INSTITUTO NACIONAL DE APRENDIZAJE
COMISIÓN MAYOR DE GESTIÓN DE COMPRAS

ACTA No. 20-2025

Reunión Ordinaria de la **COMISIÓN MAYOR DE GESTIÓN DE COMPRAS** del Instituto Nacional de Aprendizaje, celebrada a las 07:00 horas del 4 de junio del 2025, con la participación de los **Miembros presentes:** Paula Valenciano Campos, Gerenta General, Norbert García Céspedes, Gestor de Normalización y Servicios de Apoyo, Roy Ramirez Quesada, Gestor de Formación y Servicios Tecnológicos, Rocío López Monge, Jefatura de la Unidad de Planificación y Evaluación y Fernando Sánchez Matarrita, Jefe de la Unidad de Fomento y Desarrollo Empresarial. **Asesores:** Sealtiel Álvarez Sánchez, Subgerente Administrativo, Gustavo Ramírez de la Peña, Gestor de Tecnologías de información y Comunicación, Allan Altamirano Díaz, Jefe de la Unidad de Compras Institucionales, Jose Alejandro Hernández Vargas, Jefe de la Asesoría Legal, Johan Felipe Medina Badilla, Encargado del Proceso de Adquisiciones de la Unidad de Compras Institucionales, Ana Lucía Delgado Orozco, Encargada del Proceso de Contratación Administrativa de la Asesoría Legal, María del Carmen Araya Mena, Encargada de la Unidad de Control Interno, Maikel Gutiérrez Murillo, Abogado del Proceso de Adquisiciones de la Unidad de Compras Institucionales, Ramón Chavarría Mendoza, Asesor de la Gerencia General y Yasira Fernández Nuñez, Analista del Proceso de Adquisiciones de la Unidad de Compras Institucionales. **Asesores ausentes con justificación**: Rosario Vindas Fournier, Jefatura de la Unidad de Secretaría Técnica de la Junta Directiva**. Mediante de la plataforma virtual Teams.**

PRESENTACION DEL ORDEN DEL DIA SESIÓN ORDINARIA No. 20-2025.

I. Acta de la Sesión Ordinaria 19-2025 celebrada el pasado de 28 de mayo del 2025.
II. Solicitud de aprobación para la contratación por excepción de servicios de publicidad en medios digitales, cine, radio y televisión. En cumplimiento al Plan Publicitario Institucional 2025 y al artículo 1 de la Ley 4325, "Publicidad programas artísticos producción nacional". Por un monto de ¢218.899.000,00. De acuerdo con el artículo 3 de la Ley General de Contratación Pública.
III. Solicitud de aprobación para la contratación por excepción de servicios de publicidad en medios digitales, cine, radio y televisión. En cumplimiento al artículo 41 inciso 3 de la Ley 4325, "Ley Sistema de Banca para el Desarrollo Nº 8634". Por un monto total de ¢287.995.000,00. De acuerdo con el artículo 3 de la Ley General de Contratación Pública.
IV. Decisión inicial y pliego de condiciones de la Licitación Reducida para la contratación de servicio de remodelación de las oficinas de COOPEX Y URMA, Sede Central, Uruca, San José, por un monto estimado de ₡159.647.176,75.
V. Adjudicación de la Licitación Menor 2025LE-000009-0002100001, para la compra de líneas de vida para los edificios de la Unidad Regional de Heredia. Por un monto estimado de ₡130.000.000,00.
VI. Adjudicación de la Licitación Mayor 2025LY-000005-0002100001 para la Compra de Servidores de Datos y equipos de Comunicación. Por un monto estimado de ₡701.378.329,00.
VII. Resolución de recurso de revocatoria interpuesto por RAYMOND MIRANDA ZUÑIGA, cédula de identidad 106220806, en calidad de representante legal de la empresa CORPORACION A C S SABANILLA SOCIEDAD ANONIMA, en contra del acto de adjudicación de la PARTIDA #2 a favor de TELERAD TELECOMUNICACIONES RADIODIGITALES SOCIEDAD ANONIMA, de la Licitación Menor 2025LE-000004-0002100001 "PROYECTORES, RETROPROYECTORES Y PANTALLAS".

ARTÍCULO I: Acta de la Sesión Ordinaria 19-2025 celebrada el pasado de 28 de mayo del 2025.

Se conoce el acta de la Comisión Mayor de Gestión de Compras de la Sesión Ordinaria 19-2025 celebrada el pasado de 28 de mayo del 2025.

Considerando que:

a. Se conoce el acta de la Comisión Mayor de Gestión de Compras de la Sesión Ordinaria 19-2025 celebrada el pasado de 28 de mayo del 2025.

Se acuerda:

a. Aprobar el acta de la Comisión Mayor de Gestión de Compras de la Sesión Ordinaria 19-2025 celebrada el pasado de 28 de mayo del 2025.

Acuerdo aprobado.

ARTÍCULO II: Solicitud de aprobación para la contratación por excepción de servicios de publicidad en medios digitales, cine, radio y televisión. En cumplimiento al Plan Publicitario Institucional 2025 y al artículo 1 de la Ley 4325, "Publicidad programas artísticos producción nacional". Por un monto de ¢218.899.000,00. De acuerdo con el artículo 3 de la Ley General de Contratación Pública.

Se conoce las solicitudes de aprobación para la contratación por excepción de servicios de publicidad en medios digitales, cine, radio y televisión. En cumplimiento al Plan Publicitario Institucional 2025 y al artículo 1 de la Ley 4325, "Publicidad programas artísticos producción nacional".

Considerando que:

a. Es competencia de la Comisión Mayor de Gestión de Compras aprobar los pliegos de condiciones de las contrataciones según el rango de acción de conformidad con el artículo 22, inciso b) del Reglamento de Compras Públicas del Instituto Nacional de Aprendizaje.

b. Es requisito dictar la decisión inicial para contratar según artículo 86 del Reglamento a la Ley General de Contratación Pública.

c. La presente contratación se encuentra contemplada en el Programa de Adquisiciones del año 2025.

d. Esta compra, ha sido solicitada por la **Asesoría de Comunicación**, la cual ha digitado en el SIREMA las solicitudes de compras: 402260,402261,402255,402257,402259,402256,402421,402422,402426,402428,402429,402430,402424,402431,402427,402432,402420,402418,402423,402425,402696,402690,402684,402688,402693,402697,402692,402686,402694,402695,402374,402376,402377,402657,402655,402654,402375,402658,402656,402383,403772,403744,403772 y 403744 y han remitido la información necesaria para dictar la decisión inicial.

e. Existe una finalidad pública por satisfacer, según se indica a continuación en los formularios AC-JCEX-12-2025 y AC-JCEX-15-2025 de la Asesoría de Comunicación:

"… De acuerdo con el Plan Publicitario Institucional 2025, elaborado por la Asesoría de Comunicación, mismo que fue aprobado por la Presidencia Ejecutiva mediante oficio PE-2909-2024 de fecha 18/12/2025, se destina parte de la subpartida 10302 Publicidad y Propaganda a la compra de espacios publicitarias en radio, medios digitales, televisión y cine, en diferentes medios de comunicación con cobertura en el territorio nacional y regional.

*Asimismo, en este trámite se contempla el cumplimiento de la **Ley 4325**, Artículo 1, que indica que el 30% del total de presupuesto destinado a publicidad en Radio y T.V. se debe reservar al patrocinio de programas culturales, artísticos e informativos de producción nacional: "Las instituciones autónomas y semiautónomas del Estado, el Gobierno de la República y todas las entidades que reciban una subvención del Estado, deberán dedicar el 30% de sus presupuestos de publicidad e información por la televisión y la radio al patrocinio de programas vivos, grabados o filmados, artísticos, culturales o informativos de producción nacional, excepto las sumas que se requieran para "cuñas" o avisos, sin que estas puedan exceder del 70% de dicho presupuesto de publicidad para televisión o radio.*

En todo caso, "las cuñas", avisos o comerciales filmados que se utilicen en los programas patrocinados por dichas entidades deberán ser de producción nacional. Estos espacios publicitarios tienen son cuñas

publicitarias de 30 segundos en diferentes programas de radio con cobertura en el territorio nacional y regional.

Mediante la compra de estos publicitarios se da a conocer a la población del país los servicios de capacitación, formación profesional que ofrece la Institución y el quehacer institucional, con el fin de que cada vez más personas conozcan los beneficios que ofrece el INA y tomen parte de la formación técnica. Además, se aprovecha la contratación de estas emisoras para comunicar los diversos tipos de información que se generan en la institución, todo apegado al Plan Operativo Institucional Anual POIA y al Plan Estratégico Institucional PEI.

Cabe señalar que la Institución está obligada a garantizar la veracidad de la información sobre la oferta formativa y sus servicios a todo el público meta nacional, es decir, la comunidad costarricense".

f. Descripción del objeto de la contratación: publicidad en medios digitales, cine, radio y televisión.

g. Qué procedimientos de control de calidad se aplicarán durante la solicitud, oferta, recepción y ejecución de este Contrato. (Según artículo 37 de la Ley General de Contratación Pública): *Se le solicitará mensualmente una certificación o declaración jurada de la pauta contratada en cada medio, misma que debe contener la firma del representante legal, así como la descripción del servicio brindado.*

h. Los terceros interesados y/o afectados son: *Esta contracción la realiza la Asesoría de Comunicación, misma que será utilizada para las campañas para dar a conocer el quehacer institucional, así como los servicios que ofrece el Sistema de Banca para el Desarrollo que involucra a todas las unidades ejecutoras que requieran informar a la población costarricense sobre capacitación y comunicados en general. Asimismo, la institución debe cumplir con campañas interinstitucionales, por lo que debe de contar de antemano con espacios publicitarios.*

i. Los riesgos identificados son: *En el caso de que no realizar esta contratación la Institución no podrá disponer de espacios publicitarios para difundir mensajes sobre la capacitación y el quehacer institucional, así como los beneficios que ofrece el Sistema de Banca para el Desarrollo para la población costarricense.*

j. Mediante el **sondeo de mercado** se realizó el comparativo de precios del mercado y se toman en cuenta medios de comunicación que tienen cobertura nacional y regionales para que la información sea lo más confiable posible en cuanto a precios y cobertura, indicando lo siguiente:

"… Con la intención de garantizar una repartición objetiva, justa y razonable en el mercado de la pauta publicitaria, la Asesoría de Comunicación creó el denominado "Modelo de gestión equitativa y responsable de pauta publicitaria".

Este incorpora una serie de variables para otorgar una calificación basada en parámetros objetivos (predictores de selección), como las mediciones de audiencia de Ibope Kantar (líder en el mercado de investigación de medios de comunicación), los precios del estudio de mercado, la ubicación geográfica (en el caso de los medios regionales), la trayectoria del medio o de su dirección y la composición etaria de sus audiencias, entre otros.

A cada predictor se le otorgó un peso en la calificación de acuerdo con las prioridades establecidas por esta asesoría. Como nota mínima de aprobación, la AC determinó como base 70 puntos.

En vista de la imposibilidad de utilizar los mismos parámetros para evaluar medios de alcance nacional con medios de alcance regional, la AC tomó la decisión técnica de dividirlos en dos tablas de evaluación, una para cada grupo."

Comparativo de emisoras de radio a nivel nacional

Medio	Precio del spot de 30 segundos	Cobertura

Radio Fides	₡21 000,00	Nacional
SINART Radio Nacional	₡35 000,00	Nacional
Teletica Radios	₡35 000,00	Nacional
Azul 999	₡35 200,00	Nacional
Radio Actual	₡36 000,00	Nacional
Radio Columbia	₡36 000,00	Nacional
Radio Monumental	₡38 000,00	Nacional
Radio 94.7	₡38 400,00	Nacional
Bésame	₡39 500,00	Nacional
CRC 89.1 FM	₡40 000,00	Nacional
Radio Sinfonola	₡44 000,00	Nacional
Radio Disney	₡44 000,00	Nacional
Radio Musical	₡47 000,00	Nacional

Razonabilidad de precio:

- ✓ Promedio: ₡37,623,00
- ✓ Precio mínimo: ₡21.000.00
- ✓ Precio máximo: ₡47.000.00

Comparativo de emisoras de radio a nivel regional

Medio	Precio del spot de 30 segundos en diferentes horarios de programación (rango de precios)	Cobertura
Radio Sideral	₡5 660,00	Nacional
Radio San Carlos	₡10 500,00	Nacional
Radio Pampa	₡14 000,00	Guanacaste
Radio Casino	₡15 000,00	Limón
Radio Colosal	₡15 322,00	Nacional
Radio Victoria	₡16 000,00	Nacional
Radio Sinaí	₡18 000,00	Zona Sur
Radio Santa Clara	₡18 800,00	Zona Norte
Radio Bahía Limón	₡19 775,00	Limón
Radio Bahía Puntarenas	₡19 775,00	Nacional
88 Stereo	₡23 900,00	Zona Sur

Razonabilidad de precio:

- ✓ Promedio: ₡16 066,00
- ✓ Precio mínimo: ₡5,660.00
- ✓ Precio máximo: ₡23.900.00

Pauta en Medios Digitales:

Tabla de valores Medios Digitales Nacional 2025									
Predictor de Selección	**Puntaje Total**	**Distribución de puntaje**	**Valor**	**Distribución de puntaje**	**Valor**	**Distribución de puntaje**	**Valor**	**Distribución de puntaje**	**Valor**
Visitantes totales por mer	30	Más de 500.000	**30 ptos**	Entre 400.000 y 499.999	**25 ptos**	Entre 200.000 y 399.999	**15 ptos**	Menos de 200.000	**10 ptos**

Precio por banner	20	Menos de 10,000	**20 ptos**	Entre 11.000 y 20.000	**15 ptos**	De 21.000 a 25.000	**10 ptos**	Más de 25.000	**5 ptos**
Publicación de temas INA	20	Entre 15 y 20 notas al año	**20 pts**	Entre 10 y 14 notas	**15 pts**	Entre 5 y 9 notas	10 pts	Menos de 5 notas	5 pts
Seguidores redes	20	Más de 500.000	**20 ptos**	Entre 300,000 y 499.000	**15 ptos**	Entre 100.000 y 299.000	**10 ptos**	Menos de 100.000	**5 ptos**
Trayectoria del medio	10	Más de 20 años	**20 ptos**	Entre 15 y 20 años	**15 ptos**	Entre 10 y 14 años	**10 ptos**	Entre 0 y 5 años	**5 ptos**

Resultados de medios digitales nacionales (INA)

Radio	Visitantes	Precio por cuña	Publicaciones INA	Seguidores redes	Trayectoria del medio	Total
El Guardián	15	15	20	10	10	**70**
El Observador	30	10	10	20	10	**80**
La República	30	15	20	20	10	**95**
Diario Extra	30	10	15	20	10	85
La Teja	30	15	20	20	10	95

Tabla de valores Pauta Medios Digitales Regional 2025									
Predictor de Selección	**Puntaje Total**	**Distribución de puntaje**	**Valor**	**Distribución de puntaje**	**Valor**	**Distribución de puntaje**	**Valor**	**Distribución de puntaje**	**Valor**
Ubicación geográfica	30	Menos de 50 K	**30 ptos**	De 51 a 80 KM	**25 ptos**	De 81. km a 100.000	**20 ptos**	Más de 100 K	**15 ptos**
Precio por Banner	25	Menos de 10,000	**25 ptos**	Entre 11.000 y 20.000	**20 ptos**	De 21.000 a 25.000	**15 ptos**	Más de 25.000	**10 ptos**
Publicaciones INA	25	Entre 15 y 20 notas al año	**25 pts**	Entre 10 y 14 notas	**20 pts**	Entre 5 y 9 notas	15 pts	Menos de 5 notas	1' pts
Trayectoria del periodista a cargo	20	Más de 20 años	**20 pts**	Entre 15 y 20	**15 pts**	Entre 10 y 14	**10 pts**	Entre 1 y 9 años	5 pts

Resultado de medios digitales Regionales (INA)

Canal	Ubicación	Precio por banner	Publicaciones	Trayectoria	Total
El Sol de Occidente	30	25	25	15	**95**
Periódico Mensaje	30	25	25	20	**100**
Puntarenas se oye	30	15	25	10	**80**
PZ Actual	30	25	25	20	**100**
San Carlos Digital	30	25	25	20	**100**
TV 8	30	20	10	20	**80**
Velero	30	20	25	20	**95**

Se considera como nota mínima para esta selección el 70%, por lo que todos superan ese promedio.

Comparativo de medios digitales

Medio	Precio por banner	Cobertura
Sabores	¢3 031,00	Nacional
PZ Actual	¢5 650,00	Nacional
Lizeth Castro	¢7 531,00	Nacional
Velero Informativo	¢9 416,00	Nacional
Revista Millenium	¢11 300,00	Nacional
La República	¢11 300,00	Nacional
Puntarenas se oye	¢13 000,00	Nacional
El Guardián	¢26 666,00	Nacional
Diario Extra	¢28 350,00	Nacional
La Teja	¢28 795,00	Nacional

Razonabilidad de precio:
- Promedio: ¢14 503,90
- Precio mínimo: ¢3,031.00
- Precio máximo: ¢28.795.00

En la razonabilidad de precio de medios digitales se tomó en cuenta el precio de banner en portada por un mes.

Comparativo de televisoras a nivel nacional, tomando precios de referencia el rango más alto de AAA.

Medio TV	Precio del spot de 30 segundos en diferentes horarios de programación (rango de precios)	Cobertura
Canal 1	₡136 956,00	Nacional
Extra-TV 42 AAA	₡153 000,00	Nacional
OPA AAA	₡293 250,00	Nacional
TriVisión AAA	₡430 000,00	Nacional
Multimedios AAA	₡440 000,00	Nacional
SINART Canal 13 AAA	₡499 577,00	Nacional
Repretel AAA	₡1 114 500,00	Nacional
FutTV AAA	₡1 220 000,00	Nacional
Teletica AAA	₡1 360 000,00	Nacional

Tripe A se refiere a la programas o eventos de alto rating.

Razonabilidad de precio:

- ✓ Promedio: ₡627 475,89
- ✓ Precio mínimo: ₡136.956.00
- ✓ Precio máximo: ₡1 360 000,00

Comparativo de televisoras a nivel regional.

Medio	Precio del spot de 30 segundos en diferentes horarios de programación (rango de precios)	Cobertura
TV Colosal	₡22 600,00	Regional
Los Santos TV	₡33 900,00	Regional
TV Sur	₡97 500,00	Regional
Coopelesca Canal 14 San Carlos	₡112 000,00	Regional
Tele Brunca	₡120 000,00	Regional

Razonabilidad de precio:

- ✓ Promedio: ₡77.200.00
- ✓ Precio mínimo: ₡22.600.00
- ✓ Precio máximo: ₡120.000.00

En lo relacionado con la metodología de escogencia en cuanto a los canales de televisión, esta se realizó mediante predictores de selección contemplados en el Modelo de Gestión Equitativa y Responsable de la Pauta Publicitaria (instrumento creado por la Asesoría de Comunicación para estos menesteres), distribuidos de la siguiente forma:

Medios Regionales:

- *Precio por spot de 30'*
- *Presencia en cableras*
- *Trayectoria del medio o del periodista a cargo*
- *Ubicación geográfica*
- *Presencia en cableras*

Medios Nacionales:

- *Precio del spot*
- *Posición en el rating*
- *Cobertura Nacional*
- *Trayectoria del medio o del periodista a cargo*

Con base en lo anterior, se realizó la siguiente calificación:

Tabla de valores Pauta Televisión Nacional 2025

Tabla de valores Pauta General TV Nacional 2025									
Predictor de Selección	**Puntaje Total**	**Distribución de puntaje**	**Valor**	**Distribución de puntaje**	**Valor**	**Distribución de puntaje**	**Valor**	**Distribución de puntaje**	**Valor**
Posición en el ranquin	20	1 a 10 posición	**20 ptos**	11 a 20 posición	**15 ptos**	21 a 30 posición	**10 ptos**	31 o más	**5 ptos**
Precio por cuña	20	De ¢35.000.00 a ¢50.000.00	**20 ptos**	De ¢51.000.00 a ¢65.000.00	**15 ptos**	De ¢66.000.00 a ¢80.000.00	**10 ptos**	Más ¢81.000.00	**5 ptos**
Cobertura	20	Nacional	**20 pts**	Parcial	**10 pts**				
Presencia en cableras	20	Más de 10	**20 ptos**	Entre 9 y 5	**15 ptos**	De 4 a 1 cablera	**10 ptos**	No está en cablera	**5 ptos**
Trayectoria del medio	20	Más de 20 años	**20 ptos**	Entre 15 y 20 años	**15 ptos**	Entre 10 y 14 años	**10 ptos**	Entre 0 y 5 años	**5 ptos**

Programación General, meta **INA** (0590202074) resultado de la evaluación

Radio	Posición en el ranquin	Precio por cuña	Alcance	Cableras	Trayectoria del medio	Total
Canal 8 Multimedios	20	5	20	20	20	**85**
Canal 1 TV	20	20	20	20	5	**85**
Extra TV 42	20	20	20	20	20	**100**

30% Ley de Patrocinios, meta **INA** (0590202074) resultado de la evaluación

Televisora	Posición en el ranquin	Precio por cuña	Alcance	Tipo programa	Trayectoria del medio	Total
Multimedios	20	10	10	30	20	**90**

Tabla de valores Pauta Televisión Regional 2025

Tabla de valores Pauta General TV Regional 2025									
Predictor de Selección	**Puntaje Total**	**Distribución de puntaje**	**Valor**	**Distribución de puntaje**	**Valor**	**Distribución de puntaje**	**Valor**	**Distribución de puntaje**	**Valor**
Ubicación geográfica	30	1 a 20 posición	**30 ptos**	21 a 40 posición	**25 ptos**	41 a 60 posición	**20 ptos**	61 o más	**15 ptos**
Precio por spot	30	De ¢35.000.00 a ¢50.000.00	**30 ptos**	De ¢51.000.00 a ¢65.000.00	**20 ptos**	De ¢66.000.00 a ¢80.000.00	**10 ptos**	Más 81.000.00	**5 ptos**
Presencia en cableras	20	Más de 10	**20 pts**	Entre 9 y 5	**15**	Entre 4 y 1	**10 pts**	Sin presencia	**5 pts**
Trayectoria del periodista a cargo	20	Más de 20 años	**20 pts**	Entre 15 y 20	**15 pts**	Entre 10 y 14	**10 pts**	Entre 1 y 9 años	5 pts

- *Ubicación geográfica hace referencia a un centro INA en determinado radio:*

Programación General, meta **INA** (0590202074) resultado de la evaluación

Canal	Ubicación	Precio por cuña	Cableras	Trayectoria	Total
TV Norte	30	5	20	15	**70**
TV Sur Canal 14	30	30	20	15	**95**

30% Ley de Patrocinios, meta **INA** (0590202074) resultado de la evaluación

Radio	Ubicación	Precio por cuña	Trayectoria	Tipo de programa	Total
El Andariego TV Norte	30	20	20	20	**90**
TV Norte Canal Catorce, S. A.	30	15	20	20	**85**

TV Sur	30	20	20	30	**100**
Colosal TV	30	20	20	30	**100**

Se considera como nota mínima para esta selección el 70%, por lo que todos superan ese promedio.

Pauta en Cine

Comparativo de cines a nivel nacional

Medio (rango de precios)	Precio del spot de 30 segundos en diferentes horarios de programación	Cobertura
CC Cinemas	¢2 020,00	Nacional
Cinemark	¢5 000,00	Depende ubicación del cine
Cinépolis	¢11 000,00	Depende ubicación del cine
Nova cinemas	¢14 000,00	Depende ubicación del cine

Razonabilidad de precio:
- Promedio: ¢8,005.00
- Precio mínimo: ¢ 2.020.00
- Precio máximo: ¢14. 000.00

Tabla de valores Pauta en Cine 2025

Tabla de valores Cine 2025									
Predictor de Selección	**Puntaje Total**	**Distribución de puntaje**	**Valor**	**Distribución de puntaje**	**Valor**	**Distribución de puntaje**	**Valor**	**Distribución de puntaje**	**Valor**
Cantidad de salas	25	Más de 30 salas	**25 ptos**	Entre 20 y 29 salas	**20 ptos**	Entre 10 y 19 salas	**15 ptos**	Menos de 10 salas	**5 ptos**
Precio por spot	25	Menos de ¢5.000.00	**25 ptos**	De ¢5.000 a 15.000	**20 ptos**	De 15.000 a 25.000	**15 ptos**	Más de 25.000	**5 ptos**
Ubicación	30	Salas fuera GAM	**30 pts**	Solo GAM	**25 pts**				

Resultado de análisis

Radio	Salas	Precio por cuña	Ubicación	Total
Cinemark	20	25	30	**75**

Se considera como nota mínima para esta selección el 70%, por lo que todos superan ese promedio.

Razonabilidad de precios: los espacios publicitarios que serán contratadas en el 2025 son razonables y corresponden a los precios de mercado y los alcances respectivos.

Consulta en el banco de precios del SICOP: *Se realizó la búsqueda en el banco de precios del SICOP, pero el precio de referencia, no se puede considerar porque es un precio por paquetes y otros.* Cabe señalar que la Asesoría de Comunicación compra espacios publicitarios, no paquetes de publicidad. *Aportando evidencias según consta en los oficios AC-JCEX-12-2025 y AC-JCEX-15-2025.*

k. Mediante correo electrónico, el Proceso de Adquisiciones solicita una ampliación del criterio técnico de los servicios de publicidad y la Asesoría de comunicación contesta con el oficio AC-98-2025. lo siguiente:

> *"…**Antecedente.** En 2024 y ante la existencia de un vacío metodológico para la selección de los medios de comunicación en los que se invertiría pauta publicitaria, esta Asesoría se abocó a la tarea de construir una herramienta que incorporó predictores de selección objetivos para la escogencia de los medios: el Modelo de Gestión Responsable y Equitativa de la Pauta Publicitaria.*
>
> *Este se utilizó, por primera vez, el año anterior y permitió a esta AC seleccionar a los medios con transparencia y objetividad sin lesionar el interés de democratizar los recursos destinados a pauta y lograr una visibilización del INA en todo el territorio nacional, así como alcanzar un posicionamiento en regiones.*
>
> *El modelo, como parte de un ejercicio ético, fue sometido, a finales de 2024, al escrutinio del Colegio de Periodistas de Costa Rica, organización que aplaudió el esfuerzo institucional.*
>
> *En relación con sus consultas le indico:*

Se hace necesario que se explique más a detalle el tema la evaluación de variables cuantitativas, en ese sentido como se determinó por ejemplo la posición en el ranquin de las radios seleccionadas, y el público meta.

La posición en el ranquin se desprende de resultados que arrojaron los "estudios de mercado de medios comunicación" de las firmas Kantar Ibope e Ipsos. Para el ejercicio de inversión publicitaria 2025 se tomaron en cuenta los resultados del año anterior. Este tipo de información permite adoptar decisiones con bases objetivas.
Ejemplo del ranquin de Ipsos

	Medición	Sexo		Edad (10 en 10)					NSE (Nivel Socio Económico)		
Modalidades	Total	Ola 2024	Hombre	Mujer	18 a 24	25 a 34	35 a 44	45 a 54	55 a 64	Alto	Medio	Bajo
Total	100,00 %	100,00 %	100,00 %	100,00 %	100,00 %	100,00 %	100,00 %	100,00 %	100,00 %	100,00 %	100,00 %	100,00 %
97.5 FM - Musical	30,60 %	30,60 %	27,27 %	33,71 %	17,73 %	23,19 %	40,66 %	41,19 %	28,84 %	30,58 %	31,34 %	29,29 %
101.1 FM - Radio Disney	19,46 %	19,46 %	19,44 %	19,47 %	17,67 %	22,07 %	23,73 %	19,30 %	10,12 %	23,86 %	21,08 %	15,05 %
102.7 FM - Exa	26,35 %	26,35 %	27,49 %	25,29 %	34,98 %	35,11 %	30,12 %	14,43 %	10,22 %	26,49 %	29,11 %	21,39 %
99.1 FM La Mejor	33,07 %	33,07 %	31,31 %	34,72 %	31,81 %	32,88 %	40,13 %	26,84 %	31,15 %	29,94 %	32,53 %	35,11 %
90.3 FM - Sinfonola	21,90 %	21,90 %	23,23 %	20,66 %	7,75 %	15,33 %	23,32 %	26,56 %	40,16 %	24,96 %	21,45 %	21,65 %
91.5 FM - Teletica Radio	17,38 %	17,38 %	22,71 %	12,40 %	14,92 %	12,49 %	16,48 %	21,14 %	25,61 %	27,40 %	18,24 %	12,39 %
98.7 FM - Columbia	23,13 %	23,13 %	29,03 %	17,62 %	11,56 %	19,25 %	20,65 %	34,03 %	32,63 %	39,99 %	23,21 %	17,18 %

Ejemplo de alcance de audiencias Ibope Kantar

	elementos	Hombre	Mujer	Alto	Medio	Bajo	12-17 años	18-24 años	25-34 años	35-44 años	45-60 años	61-75 años
Radio Disney 101.1 FM	% horz	41,2%	58,8%	26,9%	52,2%	20,9%	6,61%	15,7%	31,3%	23,7%	15,8%	6,86%
Bésame 89.9 FM	% horz	39,3%	60,7%	17,4%	62,3%	20,3%	0,31%	12,1%	30,5%	27,1%	23,3%	6,63%
La Mejor FM 99.1 FM	% horz	38,2%	61,8%	9,86%	62,8%	27,3%	1,15%	14,2%	20,3%	27,1%	19,7%	17,5%
Best FM 103.5 FM	% horz	66,5%	33,5%	17,0%	55,7%	27,3%	0,00%	6,39%	22,0%	31,9%	29,7%	10,1%
Musical 97.5 FM	% horz	48,4%	51,6%	13,0%	59,5%	27,5%	0,88%	7,27%	20,8%	28,8%	29,3%	13,0%
Exa 102.7 FM	% horz	53,6%	46,4%	15,0%	52,2%	32,7%	6,49%	27,8%	34,6%	15,6%	8,06%	7,51%
Columbia Estereo 92.7 FM	% horz	41,4%	58,6%	24,1%	54,1%	21,8%	8,73%	8,81%	15,3%	24,3%	27,0%	15,9%
Monumental 93.5 FM	% horz	62,5%	37,5%	18,6%	63,5%	18,0%	0,00%	8,01%	17,9%	24,2%	22,6%	27,3%
Radio Columbia 98.7 FM	% horz	70,1%	29,9%	19,6%	72,3%	8,09%	0,30%	12,6%	15,5%	18,8%	31,3%	21,5%
Zeta FM 95.1 FM	% horz	61,3%	38,7%	13,6%	50,3%	36,1%	4,96%	8,30%	18,9%	31,8%	27,8%	8,31%
Teletica Radio 91.5 FM	% horz	72,4%	27,6%	22,9%	49,3%	27,8%	5,40%	13,0%	28,8%	18,6%	21,2%	12,9%
La Caliente 90.7 FM	% horz	50,5%	49,5%	11,0%	48,2%	40,9%	0,37%	11,5%	34,7%	21,6%	23,6%	8,34%
Omega 105.1 FM	% horz	56,6%	43,4%	21,8%	53,9%	24,4%	0,17%	5,15%	22,6%	26,3%	17,5%	28,3%
Radio Dos - 99.5 FM	% horz	67,8%	32,2%	24,3%	56,3%	19,4%	5,99%	7,94%	14,8%	12,6%	40,1%	18,6%
Los 40 104.3 FM	% horz	51,4%	48,6%	21,7%	64,2%	14,1%	0,21%	20,2%	46,5%	21,8%	8,55%	2,76%
Radio Sinfonola 90.3 FM	% horz	52,9%	47,1%	14,2%	52,4%	33,4%	0,46%	6,17%	10,8%	8,19%	37,9%	36,5%
Momentos Reloj 94.3 FM	% horz	35,5%	64,5%	20,9%	57,3%	21,8%	6,89%	17,7%	17,6%	24,9%	19,7%	13,2%
Super Radio 102.3 FM	% horz	70,9%	29,1%	18,6%	58,7%	22,7%	0,00%	8,74%	11,1%	17,8%	40,9%	21,3%

Se hace necesario mayor explicación respecto a la distribución de puntaje por kilómetro que se le dio a la pauta radial regional, ya que al menos este Proceso no logra entender dicha métrica.

El Modelo de Gestión Responsable y Equitativa de la Pauta Publicitaria vino a subsanar, en 2024, la disyuntiva de elegir los medios de comunicación partiendo como base solo del ranquin, pues esto dejaba en clara desventaja a medios regionales que tienen una importante presencia e influencia en sus comunidades.

En el caso de las radios regionales, esta Asesoría otorgó un mayor peso al factor "localía" para privilegiar medios que se encuentran cercanos a un Centro de Formación Profesional del INA o un Centro de Desarrollo Empresarial. De ahí que, a mayor cercanía, mayor puntaje de selección. Esta selección garantiza la presencia de los productos comunicacionales del INA en localidades clave y tener posicionamiento regional.

Apostar por estaciones de radio en regiones que cuentan con instalaciones INA garantiza que el mensaje llegue a personas de comunidades cercanas y estas podrían interesarse en los servicios del Instituto. Además, permite tener pauta específica para cada región, como ocurrió el año anterior, cuando fue necesario promocionar los cursos de Zafarrancho en Limón.

Se hace necesario que se aporte la evidencia de la variable visitantes totales por mes y cómo se determinó esto en la pauta en medios digitales. Además, cuál es el criterio de conveniencia de seleccionar esos medios con respecto a otros que puedan tener mucho mayores visitas.

La pauta, a nivel digital, se definió con base en: 1) Resultados obtenidos en el Modelo de Gestión Responsable y Equitativa de la Pauta Publicitaria y 2) Certificación de empresa PYME extendida por MEIC (según directriz de la Presidencia Ejecutiva del INA para este 2025).

La variable de visitantes totales fue definida por esta Asesoría en 2024 como parte de los predictores de selección en el caso de los medios digitales.

De acuerdo con sus posibilidades, los medios aportaron mediciones de visitantes totales por mes de acuerdo con Ibope Kantar o Google Analytics. Esa información fue solicitada por la AC como parte de los requisitos para la entrega de la oferta publicitaria.

Medios digitales de mayor alcance declinaron participar al no contar con la declaratoria PYME exigida para este año por nuestra Presidencia Ejecutiva.

Con relación a la pauta de televisoras a nivel regional y nacional:

En la variable tanto televisora nacional como regional se establece: Precio del spot de 30 segundos en diferentes horarios de programación (rango de precios), sobre esto, dejar evidencia de los horarios en que se establecieron los rangos comparativos del precio entre las televisoras. Además, es claro que las televisoras de rango más alto AAA serán mucho más costoso, por ende, se necesita el criterio de porqué es necesario contratar los medios televisivos seleccionados.

El costo de un spot en un medio de alto alcance, como Canal 7, ronda los ¢1,3 millones en el horario AAA. Presupuestariamente sería imposible invertir en esa franja horaria, pues difícilmente alcanzaría para cuatro apariciones al mes.

En ese sentido, esta Asesoría de Comunicación prefiere apostar, desde el punto de vista técnico, a la permanencia de exposición para garantizar una mayor recordación en las audiencias. La inversión con los medios televisivos, por ende, no se negocia por franjas horarias, sino por la cantidad de spots que, a lo largo del mes, serán difundidos en sus diferentes franjas.

Se privilegian aquellos medios que ofrecen mejores condiciones económicas y mayor exposición, esto como parte de un ejercicio responsable de inversión en pauta. Repretel y Teletica no participaron por no contar con declaratoria PYME, exigida por la Presidencia Ejecutiva para este 2025.

Sobre la justificación de escogencia no hay una justificación técnica de porqué se eligen a esas empresas, cuando se logra leer pareciera que es como un resumen de lo que es las televisoras, pero hace falta el criterio técnico de selección de esas televisoras con respecto a las demás y qué conveniencia técnica hay respecto a las demás, por lo cual fue elegidas. Recuerden que AC es la responsable de indicar técnicamente sobre esta selección y esto debe quedar plasmado sobre la necesidad, conveniencia técnica y decisión de AC de designar los fondos públicos de Pauta a estas emisoras.

Para esta Asesoría no es de recibo la aseveración de que "no hay una justificación técnica del porqué se eligen estas empresas".

Durante 2024, la Asesoría de Comunicación invirtió incontables horas en la creación del Modelo de Gestión Responsable y Equitativa de la Pauta Publicitaria. Este modelo, único en el país, incorporó una serie de predictores para garantizar el uso de factores objetivos en la selección de medios.

Antes del cambio de la legislación, prevalecía el criterio experto de la persona a cargo de la Asesoría. Ahora la selección se fundamenta en parámetros objetivos. La propuesta del nuevo modelo permite que los medios compitan en igualdad de condiciones: Medios nacionales con medios nacionales y regionales con regionales.

Como parte de las mejoras, se descartó la idea de utilizar como referencia solo la posición en el ranquin, factor que atentaba contra el principio de regionalización de la pauta. Se incorporaron una serie de factores, entre estos la conveniencia del precio, la experiencia de la persona a cargo del medio (para garantizar el trabajo con medios de comunicación serios), el alcance (para procurar la cobertura nacional) y las audiencias (para apostar con mayor fuerza a aquellos medios que alcanzan públicos de interés etario), entre otros.

La nota mínima de aprobación se fijó en 70 puntos. La totalidad de los resultados obtenidos por medio del Modelo fueron entregados para garantizar la transparencia del proceso.

Cabe destacar que este Modelo de Gestión Responsable y Equitativa de la Pauta Publicitaria también fue puesto en conocimiento de la Comisión de Compras Institucionales en 2024.

Los medios que fueron tomados en consideración aprobaron la debida calificación y tiene la declaratoria PYME. Aquellos que no alcanzaron la nota mínima, quedaron fuera. Igual ocurrió con aquellos que no estaban al día con sus obligaciones ante Tributación y CCSS.

Con relación a la pauta de cine:

Se necesita mayor explicación sobre la escogencia de CINEMARK en el sentido de que no se tiene explicación sobre la elección de esta empresa de cines contra las demás. Además, de que solo se menciona como resultado de análisis Cinemark con nota 75 y sobre el cuadro de la justificación de escogencia no hay un criterio del porqué, sino que se hace referencia a lo que es Cinemark

De las cadenas de cines, la única que cumplió con la directriz de nuestra Presidencia Ejecutiva de obtener certificación PYME fue Cinemark. El resto de las cadenas declinaron participar.

Por mes, más de 100.000 personas acuden a las salas de esa firma. De acuerdo con sus estrenos, pueden alcanzar hasta a 270.000 espectadores mensuales, como ocurrió en julio del año anterior.

