato será el valor ofertado en su propuesta económica por MiPymes multiplicado por DOS MIL (2.000) que será el número mínimo de MiPymes en capacidad de atender (...)" Subrayado y negrilla fuera de texto.

Al revisar la oferta económica de este proponente encontramos lo siguiente:

UNION TEMPORAL EL VECINO ECOMMERCE

FORMATO 4

PROPUESTA ECONOMICA

PROPONENTE: UNION TEMPORAL EL VECINO ECOMMERCE	
DESCRIPCION	VALOR
Propuesta Económica	\$ 4.453.781.513
IVA	\$ 846.218.487
VALOR TOTAL DE LA OFERTA	\$ 5.300.000.000

Todos los valores de la propuesta deberán estar ajustados al peso sin centavos, caso contrario la entidad proceda a ajustar el valor que no lo esté, redondeándolo por exceso o por defecto al peso

Se evidencia que el proponente no discrimina cual es el valor por Mipyme por lo que nos encontramos ante dos situaciones:

SITUACIÓN 1: El valor total por Mipyme incluido IVA es de \$ 5.300.000.000, lo anterior multiplicado por dos mil (2000) mipymes nos arroja un total de \$ 10.600.000.000.000, lo que automáticamente los ubicaría en la causal de rechazo No. 4 del numeral 1.39 CAUSALES DE RECHAZO del pliego de condiciones:

“(...) 4. Cuando la propuesta económica presentada para el proyecto o las fases, **luego de las correcciones aritméticas**, sea inferior o **superior al rango de porcentajes** establecidos en los presentes términos de referencia para la respectiva propuesta económica o fase (...)”. Subrayado y negrilla fuera de texto.

Se evidencia que el valor total de la oferta económica es superior al 100% del presupuesto oficial.

SITUACIÓN 2: El valor total de la oferta es de 5.300.000.000, sin embargo, dentro de su oferta económica inicial el proponente no discriminó el valor total por Mipyme ni el respectivo IVA, lo que configura la causal de rechazo No. 3 del numeral 1.39 CAUSALES DE RECHAZO del pliego de condiciones:

“(...) 3. Cuando el valor total de la propuesta no incluya IVA (...)”.

2.3. CAUSAL DE RECHAZO 3: Causal de rechazo No. 4 del numeral 1.39 CAUSALES DE RECHAZO del pliego de condiciones:

“(...) 4. Cuando la propuesta económica presentada para el proyecto o las fases, **luego de las correcciones aritméticas**, sea inferior o **superior al rango de porcentajes** establecidos en los presentes términos de referencia para la respectiva propuesta económica o fase (...)”. Subrayado y negrilla fuera de texto.

Al analizar la oferta económica presentada por este proponente encontramos que la misma presenta los siguientes errores aritméticos:

DESCRIPCIÓN	VALOR CON DECIMALES	VALOR	OBSERVACIÓN
Propuesta económica	\$ 4.453.781.513,0	\$ 4.453.781.513,0	Tomado de la oferta económica
IVA	\$ 846.218.487,5	\$ 846.218.488	Al multiplicar el valor anterior por el 19% del IVA nos arroja un valor con decimales, se aproxima por exceso pues el decimal no es menor a 5
Valor total de la oferta	\$ 5.300.000.000,5	\$ 5.300.000.001	Superior al 100% del valor del contrato.

Se evidencia que la oferta económica es mayor al 100% del presupuesto de la convocatoria en ambos casos, en valor aproximado y valor con decimales.

RESPUESTA:

Se indica en los términos de referencia en el Capítulo II DISPOSICIONES GENERALES, Subcapítulo I GENERALIDADES, numeral 1.39 CAUSALES DE RECHAZO, lo siguiente:

(...)

25. Cuando no se suscriba **la oferta**, por el representante legal del proponente debidamente facultado o por el apoderado constituido para el efecto personas jurídicas, consorcios o uniones temporales.

(...)

En el CAPÍTULO II, DISPOSICIONES GENERALES SUBCAPITULO I, GENERALIDADES numeral 1.1 DEFINICIONES se establece la definición de Oferta o propuesta de la siguiente manera:

“Oferta o propuesta: Es el proyecto de negocio jurídico que una persona formule a otra, la cual deberá contener los elementos esenciales del negocio y ser comunicada al destinatario. Entendiéndose comunicada cuando se utilice cualquier medio adecuado para hacerla conocer del destinatario. La propuesta será irrevocable. De consiguiente, una vez comunicada, no podrá retractarse el proponente, so pena de indemnizar los perjuicios que con su revocación cause al destinatario, lo anterior, en consonancia con lo establecido en los artículos 845 y 846 del Código de Comercio.”

Por lo tanto, la oferta constituye el total de los documentos presentados (Sobre 1 y Sobre 2) por los Proponentes los cuales están acompañados del Formato 1 - Carta de Presentación de la Propuesta, la cual contiene la presentación de las condiciones generales de la propuesta y se encuentra debidamente suscrita por el representante legal de UNION TEMPORAL EL VECINIO ECOMMERCE.

Con respecto a la Observación 2.2, se aclara, que en el formato No. 4 Propuesta Económica, el Proponente UNION TEMPORAL EL VECINIO ECOMMERCE, presenta un valor total de la oferta por \$5.300.000.000 valor cerrado y sin decimales, el cual incluye IVA discriminado de \$846.218.487 como se puede evidenciar en la propuesta económica del Proponente publicada el 5 de diciembre de 2017 en la página web de Findeter.

Adicionalmente, en lo establecido en los términos de referencia de la convocatoria PAF-TIC-PS-001-2017 no se consideró como causal de rechazo el no presentar el valor total de la oferta por Mipyme a beneficiar. Sin embargo, en el Informe de Evaluación Técnica y Económica publicado el 15 de diciembre de 2017, se le solicitó al Proponente aclarar este valor para poder establecer el valor del contrato, sin que esta información modifique o mejore su propuesta.

Con respecto a la Observación 2.3, se aclara, que el valor total de la oferta presentada por el Proponente UNION TEMPORAL EL VECINIO ECOMMERCE de \$5.300.000.000 valor cerrado y sin decimales, no es superior al rango de porcentajes establecidos en los términos de referencia ya que este valor, no excede el 100% del valor de referencia establecido, lo cual se evidencia en la siguiente operación:

Propuesta Económica	\$	4.453.781.513,00
IVA	\$	846.218.487,47
Valor total de la oferta	\$	5.300.000.000,47

Por lo tanto, y según lo establecido en el Capítulo II DISPOSICIONES GENERALES, Subcapítulo IV EVALUACIÓN Y CALIFICACIÓN DE LAS PROPUESTAS, numeral **4.1.4 EVALUACIÓN PROPUESTA ECONÓMICA (PUNTAJE MÁXIMO 10 PUNTOS)**, numeral 1 (...) *cuando la fracción decimal del peso sea igual o superior a cinco lo aproximará por exceso al peso y cuando la fracción decimal del peso sea inferior a cinco lo aproximará por defecto al peso. (...) Al ser cuatro (4) la fracción decimal, no es igual o superior a cinco no se aproxima al peso.*

Por lo tanto NO se acogen sus observaciones de rechazar la oferta económica del Proponente UNION TEMPORAL EL VECINIO ECOMMERCE.

OBSERVACION 3

3. OBSERVACIONES OFERTA ECONÓMICA DU BRANDS

Al analizar la oferta económica presentada por este proponente encontramos que la misma se encuentra en dos causales de rechazo:

3.1 CAUSAL DE RECHAZO 1: Numeral 1.1.7 VALOR DEL CONTRATO del pliego de condiciones:

"(...) El valor del contrato será el valor ofertado en su propuesta económica por MiPymes multiplicado por DOS MIL (2.000) que será el número mínimo de MiPymes en capacidad de atender (...)" Subrayado y negrilla fuera de texto.

Al revisar la oferta económica de este proponente encontramos lo siguiente:

PROPONENTE: DU BRANDS S.A.S	
DESCRIPCIÓN	VALOR
Propuesta Económica	4.453.781.513
IVA	846.218.487
VALOR TOTAL DE LA OFERTA	5.300.000.000

Se evidencia que el proponente no discrimina cual es el valor por Mipyme por lo que nos encontramos ante dos situaciones:

SITUACIÓN 1: El valor total por Mipyme Includido IVA es de \$ 5.300.000.000, lo anterior multiplicado por dos mil (2000) mipymes nos arroja un total de \$ 10.600.000.000.000, lo que automáticamente los ubicaría en la causal de rechazo No. 4 del numeral 1.39 CAUSALES DE RECHAZO del pliego de condiciones:

"(...) 4. Cuando la propuesta económica presentada para el proyecto o las fases, **luego de las correcciones aritméticas**, sea inferior o **superior al rango de porcentajes** establecidos en los presentes términos de referencia para la respectiva propuesta económica o fase (...)" Subrayado y negrilla fuera de texto.

Se evidencia que el valor total de la oferta económica es superior al 100% del presupuesto oficial.

SITUACIÓN 2: El valor total de la oferta es de 5.300.000.000, sin embargo, dentro de su oferta económica inicial el proponente no discriminó el valor total por Mipyme ni el respectivo IVA, lo que configura la causal de rechazo No. 3 del numeral 1.39 CAUSALES DE RECHAZO del pliego de condiciones:

"(...) 3. Cuando el valor total de la propuesta no incluya IVA (...)"

3.2. CAUSAL DE RECHAZO 2: Causal de rechazo No. 4 del numeral 1.39 CAUSALES DE RECHAZO del pliego de condiciones:

"(...) 4. Cuando la propuesta económica presentada para el proyecto o las fases, **luego de las correcciones aritméticas**, sea inferior o **superior al rango de porcentajes** establecidos en los presentes términos de referencia para la respectiva propuesta económica o fase (...)" Subrayado y negrilla fuera de texto.

Al analizar la oferta económica presentada por este proponente encontramos que la misma presenta los siguientes errores aritméticos:

DESCRIPCIÓN	VALOR CON DECIMALES	VALOR	OBSERVACIÓN
Propuesta económica	\$ 4.453.781.513,0	\$ 4.453.781.513,0	Tomado de la oferta económica
IVA	\$ 846.218.487,5	\$ 846.218.488	Al multiplicar el valor anterior por el 19% del IVA nos arroja un valor con decimales, se aproxima por exceso pues el
			menor a 5
Valor total de la oferta	\$ 5.300.000.000,5	\$ 5.300.000.001	Superior al 100% del valor del contrato.

Se evidencia que la oferta económica es mayor al 100% del presupuesto de la convocatoria en ambos casos, en valor aproximado y valor con decimales.

RESPUESTA:

Con respecto a la Observación 3.1, se aclara, que en el formato No. 4 Propuesta Económica, el Proponente DU BRANDS S.A.S., presenta un valor total de la oferta por \$5.300.000.000 valor cerrado y sin decimales, el cual incluye IVA discriminado de \$846.218.287 como se puede evidenciar en la propuesta económica del Proponente publicada el 5 de diciembre de 2017 en la página web de Findeter.

Adicionalmente, en lo establecido en los términos de referencia de la convocatoria PAF-TIC-PS-001-2017 no se consideró como causal de rechazo el no presentar el valor total de la oferta por MiPyme a beneficiar. Sin embargo, en el Informe de Evaluación Técnica y Económica publicado el 15 de diciembre de 2017, se le solicitó al Proponente aclarar este valor para poder establecer el valor del contrato, sin que esta información modifique o mejore su propuesta.

Con respecto a la Observación 3.2, se aclara, que el valor total de la oferta presentada por el Proponente DU BRANDS S.A.S., de \$5.300.000.000 valor cerrado y sin decimales, no es superior al rango de porcentajes establecidos en los términos de referencia ya que este valor, no exceder el 100% del valor de referencia establecido.

Propuesta Económica	\$ 4.453.781.513,00
IVA	\$ 846.218.487,47
Valor total de la oferta	\$ 5.300.000.000,47

Por lo tanto, y según lo establecido en el Capítulo II DISPOSICIONES GENERALES, Subcapítulo IV EVALUACIÓN Y CALIFICACIÓN DE LAS PROPUESTAS, numeral 4.1.4 **EVALUACIÓN PROPUESTA**

ECONÓMICA (PUNTAJE MAXIMO 10 PUNTOS), numeral 1 (...) *cuando la fracción decimal del peso sea igual o superior a cinco lo aproximará por exceso al peso y cuando la fracción decimal del peso sea inferior a cinco lo aproximará por defecto al peso.* (...) Al ser cuatro (4) la fracción decimal, no es igual o superior a cinco no se aproxima al peso.

Por lo tanto NO se acogen sus observaciones de rechazar la oferta económica del Proponente DU BRANDS S.A.S.

OBSERVACION 4

4. OBSERVACIONES OFERTA ECONÓMICA GRAN PANDA SAS

Al analizar la oferta económica presentada por este proponente encontramos que la misma se encuentra en causal de rechazo:

4.1 CAUSAL DE RECHAZO 1: Causal 25 del numeral 1.39 CAUSALES DE RECHAZO del pliego de condiciones:

“(...) 25. **Cuando no se suscriba la oferta**, por el representante legal del proponente debidamente facultado o por el apoderado constituido para tal efecto personas jurídicas, consorcios o uniones temporales (...)”. Subrayado y negrilla fuera de texto.

Revisando la **oferta económica** de este proponente que la Entidad Contratante publicó en el sitio web del proceso encontramos que la misma no se **encuentra suscrita**, por lo que automáticamente esta oferta se encuentra en causal de rechazo pues la oferta se dividía en dos, una oferta técnica y una oferta económica, esta última carece de firmas que la respalden.

RESPUESTA:

Se establece en los términos de referencia en el Capítulo II DISPOSICIONES GENERALES, Subcapítulo I GENERALIDADES, numeral 1.39 CAUSALES DE RECHAZO, numeral 1.39 CAUSALES DE RECHAZO, lo siguiente:

(...)

25. *Cuando no se suscriba la oferta*, por el representante legal del proponente debidamente facultado o por el apoderado constituido para el efecto personas jurídicas, consorcios o uniones temporales.

(...)

En el CAPÍTULO II, DISPOSICIONES GENERALES SUBCAPITULO I, GENERALIDADES numeral 1.1 DEFINICIONES se establece la definición de Oferta de la siguiente manera:

“Oferta o propuesta: Es el proyecto de negocio jurídico que una persona formule a otra, la cual deberá contener los elementos esenciales del negocio y ser comunicada al destinatario. Entendiéndose comunicada cuando se utilice cualquier medio adecuado para hacerla conocer del destinatario. La propuesta será irrevocable. De consiguiente, una vez comunicada, no podrá retractarse el proponente, so pena de indemnizar los perjuicios que con su revocación cause al destinatario, lo anterior, en consonancia con lo establecido en los artículos 845 y 846 del Código de Comercio.”

Por lo tanto, la oferta constituye el total de los documentos presentados (Sobre 1 y Sobre 2) por los Proponentes los cuales están acompañados del Formato 1 - Carta de Presentación de la Propuesta, la cual contiene la presentación de las condiciones generales de la propuesta y se encuentra debidamente suscrita por el representante legal de GRAN PANDA S.A.S.

Por lo tanto NO se acogen sus observaciones de rechazar por este motivo la oferta económica del Proponente GRAN PANDA S.A.S.

OBSERVACIONES PRESENTADAS POR EL PROPONENTE CONSORCIO E-COMMERCE FACTORY radicada en la entidad el día 19 de diciembre de 2017 a las 03:58 p.m. con el número de radicado: 120171000037448; las cuales se transcriben así:

OBSERVACIÓN 1

5. OBSERVACIONES EVALUACIÓN TÉCNICA CONSORCIO ECOMMERCE FACTORY

OBSERVACIÓN 1

El panel de evaluación calificó el siguiente criterio así:

Corresponde a la presentación ante el panel evaluador que deberá basar el proponente, donde debe exponer las características, plan de trabajo y demás aspectos planteados en la propuesta presentada. Esta evaluación se realizará de acuerdo con la escala de Likert.							
Criterio	Puntuación Máxima	Puntaje Obtenido (Proposición)	René Hoyos	Sergio Zuluaga	Claudio Moreno	Guido Stazzani	Liliana Jarama
COMPONENTE 1: ACCESO WEB							
la plataforma de comercio electrónico cumple con los aspectos requeridos para la ejecución del proyecto	2,5	2,1	1,5	2,5	2	2,5	2

Consideramos que el hecho de que la plataforma de ecommerce cumpliera con los aspectos requeridos para la ejecución del proyecto fue evaluado dentro de la etapa de evaluación de requisitos habilitantes que ya finalizó, de esa evaluación objetiva realizada por el contratante se determinó que la plataforma ecommerce cumplía con

los aspectos requeridos para la ejecución del proyectos que no son más que los contenidos en los términos de referencia, en ese orden de ideas se debe otorgar el máximo puntaje al oferente.

RESPUESTA:

El CAPÍTULO II, DISPOSICIONES GENERALES, SUBCAPITULO IV, EVALUACIÓN Y CALIFICACIÓN DE LAS PROPUESAS numeral 4.1.1 PRESENTACIÓN DE LA PROPUESTA ANTE PANEL DE EXPERTOS de los términos de referencia se indica lo siguiente:

*“Corresponde a la presentación ante el panel evaluador que deberá hacer el PROPONENTE, **donde deberá sustentar las características, plan de trabajo y demás aspectos planteados en la propuesta presentada.** Ver Anexo 2 “Ficha de Evaluación Panelistas”.*

De conformidad con el numeral, la presentación que cada proponente debía hacer ante el panel evaluador debía referirse a todos los aspectos presentes en su propuesta. Adicionalmente, los evaluadores realizaron los siguientes comentarios sobre la presentación de la plataforma de comercio electrónico:

Liliana Jaimes: *“El proponente en su presentación evidenció aspectos técnicos de la plataforma de comercio electrónico con interfaces poco intuitiva para un microempresario sin conocimientos específicos sobre el tema”*

Claudio Moreno: *“En la observación número uno no calificué con 2,5 la plataforma de comercio electrónico porque considero que hay otras mejores.”*

Guido Mazzanti: *“En el demo expuesto, se incluyen las características generales requeridas.”*

Sergio Zuluaga: *“Yo calificué con 2.5 la plataforma.”*

Rene Hoyos: *“En la presentación hubo una exposición de cómo configurar por parte de la mipyme la página web, cómo montar un producto y todo lo relacionado a la parte técnica de la misma sin lograr avanzar mucho más, sin embargo, no mostraron las bondades de la misma al momento de presentarla al consumidor final y no ví nada relacionado con el servicio posventa. Por tal motivo, no quede totalmente convencido que la plataforma lograra cumplir con los aspectos requeridos para la ejecución del proyecto.”*

Por lo tanto, como se indicó, los Proponentes que superaran los requisitos habilitantes de orden técnico debían sustentar dichas características, plan de trabajo, y demás aspectos planteados en su propuesta ante el panel de expertos.

Finalmente, NO se acoge su observación de otorgar el máximo puntaje a este aspecto.

OBSERVACIÓN 2

OBSERVACIÓN 2

El panel de evaluación calificó el siguiente criterio así:

Tiempos de presentación de la propuesta							
El PROPONENTE cumplió con el tiempo establecido para la presentación de su propuesta	2,5	2,2	2,5	2	1,5	2,5	2,5

Según el anexo No. 2 – Ficha de evaluación de panelistas el componente de presentación de la propuesta se evaluaba de la siguiente forma:

Tiempos de presentación de la propuesta						
El PROPONENTE cumplió con el tiempo establecido para la presentación de su propuesta	2,5	30 minutos	35 minutos	40 minutos	45 minutos	Más de 45 minutos
		2,5	2	1,5	1	0,5

Este es un criterio objetivo que se mide en función del tiempo, es decir que no ese encuentra a discreción subjetiva de cada evaluador, aclaramos que antes de la Evaluación los funcionarios manifestaron que en vez de 30 minutos otorgarían 45 sin penalización con el fin de realizar preguntas durante la presentación, como se evidencia en las grabaciones de Findeter los panelistas realizaron preguntas durante la presentación y dicha exposición no fue mayor a 30 minutos, por lo que solicitamos amablemente se otorgue el máximo puntaje.

RESPUESTA:

A todos los Proponentes que se presentaron ante el panel de expertos, se les otorgo 15 minutos adicionales, sin penalidad a los 30 minutos máximo estipulados en los términos de referencia. Se acoge la observación del proponente y se solicitó a los expertos corregir su calificación, la cual quedará de la siguiente manera:

Tiempos de presentación de la propuesta							
El PROPONENTE cumplió con el tiempo establecido para la presentación de su propuesta	2,5	2,5	2,5	2,5	2,5	2,5	2,5
TOTAL	40,0	26,4	27,5	21,5	25,5	25,5	32,0

CRITERIO DE EVALUACIÓN	C. E.COMMERCE FACTORY
Presentación de la propuesta ante panel de expertos	26,4
Valores Agregados de la Propuesta	11,6
Estrategia enfocada en MiPymes	15,8
Total sin Propuesta Económica	53,8

OBSERVACIÓN 3

OBSERVACIÓN 3

Según el numeral 4.1. CRITERIOS DE EVALUACIÓN Y CALIFICACIÓN DE LAS PROPUESTAS de los términos de referencia la calificación sería en función de una presentación de la propuesta ante panel de expertos, valores agregados de la propuesta y estrategia enfocada en MiPymes.

Según el numeral 4.1.1. PRESENTACIÓN DE LA PROPUESTA ANTE PANEL DE EXPERTOS, sobre este criterio versaban solo máximo 40 puntos.

Sin embargo, encontramos que dentro del informe de evaluación técnico el mismo panel de expertos calificó en la presentación la estrategia enfocada en mipyme.

