

OBSERVACIONES PRESENTADAS POR MCCANN				
No.	PREGUNTA	AREA RESPONSABLE	RESPUESTA	Requiere adenda SI/NO
1	<p>ALCANCE TÉCNICO DEL OBJETO</p> <p>Establece la entidad en el numeral 2.2.1.1. que el contratista debe "Radiciar la factura de cada actividad ejecutada, previo visto bueno del supervisor, dentro de los 5 días hábiles siguientes a la aprobación, acompañado del informe final impreso". Posteriormente, en el numeral 2.3 "Entregables" se determina que el contratista debe entregar informe final (digitalizado) de cada proyecto o actividad llevada a cabo, acompañado del presupuesto ejecutado (real cumplido), la evaluación, medición de resultados y propuestas para el aprovechamiento de resultados (según requerimiento de PROCOLOMBIA), una vez concluido el proyecto o actividad y en un plazo máximo de (10) días calendario después de su terminación conforme a las necesidades o requerimientos de PROCOLOMBIA.</p> <p>En el caso de proveedores internacionales como Facebook y Google tenemos que no es posible aportar los soportes de las actividades realizadas y facturadas por los medios (real cumplido) en el plazo establecido por Procolombia para radicar factura de cada actividad ejecutada, esto debido a que los mencionados proveedores tardan aproximadamente diez (10) días hábiles en emitir factura. Dada la imposibilidad de radicar factura con los soportes de facturación de estos proveedores, solicitamos a la entidad ampliar el plazo de cinco (5) a diez (10) días hábiles siguientes a la aprobación o para el caso concreto de Facebook y Google permitir que estos soportes sean aportados de forma posterior de acuerdo con los tiempos de facturación que manejan estos medios.</p>	MERCADEO	Se acepta la sugerencia y se modifican los TDR.	SI
2	<p>RED A NIVEL INTERNACIONAL</p> <p>Establece la entidad en el numeral 3.4.1.1. que el proveedor deberá entregar certificación original o copia, firmada por el representante legal de su sociedad matriz o de la sucursal en Colombia, donde se exprese que tiene participación accionaria o sucursales en Norteamérica, América del Sur, Europa y Asia. Lo anterior, con el fin de probar la presencia de red de servicios que se dediquen a la prestación de los servicios objeto de estos términos.</p> <p>Para ser válidas, las certificaciones deberán contener lo siguiente:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Nombre completo y NIT de la entidad que certifica. - Fecha de expedición (no mayor a 3 meses) <p>En relación con el anterior requisito solicitamos a la entidad aclarar los siguientes aspectos: 2.1. ¿Este requisito se acredita mediante una (1) certificación suscrita por el representante legal de la matriz o sucursal proponente? ¿Esta precisión resulta procedente porque al leer el requisito en la parte inicial es claro que se trata de una certificación que puede ser suscrita por el representante legal de la matriz o por el representante legal de la sucursal proponente, sin embargo, al indicar los requisitos que debe cumplir dicho documento la entidad hace referencia a las certificaciones de forma plural como si se tratara de varias certificaciones.</p>	MERCADEO	Se acepta la sugerencia y se modifican los TDR.	SI
	<p>2.2. En cuanto al contenido de la certificación o certificaciones, cuando se solicita nombre completo y NIT de quien certifica, si se trata de certificación suscrita por representante legal de la matriz o sucursal (proponente), entonces ¿Se trata de la información del mismo proponente quien suscribe igualmente quien suscribe la certificación?</p>	JURIDICA FIDUCOLDEX	Si, de acuerdo con su apreciación, es el mismo proponente.	NO
	<p>EXPERIENCIA EN CAMPAÑAS DE COBERTURA INTERNACIONAL</p> <p>Establece la entidad en el numeral 3.4.1.2. que el proponente deberá aportar (3) certificaciones de contratos suscritos, ejecutados y/o en ejecución, cuyo objeto esté relacionado con el desarrollo de campañas con alcance internacional (en por lo menos 2 continentes) que incluya plan de medios manejados desde Colombia dentro de los tres (3) años anteriores a la fecha de cierre de esta invitación abierta, monto mínimo de Quinientos Millones de Pesos (\$500.000.000) sin incluir IVA. Dichas certificaciones pueden ser directas a través de sus aliados.</p> <p>3.1. Solicitamos a la entidad aclarar si es suficiente para la acreditación de este requisito la presentación de certificaciones correspondientes a campañas que hayan sido ejecutadas en cualquier país de cualquiera de los continentes.</p>	MERCADEO	si, siempre y cuando cumpla con el alcance internacional en mínimo 2 continentes y lo demás estipulado en el numeral 3.4.1.2	NO
	<p>3.2. Igualmente solicitamos aclarar si debe acreditarse el desarrollo de una campaña con alcance en dos (2) continentes simultáneamente o si es posible acreditar esta cobertura con certificaciones de campañas diferentes e independientes ejecutadas cada una en un continente</p>	MERCADEO	no necesariamente tiene que ser simultánea, posible acreditar esta cobertura con certificaciones de campañas diferentes e independientes ejecutadas cada una en un continente, con lo demás estipulado en el numeral 3.4.1.2	NO