Los criterios objetivos de selección están claramente desglosados en los resultados 2025 del Modelo de Gestión Responsable y Equitativa de la Pauta Publicitaria. Desde el punto de vista técnico, Cinemark ofrece condiciones que la hacen atractiva y técnicamente viable para el cumplimiento del plan de comunicación institucional y sus metas INA y SBD.

l. Esta contratación se compone de 42 partidas.

m. La Asesoría de Comunicación cuenta con el Recurso Humano y la Infraestructura Administrativa suficiente para verificar el fiel cumplimiento del Objeto de la Contratación, tanto cuantitativa como cualitativamente.

n. El estudio técnico lo realizó la persona encargada de la Asesoría de Comunicación o a quien designe.

o. La supervisión del contrato, lo realizará la persona encargada de la Asesoría de Comunicación.

p. La dependencia administrativa que realizará los trámites y actos de comunicación respectivos será el Proceso de Adquisiciones de la Unidad de Compras Institucionales.

q. Se verifica que la oferta recomendada se encuentra al día con sus obligaciones patronales y tributarias para con el INA, Ministerio de Hacienda, CCSS, FODESAF y Registro Nacional (Impuesto de personas jurídicas).

r. Se detalla el representante legal de la empresa oferente para adjudicar:

NOMBRE DE PROVEEDOR	CÉDULA JURIDICA/FISICA	REPRESENTANTE LEGAL	CÉDULA DE IDENTIDAD
CADENA MUSICAL SOCIEDAD ANONIMA	3101007936	JORGE JAVIER CASTRO VARGAS	0104161317
3-101-784163 SOCIEDAD ANONIMA	3101784163	CARLOS WAUTHION DELGADO	105600015309
RADIO OCHENTA Y OCHO ESTEREO SOCIEDAD ANONIMA.	3101054905	JUAN CARLOS VEGA ROSALES	0111520726
CENTRAL DE RADIOS CDR SOCIEDAD ANONIMA	3101359639	HERNAN AZOFEIFA DELGADO	0107240800
GRUPO LATINO DE RADIODIFUSION COSTA RICA SOCIEDAD ANONIMA	3101254485	MIGUEL ANTONIO ARAYA VARGAS	0108130936
CADENA RADIAL COSTARRICENSE SOCIEDAD ANONIMA	3101522338	Andres Quintana Cavallini	0106620021
RADIODIFUSORA DEL PACIFICO LIMITADA	3102031100	JUAN RAFAEL CAÑAS VEGA	0102940977
BEEPERMATIC DE COSTA RICA SOCIEDAD ANONIMA	3101122200	MAXIMILIANO LOPEZ JIMENEZ	0103670407
ASOCIACIÓN CÁMARA NACIONAL DE RADIODIFUSIÓN	3002045878	GUSTAVO PIEDRA GUZMAN	0302890998
DIFUSORA RASACA SOCIEDAD ANONIMA	3101064825	ADRIAN GONZALEZ QUESADA	0202970789
ENDY TORRES KEITH	109650683	ENDY TORRES KEITH	109650683
WERNI GERARDO VÁSQUEZ GONZÁLEZ	105340970	WERNI GERARDO VÁSQUEZ GONZÁLEZ	105340970
RADIO VICTORIA LIMITADA	3102053406	GUSTAVO PIEDRA GUZMAN	0302890998
FELIPE MAURICIO CASTRO ARGUEDAS	109480439	FELIPE MAURICIO CASTRO ARGUEDAS	109480439
HB GLOBAL COMMUNICATIONS SOCIEDAD ANONIMA	3101686202	RONALD ENRIQUE HERNANDEZ ROJAS	0106220488
3-102-783635 SOCIEDAD DE RESPONSABILIDAD LIMITADA	3-102-783635	ELI DE LOS ANGELES QUIROS LOPEZ	0603220132

AUDIOS DEL SUR SOCIEDAD ANONIMA	3101147292	LIDIO ALBERTO LEIVA FALLAS	0106510046
GUILLERMO ARTURO CUBILLOS SANCHEZ	106890375	GUILLERMO CUBILLOS SANCHEZ	106890375
RADIO PAMPA SOCIEDAD ANONIMA	3101082493	CARLOS RAMIREZ ARRIETA	0104030161
LIA LISETTE RAMIREZ QUIROS	109020931	LIA LISETTE RAMIREZ QUIROS	109020931
PROPERIODICOS LIMITADA	3102655330	ROGELIO MATAMOROS ARAYA	0106940588
RICHARD MOLINA MESEN	107980646	RICHARD MOLINA MESEN	107980646
HL BROTHERS COMUNICARE SOCIEDAD ANONIMA	3101584379	ISIS RAQUEL LIMON GALVEZ	0800910682
FABIAN ERNESTO MENDEZ MIRANDA	113220510	FABIAN MENDEZ MIRANDA	113220510
LAURA VANESSA MC QUIDDY GOMEZ	110010867	LAURA MC QUIDDY GOMEZ	110010867
PERIODICO MENSAJE SOCIEDAD ANONIMA	3101269533	ERICKA MARIA FERNANDEZ CORDERO	0108790849
GRUPO EL OBSERVADOR SOCIEDAD ANONIMA	3101770635	BERLIOTH HERRERA JIMENEZ	0108060041
RANDALL ANTONIO CHAVES SOLANO	108400602	RANDALL CHAVES SOLANO	108400602
JOSE RAFAEL ARGUEDAS PEREZ	207020152	JOSE RAFAEL ARGUEDAS PEREZ	207020152
COMUNICACIONES DIGITALES DE ENTRETENIMIENTO CDE SOCIEDAD ANONIMA	3101703953	MIGUEL ANTONIO ARAYA VARGAS	0108130936
T V NORTE CANAL CATORCE SOCIEDAD ANONIMA	3101182897	OMAR MIRANDA MURILLO	0501650019
GRANRO TELEVISORA DEL SUR SOCIEDAD ANONIMA	3101231436	FRANKLIN GRANADOS PALOMO	0900450899
RADIOFONICA DE LA PENINSULA SOCIEDAD ANONIMA	3101055584	GERARDO JIMÉNEZ CUBERO	0202730308
CANAL UNO TV SOCIEDAD ANONIMA	3101410764	JORGE ALBERTO ABARCA ARCE	0109720080
FLIX CINEVISION COSTA RICA, SOCIEDAD DE RESPONSABILIDAD LIMITADA	3102712246	RODOLFO VILLALOBOS GUZMAN	0109480480
SOCIEDAD PERIODISTICA EXTRA LIMITADA	3102038255	JOSE EDUARDO GARCIA VARGAS	0108260907

s. Las personas funcionarias participantes de la Comisión Mayor de Gestión de Compras no tienen ninguna prohibición de conformidad con los artículos 24, 25,26, 27 y 28 de la Ley General de Contratación Pública. Además, se verifica que las personas que intervienen en el proceso de esta contratación firmaron la Declaración del Compromiso Ético con el Instituto Nacional de Aprendizaje.

t. Se cuenta con el contenido presupuestario para el pago de esta compra, según la certificación presupuestaria URF-PP-CONS-107-2025, emitida por el Proceso de Presupuesto para un total de ₡210.500.000,00. Además de según la certificación presupuestaria URF-PP-CONS-135-2025, emitida por el Proceso de Presupuesto para un total de ₡20.394.000,00

u. Se cuenta con la instrucción de la Presidencia Ejecutiva, mediante oficios PE-642-2025 y PE-1450-2025, sobre las pautas publicitarias INA 2025, que deberá ser pactada con empresas y personas con la condición PYME y con la condición EMPRENDEDOR bajo registro en el MEIC.

v. En la Sesión Ordinaria 16-2025, celebrada el 14 de mayo del 2025. La Comisión Mayor de la Gestión de Compras en el artículo VIII, solicitó a la **Asesoría de Comunicación** "*…que realice la ampliación y justificación de la selección de los medios de radio, TV, digitales y cine de acuerdo con lo expuesto por la persona encargada de esa Asesoría, para la aprobación para la contratación por excepción de servicios de publicidad en medios digitales, cine, radio y televisión, en cumplimiento al Plan Publicitario Institucional 2025 y al artículo 1 de la Ley 4325, para la "Publicidad programas artísticos producción nacional", de acuerdo con el artículo 3 de la Ley General de Contratación Pública, tomando en consideración al oficio ALCA-30-2025 y en criterio emitido al respecto y lo discutido por esta Comisión" y a la* **Asesoría Legal** "*…que realice con*

los insumos obtenidos de esta solicitud una valoración integral de la contratación para saber si la misma cumple a cabalidad con lo exigido en la Ley y en su caso dar criterio respectivo".

w. En la Sesión Extra-Ordinaria 18-2025, celebrada el 23 de mayo del 2025. La Comisión Mayor de la Gestión de Compras en el artículo IV, conoció las respuestas del comunicado de acuerdo UCI-PA-CMGC-AC-64-2025 por parte de la Asesoría de Comunicación, mediante el oficio AC-105-2025 y de la Asesoría Legal, mediante el oficio ALCA-62-2025. En donde tomó el acuerdo de "…*Devolver a la Asesoría de Comunicación el trámite de solicitud de contratación por excepción de servicios de publicidad en medios digitales, cine, radio y televisión. En cumplimiento al Plan Publicitario Institucional 2025 y al artículo 1 de la Ley 4325, "Publicidad programas artísticos producción nacional". Por un monto total de ¢210.500.000,00. De acuerdo con el artículo 3 de la Ley General de Contratación Pública, para que la Asesoría de Comunicación presente una nueva solicitud, analizando al amparo de lo indicado en los oficios ALCA-62-2025 y PE-1450-2025 y cumpliendo a cabalidad con el artículo 3 de la Ley General de Contratación Pública y una vez determinado un nuevo estudio técnico, razonabilidad de precio y escogencia de los medios, se envíe nuevamente para aprobación de esta comisión. Cumplir el plazo de 2 días hábiles".*

x. En la Sesión Ordinaria 19-2025, celebrada el 28 de mayo del 2025, la Comisión Mayor de la Gestión de Compras en el artículo V, se presentó la solicitud de prórroga de la Asesoría de Comunicación para el cumplimiento del acuerdo UCI-PA-CMGC-AC-71-2025 y se acordó: "…*Dar por conocido el oficio AC-112-2025 e indicar a la persona encargada de la Asesoría de Comunicación que, dada la importancia de estas contrataciones, no se puede otorgar la entrega de lo acordado al 10 de junio de 2025 sino hasta el 30 de mayo de 2025".*

y. Mediante el oficio AC-116-2025 de fecha 29 de mayo del 2025, la Asesoría de Comunicación responde:

Con base en el oficio PE-1450-2025 de la Presidencia Ejecutiva que dice: <u>En caso de que no se logre ejecutar la totalidad de la pauta bajo las condiciones mencionadas, debido a las limitaciones técnicas, presupuestarias o de oferta en el mercado, el remanente de pauta podrá ser asignado a empresas de mayor tamaño, siguiente el principio de proporcionalidad y trasparencia</u>, esta Asesoría consideró el remanente de las subpartidas previstas para inversión en pauta publicitaria en medios de comunicación colectiva con miras a explorar la conveniencia y posibilidad de contratar el servicio de pauta con medios de comunicación que no ostentaban la categoría PYME.

El criterio técnico nos permite justificar la contratación de otros medios que no son Pyme y que nos garantizarán una importante permanencia en la parrilla de programación, así como un alcance en todo el país.

Los medios escogidos fueron sometidos el escrutinio del Modelo de Gestión Responsable y Equitativa de la Pauta Publicitaria y obtuvieron calificaciones superiores a los 70 puntos, nota mínima de aprobación. La justificación de compra por excepción se destalla en los siguientes trámites adicionales que procedemos a presentar:

- *AC-JCEX-15-2025 Tramite complementario de pauta en Programación General TV Y Digital **INA** 2025*
- *AC-JCEX-14-2025 Tramite complementario de Pauta en Programación General TV y Digital **SBD** 2025*

Asimismo, le solicito mantener para aprobación los trámites enviados anteriormente:
- *AC-JCEX-12-2025_Trámite_de_compra_de_pauta_meta_INA*
- *AC-JCEX-13-2025_Trámite_de_compra_de_pauta_meta_SBD*

z. Mediante oficio UCI-PA-581-2025 de fecha 30 de mayo de 2025, el Proceso de Adquisiciones de la Unidad de Compras Institucionales, realiza solicitud de criterio a la Asesoría de Comunicación e indica lo siguiente:

De conformidad con lo emitido en el oficio supra citado se le indica lo siguiente:

Según los comunicados de acuerdo UCI-PA-CMGC-AC-71-2025 y UCI-PA-CMGC-AC-72-2025, la Comisión Mayor de Gestión de Compras, acordó lo siguiente:

UCI-PA-CMGC-AC-71-2025:

a. *Devolver a la Asesoría de Comunicación el trámite de solicitud de contratación por excepción de servicios de publicidad en medios digitales, cine, radio y televisión. En cumplimiento al Plan Publicitario Institucional 2025 y al artículo 1 de la Ley 4325, "Publicidad programas artísticos producción nacional". Por un monto total de ¢210.500.000,00. De acuerdo con el artículo 3 de la Ley General de Contratación Pública, para que la Asesoría de Comunicación presente una nueva solicitud, analizando al amparo de lo indicado en los oficios ALCA-62-2025 y PE-1450-2025 y cumpliendo a cabalidad con el artículo 3 de la Ley General de Contratación Pública y una vez determinado un nuevo estudio técnico, razonabilidad de precio y escogencia de los medios, se envíe nuevamente para aprobación de esta comisión. Cumplir el plazo de 2 días hábiles.*

b. *Comunicar el acuerdo a la persona encargada de la Asesoría de Comunicación.*

Acuerdo aprobado en firme por unanimidad.

UCI-PA-CMGC-AC-72-2025:

a. *Devolver a la Asesoría de Comunicación el trámite de solicitud de aprobación para la contratación por excepción de servicios de publicidad en medios digitales, cine, radio y televisión. En cumplimiento al artículo 41 inciso 3 de la Ley 4325, "Ley Sistema de Banca para el Desarrollo Nº 8634". Por un monto total de ¢276.000.000,00. De acuerdo con el artículo 3 de la Ley General de Contratación Pública, para que la Asesoría de Comunicación presente una nueva solicitud, analizando al amparo de lo indicado en los oficios ALCA-62-2025 y PE-1450-2025 y cumpliendo a cabalidad con el artículo 3 de la Ley General de Contratación Pública y una vez determinado un nuevo estudio técnico, razonabilidad de precio y escogencia de los medios, se envíe nuevamente para aprobación de esta comisión. Cumplir el plazo de 2 días hábiles.*

b. *Comunicar el acuerdo a la persona encargada de la Asesoría de Comunicación.*

Acuerdo aprobado en firme por unanimidad.

Dentro de lo acordado por la Comisión se indica:

*… **para que la Asesoría de Comunicación presente una nueva solicitud, analizando al amparo de lo indicado en los oficios ALCA-62-2025 y PE-1450-2025 y cumpliendo a cabalidad con el artículo 3 de la Ley General de Contratación Pública y una vez determinado un nuevo estudio técnico, razonabilidad de precio y escogencia de los medios**, se envíe nuevamente para aprobación de esta comisión. Cumplir el plazo de 2 días hábiles.*

Queda la duda de este Proceso de Adquisiciones en cuanto la Comisión fue clara en que se debía crear nuevos estudios técnicos, razonabilidades y escogencia de medios amparados en la ley y dentro del oficio AC-116-2025 se indica:

Asimismo, le solicito mantener para aprobación los trámites enviados anteriormente:
- *AC-JCEX-12-2025_Trámite_de_compra_de_pauta_meta_INA*
- *AC-JCEX-13-2025_Trámite_de_compra_de_pauta_meta_SBD*

De conformidad con todos los criterios emitidos por su dependencia, con la devolución de este trámite, en la cual usted expuso dentro de la Sesión 16-2025, así como lo determinado en los acuerdos de la Comisión Mayor de Gestión de Compras en la Sesión 18-2025, se solicita:

1. *Emitir criterio técnico de por qué se mantienen los oficios AC-JCEX-12-2025 y AC-JCEX-13-2025 que fueron devueltos por Comisión como parte de esta nueva solicitud.*

2. *Con estas solicitudes nuevas incluyendo AC-JCEX-14-2025 y AC-JCEX-15-2025, más las indicadas en el punto 1, se estaría cumpliendo a cabalidad con lo indicado en el artículo 3 de la Ley General de Contratación Pública.*

3. *Cuál es la razón técnica para mantener los estudios técnicos, razonabilidad de precios y escogencia de medios sin hacer un nuevo estudio que fue solicitado por dicha Comisión en Sesión 18-2025 y mantener los oficios AC-JCEX-12-2025 y AC-JCEX-13-2025.*

aa. Mediante el oficio AC-123-2025 de fecha 02 de junio del 2025, la Asesoría de Comunicación responde:

1.Emitir criterio técnico de por qué se mantienen los oficios AC-JCEX-12-2025 y AC-JCEX-13-2025 que fueron devueltos por Comisión como parte de esta nueva solicitud.

La AC compra espacios publicitarios en radio, televisión, medios digitales y cine procurando tener la mayor permanencia en el año y el mayor alcance territorial.

Si bien los oficios AC-JCEX-12-2025 y AC-JCEX-13-2025 se enviaron para trámite mientras se daba cumplimiento a la instrucción contenida en el oficio PE-642-2025 (relativo al mandato para que la totalidad de la pauta fuera pactada con empresas y personas con la condición PYME y/o con la condición Emprendedor bajo registro en el MEIC), lo cierto es que, desde antes de la directriz, esos medios eran considerados de interés para esta Asesoría. Todos cumplieron con los criterios de selección establecidos en el Plan Publicitario Anual 2025, aprobado por la Presidencia Ejecutiva mediante oficio PE-2909-2024, en cumplimiento del artículo 9 del Reglamento a la Ley General de Contratación Pública.

Se utilizan como criterio de selección:

- *Necesidades institucionales que contemplen las audiencias nacionales o regionales con el fin de colocar mensajes clave con base en prioridades.*
- *Población meta del INA: Mayores de 15 años, con especial énfasis en el grupo etario entre 25 y 35 años, donde se encuentra el grueso de personas que acuden a los servicios del Instituto.*
- *Perfil del medio de comunicación. Es importante verificar la trayectoria del medio.*
- *Ranquin. Para esto se acude a firmas especializadas en estudio de medios*
- *Permanencia vs exposición a gran escala limitada. La idea de la estrategia es permanencia (garantizar una mayor cantidad de anuncios en la parrilla de programación de los medios para permitir una mayor recordación en las audiencias) en vez de una exposición a gran escala, pero muy limitada (si acaso tres anuncios en las televisoras de mayor alcance en franjas triple AAA).*
- *Costo: para privilegiar a los oferentes que ofrecen condiciones económicas más ventajosas a un menor costo.*

Los medios también cumplieron con otros criterios como la razonabilidad de precios (establecida a partir del sondeo de mercado), estar al día con sus obligaciones (entre estas Hacienda, CCSS e IMAS) y someterse al rigor del "Modelo de Gestión Responsable y Equitativa de la Pauta Publicitaria", que utiliza factores objetivos de selección que ofrecen el sustento técnico para la escogencia de los medios amparado en criterios como costo, ubicación (en el caso de medios regionales), trayectoria del medio, modalidad del programa (aplicable para el cumplimiento de la ley del 30% para privilegiar la contratación de espacios en noticieros y programas de opinión, por tener mayor audiencia), costo, experiencia de la persona a cargo, posición en el ranquin, visitantes únicos y redes sociales (estos dos últimos aplicables a medios digitales), entre otros.

Todos obtuvieron una nota superior a los 70 puntos establecidos como nota mínima. El oficio PE-1450 no varía las condiciones objetivas y técnicas debidamente fundamentadas de los oficios AC-JCEX-12-2025 y AC-JCEX-13-2025. Los oficios AC-JCEX-14-2025 y AC-JCEX-15-2025 complementan la totalidad del trámite de pauta 2025.

2. Con estas solicitudes nuevas incluyendo AC-JCEX-14-2025 y AC-JCEX-15-2025, más las indicadas en el punto 1, se estaría cumpliendo a cabalidad con lo indicado en el artículo 3 de la Ley General de Contratación Pública.

Esta Asesoría garantiza que con las solicitudes AC-JCEX-12-2025, AC-JCEX-13-2025, AC-JCEX-14-2025 y AC-JCEX-15-2025 se da cumplimiento a lo expuesto en el artículo 3 de la Ley General de Contratación Pública, así como el numeral 3 del Reglamento, por acreditarse todos los documentos que, desde un punto de vista técnico y objetivo, sustentan el trámite de excepción. En este caso, no se crearían nuevas excepciones ni se amplían la reguladas en la ley.

3. Cuál es la razón técnica para mantener los estudios técnicos, razonabilidad de precios y escogencia de medios sin hacer un nuevo estudio que fue solicitado por dicha Comisión en Sesión 18-2025 y mantener los oficios AC-JCEX-12-2025 y AC-JCEX-13-2025.

El hecho de que el oficio PE-1450 abriera la posibilidad de considerar medios que no ostentan la categoría de PYME no varía en nada la exigencia objetiva en el caso los trámites AC-JCEX-12-2025 y AC-JCEX-13-2025.

Es decir, los medios considerados en el primero y en el segundo trámite igual tiene que cumplir con los criterios de selección y el Modelo de Gestión Responsable y Equitativa de la Pauta. Tanto los medios anteriores como los nuevos estuvieron siempre en el radar de la Asesoría de Comunicación porque garantizan un alcance en todo el territorio nacional, así como permanencia en los medios para garantizar la recordación de la marca INA en las audiencias con la finalidad de atraer público meta a los servicios de la Institución.

De igual forma, es importante aclarar que, desde el punto de vista técnico y humano, era imposible emprender nuevos estudios técnicos, razonabilidades y escogencia en 48 horas, toda vez que sería necesario proceder a una redistribución de la pauta, variar los montos de inversión y los meses.

Debe enfatizarse que los considerandos de selección de medios y el Modelo de Gestión, mismos que dieron origen a las calificaciones de los oficios AC-JCEX-12-2025 y AC-JCEX-13-2025, serían exactamente los mismas para esos medios, en caso de un nuevo trámite.

Esta Asesoría parte del criterio de que con el primero y el segundo trámite queda garantizado lo previsto en el artículo 3 de la Ley en cuanto a no crear nuevas excepciones.

bb. Se recibe al señor Otto Vargas Masis, Jefe de la Asesoría de Comunicación, quien explica cómo realizaron la determinación del estudio de mercado y atiende las consultas de los señores miembros votantes y asesores.

Se acuerda:

a. Dictar la decisión inicial considerando lo dispuesto en la Ley General de Contratación Pública y su Reglamento.

b. Adjudicar la contratación por excepción de servicios de publicidad en medios digitales, cine, radio y televisión. En cumplimiento al Plan Publicitario Institucional 2025 y al artículo 1 de la Ley 4325, "Publicidad programas artísticos producción nacional". Por un monto total de **¢218.899.000,00.** De acuerdo con el artículo 3 de la Ley General de Contratación Pública. Según el siguiente detalle:

PARTIDA	DESCRIPCIÓN	PROVEEDOR	VIGENCIA CONTRACTUAL	MONTO POR PARTIDA CON IVA
1	PAUTA DE RADIO, PROGRAMACION GENERAL, MUSICAL	**CADENA MUSICAL SOCIEDAD ANONIMA**	JUNIO A SETIEMBRE 2025	¢7 200 000,00
2	PAUTA DE RADIO, PROGRAMACION GENERAL, RADIO SANTA CLARA	**3-101-784163 SOCIEDAD ANONIMA**	JUNIO A SETIEMBRE 2025	¢4 000 000,00
3	PAUTA DE RADIO, PROGRAMACION GENERAL, RADIO 88 STEREO	**RADIO OCHENTA Y OCHO ESTEREO SOCIEDAD ANONIMA**	JUNIO A SETIEMBRE 2025	¢4 000 000,00
4	PAUTA DE RADIO, PROGRAMACION GENERAL, EXA FM, MONUMENTAL Y DISNEY	**CENTRAL DE RADIOS CDR SOCIEDAD ANONIMA**	JUNIO A SETIEMBRE 2025	¢20 000 000,00
5	PAUTA DE RADIO, PROGRAMACION GENERAL, BÉSAME, LOS 40 Y LA CALIENTE	**GRUPO LATINO DE RADIODIFUSION COSTA RICA SOCIEDAD ANONIMA**	JUNIO A SETIEMBRE 2025	¢20 000 000,00
6	PAUTA DE RADIO, PROGRAMACION GENERAL, RADIO 94.7 FM	**CADENA RADIAL COSTARRICENSE SOCIEDAD ANONIMA**	JUNIO A SETIEMBRE 2025	¢7 200 000,00
7	PATROCINIO DE PAUTA RADIO, PROGRAMA: MÚSICA Y MENSAJES	**RADIODIFUSORA DEL PACIFICO LIMITADA**	JULIO A SETIEMBRE 2025	¢1 050 000,00
8	PATROCINIO DE PAUTA RADIO, PROGRAMA: NOTICIAS ACTUAL	**BEEPERMATIC DE COSTA RICA SOCIEDAD ANONIMA**	JULIO A SETIEMBRE 2025	¢1 500 000,00
9	PATROCINIO DE PAUTA RADIO, PROGRAMA: PANORAMA	**Asociación Cámara Nacional de Radiodifusión**	JULIO A SETIEMBRE 2025	¢15 000 000,00
10	PATROCINIO DE PAUTA RADIO, PROGRAMA: RADIO CASINO NOTICIAS LIMÓN	**DIFUSORA RASACA SOCIEDAD ANONIMA**	JULIO A SETIEMBRE 2025	¢1 500 000,00
11	PATROCINIO DE PAUTA RADIO, PROGRAMA: RADIO NOTÍCIAS COSTA RICA	**Endy Torres Keith**	JULIO A SETIEMBRE 2025	¢1 200 000,00
12	PATROCINIO DE PAUTA RADIO, PROGRAMA: RESCATE NOTÍCIAS CR,	**WERNI GERARDO VÁSQUEZ GONZÁLEZ**	JULIO A SETIEMBRE 2025	¢1 500 000,00

13	PATROCINIO DE PAUTA RADIO, PROGRAMA: NOTICIAS VICTORIA	**RADIO VICTORIA LIMITADA**	JULIO A SETIEMBRE 2025	¢1 500 000,00
14	PATROCINIO DE PAUTA RADIO, PROGRAMA: ROCK AND GOAL	**FELIPE MAURICIO CASTRO ARGUEDAS**	JULIO A SETIEMBRE 2025	¢1 200 000,00
15	PATROCINIO DE PAUTA RADIO, PROGRAMA: PROGRAMAS EDUCATIVOS	**HB GLOBAL COMMUNICATIONS SOCIEDAD ANONIMA**	JULIO A SETIEMBRE 2025	¢13 500 000,00
16	PATROCINIO DE PAUTA RADIO, PROGRAMA: SUR NOTICIAS	**3-102-783635 SOCIEDAD DE RESPONSABILIDAD LIMITADA**	JULIO A SETIEMBRE 2025	¢1 200 000,00
17	PATROCINIO DE PAUTA RADIO, PROGRAMA: MICROINFORMATIVO COLOSAL INFORMA	**AUDIOS DEL SUR SOCIEDAD ANONIMA**	JULIO A SETIEMBRE 2025	¢1 500 000,00
18	PATROCINIO DE PAUTA RADIO, PROGRAMA: ALÓ ALÓ ARTURO	**GUILLERMO ARTURO CUBILLOS SANCHEZ 106890375**	JULIO A SETIEMBRE 2025	¢1 500 000,00
19	PATROCINIO DE PAUTA RADIO, PROGRAMA: NOTICIAS SANTA CLARA	**3-101-784163 SOCIEDAD ANONIMA**	JULIO A SETIEMBRE 2025	¢1 650 000,00
20	PATROCINIO DE PAUTA RADIO, PROGRAMA: NOTICIERO LA PALABRA DE GUANACASTE	**RADIO PAMPA SOCIEDAD ANONIMA**	JULIO A SETIEMBRE 2025	¢1 200 000,00
21	SERVICIO DE PUBLICIDAD EN MEDIOS DIGITALES- TV8-2025	**LIA LISETTE RAMIREZ QUIROS**	JUNIO A SETIEMBRE 2025	¢1 200 000,00
22	SERVICIO DE PUBLICIDAD EN MEDIOS DIGITALES- LA REPÚBLICA	**PROPERIODICOS LIMITADA**	JUNIO A SETIEMBRE 2025	¢3 600 000,00
23	SERVICIO DE PUBLICIDAD EN MEDIOS DIGITALES -EL GUARDÍAN	**RICHARD MOLINA MESEN**	JUNIO A SETIEMBRE 2025	¢3 200 000,00
24	SERVICIO DE PUBLICIDAD EN MEDIOS DIGITALES- EL SOL DE OCCIDENTE	**HL BROTHERS COMUNICARE SOCIEDAD ANONIMA**	JUNIO A SETIEMBRE 2025	¢2 400 000,00
25	SERVICIO DE PUBLICIDAD EN MEDIOS DIGITALES-PUNTARENAS SE OYE	**FABIAN ERNESTO MENDEZ MIRANDA**	JUNIO A SETIEMBRE 2025	¢2 800 000,00
26	SERVICIO DE PUBLICIDAD EN MEDIOS DIGITALES-VELERO INFORMATIVO	**LAURA VANESSA MC QUIDDY GOMEZ**	JUNIO A SETIEMBRE 2025	¢2 400 000,00
27	SERVICIO DE PUBLICIDAD EN MEDIOS DIGITALES-PERIÓDICO EL MENSAJE	**PERIODICO MENSAJE SOCIEDAD ANONIMA**	JUNIO A SETIEMBRE 2025	¢2 400 000,00
28	SERVICIO DE PUBLICIDAD EN MEDIOS DIGITALES-EL OBSERVADOR	**GRUPO EL OBSERVADOR SOCIEDAD ANONIMA**	JUNIO A SETIEMBRE 2025	¢3 200 000,00
29	SERVICIO DE PUBLICIDAD EN MEDIOS DIGITALES-PZ ACTUAL	**RANDALL ANTONIO CHAVES SOLANO**	JUNIO A SETIEMBRE 2025	¢2 200 000,00
30	SERVICIO DE PUBLICIDAD EN MEDIOS DIGITALES-SAN CARLOS DIGITAL	**JOSE RAFAEL ARGUEDAS PEREZ**	JUNIO A SETIEMBRE 2025	¢2 400 000,00
31	PAUTA DE TELEVISIÓN, PROGRAMACION GENERAL, CANAL 8	**COMUNICACIONES DIGITALES DE ENTRETENIMIENTO CDE SOCIEDAD ANONIMA**	JULIO A SETIEMBRE 2025	¢12 000 000,00
32	PAUTA DE TELEVISIÓN, PROGRAMACION GENERAL, TV CANAL 14 NORTE	**T V NORTE CANAL CATORCE SOCIEDAD ANONIMA**	JULIO A SETIEMBRE 2025	¢10 500 000,00
33	PAUTA DE TELEVISIÓN, PROGRAMACION GENERAL, TV CANAL 14 SUR	**GRANRO TELEVISORA DEL SUR SOCIEDAD ANONIMA**	JULIO A SETIEMBRE 2025	¢10 500 000,00

34	PATROCINIO DE PAUTA EN TELEVISIÓN, PROGRAMA: NOTICIERO ESTELAR CANAL 14 TV SUR	**GRANRO TELEVISORA DEL SUR SOCIEDAD ANONIMA**	AGOSTO Y SETIEMBRE 2025	¢3 000 000,00
35	PATROCINIO DE PAUTA EN TELEVISIÓN, PROGRAMA: NOTICIERO ESTELAR	**T V NORTE CANAL CATORCE SOCIEDAD ANONIMA**	JULIO A SETIEMBRE 2025	¢6 000 000,00
36	PATROCINIO DE PAUTA EN TELEVISIÓN, PROGRAMA: EL ANDARIEGO	**RADIOFONICA DE LA PENINSULA SOCIEDAD ANONIMA**	AGOSTO Y SETIEMBRE 2025	¢2 000 000,00
37	PAUTA DE TELEVISIÓN, PROGRAMACION GENERAL, CANAL 1	**CANAL UNO TV SOCIEDAD ANONIMA**	JULIO A SETIEMBRE 2025	¢10 500 000,00
38	PATROCINIO DE PAUTA EN TELEVISIÓN, PROGRAMA: RESUMEN DIARIO DE COLOSAL INFORMA	**AUDIOS DEL SUR SOCIEDAD ANONIMA**	AGOSTO Y SETIEMBRE 2025	¢3 000 000,00
39	PATROCINIO DE PAUTA EN TELEVISIÓN, PROGRAMA: TELEDIARIO CANAL 8	**COMUNICACIONES DIGITALES DE ENTRETENIMIENTO CDE SOCIEDAD ANONIMA**	JULIO A SETIEMBRE 2025	¢7 800 000,00
40	PAUTA EN CINE: MEDIO COMPLEJOS CINES CINEMARK	**FLIX CINEVISION COSTA RICA, SOCIEDAD DE RESPONSABILIDAD LIMITADA**	JUNIO A SETIEMBRE 2025	¢12 000 000,00
41	SERVICIO DE PUBLICIDAD EN MEDIOS DIGITALES-LA EXTRA	**SOCIEDAD PERIODISTICA EXTRA-LIMITADA**	JUNIO A SETIEMBRE 2025	¢3.200.000,00
42	PAUTA DE TELEVISIÓN, PROGRAMACION GENERAL, CANAL 42 LA EXTRA	**SOCIEDAD PERIODISTICA EXTRA-LIMITADA**	JUNIO A SETIEMBRE 2025	¢5.199.000,00

c. La señora Rocío Lopez Monge, jefa de la Unidad de Planificación y Evaluación vota negativo debido que no queda de acuerdo con la ampliación técnica emitida por la persona encargada de la Asesoría de Comunicación y aduce que se debió realizar un nuevo estudio técnico para tener un mejor panorama de selección. Adicional aduce que, para tener un mejor panorama de selección más claro, en cuanto a la distribución de los medios y montos adjudicados. De haberse corrido nuevamente el modelo técnico de la Asesoría de Comunicación no queda claro si dicha distribución hubiera cambiado.

d. Comunicar el acuerdo a la persona encargada de la Asesoría de Comunicación y del Proceso de Adquisiciones de la Unidad de Compras Institucionales.

Acuerdo aprobado en firme por mayoría.

ARTÍCULO III: Solicitud de aprobación para la contratación por excepción de servicios de publicidad en medios digitales, cine, radio y televisión. En cumplimiento al artículo 41 inciso 3 de la Ley 4325, "Ley Sistema de Banca para el Desarrollo Nº 8634". Por un monto total de ¢287.995.000,00. De acuerdo con el artículo 3 de la Ley General de Contratación Pública.

Se conocen las solicitudes de aprobación para la contratación por excepción de servicios de publicidad en medios digitales, cine, radio y televisión. En cumplimiento al artículo 41 inciso 3 de la Ley 4325, "Ley Sistema de Banca para el Desarrollo Nº 8634".

Considerando que:

a. Es competencia de la Comisión Mayor de Gestión de Compras aprobar los pliegos de condiciones de las contrataciones según el rango de acción de conformidad con el artículo 22, inciso b) del Reglamento de Compras Públicas del Instituto Nacional de Aprendizaje.

b. Es requisito dictar la decisión inicial para contratar según artículo 86 del Reglamento a la Ley General de Contratación Pública.

c. La presente contratación se encuentra contemplada en el Programa de Adquisiciones del año 2025.

d. Esta compra, ha sido solicitada por la **Asesoría de Comunicación**, la cual ha digitado en el SIREMA las solicitudes de compra: 402648,402632,402631,402630,402629,402709,402699,402700,402628,402635,402639,402644,402710,402702,402704,402705,402703,402706,402701,402707,402708,402634,402636,402637,402638,402640,402641,402643,402642,402645,402633,402647,402673,402662,402669,402663,402665,402664,402666,402670,402667,402671,402672,402674,402675,402753,402751,402650,402750,402682,40268402680,402652,402653,402649,402676,402651,402624,403737,403739 y 403740 y han remitido la información necesaria para dictar la decisión inicial.

e. Existe una finalidad pública por satisfacer, según se indica a continuación en el formulario AC-JCEX-13-2025 y AC-JCEX-14-2025 de la Asesoría de Comunicación:

"… De acuerdo con el Plan Publicitario Institucional 2025, elaborado por la Asesoría de Comunicación, mismo que fue aprobado por la Presidencia Ejecutiva mediante oficio PE-2909-2024 de fecha 18/12/2025, se destina parte de la subpartida 10302 Publicidad y Propaganda al rubro de compra de espacios publicitarios en radio y televisión. En este trámite se presenta la compra de espacios publicitarias en radio, medios digitales, televisión y cine, en diferentes medios de comunicación con cobertura en el territorio nacional y regional.

También se da cumplimiento a la Ley Sistema de Banca para el Desarrollo Nº 8634, inciso, Artículo 41 inciso 3, en donde se indica que se debe destinar fondos para la promoción y divulgación de información a los beneficiarios del SBD.

Asimismo, en este trámite se contempla el cumplimiento de la Ley 4325, Artículo 1, que indica que el 30% del total de presupuesto destinado a publicidad en Radio y T.V. se debe reservar al patrocinio de programas culturales, artísticos e informativos de producción nacional: "Las instituciones autónomas y semiautónomas del Estado, el Gobierno de la República y todas las entidades que reciban una subvención del Estado, deberán dedicar el 30% de sus presupuestos de publicidad e información por la televisión y la radio al patrocinio de programas vivos, grabados o filmados, artísticos, culturales o informativos de producción nacional, excepto las sumas que se requieran para "cuñas" o avisos, sin que estas puedan exceder del 70% de dicho presupuesto de publicidad para televisión o radio.

En todo caso, "las cuñas", avisos o comerciales filmados que se utilicen en los programas patrocinados por dichas entidades deberán ser de producción nacional." Estos espacios publicitarios tienen son cuñas publicitarias de 30 segundos en diferentes programas de radio con cobertura en el territorio nacional y regional.

Este trámite corresponde a la difusión los beneficios del Sistema de Banca para el Desarrollo, el INA se garantiza que la población costarricense estará informada de forma rápida y oportuna sobre sus servicios y beneficios que se pueden que ofrece la Institución a través de la Unidad para el Fomento y Desarrollo Empresarial, a los cuales se pueden acceder. Con ello, nos aseguramos una distribución democrática y equitativa de dichos servicios, en todo el territorio nacional, dando cumplimiento a la Misión Institucional y acoplado al Plan Operativo Institucional Anual POIA y al Plan Estratégico Institucional PEI.

Cabe señalar que la Institución está obligada a garantizar la veracidad de la información sobre la oferta formativa y sus servicios a todo el público meta nacional, es decir, la comunidad costarricense.

f. Descripción del objeto de la contratación: publicidad en medios digitales, cine, radio y televisión SBD-INA.

g. Qué procedimientos de control de calidad se aplicarán durante la solicitud, oferta, recepción y ejecución de este Contrato. (Según artículo 37 de la Ley General de Contratación Pública): *Se le solicitará mensualmente una certificación o declaración jurada de la pauta contratada en cada medio, misma que debe contener la firma del representante legal, así como la descripción del servicio brindado.*

h. Los terceros interesados y/o afectados son: *Esta contracción la realiza la Asesoría de Comunicación con la meta SBD, misma que será utilizada para dar a conocer los servicios y beneficios que ofrece el Sistema de Banca para el Desarrollo, que involucra a la Unidad para el Fomento y Desarrollo Empresarial y sus Centros de Servicios Empresarial, distribuidos en el país, de no contar con los servicios, la Institución no tendría a disposición estos medios televisivos para difundir mensajes del Sistema de Banca para el Desarrollo a la población costarricense.*

Asimismo, la institución debe cumplir la Ley 4325, Artículo 1, (patrocinios en radio y televisión) por lo que se hace necesario la contratación de estos espacios publicitarios en radio.

i. Los riesgos identificados: *En el caso de que no realizar esta contratación la Institución no podrá disponer de espacios publicitarios para difundir mensajes sobre los beneficios que ofrece el Sistema de Banca para el Desarrollo. También, incumple con la Ley 4325 patrocinio de programas culturales, artísticos e informativos de producción nacional.*

j. Mediante el **sondeo de mercado** se realizó el comparativo de precios del mercado y se toman en cuenta medios de comunicación que tienen cobertura nacional y regionales para que la información sea lo más confiable posible en cuanto a precios y cobertura, indicando lo siguiente:

Comparativo de emisoras de radio a nivel nacional

Medio	Precio del spot de 30 segundos	Cobertura
Radio Fides	₡21 000,00	Nacional
SINART Radio Nacional	₡35 000,00	Nacional
Teletica Radios	₡35 000,00	Nacional
Azul 999	₡35 200,00	Nacional
Radio Actual	₡36 000,00	Nacional
Radio Columbia	₡36 000,00	Nacional
Radio Monumental	₡38 000,00	Nacional
Radio 94.7	₡38 400,00	Nacional
Bésame	₡39 500,00	Nacional
CRC 89.1 FM	₡40 000,00	Nacional
Radio Sinfonola	₡44 000,00	Nacional
Radio Disney	₡44 000,00	Nacional
Radio Musical	₡47 000,00	Nacional

Razonabilidad de precio:

- ✓ Promedio: ₡37,623,00
- ✓ Precio mínimo: ₡21.000.00
- ✓ Precio máximo: ₡47.000.00

Comparativo de emisoras de radio a nivel regional

Medio	Precio del spot de 30 segundos en diferentes horarios de programación (rango de precios)	Cobertura
Radio Sideral	₡5 660,00	Nacional
Radio San Carlos	₡10 500,00	Nacional
Radio Pampa	₡14 000,00	Guanacaste
Radio Casino	₡15 000,00	Limón
Radio Colosal	₡15 322,00	Nacional
Radio Victoria	₡16 000,00	Nacional
Radio Sinaí	₡18 000,00	Zona Sur
Radio Santa Clara	₡18 800,00	Zona Norte
Radio Bahía Limón	₡19 775,00	Limón
Radio Bahía Puntarenas	₡19 775,00	Nacional
88 Stereo	₡23 900,00	Zona Sur

Razonabilidad de precio:

- ✓ Promedio: ₡16 066,00
- ✓ Precio mínimo: ₡5,660.00
- ✓ Precio máximo: ₡23.900.00

Pauta en Medios Digitales:

Tabla de valores Medios Digitales Nacional 2025									
Predictor de Selección	**Puntaje Total**	**Distribución de puntaje**	**Valor**	**Distribución de puntaje**	**Valor**	**Distribución de puntaje**	**Valor**	**Distribución de puntaje**	**Valor**
Visitantes totales por mer	30	Más de 500.000	30 ptos	Entre 400.000 y 499.999	25 ptos	Entre 200.000 y 399.999	15 ptos	Menos de 200.000	10 ptos
Precio por banner	20	Menos de 10,000	20 ptos	Entre 11.000 y 20.000	15 ptos	De 21.000 a 25.000	10 ptos	Más de 25.000	5 ptos
Publicación de temas INA	20	Entre 15 y 20 notas al año	20 pts	Entre 10 y 14 notas	15 pts	Entre 5 y 9 notas	10 pts	Menos de 5 notas	5 pts
Seguidores redes	20	Más de 500.000	20 ptos	Entre 300,000 y 499.000	15 ptos	Entre 100.000 y 299.000	10 ptos	Menos de 100.000	5 ptos
Trayectoria del medio	10	Más de 20 años	20 ptos	Entre 15 y 20 años	15 ptos	Entre 10 y 14 años	10 ptos	Entre 0 y 5 años	5 ptos

Resultados de medios digitales nacionales (SBD)

Radio	Visitantes	Precio por banner	Publicaciones INA	Seguidores redes	Trayectoria del medio	Total
Delfino	15	15	20	15	10	**75**
La Reacción	10	20	20	10	10	**70**
Revista Milenium	10	20	20	10	10	**70**
La República	30	15	20	20	10	**95**
Liz Castro TV	10	15	20	15	10	**70**
Diario Extra	30	10	15	20	10	**85**
El Financiero	30	15	15	20	10	**90**

Tabla de valores Pauta Medios Digitales Regional 2025									
Predictor de Selección	**Puntaje Total**	**Distribución de puntaje**	**Valor**	**Distribución de puntaje**	**Valor**	**Distribución de puntaje**	**Valor**	**Distribución de puntaje**	**Valor**
Ubicación geográfica	30	Menos de 50 K	30 ptos	De 51 a 80 KM	25 ptos	De 81. km a 100.000	20 ptos	Más de 100 K	15 ptos
Precio por Banner	25	Menos de 10,000	25 ptos	Entre 11.000 y 20.000	20 ptos	De 21.000 a 25.000	15 ptos	Más de 25.000	10 ptos

Publicaciones INA	25	Entre 15 y 20 notas al año	25 pts	Entre 10 y 14 notas	20 pts	Entre 5 y 9 notas	15 pts	Menos de 5 notas	1' pts
Trayectoria del periodista a cargo	20	Más de 20 años	20 pts	Entre 15 y 20	15 pts	Entre 10 y 14	10 pts	Entre 1 y 9 años	5 pts

Resultado de medios digitales Regionales (SBD)

Canal	Ubicación	Precio por banner	Publicaciones	Trayectoria	Total
El Sol de Occidente	30	25	25	15	**95**
Periódico Mensaje	30	25	25	20	**100**
Puntarenas se oye	30	15	25	10	**80**
PZ Actual	30	25	25	20	**100**
San Carlos Digital	30	25	25	20	**100**
Crónicas de la Unión	30	20	20	20	**90**
Encuentro Municipal	30	20	15	20	**85**
Guanacaste a la altura	30	20	15	20	**85**
Heredia Hoy	30	20	25	20	**95**
Periódico La Anexión	30	20	15	20	**95**

Se considera como nota mínima para esta selección el 70%, por lo que todos superan ese promedio.