ESTRATEGIA ENFOCADA EN MIPYME - 25 PUNTOS

El PROPONENTE deberá indicar en su propuesta cual será el mecanismo para captar las MiPyme que serán beneficiarias del proyecto, las cuales deberán ser entre 2 y Máximo DOS MIL (2.000) por operador. De igual manera, deberá plantear la estrategia regional bajo la cual abordará el desarrollo del objeto de la convocatoria							
Criterio	Puntador Máximo	Puntaje Obtenido (Promedio)	René Puyos	Sergio Zubaga	Claudio Moreno	Guido Mazzari	Liliana Jirmer
La metodología presentada en la propuesta garantiza la vinculación íg y masiva de MiPymes	10	6,0	6	7	6	7	8
EL PROPONENTE garantiza en la metodología incluida en su propuesta la regionalización del proyecto	8	4,7	4,5	1,6	7,8	6,3	6,3
EL PROPONENTE garantiza en la metodología incluida en su propuesta la diversificación sectorial de las MiPymes a beneficiar	7	5,0	4,2	4,2	5,8	5,8	3,6
TOTAL	25,0	15,8	15,0	7,8	16,4	20,0	20,0

En atención al numeral 4.1.3 ESTRATEGIA ENFOCADA EN MIPYMES, consideramos que el panel se extralimitó en su evaluación, pues el numeral establecía:

4.1.3 ESTRATEGIA ENFOCADA EN MIPYMES (PUNTAJE MÁXIMO 25 PUNTOS)

Se otorgará hasta un máximo de 25 puntos a quien otorgue estrategias enfocadas en MiPymes, herramientas adicionales de seguimiento:

CRITERIO	SUBCRITERIO	PUNTAJE
Estrategia Enfocada en MiPymes	Metodología	25
TOTAL		25
REQUISITOS		
<p>El PROPONENTE deberá indicar en su propuesta cual será el mecanismo para captar las MiPymes que serán beneficiarias del proyecto, las cuales deben ser mínimo dos mil (2 000) por operador. De igual manera, deberá plantear la estrategia regional bajo la cual abordará el desarrollo del objeto de la convocatoria.</p> <p>Adicionalmente la Estrategia Enfocada en MiPymes se evaluará bajo el formato definido en el anexo "Ficha de Evaluación panelistas".</p>		

Ejemplos

a. Metodología:

- Mecanismos para abordar y /o dar a conocer el contrato a entidades territoriales tales como, Gremios, Asociaciones, Cámaras de Comercio, Alcaldías, Gobernaciones, entre otros.

La CONTRATISTA no se hará responsable de los acuerdos establecidos entre estas partes.

Se evidencia que en ningún lugar se estableció que el mismo panel calificaría este criterio ni mucho menos que se calificaría en la misma presentación por esa razón la Entidad Contratante separó los puntajes entre la evaluación en la presentación y la estrategia enfocada en Mipymes, pues esto significaría que en cabeza de este panel estaría la calificación de 90 puntos.

En atención a que el panel evaluó en la misma presentación este criterio y que el pliego no lo estableció inicialmente, lo único que estableció fue que se aplicaría el

mismo formato, solicitamos se revise la oferta inicialmente presentada, donde se evidencia la estrategia enfocada a Mipymes y se otorgue el máximo puntaje.

RESPUESTA:

En el CAPÍTULO II, DISPOSICIONES GENERALES, SUBCAPITULO IV, EVALUACIÓN Y CALIFICACIÓN DE LAS PROPUESTAS numeral 4.1.1 PRESENTACIÓN DE LA PROPUESTA ANTE PANEL DE EXPERTOS de los términos de referencia se establece:

Corresponde a la presentación ante el panel evaluador que deberá hacer el PROPONENTE, donde deberá sustentar las características, plan de trabajo y demás aspectos planteados en la propuesta presentada. Ver Anexo 2 "Ficha de Evaluación Panelistas".

Por lo tanto, los Proponentes que superaran los requisitos habilitantes de orden técnico debían sustentar dichas características, plan de trabajo, y demás aspectos planteados en su propuesta ante el panel de expertos.

Adicionalmente, en el CAPÍTULO II, DISPOSICIONES GENERALES, SUBCAPITULO IV, EVALUACIÓN Y CALIFICACIÓN DE LAS PROPUESTAS numeral 4.1.3 ESTRATEGIA ENFOCADA EN MIPYMES establecen que estas características se evaluarán bajo el formato definido en el anexo “Ficha de Evaluación panelistas”.

Por lo anterior, NO se acoge su observación de revisar la oferta inicialmente presentada y se mantiene la misma calificación.

OBSERVACIÓN 4

OBSERVACIÓN 4

Según el numeral 4.1. CRITERIOS DE EVALUACIÓN Y CALIFICACIÓN DE LAS PROPUESTAS de los términos de referencia la calificación sería en función de una presentación de la propuesta ante panel de expertos, valores agregados de la propuesta y estrategia enfocada en MiPymes.

Según el numeral 4.1.1. PRESENTACIÓN DE LA PROPUESTA ANTE PANEL DE EXPERTOS, sobre este criterio versaban solo máximo 40 puntos.

Sin embargo, encontramos que dentro del informe de evaluación técnico el mismo panel de expertos calificó en la presentación los valores agregados

VALORES AGREGADOS - 25 PUNTOS

Corresponde a los elementos adicionales que hacen del modelo operativo del proponente el más óptimo para la prestación del servicio requerido, es decir cuáles son sus factores diferenciales. Lo anterior, debe redundar en beneficios para las MiPyme atendidas.

Criterio	Puntuación máxima	Puntaje Obtenido (Promedio)	Agustín Hoyos	Sergio Zúñiga	Claudio Moreno	Guido Mazzanti	Liliana Järner
Los valores agregados, incluidos por el proponente, generarán beneficios en la transformación de las MiPyme hacia su canal de ventas electrónico (Comercial)	10	4,4	6	4	2	2	4
Los valores agregados proporcionan un nivel de confianza mayor al cliente final (Técnico)	7	3,4	5,5	3,5	5,3	1,4	4,2
Los formatos presentados en el formato "Valores Agregados" son razonables (fuerza a la realidad del mercado) (Técnico)	8	3,8	4,2	4,9	3,2	1,5	4,5
TOTAL	25,0	11,6	16,4	11,6	10,0	5,0	15,0

En atención al numeral 4.1.2 VALORES AGREGADOS DE LA PROPUESTA, consideramos que el panel se extralimitó en su evaluación, pues el numeral establecía:

4.1.2 VALORES AGREGADOS DE LA PROPUESTA (PUNTAJE MÁXIMO 25 PUNTOS)

Los PROPONENTES deberán incluir valores agregados que desde la experiencia y actividad/posición estratégica en la cadena valor del comercio electrónico contribuyan al posicionamiento y desarrollo de herramientas que favorezcan a las MiPymes beneficiarias. Por ende, a efectos de la evaluación de este criterio se entienden como valores agregados a los aspectos diferenciales que mejoran la propuesta, es decir que generan un plus adicional en favor de las MiPymes, este criterio se evaluará de la siguiente manera:

CRITERIO	SUBCRITERIO	PUNTAJE
Valores Agregados de la Propuesta	Comerciales	10
	Técnicos	15
TOTAL		25
REQUISITOS		
<p>El PROPONENTE deberá tener en cuenta que los <u>valores agregados</u> que desde su experiencia y actividad/posición estratégica en la cadena valor (Figura No. 1) contribuyan al posicionamiento y desarrollo de herramientas que favorezcan a las MiPymes beneficiarias. Por ende, el PROPONENTE deberá plantear cuáles son esos elementos adicionales que hacen de su modelo operativo el más óptimo para la prestación del servicio requerido, es decir cuáles son sus factores diferenciales. Lo anterior, debe redundar en beneficios para las MiPymes atendidas.</p> <p>Los valores agregados incluidos en la PROPUESTA serán sujeto de verificación por parte de la INTERVENTORÍA en el caso que sean seleccionados para prestar el servicio definido en los presentes términos de referencia. Adicionalmente los valores agregados deberán definirse bajo el formato definido en el anexo "Valores Agregados". Adicionalmente la Estrategia Enfocada en MiPymes se evaluará bajo el formato definido en el anexo "Ficha de Evaluación panelistas".</p>		

Se evidencia que en ningún lugar se estableció que el mismo panel calificaría este criterio ni mucho menos que se calificaría en la misma presentación, por esa razón la Entidad Contratante separó los puntajes entre la evaluación en la presentación y los valores agregados de la propuesta, pues esto significaría que en cabeza de este panel estaría la calificación de 90 puntos.

En atención a que el panel evaluó en la misma presentación este criterio y que el pliego no lo estableció inicialmente, lo único que estableció fue que se aplicaría el mismo formato, solicitamos se revise la oferta inicialmente presentada, donde se evidencia los valores agregados y se otorgue el máximo puntaje.

Adicionalmente se evidencia que el formato No. 2 no guarda relación con los subcriterios técnicos (10 puntos) y comerciales (15 puntos), pues el formato No. 2 otorgó 18 puntos por criterios técnicos y 10 puntos por criterio comercial como se muestra a continuación.

Criterio	Puntuación Maxima
Los valores agregados, incluidos por el proponente, generan beneficios en la transformación de las Mipyme hacia su canal de ventas electrónico (Comercial)	10

Los valores agregados proporcionan un nivel de confianza mayor al cliente final (Técnico)	<u>7</u>
Los costos presentados en el formato "Valores Agregados" son razonables frente a la realidad del mercado (Técnico)	<u>8</u>
TOTAL	

Valores agregados en la oferta:

PAGS 136 – 138 - TÉCNICOS

Otras Funcionalidades De Valor Agregado A Resaltar

- Integración con marketplaces con Sincronización de niveles de inventario, imágenes, nombres, descripciones, precios y lectura de pedidos
 - ✓ Linto
 - ✓ MercadoLibre
 - ✓ Mercado!
- Integración con Redes sociales
 - ✓ Facebook
 - ✓ Twitter
 - ✓ Instagram
 - ✓ Google +
- Funcionalidad de comparación de productos integrada
- Funcionalidad de calificación de productos integrada
- Funcionalidad de comentarios sobre productos integrada
- Búsqueda inteligente avanzada, texto, imagen o dibujo.
- Filtros por categoría, precio y características.
- Quick look (ver imagen grande y datos básicos del producto desde listas)
- Quick add (agregar al carro de compras desde las listas de productos)
- Zoom de imágenes de producto
- Múltiples imágenes de producto
- Video de producto
- Auto-guardado de carros abandonados
- Carro de compras inter-dispositivo y carro de compras rescuable.
- Campos requeridos configurables
- Lista de Contactos / libreta de direcciones
- Cálculo de costos de envío por peso y destino
- Cálculo de costos de envío por cotización en tiempo real con transportadoras
- Descuentos automáticos y manuales

- Opción de ingreso de texto para tarjeta de regalo
- Opción de textos pre-definidos para tarjetas de regalo
- Opción de selección de fecha de entrega
- Validación automática de datos
- Procesamiento de pagos con o sin redirección
- Versión optimizada para dispositivos móviles
- Correo electrónico de confirmación de pedido configurable
- Correo electrónico de notificación de despacho configurable
- Notificación de pedido y despacho por SMS
- Vínculo para rastreo de pedido incluido en confirmación
- Aceptación de términos y condiciones editables
- Registro histórico de pedidos para re-ordenar
- Pruebas A/B para mejorar tasa de conversión
- Creación de facturas pro forma
- Registro de # de orden de compra para cada pedido
- Reglas de facturación por cliente (consolidación, términos, métodos)
- Rastreo de facturación y pagos
- Programación y asignación de seguimientos a clientes
- Registro de comunicaciones con el cliente
- Descuentos por cantidad comprada
- Soporte EDI para pedidos, despachos, facturación, etc.
- Catálogo en línea y físico
- Listado de disponibilidad de productos en tiendas físicas
- Disponibilidad general (disponible/agotado) vs exacta (unidades)
- Guía al cliente a la tienda más cercana y/o a tienda más cercana con disponibilidad de producto
- Guía al cliente paso a paso si el dispositivo tiene GPS
- Funcionalidad de recogida en tienda (pick-up) para ventas web
- Modo online / offline con sincronización automática
- Múltiples puntos de venta (POS) y/o múltiples cajas por punto
- Asignación de lista de precios por punto de venta
- Asignación de vendedores a cada venta
- Múltiples formas de pago por venta
- Búsqueda de producto por SKU, EAN, nombre, especificaciones
- Tira POS configurable
- Selección / asignación de representante de ventas
- Soporte para lectores de barras / RFID
- Soporte para producción express en POS
- Compatible con impresoras térmicas y cajones POS
- Integración con datáfonos Redeban (transmisión de monitos, recibo y registro)
- Soporte para reserva de mercancía
- Cierres y entregas de turno
- Venta de y pago con bonos de regalo
- Devoluciones de mercancía
- Pago con múltiples métodos / tarjetas
- Reportes en tiempo real de ventas POS de todos los almacenes
- Reportes de fin de turno, fin de día
- Perfil de usuario para onll center con acceso a funciones de servicio al cliente, estado de pedidos y ventas telefónicas.
- Ventas telefónicas con registro de representante de ventas
- Soporte para pago automatizado con IVR

- Reporte en tiempo real de ventas por operario
- Reporte de ordenes incompletas (tanto web, como telefónicas como otros canales) para contactar y completar.
- Cálculo automático de Retenciones (B2B)
- Cálculo de IVA por producto
- Cálculo de Impocconsumo por producto
- Reporte de impuestos y retenciones por fecha
- Opción de mostrar precios con/sin impuesto
- Actualización automática de normas tributarias
- Envío de facturas por correo electrónico / impresas / EDI
- Soporte para ventas internacionales.
- Alarmas de reabastecimiento
- Sugerencias de proveedor preferido
- Creación de orden de compra basada en requerimientos, manual, o híbrida
- Seguimiento de ordenes de compra (OC) y fecha estimada de llegada de mercancía para mostrar disponibilidad en tienda virtual
- Asignación de mercancía en tránsito a pedidos
- Soporte para mercancía en consignación
- Notificación de OC a proveedor por email y/o impresa
- Confirmación electrónica de recibo de OC y disponibilidad de mercancía por parte de proveedor
- Embarques pueden agrupar múltiples OC
- Cálculo de costos de inventario basado en OC y costos de transporte, nacionalización, etc.
- Alarmas de proveedor / orden atrasada
- Importación y exportación multi-idioma
- Importación y exportación de productos, imágenes, clientes, proveedores, transacciones con Excel, PDF, CSV, XML y QuickBooks
- Integración con API, Web Services, incluso tras VPN
- Creación de facturas pro forma
- Registro de # de orden de compra para cada pedido
- Módulo de Facturación: Reglas de facturación por cliente (consolidación, términos, métodos)
- Rastreo de facturación y pagos
- Programación y asignación de seguimientos a clientes
- Registro de comunicaciones con el cliente
- Descuentos por cantidad comprada
- Soporte EDI para pedidos, despachos, facturación, etc.
- Módulo contable : Cuentas por pagar y Cuentas por cobrar entre otras
- Facturación omnicanal: Asignación de secuencias de facturación y resoluciones DIAN por canal, tienda caja registradora.

PAGS 140 – 142

Fase 5. Acompañamiento, Gestión de persuasión y Selección

Desde la primera visita (realizada al empresario se debe asegurar contar con una asesoría clara y específica que permita asegurar el cumplimiento de los requisitos para ser parte del programa.

Para esto se propone un grupo de 20 asesores distribuidos geográficamente y estratégicamente en diferentes ciudades de Colombia (Perfil comercial, tecnológico y formación) que acompañe, motive, capacite y oriente al empresario.

En atención a los argumentos antes expuestos amablemente solicitamos a la Entidad Contratante corrija la asignación de puntajes en cuanto a los criterios de presentación de la propuesta ante panel de expertos, valores agregados de la propuesta y estrategia enfocada en Mipymes.

RESPUESTA:

En el CAPÍTULO II, DISPOSICIONES GENERALES, SUBCAPITULO IV, EVALUACIÓN Y CALIFICACIÓN DE LAS PROPUESTAS numeral 4.1.1 PRESENTACIÓN DE LA PROPUESTA ANTE PANEL DE EXPERTOS de los términos de referencia se establece:

Corresponde a la presentación ante el panel evaluador que deberá hacer el PROPONENTE, donde deberá sustentar las características, plan de trabajo y demás aspectos planteados en la propuesta presentada. Ver Anexo 2 “Ficha de Evaluación Panelistas”.

Por lo tanto, los Proponentes que superaran los requisitos habilitantes de orden técnico debían sustentar dichas características, plan de trabajo, y demás aspectos planteados en su propuesta ante el panel de expertos.

Adicionalmente, en el CAPÍTULO II, DISPOSICIONES GENERALES, SUBCAPITULO IV, EVALUACIÓN Y CALIFICACIÓN DE LAS PROPUESTAS numerales 4.1.2 VALORES AGREGADOS DE LA PROPUESTA y 4.1.3 ESTRATEGIA ENFOCADA EN MIPYMES establecen que estas características se evaluarán bajo el formato definido en el anexo “Ficha de Evaluación panelistas”.

Por lo tanto NO se acoge su observación de revisar la oferta inicialmente presentada y se mantiene la misma calificación.

OBSERVACIONES PRESENTADAS POR EL PROPONENTE U.T. PAF-TIC-PS-001-2017 KOGUI-KRITERION radicadas en la entidad el día 19 de diciembre de 2017 a las 04:03 p.m. con numero de radicado 120171000037451; las cuales se transcriben así:

OBSERVACION 1

De la manera más atenta y cordial nos permitimos presentar nuestras observaciones y desacuerdo sobre los resultados de la calificación correspondiente al proceso: “CONVOCATORIA NO. PAF-TIC-PS-001-2017. CONTRATAR HASTA MÁXIMO CINCO (5) OPERADORES DE SERVICIO QUE CONTRIBUYAN A FACILITAR EL ACCESO, USO Y APROPIACIÓN DEL COMERCIO ELECTRÓNICO EN LAS MIPYMES COLOMBIANAS, A TRAVÉS DE SOLUCIONES QUE LES PERMITAN COMERCIALIZAR SUS PRODUCTOS Y/O SERVICIOS Y EFECTUAR TRANSACCIONES EN LÍNEA DERIVADOS DEL CONVENIO INTERADMINISTRATIVO 1232 FONTIC- FINDETER.”

De acuerdo a las indicaciones descritas en el pliego de condiciones anexo 2: "Ficha de Evaluación panelistas FINAL" respecto a los criterios de evaluación, procedemos a expresar nuestros argumentos a fin de presentar de manera explícita la forma como cumplimos con cada uno de ellos, y la razón por la cual consideramos que la calificación en especial la del panel de expertos, no tuvo en cuenta el cumplimiento cabal de los aspectos establecidos en dicho pliego, por lo que solicitamos sea revaluada teniendo en cuenta los presentes argumentos.

A continuación relacionamos los argumentos para cada uno de los criterios establecidos por componente:

Componente 1. ACCESO WEB

1. El Proponente cuenta con los mecanismos para efectuar el diagnóstico en las Mipyme beneficiarias que permitan determinar el grado de acercamiento y/o desarrollo de acciones para tener presencia en Internet.

En la sesión de sustentación del día 11 de Diciembre de 2017, en la presentación realizada ante el panel de expertos, nuestra unión temporal presentó el plan que detalló los mecanismos a través de los cuales se efectuaría la búsqueda, diagnóstico y selección de MiPymes además de determinar el grado de acercamiento y las acciones para tener presencia en internet. Estas acciones, están basadas en la búsqueda, acercamientos y acuerdos de voluntades que se establecieron con agremiaciones en la región de la Costa Atlántica de Colombia, así como con el departamento del Quindío para promover la vinculación de las MiPymes en el evento de salir beneficiados. En la presentación se mostraron las cifras analizadas con el número y tamaño del mercado a nivel del total del número de empresas que existen en la región, también se presentaron los cálculos del número de empresas objetivo y se concluyó con el número de empresas estimadas como la porción del mercado que serían parte de nuestro proceso. Este número supera las 2.000 (dos mil MiPymes) solicitadas en el proceso. En caso de ser necesario podemos aportar el documento que avale los acuerdos de voluntades y gestión realizada con las regiones. El proceso para motivar a las MiPymes que hacen parte del mercado objetivo se basa en realizar una gestión apalancada en la alianza que se tiene con las agremiaciones a las que pertenecen. Una vez convocadas las MiPymes se realizarán talleres de motivación, capacitación y actividades encaminadas a determinar el grado de acercamiento y desarrollo de tecnología con que cuentan las MiPymes convocadas. Una vez realizado el diagnóstico se presentarán las MiPymes seleccionadas a la interventoría para su aprobación.