	<p>PROPUESTA ECONOMICA (NUMERAL 4.1.1.2)</p> <p>Establece la entidad en el numeral 4.1.1.2. que la propuesta económica será objeto de ponderación otorgándole un valor de 30 puntos. En el mismo numeral se aclara los siguientes aspectos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Si existe diferencia entre la suma de los valores unitarios y el valor total, prevalecerá la suma de los valores unitarios presentados por el proponente y el valor total será corregido por PROCOLOMBIA. - Los valores corregidos se tendrán en cuenta en la evaluación de las propuestas, en la adjudicación y suscripción del contrato, por lo que los errores u omisiones en que incurra en la propuesta económica serán de la exclusiva responsabilidad del proponente, debiendo asumir los mayores costos y/o pérdidas que se deriven de dichos errores u omisiones. Más adelante el documento indica que serán de exclusiva responsabilidad del proponente los errores u omisiones en que incurra al indicar los precios unitarios y/o totales en su propuesta, debiendo asumir los mayores costos y/o pérdidas que se deriven de dichos errores u omisiones. Los precios ofertados no serán objeto de reajustes durante la vigencia del contrato. Teniendo en cuenta lo anterior, solicitamos respetuosamente a la entidad lo siguiente: <p>4.1. Solicitamos indicar si existe algún formato para la presentación de la oferta económica y en caso de ser así, solicitamos publicarlo para que esté disponible para todos los proponentes.</p>	MERCADEO	No existe un formato establecido, el proponente podrá plantear su propuesta económica según su criterio	NO
	<p>4.2. Solicitamos aclarar a qué hace referencia la entidad con valores y/o unitarios en el presente numeral</p>	Secretaría general	Se acepta la sugerencia y se modifican los TDR.	SI
	<p>4.3. Solicitamos a la entidad precisar el alcance del presente numeral, en el sentido de indicar que la oferta económica que debe presentar el proponente corresponde a los Honorarios Fijos Mensuales. De no ser así, solicitamos modificar el pliego con el fin de establecer qué otros componentes deben integrarla oferta económica y cuáles serán las condiciones de su diligenciamiento</p>	Secretaría general	se modifica y se ajusta la redacción SON ÚNICAMENTE HONORARIOS FIJOS	SI
	<p>HONORARIOS FIJOS MENSUALES (NUMERAL 4.1.1.2.1)</p> <p>5.1. El numeral 4.1.1.2.1. establece que el proponente debe señalar expresamente cuál es el valor de los honorarios fijos mensuales, discriminando el valor del IVA y que dichos valores deben expresarse en pesos colombianos. Aunque al parecer este será el único criterio que será empleado para la evaluación económica de la oferta, la entidad no señala cuál será la fórmula que se aplicará para otorgar los puntos.</p> <p>Solicitamos a la entidad indicar cómo será asignado el puntaje a la oferta de Honorarios Fijos Mensuales, señalando a qué oferta se otorgará el máximo puntaje y cuál será la fórmula aplicable para la asignación del puntaje de todos los oferentes.</p>	Secretaría general	Se incluye la fórmula y se modifican los TDR.	SI
	<p>5.2. Los numerales 4.1.1.2.1.2 y 4.1.1.2.1.11 señalan cuáles son los servicios que se consideran incluidos en el valor a ofertar por concepto de honorarios fijos mensuales (fee mensual). En relación con estos servicios solicitamos a la entidad aclarar los siguientes aspectos:</p> <p>5.2.1. ¿La remuneración a proponer contempla el manejo de comisiones por compra de medios no tradicionales como Google, Facebook y/o Compra programática?</p>	MERCADEO	Procolombia solo reconocerá valores por concepto de honorarios fijos, no se reconocerán comisiones sobre ningún proyecto	NO
	<p>5.2.2. ¿A qué hace referencia específicamente el inciso 4.1.1.2.4 Coordinación supervisión y control durante el proceso de preproducción externa de todo el material que requiera PROCOLOMBIA? ¿Que se espera de la agencia de medios sobre este punto?</p>	MERCADEO	Se espera el acompañamiento permanente y seguimiento en el proceso de preproducción y ejecución de las campañas que realizará Procolombia con sus contratistas.	NO
	<p>5.2.3. Respecto al punto 4.1.1.2.7 Coordinación y control del desarrollo del material creativo resultante de las estrategias, proyectos y actividades a realizar. ¿A qué se refieren con control del desarrollo? ¿Sugerimos que la agencia creativa se comprometa a compartir en tiempo y formato oportuno los materiales para garantizar este punto.</p>	MERCADEO	Se refiere al acompañamiento y seguimiento en el proceso de preproducción y ejecución de las campañas, además se requiere de comunicación interna de los diferentes contratistas para tener el mayor control de los proyectos	NO