Comparativo de medios digitales

Medio	Precio por banner	Cobertura
Sabores	¢3 031,00	Nacional
PZ Actual	¢5 650,00	Nacional
Lizeth Castro	¢7 531,00	Nacional
Velero Informativo	¢9 416,00	Nacional
Revista Millenium	¢11 300,00	Nacional
La República	¢11 300,00	Nacional
Puntarenas se oye	¢13 000,00	Nacional
El Guardián	¢26 666,00	Nacional
Diario Extra	¢28 350,00	Nacional
La Teja	¢28 795,00	Nacional

Razonabilidad de precio:
- Promedio: ¢14 503,90
- Precio mínimo: ¢3,031.00
- Precio máximo: ¢28.795.00

En la razonabilidad de precio de medios digitales se tomó en cuenta el precio de banner en portada por un mes.

Pauta en Televisión:

Comparativo de televisoras a nivel nacional, tomando precios de referencia el rango más alto de AAA. alto de AAA.

Medio TV	Precio del spot de 30 segundos en diferentes horarios de programación (rango de precios)	Cobertura
Canal 1	₡136 956,00	Nacional
Extra TV 42 AAA	₡153 000,00	Nacional
OPA AAA	₡293 250,00	Nacional
TriVisión AAA	₡430 000,00	Nacional
Multimedios AAA	₡440 000,00	Nacional
SINART Canal 13 AAA	₡499 577,00	Nacional
Repretel AAA	₡1 114 500,00	Nacional
FutTV AAA	₡1 220 000,00	Nacional
Teletica AAA	₡1 360 000,00	Nacional

Tripe A se refiere a la programas o eventos de alto rating.

Razonabilidad de precio:

- ✓ Promedio: ₡627 475,89
- ✓ Precio mínimo: ₡136.956.00
- ✓ Precio máximo: ₡1 360 000,00

Comparativo de televisoras a nivel regional.

Medio	Precio del spot de 30 segundos en diferentes horarios de programación (rango de precios)	Cobertura
TV Colosal	₡22 600,00	Regional
Los Santos TV	₡33 900,00	Regional
TV Sur	₡97 500,00	Regional
Coopelesca Canal 14 San Carlos	₡112 000,00	Regional
Tele Brunca	₡120 000,00	Regional

Razonabilidad de precio:

- ✓ Promedio: ₡77.200.00
- ✓ Precio mínimo: ₡22.600.00
- ✓ Precio máximo: ₡120.000.00

Tabla de valores Pauta Televisión Nacional 2025

Tabla de valores Pauta General TV Nacional 2025									
Predictor de Selección	**Puntaje Total**	**Distribución de puntaje**	**Valor**	**Distribución de puntaje**	**Valor**	**Distribución de puntaje**	**Valor**	**Distribución de puntaje**	**Valor**
Posición en el ranquin	20	1 a 10 posición	**20 ptos**	11 a 20 posición	**15 ptos**	21 a 30 posición	**10 ptos**	31 o más	**5 ptos**
Precio por cuña	20	De ¢35.000.00 a ¢50.000.00	**20 ptos**	De ¢51.000.00 a ¢65.000.00	**15 ptos**	De ¢66.000.00 a ¢80.000.00	**10 ptos**	Más ¢81.000.00	**5 ptos**
Cobertura	20	Nacional	**20 pts**	Parcial	**10 pts**				
Presencia en cableras	20	Más de 10	**20 ptos**	Entre 9 y 5	**15 ptos**	De 4 a 1 cablera	**10 ptos**	No está en cablera	**5 ptos**
Trayectoria del medio	20	Más de 20 años	**20 ptos**	Entre 15 y 20 años	**15 ptos**	Entre 10 y 14 años	**10 ptos**	Entre 0 y 5 años	**5 ptos**

Programación General, meta **SBD (0590202071)** resultado de la evaluación

Radio	Posición en el ranquin	Precio por cuña	Alcance	Cableras	Trayectoria del medio	Total
Canal 8 Multimedios	20	5	20	20	20	**85**
OPA	20	10	20	20	20	**90**
Trivisión Canal 36	20	5	20	20	20	**85**
Canal 1 TV	20	20	20	20	5	**85**
Extra TV 42	20	20	20	20	20	**100**

30% Ley de Patrocinios, meta **SBD (0590202071)** resultado de la evaluación

Televisora	Posición en el ranquin	Precio por cuña	Alcance	Tipo programa	Trayectoria del medio	Total
Multimedios revista	20	10	10	30	20	**90**
Canal 1 Marcelo Castro Informa	20	20	10	20	20	**90**
Noticiero estelar OPA	20	15	10	30	20	**95**

Tabla de valores Pauta Televisión Regional 2025

Tabla de valores Pauta General TV Regional 2025									
Predictor de Selección	**Puntaje Total**	**Distribución de puntaje**	**Valor**	**Distribución de puntaje**	**Valor**	**Distribución de puntaje**	**Valor**	**Distribución de puntaje**	**Valor**
Ubicación geográfica	30	1 a 20 posición	**30 ptos**	21 a 40 posición	**25 ptos**	41 a 60 posición	**20 ptos**	61 o más	**15 ptos**
Precio por spot	30	De ¢35.000.00 a ¢50.000.00	**30 ptos**	De ¢51.000.00 a ¢65.000.00	**20 ptos**	De ¢66.000.00 a ¢80.000.00	**10 ptos**	Más 81.000.00	**5 ptos**
Presencia en cableras	20	Más de 10	**20 pts**	Entre 9 y 5	**15**	Entre 4 y 1	**10 pts**	Sin presencia	**5 pts**
Trayectoria del periodista a cargo	20	Más de 20 años	**20 pts**	Entre 15 y 20	**15 pts**	Entre 10 y 14	**10 pts**	Entre 1 y 9 años	5 pts

- *Ubicación geográfica hace referencia a un centro INA en determinado radio*

Programación General, meta **SBD (0590202071)** resultado de la evaluación

Canal	Ubicación	Precio por cuña	Cableras	Trayectoria	Total
TV Norte	30	5	20	15	**70**
TV Sur Canal 14	30	30	20	15	**95**

30% Ley de Patrocinios, meta **SBD (0590202071)** resultado de la evaluación

Radio	Ubicación	Precio por cuña	Trayectoria	Tipo de programa	Total
Noticiero canal 14 Norte	30	15	20	20	**85**
Noticiero TV Sur	30	20	20	30	**100**
Colosal TV	30	20	20	30	**100**

Se considera como nota mínima para esta selección el 70%, por lo que todos superan ese promedio.

Pauta en Cine

Comparativo de cines a nivel nacional

Medio (rango de precios)	Precio del spot de 30 segundos en diferentes horarios de programación	Cobertura
CC Cinemas	¢2 020,00	Nacional
Cinemark	¢5 000,00	Depende ubicación del cine
Cinépolis	¢11 000,00	Depende ubicación del cine
Nova cinemas	¢14 000,00	Depende ubicación del cine

Razonabilidad de precio:
- Promedio: ¢8.005.00
- Precio mínimo: ¢ 2.020.00
- Precio máximo: ¢14. 000.00

Tabla de valores Pauta en Cine 2025

Tabla de valores Cine 2025									
Predictor de Selección	**Puntaje Total**	**Distribución de puntaje**	**Valor**	**Distribución de puntaje**	**Valor**	**Distribución de puntaje**	**Valor**	**Distribución de puntaje**	**Valor**
Cantidad de salas	25	Más de 30 salas	**25 ptos**	Entre 20 y 29 salas	**20 ptos**	Entre 10 y 19 salas	**15 ptos**	Menos de 10 salas	**5 ptos**
Precio por spot	25	Menos de ¢5.000.00	**25 ptos**	De ¢5.000 a 15.000	**20 ptos**	De 15.000 a 25.000	**15 ptos**	Más de 25.000	**5 ptos**
Ubicación	30	Salas fuera GAM	**30 pts**	Solo GAM	**25 pts**				

Resultado de análisis

Radio	Salas	Precio por cuña	Ubicación	Total

Cinemark	20	25	30	75

Se considera como nota mínima para esta selección el 70%, por lo que todos superan ese promedio.

k. La Asesoría de Comunicación realizó la búsqueda en el **banco de precios del SICOP**, indicando lo siguiente:

Se realizó la búsqueda en el banco de precios del SICOP, pero el precio de referencia, no se puede considerar porque es un precio por paquetes y otros. Cabe señalar que la Asesoría de Comunicación compra espacios publicitarios, no paquetes de publicidad. *Aportando evidencia según consta en el oficio AC-JCEX-13-2025 y AC-JCEX-14-2025.*

l. Esta contratación se compone de 61 partidas.

m. La vigencia del contrato es de junio a setiembre del 2025 (4 meses).

n. La Asesoría de Comunicación cuenta con el Recurso Humano y la Infraestructura Administrativa suficiente para verificar el fiel cumplimiento del Objeto de la Contratación, tanto cuantitativa como cualitativamente.

o. El estudio técnico lo realizó la persona encargada de la Asesoría de Comunicación o a quien designe.

p. La supervisión del contrato, lo realizará la persona encargada de la Asesoría de Comunicación.

q. La dependencia administrativa que realizará los trámites y actos de comunicación respectivos será el Proceso de Adquisiciones de la Unidad de Compras Institucionales.

r. Se verifica que la oferta recomendada se encuentra al día con sus obligaciones patronales y tributarias para con el INA, Ministerio de Hacienda, CCSS, FODESAF y Registro Nacional (Impuesto de personas jurídicas).

s. Se detalla el representante legal de la empresa oferente para adjudicar:

NOMBRE DE PROVEEDOR	CÉDULA JURIDICA/FISICA	REPRESENTANTE LEGAL	CÉDULA DE IDENTIDAD
PEÑA SOBALVARRO JAIME	600670335	PEÑA SOBALVARRO JAIME	600670335
DIFUSION Y DESARROLLO DIDE DE COSTA RICA SOCIEDAD ANONIMA	3101358309	ROY ARCE MORALES	108930898
CADENA RADIAL COSTARRICENSE SOCIEDAD ANONIMA	3101522338	ANDRES QUINTANA CAVALLINI	106620021
AUDIOS DEL SUR SOCIEDAD ANONIMA	3101147292	LIDIO ALBERTO LEIVA FALLAS	106510046
TEMPORALIDADES DE LA DIOCESIS DE TILARAN	3010045304	JOSE MARCELINO MAYORGA CASTILLO	801050989
RADIO OCHENTA Y OCHO ESTEREO SOCIEDAD ANONIMA	3101054905	JUAN CARLOS VEGA ROSALES	111520726
RODRIGO ANDRÉS MOYA SOTO	603920529	RODRIGO ANDRÉS MOYA SOTO	603920529
RUTH TORRES MONTERO	107350397	RUTH TORRES MONTERO	107350397
RADIO VICTORIA LTDA.	3102053406	GUSTAVO PIEDRA GUZMAN	302890998
SUPER RADIO F M SOCIEDAD ANONIMA	3101080619	EDUARDO ALFREDO COCCIO BRENES	102800653
GRUPO LATINO DE RADIODIFUSION COSTA RICA SOCIEDAD ANONIMA	3101254485	MIGUEL ANTONIO ARAYA VARGAS	108130936
GRUPO CENTRO SOCIEDAD ANONIMA	3101023324	RONALD ENRIQUE HERNANDEZ ROJAS	106220488
AUDIOS DEL SUR SOCIEDAD ANONIMA	3101147292	LIDIO ALBERTO LEIVA FALLAS	106510046

RADIO PAMPA SOCIEDAD ANONIMA	3101082493	CARLOS GERARDO RAMIREZ ARRIETA	104030161
CENTRAL DE RADIOS CDR SOCIEDAD ANONIMA	3101359639	HERNAN ESTEBAN AZOFEIFA DELGADO	107240800
3-101-784163 SOCIEDAD ANONIMA	3101784163	CARLOS MAURICIO WAUTHION DELGADO	
RADIO RUMBO LIMITADA	3102010851	CARLOS LAFUENTE FERNANDEZ	301630359
CENTRAL DE RADIOS CDR SOCIEDAD ANONIMA	3101359639	HERNAN ESTEBAN AZOFEIFA DELGADO	107240800
RADIODIFUSORA DEL PACIFICO LIMITADA	3102031100	JUAN RAFAEL CAÑAS VEGA	102940977
BEEPERMATIC DE COSTA RICA SOCIEDAD ANONIMA	3101122200	MAXIMILIANO LOPEZ JIMENEZ	103670407
RADIO PAMPA SOCIEDAD ANONIMA	3101082493	CARLOS RAMIREZ ARRIETA	104030161
CENTRAL DE RADIOS CDR SOCIEDAD ANONIMA	3101359639	HERNAN AZOFEIFA DELGADO	107240800
HB GLOBAL COMMUNICATIONS SOCIEDAD ANONIMA	3101686202	RONALD HERNANDEZ ROJAS	106220488
ASOCIACIÓN CÁMARA NACIONAL DE RADIODIFUSIÓN	3002045878	GUSTAVO PIEDRA GUZMAN	302890998
DIFUSORA RASACA SOCIEDAD ANONIMA	3101064825	ADRIAN GONZALEZ QUESADA	202970789
SUPER RADIO F M SOCIEDAD ANONIMA	3101080619	EDUARDO COCCIO BRENES	102800653
3-102-783635 SOCIEDAD DE RESPONSABILIDAD LIMITADA	3-102-783635	ELI DE LOS ANGELES QUIROS LOPEZ	603220132
FABIÁN ERNESTO MÉNDEZ MIRANDA	113220510	FABIÁN ERNESTO MÉNDEZ MIRANDA	113220510
LAURA MILENA TRIGUEROS CALVO	108670763	LAURA MILENA TRIGUEROS CALVO	108670763
LC MEDIA SOCIEDAD DE RESPONSABILIDAD LIMITADA	3102806078	LIZETH EUNICE CASTRO CASTILLO	107950548
HL BROTHERS COMUNICARE SOCIEDAD ANONIMA	3101584379	ISIS RAQUEL LIMON GALVEZ	800910682
ELIÉCER GONZÁLEZ UMAÑA	106890415	ELIÉCER GONZÁLEZ UMAÑA	106890415
JOSE LUIS JIMÉNEZ ROBLETO	503000387	JOSE LUIS JIMÉNEZ ROBLETO	503000387
BETANIA ARTAVIA UGALDE	401530771	BETANIA ARTAVIA UGALDE	401530771
KOA MEDIA GROUP SOCIEDAD DE RESPONSABILIDAD LIMITADA	3102844183	ALEXANDRA SOFIA CASTRO ESTRADA	118420468
LA REACCION PUBLICACIONES SOCIEDAD DE RESPONSABILIDAD LIMITADA	3102744120	DANILO CHAVES CAMBRONERO	701070949
CREACIONES PERIODÍSTICAS BENI S. A.	3101136287	DANILO CHAVES CAMBRONERO	701070949
PERIÓDICO MENSAJE SOCIEDAD ANÓNIMA	3101269533	ERICKA MARIA FERNANDEZ CORDERO	108790849
RANDALL ANTONIO CHÁVEZ SOLANO	108400602	RANDALL ANTONIO CHÁVEZ SOLANO	108400602
JOSE RAFAEL ARGUEDAS PÉREZ	207020152	JOSE RAFAEL ARGUEDAS PÉREZ	207020152
PROPERIODICOS LIMITADA	3102655330	ROGELIO MATAMOROS ARAYA	106940588
T V NORTE CANAL CATORCE SOCIEDAD ANONIMA	3101182897	OMAR MIRANDA MURILLO	501650019
MULTIPLATAFORMA UNO DE COSTA RICA SOCIEDAD ANONIMA	3101862955	DOUGLAS SANCHEZ JIMENEZ	110330572
GRANRO TELEVISORA DEL SUR SOCIEDAD ANONIMA	3101231436	FRANKLIN GRANADOS PALOMO	900450899
COMUNICACIONES DIGITALES DE ENTRETENIMIENTO CDE SOCIEDAD ANONIMA	3101703953	MIGUEL ANTONIO ARAYA VARGAS	108130936
MULTIPLATAFORMA UNO DE COSTA RICA SOCIEDAD ANONIMA	3101862955	DOUGLAS SANCHEZ JIMENEZ	110330572
T V NORTE CANAL CATORCE SOCIEDAD ANONIMA	3101182897	OMAR MIRANDA MURILLO	501650019
GRANRO TELEVISORA DEL SUR SOCIEDAD ANONIMA	3101231436	FRANKLIN GRANADOS PALOMO	900450899
CANAL UNO TV SOCIEDAD ANONIMA	3101410764	JORGE ALBERTO ABARCA ARCE	109720080
TRIVISION DE COSTA RICA SOCIEDAD ANONIMA	3101232355	DAVID JOSEPH PATEY	.184000485907
SOCIEDAD PERIODISTICA EXTRA LIMITADA	3102038255	JOSE EDUARDO GARCIA VARGAS	0108260907
FLIX CINEVISION COSTA RICA, SOCIEDAD DE RESPONSABILIDAD LIMITADA	3102712246	RODOLFO VILLALOBOS GUZMAN	109480480

LA NACION SOCIEDAD ANONIMA	3101002648	PATRICIA LUCIA CENTENO JIMENEZ	0800810824

t. Las personas funcionarias participantes de la Comisión Mayor de Gestión de Compras no tienen ninguna prohibición de conformidad con los artículos 24, 25,26, 27 y 28 de la Ley General de Contratación Pública. Además, se verifica que las personas que intervienen en el proceso de esta contratación firmaron la Declaración del Compromiso Ético con el Instituto Nacional de Aprendizaje.

u. Se cuenta con el contenido presupuestario para el pago de esta compra, según la certificación presupuestaria URF-PP-CONS-108-2025, para un total de ₡276.000.000,00. URF-PP-CONS-135-2025, emitida por el Proceso de Presupuesto para un total de ₡20.394.000,00.

v. Se cuenta con la instrucción de la Presidencia Ejecutiva, mediante oficios PE-642-2025 y PE-1450-2025, sobre las pautas publicitarias INA 2025, que deberá ser pactada con empresas y personas con la condición PYME y con la condición EMPRENDEDOR bajo registro en el MEIC.

w. En la Sesión Ordinaria 16-2025, celebrada el 14 de mayo del 2025. La Comisión Mayor de la Gestión de Compras en el artículo IX, solicitó a la Asesoría de Comunicación "…que realice la ampliación y justificación de la selección de los medios de radio, TV, digitales y cine de acuerdo con lo expuesto por la persona encargada de esa Asesoría, para la aprobación para la contratación por excepción de servicios de publicidad en medios digitales, cine, radio y televisión, en cumplimiento al Plan Publicitario Institucional 2025 y al artículo 1 de la Ley 4325, para la "Publicidad programas artísticos producción nacional", de acuerdo con el artículo 3 de la Ley General de Contratación Pública, tomando en consideración al oficio ALCA-30-2025 y en criterio emitido al respecto y lo discutido por esta Comisión" y a la Asesoría Legal "…que realice con los insumos obtenidos de esta solicitud una valoración integral de la contratación para saber si la misma cumple a cabalidad con lo exigido en la Ley y en su caso dar criterio respectivo".

x. En la Sesión Extra-Ordinaria 18-2025, celebrada el 23 de mayo del 2025. La Comisión Mayor de la Gestión de Compras en el artículo V, conoció las respuestas del comunicado de acuerdo UCI-PA-CMGC-AC-64-2025 por parte de la Asesoría de Comunicación, mediante el oficio AC-105-2025 y de la Asesoría Legal, mediante el oficio ALCA-62-2025. En donde tomó el acuerdo de *"…Devolver a la Asesoría de Comunicación el trámite de solicitud de contratación por excepción de servicios de publicidad en medios digitales, cine, radio y televisión. En cumplimiento al Plan Publicitario Institucional 2025 y al artículo 1 de la Ley 4325, "Publicidad programas artísticos producción nacional". Por un monto total de ¢210.500.000,00. De acuerdo con el artículo 3 de la Ley General de Contratación Pública, para que la Asesoría de Comunicación presente una nueva solicitud, analizando al amparo de lo indicado en los oficios ALCA-62-2025 y PE-1450-2025 y cumpliendo a cabalidad con el artículo 3 de la Ley General de Contratación Pública y una vez determinado un nuevo estudio técnico, razonabilidad de precio y escogencia de los medios, se envíe nuevamente para aprobación de esta comisión. Cumplir el plazo de 2 días hábiles".*

y. En la Sesión Ordinaria 19-2025, celebrada el 28 de mayo del 2025, la Comisión Mayor de la Gestión de Compras en el artículo V, se presentó la solicitud de prórroga de la Asesoría de Comunicación para el cumplimiento del acuerdo UCI-PA-CMGC-AC-71-2025 y se acordó: "…*Dar por conocido el oficio AC-112-2025 e indicar a la persona encargada de la Asesoría de Comunicación que, dada la importancia de estas contrataciones, no se puede otorgar la entrega de lo acordado al 10 de junio de 2025 sino hasta el 30 de mayo de 2025".*

z. Mediante el oficio AC-116-2025 de fecha 29 de mayo del 2025, la Asesoría de Comunicación responde:

> *Con base en el oficio PE-1450-2025 de la Presidencia Ejecutiva que dice: <u>En caso de que no se logre ejecutar la totalidad de la pauta bajo las condiciones mencionadas, debido a las limitaciones técnicas, presupuestarias o de oferta en el mercado, el remanente de pauta podrá ser asignado a empresas de mayor tamaño, siguiente el principio de proporcionalidad y trasparencia</u>, esta Asesoría consideró el remanente de las subpartidas previstas para inversión en*

pauta publicitaria en medios de comunicación colectiva con miras a explorar la conveniencia y posibilidad de contratar el servicio de pauta con medios de comunicación que no ostentaban la categoría PYME.

El criterio técnico nos permite justificar la contratación de otros medios que no son Pyme y que nos garantizarán una importante permanencia en la parrilla de programación, así como un alcance en todo el país.

Los medios escogidos fueron sometidos el escrutinio del Modelo de Gestión Responsable y Equitativa de la Pauta Publicitaria y obtuvieron calificaciones superiores a los 70 puntos, nota mínima de aprobación. La justificación de compra por excepción se destalla en los siguientes trámites adicionales que procedemos a presentar:

- *AC-JCEX-15-2025 Tramite complementario de pauta en Programación General TV Y Digital **INA** 2025*
- *AC-JCEX-14-2025 Tramite complementario de Pauta en Programación General TV y Digital **SBD** 2025*

Asimismo, le solicito mantener para aprobación los trámites enviados anteriormente:

- *AC-JCEX-12-2025_Trámite_de_compra_de_pauta_meta_INA*
- *AC-JCEX-13-2025_Trámite_de_compra_de_pauta_meta_SBD*

cc. Mediante oficio UCI-PA-581-2025 de fecha 30 de mayo de 2025, el Proceso de Adquisiciones de la Unidad de Compras Institucionales, realiza solicitud de criterio a la Asesoría de Comunicación e indica lo siguiente:

De conformidad con lo emitido en el oficio supra citado se le indica lo siguiente:

Según los comunicados de acuerdo UCI-PA-CMGC-AC-71-2025 y UCI-PA-CMGC-AC-72-2025, la Comisión Mayor de Gestión de Compras, acordó lo siguiente:

UCI-PA-CMGC-AC-71-2025:

a. Devolver a la Asesoría de Comunicación el trámite de solicitud de contratación por excepción de servicios de publicidad en medios digitales, cine, radio y televisión. En cumplimiento al Plan Publicitario Institucional 2025 y al artículo 1 de la Ley 4325, "Publicidad programas artísticos producción nacional". Por un monto total de ¢210.500.000,00. De acuerdo con el artículo 3 de la Ley General de Contratación Pública, para que la Asesoría de Comunicación presente una nueva solicitud, analizando al amparo de lo indicado en los oficios ALCA-62-2025 y PE-1450-2025 y cumpliendo a cabalidad con el artículo 3 de la Ley General de Contratación Pública y una vez determinado un nuevo estudio técnico, razonabilidad de precio y escogencia de los medios, se envíe nuevamente para aprobación de esta comisión. Cumplir el plazo de 2 días hábiles.

b. Comunicar el acuerdo a la persona encargada de la Asesoría de Comunicación.

Acuerdo aprobado en firme por unanimidad.

UCI-PA-CMGC-AC-72-2025:

a. Devolver a la Asesoría de Comunicación el trámite de solicitud de aprobación para la contratación por excepción de servicios de publicidad en medios digitales, cine, radio y televisión. En cumplimiento al artículo 41 inciso 3 de la Ley 4325, "Ley Sistema de Banca para el Desarrollo Nº 8634". Por un monto total de ¢276.000.000,00. De acuerdo con el artículo 3 de la Ley General de Contratación Pública, para que la Asesoría de Comunicación presente una nueva solicitud, analizando al amparo de lo indicado en los oficios ALCA-62-2025 y PE-1450-2025 y cumpliendo a cabalidad con el artículo 3 de la Ley General de Contratación Pública y una vez determinado un nuevo estudio técnico, razonabilidad de precio y escogencia de los medios, se envíe nuevamente para aprobación de esta comisión. Cumplir el plazo de 2 días hábiles.

b. Comunicar el acuerdo a la persona encargada de la Asesoría de Comunicación.

Acuerdo aprobado en firme por unanimidad.

Dentro de lo acordado por la Comisión se indica:

*… **para que la Asesoría de Comunicación presente una nueva solicitud, analizando al amparo de lo indicado en los oficios ALCA-62-2025 y PE-1450-2025 y cumpliendo a cabalidad con el artículo 3 de la Ley General de Contratación Pública y una vez determinado un nuevo estudio técnico, razonabilidad de precio y escogencia de los medios**, se envíe nuevamente para aprobación de esta comisión. Cumplir el plazo de 2 días hábiles.*

Queda la duda de este Proceso de Adquisiciones en cuanto la Comisión fue clara en que se debía crear nuevos estudios técnicos, razonabilidades y escogencia de medios amparados en la ley y dentro del oficio AC-116-2025 se indica:

Asimismo, le solicito mantener para aprobación los trámites enviados anteriormente:
- *AC-JCEX-12-2025_Trámite_de_compra_de_pauta_meta_INA*
- *AC-JCEX-13-2025_Trámite_de_compra_de_pauta_meta_SBD*

De conformidad con todos los criterios emitidos por su dependencia, con la devolución de este trámite, en la cual usted expuso dentro de la Sesión 16-2025, así como lo determinado en los acuerdos de la Comisión Mayor de Gestión de Compras en la Sesión 18-2025, se solicita:

1. *Emitir criterio técnico de por qué se mantienen los oficios AC-JCEX-12-2025 y AC-JCEX-13-2025 que fueron devueltos por Comisión como parte de esta nueva solicitud.*

2. *Con estas solicitudes nuevas incluyendo AC-JCEX-14-2025 y AC-JCEX-15-2025, más las indicadas en el punto 1, se estaría cumpliendo a cabalidad con lo indicado en el artículo 3 de la Ley General de Contratación Pública.*

3. *Cuál es la razón técnica para mantener los estudios técnicos, razonabilidad de precios y escogencia de medios sin hacer un nuevo estudio que fue solicitado por dicha Comisión en Sesión 18-2025 y mantener los oficios AC-JCEX-12-2025 y AC-JCEX-13-2025.*

dd. Mediante el oficio AC-123-2025 de fecha 02 de junio del 2025, la Asesoría de Comunicación responde:

4.Emitir criterio técnico de por qué se mantienen los oficios AC-JCEX-12-2025 y AC-JCEX-13-2025 que fueron devueltos por Comisión como parte de esta nueva solicitud.

La AC compra espacios publicitarios en radio, televisión, medios digitales y cine procurando tener la mayor permanencia en el año y el mayor alcance territorial.

Si bien los oficios AC-JCEX-12-2025 y AC-JCEX-13-2025 se enviaron para trámite mientras se daba cumplimiento a la instrucción contenida en el oficio PE-642-2025 (relativo al mandato para que la totalidad de la pauta fuera pactada con empresas y personas con la condición PYME y/o con la condición Emprendedor bajo registro en el MEIC), lo cierto es que, desde antes de la directriz, esos medios eran considerados de interés para esta Asesoría. Todos cumplieron con los criterios de selección establecidos en el Plan Publicitario Anual 2025, aprobado por la Presidencia Ejecutiva mediante oficio PE-2909-2024, en cumplimiento del artículo 9 del Reglamento a la Ley General de Contratación Pública.

Se utilizan como criterio de selección:

- *Necesidades institucionales que contemplen las audiencias nacionales o regionales con el fin de colocar mensajes clave con base en prioridades.*
- *Población meta del INA: Mayores de 15 años, con especial énfasis en el grupo etario entre 25 y 35 años, donde se encuentra el grueso de personas que acuden a los servicios del Instituto.*
- *Perfil del medio de comunicación. Es importante verificar la trayectoria del medio.*
- *Ranquin. Para esto se acude a firmas especializadas en estudio de medios*
- *Permanencia vs exposición a gran escala limitada. La idea de la estrategia es permanencia (garantizar una mayor cantidad de anuncios en la parrilla de programación de los medios para permitir una mayor recordación en las audiencias) en vez de una exposición a gran escala, pero muy limitada (si acaso tres anuncios en las televisoras de mayor alcance en franjas triple AAA).*
- *Costo: para privilegiar a los oferentes que ofrecen condiciones económicas más ventajosas a un menor costo.*

Los medios también cumplieron con otros criterios como la razonabilidad de precios (establecida a partir del sondeo de mercado), estar al día con sus obligaciones (entre estas Hacienda, CCSS e IMAS) y someterse al rigor del "Modelo de Gestión Responsable y Equitativa de la Pauta Publicitaria", que utiliza factores objetivos de selección que ofrecen el sustento técnico para la escogencia de los medios amparado en criterios como costo, ubicación (en el caso de medios regionales), trayectoria del medio, modalidad del programa (aplicable para el cumplimiento de la ley del 30% para privilegiar la contratación de espacios en noticieros y programas de opinión, por tener mayor audiencia), costo, experiencia de la persona a cargo, posición en el ranquin, visitantes únicos y redes sociales (estos dos últimos aplicables a medios digitales), entre otros.

Todos obtuvieron una nota superior a los 70 puntos establecidos como nota mínima. El oficio PE-1450 no varía las condiciones objetivas y técnicas debidamente fundamentadas de los oficios AC-JCEX-12-2025 y AC-JCEX-13-2025. Los oficios AC-JCEX-14-2025 y AC-JCEX-15-2025 complementan la totalidad del trámite de pauta 2025.

5. Con estas solicitudes nuevas incluyendo AC-JCEX-14-2025 y AC-JCEX-15-2025, más las indicadas en el punto 1, se estaría cumpliendo a cabalidad con lo indicado en el artículo 3 de la Ley General de Contratación Pública.

Esta Asesoría garantiza que con las solicitudes AC-JCEX-12-2025, AC-JCEX-13-2025, AC-JCEX-14-2025 y AC-JCEX-15-2025 se da cumplimiento a lo expuesto en el artículo 3 de la Ley General de Contratación Pública, así como el numeral 3 del Reglamento, por acreditarse todos los documentos que, desde un punto de vista técnico y objetivo, sustentan el trámite de excepción. En este caso, no se crearían nuevas excepciones ni se amplían la reguladas en la ley.

6. Cuál es la razón técnica para mantener los estudios técnicos, razonabilidad de precios y escogencia de medios sin hacer un nuevo estudio que fue solicitado por dicha Comisión en Sesión 18-2025 y mantener los oficios AC-JCEX-12-2025 y AC-JCEX-13-2025.

El hecho de que el oficio PE-1450 abriera la posibilidad de considerar medios que no ostentan la categoría de PYME no varía en nada la exigencia objetiva en el caso los trámites AC-JCEX-12-2025 y AC-JCEX-13-2025.

Es decir, los medios considerados en el primero y en el segundo trámite igual tiene que cumplir con los criterios de selección y el Modelo de Gestión Responsable y Equitativa de la Pauta. Tanto los medios anteriores como los nuevos estuvieron siempre en el radar de la Asesoría de Comunicación porque garantizan un alcance en todo el territorio nacional, así como permanencia en los medios para garantizar la recordación de la marca INA en las audiencias con la finalidad de atraer público meta a los servicios de la Institución.

De igual forma, es importante aclarar que, desde el punto de vista técnico y humano, era imposible emprender nuevos estudios técnicos, razonabilidades y escogencia en 48 horas, toda vez que sería necesario proceder a una redistribución de la pauta, variar los montos de inversión y los meses.

Debe enfatizarse que los considerandos de selección de medios y el Modelo de Gestión, mismos que dieron origen a las calificaciones de los oficios AC-JCEX-12-2025 y AC-JCEX-13-2025, serían exactamente los mismas para esos medios, en caso de un nuevo trámite.

Esta Asesoría parte del criterio de que con el primero y el segundo trámite queda garantizado lo previsto en el artículo 3 de la Ley en cuanto a no crear nuevas excepciones.

ee. Se recibe al señor Otto Vargas Masis, Jefe de la Asesoría de Comunicación, quien explica cómo realizaron la determinación del estudio de mercado y atiende las consultas de los señores miembros votantes y asesores.