2. El Proponente cuenta con procesos, técnicas, actividades y demás estrategias metodológicas necesarias y suficientes para el cumplimiento de este componente:

Nuestra oferta contempla la implementación de estrategias virtuales a través de las cuales se realiza tanto la capacitación, así como selección de las MiPymes beneficiarias. Durante la presentación se mencionaron las herramientas de encuestas digitales, plataformas educativas (e-learning) a través de las cuales serán implementados los mecanismos y actividades encaminados en realizar una selección adecuada, a través de la automatización de procesos y talleres virtuales, encaminados a fomentar, apropiar el conocimiento y mejorar las capacidades de los empresarios y emprendedores garantizando la apropiación del conocimiento para ser puesto a disposición de las MiPymes. Los talleres que serán ofrecidos comprenden el uso y apropiación de las nuevas tecnologías, marketing digital, planes de mercadeo, gestión de cadenas de suministro, servicio al cliente, gestión del cambio, entre otros. Los cursos y talleres ofrecidos están articulados entre sí y las plataformas y herramientas usadas nos permiten realizar un seguimiento, control y verificación de que las MiPymes contarán se apropien del suficiente conocimiento para poner en marcha, hacer sostenible y darle continuidad al programa, que les permita contar con un nuevo canal de ventas, el cual les ayudará a expandir su presencia a nivel nacional y mundial. Nuestra propuesta habilita a las MiPymes para recibir y despachar pedidos desde cualquier parte del mundo, así como pagar y hacer envíos desde y a cualquier parte del mundo. Nuestros procesos son automatizados y totalmente esquematizados, por lo que tanto la invitación, participación y presentación de las MiPymes será de forma clara, al igual que el despliegue de cada una de las instancias (tiendas) de cada cliente. Nuestra oferta compromete un servicio de atención a las MiPymes en horario de 7x24 y niveles de atención de servicio menores a 2 horas, los cuales permitirán el correcto funcionamiento del sistema. Nuestra plataforma está alojada en centros de datos reconocidos a nivel mundial, los cuales cuentan con certificaciones de seguridad PCI y similares, así como nuestra pasarela de pagos.

3. La plataforma de comercio electrónico cumple con los aspectos requeridos para la ejecución del proyecto

En la presentación de nuestra plataforma de e-commerce mostramos los módulos con los cuales esta cuenta, a saber: Asistente para Creación de Sitios Web, el cual permite seleccionar el dominio, el cual hace será costeadado en nuestra propuesta económica siempre y cuando esté dentro de un rango que se estimó por MiPymes, además se pueden escoger modelos de plantillas de presentación de los contenidos de los productos y servicios con sus descripciones así como crear nuevos formatos de plantillas. Todos los

sitios web tendrán la sección de Home o Login o Registro, Datos demográficos, Suscripción al boletín de noticias, Registro de la dirección de entrega, Quiénes somos, contáctenos, Mi cuenta, Carrito de compras, Pie de página, Inscripción al boletín de noticias, Área de Ayuda (Políticas de devolución, Política de privacidad, Formas de Pago), Redes Sociales, Cambio de contraseña, Gestión de direcciones de envío, Gestión de Mis Pedidos, Gestión de Mensajes (Tickets), Página de Categoría, Filtros (Color, Talla, Género, Precio), compra rápida (Quick Buy), Agregar a la lista de deseos, Página de Producto, Checkout, Página de carrito de compras, Página de confirmación (checkout de 1 página), Selección de método de envío (express, económico), Resumen del pedido, Login/registro en checkout, Selección de sistemas de pago (Tarjeta de crédito / Transferencia bancaria / Pago contra entrega).

La plataforma con la que contamos aplica para MiPymes que comercializan productos y servicios, específicamente permite atender negocios hoteleros y de reservas de alojamiento a través de un motor de reservas, así como para la venta de productos y servicios.

Nuestra plataforma cuenta con un Módulo PIM (Product Information Management) el cual permite la administración de los inventarios, y su distribución a través de los distintos canales de distribución.

A través de este módulo, en nuestra plataforma como se presentó en la exposición, permite administrar los productos de manera individual o por lotes o grupos que pueden ser modificados masivamente, asociando imágenes y descripciones, tanto de marketing como de detalles del producto, también indicaciones de proceso de envío y descripción del proceso de devolución. Este módulo permite hacer gestión sobre promociones y cambios individuales y por lote a los productos seleccionados.

Nuestra plataforma también incluye un módulo CMS (Content Management System) el cual permite editar toda la información de la tienda virtual, de manera amigable con una interfaz que garantiza los criterios de usabilidad y accesibilidad enmarcadas en el gobierno colombiano.

El módulo CMS le permite a la MiPymes administrar de forma autónoma a través de un editor gráfico la información de cada uno de sus productos a nivel de imágenes, información general y detallada, estado y características, los atributos que se pueden administrar del producto son: SKU, nombre, imágenes, descripción, precio de venta, precio de compra, proveedor, cantidad de existencias del producto, atributos adicionales (color, tallas, modelos, etc).

Mediante el módulo CRM (Customer Relationship Management) de nuestra plataforma la administración y gestión de los clientes es integral, iniciando por el proceso de registro de usuario, y el almacenamiento de los comportamientos de compras, así como de los datos demográficos, búsquedas, preferencias y lista de deseos, nuestra plataforma le permite realizar a los usuarios administradores una segmentación de clientes, y análisis de comportamientos globales a partir de los cuales se definirán y ajustarán los planes de mercadeo.

Este módulo permite ver la cantidad de veces que un cliente final visita la plataforma, los checkout que realiza y el porcentaje de compras, las búsquedas y en sus preferencias, los medios de pago más usados, la ubicación de los clientes, los productos más vendidos.

Además permite conocer la calificación y feedback de los clientes, acerca de los productos comprados, el servicio recibido, y la satisfacción del servicio. También le permite a otros clientes, conocer las recomendaciones y calificaciones de clientes que han adquirido el producto. Este módulo permite hacer seguimiento tanto del envío de pedidos, así como de las devoluciones y garantías solicitadas y aplicadas.

El módulo OMS (Order Management System) que hace parte de nuestra plataforma permite la realización de y gestión de las órdenes de pedido, y se integra con la plataforma del operador de mensajería y envíos. Nuestra plataforma permite cambiar, cancelar y actualizar las órdenes de pedido. Cada vez que se realiza un pedido, una orden de servicio es ejecutada, y de acuerdo al proceso definido la orden de servicio va cambiando de estado hasta que el proceso es finalizado.

Este módulo le permite al usuario conocer el estado de su pedido, realizar la reimpresión de la factura, actualizar los datos del pedido (medios de pago, dirección de envío, volver a realizar el mismo pedido, cambiar los items, etc), fechas, cronogramas y estado de entrega.

Nuestra plataforma cuenta con un módulo WMS (Warehouse Management System) el cual permite realizar la administración de los productos a través de un centro de distribución. La administración de los productos se realiza de forma individual, a través de los SKU de los productos, su ubicación de almacenamiento, unidades de peso, dimensiones, tipo de almacenamiento, localización, fecha de fabricación, lote, fecha de caducidad, etc.

Este módulo permite realizar procesos de planificación de envío, solicitud de compra de productos de acuerdo a las órdenes recibidas, organización de pedidos para la entrega, control de stock, administración de mercancía de acuerdo a su caducidad, y control de ubicación y envío. Este módulo permite tener control de los pedidos realizados a los proveedores, costo de compra, y stock.

El módulo de reportes de nuestra plataforma, permite visualizar reportes de cantidad de clientes, productos más vendidos, ventas por periodos de tiempo (día, semana, mes) lugares más frecuentes de envíos, calificaciones de clientes, tiempos promedios de entrega, cantidad de carritos abandonados, cantidad de visitas al sitio, productos más buscados, productos más pedidos, ticket promedio por día, entre otros.

Nuestro servicio además cumple con los siguientes requisitos: se Integra entre los componentes de la Cadena de valor, entre ellos la pasarela de pagos, plataforma de servicios logísticos, y sistemas de trazabilidad. Nuestra plataforma está implementada en la nube, en servidores de Amazon y el servicio ofrecido es en modelo SaaS. Uno de los valores agregados que ofrecemos es suministrar por un año los certificados SSL para las tiendas virtuales. Entre los mecanismos de comunicación con el cliente final la herramienta cuenta con embudo de conversión. También cuenta con módulos de Motor de búsqueda y Motor de recomendaciones. Debido a que nuestra solución está alineada

con los estándares de accesibilidad y usabilidad descritos por el gobierno colombiano nuestra tecnología es responsive, adaptable a cualquier dispositivo y/o accesible mediante la tienda virtual Google Play (smartphone).

Nuestra plataforma e-Commerce contempla los requisitos solicitados por el proceso, en cuanto a: estructura (apariencias visuales adecuadas), navegación (funcionalidad y orientación fácil), contenido alternativo (elementos visuales).

Componente 2. Web Shop / Marketing Digital:

1. La plataforma de comercio electrónico cumple con los aspectos requeridos para la ejecución del proyecto.

Además de los componentes antes mencionados la plataforma cuenta con un módulo de Marketing que permite realizar la administración de SEO, SEM, Social media marketing, Email direct marketing, SMS y MMS.

También permite la integración con las redes sociales: Facebook, Instagram, Twitter, y Google+, permitiendo la autenticación de los usuarios con los usuarios de las redes sociales. Una vez los usuarios estén autenticados podrán compartir información de recomendaciones y publicaciones de los contenidos desde el sitio hacia las redes sociales.

Cabe resaltar que la pasarela de pagos permite la realización de compras a través de las redes sociales.

Cada uno de los planes de marketing digital que sea planteado por las MiPymes beneficiarios podrán ser integrados en la plataforma.

Adicionalmente la plataforma cuenta con la posibilidad de realizar campañas de marketing, venta de productos por temporadas, descuentos, y redimir códigos de ofertas e implementar campañas de fidelización.

Uno de los valores agregados que ofrecemos a nivel de e-commerce es la posibilidad de contar con un banco de imágenes disponible para todas las mipymes beneficiarias que pueden ser usadas en campañas de días especiales i.e. (día de la madre, días del padre, san valentín, etc).

2. El Proponente incluye en su presentación las actividades y/o estrategias relacionadas con el plan de marketing que maximicen la accesibilidad y difusión de los productos y /o servicios de las MiPymes

Conscientes de la importancia en la gestión de marketing digital en el espacio de la exposición se presentaron las siguientes estrategias relacionadas con marketing digital que maximizan la accesibilidad y difusión de productos:

La plataforma e-commerce cuenta con módulos que permiten realizar la gestión de los siguientes aspectos de marketing digital: SEO, SEM, Social media marketing, Email direct marketing, SMS y MMS, a través de interfaces intuitivas, y amigables.

Nuestra oferta también contempla talleres de marketing digital segmentados por tipo de industria y cursos de capacitación que guiarán a las MiPymes de manera que mejoren su posicionamiento en la web.

Las actividades también contemplan la realización de marketing y posicionamiento en redes sociales que permitan realizar el crecimiento orgánico y la creación de una comunidad virtual.

Se ha ideado una estrategia local que permitirá dar dinámica al nuevo canal de ventas, a través del relacionamiento, oferta y compra de los productos y servicios que comercialicen las MiPymes beneficiarias de forma que se establezca venta de productos y servicios que serán ofertados y comprados por los beneficiarios, así por ejemplo, una MiPyme que venda productos de limpieza para el hogar podrá vender sus productos a hoteles (beneficiarios) y también podrá comprar servicios de alojamiento.

Dentro de los valores agregados, está planeado la pauta en redes sociales en plataformas como Facebook Ads y Google Ads, con un presupuesto que por MiPyme que pagará nuestra compañía.

Adicionalmente a los aspectos antes mencionados, nuestro servicio de atención al cliente (MiPyme), permitirá ofrecer soporte para la realización de campañas digitales.

La plataforma permite realizar campañas de email marketing, envío de SMS y MMS, a través de los cuales se podrán promocionar los productos y servicios.

3. El mecanismo utilizado para la transferencia de conocimiento permite a la MiPyme una apropiación ágil y sencilla para poder realizar un manejo autónomo de la plataforma.

Toda nuestra plataforma cuenta con módulos para la administración de los productos y servicios que se comercializan en el canal e-commerce, así como la administración de presentación de información, configuración de productos, inventarios, pasarela de pagos, marketing digital, y procesos de envío de productos, de manera que los usuarios (MiPymes) sean autónomos en la administración, configuración de la tienda virtual.

La estrategia que emplearemos en la ejecución de nuestro servicio usará las herramientas digitales para garantizar la apropiación del conocimiento. Nuestro servicio impartirá cursos y talleres en los cuales se garantice la transferencia del conocimiento y al final de cada uno curso y taller se realizará una evaluación a través de la cual se evidenciará las oportunidades de mejora y los índices de apropiación del conocimiento.

Nuestra plataforma cuenta con manuales y videos a partir de los cuales se presenta de forma clara el manejo en aspectos de administración, además de tutoriales y hints en las distintas funcionalidades con que cuenta la plataforma de e-commerce.

Componente 3. Gestión de Pagos:

1. Las características, costos, beneficios, canales de comunicación y procesos de vinculación con la pasarela de pagos se presentan de forma clara

Entre las características de gestión de pagos la omnicanalidad es una estrategia para incrementar las ventas de clientes, por eso, nuestra pasarela de pagos también soporta transacciones por IVR (sistemas de audiorespuesta), dispositivos móviles, puntos de venta, venta por redes sociales y call centers.

Con nuestra pasarela de pagos se obtienen beneficios como Servicio personalizado y acompañamiento en todos los procesos, Servicio de IVR pre integrado, Tokenización automática, Seguridad transaccional con validaciones en tiempo real, Constantemente hacemos desarrollos internos para potenciar las ventas a través del canal no presencial, Conciliación bancaria en línea, Módulo administrativo intuitivo (exporte de transacciones, estadísticas de transacciones) Micrositios de recaudo (con recurrencia, para eventos, con listas desplegadas, adaptados a la necesidad), Sails, asistente virtual integrado con el messenger de Facebook que permite atender al usuario y finalizar la compra dentro del chat.

La pasarela empleada cuenta con certificación en el estándar internacional PCI DSS y fue la primera pasarela de pagos en Colombia en estar certificados en la versión 3.1, actualmente estamos en proceso de certificación a la versión 3.3, contamos con certificación SSI con validación extendida y con el monitoreo constante de Trustkeeper, McAfee secure y la firma de mensajes electrónicos de Certicámara.

Impactamos de manera transversal la operación del cliente, con soluciones que se integran fácilmente:

- Múltiples medios de pago
- Verificador Online
- IVR Place to Pay
- Pago en un clic
- Sistemas de validación

2. Cuentan con una propuesta de pasarela de pagos diferencial en cuanto a costos, tiempos y atención a las Mipyme beneficiarias

Sin importar el modelo de negocio, la pasarela de pagos se adapta e integra entendiendo la necesidad, ya que su arquitectura es adaptable en múltiples formas para pagos por medio de tarjetas de crédito, débito, efectivo, como diferencial en cuanto a costos contamos con tarifas muy competitivas con medios de pago TC y PSE las tarifas normales son de 3.2% + \$800 con una tarifa mínima de \$2.800, y para tarifas Micropagos que son menores a \$50.000 es de 4% + \$500 teniendo una tarifa mínima de \$2.500.

Contamos con tarifas especiales para medios de pago ATH(Baloto, Cajas del Exito, Carulla, Surtimax) por costos de \$2.000 + 1.5%, sucursales físicas Bancolombia y corresponsales no bancarias con costos de \$4.000 + 1.5% y puntos GANA servicios por \$1.000 + 2.5%.

Y los valores por retiros de dinero son por \$5.000.

La consola permite además, acceder a la información en tiempo real, este actúa como un asistente administrativo pues toda la información está al aire en tiempo real para que sea posible la conciliación:

- Procesa transacciones pendientes
- Reversa en línea transacciones con tarjetas de crédito
- Consulta el historial de transacciones en tiempo real
- Dispersión de fondos
- Úsala como datáfono virtual para solicitar transacciones
- Genera gráficas, estadísticas y reportes
- Exporta tu información en los principales formatos contables
- Reversos automáticos

En tiempo real notificamos las transacciones (al comercio y al comprador)

Se ha considerado que para este proceso se garantizará una economía de escala en cuanto a los costos de enrolamiento, los cuales son muy bajos dada la cantidad de clientes que serán adheridos a la plataforma.

Nuestra consola le permite a nuestros comercios acceder a la información en tiempo real, este actúa como un asistente administrativo pues toda la información está al aire en tiempo real para que sea posible la conciliación.

La pasarela de pagos y en general el servicio ofrecido piensa en el comercio, por ende asignamos recursos en cada una de las áreas donde el comercio necesite ayuda (Comercial, Soporte, Seguridad, Administrativo y Comunicaciones) por chat, teléfono y por tickets y dependiendo de la complejidad del requerimiento establecemos tiempos de respuestas (ver ANS).

3. El mecanismo utilizado para la transferencia de conocimiento permite a la MiPyme una apropiación ágil y sencilla para poder gestionar los servicios que ofrece la pasarela de pagos

La transferencia de conocimiento se realizará mediante la integración de menú de ayudas sobre la plataforma de e-commerce, con el manejo de las funcionalidades de la plataforma de gestión de servicios que ofrece la pasarela de pagos, ésta también estará disponible un contenido de ayuda integrado a la plataforma de la Mipyme.

Adicionalmente existirán video tutoriales, capacitaciones y talleres para garantizar la apropiación del conocimiento.

Componente 4: Logística:

1. Las características, costos, beneficios, canales de comunicación y procesos de vinculación con la empresa de logística se presentan de forma clara.

Las características, costos, beneficios, canales de comunicación y procesos de vinculación se obtendrán mediante el concepto de administración logística integrada. Este concepto reconoce que la prestación de mejores servicios al cliente y la reducción de los costos en el servicio.

Es una gestión precisa y conjunta de todo el sistema logístico que implica flujos de mercancías, información y dinero. Coordinando todo el sistema de distribución desde el primer proveedor hasta que el producto llega al cliente. La unidad de gestión logística necesarias en cada una de sus etapas incluye procesos como:

- Almacenaje
 - Despacho
 - Aprovisionamiento
 - Compras nacionales e internacionales
 - Control de inventarios
 - Economía material
 - Transporte externo
 - Transporte interno
 - Transporte inter-empresa
 - Distribución nacional
 - Distribución física Internacional
 - Tratamiento y atención de los pedidos
 - Planificación de la producción
 - Control de inventarios
 - Información y comunicaciones
 - Control de calidad
 - Servicio al cliente
 - Aplicación de las Tecnologías de la información y la comunicación.
2. Cuentan con una propuesta de servicios de la empresa de logística diferencial en cuanto a costos, tiempos y atención a las MiPymes beneficiarias.

La propuesta de servicios de la empresa de Logística cuenta con un plan de trabajo ya elaborado con el cual se trata de conseguir el mejor aprovechamiento de los medios disponibles para las tareas como son, almacenaje, stock productos, modelos de gestión de inventarios, el nivel de stock de seguridad, manutención y distribución física de los productos, garantizando la cobertura a nivel nacional.

La Planeación y Administración del Aprovisionamiento comprende la preparación de un plan de trabajo administrativo y técnico de las tareas relativas del almacenamiento y stock productos, así como la contabilidad analítica y explotación de los costos.

Costo: desde el punto de vista económico, la aplicación de la Gestión de Almacenes disminuirá los costos en inventarios, manipulación de inventarios, personal, entre otros.

Tiempo: con la aplicación de Gestión de Almacenes, los tiempos de abastecimiento, recepción y entrega disminuirán considerablemente, lo que se traducirá en reducción de costos, calidad y mejora en la atención al cliente.

Atención a MiPymes: se cuenta con diferentes canales de comunicación a nivel nacional como son un Call Center e integración con la plataforma de comercio electrónico .

3. El mecanismo utilizado para la transferencia de conocimiento permite a la MiPymes una apropiación ágil y sencilla para poder gestionar los servicios que ofrece la empresa de logística

La transferencia de conocimiento se realizará mediante la integración de menú de ayudas sobre la plataforma de e-commerce, con el manejo de las funcionalidades de la plataforma logística, además estará disponible un contenido de ayuda integrado a la plataforma de la MiPyme.

Adicionalmente existirán video tutoriales, capacitaciones y talleres para garantizar la apropiación del conocimiento.

Componente 5: Postventa:

1. El Proponente incluye procesos para la reclamación y soporte al cliente final:

Dentro de los servicios que se tienen disponibles para el soporte de la plataforma y los servicios de atención al cliente final a continuación se describen:

Medios de atención:

- Soporte telefónico
- Soporte por Chat en pagina o WhatsApp
- Soporte vía correo electrónico

Todos los soportes tendrán la asignación de un ticket de seguimiento de caso, el cual podrá recibir notificaciones de estado, consultar su avance y recibirá alertas de solución.

Escenarios de niveles de servicios

- Plataforma
- Lentitud en el servicio
- Permisos a la plataforma
- Creación de nuevos comercios
- Mantenimiento preventivos y correctivos a la plataforma

Implementación de indicadores de servicio

- Cumplimiento y calidad del servicio
- Definición de prioridades de atención
- Definición de tiempo de atención por prioridades

Implementación de acuerdos de nivel de servicio

- Tiempo de atención medios de atención

- Tiempo de solución
- Tiempo de operación
- Definición de niveles por cada servicio
- Disponibilidad de infraestructura

Plataforma de atención de ticket: la plataforma ofrece a nuestros clientes la posibilidad de crear ticket con la asignación de un árbol básico de clasificación y prioridad, adicionalmente permite consultar su estado, avance, escalamiento y cierre en tiempo real, de tal forma se pueda controlar el correcto tratamiento y resolución sobre los tickets generados.

Adicionalmente puede conocer la estadísticas de casos generados en un período de tiempo con sus estado y tiempo de atención, lo que permitirá medir el funcionamiento y eficacia del servicio de soporte.

El árbol de clasificación que se defina con el cliente, tiene como finalidad revisar comportamientos de la plataforma y tendencia de uso.

2. Los mecanismos para recolectar información de los clientes finales son eficientes:

Para cada uno de nuestros clientes principales, la plataforma cuenta con una base de datos actualizada y validada en cada uno de los contactos con la mesa de atención y soporte, de tal forma que podremos tener un directorio constantemente renovado y en línea.

Sobre la base de datos de clientes se establecerá un esquema de evaluación de servicios presentados con resultados y conclusiones sobre la operación y el servicio.

