

Bogotá, Agosto 20 de 2015

Señores:

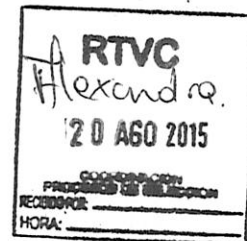
**RADIO TELEVISIÓN NACIONAL DE COLOMBIA RTVC**

Coordinación de Procesos de Selección

Oficina Asesora Jurídica

Avenida el Dorado Carrera 45 No. 26 – 33

Ciudad D.C.



REF: Observaciones a la calificación proceso No 017 de 2105 invitación Abierta RTVC.

En el desarrollo del presente proceso y después de muchos interrogantes planteados a su entidad, sobre el qué y el cómo de esta invitación, los cuales hacen referencia a las 30 páginas del listado de las obligaciones del contratista (documento inicial), del que luego fueron corregidas 20 páginas (segunda adenda) y en las que finalmente se expresa lo que la entidad espera recibir a cambio de los \$47.985.354.769 fijados como presupuesto, se llega a la etapa de calificación, donde surgen nuevos y más preocupantes interrogantes.

Dado el nivel y cantidad de imprecisiones atendidas por la entidad hasta la fecha respecto al proceso, donde muchas no se aclararon sino que generaron nuevas dudas, se obtuvo como resultado evidente la no participación de los 25 invitados a cotizar los servicios (según informó RTVC), de lo cual se esperaba que al menos uno de los participantes en el estudio de mercado se presentara, pero asumiría que tomaron esa decisión dadas las condiciones planteadas, por lo que allí no se debería quedar ese importante pero silencioso reclamo realizado por la industria del sector.

Durante todo el proceso, se publican los cuadros resumen de tres cotizaciones, que dan validez a un estudio de mercado, respaldan, soportan y legitiman la contratación y su presupuesto. Se esperaba una correspondencia total en la forma y contenido de las cotizaciones con la respectiva oferta para contratar. Sin embargo se observan detalles, como el número de estaciones, los periodos y las anualidades establecidas, entre otros, que no corresponden de manera puntual entre el estudio de mercado y las reglas de participación. De allí no puede desprenderse un proceso diáfano y coherente.

A pesar de las respuestas a las observaciones planteadas durante el proceso, se insiste en una orientación centrada en el valor de las propuestas, más que en el servicio, lo cual es determinante en el objeto del contrato, situación que podría obligar a un replanteamiento del modelo calificador e incluso de la situación de la misma invitación.

No queda más recurso que *advertir para prevenir*, por ello se manifiesta el interés en que se evidencie el manejo conforme la ley y a la buena fe. Para fijar el presupuesto de los servicios en \$23.174.218.718, se debió tener como soporte el estudio de mercado solicitado por la entidad y, se presume, debieron ser evaluados, revisados y auditados profesionalmente los datos recibidos, para constituir un sustento de la apropiación presupuestal, además de pensar que las cifras fueron convalidadas en un primer documento de respuestas y también que son utilizables para comparar las ofertas fijadas como presupuesto.

A handwritten signature in dark ink, located at the bottom right of the page.


Pero, si se revisan las operaciones aritméticas propuestas, en cuanto al número de meses, por el número de estaciones, por el precio unitario promedio (para cada uno de los 27 ítems listados en el estudio de mercado) se encontrará que **solo uno de ellos** cumple con el rigor aritmético de la operación propuesta: el ítem 6 Estación CAN en el cuadro año 2016. De hecho, si cualquier ciudadano suma todas las diferencias que producen estos errores aritméticos, se llega a una diferencia de más de \$100.000.000 que hace que el presupuesto sea una cifra diferente a la inicialmente planteada. Por lo tanto, la calificación debería ser recalculada, el presupuesto reajustado y la invitación repetida, en el mejor de los casos, para seguir considerando ese sustento. No es posible confinar a las empresas, que de buena fe realizaron su ofrecimiento, a un replanteamiento financiero posterior a la presentación de ofertas, que seguramente redundará en una pérdida notable e irreparable en sus modelos económicos.

En otro interesante aspecto, por avisos de prensa de finales del año 2014 se anunció una reducción en la inversión de la radio pública en Colombia, en más de \$9.000'000.000 para el año 2015, quedando la entidad con un presupuesto anual inferior a los \$4.000'000.000. Es claro que la destinación específica de los recursos públicos no puede ser modificada sin incurrir en faltas graves, lo cual nos induce a preguntar por qué RTVC no informó que porción de los recursos presupuestados son de radio y cuales le corresponden a la televisión, teniendo en cuenta el tamaño de la infraestructura de radio se puede suponer que le corresponde un porcentaje importante. Los oferentes, los que se presentaron y los que no, desconocieron en todo momento estos porcentajes. ¿Cómo garantiza RTVC que los recursos de TV no van a ser invertidos en radio (y viceversa) o que se excedan los topes (si es que existen) para no hacer partícipe al contratista de una eventual desviación en la destinación de recursos públicos sin saberlo? Para soportar esto, resulta conveniente invitar a conocer el detalle del CDP 2230 de 24 de Junio, que respalda la presente invitación.

Adicionalmente, y para finalizar, un contrato de la magnitud planteada, donde el ordenador / aprobador del gasto tiene el perfil de único supervisor de todo el contrato (incluyendo una participación evidente en la decisión de los recursos del proyecto al colocarse como ente decisorio según el monto de las compras a realizar), no deja la posibilidad de participación a un tercero, independiente, para dirimir en justicia o en razón cualquier diferencia que se presente. ¿Por qué no se contrató una interventoría externa? ¿No estaba en su presupuesto o tiene argumentos para considerarlo innecesario?

Como ciudadanos es deber nuestro velar por la destinación, uso e interventoría que se den a los recursos públicos, donde quiera que ellos sean utilizados y sigue siendo nuestro interés que las contrataciones en nuestro país sean cada vez más justas equitativas y transparentes.

Atentamente,



ANDRÉS LEMUS R.  
diegoalemus@msn.com