Se acuerda:

a. Dictar la decisión inicial considerando lo dispuesto en la Ley General de Contratación Pública y su Reglamento.

b. Adjudicar la contratación por excepción de servicios de publicidad en medios digitales, cine, radio y televisión. En cumplimiento al artículo 41 inciso 3 de la Ley 4325, "Ley Sistema de Banca para el Desarrollo Nº 8634". Por un monto total de ¢287.995.000,00 y una vigencia contractual de 4 meses (junio a setiembre del 2025). De acuerdo con el artículo 3 de la Ley General de Contratación Pública. Según el siguiente detalle:

PARTIDA	DESCRIPCIÓN	PROVEEDOR	MONTO POR PARTIDA CON IVA
1	PATROCINIO DE PAUTA RADIO, PROGRAMA: TIEMPOS DE CAMBIO	JAIME PEÑA SOBALVARRO	₡1 600 000,00
2	PATROCINIO DE PAUTA RADIO, PROGRAMA: ECO MUNICIPAL	DIFUSION Y DESARROLLO DIDE DE COSTA RICA SOCIEDAD ANONIMA	₡2 000 000,00
3	PATROCINIO DE PAUTA RADIO, PROGRAMA: DESAYUNO AZUL, 999FM	CADENA RADIAL COSTARRICENSE SOCIEDAD ANONIMA	₡1 600 000,00

4	PATROCINIO DE PAUTA RADIO, PROGRAMA: MICROINFORMATIVO COLOSAL INFORMA	AUDIOS DEL SUR SOCIEDAD ANONIMA	₡2 000 000,00
5	PATROCINIO DE PAUTA RADIO, PROGRAMA: ACONTECER GUANACASTECO	TEMPORALIDADES DE LA DIOCESIS DE TILARAN	₡1 600 000,00
6	PAUTA DE RADIO, PROGRAMACION GENERAL, RADIO VICTORIA	RADIO VICTORIA LTDA.	₡5 600 000,00
7	PAUTA DE RADIO, PROGRAMACION GENERAL, RADIO 88 STEREO	RADIO OCHENTA Y OCHO ESTEREO SOCIEDAD ANONIMA	₡4 000 000,00
8	PAUTA DE RADIO, PROGRAMACION GENERAL, CRC 89.1 RADIO	CADENA RADIAL COSTARRICENSE SOCIEDAD ANONIMA	₡6 000 000,00
9	PATROCINIO DE PAUTA RADIO, ACONTECER ESPARTANO	RODRIGO ANDRÉS MOYA SOTO	₡2 000 000,00
10	PATROCINIO DE PAUTA RADIO, PROGRAMA: MUJERES EMPRENDEDORAS	RUTH TORRES MONTERO	₡2 000 000,00
11	PATROCINIO DE PAUTA RADIO, PROGRAMA: NOTICIAS VICTORIA	RADIO VICTORIA LTDA.	₡1 200 000,00
12	PATROCINIO DE PAUTA RADIO, PYME RADIO	CADENA RADIAL COSTARRICENSE SOCIEDAD ANONIMA	₡2 000 000,00
13	PAUTA DE RADIO, PROGRAMACION GENERAL, SUPER RADIO 2025	SUPER RADIO F M SOCIEDAD ANONIMA	₡8 000 000,00
14	PAUTA DE RADIO, PROGRAMACION GENERAL, MULTIMEDIOS (LOS 40 PRINCIPALES/ BESAME)	GRUPO LATINO DE RADIODIFUSION COSTA RICA SOCIEDAD ANONIMA	₡20 500 000,00
15	PAUTA DE RADIO, PROGRAMACION GENERAL, RADIO CENTRO	GRUPO CENTRO SOCIEDAD ANONIMA	₡4 000 000,00
16	PAUTA DE RADIO, PROGRAMACION GENERAL, RADIO COLOSAL	AUDIOS DEL SUR SOCIEDAD ANONIMA	₡3 200 000,00
17	PAUTA DE RADIO, PROGRAMACION GENERAL, RADIO AZUL 99.9 FM,	CADENA RADIAL COSTARRICENSE SOCIEDAD ANONIMA	₡7 200 000,00
18	PAUTA DE RADIO, PROGRAMACION GENERAL, RADIO PAMPA	RADIO PAMPA SOCIEDAD ANONIMA	₡2 800 000,00
19	PAUTA DE RADIO, PROGRAMACION GENERAL, CENTRAL DE RADIOS	CENTRAL DE RADIOS CDR SOCIEDAD ANONIMA	₡20 500 000,00
20	PAUTA DE RADIO, PROGRAMACION GENERAL, RADIO SANTA CLARA 550AM	3-101-784163 SOCIEDAD ANONIMA	₡4 000 000,00
21	PAUTA DE RADIO, PROGRAMACION GENERAL, RADIO SINFONOLA	RADIO RUMBO LIMITADA	₡3 200 000,00
22	PATROCINIO DE PAUTA RADIO, PROGRAMA: MATICES	CENTRAL DE RADIOS CDR SOCIEDAD ANONIMA	₡4 000 000,00
23	PATROCINIO DE PAUTA RADIO, PROGRAMA: MÚSICA Y MENSAJES	RADIODIFUSORA DEL PACIFICO LIMITADA	₡1 200 000,00
24	PATROCINIO DE PAUTA RADIO, PROGRAMA: NOTICIAS ACTUAL	BEEPERMATIC DE COSTA RICA SOCIEDAD ANONIMA	₡2 000 000,00
25	PATROCINIO DE PAUTA RADIO, PROGRAMA: NOTICIAS SANTA CLARA	3-101-784163 SOCIEDAD ANONIMA	₡1 600 000,00
26	PATROCINIO DE PAUTA RADIO, PROGRAMA: NOTICIERO LA PALABRA DE GUANACASTE	RADIO PAMPA SOCIEDAD ANONIMA	₡1 600 000,00
27	PATROCINIO DE PAUTA RADIO, PROGRAMA: NUESTRA VOZ	CENTRAL DE RADIOS CDR SOCIEDAD ANONIMA	₡3 200 000,00
28	PATROCINIO DE PAUTA RADIO, PROGRAMA: PROGRAMAS EDUCATIVOS	HB GLOBAL COMMUNICATIONS SOCIEDAD ANONIMA	₡12 000 000,00
29	PATROCINIO DE PAUTA RADIO, PROGRAMA: PANORAMA	ASOCIACIÓN CÁMARA NACIONAL DE RADIODIFUSIÓN	₡12 000 000,00
30	PATROCINIO DE PAUTA RADIO, PROGRAMA: RADIO CASINO NOTICIAS LIMÓN	DIFUSORA RASACA SOCIEDAD ANONIMA	₡1 600 000,00
31	PATROCINIO DE PAUTA RADIO, PROGRAMA: EN LA CARRETERA, SÚPER RADIO	SUPER RADIO F M SOCIEDAD ANONIMA	₡1 600 000,00

32	PATROCINIO DE PAUTA RADIO, PROGRAMA: SUR NOTICIAS	3-102-783635 SOCIEDAD DE RESPONSABILIDAD LIMITADA	₡1 600 000,00
33	SERVICIO DE PUBLICIDAD EN MEDIOS DIGITALES-PUNTARENAS SE OYE	FABIÁN ERNESTO MÉNDEZ MIRANDA	₡2 000 000,00
34	SERVICIO DE PUBLICIDAD EN MEDIOS DIGITALES- CRÓNICAS DE LA UNION.COM	LAURA MILENA TRIGUEROS CALVO	₡2 000 000,00
35	SERVICIO DE PUBLICIDAD EN MEDIOS DIGITALES- LIZETH CASTRO TV	LC MEDIA SOCIEDAD DE RESPONSABILIDAD LIMITADA	₡4 000 000,00
36	SERVICIO DE PUBLICIDAD EN MEDIOS DIGITALES- EL SOL DE OCCIDENTE	HL BROTHERS COMUNICARE SOCIEDAD ANONIMA	₡2 400 000,00
37	SERVICIO DE PUBLICIDAD EN MEDIOS DIGITALES-GUANACASTE A LA ALTURA	ELIÉCER GONZÁLEZ UMAÑA	₡1 800 000,00
38	SERVICIO DE PUBLICIDAD EN MEDIOS DIGITALES-ENCUENTRO MUNICIPAL	JOSE LUIS JIMÉNEZ ROBLETO	₡1 200 000,00
39	SERVICIO DE PUBLICIDAD EN MEDIOS DIGITALES- HEREDIA HOY	BETANIA ARTAVIA UGALDE	₡2 400 000,00
40	SERVICIO DE PUBLICIDAD EN MEDIOS DIGITALES- REVISTA MILENIUM	KOA MEDIA GROUP SOCIEDAD DE RESPONSABILIDAD LIMITADA	₡2 400 000,00
41	SERVICIO DE PUBLICIDAD EN MEDIOS DIGITALES-LA REACCIÓN	LA REACCION PUBLICACIONES SOCIEDAD DE RESPONSABILIDAD LIMITADA	₡2 000 000,00
42	SERVICIO DE PUBLICIDAD EN MEDIOS DIGITALES-PERIÓDICO LA ANEXIÓN	CREACIONES PERIODÍSTICAS BENI S. A.	₡2 000 000,00
43	SERVICIO DE PUBLICIDAD EN MEDIOS DIGITALES-PERIÓDICO EL MENSAJE	PERIÓDICO MENSAJE SOCIEDAD ANÓNIMA	₡2 000 000,00
44	SERVICIO DE PUBLICIDAD EN MEDIOS DIGITALES-PZ ACTUAL	RANDALL ANTONIO CHÁVEZ SOLANO	₡1 600 000,00
45	SERVICIO DE PUBLICIDAD EN MEDIOS DIGITALES-SAN CARLOS DIGITAL	JOSE RAFAEL ARGUEDAS PÉREZ	₡1 600 000,00
46	SERVICIO DE PUBLICIDAD EN MEDIOS DIGITALES- LA REPÚBLICA	PROPERIODICOS LIMITADA	₡3 200 000,00
47	PAUTA DE TELEVISIÓN, PROGRAMACION GENERAL, TV CANAL 14 NORTE	T V NORTE CANAL CATORCE SOCIEDAD ANONIMA	₡10 000 000,00
48	PAUTA DE TELEVISIÓN, PROGRAMACION GENERAL, OPA	MULTIPLATAFORMA UNO DE COSTA RICA SOCIEDAD ANONIMA	₡8 000 000,00
49	PAUTA DE TELEVISIÓN, PROGRAMACION GENERAL, TV CANAL 14 SUR	GRANRO TELEVISORA DEL SUR SOCIEDAD ANONIMA	₡10 000 000,00
50	PATROCINIO EN PAUTA TELEVISION, PROGRAMA: REVISTA	COMUNICACIONES DIGITALES DE ENTRETENIMIENTO CDE SOCIEDAD ANONIMA	₡12 000 000,00
51	PATROCINIO EN PAUTA TELEVISION, PROGRAMA: RESUMEN DIARIO COLOSAL	AUDIOS DEL SUR SOCIEDAD ANONIMA	₡2 000 000,00
52	PATROCINIO EN PAUTA TELEVISION, PROGRAMA: NOTICIERO ESTELAR GENTE OPA	MULTIPLATAFORMA UNO DE COSTA RICA SOCIEDAD ANONIMA	₡6 000 000,00
53	PATROCINIO EN PAUTA TELEVISION, PROGRAMA: NOTICIERO ESTELAR TV 14 NORTE	T V NORTE CANAL CATORCE SOCIEDAD ANONIMA	₡8 000 000,00
54	PATROCINIO EN PAUTA TELEVISION, PROGRAMA: NOTICIERO ESTELAR TV 14 SUR	GRANRO TELEVISORA DEL SUR SOCIEDAD ANONIMA	₡8 000 000,00
55	PAUTA DE TELEVISIÓN, PROGRAMACION GENERAL, SBD, CANAL 1	CANAL UNO TV SOCIEDAD ANONIMA	₡8 000 000,00
56	PATROCINIO EN PAUTA TELEVISION, PROGRAMA: MARCELO CASTRO PRESENTA	CANAL UNO TV SOCIEDAD ANONIMA	₡4 000 000,00
57	PAUTA DE TELEVISIÓN, PROGRAMACION GENERAL, SBD TRIVISIÓN CANAL 36	TRIVISION DE COSTA RICA SOCIEDAD ANONIMA	₡14 000 000,00
58	PAUTA EN CINE: MEDIO COMPLEJOS CINES CINEMARK, SBD 2025	FLIX CINEVISION COSTA RICA, SOCIEDAD DE RESPONSABILIDAD LIMITADA	₡8 000 000,00
59	SERVICIO DE PUBLICIDAD EN MEDIOS DIGITALES-EL FINANCIERO	LA NACION SOCIEDAD ANÓNIMA	₡3 200 000,00

60	SERVICIO DE PUBLICIDAD EN MEDIOS DIGITALES-LA EXTRA	SOCIEDAD PERIODISTICA EXTRA-LIMITADA	₡3 200 000,00
61	PATROCINIO EN PAUTA TELEVISION, PROGRAMA: EXTRA-TV	SOCIEDAD PERIODISTICA EXTRA-LIMITADA	₡5 595 000,00

c. La señora Rocío Lopez Monge, jefa de la Unidad de Planificación y Evaluación vota negativo debido que no queda de acuerdo con la ampliación técnica emitida por la persona encargada de la Asesoría de Comunicación y aduce que se debió realizar un nuevo estudio técnico para tener un mejor panorama de selección. Adicional aduce que, para tener un mejor panorama de selección más claro, en cuanto a la distribución de los medios y montos adjudicados. De haberse corrido nuevamente el modelo técnico de la Asesoría de Comunicación no queda claro si dicha distribución hubiera cambiado.

d. Comunicar el acuerdo a la persona encargada de la Asesoría de Comunicación y del Proceso de Adquisiciones de la Unidad de Compras Institucionales.

Acuerdo aprobado en firme por mayoría.

ARTÍCULO IV: Decisión inicial y pliego de condiciones de la Licitación Reducida para la contratación de servicio de remodelación de las oficinas de COOPEX Y URMA, Sede Central, Uruca, San José, por un monto estimado de ₡159.647.176,75.

Se conoce el pliego de condiciones de la Licitación Reducida para la contratación de servicio de remodelación de las oficinas de COOPEX Y URMA, Sede Central, Uruca, San José.

Considerando que:

a. Es competencia de la Comisión Mayor de Gestión de Compras aprobar los pliegos de condiciones de las contrataciones según el rango de acción de conformidad con el artículo 22, inciso b) del Reglamento de Compras Públicas del Instituto Nacional de Aprendizaje.

b. Es requisito dictar la decisión inicial para contratar según artículo 86 del Reglamento a la Ley General de Contratación Pública y los artículos 14 y 22, inciso b) del Reglamento de Compras Públicas del Instituto Nacional de Aprendizaje.

c. Esta compra, ha sido solicitada por la Unidad de Recursos Materiales, la cual ha digitado en el SIREMA la solicitud de compra 402739 y ha remitido la información necesaria para dictar la decisión inicial.

d. Existe una finalidad pública por satisfacer, según se indica a continuación:

UNIDAD DE RECURSOS MATERIALES (OFICIO URMA-1277-2025)

Con este servicio de construcción se espera poder licitar la obra de demolición y Construcción de las oficinas de Cooperación Externa y Unidad de Recursos Materiales, para que cumplan con todas las disposiciones descritas en especificaciones y planos arquitectónicos, así como toda la Reglamentación actual atinente a infraestructura y óptima operatividad Institucional.

Actualmente las estructuras no cumplen con los Reglamentes de construcción actuales, y además no cuentan con espacios aptos para tratar temas de confidencialidad entre oficinas, por lo que se requiere con urgencia la remodelación.

Satisfacer la necesidad que presenta la edificación según el interés institucional y normativa vigente; donde se desea solventar la deficiencia de estado del inmueble en las oficinas de ubicadas en la Sede Central, realizando una intervención en mantenimiento del inmueble para que el mismo opere en óptimas condiciones para funcionarios y personal usuario en general; además de velar por el correcto resguardo del bien institucional.

Este proyecto está alineado con los objetivos institucionales y con el Plan Operativo Institucional Anual POIA, como son las acciones técnicas concernientes a proyectos de mejoramiento de edificaciones realizadas como de proyectos de inversión.

e. Descripción del objeto de la contratación: *Servicio de remodelación de las oficinas de COOPEX Y URMA, Sede Central, Uruca, San José.*

f. Qué Procedimientos de Control de Calidad se aplicarán durante la ejecución de este Contrato. (Según artículo 37 de la Ley General de Contratación Pública):

Todos los entregables se analizarán por la persona coordinadora de la obra, la Jefatura inmediata y los jefes de las Unidades involucradas, para verificar que el monto, plazo y apego a condiciones cartelarias se cumplan, además de que se reciba la obra a satisfacción únicamente con la aprobación de los tres funcionarios indicados. Se realizarán inspecciones semanales con control de las especificaciones técnicas, previo a autorizar los pagos indicados en las tablas ampliadas por el contratista con las actividades de los cronogramas.

g. Los terceros interesados y/o afectados, así como las medidas de abordaje de estos sujetos cuando el proyecto lo amerite:

Los terceros interesados o afectados serían los usuarios de las instalaciones de la Unidad de Cooperación Externa y de la Unidad de Recursos Materiales, funcionarios de ambas Unidades y público en general.

h. Riegos identificados:

- *Falta de concentración de los administrativos al realizar sus labores diarias, por no contar espacios adecuados.*
- *Divulgación de temas sensibles comentados por las jefaturas por falta de privacidad en sus espacios de trabajo.*
- *Problemas de salud, al no contar con cerramientos aptos a nivel de cubierta, ya que existen animales que ingresan a las oficinas como por ejemplo los mapaches, entre otros.*
- *Espacios acinados provocando falta de concentración y problemas de salud a corto y largo plazo (ejemplo ansiedad, alergias, enfermedades virales, etc)*

i. La estimación actualizada del costo del objeto, de acuerdo con lo establecido en este Reglamento, según oficios URMA-PAM-60-2025 y URMA-PAM-380-2025, la Unidad de Recursos Materiales indica:

La estimación del precio sondeo del mercado, para lo cual se estimaron costos contemplando las áreas en planos de cada actividad, y se consideraron los rubros directos e indirectos:

- *Fue realizada una publicación en SICOP, en donde se solicitó a las empresas interesadas en participar en el sondeo del mercado, mediante el oficio URMA PAM 814-2024, se adjuntaron planos y especificaciones técnicas (no se reciben respuestas de ninguna empresa).*
- *Se realizaron varias solicitudes directas de cotizaciones a empresas que suministran muebles, y elementos acústicos en el año 2023 y en el año 2024 se actualiza.*
- *Se solicito costo de referencia m2 de elementos de obra civil, datos recopilados por el arquitecto Jonathan Parajeles Ulate del PAM.*
- *Se solicito costo de referencia m2 de elementos de obra civil eléctrica, y costo de referencia unidad de elementos de redes, datos recopilados por el ingeniero Luis Diego Guzman del PAM*
- *Se solicito costo de referencia de vidrieras puertas y ventanas cotización del mercado además de datos suministrados internos del PAM.*
- *El costo de referencia del aire acondicionado fue brindado por el Ing. Jose Joaquin Fallas Esquivel, encargado en el PAM de realizar este tipo de proyectos por su especialidad.*

En el oficio URMA-PAM-60-2025 se presenta la evidencia de las cotizaciones.

A continuación, se presenta los precios de referencia para esta contratación en donde se establecen los márgenes mínimos y máximos para cada partida. Mismos que serán considerados a la hora de realizar el análisis de razonabilidad de precio de parte de la Unidad Técnica Especializada.

Precio de Referencia	Margen Mínimo	Margen Máximo
159,647,176.75	140,207,000.00	178,805,000.00

ESTIMACIÓN PRESUPUESTARIA
₡159.647.176,75 con impuestos
Se estima un total de 118 m2 de obra y un tiempo de entrega de 120d.h.

*Con respecto al **banco de precios de SICOP**, no existe una remodelación exactamente igual a ésta en específico, la remodelación es un todo lleva demoliciones y actividades específicas y únicas. Sin embargo, se realizó la consulta por medio de sondeo del mercado publicado en SICOP mediante oficio **URMA-PAM-814-2024**, donde se solicita a las empresas sus estimaciones y para ello se adjuntaron planos y especificaciones técnicas; pero no se recibió ninguna cotización al respecto. Reiterando así, que por este medio no se recibieron cotizaciones mediante el **banco de precios de SICOP**.*

j. El monto presupuestado de esta compra es de ₡159. 647.176,75, con el número de reserva: 01-0432-25 y la certificación presupuestaria URF-PP-CONS-125-2025, emitida por el Proceso de Presupuesto de la Unidad de Recursos Financieros.

k. Esta contratación se compone de 1 partida

l. El plazo de entrega es de 90 días hábiles.

m. La Administración deja constancia que se cuenta con el recurso humano y la infraestructura administrativa suficiente para verificar el fiel cumplimiento del objeto de la contratación, tanto cualitativa como cuantitativamente.

n. El estudio técnico lo realizará la persona encargada del Proceso de Arquitectura y Mantenimiento de la Unidad de Recursos Materiales o quien esta designe.

o. La supervisión del contrato, lo realizará la persona encargada de la Unidad de Recursos Materiales.

p. La dependencia administrativa que realizará los trámites y actos de comunicación respectivos será el Proceso de Adquisiciones de la Unidad de Compras Institucionales.

q. De acuerdo con los plazos estimados de la ruta crítica realizada por el Proceso de Adquisiciones, este trámite de compra se estima puede estar adjudicado en firme a más tardar el 11 de julio del 2025. Esta fecha contempla recursos que puedan interponer los oferentes.

Nombre de tarea	Duración	Comienzo	Fin	Responsables
Elaboración y sesión acta de aprobación	1 día	mié 4/6/25	mié 4/6/25	Comisión Mayor de Gestión de Compras
Firma decisión inicial y comunicado de acuerdo	1 día	jue 5/6/25	jue 5/6/25	Comisión Mayor de Gestión de Compras
Publicación de la invitación	1 día	jue 5/6/25	jue 5/6/25	Proceso de Adquisiciones
Fecha de apertura sin aclaraciones ni recursos	5 días	vie 6/6/25	jue 12/6/25	Proceso de Adquisiciones
Aclaraciones y objeciones	2 días	vie 6/6/25	lun 9/6/25	Proceso de Adquisiciones
Plazo resolución aclaración y recurso	3 días	mar 10/6/25	jue 12/6/25	Asesoría Legal
Apertura de ofertas	3 días	vie 13/6/25	mar 17/6/25	Proceso de Adquisiciones
Elaboración de estudio técnico	7 días	mié 18/6/25	jue 26/6/25	URMA-PAM
Recomendación y solicitud de adjudicación	1 día	vie 27/6/25	vie 27/6/25	Proceso de Adquisiciones
Sesión de órgano competente para adjudicar	2 días	lun 30/6/25	mar 1/7/25	Unidad de Compras Institucionales

Publicación de adjudicación	1 día	mié 2/7/25	mié 2/7/25	Proceso de Adquisiciones
Firmeza de la adjudicación	2 días	jue 3/7/25	vie 4/7/25	Proceso de Adquisiciones
Resolución Recurso y audiencia	5 días	lun 7/7/25	vie 11/7/25	Asesoría Legal
Solicitud de presupuesto detallado y aval de la UTE	6 días	lun 14/7/25	lun 21/7/25	URMA-PAM y Proceso de Adquisiciones
Elaborar contrato	2 días	mar 22/7/25	mié 23/7/25	Proceso de Adquisiciones
Notificación Orden de inicio / Plazo de entrega	90 días	jue 24/7/25	mar 2/12/25	Adjudicatario

r. La persona encargada de la Unidad de Recursos Materiales será responsable de darle seguimiento a las actividades definidas en la ruta crítica, esto con el propósito de verificar el cumplimiento de los tiempos dados para realizar el procedimiento de contratación.

s. Las personas funcionarias participantes de la Comisión Mayor de Gestión de Compras no tienen ninguna prohibición de conformidad con los artículos 24, 25,26, 27 y 28 de la Ley General de Contratación Pública. Además, se verifica que las personas que intervienen en el proceso de esta contratación firmaron la Declaración del Compromiso Ético con el Instituto Nacional de Aprendizaje.

t. Este trámite cuenta con la inscripción en el banco de proyectos de MIDEPLAN, según el oficio UPE-368-2024 por parte de la Unidad de Planificación y Evaluación con el código 003748.

Se acuerda:

a. Dictar la decisión inicial para contratar considerando lo dispuesto en la Ley General de Contratación Pública y su Reglamento. Así como también por lo regulado en el Reglamento de Compras Públicas del INA en los artículos 14 y 22 inciso b).

b. Aprobar el pliego de condiciones de Licitación Reducida para la contratación de servicio de remodelación de las oficinas de COOPEX Y URMA, Sede Central, Uruca, San José, por un monto estimado de ₡159.647.176,75 y con un plazo de entrega de 90 días hábiles.

c. Comunicar a la persona encargada de la Unidad de Recursos Materiales, que será responsable de dar seguimiento y supervisión a este trámite, esto con el propósito de verificar el cumplimiento de los tiempos dados para realizar el procedimiento de contratación.

d. Comunicar el acuerdo a la persona encargada de la Unidad de Recursos Materiales, del Proceso de Arquitectura y Mantenimiento de la Unidad de Recursos Materiales y del Proceso de Adquisiciones de la Unidad de Compras Institucionales.

Acuerdo aprobado en firme por unanimidad.

ARTÍCULO V: Adjudicación de la Licitación Menor 2025LE-000009-0002100001, para la compra de líneas de vida para los edificios de la Unidad Regional de Heredia. Por un monto estimado de ₡130.000.000,00.

Se conoce informe de recomendación elaborado por el Proceso de Adquisiciones de la Unidad de Compras Institucionales en SICOP, concerniente a la Licitación Menor 2025LE-000009-0002100001, para la compra de líneas de vida para los edificios de la Unidad Regional de Heredia.

Considerando que:

a. En la Sesión Ordinaria 11-2025 celebrada el 2 de abril del 2025, la Comisión Mayor de la Gestión de Compras, se aprobó el pliego de condiciones, según consta en el acta de esa sesión artículo VI.

b. Esta contratación se compone de 1 partida.

c. El trámite se publica en SICOP el día 03/04/2025 a las 12:46 horas.

d. La apertura de las ofertas se realizó el día 15/05/2025 a las 08:01 horas.

e. Se recibieron 5 ofertas:

1. SOLUCIONES ALTIUS SOCIEDAD ANONIMA
2. SONDEL SOCIEDAD ANONIMA
3. EQUIPOS DE SALUD OCUPACIONAL SOCIEDAD ANONIMA
4. AKROS SOLUCIONES SOCIEDAD ANONIMA
5. SOLCON INSTALACIONES SOCIEDAD ANONIMA

f. La verificación legal y administrativa, la realiza el Proceso de Adquisiciones de la Unidad de Compras Institucionales, mediante número de secuencia 1676238 en SICOP e indica lo siguiente:

Partida	Posición	Nombre de Proveedor	Resultado de verificación
1	1	SOLUCIONES ALTIUS SOCIEDAD ANONIMA	**Cumple** con la verificación legal y administrativa
1	2	SONDEL SOCIEDAD ANONIMA	**Cumple** con la verificación legal y administrativa
1	3	EQUIPOS DE SALUD OCUPACIONAL SOCIEDAD ANONIMA	**Cumple** con la verificación legal y administrativa
1	4	AKROS SOLUCIONES SOCIEDAD ANONIMA	**No Cumple:** La oferta presentada no presenta la personería jurídica vigente, tampoco se puede validar la firma digital dado que el archivo de la oferta es muy pesado, se le previene ambos aspectos, pero no atienda la solicitud.
1	5	SOLCON INSTALACIONES SOCIEDAD ANONIMA	**Cumple** con la verificación legal y administrativa

SE REALIZA VERIFICACION LEGAL ADMINISTRATIVO POR TRAMITE DE COMPRA DE LOS SIGUIENTES ASPECTOS A LOS OFERENTES DEL PRESENTE TRAMITE:

1-Declaración que mantiene actualizada la información que aporté al momento de realizar la inscripción en el referido Registro Electrónico Oficial de Proveedores y Subcontratistas. En cumplimiento con lo establecido en los artículos 29 de la Ley General de Contratación Pública (en adelante LGCP) y los artículos 32 y 33 del Reglamento a la Ley General de Contratación Pública (en adelante RLGCP). Salvo que esto último sea considerado confidencial para lo cual deberán alegarlo según la normativa vigente, de conformidad con el artículo 15 de LGCP.
2-Personería Jurídica actualizada de las empresas oferentes.
3-En todos los concursos en que presenten sus propuestas, los oferentes y subcontratistas deberán manifestar expresamente en su oferta que la información LEY N.º 9986 21 contenida en la declaración jurada, presentada en el registro que al efecto lleve la Dirección de Contratación Pública, se mantiene invariable.
4-Declaración jurada que acepta, someterse a los Tribunales y Leyes de Costa Rica, en todo lo concerniente a los trámites del procedimiento licitatorio; la ejecución del contrato y los reclamos por responsabilidad que se derivan del mismo, con renuncia expresa de su jurisdicción.
5-Declaración jurada de naturaleza y propiedad de las acciones, que contenga:

- Cédula jurídica o física de los accionistas, según corresponda.
- Capital social.
- Naturaleza de sus acciones y a quién pertenecen.

6-Vigencia de la oferta
7-REGISTRO NACIONAL (Consulta al Impuesto de Personas Jurídicas)
8-CCSS
9-FODESAF
10-MINISTERIO DE HACIENDA
11-INA
12-IMAS
13-SUBCONTRATISTAS
14-ACUERDO CONSORCIAL.
15-REVISION QUE NO PRESENTAN PRACTICAS COLUSORIAS
16-Determinar que la empresa no presente sanciones o inhabilitación.
17-Firmas digitales válidas de los documentos que aportan
18-Artículo 126 del RLGCP sobre participación única en cada procedimiento de contratación.

g. El Proceso de Adquisiciones de la Unidad de Compras Institucionales solicita mediante SICOP, la elaboración del estudio técnico, mediante los números de secuencias: 1676243 y 1676255, al Proceso de Seguimiento, Apoyo y Control de la Unidad Regional de Heredia e indica lo siguiente:

Partida	Posición	Nombre de Proveedor	Resultado de verificación
1	1	SONDEL SOCIEDAD ANONIMA	**No cumple:** 1. El oferente no presenta carta de autorización del fabricante para instalación, mantenimiento y reparación de la marca cotizada ni carta de compromiso del fabricante para auditar y certificar el sistema. Se le realiza prevención en SICOP según número de secuencia 927092, en su respuesta presentan cartas del fabricante para la marca KSTRONG pero no para la marca ROTOBLAST por lo que incumplen con lo solicitado en el punto 2.14.2 del Documento General. 2. No presenta información del personal técnico. Se le realiza prevención en SICOP según número de secuencia 927092, en su respuesta presentan la información solicitada. Por lo tanto, cumple con lo indicado en el punto 2.14.5 del Documento General. 3. No presenta información del capacitador certificado. Se le realiza prevención en SICOP según número de secuencia 927092, en su respuesta presentan la información solicitada. Por lo tanto, cumple con lo indicado en el punto 2.14.6 del Documento General. 4. En algunos edificios el oferente incumple con varios puntos solicitados en el punto 3.1 Especificaciones técnicas del Documento General.
1	2	SOLUCIONES ALTIUS SOCIEDAD ANONIMA	**No cumple** 1. No indica una vida útil de los equipos de 15 años. Se le realiza prevención en SICOP según número de secuencia 927070, en su respuesta presentan la información solicitada cumpliendo con lo indicado en el punto 2.14.3 del Documento General. 2. En algunos edificios el oferente incumple con varios puntos solicitados en el punto 3.1 Especificaciones técnicas del Documento General.
1	3	EQUIPOS DE SALUD OCUPACIONAL SOCIEDAD ANONIMA	**Cumple:** La empresa cumple con las condiciones de admisibilidad del pliego de condiciones y con las especificaciones técnicas solicitadas. Al analizar el monto ofertado se observa que el mismo es bajo en comparación con el margen mínimo establecido. Sin embargo, el monto se considera razonable por las siguientes razones: • El oferente respeta la estructura de precio indicada en el cartel (mano de obra, gastos administrativos, insumos, utilidad).

			• En el rubro de Cargas Sociales incluyen todos los rubros de ley que se deben incluir para este tipo de servicios. • Los costos por insumos y gastos administrativos son razonables
1	4	AKROS SOLUCIONES SOCIEDAD ANONIMA	**No cumple** 1. No presenta carta de compromiso del fabricante para auditar y certificar el sistema. Se le realiza prevención en SICOP según número de secuencia 927112 sin obtener respuesta. 2. No indica una garantía de fabricación mínima de 12 meses ni una vida útil de 15 años. Se le realiza prevención en SICOP según número de secuencia 927112 sin obtener respuesta. Por lo que no cumple con lo solicitado en el punto 2.14.3 del Documento General. 3. No indica una garantía de repuesto y mantenimiento mínima de 12 meses. Se le realiza prevención en SICOP según número de secuencia 927112 sin obtener respuesta. Por lo que no cumple con lo solicitado en el punto 2.14.4 del Documento General. 4. No presenta información del capacitador certificado. Se le realiza prevención en SICOP según número de secuencia 927112 sin obtener respuesta. Por lo que no cumple con lo solicitado en el punto 2.14.6 del Documento General. 5. En el sistema vertical se solicita que debe tener una altura de 2.5 metros que permita sobresalir 1.80 metros del último peldaño de la escalera. En sus fichas técnicas el oferente presenta un sistema que sobresale únicamente 1.10 metros.
1	5	SOLCON INSTALACIONES SOCIEDAD ANONIMA	**No cumple:** 1. No indica una vida útil de los equipos de 15 años. Se le realiza prevención en SICOP según número de secuencia 927081, en su respuesta presentan la información solicitada cumpliendo con lo indicado en el punto 2.14.3 del Documento General. 2. No presenta carnet del personal técnico para trabajos en alturas. Se le realiza prevención en SICOP según número de secuencia 927081, en su respuesta presentan la información solicitada cumpliendo con lo indicado en el punto 2.14.5 del Documento General 3. En algunos edificios el oferente incumple con varios puntos solicitados en el punto 3.1 Especificaciones técnicas del Documento General

Recomendación:
Se recomienda al oferente **EQUIPOS DE SALUD OCUPACIONAL S.A.** como primera opción para adjudicar, por presentar el monto más bajo y por cumplir con todas las condiciones y especificaciones técnicas del cartel de licitaciones. Los precios para esta licitación se consideran **razonables** con respecto al mercado.

h. Se conoce informe de recomendación elaborado por el Proceso de Adquisiciones de la Unidad de Compras Institucionales en SICOP, concerniente a la Licitación Menor 2025LE-000009-0002100001, para la compra de líneas de vida para los edificios de la Unidad Regional de Heredia, donde recomiendan esta contratación con base en los estudios realizados:

Recomendación:

- Adjudicar según el siguiente cuadro:

CUADRO DE RECOMENDACIÓN PARA ADJUDICAR
-según dictamen técnico, administrativo y legal-

PARTIDA	OFERTA RECOMENDADA	MONTO TOTAL POR PARTIDA CON IVA
1	EQUIPOS DE SALUD OCUPACIONAL S.A.	$135.670,11

i. Se verifica que la oferta recomendada se encuentra al día con sus obligaciones patronales y tributarias para con el INA, Ministerio de Hacienda, CCSS, FODESAF y Registro Nacional (Impuesto de personas jurídicas).

j. Se detalla el representante legal de la empresa oferente para adjudicar:

NOMBRE DE PROVEEDOR	CÉDULA JURIDICA	REPRESENTANTE LEGAL	CÉDULA DE IDENTIDAD
EQUIPOS DE SALUD OCUPACIONAL S.A.	3-101-086562	Yorleny Alvarado Arias	1-1153-0334

k. Se cuenta con la reserva presupuestaria 01-0268-25 y la certificación presupuestaria URF-PP-CONS-84-2025, emitida por el Proceso de Presupuesto de la Unidad de Recursos Financieros.

l. Las personas funcionarias participantes de la Comisión Mayor de Gestión de Compras no tienen ninguna prohibición de conformidad con los artículos 24, 25,26, 27 y 28 de la Ley General de Contratación Pública. Además, se verifica que las personas que intervienen en el proceso de esta contratación firmaron la Declaración del Compromiso Ético con el Instituto Nacional de Aprendizaje.

Se acuerda:

a. Adjudicar la Licitación Menor 2025LE-000009-0002100001, para la compra de líneas de vida para los edificios de la Unidad Regional de Heredia, según el dictamen técnico, administrativo y legal e informe de recomendación, realizado por la dependencia responsable de analizar las ofertas, así como en los elementos de adjudicación, de la siguiente manera:

    - Adjudicar la partida #1 al oferente EQUIPOS DE SALUD OCUPACIONAL S.A., por un monto con IVA de $135.670,11 y con un plazo de entrega de 30 días hábiles.

b. Comunicar el acuerdo a la persona encargada de la Unidad Regional de Heredia y del Proceso de Adquisiciones de la Unidad de Compras Institucionales.

Acuerdo aprobado en firme por unanimidad.

ARTÍCULO VI: Adjudicación de la Licitación Mayor 2025LY-000005-0002100001 para la Compra de Servidores de Datos y equipos de Comunicación. Por un monto estimado de ₡701.378.329,00.

Se conoce informe de recomendación elaborado por el Proceso de Adquisiciones de la Unidad de Compras Institucionales en SICOP, concerniente a la Licitación Mayor 2025LY-000005-0002100001 para la Compra de Servidores de Datos y equipos de Comunicación.

Considerando que:

a. En la Sesión Extra-Ordinaria 08-2025 celebrada el 13 de marzo del 2025, la Comisión Mayor de la Gestión de Compras, se aprobó el pliego de condiciones, según consta en el acta de esa sesión artículo IV.

b. Esta contratación se compone de 4 partidas.

c. El trámite se publica en SICOP el día 13/03/2025 a las 16:53 horas.

d. La apertura de las ofertas se realizó el día 06/05/2025 a las 07:01 horas.

e. Se recibieron 09 ofertas:

PARTIDA 1 Y 2.
6. ANPHORA SOCIEDAD ANONIMA

PARTIDA 3
1. NORTEC CONSULTING SOCIEDAD ANONIMA
2. MARTINEXSA LIMITADA
3. COMPONENTES EL ORBE SOCIEDAD ANONIMA
4. CENTRAL DE SERVICIOS PC SOCIEDAD ANONIMA
5. GRUPO COMPUTACION MODULAR AVANZADA SOCIEDAD ANONIMA
6. SONDA TECNOLOGIAS DE INFORMACION DE COSTA RICA SOCIEDAD ANONIMA

PARTIDA 4
1. SPC INTERNACIONAL SOCIEDAD ANONIMA
2. NORTEC CONSULTING SOCIEDAD ANONIMA

f. La verificación legal y administrativa, la realiza el Proceso de Adquisiciones de la Unidad de Compras Institucionales, mediante número de secuencia 1669118 en SICOP e indica lo siguiente:

Partida	Nombre de Proveedor	Resultado de verificación
1	ANPHORA SOCIEDAD ANONIMA	Cumple con la verificación legal y administrativa
3	NORTEC CONSULTING SOCIEDAD ANONIMA	Cumple con la verificación legal y administrativa
3	MARTINEXSA LIMITADA	Cumple con la verificación legal y administrativa
3	COMPONENTES EL ORBE SOCIEDAD ANONIMA	Cumple con la verificación legal y administrativa
3	CENTRAL DE SERVICIOS PC SOCIEDAD ANONIMA	Cumple con la verificación legal y administrativa
3	GRUPO COMPUTACION MODULAR AVANZADA SOCIEDAD ANONIMA	Cumple con la verificación legal y administrativa
3	SONDA TECNOLOGIAS DE INFORMACION DE COSTA RICA SOCIEDAD ANONIMA	Cumple con la verificación legal y administrativa
4	SPC INTERNACIONAL SOCIEDAD ANONIMA	Cumple con la verificación legal y administrativa

SE REALIZA VERIFICACION LEGAL ADMINISTRATIVO POR TRAMITE DE COMPRA DE LOS SIGUIENTES ASPECTOS A LOS OFERENTES DEL PRESENTE TRAMITE:

1-Declaración que mantiene actualizada la información que aporté al momento de realizar la inscripción en el referido Registro Electrónico Oficial de Proveedores y Subcontratistas. En cumplimiento con lo establecido en los artículos 29 de la Ley General de Contratación Pública (en adelante LGCP) y los artículos 32 y 33 del Reglamento a la Ley General de Contratación Pública (en adelante RLGCP). Salvo que esto último sea considerado confidencial para lo cual deberán alegarlo según la normativa vigente, de conformidad con el artículo 15 de LGCP.
2-Personería Jurídica actualizada de las empresas oferentes.
3-En todos los concursos en que presenten sus propuestas, los oferentes y subcontratistas deberán manifestar expresamente en su oferta que la información LEY N.º 9986 21 contenida en la declaración jurada, presentada en el registro que al efecto lleve la Dirección de Contratación Pública, se mantiene invariable.
4-Declaración jurada que acepta, someterse a los Tribunales y Leyes de Costa Rica, en todo lo concerniente a los trámites del procedimiento licitatorio; la ejecución del contrato y los reclamos por responsabilidad que se derivan del mismo, con renuncia expresa de su jurisdicción.
5-Declaración jurada de naturaleza y propiedad de las acciones, que contenga:
- Cédula jurídica o física de los accionistas, según corresponda.
- Capital social.
- Naturaleza de sus acciones y a quién pertenecen.

6-Vigencia de la oferta
7-REGISTRO NACIONAL (Consulta al Impuesto de Personas Jurídicas)
8-CCSS
9-FODESAF
10-MINISTERIO DE HACIENDA

11-INA
12-IMAS
13-SUBCONTRATISTAS
14-ACUERDO CONSORCIAL.
15-REVISION QUE NO PRESENTAN PRACTICAS COLUSORIAS
16-Determinar que la empresa no presente sanciones o inhabilitación.
17-Firmas digitales válidas de los documentos que aportan
18-Artículo 126 del RLGCP sobre participación única en cada procedimiento de contratación.

g. El Proceso de Adquisiciones de la Unidad de Compras Institucionales solicita mediante SICOP, la elaboración del estudio técnico, mediante el número de secuencia: 1657535, la Unidad de Servicios de Informática y Telemática, realiza el estudio y adjunta oficio USIT-229-2025 e indican lo siguiente:

Partida	Posición	Nombre de Proveedor	Resultado de verificación
1	1	ANPHORA SOCIEDAD ANONIMA	**Cumple:** *a) Sobre las condiciones invariables*: La oferta cumple con las condiciones invariables solicitadas en el pliego cartelario. *b) Sobre las Especificaciones Técnicas*: La oferta cumple con las especificaciones técnicas solicitadas en el pliego cartelario. *c) Sobre la admisibilidad de la oferta*: Por lo anterior indicado, la oferta de la empresa ANPHORA SOCIEDAD ANÓNIMA cumple con las condiciones invariables y especificaciones técnicas solicitadas; por lo tanto, se considera elegible en el presente estudio técnico, según así lo determina el artículo 137 del Reglamento a la Ley General de Contratación Pública Razonabilidad del precio: El tipo de cambio utilizado fue de 508.82.60 colones por dólar, del 06 de mayo del 2025. 4.1. PARTIDA #1. 39 UDS. EQUIPOS INALÁMBRICOS (PUNTO DE ACCESO) PARA INTERIORES). La reserva presupuestaria establecida para esta partida es de ₡64,818,819, el precio mínimo y máximo se estableció 20% con respecto a la reserva presupuestaria; por lo tanto, el precio mínimo es ₡51,855,055 y el precio máximo es ₡77,782,583. Sobre la razonabilidad de precio oferente #1 ANPHORA SOCIEDAD ANÓNIMA: El precio de la oferta es ₡62,786,352.72, la cual está por debajo de dicha reserva en un 3.14%; por lo cual, el precio ofertado se encuentra dentro de los márgenes establecidos para esta partida.
2	1	ANPHORA SOCIEDAD ANONIMA	**Cumple:** *a) Sobre las condiciones invariables*: La oferta cumple con las condiciones invariables solicitadas en el pliego cartelario. *b) Sobre las Especificaciones Técnicas*: La oferta cumple con las especificaciones técnicas solicitadas en el pliego cartelario. *c) Sobre la admisibilidad de la oferta*: Por lo anterior indicado, la oferta de la empresa ANPHORA SOCIEDAD ANÓNIMA cumple con las condiciones invariables y especificaciones técnicas solicitadas; por lo tanto, se considera elegible en el presente estudio técnico, según así lo determina el artículo 137 del Reglamento a la Ley General de Contratación Pública.