3. El mecanismo utilizado para la transferencia de conocimiento permite a la Mipyme una apropiación ágil y sencilla para poder ofrecer una excelente atención al cliente:

En este aspecto los clientes contarán con una plataforma de Preguntas frecuentes que permitirán realizar consultas a los servicios, funcionalidades y posibles comportamientos no esperados básicos de la plataforma de e-commerce, de igual manera se puede usar este acceso para que los clientes finales puedan resolver las dudas asociadas a los servicios y funcionalidades.

Este banco de preguntas y respuestas será constantemente actualizado bajo un esquema de calificación de preguntas más consultadas y serán las primeras en aparecer y las que tenga una valoración muy bajas o no usadas serán reevaluadas o retiradas de la plataforma, adicionalmente se pueden clasificar por temas si es requerido.

El esquema antes mencionado también será implementado para la atención de ticket, puesto que los agentes de servicio los consultarán para optimizar el tiempo de atención, respuesta, bajo un esquema primer contacto; primera solución.

Adicionalmente existirán video tutoriales, capacitaciones y talleres para garantizar la apropiación del conocimiento.

Valores Agregados

Queremos resaltar la importancia de los valores agregados que están en nuestra oferta y ampliar lo presentado ante los expertos

1. Los valores agregados, incluidos por el proponente, generan beneficios en la transformación de las mipyme hacia su canal de ventas electrónico (Comercial):

En la presentación que se preparó para la exposición de la oferta se encuentran relacionados los siguientes valores agregados:

- **Certificados SSL:** nuestra oferta contempla poner a disposición de cada uno de los sitios un certificado SSL, generado por un emisor reconocido. Estos certificados se entregarán como valor agregado ya que no es requisito indispensable de acuerdo a los términos de referencia.
- **Biblioteca de Banners e imágenes:** Dado que las tiendas virtuales requerirán de banners e imágenes que puedan ser usados para la generación y publicación de imágenes, nuestra oferta contar con al menos 300 imágenes dispuestas en dicho banco y que sirvan de material para las fechas importantes del año sobre las cuales se generan campañas i.e. (día de San Valentín, día de la mujer, semana santa, día de la madre, día del padre, día del amor y la amistad, Halloween, black friday, navidad, etc.). Estas imágenes serán genéricas, tendrán licencia de uso free, y podrán ser adecuadas a las promociones a las que apliquen de acuerdo la ocasión y estrategia de ventas.
- **Biblioteca de Logos:** nuestro servicio pone a disposición de las MiPymes una biblioteca de logos que podrán ser usados en las tiendas virtuales, como imagen del canal de ventas electrónico que se está implementando. Cada logo solo podrá ser usado por cada MiPymes a fin de crear identidad y reconocimiento de marca. Una vez seleccionado el logo por cada MiPymes les serán cedidos los derechos patrimoniales de la imagen escogida.
- **Herramienta para la conciliación bancaria:** Debido a que todas las transacciones del e-commerce son on-line, nuestra oferta contempla poner a disposición de las Mipymes una herramienta automática de conciliación bancaria que facilite la verificación de la información emitida por la plataforma e-commerce y la información emitida por la pasarela de pagos.

La herramienta de conciliación bancaria permitirá hacer un cruce de información diaria en la cual reportará las diferencias y coincidencias de información, y permitirá hacer seguimiento y administración del proceso de pago y compensación que se realice desde el banco, la pasarela de pagos y la Mipyme.

- **Módulo de autenticación en dos pasos:** nuestra plataforma permite la autenticación en dos pasos de manera que garantice la seguridad y autenticidad del usuario mediante un segundo factor de autenticación que se realizará notificando un OTP (One Time Password) en los proceso de pago a fin de

fortalecer la seguridad. Este OTP será enviado por mensaje de texto o podrá ser generado por app.

- e-Learning para talleres y cursos: nuestra estrategia considera el uso de herramientas de e-learning en las cuales serán implementados los cursos y talleres con los que se brindará capacitación y entrenamiento en las distintas áreas de conocimiento requeridas para administrar y mejorar las opciones de éxito en la apertura del nuevo canal de ventas para las mipyme seleccionadas. Los cursos y talleres seguirán una estrategia de entrenamiento y capacitación, nuestra plataforma tiene la capacidad de identificar qué cursos y talleres se han tomado, al final de cada uno habrá una evaluación para medir el feedback del cliente y el porcentaje de apropiación del conocimiento.
- Plataforma electrónica de encuestas y evaluaciones: también contamos con una solución que permitirá evaluar automáticamente y de forma virtual a las Mipymes que aplican al proceso, así como a las seleccionadas. Esta herramienta nos permite hacer la selección de una manera más rápida y con altos niveles de auditoría.
- Automatización de procesos: nuestra plataforma cuenta con una herramienta automática que permite automatizar los procesos, digitalizar los documentos y en general centralizar la información que será aportada por las MiPymes que apliquen al proceso. Esta herramienta nos permitirá ser eficientes tanto en manejo de papel como en disponibilidad de la información.
- Blog y wiki: nuestra oferta contempla la creación de un blog y una wiki donde los usuarios (MiPymes) podrán interactuar con los procesos y experiencias de otras MiPymes beneficiarias, resolver dudas, hacer comentarios y compartir sus experiencias.
- Generación de comunidad y dinámica comercial entre MiPymes beneficiarias: uno de los valores agregados más importantes es la dinamización que realizaremos a nivel local con las MiPymes beneficiarias, a partir de la cual se fomentará la comercialización de productos y servicios entre las MiPymes de la región. Esta estrategia fortalecerá la confianza de los empresarios en el nuevo canal de virtual de ventas.

2. Los costos presentados en el formato "Valores Agregados" son razonables frente a la realidad del mercado (Técnico)

Los costos de la pasarela de pagos son eficientes y están dentro de los valores que se encuentran en el mercado, y se logra una economía de escala ya que se reducen drásticamente los valores de enrolamiento, además ofrecemos la capacidad de ayudar a gestionar con los comercios la posibilidad de que tengan el convenio directo con la entidad bancaria, convirtiendo el modelo de negocio de agregador a gateway. Adicionalmente a través de la pasarela de pagos podemos recibir pagos desde cualquier lugar el mundo.

Nuestro acuerdo con el proveedor de logística garantiza cobertura nacional e internacional con tiempos de respuesta inferiores a los que brinda al resto de sus clientes, con tarifas preferenciales.

Con lo expuesto anteriormente, consideramos que cumplimos con todos los aspectos requeridos por el proceso, quisiéramos poner en su consideración que el tiempo dispuesto para la presentación de toda la información mencionada anteriormente en nuestro criterio es corto, y si bien nuestra presentación ofrecía toda la información, la interacción con el jurado de evaluación impactó negativamente poder realizar la presentación de manera completa.

Respetuosamente pedimos que sea tenida en cuenta nuestra estrategia para convocar las MiPymes interesadas, así como el proceso de selección de las beneficiarias y toda la metodología y estrategia de educación, entrenamiento y apropiación del conocimiento, pues estamos seguros de que no solo la parte técnica (plataforma e-commerce, pasarela de pagos, plataforma de logística) garantizan el éxito del proyecto, sino una metodología ágil y eficiente que permita la consecución de los beneficiarios junto con planes de apropiación del conocimiento y entrenamientos efectivos, que en nuestro criterio es lo que ofrece nuestro servicio.

También queremos señalar que en otros procesos del Ministerio de las Tecnologías de la Información realizados por iNNpulsa Colombia, existe un tiempo de presentación y una vez concluido este tiempo inicia una etapa de preguntas para el cual existe otro tiempo más. No es nuestra intención criticar el proceso, sin embargo, le pedimos respetuosamente a la entidad que considere que las interacciones que se tuvieron no permitieron que pudiéramos presentar todas las características, experiencia y ventajas de nuestra solución.

También solicitamos a la entidad tener en cuenta, la experiencia demostrada por las compañías que hacen parte de la unión temporal en la participación de innovación y creación de canales de ventas virtuales, en ellas se puede ver en sus descripciones, montos y duración del proyecto el tamaño de los proyectos en los que hemos participado.

RESPUESTA:

En el CAPÍTULO II, DISPOSICIONES GENERALES, SUBCAPÍTULO IV, EVALUACIÓN Y CALIFICACIÓN DE LAS PROPUESTAS numeral 4.1.1 PRESENTACIÓN DE LA PROPUESTA ANTE PANEL DE EXPERTOS de los términos de referencia se establece:

Corresponde a la presentación ante el panel evaluador que deberá hacer el PROPONENTE, donde deberá sustentar las características, plan de trabajo y demás aspectos planteados en la propuesta presentada. Ver Anexo 2 “Ficha de Evaluación Panelistas”.

Por lo tanto, los Proponentes que superaran los requisitos habilitantes de orden técnico debían sustentar dichas características, plan de trabajo, y demás aspectos planteados en su propuesta ante el panel de expertos.

Respecto al tiempo estipulado para la presentación ante el panel de expertos, se aclara que el Proponente allegó el **FORMATO 1, CARTA DE PRESENTACIÓN DE LA PROPUESTA** en donde declara que conoce los Términos de Referencia de la presente convocatoria, sus adendas e informaciones sobre preguntas y respuestas, así como los demás documentos relacionados con los trabajos, y aceptó cumplir todos los requisitos en ellos exigidos.

Así mismo, en el CAPÍTULO II, DISPOSICIONES GENERALES, SUBCAPITULO IV, EVALUACIÓN Y CALIFICACIÓN DE LAS PROPUESTAS numeral 4.1.5 MECÁNICA DE EVALUACIÓN PANEL DE EXPERTOS se estipuló:

*“Los PROPONENTES que superen todos los requisitos HABILITANTES deberán presentar su propuesta ante un panel de expertos de forma presencial, en un **lapso máximo de 30 minutos** (...)”*

Los integrantes del panel adelantarán la evaluación de las propuestas conforme los criterios establecidos en los términos de referencia. Así mismo, durante la presentación de los PROPONENTES podrán realizar las preguntas que consideren necesarias para definir su calificación, la cual estará consolidada en el formato determinado para tal fin.”

Sin embargo, a TODOS los proponentes que se presentaron ante el panel de expertos, se les otorgó quince (15) minutos más, sin penalizar los treinta (30) minutos máximos estipulados en los términos de referencia; tiempo en el cual el proponente no sustentó las características del operador logístico seleccionado y los valores agregados de su propuesta.

Adicionalmente, los evaluadores realizaron los siguientes comentarios sobre la presentación de la plataforma de comercio electrónico:

Liliana Jaimes:”

“CONVOCATORIA PARA CONTRATAR HASTA MÁXIMO CINCO (5) OPERADORES DE SERVICIO QUE CONTRIBUYAN A FACILITAR EL ACCESO, USO Y APROPIACIÓN DEL COMERCIO ELECTRÓNICO EN LAS MIPYME COLOMBIANAS, A TRAVÉS DE SOLUCIONES QUE LES PERMITAN COMERCIALIZAR SUS PRODUCTOS Y/O SERVICIOS Y EFECTUAR TRANSACCIONES EN LÍNEA.”

NOMBRE/ RAZÓN SOCIAL:	Khogi-Kriterion	NIT	
------------------------------	-----------------	------------	--

PRESENTACIÓN INTEGRAL DE LA PROPUESTA – 40 PUNTOS

Corresponde a la presentación ante el panel evaluador que deberá hacer el PROPONENTE, donde deberá exponer las características, plan de trabajo y demás aspectos planteados en la propuesta presentada. Esta evaluación se realizará de acuerdo con la escala de Lickert

criterio	Puntuación Máxima	Puntaje Obtenido	Rango de evaluación					
COMPONENTE 1: ACCESO WEB								
El Proponente cuenta con los mecanismos para efectuar el diagnóstico en las Mipyme beneficiarias que permitan determinar el grado de acercamiento y/o desarrollo de acciones para tener presencia en Internet.	2,5	1,5	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Indeciso	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo	No los presento
			2,5	2	1,5	1	0,5	
El Proponente cuenta con procesos, técnicas, actividades y demás estrategias metodológicas necesarias y suficientes para el cumplimiento de este componente	2,5	1,5	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Indeciso	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo	No los presento
			2,5	2	1,5	1	0,5	
La plataforma de comercio electrónico cumple con los aspectos requeridos para la ejecución del proyecto	2,5	2	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Indeciso	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo	Ok
			2,5	2	1,5	1	0,5	
Componente 2: Web Shop / Marketing Digital								
La plataforma de comercio electrónico presentada ofrece una experiencia de usuario intuitiva	2,5	2	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Indeciso	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo	Lo que ofrecen al parecer cumple pero no se presento la plataforma
			2,5	2	1,5	1	0,5	
El Proponente incluye en su presentación las actividades y/o estrategias relacionadas con el plan de marketing que maximicen la accesibilidad y difusión de los productos y/o servicios de las Mipyme	2,5	2	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Indeciso	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo	Describe las estrategias pero no desglosa actividades
			2,5	2	1,5	1	0,5	
El mecanismo utilizado para la transferencia de conocimiento permite a la Mipyme una apropiación ágil y sencilla para poder realizar un manejo autónomo de la plataforma	2,5	2	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Indeciso	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo	No evidencia resultados de efectividad sobre las herramientas implementadas
			2,5	2	1,5	1	0,5	
Componente 3: Gestión de pagos								
Las características, costos, beneficios, canales de comunicación y procesos de vinculación con la pasarela de pagos se presentan de forma clara	2,5	2,5	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Indeciso	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo	Son PaceToPay
			2,5	2	1,5	1	0,5	
Cuentan con una propuesta de pasarela de pagos diferencial en cuanto a costos, tiempos y atención a las Mipyme beneficiarias	2,5	2	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Indeciso	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo	Es generalizada
			2,5	2	1,5	1	0,5	
El mecanismo utilizado para la transferencia de conocimiento permite a la Mipyme una apropiación ágil y sencilla para poder gestionar los servicios que ofrece la pasarela de pagos	2,5	2	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Indeciso	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo	No evidencia resultados de efectividad sobre las herramientas implementadas
			2,5	2	1,5	1	0,5	
Componente 4: Logística*								
Las características, costos, beneficios, canales de comunicación y procesos de vinculación con la empresa de logística se presentan de forma clara	2,5	1,5	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Indeciso	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo	No presento
			2,5	2	1,5	1	0,5	
Cuentan con una propuesta de servicios de la empresa de logística diferencial en cuanto a costos, tiempos y atención a las Mipyme beneficiarias	2,5	1,5	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Indeciso	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo	No presento
			2,5	2	1,5	1	0,5	
El mecanismo utilizado para la transferencia de conocimiento permite a la Mipyme una apropiación ágil y sencilla para poder gestionar los servicios que ofrece la empresa de logística	2,5	1,5	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Indeciso	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo	No presento
			2,5	2	1,5	1	0,5	
Componente 5: Postventa								
El Proponente incluye procesos para la reclamación y soporte al cliente final	2,5	1	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Indeciso	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo	No presento
			2,5	2	1,5	1	0,5	
Los mecanismos para recolectar información de los clientes finales son eficientes	2,5	1	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Indeciso	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo	No presento
			2,5	2	1,5	1	0,5	
El mecanismo utilizado para la transferencia de conocimiento permite a la Mipyme una apropiación ágil y sencilla para poder ofrecer una excelente atención al cliente	2,5	1	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Indeciso	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo	No presento
			2,5	2	1,5	1	0,5	
Tiempos de presentación de la propuesta								
El PROPONENTE cumplió con el tiempo establecido para la presentación de su propuesta	2,5	1,5	30 minutos	35 minutos	40 minutos	45 minutos	Más de 45 minutos	Les hizo falta terminar la presentación
			2,5	2	1,5	1	0,5	
TOTAL		26,5						

ESTRATEGIA ENFOCADA EN MIPYME - 25 PUNTOS

El PROPONENTE deberá indicar en su propuesta cual será el mecanismo para captar las MiPyme que serán beneficiarias del proyecto, las cuales deberán ascender a Mínimo DOS MIL (2.000) por operador. De igual manera, deberá plantear la estrategia regional bajo la cual abordará el desarrollo del objeto de la convocatoria.

Criterio	Puntuación Máxima	Puntaje Obtenido	Rango de evaluación				
			Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Indeciso	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
La metodología presentada en la propuesta garantiza la vinculación ágil y masiva de Mipymes	10	8	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Indeciso	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
			10	8	6	4	2
El PROPONENTE garantiza en la metodología incluida en su propuesta la regionalización del proyecto	8	4,8	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Indeciso	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
			8	6,4	4,8	3,2	1,6
El PROPONENTE garantiza en la metodología incluida en su propuesta la diversificación sectorial de las Mipyme a beneficiar	7	5,6	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Indeciso	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
			7	5,6	4,2	2,8	1,4

Observaciones
Enfocada en las bases de datos de las cajas de compensación
Presenta opciones pero no cubre todo el país
No se cuenta con evidencia suficiente
Propone

VALORES AGREGADOS – 25 PUNTOS

Corresponde a los elementos adicionales que hacen del modelo operativo del proponente el más óptimo para la prestación del servicio requerido, es decir cuáles son sus factores diferenciales. Lo anterior, debe redundar en beneficios para las Mipyme atendidas.

Criterio	Puntuación Máxima	Puntaje Obtenido	Observaciones				
			Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Indeciso	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
Los valores agregados, incluidos por el proponente, generan beneficios en la transformación de las Mipyme hacia su canal de ventas electrónico (Comercial)	10	4	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Indeciso	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
			10	8	6	4	2
Los valores agregados proporcionan un nivel de confianza mayor al cliente final (Técnico)	7	2,8	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Indeciso	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
			7	5,6	4,2	2,8	1,4
Los costos presentados en el formato "Valores Agregados" son razonables frente a la realidad del mercado (Técnico)	8	4,8	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Indeciso	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
			8	6,4	4,8	3,2	1,6
TOTAL		11,6					

Observaciones
No presentó
No presentó
Aceptables

Claudio Moreno: "No modificaré mi calificación, pues el documento explicando todo lo que ponen a disposición tuvo que explicarse en el momento necesario. Hay muchas mejores propuestas con valores agregados claros."

Guido Mazzanti: "El oferente puede referirse a los registros de los tiempos, donde se evidencia que se le concedió las mismas condiciones de los demás oferentes en este aspecto, y se evidencia el tiempo adicional por él requerido."

Para referencia del oferente en las demás inquietudes, puede referirse a mi formato de evaluación en las diferentes observaciones"

“CONVOCATORIA PARA CONTRATAR HASTA MÁXIMO CINCO (5) OPERADORES DE SERVICIO QUE CONTRIBUYAN A FACILITAR EL ACCESO, USO Y APROPIACIÓN DEL COMERCIO ELECTRÓNICO EN LAS MIPYME COLOMBIANAS, A TRAVÉS DE SOLUCIONES QUE LES PERMITAN COMERCIALIZAR SUS PRODUCTOS Y/O SERVICIOS Y EFECTUAR TRANSACCIONES EN LÍNEA.”

NOMBRE/ RAZÓN SOCIAL:	TotalCode	NIT
------------------------------	-----------	-----

PRESENTACIÓN INTEGRAL DE LA PROPUESTA – 40 PUNTOS

Corresponde a la presentación ante el panel evaluador que deberá hacer el PROPONENTE, donde deberá exponer las características, plan de trabajo y demás aspectos planteados en la propuesta presentada. Esta evaluación se realizará de acuerdo con la escala de Lickert							
criterio	Puntuación Máxima	Puntaje Obtenido	Rango de evaluación				
COMPONENTE 1: ACCESO WEB							
El Proponente cuenta con los mecanismos para efectuar el diagnóstico en las Mipyme beneficiarias que permitan determinar el grado de acercamiento y/o desarrollo de acciones para tener presencia en Internet.	2,5	2	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Indeciso	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
			2,5	2	1,5	1	0,5
El Proponente cuenta con procesos, técnicas, actividades y demás estrategias metodológicas necesarias y suficientes para el cumplimiento de este componente	2,5	1,5	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Indeciso	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
			2,5	2	1,5	1	0,5
La plataforma de comercio electrónico cumple con los aspectos requeridos para la ejecución del proyecto	2,5	2,5	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Indeciso	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
			2,5	2	1,5	1	0,5
Componente 2: Web Shop / Marketing Digital							
La plataforma de comercio electrónico presentada ofrece una experiencia de usuario intuitiva	2,5	2	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Indeciso	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
			2,5	2	1,5	1	0,5
El Proponente incluye en su presentación las actividades y/o estrategias relacionadas con el plan de marketing que maximicen la accesibilidad y difusión de los productos y /o servicios de las Mipyme	2,5	1,5	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Indeciso	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
			2,5	2	1,5	1	0,5
El mecanismo utilizado para la transferencia de conocimiento permite a la Mipyme una apropiación ágil y sencilla para poder realizar un manejo autónomo de la plataforma	2,5	2	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Indeciso	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
			2,5	2	1,5	1	0,5
Componente 3: Gestión de pagos							
Las características, costos, beneficios, canales de comunicación y procesos de vinculación con la pasarela de pagos se presentan de forma clara	2,5	2	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Indeciso	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
			2,5	2	1,5	1	0,5
Cuentan con una propuesta de pasarela de pagos diferencial en cuanto a costos, tiempos y atención a las Mipyme beneficiarias	2,5	1,5	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Indeciso	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
			2,5	2	1,5	1	0,5
El mecanismo utilizado para la transferencia de conocimiento permite a la Mipyme una apropiación ágil y sencilla para poder gestionar los servicios que ofrece la pasarela de pagos	2,5	1	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Indeciso	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
			2,5	2	1,5	1	0,5
Componente 4: Logística*							
Las características, costos, beneficios, canales de comunicación y procesos de vinculación con la empresa de logística se presentan de forma clara	2,5	2	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Indeciso	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
			2,5	2	1,5	1	0,5
Cuentan con una propuesta de servicios de la empresa de logística diferencial en cuanto a costos, tiempos y atención a las Mipyme beneficiarias	2,5	0,5	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Indeciso	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
			2,5	2	1,5	1	0,5
El mecanismo utilizado para la transferencia de conocimiento permite a la Mipyme una apropiación ágil y sencilla para poder gestionar los servicios que ofrece la empresa de logística	2,5	1	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Indeciso	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
			2,5	2	1,5	1	0,5

Componente 5: Postventa							
			Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Indeciso	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
El Proponente incluye procesos para la reclamación y soporte al cliente final	2,5	2	2,5	2	1,5	1	0,5
			Se expone que en el Módulo de clientes, por medio de formulario a un sistema de tickets, se planea cumplir en forma aceptable con este objetivo				
Los mecanismos para recolectar información de los clientes finales son eficientes	2,5	0,5	2,5	2	1,5	1	0,5
			No se puede evaluar la eficiencia de la plataforma con lo expuesto				
El mecanismo utilizado para la transferencia de conocimiento permite a la Mipyme una apropiación ágil y sencilla para poder ofrecer una excelente atención al cliente	2,5	1	2,5	2	1,5	1	0,5
			Se expone uso de Vídeos, lo que hace pensar que para las Mipyme difícilmente su cumpla con este objetivo				
Tiempos de presentación de la propuesta							
El PROPONENTE cumplió con el tiempo establecido para la presentación de su propuesta	2,5	2,5	30 minutos	35 minutos	40 minutos	45 minutos	Más de 45 minutos
			2,5	2	1,5	1	0,5
Se cumplió con el tiempo estipulado							
TOTAL		25,5					

“CONVOCATORIA PARA CONTRATAR HASTA MÁXIMO CINCO (5) OPERADORES DE SERVICIO QUE CONTRIBUYAN A FACILITAR EL ACCESO, USO Y APROPIACIÓN DEL COMERCIO ELECTRÓNICO EN LAS MIPYME COLOMBIANAS, A TRAVÉS DE SOLUCIONES QUE LES PERMITAN COMERCIALIZAR SUS PRODUCTOS Y/O SERVICIOS Y EFECTUAR TRANSACCIONES EN LÍNEA.”