			Razonabilidad del precio: 4.2 PARTIDA #2. 57 UDS. EQUIPOS INALAMBRICOS (PUNTO DE ACCESO) PARA EXTERIOR). La reserva presupuestaria establecida para esta partida es de ₡115,826,964, el precio mínimo y máximo se estableció 20% con respecto a la reserva presupuestaria; por lo tanto, el precio mínimo es ₡92,661,571 y el precio máximo es ₡138,992,357. Sobre la razonabilidad de precio oferente #1 ANPHORA SOCIEDAD ANÓNIMA: El precio de la oferta es ₡113,722,287.64, la cual está por debajo de dicha reserva en un 1.82%; por lo cual, el precio ofertado se encuentra dentro de los márgenes establecidos para esta partida.
3	1	NORTEC CONSULTING SOCIEDAD ANONIMA	**No cumple** a) Sobre las condiciones invariables: La oferta cumple con las condiciones invariables solicitadas en el pliego cartelario. b) Sobre las Especificaciones Técnicas: Para la partida #3 la oferta no cumple con la siguiente especificación técnica: a. 3.1.3. DEBE PERMITIR EL MANEJO DE MÚLTIPLES CAPAS DE ALMACENAMIENTO PERMITIENDO INSTALAR A FUTURO DISCOS DE ESTADO SÓLIDO (SSD) O DISCOS DE ALTA CAPACIDAD (NLSAS) EN UN MISMO POOL DE ALMACENAMIENTO: No especificado en oferta El DE2000H permite mezclar discos, pero no soporta tiering automático en un mismo pool como exige la especificación. El sistema Lenovo ThinkSystem DE2000H, aunque permite físicamente instalar discos de distintos tipos (SSD, SAS 10K, NL-SAS), no cumple con el requisito 3.1.3, ya que: No permite agrupar diferentes tipos de discos en un mismo pool lógico de almacenamiento y es un requisito que requiere la administración. c) Sobre la admisibilidad de la oferta: Por lo anterior indicado, la oferta de la empresa NORTEC CONSULTING SOCIEDAD ANÓNIMA no se considera elegible en el presente estudio técnico para la partida #3, según así lo determina el artículo 137 del Reglamento a la Ley General de Contratación Pública.
3	2	MARTINEXSA LIMITADA	**Cumple** *a) Sobre las condiciones invariables:* La oferta cumple con las condiciones invariables solicitadas en el pliego cartelario. *b) Sobre las Especificaciones Técnicas*: La oferta cumple con las especificaciones técnicas solicitadas en el pliego cartelario. *c) Sobre la admisibilidad de la oferta*: Por lo anterior indicado, la oferta de la empresa MARTINEXSA LIMITADA cumple con las condiciones invariables y especificaciones técnicas solicitadas; por lo tanto, se considera elegible en el presente estudio técnico, según así lo determina el artículo 137 del Reglamento a la Ley General de Contratación Pública. Razonabilidad de precio:

			Según la justificación de los precios indicados por los dos oferentes admisibles y considerando que el margen inferior establecido fue de un 20% con respecto al precio de referencia; y observando que los dos precios se encuentran por debajo del precio referenciado en más de ese ´de un 20 % (MARTINEXSA LIMITADA un 60.57% y COMPONENTES EL ORBE SOCIEDAD ANONIMA un 53.45%); por lo cual, considerando que los precios de los dos oferentes se encuentra en un margen cercano entre ambos (7.12% de diferencia); además, importante indicar que las dos ofertas cumplen con lo requerido en el pliego de condiciones; se considera admisibles las dos ofertas.
3	3	COMPONENTES EL ORBE SOCIEDAD ANONIMA	**Cumple** a) Sobre las condiciones invariables: La oferta cumple con las condiciones invariables solicitadas en el pliego cartelario. b) Sobre las Especificaciones Técnicas: La oferta cumple con las especificaciones técnicas solicitadas en el pliego cartelario. c) Sobre la admisibilidad de la oferta: Por lo anterior indicado, la oferta de la empresa COMPONENTES EL ORBE SOCIEDAD ANÓNIMA cumple con las condiciones invariables y especificaciones técnicas solicitadas; por lo tanto, se considera elegible en el presente estudio técnico, según así lo determina el artículo 137 del Reglamento a la Ley General de Contratación Pública. Razonabilidad de precio: Según la justificación de los precios indicados por los dos oferentes admisibles y considerando que el margen inferior establecido fue de un 20% con respecto al precio de referencia; y observando que los dos precios se encuentran por debajo del precio referenciado en más de ese ´de un 20 % (MARTINEXSA LIMITADA un 60.57% y COMPONENTES EL ORBE SOCIEDAD ANONIMA un 53.45%); por lo cual, considerando que los precios de los dos oferentes se encuentra en un margen cercano entre ambos (7.12% de diferencia); además, importante indicar que las dos ofertas cumplen con lo requerido en el pliego de condiciones; se considera admisibles las dos ofertas.
3	4	CENTRAL DE SERVICIOS PC SOCIEDAD ANONIMA	**No cumple** *a) Sobre las condiciones invariables:* La oferta no cumple con las siguientes condiciones invariables: 1. Oferta económica: Incluyen el BOM, sin embargo, no se evidencia el desglose por lugar. No cumplen con lo solicitado. 2. Experiencia de la empresa: Solo la carta de BANHVI (2017) demuestra de forma completa que la empresa brindó servicios iguales/similares desde hace más de 3 años, cumpliendo con el requerimiento. Sin embargo, se requiere al menos 3 cartas con esa misma condición. No cumplen con lo solicitado. *b) Sobre las Especificaciones Técnicas:* La oferta cumple con las especificaciones técnicas solicitadas en el pliego cartelario. *c) Sobre la admisibilidad de la oferta:* Por lo anterior indicado, la oferta de la empresa CENTRAL DE SERVICIOS PC SOCIEDAD ANÓNIMA no cumple con las condiciones invariables; por lo tanto, no se considera elegible en el presente estudio técnico, según así lo determina el artículo

			137 del Reglamento a la Ley General de Contratación Pública.
3	5	GRUPO COMPUTACION MODULAR AVANZADA SOCIEDAD ANONIMA	**No cumple:** *a)* *Sobre las condiciones invariables:* La oferta no cumple con las siguientes condiciones invariables: 1. Oferta económica: Incluyen el BOM, sin embargo, no se evidencia el desglose por lugar. No cumplen con lo solicitado. 2. Experiencia de la empresa: El oferente incluyó documentación de cuatro referencias; sin embargo, Las cartas aportadas tienen fecha del año 2024 y en su contenido no se evidencia que indique que tiene más de 3 años en dar soporte o mantenimiento. No cumplen con lo solicitado. 3. Vigencia del equipo ofrecido: No se aporta una carta del fabricante indicando que el equipo ofrecido marca, modelo y/o número de parte se encuentra vigente a la fecha de apertura del concurso. No cumplen con lo solicitado. *b)* *Sobre las Especificaciones Técnicas:* La oferta no cumple con la siguiente especificación técnica: 1. DOCUMENTACIÓN DETALLADA DE LA CONFIGURACIÓN DE LA SOLUCIÓN, CON LOS DIAGRAMAS FÍSICOS Y LÓGICOS CORRESPONDIENTES: No se encontraron en la oferta ni en la documentación. No se incluye los diagramas de la interconexión de la solución según se solicita en el punto 1.1.7 ni incluyeron en la oferta general los PDU en los lugares que se solicitaron: Unidad Regional Chorotega, Centro de Formación San Ramón, Ciudad Tecnológica Mario Echandi, Centro de Desarrollo Tecnológico Mario Echandi. Por lo cual no cumplen con lo solicitado. *c)* *Sobre la admisibilidad de la oferta:* Por lo anterior indicado, la oferta de la empresa GRUPO COMPUTACION MODULAR AVANZADA SOCIEDAD ANÓNIMA no cumple con las condiciones invariables y especificaciones técnicas solicitadas; por lo tanto, no se considera elegible en el presente estudio técnico, según así lo determina el artículo 137 del Reglamento a la Ley General de Contratación Pública.
3	6	SONDA TECNOLOGIAS DE INFORMACION DE COSTA RICA SOCIEDAD ANONIMA	**No cumple** *a)* *Sobre las condiciones invariables:* La oferta no cumple con las siguientes condiciones invariables: 1. Instalación: No incluyeron en la oferta los PDU en los lugares que se solicitaron: Unidad Regional Chorotega, Centro de Formación San Ramón, Ciudad Tecnológica Mario Echandi, Centro de Desarrollo Tecnológico Mario Echandi. 2. Vigencia del equipo ofrecido: No se aporta una carta del fabricante indicando que el equipo ofrecido marca, modelo y/o número de parte se encuentra vigente a la fecha de apertura del concurso. No cumplen con lo solicitado. *b)* *Sobre las Especificaciones Técnicas*: La oferta no cumple con la siguiente especificación técnica: 1. El punto 2.1.1.6 no está claramente evidenciado en la documentación técnica existen diferentes

			números de partes y no se sabe cuál se incluye, ni tampoco se especifica en la cotización. c) Sobre la admisibilidad de la oferta: Por lo anterior indicado, la oferta de la empresa SONDA TECNOLOGIAS DE INFORMACIÓN DE COSTA RICA SOCIEDAD ANÓNIMA no cumple con las condiciones invariables y especificaciones técnicas solicitadas; por lo tanto, **no se considera elegible** en el presente estudio técnico, según así lo determina el artículo 137 del Reglamento a la Ley General de Contratación Pública.
4	1	SPC INTERNACIONAL SOCIEDAD ANONIMA	**Cumple** *a)* *Sobre las condiciones invariables*: La oferta cumple con las condiciones invariables solicitadas en el pliego cartelario. *b)* *Sobre las Especificaciones Técnicas:* La oferta cumple con las especificaciones técnicas solicitadas en el pliego cartelario. *c)* *Sobre la admisibilidad de la oferta*: Por lo anterior indicado, la oferta de la empresa SPC INTERNACIONAL SOCIEDAD ANÓNIMA cumple con las condiciones invariables y especificaciones técnicas solicitadas; por lo tanto, se considera elegible en el presente estudio técnico, según así lo determina el artículo 137 del Reglamento a la Ley General de Contratación Pública.
4	2	NORTEC CONSULTING SOCIEDAD ANONIMA	**Cumple** *a) Sobre las condiciones invariables*: La oferta cumple con las condiciones invariables solicitadas en el pliego cartelario. *b) Sobre las Especificaciones Técnicas*: La oferta cumple con las especificaciones técnicas solicitadas en el pliego cartelario. *c)* *Sobre la admisibilidad de la oferta*: Por lo anterior indicado, la oferta de la empresa NORTEC CONSULTING SOCIEDAD ANONIMA cumple con las condiciones invariables y especificaciones técnicas solicitadas; por lo tanto, se considera elegible en el presente estudio técnico, según así lo determina el artículo 137 del Reglamento a la Ley General de Contratación Pública.

h. El Proceso de Adquisiciones de la Unidad de Compras Institucionales solicita mediante SICOP, ampliación del estudio técnico elaborado en secuencia 1657535. Mediante el número de secuencia: 1686446, la Unidad de Servicios de Informática y Telemática, realiza la ampliación del estudio técnico, adjunta oficio USIT-239-2025 e indican lo siguiente:

A continuación, se detalla ampliación del estudio técnico realizado a licitación mayor 2025LY-000005-0002100001 correspondiente a servidores de datos y equipo de comunicación, solicitado por medio de SICOP.

Los criterios técnicos fueron analizados por el Proceso de Infraestructura Tecnológica (PITEC) de la Unidad de Servicios de Informática y Telemática (USIT)

Solicitud 1: para el oferente NORTEC CONSULTING SOCIEDAD ANÓNIMA:

Analizar el cumplimiento de la empresa para cada partida (3 y 4), dado que se indica que cumple en una y en otra no, sin embargo, no queda claro para cual sí y para cual no. Esto para el punto C) del análisis realizado en la oferta:

c) Sobre la admisibilidad de la oferta:

Sobre este aspecto lo correcto es como se indica a continuación:

Por lo anterior indicado, la oferta de la empresa NORTEC CONSULTING SOCIEDAD ANÓNIMA para la partida #3 no cumple con las especificaciones técnicas solicitadas, para la partida #4 cumple con las condiciones invariables y especificaciones técnicas; por lo tanto, ***no se considera elegible*** *en el presente estudio técnico para la partida #3 y se* ***considera elegible*** *para la partida #4, según así lo determina el artículo 137 del Reglamento a la Ley General de Contratación Pública."*

Respuesta a la solicitud 1:

c) Sobre la admisibilidad de la oferta:

Sobre este aspecto lo correcto es como se indica a continuación:

Por lo anterior indicado, la oferta de la empresa NORTEC CONSULTING SOCIEDAD ANÓNIMA para la partida #3, no cumple con las especificaciones técnicas solicitadas, para la partida #4, cumple con las condiciones invariables y especificaciones técnicas; por lo tanto, no se considera elegible en el presente estudio técnico para la partida #3 y se considera elegible para la partida #4, según así lo determina el artículo 137 del Reglamento a la Ley General de Contratación Pública.

Solicitud 2 para el oferente CENTRAL DE SERVICIOS PC SOCIEDAD ANÓNIMA.

Ampliar el incumplimiento de la oferta PC Central de Servicios dado que en la oferta se evidencian referencias del 2022, 2023, 2024, etc.

Respecto al Bom favor ampliar el incumplimiento sobre el desglose del precio, dado que la empresa lo presenta e indica que contempla 2 servidores por cada sede, además analizar la trascendencia del incumplimiento de que no desglose como se requiere.

Respuesta a la solicitud 2:

De conformidad con el pliego de condiciones, específicamente lo indicado en el apartado correspondiente a la experiencia del oferente, se establece como requisito que podrán participar todas aquellas personas físicas o jurídicas legalmente constituidas que cuenten con un mínimo de tres (3) años de experiencia, contabilizados con anterioridad a la fecha de apertura, en el mercado nacional en la venta de equipos iguales o similares al ofrecido.

Para verificar este requisito, el cartel solicita la presentación de al menos tres (3) cartas de referencia de clientes, en las cuales se pueda constatar el cumplimiento de dicha experiencia. Además, se indica que no se aceptan cartas emitidas por el mismo oferente.

Al revisar las cartas presentadas por el oferente, de acuerdo con lo que se resume en el cuadro 3.2, se observa lo siguiente:

- *Las fechas de las referencias corresponden a los años 2022, 2023 y 2024, es decir, no abarcan un periodo de experiencia previa al año 2021.*
- *En ninguna de las cartas se evidencia explícitamente que el oferente tenga más de 3 años de experiencia en la venta de los equipos ofertados o similares.*
- *Tampoco se evidencia en el contenido de las cartas que el proveedor haya dado soporte continuo o mantenimiento por un periodo igual o superior a tres años, lo que podría haber ayudado a inferir dicha experiencia.*

Por tanto, no se puede verificar fehacientemente el cumplimiento del requisito, ya que:

- *No se demuestra que el oferente haya operado en el mercado nacional con equipos iguales o similares por un mínimo de 3 años anteriores a la fecha de apertura.*
- *Las cartas no proporcionan un marco temporal suficiente para inferir dicha experiencia.*

En cuanto al tema del punto 2.10 oferta económica se indica lo siguiente:

De conformidad con lo establecido en el cartel de licitación, se indicaba de forma clara que:

> *"En la oferta económica el oferente para las partidas indicadas en este pliego de condiciones deberá desglosar el precio de los equipos y accesorios de cada partida, el costo de la instalación y el costo de la capacitación, según los requerimientos del I.N.A. y de acuerdo con lo que requiere cada línea."*

Adicionalmente, se solicitó mediante subsanación que la oferta económica fuera presentada de forma desglosada por lugar, incluyendo los siguientes aspectos mínimos:

- *Componentes que conforman el equipo ofertado.*
- *Cantidad de cada componente.*
- *Costo unitario y monto total por componente.*
- *Costo por instalación y capacitación por cada ubicación.*

- *Presentación del BOM (Bill of Materials) detallado.*

El oferente, tras la solicitud de subsanación, procedió a incluir el BOM, sin embargo, se identifica lo siguiente:
- *El BOM presentado no desglosa la información por lugar, lo cual impide identificar cómo se distribuyen los equipos y servicios ofertados por cada sede o línea requerida.*
- *La presentación de los precios es en forma de forma unitaria, es decir, un único monto, sin permitir verificar:*
  - ✓ *Si se está cumpliendo con los requerimientos específicos de cada sede.*
  - ✓ *Si los precios ofrecidos corresponden a los equipos mínimos requeridos en cada ubicación.*
  - ✓ *La razonabilidad y coherencia de los costos asociados a instalación y capacitación.*

Este incumplimiento afecta directamente la evaluación técnica y económica de la propuesta, ya que:
- *No permite una comparación justa y objetiva con las demás ofertas, las cuales sí cumplieron con el desglose solicitado.*
- *Impide verificar si los montos ofertados están alineados con el alcance técnico requerido por línea y por lugar.*

SOLICITUD 3: PARA EL OFERENTE GRUPO COMPUTACION MODULAR AVANZADA SOCIEDAD ANÓNIMA.

Ampliar sobre el incumplimiento del desglose dado que el oferente responde el desglose e indica que es para las 7 sedes, además analizar la trascendencia del incumplimiento de que no desglose como se requiere.

Igual que el punto 2.10 anterior. Aplica el mismo análisis:

Respuesta a la solicitud 3:

De conformidad con lo establecido en el cartel de licitación, se indicaba de forma clara que:

"En la oferta económica el oferente para las partidas indicadas en este pliego de condiciones deberá desglosar el precio de los equipos y accesorios de cada partida, el costo de la instalación y el costo de la capacitación, según los requerimientos del I.N.A. y de acuerdo con lo que requiere cada línea."

Adicionalmente, se solicitó mediante subsanación que la oferta económica fuera presentada de forma desglosada por lugar, incluyendo los siguientes aspectos mínimos:
- *Componentes que conforman el equipo ofertado.*
- *Cantidad de cada componente.*
- *Costo unitario y monto total por componente.*
- *Costo por instalación y capacitación por cada ubicación.*
- *Presentación del BOM (Bill of Materials) detallado.*

El oferente, tras la solicitud de subsanación, procedió a incluir el BOM, sin embargo, se identifica lo siguiente:
- *El BOM presentado no desglosa la información por lugar, lo cual impide identificar cómo se distribuyen los equipos y servicios ofertados por cada sede o línea requerida.*
- *La presentación de los precios es en forma de forma unitaria, es decir, un único monto, sin permitir verificar:*
  - ✓ *Si se está cumpliendo con los requerimientos específicos de cada sede.*
  - ✓ *Si los precios ofrecidos corresponden a los equipos mínimos requeridos en cada ubicación.*
  - ✓ *La razonabilidad y coherencia de los costos asociados a instalación y capacitación.*

Este incumplimiento afecta directamente la evaluación técnica y económica de la propuesta, ya que:
- *No permite una comparación justa y objetiva con las demás ofertas, las cuales sí cumplieron con el desglose solicitado.*
- *Impide verificar si los montos ofertados están alineados con el alcance técnico requerido por línea y por lugar.*

Solicitud 4 para el oferente SONDA TECNOLOGIAS DE INFORMACIÓN DE COSTA RICA SOCIEDAD ANÓNIMA.

Analizar la trascendencia del incumplimiento de que no desglose como se requiere.

Adicional a esto se debe de revisar la razonabilidad del precio para la partida 4 dado que pareciera se invirtieron los montos de las ofertas e indicar para todas las partidas cuales ofertas se encuentran razonables de acuerdo con el mercado.

Respuesta para la solicitud 4:

Para el punto 2.10 Oferta económica, el criterio se mantiene, no hay incumplimiento en la oferta; por ende, no corresponde analizar la trascendencia.

Los incumplimientos de esta oferta se mantienen y son los que se indicaron en el informe del estudio técnico:

3.8 Vigencia del equipo ofrecido

No se aporta una carta del fabricante indicando que el equipo ofrecido marca, modelo y/o número de parte se encuentra vigente a la fecha de apertura del concurso. No cumplen con lo solicitado
Cuadro de especificaciones técnicas
El punto 2.1.1.6 no está claramente evidenciado en la documentación técnica existen diferentes números de partes y no se sabe cuál se incluye, ni tampoco se especifica en la cotización.
Para el aspecto de la instalación: No incluyeron en la oferta los PDU en los lugares que se solicitaron: Unidad Regional Chorotega, Centro de Formación San Ramón, Ciudad Tecnológica Mario Echandi, Centro de Desarrollo Tecnológico Mario Echandi.
Solicitud 5: sobre la razonabilidad de precios para la partida 4:

Adicional a esto se debe de revisar la razonabilidad del precio para la partida 4 dado que pareciera se invirtieron los montos de las ofertas e indicar para todas las partidas cuales ofertas se encuentran razonables de acuerdo con el mercado.

Respuesta a la solicitud 5:
Se indica a continuación la razonabilidad de precios para todas las partidas:
El tipo de cambio utilizado fue de 508.82 colones por dólar, del 06 de mayo del 2025.

PARTIDA #1. 39 UDS. EQUIPOS INALÁMBRICOS (PUNTO DE ACCESO) PARA INTERIORES).

La reserva presupuestaria establecida para esta partida es de ₡64,818,819, el precio mínimo y máximo se estableció 20% con respecto a la reserva presupuestaria; por lo tanto, el precio mínimo es ₡51,855,055 y el precio máximo es ₡77,782,583.

Sobre la razonabilidad de precio oferente #1 ANPHORA SOCIEDAD ANÓNIMA:

El precio de la oferta es ₡62,786,352.72, la cual está por debajo de dicha reserva en un 3.14%; por lo cual, el precio ofertado se encuentra dentro de los márgenes establecidos para esta partida y se considera razonable de acuerdo con el mercado actual.

PARTIDA #2. 57 UDS. EQUIPOS INALAMBRICOS (PUNTO DE ACCESO) PARA EXTERIOR).

La reserva presupuestaria establecida para esta partida es de ₡115,826,964, el precio mínimo y máximo se estableció 20% con respecto a la reserva presupuestaria; por lo tanto, el precio mínimo es ₡92,661,571 y el precio máximo es ₡138,992,357.

Sobre la razonabilidad de precio oferente #1 ANPHORA SOCIEDAD ANÓNIMA:

El precio de la oferta es ₡113,722,287.64, la cual está por debajo de dicha reserva en un 1.82%; por lo cual, el precio ofertado se encuentra dentro de los márgenes establecidos para esta partida y se considera razonable de acuerdo con el mercado actual.

PARTIDA #3. 7 UDS. SOLUCIÓN DE SERVIDORES Y ALMACENAMIENTO PARA LAS REGIONALES.

La reserva presupuestaria establecida para esta partida es de ***₡303,063,054****, el porcentaje mínimo y máximo se estableció 20% con respecto a la reserva presupuestaria; por lo tanto, el precio mínimo es* ***₡242,450,443*** *y el precio máximo es* ***₡363,675,665****.*

A continuación, se detalla la razonabilidad de precio de cada oferta:

Número de oferta	***Nombre de Oferente***	***PRECIO***	***Razonabilidad***
1	*MARTINEXSA LIMITADA*	*El precio ofertado es de ₡119,507,382.78*	*Se encuentra por debajo de la reserva en 60.57%.*
2	*CENTRAL DE SERVICIOS PC SOCIEDAD ANONIMA*	*El precio ofertado es de ₡166,690,803.6261*	*Se encuentra por debajo de la reserva en 45%.*
3	*GRUPO COMPUTACION MODULAR AVANZADA SOCIEDAD ANONIMA*	*El precio ofertado es de ₡224,034,988.2334*	*se encuentra por debajo de la reserva en 26.08%.*
4	*NORTEC CONSULTING SOCIEDAD ANONIMA*	*El precio ofertado es de ₡115,812,486.4144*	*Se encuentra por debajo de la reserva en 61.79%.*
5	*COMPONENTES EL ORBE SOCIEDAD ANONIMA*	*El precio ofertado es de ₡141,089,386.5709*	*Se encuentra por debajo de la reserva en 53.45%.*
6	*SONDA TECNOLOGIAS DE INFORMACION DE COSTA RICA SOCIEDAD ANONIMA*	*El precio ofertado es de ₡267,069,358.1026*	*Se encuentra por debajo de la reserva en 11.88%.*

Por lo anteriormente indicado se observa que el 83.33 por ciento de los oferentes (cinco de seis) presentan precios por debajo del margen inferior establecido (20%); por lo cual, con estos datos se refleja son los precios del mercado actual.

Según con los precios ofertados se les solicitó a los oferentes MARTINEXSA LIMITADA, COMPONENTES EL ORBE SOCIEDAD ANONIMA, CENTRAL DE SERVICIOS PC SOCIEDAD ANONIMA, GRUPO COMPUTACION MODULAR AVANZADA SOCIEDAD ANONIMA y NORTEC CONSULTING SOCIEDAD ANONIMA lo siguiente con respecto a los precios ofertados:

> *"Para el precio ofrecido: Indicar las razones que sustentan que la oferta presentada está por debajo de la estimación presupuestaria establecida. Adicionalmente indicar los motivos por los cuales pudieron ofertar este precio y se requiere que confirme que los precios ofertados no son ruinosos y que podrán hacer frente a todas las condiciones de la contratación".*

Los oferentes presentaron la justificación; sin embargo, para efectos del estudio se indican la respuesta de los dos oferentes que cumplieron con lo solicitado en el pliego de condiciones:

MARTINEXSA LIMITADA:

El monto presentado por nuestra empresa se encuentra por debajo de la estimación presupuestaria establecida por la Administración; sin embargo, esta condición responde a factores objetivos y estratégicos, y no compromete en absoluto la calidad del producto ni el cumplimiento de los requisitos contractuales.

Nuestra empresa cuenta con un acuerdo directo con el fabricante, bajo un esquema de "registro de oportunidad", lo cual nos otorga un precio preferencial en relación con otros participantes del mercado. Este mecanismo nos permite acceder a descuentos exclusivos y condiciones de negociación anticipada, lo que se traduce en un precio competitivo.

Adicionalmente, se han implementado diversas eficiencias en nuestros procesos internos, tanto logísticos como administrativos, lo que contribuye a la reducción del costo final sin afectar el alcance, calidad ni el cumplimiento de las condiciones establecidas en el cartel.

Afirmamos que el precio ofertado no es ruinoso y que contamos con la capacidad técnica, financiera y operativa para ejecutar la contratación conforme a lo requerido por la Administración.

COMPONENTES EL ORBE SOCIEDAD ANONIMA:

> *"Se adjunta carta del fabricante donde se indica que Componentes el Orbe ha recibido descuentos especiales conforme a las políticas y reglas aplicables a canales de HPE, en la cual se puede verificar que los precios ofertados no son ruinosos y que mi representada puede hacer frente a todas las condiciones de la contratación".*

Ante la admisibilidad de dos ofertas para la partida #3, se presenta el cuadro de comparación de precios y el porcentaje del sistema de evaluación:

		Oferentes	
		#1	**#5**
		MARTINEXSA LIMITADA	*COMPONENTES EL ORBE SOCIEDAD ANONIMA*
Precio	**90%**	₡119,507,382.7800	₡141,089,386.5709
		90%	76%
c) Distribuidor directo del fabricante	**10%**	10%	10%
Total		**100%**	86%

El precio ofertado por MARTINEXSA LIMITADA ***se considera razonable*** *de acuerdo con el mercado actual; además, importante indicar cumple con lo requerido en el pliego de condiciones.*

PARTIDA #4. 82 UDS. SWITCH DE 24 PUERTOS MONTAJE EN RACK SIN POE.

La reserva presupuestaria establecida para esta partida es de ***₡217,669,492****, el porcentaje mínimo y máximo se estableció 30% con respecto a la reserva presupuestaria; por lo tanto, el precio mínimo es* ***₡152,368,644*** *y el precio máximo es* ***₡282,970,340****.*

A continuación, se detalla la razonabilidad de precio de cada oferta:

N° Oferta	Nombre de Oferente	PRECIO	Razonabilidad
1	NORTEC CONSULTING SOCIEDAD ANONIMA	El precio ofertado es de ₡197,495,633.9133	Se encuentra por debajo de la reserva en 9.27%.
2	SPC INTERNACIONAL SOCIEDAD ANONIMA	El precio ofertado es de ₡189,146,796.9000	Se encuentra por debajo de la reserva en 13.10%.

Ante la admisibilidad de las dos ofertas para la partida #4, se presenta el cuadro de comparación de precios y el porcentaje del sistema de evaluación:

		Oferentes	
		#1	#2
		NORTEC CONSULTING SOCIEDAD ANONIMA	*SPC INTERNACIONAL SOCIEDAD ANONIMA*
Precio	**100%**	₡197,495,633.9133	₡189,146,796.9000
		96%	100%
Total		96%	**100%**

El precio ofertado por SPC INTERNACIONAL SOCIEDAD ANONIMA se encuentra dentro de los márgenes establecidos para esta partida y ***se considera razonable*** *de acuerdo con el mercado actual.*

Solicitud vía correo por el oferente NORTEC CONSULTING SOCIEDAD ANONIMA:

Para los equipos ofertados se les solicita certificación del fabricante que indique que el equipo ofrecido marca, modelo y/o número de parte se encuentra vigente a la fecha de apertura del concurso (3.8. Vigencia del equipo ofrecido), además en las especificaciones técnicas en el punto 1.1.2. se solicita lo siguiente: "ENTREGAR TODOS LOS COMPONENTES DE LA SOLUCIÓN OFERTADA, TANTO DE HARDWARE COMO DE SOFTWARE Y FIRMWARE, QUE ESTÉN CERTIFICADOS POR FÁBRICA Y DEBE SER LA ÚLTIMA VERSIÓN LIBERADA AL MERCADO AL MOMENTO DE LA PRESENTACIÓN DE LAS OFERTAS".

Respuesta para la solicitud recibida vía correo electrónico del oferente NORTEC CONSULTING SOCIEDAD ANONIMA:

Realizado el análisis de las cartas de los fabricantes se evidencia que los equipos ofertados se encuentran vigentes, a continuación, se colocan la captura de cada una:

Carta de la fabricante presentada por MARTINEXSA LIMITADA

Los PowerEdge R450 Server, Dell ME5024 Storage Array cuentan con los siguientes servicios: Para PowerEdge R450 Server, ProSupport 4-Hour 7x24 Onsite Service, 4 Years, ProSupport 4 Hour and 8 Hour 7x24 Technical Support and Assistance, 4 Years. La prestación de dichos servicios es proporcionada por nosotros o alguno de nuestros canales autorizados de servicios en el Territorio.

De igual manera les informamos que el Partner/Revendedor cuenta con al menos 9 años de experiencia en la comercialización de nuestros equipos en el Territorio.

Les informamos que los equipos PowerEdge R450 Server, Dell ME5024 Storage Array ofertados cuentan con las siguientes características:

- Los equipos ofertados se encuentran en linea de produccion del fabricante.

Carta de la fabricante presentada por CENTRAL DE SERVICIOS PC SOCIEDAD ANONIMA

Señores

Instituto Nacional de Aprendizaje

Referencia: Licitación Mayor 2025LY-000005-0002100001

Descripción del proceso: Compra de Servidores de Datos y equipos de Comunicación.

Certificado de Técnicos.

Certificado de Equipo Vigente.

Por medio de la presente y en calidad de fabricantes de los equipos de almacenamiento marca QNAP; ratificamos lo siguiente:

Para Central de Servicios PC S.A. cuenta con personal certificado en instalación y configuración de la solución ofrecida.

Que el personal certificado en PC Central es:

Willy Arnaez Serrano

Herberth Benedicts Benavides

Indicamos además que se los equipos ofrecidos marca QNAP modelo ES2486dc-2142IT-128G-US se encuentran vigentes a la fecha de apertura del concurso.

Indicamos además que para estos equipos se aprobaron de acuerdo con su configuración un precio especial con un descuento adicional.

Los equipos poseerán una cobertura de partes de **CINCO (5) AÑOS**, posteriores a la finalización del período de comercialización de los mismos por parte de **QNAP**.

La presente comunicación tiene una vigencia de noventa (90) días, contados a partir de la fecha de emisión.

Señores
INSTITUTO NACIONAL DE APRENDIZAJE
Costa Rica

Presente.

Referencia:

Certificado de Técnicos.
Certificado de Equipo Vigente.

Licitación Mayor 2025LY-000005-0002100001. "Compra de Servidores de Datos y equipos de Comunicación".

Por medio de la presente y en calidad de fabricantes de los equipos **FusionServer**, nosotros **XFUSION INTERNATIONAL PTE. LTD.**, certificamos y ratificamos que **Central de Servicios P.C., S.A.** cuenta con profesionales entrenados y certificados directamente por **XFUSION INTERNATIONAL PTE. LTD.** en la instalación, configuración y mantenimiento de los productos ofertados en este concurso, contando con todas las herramientas y recursos especializados para brindar un óptimo servicio, por lo que se encuentran debidamente certificados, ellos son:

- Willy Arnaez Serrano
- Herberth Benedicts Benavides

Así mismo, certificamos que los equipos a ser entregados, FusionServer 2288H V6, son **COMPLETAMENTE NUEVOS**, deberá entenderse como no Re-Manufacturado, directamente de fábrica y se encuentran vigentes a la fecha de apertura del concurso.

Indicamos además que para estos equipos se aprobaron de acuerdo con su configuración un precio especial con un descuento adicional.

La presente comunicación tiene una vigencia de noventa (90) días, contados a partir de la fecha de emisión.

Carta de la fabricante presentada por COMPONENTES EL ORBE SOCIEDAD ANONIMA

Asi mismo Hewlett Packard Enterprise Company Informa que:

- Que el equipo ofrecido marca, modelo y/o número de parte se encuentra vigente a la fecha de apertura del concurso.
- Que Componentes el Orbe posee una relación directa con el fabricante de los equipos y no mediante intermediarios o canales de distribución, y, que cuenta con la autorización del fabricante para ofertar sus productos y servicios y a brindar las garantías y repuestos con el respaldo directo del mismo.
- Que se garantiza la existencia de repuestos, así como garantizar que la empresa estará en capacidad de ofrecer el mantenimiento de los equipos en el momento en que estos sufran un desperfecto, por un periodo de 48 meses (para la partida 3).
- Que el equipo cuenta con las siguientes garantías:

Partida	Líneas	Número de Parte	Nombre del Equipo	Carepack
3	2	P52499-B21 HPE 4Y Tech Care Essential Service	HPE ProLiant DL360 Gen11 8SFF NC Configure-to-order Server	HU4A6A4
3	3	R0Q76B		HU4A6A4

Si desea corroborar la veracidad y validez de este documento por favor envíe un e-mail a businessletters@hpe.com

Hewlett Packard Enterprise

Hewlett Packard Enterprise Company
1701 E Mossy Oaks Rd
Spring, TX 77389
United States of America
www.hpe.com

		HPE 4Y Tech Care Essential Service	HPE MSA 2060 iSCSI SFF Storage	

No obstante todo lo aquí mencionado:

1. El Revendedor Autorizado de HPE está actuando por su cuenta y en nombre propio, por lo que no posee derecho, poder, o autoridad alguna, para crear obligaciones o deberes, expresas o tácitas, por cuenta de Hewlett Packard Enterprise Company o compañía alguna de HPE.
2. Hewlett Packard Enterprise Company será únicamente responsable frente al Cliente en lo que respecta a la garantía estándar y/o a los términos y condiciones del servicio paquetizado HPE. El Revendedor Autorizado de HPE será el único responsable por las ampliaciones o extensiones de dicha garantía y/o de los términos y condiciones.

La presente tiene una validez de seis (6) meses para licitaciones públicas y de tres (3) meses para licitaciones privadas a partir de esta fecha.

Carta de la fabricante presentada por NORTEC CONSULTING SOCIEDAD ANONIMA



De la misma manera, confirmamos que **Nortec Consulting S.A.** puede administrar frente a Lenovo Global Technology HK Limited, los procesos de apertura y seguimiento de casos a fin de garantizar el cumplimiento de las garantías contratadas por ustedes.

Partner Number	Description	Qty	Warranty
7D9CCTO1WW	Server ThinkSystem SR630 V4	14	4Yr Standard NBD Resp SR630 V4
7Y70CTO2WW	Storage SAN ThinkSystem DE2000H	7	4Yr Premier NBD Resp DE2000h

Los equipos ofertados son nuevos con componentes compatibles entre sí, de fabricación 2025, de uso corporativo y han sido fabricados bajo las especificaciones y normas técnicas internacionales de calidad ISO 9001:2000 e ISO 14001. Se cuenta con suministro de partes y repuestos hasta de por lo menos 5 años después de la fecha de anuncio de fin de vida por parte de Lenovo.

Como se puede apreciar en todas las cartas, los fabricantes certifican que los equipos se encuentran vigentes a la fecha de la apertura del concurso; aunque no indican que sean la última generación, es comprobado que el equipo se mantendrá vigente en el plazo indicado y con la garantía y soporte solicitados por la institución. Además, es muy importante resaltar, que lo indicado por el oferente no es ninguna limitante técnica para la funcionalidad de los equipos.

Por lo cual, y teniendo en cuenta que todas las cartas presentan la misma información es criterio que ninguna tiene alguna ventaja; por esta razón todas las cartas fueron admitidas cumpliendo a cabalidad lo solicitado.

Los oferentes GRUPO COMPUTACION MODULAR AVANZADA SOCIEDAD ANONIMA y SONDA TECNOLOGIAS DE INFORMACION DE COSTA RICA SOCIEDAD ANONIMA, no presentaron carta del fabricante donde se evidencie estos aspectos.

Por lo tanto y de acuerdo con el análisis técnico de las ofertas, se recomienda técnicamente:

- ***Partida #1, Oferta #1: ANPHORA SOCIEDAD ANÓNIMA.***
- ***Partida #2, Oferta #1: ANPHORA SOCIEDAD ANÓNIMA.***
- ***Partida #3, Oferta #1: MARTINEXSA LIMITADA.***
- ***Partida #4, Oferta #2: SPC INTERNACIONAL SOCIEDAD ANONIMA.***

i. Se conoce informe de recomendación elaborado por el Proceso de Adquisiciones de la Unidad de Compras Institucionales en SICOP, concerniente a la Licitación Mayor 2025LY-000005-0002100001 para la Compra de Servidores de Datos y equipos de Comunicación, donde recomiendan esta contratación con base en los estudios realizados:

Recomendación:

- Adjudicar según el siguiente cuadro:

CUADRO DE RECOMENDACIÓN PARA ADJUDICAR
-según dictamen técnico, administrativo y legal-

PARTIDA	OFERTA RECOMENDADA	MONTO TOTAL POR PARTIDA CON IVA
1	ANPHORA SOCIEDAD ANÓNIMA.	$123.396,00
2	ANPHORA SOCIEDAD ANÓNIMA.	$223.502,70
3	MARTINEXSA LIMITADA.	$234.871,63
4	SPC INTERNACIONAL SOCIEDAD ANONIMA.	$371.736,17

j. Se verifica que la oferta recomendada se encuentra al día con sus obligaciones patronales y tributarias para con el INA, Ministerio de Hacienda, CCSS, FODESAF y Registro Nacional (Impuesto de personas jurídicas).

k. Se detalla el representante legal de la empresa oferente para adjudicar:

NOMBRE DE PROVEEDOR	CÉDULA JURIDICA	REPRESENTANTE LEGAL	CÉDULA DE IDENTIDAD
ANPHORA SOCIEDAD ANÓNIMA.	3-101-067925	José Ignacio Jenkins Moreno	1-0516-0306
MARTINEXSA LIMITADA.	3-102-623794	César Enrique Jiménez Acuña	1-1332-0129
SPC INTERNACIONAL SOCIEDAD ANONIMA.	3-101-156970	Kattia Alvarado Ramírez	4-0130-0256

l. Se cuenta con una reserva presupuestaria con el número 01-0006-25, 01-0044-25, 01-0206-25, 01-0099-25, 01-0111-25 y 01-0208-25, por un monto total de ₡701,378,329.00 y la certificación presupuestaria URF-PP-CONS-59-2025, emitida por el Proceso de Presupuesto de la Unidad de Recursos Financieros.

m. Las personas funcionarias participantes de la Comisión Mayor de Gestión de Compras no tienen ninguna prohibición de conformidad con los artículos 24, 25,26, 27 y 28 de la Ley General de Contratación Pública. Además, se verifica que las personas que intervienen en el proceso de esta contratación firmaron la Declaración del Compromiso Ético con el Instituto Nacional de Aprendizaje.

Se acuerda:

a. Adjudicar la Licitación Mayor 2025LY-000005-0002100001 para la Compra de Servidores de Datos y equipos de Comunicación, según el dictamen técnico, administrativo y legal e informe de recomendación, realizado por las dependencias responsables de analizar las ofertas, así como en los elementos de adjudicación, de la siguiente manera:

- Adjudicar la partida #1 al oferente ANPHORA SOCIEDAD ANÓNIMA, por un monto con IVA de $123.396,00 y con un plazo de entrega de 60 días hábiles.

- Adjudicar la partida #2 al oferente ANPHORA SOCIEDAD ANÓNIMA, por un monto con IVA de $223.502,70 y con un plazo de entrega de 60 días hábiles.

- Adjudicar la partida #3 al oferente MARTINEXSA LIMITADA, por un monto con IVA de $234.871,63 y con un plazo de entrega de 30 días hábiles.

- Adjudicar la partida #4 al oferente SPC INTERNACIONAL SOCIEDAD ANONIMA, por un monto con IVA de $371.736,17 y con un plazo de entrega de 60 días hábiles.

b. Comunicar el acuerdo a la persona encargada de la Unidad de Servicios de Informática y Telemática y del Proceso de Adquisiciones de la Unidad de Compras Institucionales.

Acuerdo aprobado en firme por unanimidad.

ARTÍCULO VII: Resolución de recurso de revocatoria interpuesto por RAYMOND MIRANDA ZUÑIGA, cédula de identidad 106220806, en calidad de representante legal de la empresa CORPORACION A C S SABANILLA SOCIEDAD ANONIMA, en contra del acto de adjudicación de la PARTIDA #2 a favor de TELERAD TELECOMUNICACIONES RADIODIGITALES SOCIEDAD ANONIMA, de la Licitación Menor 2025LE-000004-0002100001 "PROYECTORES, RETROPROYECTORES Y PANTALLAS".

Se conoce la resolución de recurso de revocatoria interpuesto por RAYMOND MIRANDA ZUÑIGA, cédula de identidad 106220806, en calidad de representante legal de la empresa CORPORACION A C S SABANILLA SOCIEDAD ANONIMA, en contra del acto de adjudicación de la PARTIDA #2 a favor de TELERAD TELECOMUNICACIONES RADIODIGITALES SOCIEDAD ANONIMA, de la Licitación Menor 2025LE-000004-0002100001 "PROYECTORES, RETROPROYECTORES Y PANTALLAS".

Considerando que:

a. Mediante proyecto de resolución de recurso de revocatoria, la Asesoría legal, resuelve:

I. RECHAZAR DE PLANO POR INADMISIBLE E IMPROCEDENCIA MANIFIESTA, el recurso de revocatoria interpuesto por RAYMOND MIRANDA ZUÑIGA, cédula de identidad 106220806, de la empresa CORPORACION A C S SABANILLA SOCIEDAD ANONIMA, en contra del acto de adjudicación de la PARTIDA #2, LINEA 2 Y 3 de la licitación menor N° 2025LE-000004-0002100001 "PROYECTORES, RETROPROYECTORES Y PANTALLAS", a favor de TELERAD TELECOMUNICACIONES RADIODIGITALES SOCIEDAD ANONIMA, de conformidad con los dispuesto en los artículos 244 y 245 del RLGCP en concordancia con el artículo 87 LGCP y con el criterio técnico, emitido por la Unidad de Soporte de Servicios Tecnológicos, oficio USST-262-2025, visible en la plataforma SICOP.

II. CONFIRMAR el acto de adjudicación de la partida #2 LINEA 2 Y 3 de la licitación menor N° 2025LE-000004-0002100001 "PROYECTORES, RETROPROYECTORES Y PANTALLAS", a favor de TELERAD TELECOMUNICACIONES RADIODIGITALES SOCIEDAD ANONIMA, adoptado mediante acuerdo UCI-PA-CMGC-AC-61-2025, adoptado por la Comisión Mayor de la Gestión de Compras, sesión ordinaria N°16-2025, celebrada el 14 de mayo del 2025, artículo V, visible en SICOP.

III. Dar por agotada la vía administrativa según lo dispuesto en la Ley General de Contratación Pública y su Reglamento.

b. La resolución integra se incorpora en el expediente de SICOP en la aprobación del proyecto de resolución por parte de la Comisión Mayor de Gestión de Compras.

Se acuerda:

a. RECHAZAR DE PLANO POR INADMISIBLE E IMPROCEDENCIA MANIFIESTA, el recurso de revocatoria interpuesto por RAYMOND MIRANDA ZUÑIGA, cédula de identidad 106220806, de la empresa CORPORACION A C S SABANILLA SOCIEDAD ANONIMA, en contra del acto de adjudicación de la PARTIDA #2, LINEA 2 Y 3 de la licitación menor N° 2025LE-000004-0002100001 "PROYECTORES, RETROPROYECTORES Y PANTALLAS", a favor de TELERAD TELECOMUNICACIONES RADIODIGITALES SOCIEDAD ANONIMA, de conformidad con los dispuesto en los artículos 244 y 245 del RLGCP en concordancia con el artículo 87 LGCP y con el criterio técnico, emitido por la Unidad de Soporte de Servicios Tecnológicos, oficio USST-262-2025, visible en la plataforma SICOP.

b. CONFIRMAR el acto de adjudicación de la partida #2 LINEA 2 Y 3 de la licitación menor N° 2025LE-000004-0002100001 "PROYECTORES, RETROPROYECTORES Y PANTALLAS", a favor de TELERAD TELECOMUNICACIONES RADIODIGITALES SOCIEDAD ANONIMA, adoptado mediante acuerdo UCI-PA-CMGC-AC-61-2025, adoptado por la Comisión Mayor de la Gestión de Compras, sesión ordinaria N°16-2025, celebrada el 14 de mayo del 2025, artículo V, visible en SICOP.

c. Dar por agotada la vía administrativa según lo dispuesto en la Ley General de Contratación Pública y su Reglamento.

d. Comunicar el acuerdo a la persona encargada del Proceso de Adquisiciones de la Unidad de Compras Institucionales.

Acuerdo aprobado en firme por unanimidad.

SESIÓN COMISIÓN MAYOR DE GESTIÓN DE COMPRAS

Yasira Fernandez Nunez

- Ya ya puede iniciar.

Paula Valenciano Campos

- Listo, listo, bueno, se inicia hoy 04/06/2025 la sesión ordinaria de la Comisión mayor de gestión de compras del Instituto Nacional de Aprendizaje, celebrada a las 7:22 del día 04/06/2025, con la participación de los miembros presentes a través de la plataforma virtual teams después de cada nombre, por favor, me dicen, presente don Norbert García Céspedes.

Norbert Garcia Cespedes

- Présente, buenos dia.

Paula Valenciano Campos

- Roy Ramírez Quesada.

Roy Ramirez Quesada

- Buenos días presente.

Paula Valenciano Campos

- Y a Rocío López Monge.

Rocio Lopez Monge

- Rocío López presente.

Paula Valenciano Campos

- Fernando Sánchez Matarrita.

Fernando Sanchez Matarrita

- Buenos días. Fernando Sánchez presente.

Paula Valenciano Campos

- Paula Valenciano campus presente y nos acompañan también los asesores Rosario Indas Fournier, que Rosario no está.

Jose Alejandro Hernandez Vargas

- Y está hospitalizado, la verdad, la señora, el gerente.

Paula Valenciano Campos

- O sea, listo gracias José Alejandro Sealtiel Álvarez Sánchez.

Sealtiel Alvarez Sanchez

- Sealtiel Álvarez buenos días presente.

Paula Valenciano Campos

- Gustavo Ramírez de la Peña.

Gustavo Ramirez de la Peña

- Gustavo Ramírez, buenos días presente.

Paula Valenciano Campos

- Allan Altamirano Díaz.

Allan Altamirano Diaz

- Buenos días, presente.

Paula Valenciano Campos

- José Alejandro Hernández Vargas.

José Alejandro Hernandez Vargas

- Buenos días, presente.

Paula Valenciano Campos

- Johan Felipe Medina Badilla.

Johan Felipe Medina Badilla

- Buenos días, presente.

Paula Valenciano Campos

- Ana Lucia Delgado Orozco, ella ingresará más tarde a la Sesión, María del Carmen Araya MENA.

Maria del Carmen Araya Mena

- Buenos días, presente.

Paula Valenciano Campos

- Maikel Gutiérrez Murillo.

Maikel Gutierrez Murillo

- Buenos días, presente.

Paula Valenciano Campos

- Ramon Chavarria Mendoza.

Ramon Chavarria Mendoza

- Presente.

Paula Valenciano Campos

- Y Yasira Fernández Núñez.

Yasira Fernandez Nunez

- Buenos días. Presenté.

Paula Valenciano Campos

- Miembros ausentes con justificación todavía siguen saliendo el nombre de doña Carmen González Chaverri, quien está ya con su acogida de la pensión. Ya hicimos la verificación del quórum, por ende vamos a dar lectura a la orden del día. El primer es acta de la sesión ordinaria 19-2025 se labrada el pasado 28/05/2025. Como segundo punto, la solicitud de aprobación para la contratación, por excepción de servicios de publicidad en medios digitales, cine, radiad y televisión, en cumplimiento al plan publicitario institucional 2025 y el artículo1 de la Ley 4325. Publicidad por programas artísticos. Producción nacional por un monto de ¢218.899.000,00 de acuerdo con el artículo 3 de la Ley General de la contratación pública. Tercer punto, solicitud de aprobación para la contratación por excepción de servicios de publicidad en medios digitales, cine, radio y televisión, en cumplimiento del artículo 41, inciso 3 de la Ley 4325 Ley sistema de banca para el Desarrollo número 8634, por un monto de ¢287.995.000,00., de acuerdo con el artículo 3 de la Ley General de la contratación pública. Cuarto punto de decisión inicial y pliego de condiciones de la licitación reducida para la contratación de servicios de remodelación de las oficinas de COOPEX Y URMA, Sede Central, Uruca, San José, por un monto estimado de ₡159.647.176,75. Quinto Adjudicación de la licitación menor 2025LE-000009-0002100001, para la compra de líneas de vida para los edificios de la Unidad Regional de Heredia. Por un monto estimado de ₡130.000.000,00 adjudicación de la licitación mayor. Como sexto punto de la licitación mayor 2025LY-000005-0002100001 para la Compra de Servidores de Datos y equipos de Comunicación. Por un monto estimado de ₡701.378.329,00. Séptimo punto, Resolución de recurso de revocatoria interpuesto por RAYMOND MIRANDA ZUÑIGA, cédula de identidad 106220806, en calidad de representante legal de la empresa CORPORACION A C S SABANILLA SOCIEDAD ANONIMA, en contra del acto de adjudicación de la PARTIDA #2 a favor de TELERAD TELECOMUNICACIONES RADIODIGITALES SOCIEDAD ANONIMA, de la Licitación Menor 2025LE-000004-0002100001 “PROYECTORES, RETROPROYECTORES Y PANTALLAS. vamos por aprobado el orden del día, solicito la aprobación de don Norbert García Sistema.

Norbert Garcia Cespedes

- A favor del orden del tiempo.

Paula Valenciano Campos

- Roy Ramirez Quesada

Roy Ramirez Quesada

- Aprobado el orden del día.

Paula Valenciano Campos

- Doña Rocío López Monge.

Rocio Lopez Monge

- Favor del orden del día.

Paula Valenciano Campos

- Don Fernando Sánchez Matarita.

Fernando Sanchez Matarrita

- Favor del orden del día.

Paula Valenciano Campos

- Paula Valenciano Campos ha aprobado el orden del día Artículo 1, Acta de la sesión ordinaria 19-2025 celebrada el pasado 28/05/2025 y no sé si alguien tiene algo que decir con respecto a esta acta si no pasamos a hacer la aprobación de la Comisión de gestión de compras de es acta, ok vamos a aprobar el acta de la Comisión Mayor de gestión de compras de la sesión ordinaria 19 2025 celebrada el pasado 28/05/2025 someto a acuerdo de votación, don Norbert García césped.

Norbert Garcia Cespedes

- Aprobado y en y en firme en la.

Paula Valenciano Campos

- Roy Ramirez Quesada .

Roy Ramirez Quesada

- Probado el acta.

Paula Valenciano Campos

- Doña Rocío López Monge.

Rocio Lopez Monge

- Aprobada el acta.

Paula Valenciano Campos

- Fernando Sanchez Matarrita .

Fernando Sanchez Matarrita

- Aprobada el acta.

Paula Valenciano Campos

- Y Paula Valenciano Campos aprobado el acta como artículo número 2 vamos a la Solicitud de aprobación para la contratación por excepción de servicios de publicidad en medios digitales, cine, radio y televisión en cumplimiento al Plan Publicitario Institucional 2025 y al artículo 1 de la Ley 4325, "Publicidad programas artísticos producción nacional". Por un monto de ¢218.899.000,00. De acuerdo con el artículo 3 de la Ley General de Contratación Pública, le otorgamos la palabra a la unidad de compras para que proceda la exposición Johan.

Johan Felipe Medina Badilla

- Sí, buenos días. El artículo 2 es la solicitud de aprobación para la contratación de excepción de servicios de publicidad tanto en medios digitales, cine, radio y televisión. Este incumplimiento con el plan publicitario del 2025 del INA y el artículo 1 de la ley 4325 por un monto de ¢218.899.000,00de acuerdo al artículo 3 de la Ley de contratación pública bueno esto es, bueno, para dictar la decisión inicial, verdad las esta solicitud la la la ha realizado la asesoría de comunicación, que en Digitó cerca de 43 solicitudes de compra existe una finalidad en este caso tomado desde el oficio que se había presentado anteriormente, el 12 y uno nuevo que es el AC-JCEX 15, el cual indica que bueno, de acuerdo, verdad con, con la ley 4325, pues el INA tiene que dar difusión y un porcentaje, esto para hacerme la difusión de la de lo que INA realiza y es por eso que la y Asesoría de Comunicación solicita este objeto, que es la publicidad en la publicidad para para el INA en general el sondeo de mercado lo realizaron la la Asesoría de Comunicación, el cual estableció los rangos de, de precios, tomando en cuenta radios bueno radios a nivel nacional, regional y también en televisión, medio digital y también es importante que sepan que aquí se incluye cine ante esto se consultó también el banco de precios. Se hizo una justificación y también se determina por parte de la Asesoría de Comunicación de que los precios son razonables y corresponden a los precios de mercado y alcances respectivos mediante un correo electrónico que se bueno hay una respuesta que se había dado anteriormente por parte del Proceso de Adquisiciones ante varias dudas, las mismas fueron contestadas por la Asesoría de Comunicación y también es importante indicarles que este, esta contratación es de 42 partidas en la Asesoría de Comunicación es la que realiza el estudio técnico y la supervisión de este contrato en Adquisiciones. Realizamos el trámite en, en el SICOP y las ofertas se encuentran al día con el pago de impuestos se cuenta con contenido en certificación 107 y 135 emitidas por el proceso de presupuesto y también se cuenta con bueno, hay una instrucción de parte de Presidencia, el noticia 642 y uno ampliado el 1450 del 2025 sobre pauta del 2025 y el tema de mini y condición PYME en la sesión 16 la bueno, el. El trámite fue devuelto, inclusive en la 18 para que se realizara un nuevo una nueva solicitud a esta Comisión, el cual el acuerdo fue de volver a la asesoría de comunicación. El trámite de solicitud de contratación por excepción y de acuerdo con el artículo 3, para que la asesoría de comunicación presente una nueva solicitud analizando el amparo de los oficios ALC- 622-1025 y el PE-1450 y cumpliendo a Cabalidad con el artículo 3 y una vez determinado un nuevo esto técnico, razonabilidad de precios y escogencia de los medios se envía nuevamente para aprobación de esta Comisión y cumplir esto en el plazo de los 10 en la sesión 19 se conoció una nota en el cual, dijeron, no podían cumplirlo. Al, al en 2 días hábiles se les dio tiempo al 30 de mayo esto por acuerdo de la Comisión en el proceso de adquisiciones, recibió el oficio hace 116, en el cual, con base a la al al oficio de Presidencia 1450 indica que esta asesoría consideró el remanente de las subpartidas a lo que estaba sobrando de plata previstas para inversión en pauta publicitaria en medios de comunicación colectiva con miras a esperar conveniencia y posibilidad de contratar el servicio de pauta con medios que no ostentan la categoría PYME es el criterio técnico nos permite justificar que la contratación de otros medios que no son PYME y que nos garantizarán un importante permanencia en la parrilla de programación, así como en todo el país y hay más. El oficio indica que los medios escogidos, que fueron 2, es fueron sometidos al escrutinio del modelo de gestión responsable y equitativa de la pauta publicitaria y obtuvieron la, la calificación. También dice que la justificación de 15 tanto para la partida de CBD como INA y además solicita de que los trámites antiguos que dio la Comisión se mantengan

dentro de esa aprobación ante ese oficio en la una, el proceso de adquisiciones te volvió el trámite y prácticamente para que detallara cuatro y no 23 preguntas que sé que le hicimos desde el proceso, las cuales son emitir criterio técnico, por qué se mantienen los oficios antiguos que fueron devueltos por la Comisión, como parte de esta solicitud con esas solicitudes, incluyendo la 3:14 más las indicadas en el punto uno que serían la 12 y la 13, que fueron devueltas, se estaría cumpliendo a cabalidad con la Ley y cuál es la razón técnica para mantener los estudios técnicos, razonabilidad de precio y acogencia de los medios sin hacer un nuevo estudio que fue solicitado por dicha comisión en sesión 18 y que mantienen los oficios 2 y 13, la asesoría de comunicación realizó la respuesta en la cual está en el acta y lo que dice es que digamos como conclusión es que con el que de que con el primero y el segundo trámite que han garantizado lo previsto en la ley en el artículo 3 de la ley, en cuanto a no crear nuevas decisiones, eso sería el resumen de estadio, solicito.

Paula Valenciano Campos

- Ok se habilita espacio para que los miembros de la Comisión puedan plantear sus consultas yo acá no tengo el punto de si podemos incluir a otro para hacerle consultas, pero supongo que es lo que procede.

Johan Felipe Medina Badilla

- Mhm.

Paula Valenciano Campos

- Deberíamos de solicitarle yo a los miembros votantes la aprobación para poder incluirlo, cierto ah, ok, no sé si tienen alguna oficina para que pueda entrar.

Johan Felipe Medina Badilla

- O si hay alguna objeción para

Paula Valenciano Campos

- La persona correspondiente de la asesoría de comunicación si no es así, podemos darle ingreso. Johan y procedemos.

Johan Felipe Medina Badilla

- Sí.

Paula Valenciano Campos

- A supongo que él va a ser una explicación inicial y después hacemos consultas.

Johan Felipe Medina Badilla

- sí, correcto.

Paula Valenciano Campos

- Ok, listo

Johan Felipe Medina Badilla

- Que, de igual forma, deberían considerar esa explicación para el punto 3 porque es lo mismo, verdad

Paula Valenciano Campos

- Y porque son, son o sea, sí exacto, el, el 2 y el 3 van de la mano uno es presupuesto, nada más con.

Rocio Lopez Monge

- Perdón, explotó un transformador. No sabemos si nos vamos a quedar sin electricidad aquí en la sede central, oye cómo en explosión y nos quedamos sin electricidad por cualquier cosa.

Johan Felipe Medina Badilla

- Y ahí está otro.

Otto Vargas Masis

- En efecto, estamos sin electricidad, ajá.

Paula Valenciano Campos

- Están sin electricidad de otra.

Otto Vargas Masis

- Y correcto, estamos a oscuras acaba de estuvimos, iba de golpe y ya volvió la luz, sí.

Rocio Lopez Monge

- Ya llegó, ya llegó qué dicha ok

Paula Valenciano Campos

- Ah OK.

Norbert Garcia Cespedes

- En tú hablas

Paula Valenciano Campos

- Y se les puede ir al Internet o no, pero usted también está como con cortado listo yo creo que estamos Otto buenos días.

Otto Vargas Masis

- Muy buenos días.

Paula Valenciano Campos

- Y le damos la palabra para que pueda ayudarnos con la explicación de los artículos 2 y 3. Bueno, específicamente el tema de las 2 contrataciones para servicios de publicidad en medios digitales, cine, radio y televisión vamos a aprovechar el tenerlo a usted para poder explicar tanto el tema de publicidad programas artísticos, producción nacional y el punto de la ley del sistema de banca para el desarrollo para también el punto de, de, de publicidad, que son como 2 artículos que tenemos dentro de la sesión entonces estamos, si quieres, nos, nos ayuda con la explicación y después pasamos a consultas.

Otto Vargas Masis

- Claro que sí, con todo gusto doña Paula, buenos días a todos y a todas en efecto, digamos nosotros ya completamos yo me siento satisfecho con el trabajo que se ha hecho con la, digamos, la decisión está de este abrir también, pues el, el tema este de pauta, lo que son empresas que no en principio no, no tenía la condición PYME o que no gozan de la condición PYMES eso nos, nos permitió retomar, digamos, el, el trabajo que nosotros habíamos hecho previa a la decisión de Presidencia de Presidencia ejecutiva de, de cerrarlo a este empresas PYMES, entonces ahora sí yo puedo decirles que yo me siento en lo personal, muy satisfecho, porque con eso ya estamos teniendo, digamos el alcance del 100% que nos habíamos previsto en relación con lo, los que son la pauta del del 30% y recordarles que eso está por ley y tiene que ser para programas de producción nacional, pero no puede ser, digamos, cualquier tipo de programa en el caso de nosotros lo que hemos privilegiado, digamos son aquellos que son de corte informativo para cumplir, digamos con, con lo que está previsto en la ley, en este caso nosotros en, en primer lugar lo que hemos escogido son noticieros que son los que tienen, digamos la masa flauta, la, la más alta, digamos, fidelidad es a los que acude la gente a informarse, verdad entonces tienen audiencias cautivas. En segundo lugar, acudimos a lo que son los programas de opinión y ya dejamos como en un tercer lugar, lo que serían las revistas, que también son informativas, aunque no son tan noticiosas, eso nos, nos va a garantizar estar en, en programas que son serios, que van a ser bien vistos y que van a tener un alcance en relación con el sistema banca para el desarrollo lo mismo, algunos de los que se escogen, digamos o tienen están bien relacionados con el tema económico, con el PYMES por eso fue que en este caso apuntalamos la estrategia para darle mayor alcance y al, digamos, a incluir un medio de comunicación como el financiero que el financiero, ustedes como bien lo saben, es el, el, el medio que utilizan los tomadores de decisiones y a nosotros nos sirve porque en estos momentos no solo es impulsando banca para el desarrollo, sino también estamos impulsando lo que es educación dual, entonces es importante tener presencia en esos sitios como les decía, lo que se hizo fue a ver si nosotros tomamos, digamos todos los medios, digamos de la primera gestión que se hizo y sumamos estos medios de la segunda gestión, prácticamente estaríamos volviendo sobre nuestros pasos sobre el plan original y este ya con esto digamos yo en lo personal siento que ya estaríamos completando el, el trabajo, entonces no sé si tienen alguna duda con mucho gusto.

Paula Valenciano Campos

- Y Alejandro.

Jose Alejandro Hernandez Vargas

- Muchas gracias, muchas gracias, Otto cuando usted dice prácticamente que falta entonces para sentirse satisfecho

Otto Vargas Masis

- Ya, digamos, yo me doy por satisfecho, es decir, vamos a ver, yo digo prácticamente porque me hubiera gustado haber logrado esto desde el principio, desde el día uno, verdad esto se ha venido completando, digamos, ha sido como un paso a paso. Ya logramos llegar al punto en el yo quería llegar desde el principio, entonces más bien lo que quiero para que no queden dudas. Yo en este momento me declaro satisfecho porque digamos ya doy por cubierto todo el plan de comunicación y espero que ahora sí este digamos, ya habiendo estudiado, o los, los alcances de, de la decisión que se había tomado anteriormente ya, ya yo me quedo, digamos tranquilo de saber que estamos enmarcado de entre la

ley, que absolutamente todo, absolutamente todo, todo, todo lo que se hizo se hizo respondiendo a criterios técnicos, a criterios objetivos y que estaríamos cumpliendo con los presupuestos de la ley y los presupuestos del Reglamento entonces, este recuerden que la vez pasada ustedes me preguntaban que, que cuánto estaba yo que, que yo les decía, Bueno, 90%, bueno, ya ese 10% que, que en algún momento yo sentí que me faltaba en este momento yo me doy por satisfecho.

Jose Alejandro Hernandez Vargas

- Ok, de acuerdo, estoy en Otto, vamos a ver en 2024 se creó la herramienta para la selección de medios de comunicación con, con transparencia y objetividad, con el interés de democratizar, democratizar los recursos, verdad

Otto Vargas Masis

- Señor.

Jose Alejandro Hernandez Vargas

- Tanto así que usted mismo ha dejado escrito que fue sometido al al escrutinio al apoyo o la aprobación, o no sé cuál verbo utilizar del colegio de periodistas verdad en 2025, en marzo creo que fue emitió la directriz inicial de PE-642 donde usted señaló una afectación.

Otto Vargas Masis

- Si así es.

Jose Alejandro Hernandez Vargas

- Con relación al cumplimiento del plan verdad en sus intervenciones usted, usted, usted muy muy Claro lo dijo ahora mediante el oficio hace 123, en respuesta al 581 que le hizo los compañeros de la unidad de de, las compras institucionales usted indica que no invalida la justificaciones iniciales 12 y 13, porque así usted lo dijo en el documento, verdad desde.

Otto Vargas Masis

- Sí señor, si quiere se lo explico desde un punto de vista técnico.

Jose Alejandro Hernandez Vargas

- Sí, exacto eso es lo que quiero, pero tal vez voy a hacer las preguntas para que usted pueda hm dar el por qué, porque eso es lo que creo que la Comisión tiene que necesariamente tener claro desde, desde antes este esos medios habían sido elegidos o de in.

Otto Vargas Masis

- Señor, sí, señor.

Jose Alejandro Hernandez Vargas

- Para esta asesoría de comunicación respecto de los que estás incluyendo ahora, verdad esa esa es, es una primera aseveración. La segunda, la pregunta que tengo es entonces la instrucción de PE nunca afectó el criterio de esa asesoría de comunicación en la selección de medios es la primer pregunta.

Otto Vargas Masis

- Sí, señor.

Jose Alejandro Hernandez Vargas

- Pero bueno, y ahí tengo otra que la voy a hacer ahora, pero no sé si querás por lo menos en, en primera instancia, verdad referirse un poco a lo a lo que he dicho hasta el momento y si concretamente Tenías una respuesta a esta primer pregunta para abordar otra posterior.

Otto Vargas Masis

- Sí señor, correcto, a ver, el temor nosotros teníamos un plan que originalmente se había establecido, verdad, el temor, que creo que yo lo lo he discutido aquí con ustedes, lo he hecho con transparencia. El temor que en que en algún momento nosotros sentíamos era estar generando una desigualdad, si se daba el incumplimiento de este porque no estaban todos los medios compitiendo en, en, digamos, en, en las mismas condiciones, verdad, porque estábamos dejando a una gente por fuera y estábamos dejando a otros por dentro, verdad yo creo que digamos con, con la corrección que hizo la o con, digamos, con la ampliación que hizo de criterio la Presidencia ejecutiva eso nos permitió, digamos, como vuelvo a, insisto, regresar al plan original que nosotros teníamos previsto. Entonces, hay que tomar en cuenta. No es como que por ejemplo cuando nosotros teníamos un una primera idea que de hecho, bueno, yo Johan sabe muy bien que nosotros ya estábamos comenzando con, con esos trámites, verdad ya íbamos a comenzar y de repente nos llegó la, la instrucción, nosotros tuvimos que correr porque entonces bueno se hizo la exigencia de que las, las los participantes se fueran PYME,

como les dije la vez pasada prácticamente casi que todos los medios lograron tener esa condición muy rápido, lo hicieron colaborar un montones y eso, digamos, fue lo que nos permitió, digamos presentar este primer trámite, verdad ya, una vez que eso se logra, digamos solventar, digamos que nos dan esta esta carta, entonces qué fue lo que hicimos no fue como que corrimos a tratar de, de partir de un nuevo plan, no regresamos y repito a la idea original que contemplaba estos medios de comunicación y en las medidas de las posibilidades que nos permitía el presupuesto que teníamos entonces para dar cumplimiento a la directriz y para lograr entonces que ya quitar, digamos, estas estas amarras que nos impedían abrirnos a o medios de comunicación y que generaban una excepción dentro de la excepción ya nosotros consideramos que lo subsanamos y que ya con esto quedó el plan, es decir, si nosotros vamos a la idea original y hubiéramos tenido que seguir todo el mismo proceso que hicimos con este digamos habiendo considerado todos estos medios de comunicación los resultados que hubiéramos obtenido serían los mismos porque este estamos utilizando los mismos los parámetros objetivos para la gestión de tal forma que, digamos en lo personal, yo siento que desde el punto de vista técnico ya el plan queda subsanado ya el plan queda debidamente fundamentado y vuelvo a insistir, yo en lo personal quedo tranquilo de haber alcanzado ya el, el 100% previsto. Posibilidades de mejora nosotros hemos hablado a lo interno de que este de, de trabajar para para seguir afinando la herramienta, que de todas formas llegar a un compromiso desde el año pasado con esta Comisión y vamos a incorporar para el próximo año ya como un requisito uno de los, los parámetros para nota que nos puede servir hasta para un criterio de desempate, es el hecho de que sean PYME se va a incorporar al sistema, se van a revisar otros para ver si nos están funcionando 2 y podemos apuntar a lo mejor, pero la idea es tener este instrumento ya bien afinado para que este de la Comisión pueda estar, digamos tranquila de que las cosas se están haciendo de forma objetiva y de una forma transparente y muy responsable.

Jose Alejandro Hernandez Vargas

- OK, entonces Otto, para para, para volver sobre la pregunta, la instrucción de PE nunca afectó el criterio de esa Asesoría de Comunicación en la selección de medios entonces, también cómo se debe entender que luego de la emisión de la segunda instrucción de la Presidencia se incluyeron más medios que no son pymes y si estos habían sido considerados cuando yo lo escucho a usted, yo tengo una una respuesta para mí, pero quiero que usted la.

Otto Vargas Masis

- Sí.

Jose Alejandro Hernandez Vargas

- La le indique si estos que no son PYMES fueron considerados pero no incluidos en el primer trámite, por cuál razón

Otto Vargas Masis

- Sí, a ver vuelvo, insisto, no, yo no me estoy contradiciendo en lo que no quisiera que, que se percibiera una contradicción entre lo que dije inicialmente y vuelvo a insistir, nosotros habíamos avanzado en un plan de acuerdo cuando llega la directriz de Presidencia, eso nos obliga a hacer una variación al plan para ajustarnos a lo que se nos estaban pidiendo yo digamos manifesté desde un principio, digamos algunas dudas por por el temor que vuelvo, e insisto que esto genera una, este que generara una desigualdad que algún medio pudiera señalarnos, pues por, por no tomarlos en, en consideración, verdad pero digamos esta medida, digamos lo que viene la la Presidencia ejecutiva, recordemos que nosotros yo lo digo muy claramente, me estaba pegando a un deber, digamos de, de, de obedecer la directriz que me estaba dando mi superior verdad y por eso hice la consulta legal, porque no que digamos, avanzar con en pasos firmes, no, no tomar decisiones que pudieran, digamos esta nueva directriz donde ya nos permite nos quita digamos como ese ese impedimento de tomar las PYMES entonces fue cuando nosotros terminamos de fundamentar tomamos en cuenta las que nos hacían falta y avanzamos en este camino no sé si respondío.

Jose Alejandro Hernandez Vargas

- Sí, sí, sí, nada más de una última pregunta que ahora me surge de frente a esto, para tal vez la los, los miembros de la comisión que, que votan que pudieron quedar o quedaron fuera otros medios eventualmente que, que no tiene la condición de PYME por tema de presupuesto o fueron incluidos los que podían o fueron incluidos todos los que podían, aunque no fueran pymes quedar incluidos dentro de esta pauta, que la Comisión está hoy ejerciendo una decisión.

Otto Vargas Masis

- Y exactamente, le les explico nosotros en creo que fue en, en diciembre, hicimos una convocatoria abierta a todos los medios de comunicación que estuvieran eventualmente interesados en pautar con el con el INA, que nos hicieran saber entonces ahí se tomaron datos, digamos sobre audiencias se tomaron datos sobre posibles me candidatos y todo esto, esto se consolidó, fue algo tan, tan digamos, tan abierto, que incluso nos llegaron hasta de un centro penitenciario y nos llegó una solicitud que uno decía como un medio de comunicación en un medio penitenciario pero bueno, eso, sigamos de tomar en consideración, aquí hay que tener claridad de que a ver el simple hecho de que se registraran en la base de datos, uno implicaba como que ya automáticamente había que darles alta en toda pauta publicitaria es imposible darle al 100% o de los medios de comunicación, entonces en este caso, qué es lo que corresponde lo que corresponde es establecer, digamos, a qué le vamos a apostar, a qué le vamos a apostar de acuerdo con la estrategia por ejemplo, si yo quiero medios regionales, yo digo, bueno, yo quiero estar en San Carlos, quiero estar en limón, quiero estar en Puntarenas, quiero estar en la zona sur y dependiendo digamos de esa priorización yo defino que aquí puedo tener 2 medios, aquí puedo tener test aquí, puedo tener tantos qué es lo que ocurre que al final del camino, siempre alguien va a tener que quedarse fuera porque es imposible que yo le pueda dar a todos los medios de comunicación este, digamos algo de pauta, aunque en eso, si el INA ha sido una institución modelo, o sea, nosotros somos un modelo de democratización de la pauta, porque si ustedes ven de sería casi que más fácil para nos digamos, a lograr mucho menos medios de comunicación, porque al final digamos son menos trámites de facturas y son es menos complicado trabajar con los proveedores, pero aún así nosotros escogimos el, el camino, digamos espinoso, que es la promoción en la medida de lo posible, de una verdadera de y regionalización de la pauta así, esto nos implique, digamos trabajar con un, un volumen de este de proveedores tan grande que, que para nosotros lo que es facturación Silvia lo sabe muy bien y es, es bastante complicado, todos los meses es bastante complicado, entonces este siempre, como le digo, en toda estrategia no nos va a alcanzar para todos los medios de comunicación, pero en este momento, desde el punto de vista técnico, yo siento que tengo la estrategia 100% cubierta.

Jose Alejandro Hernandez Vargas

- Y este Otto, cuando cuando perdón no, no quiero monopolizar la palabra, pero cuando yo lo escucho a usted y usted hace esta justificación, entonces creo que sí es importante hacerle esta pregunta porque si si comparamos los parámetros de lo que son PYMES y lo que no son PYMES verdad evidentemente pues hay un recargo sobre aquellos. Y usted justifica que eso significa más trabajo, pero me genera entonces ahora una inquietud, ya hablemos en un momento posterior, no en la decisión en la que estamos, sino un momento posterior cómo ustedes van a garantizar el seguimiento porque sí e.

Otto Vargas Masis

- Señor.

Jose Alejandro Hernandez Vargas

- Y yo creo que eso es otra de las preguntas sí, queda muy justificado, por ejemplo, por qué motivo no se no se no se terminó pauta para aquellos medios que no son pymes, o sea que tienen otra condición, no de grandes medios, sino que simplemente que no tienen la condición PYMES, entonces sí hay una justificación del porqué se escogieron los que se escogieron y no o esa es la, la, la pregunta, pero la otra es, y ha sido una. Ha sido una problemática que siempre vemos nosotros como comisión, planteado desde que estaba la antecesora, doña Lorena cómo garantizar en el seguimiento de la pauta que, efectivamente, porque uno entendería verdad no es lo mismos estar yo aquí en canal 7, viendo cuando sale el anuncio de INA al hacerlo ahora con todas esas cantidad de medios, porque usted no solamente son muchos, sino también hay regionales en donde, cómo garantizar que efectivamente se da la la, la, la, la pauta para efectos de se de ustedes

Otto Vargas Masis 32:57

- Sí señor, a todos se les pide, digamos, la la certificación, nosotros este año, por medio de SICOP invitamos a empresas a que nos enviaran cotizaciones para ver el asunto del monitoreo de pauta para ver cuánto nos cobraban y todo eso tuvimos la situación de que solo nos participó una empresa, no nos participaron más, aunque nosotros llamamos y los invitamos a que a que participaran del proceso, era hubo una incluso muy interesada y que, que al final no mandó nada, verdad y hubo otra que el el

cobro fue bastante, bastante, digamos, elevado verdad pero el compromiso que nosotros tenemos está tengo que trabajar en, en esta, en dar solución a este asunto de contar con el servicio del monitoreo de pauta, verdad para poder hacerlo, para los otros medios, por nuestros propios medios y no para depender simplemente de la certificación que nos extienden las empresas del del cumplimiento en términos generales. Yo siempre hago un patrullaje sobre todo en en lo que es la parte digital para estar viendo que, que el anuncito me esté saliendo para para ir viendo esto y este, digamos uno, ve que si están cumpliendo, pero digamos en este momento dependemos, digamos, de de ese documento que nos extiende en las empresas, que es esa certificación que les pedimos y esperaría, que que logremos solventar lo invitar a empresas y que puedan realmente participar para ya deje de este con herramientas tecnológicas este asunto del monitoreo de la pauta.

Jose Alejandro Hernandez Vargas

- Y respecto a la anterior pregunta, o tal vez para terminar

Otto Vargas Masis

- Me la puede volver a reformular

Jose Alejandro Hernandez Vargas

- Sí, claro, es con relación al tema, o sea, se escogieron estos medios que no tienen la condición PYMES, verdad ya es ya quedó claro, porque usted argumenta que no invalida la justificación es inicialmente planteadas, más se suman las posteriores la 14 y la 15, pero con relación a la escogencia de estos medios sí queda ampliamente justificado en toda la documentación que usted envía y si no por lo menos para que usted nos la aclare aquí a la Comisión.

Otto Vargas Masis

- Sí, señor, sí, señor.

Jose Alejandro Hernandez Vargas

- Por qué motivo se termina escogiendo a estos 3 medios y por qué a otros tal vez que tiene la condición, no teme no, no resultó, no resultaron elegidos o valorados para no ser, para no ir llevarlo hasta la elección, no resultaron valorados y la justificación técnica para ver

Otto Vargas Masis

- Sí, señor, claro.

Jose Alejandro Hernandez Vargas

- A ellos, escogidos de frente a otros medios no sé si por onerosidad o por las razones que hayan sido tal vez que como para que usted lo pueda exponer muy brevemente para que la Comisión tenga Claro esa esa.

Otto Vargas Masis

- Sí, sí, señor.

Jose Alejandro Hernandez Vargas

- Esa elección en ese momento y muchas gracias y Otto.

Otto Vargas Masis

- Sí señor, con mucho gusto don Alejandro, a ver, tiene que crear una claridad sobre algo, no, no podría yo decir que fueron valorados solo estos, es decir, en la valoración habían entrado más medios de comunicación de acuerdo lo que pasa es que nosotros tenemos que ver 2 cosas número uno, teníamos que ver cuánto era, digamos el el, el lo que nos quedaba en términos económicos y digamos la inversión dónde nos iba a resultar más rentable de acuerdo qué es lo que ocurre cuando son medios de comunicación que no gozan de la condición PYMES generalmente son medios muy grandes, son medios, digamos que, que tiene un muy importante costo económico, entonces generan un peso grande para un presupuesto como nuestro, que, que aunque pareciera que es un presupuesto grande en las 2 metas y en realidad al final uno se da cuenta de que no es tan grande como uno quisiera, pero este entonces, qué fue lo que se hizo de este universo de los medios de comunicación que nos quedan y de acuerdo con, con la, la, la porción que nos quedaba para distribuir bueno, cuál era el que nos daba el mejor rendimiento y que cumpliera con, con todos los parámetros del modelo de gestión responsable y equitativa, que cumpliera con lo que se había digamos los el que los criterios de selección que se estaban previstos en el plan publicitario y de acuerdo con ese trabajo, de esa valoración que se hizo de los medios que quedaban ahí de interés, fue que se escogieron estos medios, considerando que eso nos termina, digamos, de apuntarla estrategia que tenemos el 100% de cobertura y que todos estarían parado en los criterios objetivos.

Jose Alejandro Hernandez Vargas

- Muchas gracias, Otto, muy amable por atenderle las, las consultas mías, gracias.

Otto Vargas Masis

- Mucho gusto, Alejandro.

Paula Valenciano Campos

- Listo pasamos a doña Rocío.

Rocio Lopez Monge

- Gracias doña Paula, hola Otto, cómo estás bien por dicha bueno, don Otto su explicación ha sido muy amplia, verdad y muy, muy detallada, sobre todo en relación con el universo que usted tenía bueno, y que hubo una publicación muy abierta a cualquier medio de comunicación, que que

Otto Vargas Masis

- Buenos días, doña Rocío, bien, y usted

Rocio Lopez Monge

- Pautar con, con la institución nada más, ahí me queda, me quedan algunas dudas en relación con las, las la respuesta que usted le da a la a la a la a la a la parte técnica, verdad a la a los compañeros de compras institucionales, en relación a comisión hizo este nuevo estudio porque yo entiendo por lo que vos pones en la nota que no hubo un nuevo estudio dado la imposibilidad técnica y humana, y es comprensible por el tema del tiempo, pero me queda duda porque el acuerdo de comisión había planteado el último acuerdo de comisión que se tenía que volver a hacer un nuevo estudio, estudio técnico, verdad entonces esa es una, esa es una de mis dudas hubo o no hubo y cómo se hizo entonces, en pero, pero breve brevemente, porque yo sé que también ya te has extendido mucho, entonces tal vez como muy puntual la otra, la otra duda que me queda don Otto es.

Otto Vargas Masis

- Sí, claro.

Rocio Lopez Monge

- En la distribución de la pauta porque usted indica, por lo menos así lo entiendo yo usted indica, manténgase en las justificaciones de compra 12 y 13, que dieron origen a los análisis que hicimos en las comisiones pasadas, donde usted decía el radio, qué sé yo Omega azul, 93. Bueno, todas las las emisoras que ya sabíamos o sin lo que sea ustedes y ok la distribución de estos medios, se hizo un estudio previo hay, hay un estudio verdad amplio, donde usted donde usted dijo, bueno, de acuerdo AA ese modelo de gestión responsable que ustedes tienen le vamos a asignar tanto de tantas cuñas, tanto dinero, verdad ese es el presupuesto asignado y ya usted tiene un modelo que justifica el por qué tanto a una por qué tanto a la otra emisora o algo al medio que sea, viene, viene una nueva justificación, usted planteado, justificaciones más, pero Otto usted dice que usted lo que hace es una sumatoria, mantiene lo anterior y sumo verdad justificaciones más donde incluye varios medios de hecho, que la cantidad de líneas pasa como de 42 a 61 línea ahora se suman otras usted bien lo dice, yo sumo otras líneas que cumplen con los parámetros, verdad

Otto Vargas Masis

- Claro.