NOMBRE/ RAZÓN SOCIAL:	TotalCode	NIT
-----------------------	-----------	-----

ESTRATEGIA ENFOCADA EN MIPYME - 25 PUNTOS

El PROPONENTE deberá indicar en su propuesta cual será el mecanismo para captar las MiPyme que serán beneficiarias del proyecto, las cuales deberán ascender a Mínimo DOS MIL (2.000) por operador. De igual manera, deberá plantear la estrategia regional bajo la cual abordará el desarrollo del objeto de la convocatoria.

Criterio	Puntuación Máxima	Puntaje Obtenido	Rango de evaluación				
			Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Indeciso	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
La metodología presentada en la propuesta garantiza la vinculación ágil y masiva de Mipymes	10	8	10	8	6	4	2
			Se expone el uso de Cámaras de comercio, universidades, con medios tradicionales y medios digital. Esquema de padrinos. Esto hace pensar que se puede cumplir en forma aceptable con el objetivo				
El PROPONENTE garantiza en la metodología incluida en su propuesta la regionalización del proyecto	8	6,4	8	6,4	4,8	3,2	1,6
			Se explica que se cuenta con 20 personas a nivel nacional, padrinos y multiplicadores, lo que hace pensar que se puede cumplir en forma aceptable con este objetivo				
El PROPONENTE garantiza en la metodología incluida en su propuesta la diversificación sectorial de las Mipyme a beneficiar	7	5,0	7	5,6	4,2	2,8	1,4
			Se explica que se cuenta con 20 personas a nivel nacional, padrinos y multiplicadores, lo que hace pensar que se puede cumplir en forma aceptable con este objetivo				
TOTAL		20					

“CONVOCATORIA PARA CONTRATAR HASTA MÁXIMO CINCO (5) OPERADORES DE SERVICIO QUE CONTRIBUYAN A FACILITAR EL ACCESO, USO Y APROPIACIÓN DEL COMERCIO ELECTRÓNICO EN LAS MIPYME COLOMBIANAS, A TRAVÉS DE SOLUCIONES QUE LES PERMITAN COMERCIALIZAR SUS PRODUCTOS Y/O SERVICIOS Y EFECTUAR TRANSACCIONES EN LÍNEA.”

NOMBRE/ RAZÓN SOCIAL:	TotalCode	NIT
-----------------------	-----------	-----

VALORES AGREGADOS – 25 PUNTOS

Corresponde a los elementos adicionales que hacen del modelo operativo del proponente el más óptimo para la prestación del servicio requerido, es decir cuáles son sus factores diferenciales. Lo anterior, debe redundar en beneficios para las Mipyme atendidas.

Criterio	Puntuación Máxima	Puntaje Obtenido	Observaciones				
			Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Indeciso	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
Los valores agregados, incluidos por el proponente, generan beneficios en la transformación de las Mipyme hacia su canal de ventas electrónico (Comercial)	10	2	10	8	6	4	2
			Los expuestos no se pueden considerar claros diferenciadores				
Los valores agregados proporcionan un nivel de confianza mayor al cliente final (Técnico)	7	1,4	7	5,6	4,2	2,8	1,4
			Los expuestos no se pueden considerar claros diferenciadores				
Los costos presentados en el formato "Valores Agregados" son razonables frente a la realidad del mercado (Técnico)	8	1,0	8	6,4	4,8	3,2	1,6
			Los expuestos no se pueden considerar claros diferenciadores				
TOTAL		5					

Sergio Zuluaga: “No modificaré la calificación; la totalidad de los componentes fueron evaluados de manera técnica y teniendo en cuenta los elementos presentados por el proponente.”

Así, se reitera i) la identificación en la propuesta de supuestos no acordes con la realidad de operación de proyectos, ii) falta de claridad en la implementación de las estrategias de comunicación, despliegue, selección y acompañamiento de empresas, e ii) insuficiencia en el dimensionamiento de los procesos de apropiación y transformación tecnológica.”

Rene Hoyos: “Se observa que el proponente en su metodología beneficiará a mipymes de varias regiones y sectores, sin embargo, no es clara la vinculación masiva de mipymes al proyecto como es requerido.

Aunque hay valores agregados, no es claro que con los mismos benefician la transformación de las mipymes hacia su canal”

Por lo tanto NO se acogen sus observaciones y se mantienen la calificación otorgada.

OBSERVACIONES PRESENTADAS POR EL PROPONENTE GRAN PANDA S.A.S recibida por correo electrónico el día 19 de diciembre de 2017 a las 05:01 p.m.; las cuales se transcriben así:

Por medio de la presente solicitamos declarar viable la propuesta económica presentada por Gran Panda S.A.S. la cual según el informe de evaluación técnica y económica se rechaza por no incluir el IVA discriminado de la actividad Implementación Página Web y por esto no poder hacer la corrección aritmética.

“Se rechaza la propuesta económica, toda vez que el valor del IVA discriminado en la oferta no incluye la actividad "Implementación Página Web transaccional por Mipyme ", lo cual no es susceptible de corrección aritmética.” Pg. 28 Informe de Evaluación Técnica y Económica.

A continuación exponemos la explicación por la cual no se discriminó el IVA de dicha actividad y porque sí se podría hacer la corrección aritmética con el valor presentado por Gran Panda S.A.S.:

1. Como parte de los incentivos de la reforma tributaria de 2016 para el crecimiento de la Industria informática, algunos servicios IT, como el desarrollo de aplicaciones web y páginas web, quedaron excluidos de IVA (Ley 1819 de 2016, artículo 187, que modifica el artículo 476 del Estatuto Tributario).

“ARTÍCULO 187°, Adiciónense cuatro numerales al artículo 476 del Estatuto Tributario, así:
(...).

24. **Suministro de páginas web**, servidores (hosting), computación en la nube (cloud computing) y mantenimiento a distancia de programas y equipos.
(...)” (Subrayado fuera del texto).

El artículo al que se adicionan los cuatro numerales, especifica que esos son servicios EXCLUIDOS del impuesto sobre las ventas IVA:

“Artículo 476. SERVICIOS EXCLUIDOS DEL IMPUESTO SOBRE LAS VENTAS. Se exceptúan del impuesto los siguientes servicios:” - Estatuto Tributario Colombiano.

Adicionalmente, la DIAN mediante concepto 16790 de 22 de junio de 2017, afirmó que: “Sobre el numeral 24 del artículo 476 del Estatuto Tributario, este Despacho encuentra que **su aplicación rige a partir del 1 de enero del 2017**. Sin perjuicio, de la facultad reglamentaria del Gobierno nacional de desarrollar la materia en virtud del numeral 11 del artículo 189 de la Carta Política.”
(Subrayado fuera del texto).

Uno de los grandes componentes de la CONVOCATORIA N° PAF-TIC-PS-001 -2017 es el Acceso Web y Web Shop dónde se solicita el desarrollo de la página web o aplicación móvil:

“Diseñar y construir el sitio web, solución o aplicación móvil para las MiPymes beneficiarias de acuerdo con las necesidades identificadas”. Pg 10. Términos de referencia Convocatoria N° PAF-TIC-PS-001 -2017.

Como este es uno de los servicios que más inversión en tiempo y recursos requiere por parte del operador al que le sea asignada dicha convocatoria y por reforma tributaria este DEBERÍA ser un servicio EXCLUIDO del impuesto sobre las ventas, realizamos la discriminación de dicha parte de los servicios.

2. Por otra parte, la realización de la media aritmética se realiza sobre el valor total de la propuesta sin importar la discriminación del IVA ya que en ninguna de las fórmulas para la evaluación económica se discrimina el valor con y sin IVA, siempre se contempla el valor TOTAL de la propuesta la cual está clara en la propuesta económica presentada por Gran Panda S.A.S. “VI = Valor total de cada una de las Ofertas i, sin decimales.”

Según esto es completamente viable realizar la corrección aritmética con el valor total de la propuesta económica presentada por Gran Panda S.A.S.

Por consiguiente, solicitamos a Findeter declarar viable la propuesta económica de Gran Panda S.A.S. toda vez que se rige a los beneficios tributarios de la última reforma tributaria.

RESPUESTA:

Teniendo en cuenta la información brindada por el proponente, se acogen sus observaciones y se habilita su propuesta económica y se procede a su calificación.

OBSERVACIONES PRESENTADAS POR EL PROPONENTE GEXTION S.A.S recibida por correo electrónico el día 19 de diciembre de 2017 a las 10:01 p.m.; las cuales se transcriben así:

En los Términos de Referencia, en el numeral 1.1.1.1.1. **COMPONENTE 1: ACCESO WEB Y/O MÓVIL**, específicamente en el apartado **GENERALIDADES PLATAFORMA DE COMERCIO ELECTRÓNICO** se menciona lo siguiente:

"Corresponde al componente de hardware y software que soportará las tiendas virtuales. La plataforma de comercio electrónico (e-Commerce) deberá cumplir con los siguientes requisitos técnicos mínimos:

- ✓ La plataforma de comercio electrónico (E-commerce) deberá estar implementada en la nube, en un modelo "SaaS Multi-tenant Architecture Cloud", proporcionando escalabilidad automática de las tiendas virtuales, brindando seguridad y reduciendo los costos de mantenimiento y soporte técnico.
- ✓ Por lo tanto, se descarta cualquier plataforma que funcione on-premise y que no sea autoescalable. A su vez, la plataforma deberá incluir todos los módulos que se presentarán en los "Requisitos Habilitantes de orden técnico", de manera nativa (built-in), es decir, no a través de plugins creados por terceros (third party), para garantizar la compatibilidad con el resto de funcionalidades de la aplicación y la seguridad de las tiendas."

Adicionalmente, en el numeral **3.1.3.1.2 ESPECIFICACIONES DE SOFTWARE/PLATAFORMA DE COMERCIO ELECTRÓNICO** se menciona lo siguiente:

"(...)

NOTA: Con la entrega de la propuesta se deberá adjuntar toda información técnica que soporte el cumplimiento de los requerimientos citados anteriormente, incluyendo el nombre del fabricante y/o proveedor de la plataforma.

"(...)"

Basados en lo anteriormente citado y una vez revisada las propuestas presentadas y que fueron habilitadas, a continuación tenemos las siguientes observaciones:

1. CONSORCIO COORDI ECOMMERCE MYPIMES 2017:

Para la plataforma presentada "VENDESFACIL":

- Módulo PIM:

No posee ordenamiento automático y manual de los productos en el sitio web, de acuerdo a los productos disponibles.

2. GRAN PANDA S.A.S.:

Para la plataforma presentada "SHOPIFY":

- Módulo PIM:

No posee ordenamiento automático y manual de los productos en el sitio web, de acuerdo a los productos disponibles.

- Módulo WMS:

No posee el módulo WMS de manera nativa built-in, como es requerido por los términos de referencia. Posee un IMS (Inventory Management System) para gestión de inventario, pero no un WMS con las siguientes funcionalidades, de manera nativa, requeridas por los TDR:

- Gestión de inventario disponible y reservado por pedidos actualmente en proceso.
- Gestión de picking / packing.
- Gestión reportística de los productos, bienes o servicios disponibles en cada una de las bodegas.
- Programación automática de recogida del pedido en la bodega.

• Módulo Marketing:

No posee módulos de Email Marketing nativos, sino que son plugins desarrollados por empresas "third party" (como Mailchimp <https://apps.shopify.com/mailchimp>).

3. CONSORCIO E-COMMERCE FACTORY:

Para la plataforma presentada "TOTALCODE OMNICOMMERCE":

- Asistente para Creación de Sitios Web:

No posee.

- Módulo CMS:

No posee personalización de contenidos de acuerdo a datos demográficos o comportamentales del usuario.

- Módulo Marketing:

No posee módulos de Email Marketing nativos, si no que son plugins desarrollados por empresas "third party".

4. UNION TEMPORAL ELVECINO ECOMMERCE:

Para la plataforma presentada "ELVECINO.COM":

- Módulo PIM:

No posee ordenamiento automático y manual de los productos en el sitio web, de acuerdo a los productos disponibles.

- Módulo CMS:

No posee personalización de contenidos de acuerdo a datos demográficos o comportamentales del usuario.

- Módulo WMS:

No posee gestión de ruta óptima para la entrega de los productos, bienes o servicios según la geolocalización de los usuarios-clientes, teniendo presente los tiempos de entrega establecidos.

- Gestión de picking / packing.
- Gestión reportística de los productos, bienes o servicios disponibles en cada una de las bodegas.
- Programación automática de recogida del pedido en la bodega.

□ Módulo Marketing:

No posee módulos de Email Marketing nativos, si no que son plugins desarrollados por empresas "third party".

5. DU BRAND S.A.S.:

Para la plataforma presentada "LOCAL CASTAWAY":

➤ Módulo PIM:

No posee ordenamiento automático y manual de los productos en el sitio web, de acuerdo a los productos disponibles.

➤ Módulo CMS:

No posee personalización de contenidos de acuerdo a datos comportamentales del usuario.

➤ Módulo WMS:

No posee.

6. UNION TEMPORAL KOGUI - KRITERION:

Para la plataforma presentada "IKONHO":

➤ Módulo PIM:

- No posee gestión de la información asociada a los productos, tales como categorías, título, descripción, precios, imágenes, etc.
- No posee actualización de productos de manera singular y masiva a través de archivos CSV.
- No posee ordenamiento automático y manual de los productos en el sitio web, de acuerdo a los productos disponibles.
- No posee gestión de precios de acuerdo al tipo de cliente, ciudad y fecha, por ejemplo para poder programar a priori los precios / saldos de los productos.

➤ Módulo CMS:

- No posee personalización de contenidos de acuerdo a datos demográficos o comportamentales del usuario.
- No posee gestión SEO en los contenidos y landing pages.
- No posee importación y exportación de contenidos de manera masiva a través de archivos CSV.

De acuerdo a lo anterior solicitamos muy respetuosamente sean evaluadas las plataformas de acuerdo a las especificaciones técnicas de los TDR y sean declaradas las propuestas como **NO CUMPLEN**.

RESPUESTA:

Con respecto a las observaciones del interesado, se procede a responder de forma individual por cada uno de los Proponentes que superaron los requisitos habilitantes de orden técnico.

1. CONSORCIO COORDI ECOMMERCE MYPIMES 2017

El proponente incluye en su propuesta (folio 263), las especificaciones del Módulo PIM, de la siguiente manera:

2.1.2 Módulo PIM (Product Information Management)

En La plataforma VendesFácil la MiPyme beneficiaria contará con un módulo para gestionar lo referente a su catálogo de productos, haciendo publicaciones con información básica o con información muy detallada y enriquecida de los productos, y de forma progresiva según necesite. Podrá realizar carga de productos de forma singular o masiva a través de archivos CSV o XLS, con hasta 10 imágenes, video de Youtube, descripción en HTML y especificaciones técnicas, variaciones del producto y otros atributos complementarios que pueda tener.

La MiPyme tendrá la posibilidad de gestionar los inventarios detallado por variaciones sea uno a uno o por carga masiva, al igual que los precios (por producto y/o por variaciones, sin oferta y con ofertas programables por rangos de fechas, con posibilidad de fijar costo de transporte incluido en el precio). La MiPyme podrá definir el orden en el que quiere que se muestren los productos en el catálogo de la tienda virtual y definir si quiere que el producto se muestre con etiqueta de oferta o nuevo; en caso de no definir orden o etiqueta se determinarán de forma automática.

Así mismo en el segundo párrafo, el Proponente especifica “(...) en caso de no definir orden o etiqueta se determinarán de forma automática.”

Adicionalmente, el principio de la buena fe que rige las actuaciones de la Contratante; de conformidad, entre otras, con las siguientes normas: artículo 1603 del código civil, buena fe precontractual artículo 871 del código de comercio, derecho de ratificación artículo 844 código de comercio, artículo 83 de la Constitución Política que establece: “*las actuaciones de los particulares y de las autoridades públicas deberán ceñirse a los postulados de la buena fe, la cual se presumirá en todas las gestiones que aquellos adelanten ante éstas*”, nos permiten aceptar todo el contenido estipulado en las propuestas presentadas. Sin embargo, una vez seleccionados los Operadores de Servicios, la empresa designada por la Contratante para realizar la Interventoría visitará a cada uno de estos para verificar que cuenten técnicamente con todas las características presentadas en su propuesta, como lo estipula el Capítulo II DISPOSICIONES GENERALES,

Subcapítulo I GENERALIDADES, numeral 1.49 INTERVENTORIA DEL CONTRATO de los términos de referencia:

“Las actividad consistente en controlar, exigir, absolver, acompañar y verificar el cumplimiento de las obligaciones del CONTRATO DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS que resulte del presente proceso de selección se realizará a través de la INTERVENTORÍA, la cual será ejecutada por la persona natural o jurídica que designe LA CONTRATANTE, quien desempeñará las funciones previstas en el Manual de Interventoría del PATRIMONIO AUTÓNOMO DENOMINADO PA FINDETER PAF vigente, las Reglas de Participación de los términos de referencia y el Contrato.”

Por lo tanto, no se acoge la observación de rechazo del Proponente, ya que SI cumple con este requisito.

2. GRAN PANDA S.A.S.

De conformidad con el documento de solicitud de subsanación publicado el 7 de noviembre del 2017 y de acuerdo a las **REGLAS DE SUBSANABILIDAD** dispuestas en el numeral 1.29, Subcapítulo I, Capítulo II, de los Términos de Referencia de la presente convocatoria, que establecen:

“El oferente tiene la carga de presentar su oferta en forma íntegra, esto es, respondiendo todos los aspectos de los Términos de Referencia y adjuntando todos los documentos de soporte o prueba de las condiciones que pretenda hacer valer en la convocatoria.

Las solicitudes de subsanación se efectuarán en el “Documento de Solicitud de Subsanabilidad” que la entidad publicará en la fecha establecida en el cronograma, con el fin que los proponentes aclaren, aporten información o documentos tendientes a subsanar la propuesta, siempre y cuando los mismos puedan ser objeto de subsanabilidad.

Los proponentes deberán allegar dentro del término preclusivo y perentorio que para el efecto se fije en el cronograma, las subsanaciones requeridas, de manera escrita, en archivo PDF al correo electrónico conveniomintic@findeter.gov.co, o radicarlo en original y dos (2) copias debidamente foliadas en las instalaciones de FINDETER, ubicada en la Calle 103 # 19 – 20 Bogotá cuyo horario de atención al público es en jornada continua de lunes a jueves de 8:00 a 17:00 horas y los viernes de 7:00 a 17:00 horas, dirigido a la Dirección de Contratación, así mismo aquellos documentos que requieran presentación en original, no serán admitidos en correo electrónico, de modo que deberán radicarse en físico y original dentro de los horarios de atención señalados. No serán tenidas en cuenta las recibidas de manera extemporánea ni las radicadas en la Fiduciaria o lugar distinto al señalado.

En el evento en que la entidad no haya advertido la ausencia de un requisito habilitante y por ende, no lo haya requerido en el “Documento de Solicitud de Subsanabilidad”, o advierta la necesidad de aclaración o explicación en cualquier momento de la convocatoria, podrá solicitar a los proponentes para que alleguen los documentos, aclaraciones o explicaciones en el término que para el efecto le fije en el requerimiento.