Rocio Lopez Monge

- Entonces, pues ahí sí me quedó la me quedó la duda en esta en esta nueva distribución, porque yo entendería, desde mi ignorancia técnica en la materia, verdad que si yo incluyo otros medios, verdad yo debería haber hecho otra valoración total, ya con todos los insumos que tengo, una acción total para hacer una nueva distribución, porque si yo incluyo otros medios, podría ser que mi distribución original, la que originalmente yo planteé en la justificaciones anteriores, pudiera verse afectado un poco en la línea de la metodología que usted plantea entonces, pues ahí me queda duda porque me lo menos yo lo en lo particular, me queda siempre la inquietud de que hubo como una sumatoria más no un nuevo una nueva valoración total ya con el, con, con la con las, las, las, la meta que usted estableció todos estos cumplen, verdad ya, yo hice la, la ya, yo ya, yo sé que todos estos cumplen con los parámetros para que cumpla con los objetivos Institucionales el ranking que, que el territorio que la presencia, todo, todo lo demás, ahora sí lo voy a meter a una, lo voy a someter a esta metodología para ver cómo me queda nuevamente la distribución del presupuesto entre todas las, las, las, las empresas que se van a que sé que se, se van a adjudicar en razón de este trámite, básicamente por ahí, verdad

Otto Vargas Masis

- Claro, le explico con todo gusto doña rocío, yo, yo tengo que actuar ante esta comisión y ante esta institución con bajo la más absoluta responsabilidad. Es decir, yo no puedo sacarme, digamos del de la cartera un a ver, un estudio mal hecho, mal planteado en, en 48 horas cuando se analizó la posibilidad de hacerlo de cero nosotros hicimos, digamos los cálculos, porque esto implicaba a la nueva red de distribución, implicaba volver a correr el modelo, volver a mandar las ofertas eso no es tan expedito cuando usted le manda, digamos a un proveedor que si le hace el favor de enviarle, digamos la información, viene este proveedor y le manda los datos, no siempre están bien hay que estarle hay que estarle orientando eso me nos lleva tiempo, entonces nosotros hemos establecido que para ser un plan de cero como mínimo y bastante carrereado, porque esto es algo que yo comienzo desde enero a trabajarlo o incluso desde diciembre cuando hacemos presentamos el plan publicitario que necesitamos por lo menos 15 días de acuerdo, para nosotros, lograr cumplir con todo y hacerlo todo bien cuadradito qué, qué es lo que ocurre en este caso, que si nosotros tomamos, digamos los los medios de comunicación que estaban en, en la en el primer envío y le sumamos a estos segundos y vemos el asunto de la estrategia de acuerdo, vemos que los parámetros que se utilizan para la primera y para la segunda son los mismos. Entonces las calificaciones que van a obtener los medios son los mismos de acuerdo y de, de acuerdo con, con todo esto porque no tendrían por qué variar los precios qué es lo que ocurre si yo tengo que hacer uno nuevo entonces yo tengo que reducir el tiempo porque no me va a dar tiempo de salir este mes, tengo que reducir el el tiempo de, de, digamos de, de, de, de pauta, porque ustedes saben que en, en octubre nos cae la veda publicitaria y nosotros no queremos jugarnos chance, ya lo estuvimos ahí, analizando y peloteando de que si nosotros metemos un anuncio el el Tribunal nos pueda llamar la atención, porque lo que considere que estamos promocionando un logro, es decir, la línea muy delgada y se presta mucho para interpretaciones entonces queremos cuidarnos de eso qué ocurre nosotros nos quedamos con un periodo muy corto, de solo 3 meses tenemos, digamos, detrás de los, los medios de comunicación que dependen de, de eso y como muy bien nos lo dijo don, don Johan cuando nos, nos dijo, no le doy un día porque esto urge, claro que, que esto es urgente, nosotros lo entendemos de esa forma, entonces la mejor forma de, de buscar una solución a esto que fue tomar, digamos el primero que estaba con parámetros objetivos, que se hizo todo conforme, digamos a lo que estaba en ese momento, se apuntara. Se complementa que es lo mismo que haber agarrado y hacer un mismo plan tomando en consideración los otros medios de comunicación. Y eso es lo que nosotros estamos intentando promover para, ya, digamos ver dejar que esto fluya, para este permitir tener pauta en la exposición mínima de cuatro meses y este de no ocasionar, digamos un, un perjuicio a los a los medios de comunicación que, que dependen de esto y que de alguna forma también están desesperados yo, yo entiendo muy bien que, que no por el, el tema de que ellos estén desesperados nosotros vamos a correr y a soltar la plata, sino más todo tiene que hacerse conforme al hecho y si tenemos que comenzar de cero de y comenzamos de cero, verdad que no ser lo ideal porque como les digo, vamos a tener unos resultados bastante similares entonces, qué es lo que ocurre, nosotros presentamos esto como plan a para tratar de dar cumplimiento al plazo que no fijaron, pero ya nosotros, doña Rocío, estamos trabajando en un eventual plan B en caso de que nos soliciten de que no vamos a tener que comenzarlo de cero y ahí sí nos tendríamos que tomar, por lo menos los 15 días, para poder completar todo esto, volver a correr el sistema, volver a hacer una redistribución, volver a pedir a los proveedores hacer la revisión digamos de de que todos los proveedores estén al, al día hacer la comunicación y volver entonces a comenzar el trámite pero, pero digamos este eso lo estamos haciendo por la circunstancia en la que nosotros estamos en este momento, pero vuelvo a reiterar desde el punto de vista técnico y objetivo las 2 los 2 trámites son complementarios y este nos permiten, digamos apegarnos a lo que a lo que nos dice la ley y hacerlo de forma objetiva.

Rocio Lopez Monge

- Muchas gracias Otto

Otto Vargas Masis 46:17

- Mucho gusto, señoras Rocío.

Paula Valenciano Campos

- Y Fernando ah, no, sí, Fernando.

Fernando Sanchez Matarrita

- Sí, muchas gracias.

Paula Valenciano Campos

- Hemos de ser bueno, yo yo sé que yo sé que tienen bastantes consultas, pero tratemos de por lo menos tomarnos 10 minutos más porque son 7 puntos y nos falta un monito no, o, muchas gracias.

Fernando Sanchez Matarrita

- Perfecto, voy a ser bastante puntual en y hay mil disculpas porque yo soy sustituto de en esta comisión, no estuve en las discusiones que se realizaron anteriores y a pesar, como indiqué en en en en un instante, a pesar de la revisión que uno puede hacer, hay ciertos aspectos que son necesarios, que se aclaren y por eso quiero realizar, digamos, la parte de la de de estas preguntas a don José, muy puntual, a don José Alejandro el la segunda instrucción de Presidencia permite ajustar aspectos de de legalidad y con el fin de público y quiero conocer, digamos esa parte de ese criterio y adomoto teniendo en consideración esa segunda instrucción de Presidencia y quiero que que, que sea bastante Claro, porque yo creo que se ha desprendido mucho del de las respuestas que se ha dado a José Alejandro, porque creo que sea bastante puntual. Se cumple el fin público y los criterios técnicos de, de elección de cada una de las diferentes ofertas. En este último resultado, si no hubiésemos tenido, digamos esa esa primera instrucción de, de Presidencia, entonces, primero bueno, la de don Jose y de Otto, y para ser bastante puntual en, en, en la consulta.

Paula Valenciano Campos

- Gracias Fernando, Don Jose.

Jose Alejandro Hernandez Vargas

- Vamos a ver de frente a lo que plantea don Fernando es Claro que no me voy a referir sobre sobre la la instrucción o las instrucciones de la Presidencia ejecutiva, ya quedó claramente analizado en su oportunidad en los oficios emitidos por esta asesoría legal, mediante los números ALCA 30 y ALCA 621, dirigido a la consulta específica de don Otto y el otro que fue dirigido a la Comisión se cumple o no se cumple Bueno, vamos a ver, hay que entender algo, verdad lo que más allá de lo que haya pretendido la Presidencia a la hora de de eliminar la restricción inicial, que sí creo no, no, no debió haber nunca estado lo que viene a completar es la posibilidad de que sea de que se haga una extensión de la adjudicación de pauta a personas físicas o jurídicas que no necesariamente son pymes, verdad como era la primera entonces, con, con lo que voy a responder, la consulta que plantea don Fernando es, se eliminan la restricción sí, con esto se ajusta la normativa, sí, pero evidentemente la elección de los medios de comunicación recae, como se dijo en estos 2 criterios que anteriormente cité en la justificación técnica que se da por parte de la asesoría de la comunicación y es claro y es claro que absolutamente la justificación técnica a razón de las respuestas que ha vertido hoy el señor Otto Vargas junto con lo que está contando por escrito, pues ya viene, digamos que hacer una justificación suficientemente sólida a la luz de lo que es la ley para efectos de que se tome una decisión, bueno, eso va a depender del análisis de del ejercicio de voto de cada uno, verdad pero sí, en principio, al eliminarse la restricción, creo que se de, pues se cumple con el mandato de la Ley evidentemente, verdad, no dejando de lado el el fundamento técnico, que es lo que ha expuesto en Otto a este punto ahora.

Paula Valenciano Campos

- Gracias José Alejandro Otto.

Otto Vargas Masis

- Y, en efecto, yo, en lo personal, esta asesoría considera de que si se cumple con el el fin público, verdad que, tal y como está en estos momentos, nos riñe con la ley y después que hay un, un respeto digamos tanto en la primera, veámoslo como un paquete integral, no como la primera o la segunda ok, el lo que tenemos ahora en estos momentos sobre la mes considera esta asesoría que está técnicamente bien fundamentado y que cumple con los criterios objetivos de de selección.

Fernando Sanchez Matarrita

- Gracias.

Paula Valenciano Campos

- Muchas gracias Otto Sealtiel y pasamos a la votación, por favor.

Otto Vargas Masis

- Con mucho gusto.

Sealtiel Alvarez Sanchez

- Muchas gracias, hola, Otto, buenos días, cómo estás

Otto Vargas Masis

- Buenos días, don Sealtiel

Sealtiel Alvarez Sanchez

- Buenos días, Otto 2. Consultitas muy puntuales de la comisión, habían solicitado que se hicieran los de nuevo los estudios correspondientes confirmar que bueno esos estudios se hicieron y en qué consistió el estudio que volviste a hacer nuevamente

Otto Vargas Masis

- Señor, como tal y como lo lo hemos hablado aquí, lo que se hizo fue una ampliación del estudio para ver estos nuevos medios de comunicación como vuelvo, repito e insisto, si vemos la integralidad ahora de todo el trámite, todo lo que se ha hecho con las 2 gestiones y todo eso, lo que tenemos, no Sealtiel es como el plan que originalmente nosotros habíamos previsto como asesoría, la comunicación, es decir, es el mismo plan que nosotros hubiéramos tenido que, que desarrollar y lo que hubiéramos presentado ante esta comisión, entonces este creo y estoy convencido de que el primer trámite venía con sus parámetros bien sólidos, bien estructurados, cumpliendo lo que hasta ese momento nos estaban, digamos lo que estaba vigente, pero ya con este segundo plan, que se complementa y estando todo fundamentado de forma objetiva, transparente ya eso es como lo que a mí, en lo personal, me da la tranquilidad de saber de qué tenemos no solo el 100% de la cobertura que desde el principio, sino de que no estamos riñendo con la legalidad. A mí este este proceso ha sido de enorme enseñanza he aprendido montones y yo esperaría, digamos, a futuro, prevenir que este tipo de situación en din a repetir para que las cosas puedan fluir.

Sealtiel Alvarez Sanchez

- Oky la última consulta es en relación con esta nueva revisión que vos hiciste, quitando el tema, digamos de la restricción de, de las PYMES confirmar si cambió algo sí o no y por qué

Otto Vargas Masis

- Y lo que se cambió fue que se segregaron otros medios de comunicación que, de acuerdo con el dinero que nosotros teníamos, con lo que podíamos jugar entonces se incluyeron esto nos ayuda a fortalecer la estrategia estos medios son de alcance nacional, son medios, digamos este periodísticamente de trayectoria, y entonces esto digamos, nos, nos ayuda a complementar el trabajo que ya se había hecho y nos da, digamos, la tranquilidad de saber qué, que la estrategia ya está, digamos bien está bien apuntalado, en sentido, es el mismo objetivo.

Sealtiel Alvarez Sanchez

- OK, entonces, sería correcto firmar digamos, que con el nuevo, nuevo estudio técnico que vos hiciste, sí hubo ajustes y que esos ajustes llevaron a que la estrategia hoy sea 100% eficaz, legal y pues de satisfacción completa de la asesoría de comunicación, ok

Otto Vargas Masis

- Señor, señor, en este, en este momento yo les puedo dar a ustedes, digamos, mi este puedo sostener que estamos, ya alcanzamos el 100% de lo que nosotros pretendíamos. Sí señor, con gusto.

Sealtiel Alvarez Sanchez

- Gracias de don Otto, eso es todo.

Paula Valenciano Campos

- Johan

Johan Felipe Medina Badilla

- Sí, perdón, tengo una pregunta para Otto, verdad y esa es una pregunta que hago porque para mí es muy importante que quede eso claro vamos a ver, Otto, usted en la grabación del 2016, cuando trajo el trámite, usted dijo que recibió presiones por parte de personas, etcétera, y eso no lo digo yo, lo hice una grabación que ahí está verdad y que entonces usted dijo de que eso hizo de que la selección de medios cambiara por directrices, etcétera, y que trajera una selección que no cumplía en la totalidad con la cobertura dura, pero que se al menos se podía cubrir un poco, etcétera, etcétera, etcétera. Eso fue lo que usted dijo, palabras menos, palabras más en ese sentido, la comisión a usted le devuelve una le devuelve los trámites y le dice, vea voto, o sea, yo necesito que usted haga un nuevo estudio técnico en escogencia nueva, tome como base el trámite los oficios que le dio legal que le hizo. PE

cuando le hizo una ampliación de que no precisamente tenía que escoger medios PYME y tráiganos una nueva propuesta, digamos a mí lo que me extraña sinceramente, es que usted ahora viene con la misma propuesta de la cual usted dijo que recibía presiones y que hizo una escogencia que tal vez no estaba acorde, etcétera, y mantiene los oficios 12 y 13 y AC 13 y 14 y 15 por eso es que yo digo que no hay un nuevo estudio técnico, o sea, tiene el nuevo estudio técnico recae sobre la 14 y la 15 porque la 12 y la 13 son estudios técnicos que ya estaban y que fueron los discutidos por una comisión entonces con base a lo que yo estoy diciendo y lo que yo quiero que usted me diga es, y con los oficios, 12,13,14,15, todo está bien para la asesoría de comunicación, tanto legal como estudio técnico no, no necesita, digamos, como explicarme, solamente dígame si sí o no, para que quede claro, gracias.

Otto Vargas Masis

- Sí señor, voy a voy a, digamos, ay, que he dicho que toca el punto para explicar lo del asunto, esto de la de la presión externa yo en ningún momento dije, y esto debe tener claridad de que la directriz de Presidencia obedeciera a algún tipo de presión a ver, yo lo que le expliqué a esta Comisión es que de parte de algunos medios de comunicación hubo llamadas dando a entender que ya ellos estaban en conversaciones, pues para que les ayudaran con el tema de, de la pautas, eso, eso fue lo que yo dije después viene la Presidencia con la directriz que tendrá sus motivaciones ellos pues lo explicaron cuál era su sentir que ellos que promover las PYMES etcétera, y eso nos obliga a nosotros, a el replanteamiento entonces, para para que no se me atribuya a mí algo que yo no, no le dije, o si quedó, digamos como esa duda que quede claridad de que de que al menos yo a mí no me consta, ni sé si la Presidencia recibió algún tipo de presión, si recibió algún tipo de llamada, a mí no me consta, y simplemente yo un día vengo y recibo la este, esta esta directriz que me obliga, digamos hacer un cambio sobre la marca del plan que nosotros veníamos, digamos, veníamos haciendo y en relación con su pregunta, don Johan, de las de la directriz, bueno de la de los oficios 12,13,14,15, de acuerdo vuelvo sobre lo que dije, para no extenderme demasiado de haber comenzado el plan de cero, de haber contemplado estos medios que en principio estuvieron contemplados a la hora de hacer el trámite el el documento o el resultado final hubiera sido el mismo ok , entonces simplemente, qué fue lo que hicimos en efecto, no había tiempo para hacer un estudio nuevo ya, yo lo dije muy claramente, esta comisión, les expliqué el tiempo que nosotros necesitamos responsablemente para hacer esto, si tenemos que comenzar de cero y como le que les dije que es que lo que se hizo fue complementar y en este momento vuelvo e insisto con todos estos, digamos 12,13,14,15. Yo en lo personal sí le puedo decir que este ya yo estoy satisfecho porque estoy dando el 100% de alcance y porque considero que ya legalmente queda sajado cualquier posible error que pudiera que pudiera haber generado esto, cualquier inconveniente que hubiera digamos podido causar y queda todo bien fundamentado en parámetros objetivos.

Johan Felipe Medina Badilla

- Y listo entonces digamos si usted hubiera tenido más tiempo, usted se hubiera dicho un estudio nuevo,ok listo, listo.

Otto Vargas Masis

- Señor, necesitaba más tiempo, yo, yo la, la ruta crítica que habíamos establecido era de por lo menos 15 días responsablemente, sí, señor.

Johan Felipe Medina Badilla

- OK, listo, eso sería gracias.

Paula Valenciano Campos

- Gracias, vamos a proceder a la votación les leo los acuerdos dígame ay, tengo que decirle a Ah, sí, sí, el Otto, muchas gracias, muy amable, que pases. Buen día. Gracias.

Johan Felipe Medina Badilla

- Doña Paula, primero hay que despedir a don Otto

Otto Vargas Masis

- Saque, con mucho gusto y a las órdenes muy amables. Buen día igualmente ustedes hasta luego.

Paula Valenciano Campos

- José Alejandro.

Jose Alejandro Hernandez Vargas

- Sí, una consulta nada más de, de doña Paula, cuando es que es para tal vez, acostumbrarme a la mecánica, es de que se termina y de una vez se pasa a votación, entonces no sé si, si hay un espacio de discusión, si la van a ver, si no.

Paula Valenciano Campos

- Qué

Jose Alejandro Hernandez Vargas

- La van a ver porque no, no ha sido una tónica que no me ha quedado del todo clara. Entonces. Yo no sé si.

Paula Valenciano Campos

- Ustedes si tienen algo no, no sé, es que normalmente sigo como el protocolo de lo que me indican, pero no sé si tiene alguien algo que decir, o si quieren proceder a discusión.

Jose Alejandro Hernandez Vargas

- Sí, si lo tienen claro para botarlo como está planteado en el problema de acuerdo, no, no listo de mi parte era eso.

Paula Valenciano Campos

- Lo tengo claro, gracias, no sé si alguien de los votantes tiene alguna duda ok, vamos a proceder, voy a leer los acuerdos y procedemos a la votación eh se acuerda 1 dictar la decisión inicial, considerando lo dispuesto en la ley general de la contratación pública y su Reglamento, adjudicar la contratación por excepción de servicios de publicidad en medios digitales, cine, radio y televisión, en cumplimiento al plan publicitario Institucional 2025 y el artículo 1 de la Ley 4325 publicidad programas artísticos producción nacional por un monto de ¢218.899.000,00 de acuerdo con el artículo 3 de la Ley General de la contratación pública, según el siguiente detalle, entiendo que tengo que leer todo el cuadro, así que me dan chance partida,

PARTIDA	DESCRIPCIÓN	PROVEEDOR	VIGENCIA CONTRACTUAL	MONTO POR PARTIDA CON IVA
1	PAUTA DE RADIO, PROGRAMACION GENERAL, MUSICAL	**CADENA MUSICAL SOCIEDAD ANONIMA**	JUNIO A SETIEMBRE 2025	¢7 200 000,00
2	PAUTA DE RADIO, PROGRAMACION GENERAL, RADIO SANTA CLARA	**3-101-784163 SOCIEDAD ANONIMA**	JUNIO A SETIEMBRE 2025	¢4 000 000,00
3	PAUTA DE RADIO, PROGRAMACION GENERAL, RADIO 88 STEREO	**RADIO OCHENTA Y OCHO ESTEREO SOCIEDAD ANONIMA**	JUNIO A SETIEMBRE 2025	¢4 000 000,00
4	PAUTA DE RADIO, PROGRAMACION GENERAL, EXA FM, MONUMENTAL Y DISNEY	**CENTRAL DE RADIOS CDR SOCIEDAD ANONIMA**	JUNIO A SETIEMBRE 2025	¢20 000 000,00
5	PAUTA DE RADIO, PROGRAMACION GENERAL, BÉSAME, LOS 40 Y LA CALIENTE	**GRUPO LATINO DE RADIODIFUSION COSTA RICA SOCIEDAD ANONIMA**	JUNIO A SETIEMBRE 2025	¢20 000 000,00
6	PAUTA DE RADIO, PROGRAMACION GENERAL, RADIO 94.7 FM	**CADENA RADIAL COSTARRICENSE SOCIEDAD ANONIMA**	JUNIO A SETIEMBRE 2025	¢7 200 000,00
7	PATROCINIO DE PAUTA RADIO, PROGRAMA: MÚSICA Y MENSAJES	**RADIODIFUSORA DEL PACIFICO LIMITADA**	JULIO A SETIEMBRE 2025	¢1 050 000,00
8	PATROCINIO DE PAUTA RADIO, PROGRAMA: NOTICIAS ACTUAL	**BEEPERMATIC DE COSTA RICA SOCIEDAD ANONIMA**	JULIO A SETIEMBRE 2025	¢1 500 000,00
9	PATROCINIO DE PAUTA RADIO, PROGRAMA: PANORAMA	**Asociación Cámara Nacional de Radiodifusión**	JULIO A SETIEMBRE 2025	¢15 000 000,00
10	PATROCINIO DE PAUTA RADIO, PROGRAMA: RADIO CASINO NOTICIAS LIMÓN	**DIFUSORA RASACA SOCIEDAD ANONIMA**	JULIO A SETIEMBRE 2025	¢1 500 000,00

11	PATROCINIO DE PAUTA RADIO, PROGRAMA: RADIO NOTÍCIAS COSTA RICA	**Endy Torres Keith**	JULIO A SETIEMBRE 2025	¢1 200 000,00
12	PATROCINIO DE PAUTA RADIO, PROGRAMA: RESCATE NOTÍCIAS CR,	**WERNI GERARDO VÁSQUEZ GONZÁLEZ**	JULIO A SETIEMBRE 2025	¢1 500 000,00
13	PATROCINIO DE PAUTA RADIO, PROGRAMA: NOTICIAS VICTORIA	**RADIO VICTORIA LIMITADA**	JULIO A SETIEMBRE 2025	¢1 500 000,00
14	PATROCINIO DE PAUTA RADIO, PROGRAMA: ROCK AND GOAL	**FELIPE MAURICIO CASTRO ARGUEDAS**	JULIO A SETIEMBRE 2025	¢1 200 000,00
15	PATROCINIO DE PAUTA RADIO, PROGRAMA: PROGRAMAS EDUCATIVOS	**HB GLOBAL COMMUNICATIONS SOCIEDAD ANONIMA**	JULIO A SETIEMBRE 2025	¢13 500 000,00
16	PATROCINIO DE PAUTA RADIO, PROGRAMA: SUR NOTICIAS	**3-102-783635 SOCIEDAD DE RESPONSABILIDAD LIMITADA**	JULIO A SETIEMBRE 2025	¢1 200 000,00
17	PATROCINIO DE PAUTA RADIO, PROGRAMA: MICROINFORMATIVO COLOSAL INFORMA	**AUDIOS DEL SUR SOCIEDAD ANONIMA**	JULIO A SETIEMBRE 2025	¢1 500 000,00
18	PATROCINIO DE PAUTA RADIO, PROGRAMA: ALÓ ALÓ ARTURO	**GUILLERMO ARTURO CUBILLOS SANCHEZ 106890375**	JULIO A SETIEMBRE 2025	¢1 500 000,00
19	PATROCINIO DE PAUTA RADIO, PROGRAMA: NOTICIAS SANTA CLARA	**3-101-784163 SOCIEDAD ANONIMA**	JULIO A SETIEMBRE 2025	¢1 650 000,00
20	PATROCINIO DE PAUTA RADIO, PROGRAMA: NOTICIERO LA PALABRA DE GUANACASTE	**RADIO PAMPA SOCIEDAD ANONIMA**	JULIO A SETIEMBRE 2025	¢1 200 000,00
21	SERVICIO DE PUBLICIDAD EN MEDIOS DIGITALES- TV8-2025	**LIA LISETTE RAMIREZ QUIROS**	JUNIO A SETIEMBRE 2025	¢1 200 000,00
22	SERVICIO DE PUBLICIDAD EN MEDIOS DIGITALES- LA REPÚBLICA	**PROPERIODICOS LIMITADA**	JUNIO A SETIEMBRE 2025	¢3 600 000,00
23	SERVICIO DE PUBLICIDAD EN MEDIOS DIGITALES -EL GUARDÍAN	**RICHARD MOLINA MESEN**	JUNIO A SETIEMBRE 2025	¢3 200 000,00
24	SERVICIO DE PUBLICIDAD EN MEDIOS DIGITALES- EL SOL DE OCCIDENTE	**HL BROTHERS COMUNICARE SOCIEDAD ANONIMA**	JUNIO A SETIEMBRE 2025	¢2 400 000,00
25	SERVICIO DE PUBLICIDAD EN MEDIOS DIGITALES-PUNTARENAS SE OYE	**FABIAN ERNESTO MENDEZ MIRANDA**	JUNIO A SETIEMBRE 2025	¢2 800 000,00
26	SERVICIO DE PUBLICIDAD EN MEDIOS DIGITALES-VELERO INFORMATIVO	**LAURA VANESSA MC QUIDDY GOMEZ**	JUNIO A SETIEMBRE 2025	¢2 400 000,00
27	SERVICIO DE PUBLICIDAD EN MEDIOS DIGITALES-PERIÓDICO EL MENSAJE	**PERIODICO MENSAJE SOCIEDAD ANONIMA**	JUNIO A SETIEMBRE 2025	¢2 400 000,00
28	SERVICIO DE PUBLICIDAD EN MEDIOS DIGITALES-EL OBSERVADOR	**GRUPO EL OBSERVADOR SOCIEDAD ANONIMA**	JUNIO A SETIEMBRE 2025	¢3 200 000,00
29	SERVICIO DE PUBLICIDAD EN MEDIOS DIGITALES-PZ ACTUAL	**RANDALL ANTONIO CHAVES SOLANO**	JUNIO A SETIEMBRE 2025	¢2 200 000,00
30	SERVICIO DE PUBLICIDAD EN MEDIOS DIGITALES-SAN CARLOS DIGITAL	**JOSE RAFAEL ARGUEDAS PEREZ**	JUNIO A SETIEMBRE 2025	¢2 400 000,00
31	PAUTA DE TELEVISIÓN, PROGRAMACION GENERAL, CANAL 8	**COMUNICACIONES DIGITALES DE**	JULIO A SETIEMBRE 2025	¢12 000 000,00

		ENTRETENIMIENTO CDE SOCIEDAD ANONIMA		
32	PAUTA DE TELEVISIÓN, PROGRAMACION GENERAL, TV CANAL 14 NORTE	**T V NORTE CANAL CATORCE SOCIEDAD ANONIMA**	JULIO A SETIEMBRE 2025	¢10 500 000,00
33	PAUTA DE TELEVISIÓN, PROGRAMACION GENERAL, TV CANAL 14 SUR	**GRANRO TELEVISORA DEL SUR SOCIEDAD ANONIMA**	JULIO A SETIEMBRE 2025	¢10 500 000,00
34	PATROCINIO DE PAUTA EN TELEVISIÓN, PROGRAMA: NOTICIERO ESTELAR CANAL 14 TV SUR	**GRANRO TELEVISORA DEL SUR SOCIEDAD ANONIMA**	AGOSTO Y SETIEMBRE 2025	¢3 000 000,00
35	PATROCINIO DE PAUTA EN TELEVISIÓN, PROGRAMA: NOTICIERO ESTELAR	**T V NORTE CANAL CATORCE SOCIEDAD ANONIMA**	JULIO A SETIEMBRE 2025	¢6 000 000,00
36	PATROCINIO DE PAUTA EN TELEVISIÓN, PROGRAMA: EL ANDARIEGO	**RADIOFONICA DE LA PENINSULA SOCIEDAD ANONIMA**	AGOSTO Y SETIEMBRE 2025	¢2 000 000,00
37	PAUTA DE TELEVISIÓN, PROGRAMACION GENERAL, CANAL 1	**CANAL UNO TV SOCIEDAD ANONIMA**	JULIO A SETIEMBRE 2025	¢10 500 000,00
38	PATROCINIO DE PAUTA EN TELEVISIÓN, PROGRAMA: RESUMEN DIARIO DE COLOSAL INFORMA	**AUDIOS DEL SUR SOCIEDAD ANONIMA**	AGOSTO Y SETIEMBRE 2025	¢3 000 000,00
39	PATROCINIO DE PAUTA EN TELEVISIÓN, PROGRAMA: TELEDIARIO CANAL 8	**COMUNICACIONES DIGITALES DE ENTRETENIMIENTO CDE SOCIEDAD ANONIMA**	JULIO A SETIEMBRE 2025	¢7 800 000,00
40	PAUTA EN CINE: MEDIO COMPLEJOS CINES CINEMARK	**FLIX CINEVISION COSTA RICA, SOCIEDAD DE RESPONSABILIDAD LIMITADA**	JUNIO A SETIEMBRE 2025	¢12 000 000,00
41	SERVICIO DE PUBLICIDAD EN MEDIOS DIGITALES-LA EXTRA	**SOCIEDAD PERIODISTICA EXTRA-LIMITADA**	JUNIO A SETIEMBRE 2025	¢3.200.000,00
42	PAUTA DE TELEVISIÓN, PROGRAMACION GENERAL, CANAL 42 LA EXTRA	**SOCIEDAD PERIODISTICA EXTRA-LIMITADA**	JUNIO A SETIEMBRE 2025	¢5.199.000,00

- B comunicar el acuerdo a la persona encargada de la asesoría de comunicación y del proceso de adquisiciones de la unidad de compra institucionales procedemos a la votación don Norbert Garcia Cespedes

Norbert Garcia Cespedes

- Dime.

Paula Valenciano Campos

- Don Roger Ramírez Quesada.

Roy Ramirez Quesada

- Roy Ramírez quesada, tomando en cuenta la la ampliación, la explicación que dio tomo ahora y indicando que estaba 100% igualmente satisfecho con el proceso, quedó aprobado en firme.

Paula Valenciano Campos

- Mira, Rocio, López Monge.

Rocio Lopez Monge

- Bueno, en mi caso yo votaría en desacuerdo y en firme, verdad, precisamente porque la explicación que dio don Otto, por lo menos a mi criterio, no, no me quedó al 100% clara. Básicamente en el complemento que hizo del estudio verdad que, que a todas luces, habían aspectos, pues, económicos, que privaron en la selección y de igual manera, en que no se corrió el modelo nuevamente. Verdad

que eventualmente podría haber alojado resultados diferentes en cuanto a la distribución de pauta, pero en ese momento, pues yo por lo menos en lo personal, no tengo esa certeza.

Paula Valenciano Campos

- Fernando Sánchez Matahita.

Fernando Sanchez Matarrita

- En tomando en consideración lo que estableció un voto que privaron aspectos técnicos a la hora de la parte de la selección y, según indicado por, por don José, que di la última instrucción se apega a aspectos de legalidad, punto a favor y en firme.

Paula Valenciano Campos

- Paula Valenciano Campos aprobado y en firme, procedemos al artículo número 3, solicitud de aprobación para la contratación por excepción de servicios de publicidad en medios digitales, cine, radio y televisión, en cumplimiento al artículo 41, inciso 3, de la Ley 4325. Ley sistema de banca para el desarrollo número 8634, por un monto total de 287 995000 no ¢287.995.000,00 de acuerdo con el artículo 3 de la Ley General de la contratación pública, le otorgamos la palabra a la unidad de Compras para que proceda a la exposición, entiendo que el tema de voto fue subsanado, verdad para no volverlo a hacer, ingresar Johan.

Johan Felipe Medina Badilla

- Y correcto este este, este este artículo es, es para poder dar la pauta al presupuesto que se tiene de SBD, en el cual se hizo la misma selección, están los mismos oficios, solicitando que se adjunten los, los oficios 12 y 13 y los nuevos 14 y 15, para poder seleccionar los medios digitales y también el tema de radio, cine, televisión y ese digamos que con base a todo lo que se dijo en el artículo cuatro, entonces esto, esto sería prácticamente lo mismo.

Paula Valenciano Campos

- Si alguno tiene algún miembro de la Comisión, tiene alguna consulta específicamente con este punto o procedemos a leer el acuerdo, listo, procede a leer el acuerdo me tienen paciencia porque es más largo el cuadro como punto número 1 dictar la decisión inicial considerar

Johan Felipe Medina Badilla

- Paula una , una sí solo solo tomar en cuenta de que el acuerdo queda aprobado por mayoría y no por unanimidad, verdad el, el, el anterior que pasó.

Paula Valenciano Campos

- Gracias Johan el primer acuerdo, dictar la decisión inicial, considerando lo dispuesto en la Ley general de la contratación pública y su Reglamento B adjudicar la contratación por excepción de servicios de publicidad en medios digitales, cine, radio y televisión, en cumplimiento del artículo 41, inciso 3 de la Ley 4325 ley sistema de Banca para el Desarrollo número 8634, por un monto total de ¢287.995.000,00 y una vigencia contractual de cuatro meses, junio a septiembre del 2025, de acuerdo con el artículo 3 de la Ley General de la contratación pública, según el siguiente detalle,
-

PARTIDA	DESCRIPCIÓN	PROVEEDOR	MONTO POR PARTIDA CON IVA
1	PATROCINIO DE PAUTA RADIO, PROGRAMA: TIEMPOS DE CAMBIO	JAIME PEÑA SOBALVARRO	₡1 600 000,00
2	PATROCINIO DE PAUTA RADIO, PROGRAMA: ECO MUNICIPAL	DIFUSION Y DESARROLLO DIDE DE COSTA RICA SOCIEDAD ANONIMA	₡2 000 000,00
3	PATROCINIO DE PAUTA RADIO, PROGRAMA: DESAYUNO AZUL, 999FM	CADENA RADIAL COSTARRICENSE SOCIEDAD ANONIMA	₡1 600 000,00
4	PATROCINIO DE PAUTA RADIO, PROGRAMA: MICROINFORMATIVO COLOSAL INFORMA	AUDIOS DEL SUR SOCIEDAD ANONIMA	₡2 000 000,00

5	PATROCINIO DE PAUTA RADIO, PROGRAMA: ACONTECER GUANACASTECO	TEMPORALIDADES DE LA DIOCESIS DE TILARAN	₡1 600 000,00
6	PAUTA DE RADIO, PROGRAMACION GENERAL, RADIO VICTORIA	RADIO VICTORIA LTDA.	₡5 600 000,00
7	PAUTA DE RADIO, PROGRAMACION GENERAL, RADIO 88 STEREO	RADIO OCHENTA Y OCHO ESTEREO SOCIEDAD ANONIMA	₡4 000 000,00
8	PAUTA DE RADIO, PROGRAMACION GENERAL, CRC 89.1 RADIO	CADENA RADIAL COSTARRICENSE SOCIEDAD ANONIMA	₡6 000 000,00
9	PATROCINIO DE PAUTA RADIO, ACONTECER ESPARTANO	RODRIGO ANDRÉS MOYA SOTO	₡2 000 000,00
10	PATROCINIO DE PAUTA RADIO, PROGRAMA: MUJERES EMPRENDEDORAS	RUTH TORRES MONTERO	₡2 000 000,00
11	PATROCINIO DE PAUTA RADIO, PROGRAMA: NOTICIAS VICTORIA	RADIO VICTORIA LTDA.	₡1 200 000,00
12	PATROCINIO DE PAUTA RADIO, PYME RADIO	CADENA RADIAL COSTARRICENSE SOCIEDAD ANONIMA	₡2 000 000,00
13	PAUTA DE RADIO, PROGRAMACION GENERAL, SUPER RADIO 2025	SUPER RADIO F M SOCIEDAD ANONIMA	₡8 000 000,00
14	PAUTA DE RADIO, PROGRAMACION GENERAL, MULTIMEDIOS (LOS 40 PRINCIPALES/ BESAME)	GRUPO LATINO DE RADIODIFUSION COSTA RICA SOCIEDAD ANONIMA	₡20 500 000,00
15	PAUTA DE RADIO, PROGRAMACION GENERAL, RADIO CENTRO	GRUPO CENTRO SOCIEDAD ANONIMA	₡4 000 000,00
16	PAUTA DE RADIO, PROGRAMACION GENERAL, RADIO COLOSAL	AUDIOS DEL SUR SOCIEDAD ANONIMA	₡3 200 000,00
17	PAUTA DE RADIO, PROGRAMACION GENERAL, RADIO AZUL 99.9 FM,	CADENA RADIAL COSTARRICENSE SOCIEDAD ANONIMA	₡7 200 000,00
18	PAUTA DE RADIO, PROGRAMACION GENERAL, RADIO PAMPA	RADIO PAMPA SOCIEDAD ANONIMA	₡2 800 000,00
19	PAUTA DE RADIO, PROGRAMACION GENERAL, CENTRAL DE RADIOS	CENTRAL DE RADIOS CDR SOCIEDAD ANONIMA	₡20 500 000,00
20	PAUTA DE RADIO, PROGRAMACION GENERAL, RADIO SANTA CLARA 550AM	3-101-784163 SOCIEDAD ANONIMA	₡4 000 000,00
21	PAUTA DE RADIO, PROGRAMACION GENERAL, RADIO SINFONOLA	RADIO RUMBO LIMITADA	₡3 200 000,00
22	PATROCINIO DE PAUTA RADIO, PROGRAMA: MATICES	CENTRAL DE RADIOS CDR SOCIEDAD ANONIMA	₡4 000 000,00
23	PATROCINIO DE PAUTA RADIO, PROGRAMA: MÚSICA Y MENSAJES	RADIODIFUSORA DEL PACIFICO LIMITADA	₡1 200 000,00
24	PATROCINIO DE PAUTA RADIO, PROGRAMA: NOTICIAS ACTUAL	BEEPERMATIC DE COSTA RICA SOCIEDAD ANONIMA	₡2 000 000,00
25	PATROCINIO DE PAUTA RADIO, PROGRAMA: NOTICIAS SANTA CLARA	3-101-784163 SOCIEDAD ANONIMA	₡1 600 000,00

26	PATROCINIO DE PAUTA RADIO, PROGRAMA: NOTICIERO LA PALABRA DE GUANACASTE	RADIO PAMPA SOCIEDAD ANONIMA	₡1 600 000,00
27	PATROCINIO DE PAUTA RADIO, PROGRAMA: NUESTRA VOZ	CENTRAL DE RADIOS CDR SOCIEDAD ANONIMA	₡3 200 000,00
28	PATROCINIO DE PAUTA RADIO, PROGRAMA: PROGRAMAS EDUCATIVOS	HB GLOBAL COMMUNICATIONS SOCIEDAD ANONIMA	₡12 000 000,00
29	PATROCINIO DE PAUTA RADIO, PROGRAMA: PANORAMA	ASOCIACIÓN CÁMARA NACIONAL DE RADIODIFUSIÓN	₡12 000 000,00
30	PATROCINIO DE PAUTA RADIO, PROGRAMA: RADIO CASINO NOTICIAS LIMÓN	DIFUSORA RASACA SOCIEDAD ANONIMA	₡1 600 000,00
31	PATROCINIO DE PAUTA RADIO, PROGRAMA: EN LA CARRETERA, SÚPER RADIO	SUPER RADIO F M SOCIEDAD ANONIMA	₡1 600 000,00
32	PATROCINIO DE PAUTA RADIO, PROGRAMA: SUR NOTICIAS	3-102-783635 SOCIEDAD DE RESPONSABILIDAD LIMITADA	₡1 600 000,00
33	SERVICIO DE PUBLICIDAD EN MEDIOS DIGITALES-PUNTARENAS SE OYE	FABIÁN ERNESTO MÉNDEZ MIRANDA	₡2 000 000,00
34	SERVICIO DE PUBLICIDAD EN MEDIOS DIGITALES- CRÓNICAS DE LA UNION.COM	LAURA MILENA TRIGUEROS CALVO	₡2 000 000,00
35	SERVICIO DE PUBLICIDAD EN MEDIOS DIGITALES- LIZETH CASTRO TV	LC MEDIA SOCIEDAD DE RESPONSABILIDAD LIMITADA	₡4 000 000,00
36	SERVICIO DE PUBLICIDAD EN MEDIOS DIGITALES- EL SOL DE OCCIDENTE	HL BROTHERS COMUNICARE SOCIEDAD ANONIMA	₡2 400 000,00
37	SERVICIO DE PUBLICIDAD EN MEDIOS DIGITALES-GUANACASTE A LA ALTURA	ELIÉCER GONZÁLEZ UMAÑA	₡1 800 000,00
38	SERVICIO DE PUBLICIDAD EN MEDIOS DIGITALES-ENCUENTRO MUNICIPAL	JOSE LUIS JIMÉNEZ ROBLETO	₡1 200 000,00
39	SERVICIO DE PUBLICIDAD EN MEDIOS DIGITALES- HEREDIA HOY	BETANIA ARTAVIA UGALDE	₡2 400 000,00
40	SERVICIO DE PUBLICIDAD EN MEDIOS DIGITALES- REVISTA MILENIUM	KOA MEDIA GROUP SOCIEDAD DE RESPONSABILIDAD LIMITADA	₡2 400 000,00
41	SERVICIO DE PUBLICIDAD EN MEDIOS DIGITALES-LA REACCIÓN	LA REACCION PUBLICACIONES SOCIEDAD DE RESPONSABILIDAD LIMITADA	₡2 000 000,00
42	SERVICIO DE PUBLICIDAD EN MEDIOS DIGITALES-PERIÓDICO LA ANEXIÓN	CREACIONES PERIODÍSTICAS BENI S. A.	₡2 000 000,00
43	SERVICIO DE PUBLICIDAD EN MEDIOS DIGITALES-PERIÓDICO EL MENSAJE	PERIÓDICO MENSAJE SOCIEDAD ANÓNIMA	₡2 000 000,00

44	SERVICIO DE PUBLICIDAD EN MEDIOS DIGITALES-PZ ACTUAL	RANDALL ANTONIO CHÁVEZ SOLANO	₡1 600 000,00
45	SERVICIO DE PUBLICIDAD EN MEDIOS DIGITALES-SAN CARLOS DIGITAL	JOSE RAFAEL ARGUEDAS PÉREZ	₡1 600 000,00
46	SERVICIO DE PUBLICIDAD EN MEDIOS DIGITALES- LA REPÚBLICA	PROPERIODICOS LIMITADA	₡3 200 000,00
47	PAUTA DE TELEVISIÓN, PROGRAMACION GENERAL, TV CANAL 14 NORTE	T V NORTE CANAL CATORCE SOCIEDAD ANONIMA	₡10 000 000,00
48	PAUTA DE TELEVISIÓN, PROGRAMACION GENERAL, OPA	MULTIPLATAFORMA UNO DE COSTA RICA SOCIEDAD ANONIMA	₡8 000 000,00
49	PAUTA DE TELEVISIÓN, PROGRAMACION GENERAL, TV CANAL 14 SUR	GRANRO TELEVISORA DEL SUR SOCIEDAD ANONIMA	₡10 000 000,00
50	PATROCINIO EN PAUTA TELEVISION, PROGRAMA: REVISTA	COMUNICACIONES DIGITALES DE ENTRETENIMIENTO CDE SOCIEDAD ANONIMA	₡12 000 000,00
51	PATROCINIO EN PAUTA TELEVISION, PROGRAMA: RESUMEN DIARIO COLOSAL	AUDIOS DEL SUR SOCIEDAD ANONIMA	₡2 000 000,00
52	PATROCINIO EN PAUTA TELEVISION, PROGRAMA: NOTICIERO ESTELAR GENTE OPA	MULTIPLATAFORMA UNO DE COSTA RICA SOCIEDAD ANONIMA	₡6 000 000,00
53	PATROCINIO EN PAUTA TELEVISION, PROGRAMA: NOTICIERO ESTELAR TV 14 NORTE	T V NORTE CANAL CATORCE SOCIEDAD ANONIMA	₡8 000 000,00
54	PATROCINIO EN PAUTA TELEVISION, PROGRAMA: NOTICIERO ESTELAR TV 14 SUR	GRANRO TELEVISORA DEL SUR SOCIEDAD ANONIMA	₡8 000 000,00
55	PAUTA DE TELEVISIÓN, PROGRAMACION GENERAL, SBD, CANAL 1	CANAL UNO TV SOCIEDAD ANONIMA	₡8 000 000,00
56	PATROCINIO EN PAUTA TELEVISION, PROGRAMA: MARCELO CASTRO PRESENTA	CANAL UNO TV SOCIEDAD ANONIMA	₡4 000 000,00
57	PAUTA DE TELEVISIÓN, PROGRAMACION GENERAL, SBD TRIVISIÓN CANAL 36	TRIVISION DE COSTA RICA SOCIEDAD ANONIMA	₡14 000 000,00
58	PAUTA EN CINE: MEDIO COMPLEJOS CINES CINEMARK, SBD 2025	FLIX CINEVISION COSTA RICA, SOCIEDAD DE RESPONSABILIDAD LIMITADA	₡8 000 000,00
59	SERVICIO DE PUBLICIDAD EN MEDIOS DIGITALES-EL FINANCIERO	LA NACION SOCIEDAD ANÓNIMA	₡3 200 000,00
60	SERVICIO DE PUBLICIDAD EN MEDIOS DIGITALES-LA EXTRA	SOCIEDAD PERIODISTICA EXTRA-LIMITADA	₡3 200 000,00
61	PATROCINIO EN PAUTA TELEVISION, PROGRAMA: EXTRA-TV	SOCIEDAD PERIODISTICA EXTRA-LIMITADA	₡5 595 000,00

- Como punto 3 comunicar el acuerdo la persona encargada de la Asesoría de Comunicación y el Proceso de Adquisiciones de la Unidad de Compras Institucionales, sometemos a votación al acuerdo don Norbert García Cespedes.