Todos aquellos requisitos de la propuesta que afecten la asignación de puntaje o relacionados con la falta de capacidad, no podrán ser objeto de subsanación, por lo que, los mismos deben ser aportados por los proponentes desde el momento mismo de la presentación de la oferta.

Con ocasión de la(s) solicitud(es) de subsanación para habilitar la propuesta o de aclaración, los proponentes no podrán modificar, adicionar o mejorar sus ofertas.”

Se le solicitó al Proponente aclarar entre otros puntos, el siguiente:

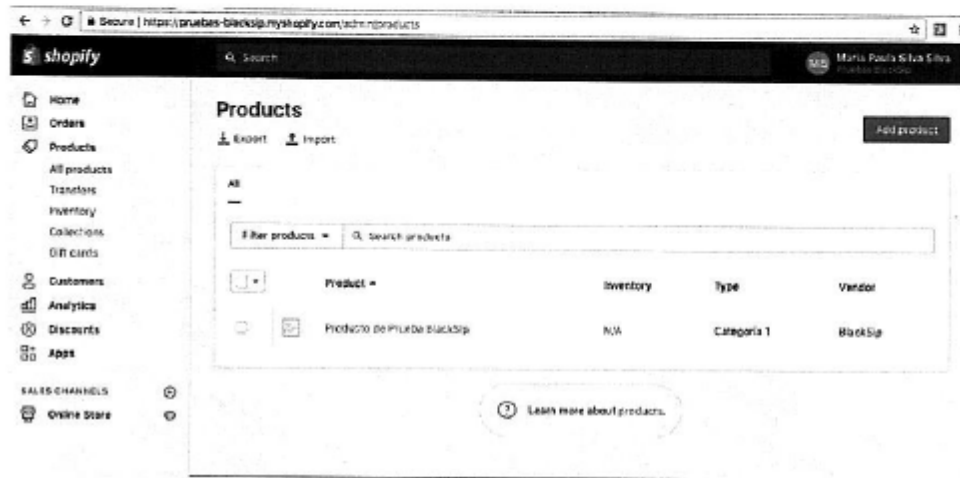
“En el numeral 3.1.3.1.2 ESPECIFICACIONES DE SOFTWARE/PLATAFORMA DE COMERCIO ELECTRÓNICO, SUBCAPITULO III, VERIFICACIÓN DE REQUISITOS HABILITANTES DE CARÁCTER JURÍDICO, TÉCNICO Y FINANCIERO, CAPÍTULO II DISPOSICIONES GENERALES, de los términos de referencia de la convocatoria se especifica que (...)”

Por lo tanto, el Proponente radicó en la entidad el 14 de noviembre de 2017, documento con sus comentarios a la solicitud de subsanación con número de radicado 120171000034377, en donde aclara lo siguiente:

b. Módulo PIM (Product Information Management):

Shopify cuenta con el módulo de Productos. En este módulo se realiza toda la gestión de información de los productos (bienes y/o servicios). En este módulo se pueden realizar las siguientes acciones:

- Gestión de la información asociada a los productos, tales como categorías, título, descripción, precios, imágenes, etc.
- Actualización de productos de manera singular y masiva a través de archivos CSV, a través de la funcionalidad Import / Export.
- Ordenamiento automático y de forma manual de los productos en el sitio web, de acuerdo a los productos disponibles.



f. Módulo WMS (Warehouse Management System):

Shopify cuenta con un módulo de manejo de inventarios dentro de la sección de producto.


Dentro de este módulo se puede:

- Gestionar el inventario disponible y reservado por pedidos actualmente en proceso de cada uno de los productos creados (Siempre y cuando el producto requiera manejo de inventario).
- Gestión para hacer el proceso de Picking y packing de los productos de cada orden.

- Gestión de reportes de los productos disponibles y sus cantidades en Stock en cada una de las bodegas.
- Programación automática de recogida del pedido en la bodega (Esto según la integración con Coordinadora).

All

Filter products ▾ 🔍 Search products

<input type="checkbox"/>	Product	Inventory	Type	Vendor
<input type="checkbox"/>	 Producto de Prueba BlackSip	5 in stock	Categoría 1	BlackSip

Inventory

SKU (Stock Keeping Unit)

Barcode (ISBN, UPC, GTIN, etc.)


Inventory policy

Quantity

Allow customers to purchase this product when it's out of stock

All

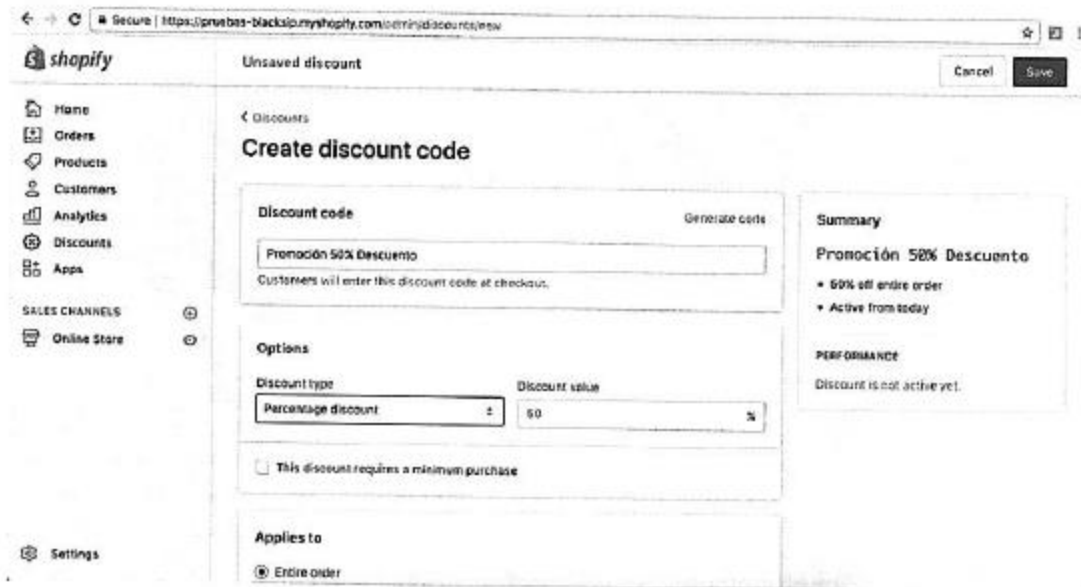
Filter variants ▾ 🔍 Search variants

<input type="checkbox"/>	Product variant	SKU	When sold out	Incoming	Quantity	Update quantity	
<input type="checkbox"/>	 Producto de Prueba BlackSip	5	Stop selling	0	5	Add	Set 0 Save

g. Módulo de Marketing:

Shopify cuenta con un módulo de gestión de promociones que permite:

- Realizar de promociones de producto.
- Gestión de precios y promociones.
- Gestión centralizada de campañas de marketing *Adwords, Newsletter, Banners*.



Adicionalmente shopify cuenta con Integraciones nativas con herramientas de Email Marketing como Mailchimp para la automatización de envío de emails o a los clientes en función de su comportamiento, para poder recuperar carritos abandonados, enviarles *newsletters* personalizadas, etc.

“MailChimp para Shopify te ayuda a mantener el contacto con los clientes que ya han comprado productos en tu tienda de Shopify.

Conecta MailChimp para Shopify y sincronizaremos automáticamente los clientes y sus datos de compra a MailChimp. Usa los datos de Shopify para crear campañas específicas, o usa nuestro enlace de seguimiento de comercio electrónico para rastrear las ventas y medir tu ROI.

En este artículo, aprenderás a instalar MailChimp para Shopify, a ver tus clientes en MailChimp y a enviar correos electrónicos desde Shopify.”

Fuente: <https://kb.mailchimp.com/es/integrations/e-commerce/use-mailchimp-for-shopify>

Adicionalmente, el principio de la buena fe que rige las actuaciones de la Contratante; de conformidad, entre otras, con las siguientes normas: artículo 1603 del código civil, buena fe precontractual artículo 871 del código de comercio, derecho de ratificación artículo 844 código de comercio, artículo 83 de la Constitución Política que establece: “*las actuaciones de los particulares y de las autoridades públicas deberán ceñirse a los*

postulados de la buena fe, la cual se presumirá en todas las gestiones que aquellos adelanten ante éstas”, nos permiten aceptar todo el contenido estipulado en las propuestas presentadas. Sin embargo, una vez seleccionados los Operadores de Servicios, la empresa designada por la Contratante para realizar la Interventoría visitará a cada uno de estos para verificar que cuenten técnicamente con todas las características presentadas en su propuesta, como lo estipula el Capítulo II DISPOSICIONES GENERALES, Subcapítulo I GENERALIDADES, numeral 1.49 INTERVENTORIA DEL CONTRATO de los términos de referencia:

“Las actividad consistente en controlar, exigir, absolver, acompañar y verificar el cumplimiento de las obligaciones del CONTRATO DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS que resulte del presente proceso de selección se realizará a través de la INTERVENTORÍA, la cual será ejecutada por la persona natural o jurídica que designe LA CONTRATANTE, quien desempeñará las funciones previstas en el Manual de Interventoría del PATRIMONIO AUTÓNOMO DENOMINADO PA FINDETER PAF vigente, las Reglas de Participación de los términos de referencia y el Contrato.”

Por lo anterior, no se acoge la observación de rechazo del Proponente, ya que SI cumple con estos requisitos.

3. CONSORCIO E-COMMERCE FACTORY

El proponente incluye en su propuesta (folio 130), las especificaciones del Módulo CMS, el cual incluye el Asistente para creación de sitios web a través del “editor WYSIWYG de desde navegador, capacidad edición HTML, CSS y Javascript, aplicación de cambios en tiempos real, creación de páginas personalizadas, creación de landing pages (...)”, así:

El BackOffice (administrador) Incluye los siguientes módulos y funcionalidades :

Un módulo CMS (content Management System) completo, Editor WYSIWYG desde navegador, , capacidad edición HTML, CSS y Javascript, Aplicación de cambios en tiempo real, creación de paginas personalizadas, creación de landing pages, gestión de banners y carruseles, creación de formularios, encuestas solicitudes. Cuenta con registro de base de datos recopilados en formularios y numero de paginas ilimitado. Y permite hacer importaciones y exportaciones a través de archivos CSV.

La Optimización SEO, Permite personalizar URLs de productos, categorías, grupos y páginas de contenido amigables y optimizadas para buscadores, Con HTML optimizado para buscadores, meta tags optimizados para buscadores, uso de microdata para buscadores, herramientas de comparación de precios y Google Shopping. Adicionalmente redirección 301 automática entre dominio no-www

Adicionalmente, en la Adenda No. 4, publicada el 4 de octubre del 2017 se modificó el numeral 3.1.3.1.2 ESPECIFICACIONES DE SOFTWARE/PLATAFORMA DE COMERCIO ELECTRÓNICO, SUBCAPITULO III, VERIFICACIÓN DE REQUISITOS HABILITANTES DE CARÁCTER JURÍDICO, TÉCNICO Y FINANCIERO, CAPÍTULO II DISPOSICIONES GENERALES, así:

“(…)

c. Módulo CMS (Content Management System):

Corresponde al módulo para la gestión del contenido que se mostrará en el sitio web y/o aplicación móvil. El módulo deberá contar con las siguientes funcionalidades:

- ~~Personalización de contenidos de acuerdo a datos demográficos o comportamentales del usuario.~~
 - Gestión SEO en los contenidos y landing pages.
 - Importación y exportación de contenidos de manera masiva a través de archivos CSV.
- (...)"

Por lo tanto, los Proponentes no debían cumplir con este requisito dentro del Módulo CMS.

Finalmente, con respecto al Módulo de marketing el Proponente en el documento técnico de subsanabilidad radicado en la Entidad el 14 de noviembre del 2017 con el número de radicado 12017100003448, informa lo siguiente:

Documento Técnico de subsanalidad TotalCode Puntos 4 y 5

4. Solicitud Referente a numeral 1.3.1.2 Especificaciones software /plataforma

4.1 Modulo de Marketing

- **Gestión centralizada de campañas de marketing a través de Banners**, TotalCode, cuenta con una sección de banners dentro de su modulo funcional de marketing : Que le permite gestionar centralizadamente los banners para el home, y para cada página de contenido, grupo de productos



Gestión Banners

- **Integraciones nativas con herramientas de Email Marketing y Newsletters:**

TotalCode está integrado con Mailchimp, EmBlue, SilverPop y Contant Contact y tiene capacidad de integrarse con cualquier herramienta de emailing y newsletters que cuente con un api o webservice .

Dentro del modulo de marketing solo es cuestión de ingresar las credenciales de acceso a las herramientas de email marketing y newsletters en la configuración de TotalCode y listo:

Notificaciones SMS	
Compañía: Inalambria	Indicativo País: 57
Usuario: [icon]	Contraseña: [icon]
EmBlue	
Token: xxxxxxxxxxxx	Contraseña: [icon]
Usuario: abababa	
SilverPop	
Cuenta:	Contraseña:

Panel de configuración emailing y newsletters – Gestión centralizada de campañas de marketing a través de Newsletter

- Por lo tanto posee Integración nativa con herramientas para la automatización de envío de emails o notificaciones push a los clientes en función de su comportamiento, para poder recuperar carritos abandonados, enviarles newsletters, personalizadas, etc:

TotalCode en general no requiere integración con herramientas externas para enviar correos transaccionales: Se envían automáticamente desde el mismo sistema TotalCode basado en la configuración del sistema que ha hecho el usuario. Sin embargo, opcionalmente se pueden dirigir los correos transaccionales a una herramienta como Emblue para que ésta los envíe.



De conformidad con el documento, al establecer el Proponente que posee integración nativa con herramientas para la automatización de envío de emails o notificaciones push (...) cumple con lo estipulado en el acápite **GENERALIDADES PLATAFORMA DE COMERCIO ELECTRÓNICO**, por lo que no se acogen las observaciones de rechazo del Proponente, ya que SI cumple con estos requisitos.

Adicionalmente, el principio de la buena fe que rige las actuaciones de la Contratante; de conformidad, entre otras, con las siguientes normas: artículo 1603 del código civil, buena fe precontractual artículo 871 del código de comercio, derecho de ratificación artículo 844 código de comercio, artículo 83 de la Constitución Política que establece: *“las actuaciones de los particulares y de las autoridades públicas deberán ceñirse a los postulados de la buena fe, la cual se presumirá en todas las gestiones que aquellos adelanten ante éstas”*, nos permiten aceptar todo el contenido estipulado en las propuestas presentadas. Sin embargo, una vez seleccionados los Operadores de Servicios, la empresa designada por la Contratante para realizar la Interventoría visitará a cada uno de estos para verificar que cuenten técnicamente con todas las características presentadas en su propuesta, como lo estipula el Capítulo II DISPOSICIONES GENERALES, Subcapítulo I GENERALIDADES, numeral 1.49 INTERVENTORIA DEL CONTRATO de los términos de referencia:

“Las actividad consistente en controlar, exigir, absolver, acompañar y verificar el cumplimiento de las obligaciones del CONTRATO DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS que resulte del presente proceso de selección se realizará a través de la INTERVENTORÍA, la cual será ejecutada por la persona natural o jurídica que designe LA CONTRATANTE, quien desempeñará las funciones previstas en el Manual de

Interventoría del PATRIMONIO AUTÓNOMO DENOMINADO PA FINDETER PAF vigente, las Reglas de Participación de los términos de referencia y el Contrato.”

4. UNION TEMPORAL ELVECINO ECOMMERCE

El proponente incluye en su propuesta (folio 96), las especificaciones del Módulo PMI, el cual está conformado por sub módulos dentro de los cuales se encuentra el titulado como “Relacionados”, el cual de “*forma programática con el motor del sistema o de manera manual, se podrán configurar grupos de productos relacionados o complementarios para ofrecer una mejor experiencia al comprador*”, tal como se evidencia en el siguiente texto:

Tarjetas de Regalo: Crear y administrar códigos para tarjetas de regalo redimibles en el eCommerce de cada comercio.

Reviews: Este módulo permite leer y administrar los comentarios y revisiones de todos los productos del comercio, de tal manera que las empresas tendrán una retroalimentación de los clientes de sus productos en el mercado.

Descuentos: Para fines de mercadeo, cambios de colección o simplemente rotación de mercancía, el sistema permite configurar descuentos en un rango de fechas, por compras agrupadas o reglas específicas del negocio.

Relacionados: De forma programática con el motor del sistema o de manera manual se podrán configurar grupos de productos relacionados o complementarios para ofrecer una mejor experiencia al comprador.

Importar / Exportar: El sistema permite importar o exportar los productos segmentados a petición de los usuarios.

Además de esto el sistema notificará en caso de cantidades bajas, comentarios sobre los productos, compras y redenciones.

Adicionalmente, en la Adenda No. 4, publicada el 4 de octubre del 2017 se modificó el numeral 3.1.3.1.2 ESPECIFICACIONES DE SOFTWARE/PLATAFORMA DE COMERCIO ELECTRÓNICO, SUBCAPITULO III, VERIFICACIÓN DE REQUISITOS HABILITANTES DE CARÁCTER JURÍDICO, TÉCNICO Y FINANCIERO, CAPÍTULO II DISPOSICIONES GENERALES, así:

“(…)

c. Módulo CMS (Content Management System):

Corresponde al módulo para la gestión del contenido que se mostrará en el sitio web y/o aplicación móvil. El módulo deberá contar con las siguientes funcionalidades:

- *Personalización de contenidos de acuerdo a datos demográficos o comportamentales del usuario.*
- *Gestión SEO en los contenidos y landing pages.*
- *Importación y exportación de contenidos de manera masiva a través de archivos CSV.*

“(…)”

Por lo tanto, los Proponentes no debían cumplir con este requisito dentro del Módulo CMS.

También, en la Adenda No. 4, publicada el 4 de octubre del 2017 se modificó el numeral 3.1.3.1.2 ESPECIFICACIONES DE SOFTWARE/PLATAFORMA DE COMERCIO ELECTRÓNICO, SUBCAPITULO III, VERIFICACIÓN DE REQUISITOS HABILITANTES DE CARÁCTER JURÍDICO, TÉCNICO Y FINANCIERO, CAPÍTULO II DISPOSICIONES GENERALES, así:

“(…)

f. Módulo WMS (Warehouse Management System):

Corresponde al módulo para la gestión del inventario. El módulo deberá contar con las siguientes funcionalidades:

- *Gestión de inventario disponible y reservado por pedidos actualmente en proceso.*
- *Gestión de picking / packing.*
- *Gestión ~~reportística~~ **de reportes** de los productos, bienes o servicios disponibles en cada una de las bodegas.*
- *Programación automática de recogida del pedido en la bodega.*

“(…)”

Por lo tanto, no se solicita gestión de ruta óptima para la entrega de los productos, bienes o servicios según la geo localización de los usuarios clientes, teniendo presente los tiempos de entrega establecida.

Con respecto, a los demás ítems contenidos en este módulo a través del documento de solicitud de subsanación publicado el 7 de noviembre del 2017 y de acuerdo a las **REGLAS DE SUBSANABILIDAD** dispuestas en el numeral 1.29, Subcapítulo I, Capítulo II, de los Términos de Referencia de la presente convocatoria, que establecen:

“El oferente tiene la carga de presentar su oferta en forma íntegra, esto es, respondiendo todos los aspectos de los Términos de Referencia y adjuntando todos los documentos de soporte o prueba de las condiciones que pretenda hacer valer en la convocatoria.

Las solicitudes de subsanación se efectuarán en el “Documento de Solicitud de Subsanabilidad” que la entidad publicará en la fecha establecida en el cronograma, con el fin que los proponentes aclaren, aporten información o documentos tendientes a subsanar la propuesta, siempre y cuando los mismos puedan ser objeto de subsanabilidad.

Los proponentes deberán allegar dentro del término preclusivo y perentorio que para el efecto se fije en el cronograma, las subsanaciones requeridas, de manera escrita, en archivo PDF al correo electrónico conveniomintic@findeter.gov.co, o radicarlo en original y dos (2) copias debidamente foliadas en las instalaciones de FINDETER, ubicada en la Calle 103 # 19 – 20 Bogotá cuyo horario de atención al público es en jornada continua de lunes a jueves de 8:00 a 17:00 horas y los viernes de 7:00 a 17:00 horas, dirigido a la Dirección de Contratación, así mismo aquellos documentos que requieran presentación en original, no serán admitidos en correo electrónico, de modo que deberán

radicarse en físico y original dentro de los horarios de atención señalados. No serán tenidas en cuenta las recibidas de manera extemporánea ni las radicadas en la Fiduciaria o lugar distinto al señalado.

En el evento en que la entidad no haya advertido la ausencia de un requisito habilitante y por ende, no lo haya requerido en el “Documento de Solicitud de Subsanabilidad”, o advierta la necesidad de aclaración o explicación en cualquier momento de la convocatoria, podrá solicitar a los proponentes para que alleguen los documentos, aclaraciones o explicaciones en el término que para el efecto le fije en el requerimiento.

Todos aquellos requisitos de la propuesta que afecten la asignación de puntaje o relacionados con la falta de capacidad, no podrán ser objeto de subsanación, por lo que, los mismos deben ser aportados por los proponentes desde el momento mismo de la presentación de la oferta.

Con ocasión de la(s) solicitud(es) de subsanación para habilitar la propuesta o de aclaración, los proponentes no podrán modificar, adicionar o mejorar sus ofertas.”

En dicho documento, se le solicita al Proponente aclarar entre otros puntos lo siguiente:

“En el numeral 3.1.3.1.2 ESPECIFICACIONES DE SOFTWARE/PLATAFORMA DE COMERCIO ELECTRÓNICO, SUBCAPITULO III, VERIFICACIÓN DE REQUISITOS HABILITANTES DE CARÁCTER JURÍDICO, TÉCNICO Y FINANCIERO, CAPÍTULO II DISPOSICIONES GENERALES, de los términos de referencia de la convocatoria se especifica que (...)”

Por lo tanto, el Proponente envió a la Entidad el 14 de noviembre de 2017 a las 4:42 p.m. correo electrónico, en donde aclara lo siguiente:

Solicitud. en Módulo WMS (Warehouse Management System) a:
- Programación automática de recogida del pedido en la bodega.

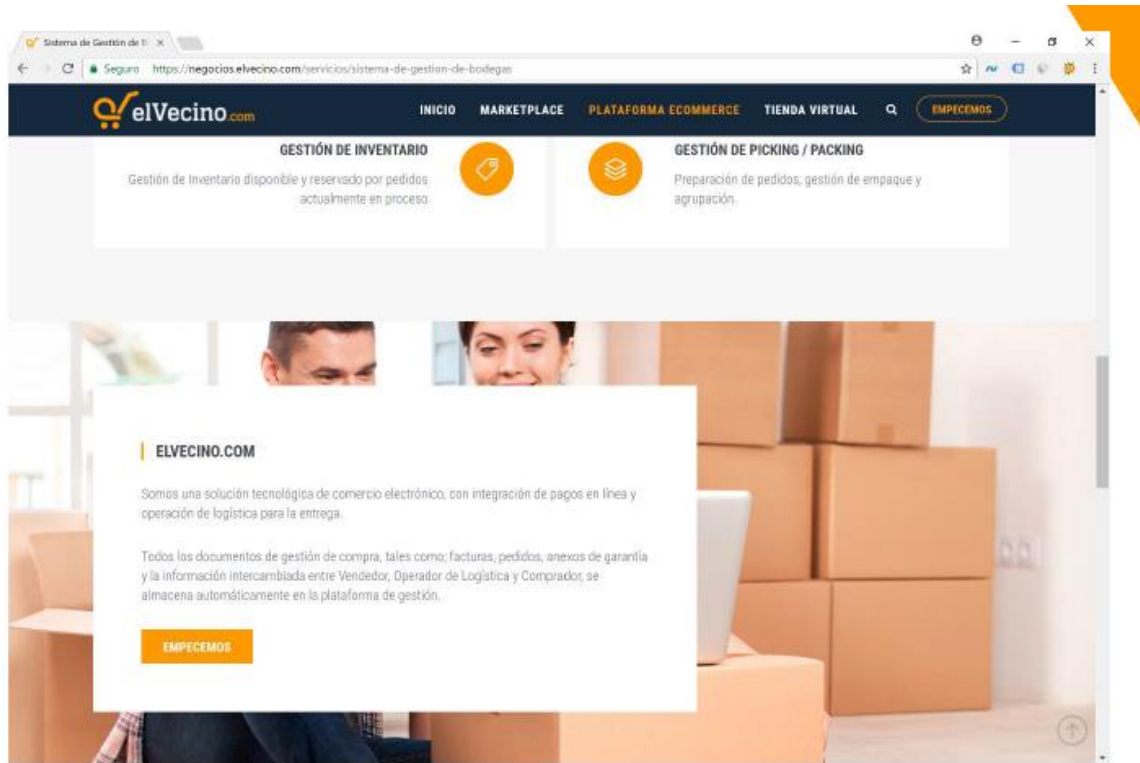
RESPUESTA.

El folio 106 describe: La solución permite gestionar sus bodegas e inventario. En tiempo real consulte el movimiento de su mercancía ya sea: pendiente de pago, en hold, pendiente de entrega, entregado o cancelado.

Nuestros usuarios pueden hacer los movimientos internos de mercancías solicitando a nuestro proveedor de servicios de logística, tránsitos entre bodegas o hacia los clientes finales.

La dirección url <http://negocios.elvecino.com/servicios/sistema-de-gestion-de-bodegas>, muestra en detalle la información requerida.





Adicionalmente, el principio de la buena fe que rige las actuaciones de la Contratante; de conformidad, entre otras, con las siguientes normas: artículo 1603 del código civil, buena fe precontractual artículo 871 del código de comercio, derecho de ratificación artículo 844 código de comercio, artículo 83 de la Constitución Política que establece: *“las actuaciones de los particulares y de las autoridades públicas deberán ceñirse a los postulados de la buena fe, la cual se presumirá en todas las gestiones que aquellos adelanten ante éstas”*, nos permiten aceptar todo el contenido estipulado en las propuestas presentadas. Sin embargo, una vez seleccionados los Operadores de Servicios, la empresa designada por la Contratante para realizar la Interventoría visitará a cada uno de estos para verificar que cuenten técnicamente con todas las características presentadas en su propuesta, como lo estipula el Capítulo II DISPOSICIONES GENERALES, Subcapítulo I GENERALIDADES, numeral 1.49 INTERVENTORIA DEL CONTRATO de los términos de referencia:

“Las actividad consistente en controlar, exigir, absolver, acompañar y verificar el cumplimiento de las obligaciones del CONTRATO DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS que resulte del presente proceso de selección se realizará a través de la INTERVENTORÍA, la cual será ejecutada por la persona natural o jurídica que designe LA CONTRATANTE, quien desempeñará las funciones previstas en el Manual de Interventoría del PATRIMONIO AUTÓNOMO DENOMINADO PA FINDETER PAF vigente, las Reglas de Participación de los términos de referencia y el Contrato.”

Finalmente, no se acoge la observación de rechaza al Proponente, ya que SI cumple con estos requisitos.

5. DU BRAND S.A.S.:

El proponente incluye en su propuesta (folio 265 y 266), las especificaciones del Módulo PMI, en donde informa que la plataforma LOCAL CASTAWAY tiene la funcionalidad de ordenar automáticamente y de forma manual de los productos en el sitio web, de acuerdo a los productos disponibles.

B.c Ordenamiento automático y de forma manual de los productos en el sitio web, de acuerdo a los productos disponibles.

El sistema de información de la plataforma digital Local Castaway dispone del servicio para realizar el ordenamiento manual de categorías, subcategorías y servicios que se encuentran en las aplicaciones web de los establecimientos comerciales.

En caso de que la mipyme requiera mover categorías y subcategorías por temas de disponibilidad, promoción o porque se añadió una nueva categoría, se puede seleccionar de forma manual la categoría o subcategoría de acuerdo al contenido que se quiere mostrar en

Igualmente, en la Adenda No. 4, publicada el 4 de octubre del 2017 se modificó el numeral 3.1.3.1.2 ESPECIFICACIONES DE SOFTWARE/PLATAFORMA DE COMERCIO ELECTRÓNICO, SUBCAPITULO III, VERIFICACIÓN DE REQUISITOS HABILITANTES DE CARÁCTER JURÍDICO, TÉCNICO Y FINANCIERO, CAPÍTULO II DISPOSICIONES GENERALES de los Términos de Referencia, así:

“(…)

c. Módulo CMS (Content Management System):

Corresponde al módulo para la gestión del contenido que se mostrará en el sitio web y/o aplicación móvil. El módulo deberá contar con las siguientes funcionalidades:

- Personalización de contenidos de acuerdo a datos demográficos o comportamentales del usuario.*
- Gestión SEO en los contenidos y landing pages.*
- Importación y exportación de contenidos de manera masiva a través de archivos CSV.*

“(…)”

Por lo tanto, los Proponentes no debían cumplir con este requisito dentro del Módulo CMS.

Con respecto al módulo WMS, el proponente indica en el folio 282 de su propuesta, que la plataforma ofertada LOCAL CASTAWAY, en su operación no cuenta con el embalaje de productos ya que centra su actividad en la oferta de un servicio que no requiere de este sistema. En la gestión de picking and packing se describe el proceso con el que las Mipymes y los usuarios podrán hacer toda la vinculación desde un principio en la aplicación.

El proponente indica, en el folio 285 de su propuesta que la plataforma presentada Local Castaway no cuenta con una bodega, puesto que no está enfocado en la entrega de un bien o producto si no en el préstamo de servicios.

Adicionalmente, el principio de la buena fe que rige las actuaciones de la Contratante; de conformidad, entre otras, con las siguientes normas: artículo 1603 del código civil, buena fe precontractual artículo 871 del código de comercio, derecho de ratificación artículo 844 código de comercio, artículo 83 de la Constitución Política que establece: “*las actuaciones de los particulares y de las autoridades públicas deberán ceñirse a los postulados de la buena fe, la cual se presumirá en todas las gestiones que aquellos adelanten ante éstas*”, nos permiten aceptar todo el contenido estipulado en las propuestas presentadas. Sin embargo, una vez seleccionados los Operadores de Servicios, la empresa designada por la Contratante para realizar la Interventoría visitará a cada uno de estos para verificar que cuenten técnicamente con todas las características presentadas en su propuesta, como lo estipula el Capítulo II DISPOSICIONES GENERALES, Subcapítulo I GENERALIDADES, numeral 1.49 INTERVENTORIA DEL CONTRATO de los términos de referencia:

“Las actividad consistente en controlar, exigir, absolver, acompañar y verificar el cumplimiento de las obligaciones del CONTRATO DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS que resulte del presente proceso de selección se realizará a través de la INTERVENTORÍA, la cual será ejecutada por la persona natural o jurídica que designe LA CONTRATANTE, quien desempeñará las funciones previstas en el Manual de Interventoría del PATRIMONIO AUTÓNOMO DENOMINADO PA FINDETER PAF vigente, las Reglas de Participación de los términos de referencia y el Contrato.”

Finalmente, no se acoge la observación de rechazo del Proponente, ya que SI cumple con estos requisitos.

6. U.T. PAF-TIC-PS-001-2017 KOGUI-KRITERION:

El proponente incluye en su propuesta (folio 179, 187 al 195), lo siguiente:

1.1.11. PLATAFORMA E-COMMERCE (IKONHO)

La plataforma e-Commerce IKONHO, satisface la cadena de valor para las MIPYMES (Mediana empresa, Pequeña empresa y Microempresas), es importante resaltar que en el **Brochure** de la presente propuesta se describe todas las funcionalidades soportadas por la plataforma IKONHO, sin embargo, a continuación resaltamos algunas de las funcionalidades:

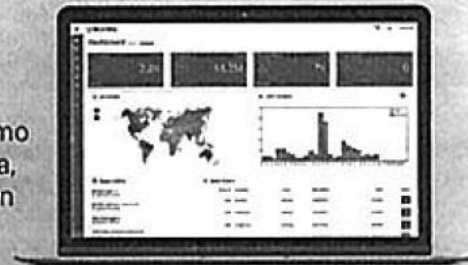
Ikonho

187

Administración

Dashboard de Administración

Son tableros de control predefinidos para la administración de la plataforma. Se complementa con información importante como pedidos totales, ventas, clientes, usuarios en línea, análisis de ventas y otros aspectos que se pueden adecuar para el negocio.



Customer Name	Email	Customer Group	Status
Fernando	fernando@ikonho.com	Default	Enabled
Roberto	roberto@ikonho.com	Default	Enabled
Diego	diego@ikonho.com	Default	Enabled
Luis	luis@ikonho.com	Default	Enabled
Diego	diego@ikonho.com	Default	Enabled
Diego	diego@ikonho.com	Default	Enabled

Administración de usuarios

Con el objeto de organizar con éxito una tienda en línea, deberá interactuar con muchas personas, cada una de las cuales desempeña diferentes roles. IKONHO le permite establecer privilegios de usuario avanzados y acceso separado para grupos de usuarios y usuarios.

Múltiples Tiendas

Le permite administrar múltiples tiendas a través de la misma interfaz de administrador. También se puede configurar los productos para que se visualicen en diferentes tiendas. Se puede seleccionar diferentes theme para cada tienda. Se realiza la configuración de la tienda por ubicación. Permite establecer los precios de los productos de la tienda.



Ikonho

Configuración y atributos de productos y/o servicios

Los atributos de los productos y/o servicios se pueden configurar y visualizar de diferentes formas. Algunos tamaños de función, mientras que otros colores, longitud, altura. IKONHO ofrece una solución para agregar variables de producto y/o servicio extra importantes.



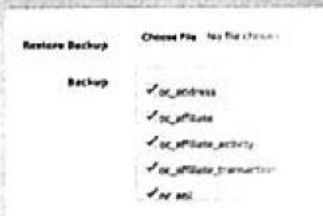
Afiliados

IKONHO posee un módulo de Afiliados, donde los afiliados pueden promocionar productos y/o servicios específicos y recibir pagos por esto. Establecer diferentes porcentajes. Ofrece diferentes formas de pago como tarjeta de crédito, PSE y efectivo.

ARELata Name	Email	Balance
Janetson Mazon	janetson@ikona.com	\$232.76
Lee Carrasco	lcarrasco@ikona.com	\$96.25
Olga Rivero	olga@ikona.com	\$432.12
Tracy Allison	tracy@ikona.com	\$67.55

Descuentos, cupones, ofertas

IKONHO posee un módulo de Afiliados, donde los afiliados pueden promocionar productos y/o servicios específicos y recibir pagos por esto. Establecer diferentes porcentajes. Ofrece diferentes formas de pago como tarjeta de crédito, PSE y efectivo.



Back-up y Restore

IKONHO le permite configurar sus propios respaldos y restauraciones. Adicionalmente, le permite incorporar funcionalidades a la solución e-Commerce, a través de extensiones proveídas por otras comunidades.

Ikonho


189

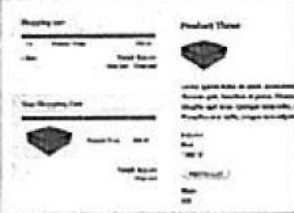
Categorías y productos y/o servicios



- **Categorías de productos y/o servicios**
Cree categorías y subcategorías ilimitadas de los productos y/o servicios con base en las necesidades del negocio.

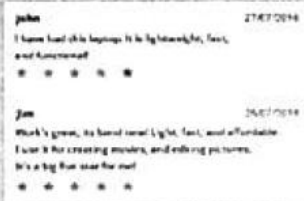
- **Gestión de los productos y/o servicios**
No existe limitaciones para el numero de productos y/o servicios a incorporar bajo la plataforma, IKONHO le permite almacenar dicha información.






- **Venta de productos y/o servicios**
IKONHO facilita la venta de productos y/o servicios. Su interfaz es amigable y fácil de usar, carga el producto y/o servicio y establece el precio. Sus productos y/o servicios están listos para ser vendidos.

- **Reseña y calificación de producto y/o servicio**
Las evaluaciones de los productos y/o servicios de los clientes se encuentran entre los factores más importantes que desencadenan las decisiones de compra o no de compra de los clientes. IKONHO incorpora con un poderoso modulo integrado de comentarios, reseñas y calificaciones.





- **Fidelización de clientes**
Posee un programa de fidelización que incentiva a los clientes, por tal motivo, aumente el ciclo de vida del cliente en el negocio.



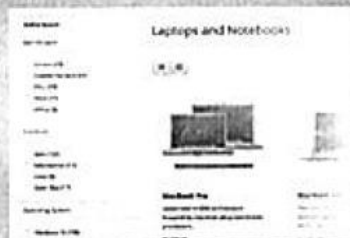
Ikonho

190

Facilidad en la compra y uso

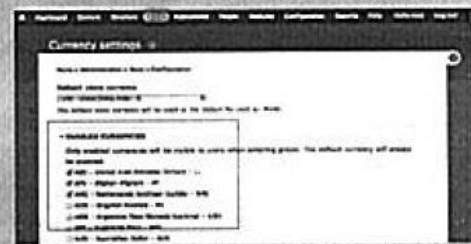
Filtros

Posee filtros predefinidos y permite crear filtros buscando facilitar la experiencia de los clientes con la plataforma, contribuyendo de gran manera para que los clientes refinen y reduzcan la búsqueda de productos y/o servicios en su tienda.



Multi-Monedas

La plataforma le permite configurar el tipo de moneda con el objeto de vender en cualquier parte del mundo. Se puede obtener actualizaciones automáticas de tarifas, configuración de diferentes impuestos. Facilita la venta de comercio electrónico.



Multi-Lenguajes

IKONHO dispone alrededor de 40 idiomas. Maneja fácilmente idiomas chinos, japoneses, griegos e incluso de derecha a izquierda, como el árabe y el hebreo.

Language Name	Code
English	en
French	fr
Spanish	es
Portuguese	pt
Arabic	ar

Marketing

IKONHO ofrece una manera fácil para que los clientes se suscriban a su boletín de noticias. Una vez que lo hagan, puede comenzar fácilmente con sus campañas de marketing por correo electrónico, SMS y a través de otros medios. Adicionalmente, se puede integrar con otras plataformas de marketing.



Ikonho

191

Casarela de pagos y Recaudo

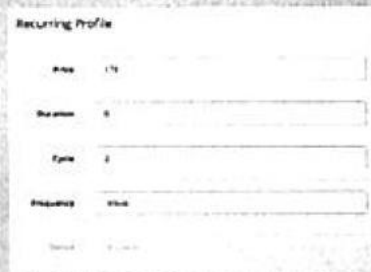


Plataforma de pagos

Posee integraciones con diferentes plataformas de pago como Authorize.Net, Amazon Payments, First Data, Klarna, LiqPay, Skrill, PayPal, PSE, PayU. Posee varios métodos de pago que vienen integrados con IKONHO o se pueden incorporar otros más.

Recaudos

Configure pagos recurrentes para sus clientes. Si planea vender productos por suscripción, si está promocionando un descuento o un club de socios, o si simplemente está dividiendo los pagos en porciones más pequeñas. Esta característica le permite al dueño de la tienda tener más control sobre cómo se les cobra a los clientes por productos y/o servicios.



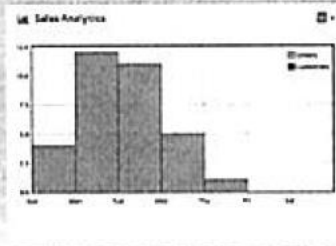
Shipping

Integra los métodos de envío más conocidos a nivel mundial, integrados para usted. IKONHO tiene integraciones con Australia Post, Citylink, FedEx, Parcelforce, Correo real, UPS, USPS y otros más.



Ikonho

192



Reportes de ventas

Permite extraer información analítica de las transacciones realizadas. IKONHO posee un informe predefinido de ventas, productos vistos e informes de productos comprados. Se puede obtener funcionalidades de informes adicionales mediante extensiones de informes.

Responsive y SEO


Mobile/Tablet

IKONHO por defecto es responsive, es decir, que su sitio se verá impresionante sin importar el dispositivo. Móvil, tableta, computadora de escritorio o una pantalla grande.



SEO

Le permite integrarse con plataformas SEO en IKONHO utilizando las extensiones de SEO más populares.



* Meta Tag Title

iPhone - Custom Title

Meta Tag Description

iPhone - iPhone is a revolutionary new mobile phone that allows you to make a call by simply tapping a name or number in your address book, a Favorites list, or a call log.

Meta Tag Keywords

apple, iphone, smartphone, telephone, mobile phone

Campaign Name	Code	Views	Active
Customer Retention	179901/14112	100%	✓
Lead	179901/14112	100%	✓
Discover to Branch	179901/14112	100%	✓







Marketing

No es necesario agregar costosos complementos. El marketing en su tablero de IKONHO le permite agregar y rastrear las campañas de marketing que crea. Adicionalmente, integrarse con otras mediante las extensiones.

Ikonho

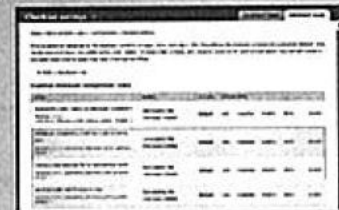
Integración con servicios Google

Le permite conectarse a la base de Google y al mapa del sitio de Google y establezca cómo Google enumera y visualiza sus productos

Product Feed Name	Status	Action
Google Base	Enabled	 
Google Shopping	Enabled	 
Openbay Pro	Disabled	 

Checkout de usuario Invitado y Registrado

Cuando se realiza el pago del cliente, IKHONO proporciona el pago del cliente invitado y del usuario registrado. La decisión es tuya.



Fácil extensiones para proveer funcionalidad

IKONHO Extensiones

IKONHO es un sistema basado en módulos que permite a los usuarios ampliar fácilmente la funcionalidad para sus necesidades. Fácil y rápido sin modificar. los más vendido, Categoría, Destacados, Últimos, Ofertas, Fabricantes, Información, Google Analytics y muchas más páginas.

Module Name	Action
Home	 
Search	 
Category	 
Product	 
Page	 
Google Analytics	 



Instalador de extensiones

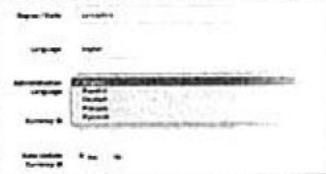
Expandir la funcionalidad de su tienda es muy fácil. El instalador de extensiones le permite subir módulos con unos pocos clics y sin conocimientos técnicos.

Ikonho

194

Marketplace

IKONHO presenta módulos y temas para poner en marcha, crecer y expandir su negocio. Puede encontrar bellos temas para casi cualquier negocio, integraciones de servicios, proveedores de pago, módulos de conversión y muchos más (Integración con motor de reservas y Plataformas de logística).