Norbert Garcia Cespedes

- Listo nada más dejar constancia de que la discusión se dio en la intervención anterior de Otto y bajo las mismas consideraciones que ya se dieron, aprobado y en firme.

Paula Valenciano Campos

- Roy Ramírez Quesada

Roy Ramirez Quesada

- Tomando en cuenta igualmente mi intervención anterior, las consideraciones que emití este aprobado y en firme.

Paula Valenciano Campos

- Doña Rocío López Monge

Rocio Lopez Monge

- Igualmente, con los compañeros con base en las consideraciones que analizamos en el punto anterior yo sigo votando en desacuerdo y en firme.

Paula Valenciano Campos

- Fernando Sanchez Matarrita

Fernando Sanchez Matarrita

- Tomando en consideración lo he indicado en el punto anterior por, por mi persona aprobado y en firme.

Paula Valenciano Campos

- Paula Valenciano Campos tomaba en consideración las explicaciones de la asesoría en comunicación correspondiente a este punto aprobado y en firme procedemos a el artículo 4, decisión inicial y pliego de condiciones de la licitación reducida para la contratación del servicio de remodelación de las oficinas de COOPEX y URMA Sede Central Uruca San José, por un monto estimado de ₡159.647.176,75. se le otorga la palabra a la unidad de compras para que proceda con la exposición.

Johan Felipe Medina Badilla

- Sí, este artículo 4 es la decisión inicial y pliego de condiciones de la licitación reducida para la contratación de servicio de remodelación de las oficinas de COOPEX y URMA. Esto lo ha solicitado mediante la solicitud de compra 402739 la Unidad de Recursos Materiales puede con este servicio de construcción se espera poder licitar la obra de demolición y construcción de las oficinas de COOPEX y la Unidad de Recursos Materiales. Recordemos que están a la par para que cumplan con todas las disposiciones descritas en especificaciones y arquitectónicos que se hicieron actualmente las estructuras no cumplen con los reglamentos de construcción actuales y además no cuentan con espacios aptos para tratar temas de confidencialidad entre oficinas, por lo que se requiere con urgencia en la remodelación. Además, satisfacer la necesidad que presenta la edificación según el interés institucional y normativa vigente donde se desea solventar la eficiencia del estado del inmueble en las oficinas ubicadas en sede central, realizando una intervención y mantenimiento del inmueble para que el mismo operen óptimas condiciones para funcionarios. Personal usuario en general, además de velar por el correcto resguardo del bien institucional, esto está alineado a los objetivos institucionales y al plan operativo institucional anual POIA como son las acciones técnicas procedentes a proyectos de mejoramiento de edificaciones realizadas en proyectos de inversión, bueno esto el, el la estimación del costo la he realizado la URMA PAM en oficio 60 y 380, donde ellos han realizado La estimación del costo mediante cotizaciones también utilizaron el Banco de precios y sobre eso han determinado de que haya un precio de referencia de ₡ 159,647,176, estableciendo mínimo y un máximo, respetando claramente los planos que se han establecido para para esta remodelación el monto presupuestado, pues es el costo de referencia que acabo de mencionar, existe certificación presupuestaria de este monto en la emisión en, en el en el oficio 125, esto se consta de una partida son 90 días de entrega el estudio técnico lo realiza URMA-PAM, la Unidad de Recursos, la el Proceso de Arquitectura y Mantenimiento y la supervisión la realiza la Unidad de Recursos Materiales, n5osotros en el proceso de adquisiciones hacemos el trámite de licitación, si todo sale bien, eso estaría el 2 de diciembre en las nuevas oficinas. Ese trámite es importante que al ser obra pública cuenta con la inscripción en el banco de proyectos del MEDIAPLAN en el oficio bueno, el código 003748 y eso es el resumen, gracias.

Paula Valenciano Campos

- Habilito el espacio para que los miembros de la Comisión puedan plantear sus consultas en relación a la presentación de unidad de compras o si no sé si hay alguien también esperando, ya te voy a dar las palabras Johan en para entrar para explicar algo más por cualquier cosa, o no

Johan Felipe Medina Badilla

- No, pero si hay una duda técnica, meramente de planos y cosas así, pues claramente yo no podría contestarla.

Paula Valenciano Campos

- Listo, bueno, voy a proceder a darle espacio José Alejandro.

Jose Alejandro Hernandez Vargas

- Muchas gracias, muchas gracias, no y tal vez es una pregunta que, que no sé si yo me la pueda responder, es que me llama mucho la atención que originalmente el plazo lo establecieron en 120 días hábiles y al final de cuentas lo recogieron a 90 y se que es un criterio técnico, verdad, pero lo que quisiera, nada más como tener por conocido si, efectivamente, el plasode 90 días hábiles, yo obviamente no sabemos porque no, no tenemos la bolita de cristal, pero si la reducción de ese plazo tiene un sustento técnico que lo tiene que tener claramente porque después este no quisiéramos, verdad, tener que andar corriendo, con aprobaciones de, de extensión, de plazos, entonces qué, qué es que me llamó mucho la atención, viendo la justificación que originalmente se estableció 120 días y se redujo a 90.

Paula Valenciano Campos

- No tenemos a nadie que nos ayudó a responder esta consulta, Johan.

Johan Felipe Medina Badilla

- No, pero vamos a ver si está establecido en, en 90 días eso fue lo que estableció, inclusive el criterio que dio URMA-PAM, con la t, con la arquitecta que sería Jessica, y ellos establecieron que el proyecto se puede cumplir en 90 días hábiles, sin embargo, si ustedes quieren, si, sin embargo, si ustedes quieren llamarla no sé.

Jose Alejandro Hernandez Vargas

- Sí, yo, yo es por eso es nada más, porque dentro de los documentos, Johan, si hay originalmente un plazo de 120 días.

Johan Felipe Medina Badilla

- Sí, sí, sí, pero Jessica lo, lo bajó a 90, después del porque nosotros enviamos a que si a que se nos dijera si se mantenían los costos relacionados, porque el oficio tenía un poquito de tiempo y si el precio estaba bien, entonces ahí fue donde ya determinó el precio estaba bien determinado y que el plazo se podía bajar a 90 días.

Jose Alejandro Hernandez Vargas

- No, esa era la única inquietud, si, si consideran que, que no, entonces este solamente el ultimo gracias.

Johan Felipe Medina Badilla

- Listo

Paula Valenciano Campos

- Alguna otra consulta, hola, Ana Lucía.

Ana Lucia Delgado Orozco

- Buenos días solo doña Paula para dejar constancia que a esta hora me incorporo en la Comisión mayor, muy buenos días.

Paula Valenciano Campos

- Listo doña Ana Lucia, muchas gracias nadie tiene más consultas, voy a leer el acuerdo para poder votar en virtud de lo expuesto, se acuerda dictar la decisión inicial para contratar, considerando lo dispuesto en la ley general de la contratación pública y su Reglamento, así como también por lo regulado en el reglamento de compras públicas del INA en los artículos 14 y 22, inciso B como segundo punto, aprobar el, el pliego de condiciones de licitación reducida para la contratación de servicios de remodelación de las oficinas de COOPEX y URMA Sede central Luca San José, por un monto estimado de ₡159. 647.176,75, y con un plazo de entrega de 90 días hábiles, plazo digo, punto 3, comunicar a la persona encargada de la unidad de recursos materiales que será responsable de dar seguimiento y supervisión a este trámite, esto con el propósito de verificar el cumplimiento de los tiempos dados para realizar el procedimiento de contratación y punto 4 comunicar el acuerdo a la persona encargada de la unidad de recursos materiales del proceso de arquitectura y mantenimiento de la unidad de recursos

materiales y del proceso de adquisiciones, la unidad de compras institucionales, procedemos a la votación don Norbert García Cespedes.

Norbert Garcia Cespedes

- Aprobado y en firme.

Paula Valenciano Campos

- Roy Ramírez Quesada

Roy Ramirez Quesada

- Aprobado y en firme.

Paula Valenciano Campos

- Doña Rocío López Monge.

Rocio Lopez Monge

- Aprobado y en firme.

Paula Valenciano Campos

- - Don Fernando Sánchez Matarita.

Fernando Sanchez Matarrita

- Aprobado y en firme.

Paula Valenciano Campos

- Paula Valenciano Campos aprobado y en firme vamos por el artículo 4, adjudicación de la licitación menor 2025LE-000009-0002100001 para la compra de líneas de vida para los edificios de la Unidad Regional de Heredia por un monto estimado de ₡130.000.000,00**,** se le otorga la palabra a la unidad de compras para que proceda con la exposición.

Johan Felipe Medina Badilla

- Sí, este artículo 5 es la es la adjudicación de la licitación menor 9 de este año para la compra de líneas de vida para el edificio de la unidad regional de Heredia, esto por un monto estimado de 130000000 bueno, en la sesión 11, esta comisión tomo el acuerdo de aprobar el pliego en el artículo 6. Esta contratación es de una partida. El trámite se publicó en SICOP el 3 de abril a las 12:46. La apertura se realizó el 15 de mayo a las 8:00 se recibieron 5 ofertas, soluciones ALTIUS Sociedad Anónima, SONDEL Sociedad Anónima, Equipo de Salud Ocupacional Sociedad Anónima, a cruz soluciones sociedad anónima y sol con instalaciones sociedad anónima. Desde la perspectiva legal, todas las empresas cumplen, excepto a cruz, porque la oferta no presenta la personería jurídica y tampoco se puede validar la firma digital, dado que el archivo, el sistema lo da por muy pesado y sin embargo se previene, pero no, no atiende la prevención, entonces por eso incumplimiento queda fuera las demás ALTIUS son del Equipo de Salud Ocupacional y SONDEL cumplen desde la perspectiva legal y administrativa recordemos que se revisan declaraciones personerías todo el tema de inhibiciones, verdad que tenga alguna inhabilitación, además, acuerdos consorciales, subcontratistas. El tema de todo el tema del pago de impuestos y además del artículo 126 y firmas digitales. Por otro lado, el Proceso de Adquisiciones en secuencias 1676243 y 1676255 felicita al proceso de seguimiento, apoyo y control de la unidad regional de Heredia, quien hizo el estudio técnico, remitir el estudio técnico. Este lo contesta e indica que son del no cumple el oferente, no presenta carta de autorización del fabricante para la instalación, mantenimiento y reparación, no presenta la información del personal técnico no presenta información del capacitador certificado, se, se le realiza prevención y en algunos edificios, el oferente incumple varios puntos solicitados en el punto 3 de especificaciones, en el cual viene la distribución de los edificios que tenían, dice. Dado esto y los incumplimientos técnicos, esta oferta no cumple SOLUCIONES ALTIUS tampoco cumple, no indica la vida útil de los de 15 años, se realiza prevención en su respuesta, presente información solicitada en algunos edificios, el oferente incumple con varios puntos solicitados en el tema de especificaciones, más que todo en la distribución de las de las líneas de virus la única empresa que está cumpliendo, en este caso sus equipos de salud ocupacional. La empresa cumple con todas las condiciones de admisibilidad de pliego y con las condiciones técnicas, y también consideran de que el precio es razonable. Por otro lado, acros no cumple, no presenta la carta de compromiso del fabricante para auditar y certificar el sistema a se obtuvo respuesta de parte de ALTIUS entonces queda fuera, no indica la garantía de fabricación no indica la garantía de repuesto y mantenimiento mínimo de 12 meses tampoco presenta la información del capacitador certificado y el sistema vertical se solicita debe tener una altura de 2,5 que permita sobresalir de 1,8 M de altura del peldaño, y en sus fichas técnicas no cumple con esta especificación.

Por otro lado, SONDEL tampoco cumple, no indica la vida útil de los equipos de 15 años ni también presenta el carnet de personal técnico para los trabajos en altura, se le realiza prevención, pero presenta una respuesta no acorde y también no cumplen algunos edificios. No cumple lo en temas de solicitados de 3.1 especificaciones técnicas con el desglose de los edificios donde estarán las líneas de vida Ante esto técnicamente estás recomendando y que la empresa que se adjudique ese Equipo de Salud ocupacional y con base al estudio legal y con base al estudio técnico administrativo, se está recomendando adjudicar a la empresa equipo de salud ocupacional por un monto de $135.670,11**.** dólares se verifica que el el que lo oferente está al día con todas las obligaciones o patronales y también se cuenta con el contenido presupuestal en el en el oficio 84 y ese es el resumen de esta compra, gracias.

Paula Valenciano Campos

- No sé si alguien tiene alguna consulta, yo sí tengo alguna consulta voy, voy a hacerla, quiero, quiero entender por qué las empresas oferentes dan montos en dólares si la, si el monto está en colones o sea, digamos eso, se puede hacer que ellos presenten a cómo les pagamos al tipo de cambio del día o cómo se hace eso.

Johan Felipe Medina Badilla

- Sí, sí, es que sí, la Ley permite de que el oferente pueda cotizar en cualquier moneda que permita el sistema actualmente, SICOP permite euro, dólares y colones, que es lo que pasa que la el estudio técnico a la hora de hacer la razonabilidad, pues se parte del tipo de cambio de la apertura entonces, si la apertura fue a 510, entonces ellos van a analizar y dan el razonamiento con base al tipo de cambio y lo convierten a colones qué pasa la adjudicación sí tiene que ser en la moneda, que está cotizando en este caso dólares, pero a nivel de pago se va a pagar con el tipo de cambio del día que voy a pagar para no digamos generar un, un, un beat un .

Paula Valenciano Campos

- O sea, se les paga el tipo de cambio del día que se paga punto.

Johan Felipe Medina Badilla

- Sí, correctamente sí, y al tipo de cambio de venta y del Banco Central.

Paula Valenciano Campos

- OK, está bien, esa era mi consulta. Me parece bastante curioso, pero bueno, no sé si alguien más tiene alguna consulta para poder proceder con su con el el acuerdo es proceda a leer en virtud de lo expuesto, se acuerda adjudicar la licitación menor 2025LE-000009-0002100001 para la compra de líneas de vida para los edificios de la Unidad Regional de Heredia, según el dictamen Administrativo y legal e informe de recomendación realizado por la dependencia, responsable de analizar las ofertas, así como los en los elementos de adjudicación de la siguiente manera, adjudicar la partida número 1 al oferente a Equipos De Salud Ocupacionales el punto A por un monto con IVA de $135.670,11 y con un plazo de entrega de 30 días hábiles B comunicar el acuerdo a la persona encargada de la Unidad Regional de Heredia del Proceso de Adquisición a la Unidad de Compras de la Unidad de Compras Institucionales, se procede al acuerdo don Norbert Garcia.

Norbert Garcia Cespedes

- Aprobado y en firme.

Paula Valenciano Campos

- Roy Ramírez Quesada

Roy Ramirez Quesada

- Aprobado bien firme.

Paula Valenciano Campos

- Doña Rocío López Monge.

Rocio Lopez Monge

- Aprobado y en firme.

Paula Valenciano Campos

- Don Fernando Sánchez Matarrita

Fernando Sanchez Matarrita

- Aprobado y en firme.

Paula Valenciano Campos

- Paula Valenciano Campos, aprobado y en firme procedemos al artículo 6. Adjudicación de la licitación mayor 2025LY-000005-0002100001 para la compra de servidores de datos y equipo de comunicación por un monto estimado de ₡701.378.329,00, se le otorga la palabra a la unidad de compras para que pues.

Johan Felipe Medina Badilla

- Sí, este artículo 6 es la licitación mayor 5 para la compra de servidores y de datos y equipos de comunicación por un monto estimado de ₡701.378.329,00**,** ok, esto se aprobó en la sesión extraordinaria 8 del del 13 de marzo, la Comisión mayor de gestión de compras aprobó el período de condiciones y dictó la decisión inicial en el artículo 4, la contratación se compone de 4 partidas. El trámite se publicó el 13 de marzo a las 16:53 y la apertura se realizó el 6 de mayo a las 7:01 minuto se recibieron 10 ofertas distribuidas en las partidas 1 y 2 se participó ANPHORA SOCIEDAD ANON. La partida 3, NORTEC CONSULTING SOCIEDAD ANONIMA, MARTINEXSA LIMITADA COMPONENTES EL ORBE SOCIEDAD ANONIMA, CENTRAL DE SERVICIOS PC SOCIEDAD ANONIMA, GRUPO COMPUTACION MODULAR AVANZADA SOCIEDAD ANONIMA, SONDA TECNOLOGIAS DE INFORMACION DE COSTA RICA SOCIEDAD ANONIMA, en a en la partida 4 participó SPC INTERNACIONAL SOCIEDAD ANONIMA, NORTEC CONSULTING SOCIEDAD ANONIMA en la en la verificación legal que realizó el proceso de adquisiciones en secuencia 1669118, las, las empresas, las empresas que participaron todas cumplen desde la verificación legal y administrativa, cumpliendo con declaraciones juradas, pago de impuestos, vigencia de la oferta, acuerdos con sociales, en caso de haber el tema de sus contratistas, revisiones de prácticas colusorias ligado con el 126 de participación en firmas digitales y no presenta ninguna inhabilitación en el psico el Proceso de Adquisiciones solicita el estudio técnico a la Unidad de Servicios de Informática y Telemática en la secuencia 1677535 realiza el estudio técnico dando como resultado de que para la partida uno y 2 la empresa, que es la única que participo en esas partidas, cumple desde la perspectiva técnica, cumpliendo con las condiciones invariables, técnicas establecidas, las especificaciones técnicas y se admite al cumplir con toda la razonabilidad del precio utilizando el tipo de cambio, determinan de que el precio es razonable, con los márgenes del mercado para esas 2 partidas en la partida 3, que es donde participaron muchas empresas. La empresa en NORTEC no cumple, no cumple con especificaciones técnicas, ya que no cumple con el punto 3.1 punto 3, donde dice que debe permitir el manejo de múltiples capas de almacenamiento, permitiendo instalar a futuros discos de Estado sólido o disco de alta capacidad y no especifica la oferta el, el de 2000 H, permite mezclar discos pero no soporta el teaming automático en un mismo pull como exige la especificación, el sistema de logos si system, aunque permite físicamente instalar discos distintos de distintos tipos, no cumple con el requerimiento 3.1 punto 3 ya que no permite agrupar diferentes tipos de discos en un mismo punto lógico esa es ante esto por no cumplir con esta especificación técnica, está fuera de poder ser elegible para adjudicación. La empresa que cumple con todas las condiciones en la partida 3, tanto las condiciones invariables, especificaciones técnicas y es razonable con los precios del mercado es la empresa MARTINEXSA por otro lado, la empresa te regalé en algún momento, ya me perdí 5 adiós por 3 MARTINEXSA,COMPONENTES EL ORBE*,* COMPONENTES EL ORBE la empresa cumple con las condiciones invariables y especificaciones técnicas, por lo que se considera elegible en el presente estudio, en la razonabilidad del precio, pues es razonable con los precios del mercado por otro lado, en la empresa CENTRAL DE SERVICIOS no cumple, no cumple por sobre las condiciones, no cumple con la oferta económica, ya que incluye el boom sin boom, que la no sé técnicamente será, sin embargo no se deja evidencia el desglose por lugar y no cumple con lo solicitado tampoco cumple con la experiencia porque presenta una experiencia del VALVI del 2017, pero no, no cumple con el requerimiento, ya que no presenta las 3 cartas que se estaban solicitando ante estos CENTRAL DE SERVICIOS. No cumple técnicamente, por otro lado, la empresa GRUPO COMPUTACION MODULAR AVANZADA tampoco cumple la en oferta económica, incluye el boom. Sin embargo, no se evidencia el desglose por lugar la empresa no cumple con la experiencia de la empresa y tampoco con la vigencia del equipo ofrecido, ya que no aporta carta del fabricante indicando que el equipo de marca verdad ya se encuentra vigente. Por otro lado, en la especificación técnica 1.1 tampoco cumple con la documentación detallada de la configuración de la solución y con los diagramas físicos y lógicos correspondientes. Ante esto, no se recomienda la adjudicación de esta partida y, por último, está la empresa SONDA TECNOLOGIAS, que no cumple, que con el tema de instalación no incluyeron en la

oferta los PDU en los lugares que se solicitaron. Tampoco cumple con la vigencia del equipo ofrecido y tampoco cumple con la especificación técnica 2.1 punto 1.6, ya que no queda evidenciada la documentación técnica asistente de diferentes números de partes y no se sabe cuál incluye. Por esto se está quitando de concurso esta empresa. Ante esto, la partida 3, solo con MARTINEXSA y COMPONENTES EL ORBE. Las demás quedan, fue de concurso en la empresa en la partida 4, las 2 empresas SPC Internacional Sociedad Anónima, NORTEC CONSULTING cumplen, cumplen con las condiciones invariables las especificaciones técnicas y el precio se considera razonable. Por otro lado, el proceso de adquisiciones de, de solicitud, una ampliación a la UCI para qué se refiriera a ciertos puntos que se solicitaron la USSIT dio, dio explicación mucho más concreta y mantiene la posición verdad de y en estudio técnico que se hizo dando como resultado bueno diciendo de que es la razonabilidad de precios también se hicieron las prevenciones correspondientes. Además, es importante indicar que se había presentado una nota de un correo de una empresa que es Norte IND ciertas cuestiones técnicas, verdad por correo y no por si embargo, se enviaron para valoración de las unidades técnicas. Las mismas fueron valoradas, pero se mantiene el mismo criterio, entonces en ese caso, al mantenerse el mismo criterio, la recomendación tanto técnica tanto técnica legal administrativa es que se recomienda la partida 1 y 2 ANPHORA SOCIEDAD ANÓNIMA la 3 a MARTINEXSA LIMITADA y la 4 SPC INTERNACIONAL SOCIEDAD ANONIMA, quienes presentan el precio más barato para la administración. Las empresas se encuentran al día y se cuenta con contenido presupuestario, se encuentra la totalidad de la de los ₡701,378,329.00 y en la certificación 59 emitida y ese es el resumen de esta compra, muchas gracias.

Paula Valenciano Campos

- Elite el espacio por si algún miembro de la Comisión tiene alguna consulta en virtud procedo a leer el acuerdo, adjudicar la licitación mayor 2025. Perdón, sí. Norbert y acabo de ver.

Fernando Sanchez Matarrita

- Ya Paula sí.

Norbert Garcia Cespedes

- Disculpas este vamos a ver, y la la ruta crítica está bastante ajustada y mi pregunta es, Allan y Gustavo, esto está contemplado entre los posibles compromisos pendientes para el otro año, nada más como para saber.

Johan Felipe Medina Badilla

- He indicado.

Allan Altamirano Diaz

- Sí, sí, gracias doña Paula.

Paula Valenciano Campos

- Aló

Allan Altamirano Diaz

- La ruta crítica original la universidad estaba para la para la entrega el primero de diciembre, contemplando que fuera junta Directiva por el monto de adjudicación en menos de ₡701,378,329.00 de colones que dan a comisión mayor se reduce unos 10 14 días hábiles la ruta entonces, estaría, digamos que para la segunda quincena de noviembre, si todo digamos, se cumple lo que está, lo que está contemplados, lo que es la firmeza, igual se mantiene por ser licitación mayor baja junta va perdón a la Contraloría, pero esperaríamos a darle seguimiento a la ruta crítica.

Norbert Garcia Cespedes

- No está formulado para el 2026.

Allan Altamirano Diaz

- Y creo que estaba contemplado este tal vez ahorita no, no lo tengo a mano, el dato te lo puedo buscar y Arturo antes de que finalice la Comisión y este, pues no me acuerdo, la verdad en este momento estaba contemplado, pero la ruta original daba para el próximo de diciembre con todo, digamos la ruta más más engorrosa.

Norbert Garcia Cespedes

- OK, gracias.

Paula Valenciano Campos

- Quién más con alguna consulta voy a leer el acuerdo, en virtud de lo expuesto, se acuerda adjudicar la licitación mayor 2025LY-000005-0002100001 para la compra de servidores de datos y equipo de

comunicación, según el dictamen técnico, administrativo y legal e informe de recomendación realizado por las dependencias responsables de analizar las ofertas, así como en los elementos de adjudicación de la siguiente manera, adjudicar la partida número 1 en el ofente ANPHORA SOCIEDAD ANÓNIMA por un monto con impuesto de valor agregado de $123.396,00y con un plazo de entrega de 30 días hábiles. Adjudicada la partida número 2 al oferente ANPHORA SOCIEDAD ANÓNIMA por un monto con IVA de $223.502,70y con un plazo de entrega de 30 días hábiles adjudicada la partida número 3 al oferente MARTINEXSA LIMITADA por un monto con IVA de $234.871,63 y con un plazo de entrega de 30 días hábiles y adjudica la partida número 4 en los ofentes, SPC INTERNACIONAL SOCIEDAD ANONIMA., por un monto con IVA de $371.736,17 y con un plazo de entrega 30 días hábiles, como punto número 2, comunicar el acuerdo a la persona encargada de la Unidad de Servicios de Informática y Telemática y del Proceso de Adquisiciones de la Unidad de Compras Institucionales, se promete se procede a emitir el acuerdo a votación. Don Norbert García Cespedes

Norbert Garcia Cespedes

- Aprobado y en firme.

Paula Valenciano Campos

- Roy Ramírez, que está.

Roy Ramirez Quesada

- Aprobado y en firme.

Paula Valenciano Campos

- Doña Rocío López Monge.

Rocio Lopez Monge

- Aprobado y en firme.

Paula Valenciano Campos

- Don Fernando Sánchez Matarita.

Fernando Sanchez Matarrita

- Aprobado y en firme.

Paula Valenciano Campos

- Paula Valenciano Campos aprobado y en fines el artículo 7, que es el último punto de resolución del recurso de Revocatoria interpuesto por RAYMOND MIRANDA ZUÑIGA. Cédula de Identidad, 106220806, en calidad de representante legal de la empresa, CORPORACION A C S SABANILLA en contra de la acto de adjudicación de la partida número 2 a favor de celebrar TELERAD TELECOMUNICACIONES RADIODIGITALES SOCIEDAD ANONIMA de la licitación menor 2025LE-000004-0002100001, PROYECTORES, RETROPROYECTORES Y PANTALLAS se le la palabra la asesoría legal para que nos ayude con la exposición del tema.

Ana Lucia Delgado Orozco

- Muchísimas gracias doña Paula y muy buenos días a todos, este es el segundo recurso que se presenta en relación con esta licitación. 2025L-000004-0002000001 de PROYECTORES, RETROPROYECTORES Y PANTALLAS. El primero fue conocido el día lunes por la Junta Directiva, puesto que requirieron el conocimiento del superior jerarca en materia de contratación y este segundo recurso es un recurso de revocatoria que presenta la empresa CORPORACION A C S SABANILLA, específicamente Raymundo Miranda Zúñiga en contra del acto de adjudicación de la partida 2 líneas 2 y 3, que recayó a favor de TELERAD TELECOMUNICACIONES RADIODIGITALES SOCIEDAD ANONIMA. En la licitación, que fue mencionada en relación con la admisibilidad de este recurso, indicarles que efectivamente se presenta dentro del plazo ante la administración en el formulario de contenido, sin embargo, al momento de verificar la firma del acto del recurso no del adjunto, sino dentro del formulario del contenido del SICOP, se constata que el recurso fue presentado y firmado dentro de la casilla del SICOP por Raymond Miranda Zúñiga, quien según consulta en la parte de consultas de proveedor del SICOP, no acredita las facultades de legitimación y capacidad legal para interponer una acción recursiva de conformidad con la información que consta tanto en ese módulo de consulta de proveedores como en el ser, que tampoco acredita un documento con capacidad legal o específica para este acto. No obstante, por el principio de oficiosidad de la administración solicita criterio técnico a la unidad de soporte, servicios tecnológicos para poder analizar los puntos señalados el recurso es, como señalé en contra de la partida 2 y presenta sus inconformidades en los siguientes motivos que están resumidos que la empresa adjudicataria no aporta literatura técnica requerida que el

dictaminador técnico aceptó carta emitida por el fabricante donde indica el cumplimiento de otros puntos técnicos solicitados, pero omite referirse y fundamentar en el estudio técnico las razones para justificar técnicamente el por qué el fabricante señala que tiene capacidad de proyección y los cuales no son de recibo por cuanto en otros aspectos si fue aceptado, y en este caso le fue rechazado en este punto que su oferta es la de menor precio, que fue erróneamente excluida y quedado perdón y que además se ha dado un trato preferencial hacia la firma TELERAD, a quien se le requirió un subsane y él mismo no fue debidamente atendido, mientras que para otros concursos y otros oferentes el dictaminador técnico ha excluido a las ofertas respectivas que la empresa adjudicada incumple por la falta de documentos certificados por notario o bien que no se ajusta a lo indicado en el pliego de de condiciones mediante el criterio técnico los funcionarios Alejandra Angulo Barquero y Juan Pablo fallas González emiten el oficio USSIT-2622025, que también está visible en el SICOP, dando respuesta de manera amplia a cada uno de los cuestionamientos expuestos por la empresa recurrente, señalando puntualmente mediante un resumen que, en atención a los argumentos expuestos, el área técnica ha señalado que la empresa recurrente continúa incumpliendo, dado que lo el equipo que ofertan para dicha partida octava OP 42 W que está ofertado por CORPORACION A C S SABANILLA fue descartado y en virtud de la documentación oficial del fabricante, incluyendo el sitio web y manuales técnicos, se establece que el modelo indicado posee una pantalla de hasta 300.7 pulgadas y 320 como es el requerido en el empleo de condiciones aunque la empresa aporta una visiva, una misiva del fabricante en la que afirma que el tamaño de la pantalla es 330 pulgadas dicha prueba fue considerado inadmisible por la siguiente razones, el pliego de condición, el pliego de de la licitación establece de forma expresa que la documentación técnica debe ser coincidente y provenir de la literatura oficial de fabricante. No se aceptan declaraciones juradas ni cartas suscritas por terceros como medio probatorio sustituto que la aceptación de dicha carta sí se aceptara hubiese implicado una ventaja indebida al respecto los demás oferentes, afectando el principio de igual de condiciones a mí asimismo, se requiere que la documentación técnica oficial este redactada en idioma español coincida de manera expresa con el con el modelo ofertado y que sea directamente del fabricante no se admiten notas certificadas por notarios, abogados u otra figura análoga, adicionalmente se efectúa una verificación técnica desde dicha oficina técnica del INA, complementaria mediante consulta directa al departamento de TECNOLOGY del FABRICANTE OCTOMA, quien ratifica que el modelo ofertado OP. 42 W únicamente tiene un tamaño de pantalla de 307 in y no de 320, cómo se requieren el pliego de con confirmándose de esta forma el incumplimiento técnico señalado por la parte técnica en relación con los cuestionamientos formulados en contra de la empresa adjudicataria la parte técnica verifica la documentación de experiencia nuevamente, que fue presentada en cuenta la firma digital validada y verificada así mismo, el personal técnico propuesto que cumple con los requisitos del perfil solicitado en empleo de condiciones y se adjunta la Carta distribuidor autorizado correspondiente, por lo que la oferta mantiene su condición de cumplimiento en consecuencia, señala, la parte técnica no logra la empresa recurrente en esta etapa desvirtuar la validez de la oferta presentada por TELERAD TELECOMUNICACIONES, RADIO DIGITALES ni de mostrar un mejor derecho a resultar adjudicataria. Por tanto, la parte técnica mantiene la recomendación técnica expuesta en el oficio USIT 1912025, que fue precisamente el resorte de la recomendación a esta comisión para la toma de acto final en la partida 2 igualmente cumpliendo con lo establecido en la Ley General de Contratación pública y sus reglamentos, se le brinda una, una audiencia al adjudicatario para qué se refiera de forma amplia a todos los elementos que fueron expuestos por el recurrente, recibida la misma y verificada conforme a los elementos ya dicho y siendo congruentes con lo que está expuesto en el análisis técnico, el recurso de Revocatoria que fue interpuesto por CORPORACION A C S SABANILLA SOCIEDAD ANONIMA en contra del acto de adjudicación de la partida 2 línea 2, línea 3 de la licitación mayor 2025 LE 5 ceros cuatro triple 0214 ceros, uno que es proyectores y retroproyectores y pantallas dictado a favor de tener a un de telecomunicaciones, radio digital asociada anónima se mantiene y se de rechazar dicho recurso revocatoria de conformidad con lo dispuesto en el artículo 244 y 245, que establece su imposibilidad para poder materializar y acreditar su mejor derecho a ser adjudicatario. La falta de fundamentación, y claramente el razonamiento que se dio en torno a la firma por inadmisibilidad, por tanto, se presenta ante la Comisión esta resolución de forma amplia que fue expuesta en este momento de manera resumida, concluyendo que se debe rechazar de plano, por inadmisible improcedencia, manifiesta el recurso revocatorio interpuesto por Raymond Raymond Miranda Zúñiga, representante no oficial de la

CORPORACIÓN SABANILLAS SOCIEDAD ANÓNIMA en contra del acto de adjudicación de la partida 2 líneas 2 y línea 3 de la licitación menor de cita de conformidad, con el 244 y 245, en concordancia con el 87 de la Ley General de contratación Pública, tomando como base el oficio USIT-262-2025 de la parte técnica que está visible en la plataforma del SICOP 2 confirmar el acto de adjudicación de la partida 2 en línea 2 y línea 3 de la licitación menor citada, de conformidad con dicho criterio técnico, manteniendo el acuerdo que fue adoptado por esta comisión mediante acuerdo UCI-PA-MGC-AC-61-2025 y dar por agotada la vía administrativa de conformidad con la Ley General de contratación pública y su Reglamento eso es todo y quedamos atentos a cualquier consulta, muchas gracias.

Paula Valenciano Campos

- El espacio para que los miembros de Convención puedan plantear consultas en relación al presentado por Ana Lucía, no sé si alguien tiene alguna consulta en virtud de lo expuesto, se acuerda como control uno rechazar de plano, por inadmisible improcedencia, manifiesta el recurso de revocatoria interpuesto por Raymond Miranda Zúñiga. Cédula de Identidad 106220806 de la empresa CORPORACION A C S SABANILLA SOCIEDAD ANONIMA en contra del acuerdo de adjudicación de la partida número 2, línea 2 y 3 de la licitación. Menor número 2025LE-000004-0002100001 PROYECTORES RETROPROYECTORES Y PANTALLAS a favor de TELERAD TELECOMUNICACIONES, RADIOS DIGITALES O SOCIEDAD ANÓNIMA de con, con lo dispuesto en los artículos 244 y 245 del RI GCP, en concordancia con el artículo 87. LGCPY con el criterio técnico emitido por la unidad de soporte de servicios tecnológicos, oficio USST-262-2025, visible en la plataforma SICOP un punto número 2 confirmaré el acto de adjudicación de la partida número 2 línea 2 y 3 de la licitación menor número 2025LE-000004-0002100001, PROYECTOR DE RETROPROYECTORES Y PANTALLAS a favor de TELETRAD TELECOMUNICACIONES RADIO DIGITALES SOCIEDAD ANÓNIMA adoptado mediante un acuerdo UCI-PA-CMGC-AC-61-2025, adoptado por la Comisión mayor de la gestión de compras, sesión ordinaria número 1625 CE el 14/05/25 artículo 5, visible en SICOP, dar por agotada la vía administrativa según lo dispuesto en la Ley General de la contratación pública y su Reglamento y comunicar el acuerdo a la persona encargada del proceso de adquisiciones de la unidad de compras institucionales tome tu acuerdo, tengo una consulta, yo no estuve en esta sesión de aprobación, puedo votar en esa del 14 de mayo

Ana Lucia Delgado Orozco

- Sí, sí, señora, sin ningún problema, porque es un acto nuevo.

Paula Valenciano Campos

- Perfecto. Gracias, Ana Lucia Don Norbert García Cespedes

Norbert Garcia Cespedes

- Aprobado y en firme.

Paula Valenciano Campos

- Roy Ramirez Quesada.

Roy Ramirez Quesada

- Aprobado y en firme.

Paula Valenciano Campos

- Doña Rocío López Monge.

Rocio Lopez Monge

- Aprobado hoy en firme.

Paula Valenciano Campos

- Don Fernando Sánchez Matarita.

Fernando Sanchez Matarrita

- Aprobado y en firme.

Paula Valenciano Campos

- Paula Valenciano Campos, aprobado y en firme al celular 925 del 04/06/2025, se da por terminada la sesión ordinaria, agradeciendo la participación de todos. Yasira ayudas con parando la, la sesión.

Yasira Fernandez Núñez

- Si, claro que si un segundito

Johan Felipe Medina Badilla

- Gracias.

Sin más asuntos que tratar finaliza la sesión ordinaria a las 09:25 horas del día 04 de junio del 2025.

Paula Valenciano Campos
Gerenta General