100% Traducible

IKONHO es 100% traducible. Use IKONHO en su idioma, comience a vender en su idioma o expanda su negocio vendiendo en otro idioma

195



Technical specifications

General features		Special offers	✓
Source code provided	✓	Administration area features	
Ajax use	✓	Product import-export	✓
Digital downloads	✓	Statistics	✓
Multiple skins	✓	Stock control	✓
Point of sale order management	✓	WYSIWYG editor	✓
Subscriptions	✓	Search engine optimization features	
Taxation	✓	HTML catalog	✓
Template engine	✓	Meta tagging	✓
Customer features		RSS feeds	✓
Guest account	✓	SEO URLs	✓
Customer testimonials	✓	Site map, XML	✓
Featured products	✓	GoodRelations RDFa	✓
Glossary, tool tip words	Free add-on	Security features	
Image enlarge	✓	Access control list	✓
Mini cart	✓	Form CAPTCHA	free add-on
Multiple addresses	✓	Staff action logging	✓
Newest products	✓	Other features	
Newsletter	✓	Multiple store fronts	✓
News	✓	Affiliates	✓
Polls	✓	API (remote management functions)	✓
Popular products	✓	Minimum orders	✓
Printing-friendly	Free add-on	Multiple vendor support	✓
Product image attaching	✓	Out-of-the-box shopping cart	✓
Product rating	✓	Payment gateway support	
Product reviews	✓	2Checkout	✓
Reordering	✓	Authorize.Net AIM	✓
Returns	✓	PayPalStandard	✓
Searching	✓	Transaction Central	✓
Search as user types	✓	Skrill	✓
Search cloud	✓	Stripe	✓
Site map, viewable	✓	PayPalPro	✓
Social bookmarking	✓	PayPal Payflow Link	✓
Tell friends	✓	PayPal Payflow Pro	✓
Wish list	✓	USAePay	✓
Customer reward features		Alternative checkout support	
Coupons	✓	Amazon FPS	✓
Gift certificates	✓	Google Checkout	✓
Membership discounts	✓	PayPal Express	✓
Membership-only categories	✓	Real-time shipping calculation	
Membership-only products	✓	Shipment booking integration	
		Shipment tracking integration	





Adicionalmente, en la Adenda No. 4, publicada el 4 de octubre del 2017 se modificó el numeral 3.1.3.1.2 ESPECIFICACIONES DE SOFTWARE/PLATAFORMA DE COMERCIO ELECTRÓNICO, SUBCAPITULO III, VERIFICACIÓN DE REQUISITOS HABILITANTES DE CARÁCTER JURÍDICO, TÉCNICO Y FINANCIERO, CAPÍTULO II DISPOSICIONES GENERALES, así:

“(…)

b. Módulo PIM (Product Information Management):

Corresponde al módulo para la gestión de información de los productos (bienes y/o servicios). El módulo deberá contar con las siguientes funcionalidades:

- *Gestión de la información asociada a los productos, tales como categorías, título, descripción, precios, imágenes, etc.*
- *Actualización de productos de manera singular y masiva a través de archivos CSV.*
- *Ordenamiento automático y de forma manual de los productos en el sitio web, de acuerdo a los productos disponibles.*
- *~~Gestión de precios de acuerdo al tipo de cliente, ciudad y fecha, por ejemplo, para poder programar a priori los precios / saldos de los productos.~~*

c. Módulo CMS (Content Management System):

Corresponde al módulo para la gestión del contenido que se mostrará en el sitio web y/o aplicación móvil. El módulo deberá contar con las siguientes funcionalidades:

- *~~Personalización de contenidos de acuerdo a datos demográficos o comportamentales del usuario.~~*
 - *Gestión SEO en los contenidos y landing pages.*
 - *Importación y exportación de contenidos de manera masiva a través de archivos CSV.*
- (…)”

Por lo tanto, los Proponentes no debían cumplir con los requisitos eliminados mediante la Adenda No. 4 dentro del Módulo CMS y el Módulo PIM, por lo que no se acoge la observación de rechazo del Proponente, ya que SI cumple con estos requisitos.

Adicionalmente, el principio de la buena fe que rige las actuaciones de la Contratante; de conformidad, entre otras, con las siguientes normas: artículo 1603 del código civil, buena fe precontractual artículo 871 del código de comercio, derecho de ratificación artículo 844 código de comercio, artículo 83 de la Constitución Política que establece: “*las actuaciones de los particulares y de las autoridades públicas deberán ceñirse a los postulados de la buena fe, la cual se presumirá en todas las gestiones que aquellos adelanten ante éstas*”, nos permiten aceptar todo el contenido estipulado en las propuestas presentadas. Sin embargo, una vez seleccionados los Operadores de Servicios, la empresa designada por la Contratante para realizar la Interventoría visitará a cada uno de estos para verificar que cuenten técnicamente con todas las características presentadas en su propuesta, como lo estipula el Capítulo II DISPOSICIONES GENERALES,

Subcapítulo I GENERALIDADES, numeral 1.49 INTERVENTORIA DEL CONTRATO de los términos de referencia:

“Las actividad consistente en controlar, exigir, absolver, acompañar y verificar el cumplimiento de las obligaciones del CONTRATO DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS que resulte del presente proceso de selección se realizará a través de la INTERVENTORÍA, la cual será ejecutada por la persona natural o jurídica que designe LA CONTRATANTE, quien desempeñará las funciones previstas en el Manual de Interventoría del PATRIMONIO AUTÓNOMO DENOMINADO PA FINDETER PAF vigente, las Reglas de Participación de los términos de referencia y el Contrato.”

ii. CRITERIOS DE CALIFICACIÓN DE LAS PROPUESTAS

De conformidad con lo previsto en el numeral 4.1. “Criterios de Evaluación y Calificación de las Propuestas”, Subcapítulo IV “Evaluación y Calificación de las Propuestas”, Capítulo II “Disposiciones Generales” de los Términos de Referencia, el criterio tenido en cuenta para la asignación de puntaje es el siguiente:

“4.1 CRITERIOS DE EVALUACIÓN Y CALIFICACIÓN DE LAS PROPUESTAS

Corresponde a la evaluación integral de la propuesta presentada de forma presencial por los proponentes que haya superado los criterios HABILITANTES. La evaluación será realizada por un comité de expertos externos, que será designado para tal fin por EL PATRIMONIO y contará con participación de un (1) delegado del MinTIC y de un (1) delegado de FINDETER.

Para llevar a cabo la evaluación, será convocado el representante legal de la entidad proponente, o quien este designe, a una sesión presencial de sustentación de la propuesta, que se llevará a cabo en la ciudad de Bogotá, en fecha y hora por determinar; la cual será comunicada a los proponentes mediante notificación al correo electrónico indicado en la carta de presentación de la propuesta.

Durante esta etapa los proponentes no podrán entregar documentos e información adicional, a la ya entregada en los sobres para evaluación y calificación, que busque mejorar, completar o modificar la propuesta.

Se seleccionarán las CINCO (5) propuestas mejor calificadas y que por ello resulte ser la más favorable para la entidad y para los fines que ella busca con esta contratación; para esto se tendrá en cuenta que el puntaje máximo de la evaluación será de cien (100) puntos, resultantes de los siguientes criterios de evaluación:

CRITERIO DE EVALUACIÓN	PUNTAJE MÁXIMO
Presentación de la propuesta ante panel de expertos	40
Valores Agregados de la Propuesta	25
Estrategia enfocada en MiPymes	25
Propuesta Económica	10
TOTAL	100 PUNTOS

A continuación se relacionan los resultados de la evaluación obtenidos por los proponentes según el criterio establecido.

“4.1.1 PRESENTACIÓN DE LA PROPUESTA ANTE PANEL DE EXPERTOS

Corresponde a la presentación ante el panel evaluador que deberá hacer el PROPONENTE, donde deberá sustentar las características, plan de trabajo y demás aspectos planteados en la propuesta presentada. (...)”

CRITERIO DE EVALUACIÓN	C. COORDI E-COMMERCE MIPYMES 2017	GRAN PANDA S.A.S.	C. E.COMMERCE FACTORY	U.T. EL VECINO E-COMMERCE	DU BRANDS S.A.S	U.T. PAF-TIC-PS-001-2017 KOGUI-KRITERION
Presentación de la propuesta ante panel de expertos	35,4	34	26,4	31,7	29,9	22,1
Valores Agregados de la Propuesta	22,5	19,4	11,6	20	17,1	12,2
Estrategia enfocada en MiPymes	21,3	21,2	15,8	20,2	14,3	14,7
Total sin Propuesta Económica	79,2	74,6	53,8	71,9	61,3	49

Nota 1: Se aclara a los proponentes que de conformidad con la observación presentada por CONSORCIO E-COMMERCE FACTORY, con radicado No. 120171000037448, obrante en el presente Informe en la página 15, se le solicitó al Panel de Expertos, corregir su calificación en el ítem “*El PROPONENTE cumplió con el tiempo establecido para la presentación de su propuesta*” de los siguientes Proponentes: C. COORDI E-COMMERCE MIPYMES 2017, C. E.COMMERCE FACTORY y U.T. EL VECINO E-COMMERCE teniendo en cuenta el tiempo de duración de cada uno de los Proponentes frente a la sustentación y presentación de su oferta.

Nota 2: Se le informa a los Proponentes que de acuerdo con lo establecido en el Anexo 2 FICHA EVALUACIÓN TÉCNICA PANEL DE EXPERTOS que indica: “*A los PROPONENTES que presenten en su oferta únicamente motores de reserva se les sumara automáticamente el valor máximo obtenido por los proponentes a los cuales si les aplique este ítem en su calificación*”, se le solicitó al Panel de Expertos corregir

su calificación en los ítems del Componente 4: Logística, para el Proponente DU BRANDS S.A.S ya que en la calificación anterior no se tuvo en cuenta dicha nota al pie, citada.

4.1.4 EVALUACIÓN PROPUESTA ECONÓMICA

De conformidad con lo señalado en el Numeral 9, Numeral 4.1.4., Subcapítulo IV “Evaluación y Calificación de las Propuestas”, Capítulo II “Disposiciones Generales” de los Términos de Referencia, para la determinación del método se tomarán hasta las centésimas de la Tasa de Cambio Representativa del Mercado (TRM) que rija para el segundo día hábil siguiente a la fecha de vencimiento del plazo establecido para presentar observaciones al informe de evaluación económica. El método de ponderación será seleccionado según el cuadro de rangos establecido en los mencionados Términos.

Así las cosas, conforme el cronograma de la convocatoria, el plazo para presentar observaciones al Informe de Evaluación Económica venció el diecinueve (19) de diciembre de dos mil diecisiete (2017) y la TRM certificada por la Superintendencia Financiera que rige para el día veintiuno (21) de diciembre de dos mil diecisiete (2017) fue de DOS MIL NOVECIENTOS SESENTA Y CINCO PESOS CON SETENTA Y SIETE CENTAVOS (\$2.965,77); en consecuencia, de acuerdo con los rangos establecidos en los Términos de Referencia, el método de ponderación de la propuesta económica fue el de **MENOR VALOR** y el puntaje obtenido por los proponentes es el siguiente:

CRITERIO DE EVALUACIÓN	C. COORDI E-COMMERCE MIPYMES 2017	GRAN PANDA S.A.S.	C. E.COMMERCE FACTORY	U.T. EL VECINO E-COMMERCE	DU BRANDS S.A.S	U.T. PAF-TIC-PS-001-2017 KOGUI-KRITERION
Propuesta Económica	9,6226448	9,6226415	10,0000000	9,6226415	9,6226415	9,6226415

En ese orden de ideas, se presenta el siguiente consolidado y **ORDEN DE ELEGIBILIDAD**:

CRITERIO DE EVALUACIÓN	C. COORDI E-COMMERCE MIPYMES 2017	GRAN PANDA S.A.S.	C. E.COMMERCE FACTORY	U.T. EL VECINO E-COMMERCE	DU BRANDS S.A.S	U.T. PAF-TIC-PS-001-2017 KOGUI-KRITERION
Presentación de la propuesta ante panel de expertos	35,4	34	26,4	31,7	29,9	22,1
Valores Agregados de la Propuesta	22,5	19,4	11,6	20	17,1	12,2
Estrategia enfocada en MiPymes	21,3	21,2	15,8	20,2	14,3	14,7
Total sin Propuesta Económica	79,2	74,6	53,8	71,9	61,3	49
Propuesta Económica	9,6226448	9,6226415	10,0000000	9,6226415	9,6226415	9,6226415
TOTAL	88,82264478	84,22264151	63,8	81,52264151	70,92264151	58,62264151

De conformidad con lo establecido en el numeral **4.1.5 MECÁNICA DE EVALUACIÓN PANEL DE EXPERTOS** Subcapítulo IV “Evaluación y Calificación de las Propuestas”, Capítulo II “Disposiciones Generales” de los Términos de Referencia, “(...) *Culminado el proceso de presentación de las PROPUESTAS habilitadas se procederá a consolidar la totalidad de los conceptos de evaluación emitidos por el panel de expertos, luego se seleccionarán a los CINCO (5) PROPONENTES cuya sumatoria, de todos los criterios de evaluación, sea la más alta.*

Para que una propuesta sea considerada en la adjudicación de la convocatoria deberá obtener como mínimo **SETENTA (70)** puntos en la sumatoria de los criterios de evaluación.” De acuerdo con lo anterior, se presentan los cuatro (4) proponentes que serán adjudicatarios de la presente Convocatoria:

ORDEN DE ELEGIBILIDAD	PROPONENTE	TOTAL
1	C. COORDI E-COMMERCE MIPYMES 2017	88,82264478
2	GRAN PANDA S.A.S.	84,22264151
3	U.T. EL VECINO E-COMMERCE	81,52264151
4	DU BRANDS S.A.S	70,92264151

Forma parte integral del presente informe la evaluación de las propuestas económicas de los proponentes.

Para constancia, se expide a los veintiún (26) días del mes de diciembre del año dos mil diecisiete (2017).

PATRIMONIO AUTÓNOMO DENOMINADO PA FINDETER PAF.

**INFORME DE EVALUACIÓN ECONÓMICA**

Convocatoria No.

PAF-TIC-PS-001 -2017

Objeto

CONTRATAR HASTA MÁXIMO CINCO (5) OPERADORES DE SERVICIO QUE CONTRIBUYAN A FACILITAR EL ACCESO, USO Y APROPIACIÓN DEL COMERCIO ELECTRÓNICO EN LAS MIPYMES COLOMBIANAS, A TRAVÉS DE SOLUCIONES QUE LES PERMITAN COMERCIALIZAR SUS PRODUCTOS Y/O SERVICIOS Y EFECTUAR TRANSACCIONES EN LÍNEA DERIVADOS DEL CONVENIO INTERADMINISTRATIVO 1232 FONTIC- FINDETER.

Fecha de diligenciamiento

26/12/2017

Proponentes:

CONSORCIO COORDI E-COMMERCE MIPYMES 2017

GRAN PANDA S.A.S.

CONSORCIO E.COMMERCE FACTORY

UNION TEMPORAL EL VECINO E-COMMERCE

DU BRANDS SAS

UNIÓN TEMPORAL PAF-TIC-PS-001-2017 KOGUI-TRITERION

Propuesta Económica

Descripción	Presupuesto Oficial Estimado	C. COORDI E-COMMERCE MIPYMES 2017	GRAN PANDA S.A.S.	C. E.COMMERCE FACTORY	U.T. EL VECINO E-COMMERCE	DU BRANDS S.A.S	U.T. PAF-TIC-PS-001-2017 KOGUI-KRITERION
Presupuesto estimado por Operador	\$5.300.000.000	\$5.299.998.200	\$5.300.000.000	\$5.100.000.000	\$5.300.000.000	\$5.300.000.000	\$5.300.000.000
Valor Total Corregido	\$5.300.000.000	\$5.299.998.200	\$5.300.000.000	\$5.100.000.000	\$5.300.000.000	\$5.300.000.000	\$5.300.000.000

4.1.4 EVALUACIÓN PROPUESTA ECONÓMICA (PUNTAJE MAXIMO 10 PUNTOS)

En audiencia realizada en el lugar y fecha establecidos en el cronograma de proceso, se llevará a cabo la apertura del sobre No. 2 de las propuestas habilitadas en los aspectos jurídicos, financieros y técnicos.

En dicha audiencia se dará lectura del valor total de cada una de las propuestas incluido el IVA. En el evento que el formato de oferta económica de la propuesta no tenga diligenciada la casilla correspondiente al "Valor total de la propuesta" la entidad se procederá a realizar la sumatoria de los valores correspondientes a la propuesta, total costos directos e IVA.

Una vez surtida la audiencia de apertura del sobre No. 2, la Entidad procederá a realizar la revisión de las propuestas durante el término establecido en el cronograma del proceso, de la siguiente manera:

- En caso que cualquier valor de la oferta económica de algún proponente se presente con decimales, la entidad procederá a ajustar el valor redondeándolo al peso, cuando la fracción decimal del peso sea igual o superior a cinco lo aproximará por exceso al peso y cuando la fracción decimal del peso sea inferior a cinco lo aproximará por defecto al peso.
- En el evento que la propuesta económica no contenga el precio o se haya diligenciado en cero o con algún símbolo, la propuesta será rechazada.
- El oferente debe ajustar al peso los precios ofertados. En todo caso los valores de los precios propuestos y corregidos no podrán exceder el 100% o ser inferiores al 90% del valor de referencia establecido para la atención por MiPymes, si no cumple lo anterior, la propuesta será rechazada.
- Si existiere discrepancia entre letras y cifras, prevalecerá el monto expresado en letras.
- En el evento que la entidad advierta la necesidad de aclaración o explicación, podrá solicitar a los proponentes para que alleguen en el término que para el efecto le fije en el requerimiento, las aclaraciones, los documentos o explicaciones, so pena de rechazo de la propuesta.
- Se realizará la verificación y corrección de las operaciones aritméticas de las propuestas.
- En caso de error en las sumas, el resultado total correcto será el que se obtenga de revisar dichas sumas.
- Se tomará como valor de la propuesta económica, el valor de la propuesta corregida.
- Serán rechazadas las propuestas que después de realizar los pasos anteriores, presente al menos una de las siguientes condiciones:
 - Cuando el valor total de la propuesta económica corregida, presente un valor inferior al valor mínimo o superior al valor máximo del valor oficial estimado para la convocatoria en los términos de referencia.
 - Cuando no se incluya el IVA en la propuesta económica
 - De la anterior verificación se elaborará un informe de evaluación económica en el que consten los resultados de las ofertas económicas de todas las propuestas habilitadas, con las respectivas correcciones aritméticas de acuerdo con los criterios establecidos, si proceden, y la identificación de las correcciones efectuadas, el cual se publicará en la fecha establecida en el cronograma del presente proceso de selección. Los proponentes podrán, dentro del término establecido en el cronograma del presente proceso de selección, formular observaciones a dicho informe de evaluación económica. Sin que en ejercicio de esta facultad, puedan subsanar, modificar o mejorar sus propuestas.
- Vencido el término anterior, se seleccionará el método de ponderación de la propuesta económica de acuerdo con los siguientes métodos:

NÚMERO	MÉTODO
1	Media aritmética
2	Media aritmética alta
3	Media geométrica
4	Menor valor

Para la determinación del método se tomarán hasta las centésimas de la Tasa de Cambio Representativa del Mercado (TRM) que rija para el segundo día hábil siguiente a la fecha de vencimiento del plazo establecido para presentar observaciones al informe de evaluación económica, de conformidad con las fechas previstas en el cronograma de esta convocatoria, de acuerdo a los rangos establecidos en el cuadro que se presenta a continuación:

RANGO (INCLUSIVE)	NÚMERO	MÉTODO
De 00 a 24	1	Media aritmética
De 25 a 49	2	Media aritmética alta
De 50 a 74	3	Media geométrica
De 75 a 99	4	Menor valor

Nota: Esta TRM se tomará del sitio web del Banco de la República de Colombia, http://www.banrep.gov.co/series-estadisticas/see_ts_trm.htm#cotización.

La TRM reportada para el 21 de diciembre de 2017 emitida por el Banco de la Republica es \$2.965,77 y teniendo en cuenta lo anterior la Formula a seleccionar es la de Menor valor

d. MENOR VALOR

Consiste en establecer la propuesta económica de menor valor y la asignación de puntos en función de la proximidad de las propuestas a dicha Oferta de menor valor, como resultado de aplicar las fórmulas que se indican en seguida. Para la aplicación de este método el grupo evaluador procederá a determinar el menor valor de las propuestas habilitadas y se procederá a la ponderación, de acuerdo con la siguiente fórmula:

Ponderación de las propuestas por el método del menor valor:

Obtenido el menor valor se procederá a ponderar las propuestas de acuerdo con la siguiente formula:

$$\text{Puntaje } i = \left(\frac{100 * V_{MIN}}{V_i} \right)$$

Dónde:

V_{MIN} = Valor total corregido de la propuesta con el valor más bajo dentro de las propuestas habilitadas

V_i = Valor total corregido de cada una de las propuestas i que se encuentran por encima de V_{MIN} , y que fueron habilitadas.

i = Número de propuesta.

En este caso se tomará el valor absoluto de la diferencia entre el menor valor y el valor de la propuesta, como se observa en la fórmula de ponderación.

Para todos los métodos descritos se tendrá en cuenta hasta el séptimo (7°) decimal del valor obtenido como puntaje.

Menor Valor: 5.100.000.000

Descripción	Propuesta Económica					
	C. COORDI E-COMMERCE MIPYMES 2017	GRAN PANDA S.A.S.	C. E.COMMERCE FACTORY	U.T. EL VECINO E-COMMERCE	DU BRANDS S.A.S	U.T. PAF-TIC-PS-001-2017 KOGUI-KRITERION
Presupuesto	\$5.299.998.200	\$5.300.000.000	\$5.100.000.000	\$5.300.000.000	\$5.300.000.000	\$5.300.000.000
Puntaje	9,6226448	9,6226415	10,0000000	9,6226415	9,6226415	9,6226415

OBSERVACIONES:

Las propuestas económicas presentadas no requirieron de correcciones aritméticas.