	<p>5.2.4. ¿Qué entregables y en qué regiones espera la entidad tener los estudios de benchmarking señalados en el inciso 4.1.1.2.9?</p>	MERCADEO	no está determinado, se define en el desarrollo de cada proyecto	NO
	<p>5.3. Respetuosamente solicitamos a la entidad revisar las condiciones económicas del contrato con el fin de incluir como remuneración del futuro contratista la comisión por intermediación en la compra y negociación de los medios. Esta solicitud la formulamos en consideración a que el único componente hasta ahora previsto es la definida como Honorarios Fijos Mensuales. Como es de conocimiento de la entidad, la estructura de remuneración de las compañías especializadas en la prestación de servicios de control de medios que comprenden la investigación, conceptualización, planificación, elaboración, negociación, implementación, ordenación, compra de espacios y/o presencia en medios, control de espacios de promoción en medios y facturación (online, impresos, radio, televisión, espacios exteriores y medios no convencionales) comprende el pago de un porcentaje de intermediación o comisión que se calcula sobre el valor de la inversión realizada por el Cliente. El porcentaje de intermediación o comisión se paga como un concepto adicional al valor de los Honorarios Fijos Mensuales.</p> <p>Así las cosas, solicitamos a la entidad revisar la estructura de remuneración prevista para la ejecución del contrato objeto del presente proceso de selección, incluyendo el porcentaje de intermediación o comisión como uno de los elementos que integran.</p>	MERCADEO	Procolombia solo reconocerá valores por concepto de honorarios fijos, no se reconocerán comisiones sobre ningún proyecto	NO
	<p>EQUIPO DE TRABAJO</p> <p>Establece la entidad en el numeral 4.1.1.3 denominado Equipo de Trabajo que el proponente debe presentar el equipo mínimo requerido por PROCOLOMBIA para el manejo de la cuenta según las necesidades de PROCOLOMBIA de acuerdo con lo descrito en lo honorarios fijos, el equipo deberá incluir mínimo profesionales que desempeñen los siguientes roles:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Un (1) Director de Cuenta - Con experiencia en medios digitales y con dominio del idioma inglés (nivel C1) - Dos (2) Planner de medios - Con experiencia en la planificación y ordenación de medios digitales, televisión, radio, OOH, entre otros. Debe tener dominio de compra programática y herramientas de planificación, medición y optimización de medios. - Un (1) Implementador medios digitales - Con experiencia en cargos similares y que cuente con el menos tres certificaciones vigentes en plataformas como Google Adwords, Google Analytics, Facebook, YouTube en caso de tener más, favor adjuntar. Conocimiento del idioma inglés. Posteriormente indica que para que sea tenido en cuenta como válido el equipo de trabajo, en este punto el proponente deberá anexar el perfil y/o hojas de vida de los profesionales que conformarían el equipo de trabajo. Este equipo debe ser verificado y entrevistado por PROCOLOMBIA en caso de ganar la invitación abierta en curso y se reserva el derecho de solicitar cambios si lo considera necesario. La empresa que obtenga el primer lugar en la calificación deberá contratar el personal con los perfiles presentados en su propuesta. <p>De manera respetuosa solicitamos aclarar lo siguiente:</p> <p>6.1. Si el equipo humano que atenderá el contrato podrá estar conformado por personal con nivel de formación académica en el nivel técnico y/o tecnológico que cuente con la experiencia solicitada por Procolombia, de manera que no se limite a un equipo con formación profesional.</p>	Secretaría general	Se ajusta, el equipo puede estar conformado por Técnicos o Tecnólogos siempre y cuando cumplan con la experiencia requerida	SI
	<p>6.2. Indicar si con la propuesta deben presentarse las hojas de vida y demás soportes tendientes a acreditar la experiencia de las personas que integrarán el equipo humano propuesto o está es una obligación del contratista.</p>	MERCADEO	Se puede anexar perfil y/o Hojas de Vida.	NO
	<p>6.3. Cuando la entidad indica que el proponente deberá anexar el perfil y/o hojas de vida de los profesionales que conformarían el equipo de trabajo, a qué documento está haciendo referencia.</p> <p>Solicitamos respetuosamente que se precise el alcance del presente numeral indicando si el proponente solo está obligado a suministrar con la oferta los nombres de las personas que conformarían el equipo, su formación académica, experiencia, conocimientos, etc. o es suficiente la presentación de una carta y/o certificación suscrita por el Representante Legal del proponente en la que se comprometa a acreditar los requisitos del equipo, incluyendo un cuadro resumen que contenga, rol, cantidad de personas, años de experiencia, y porcentaje de dedicación del equipo ofertado.</p>	Secretaría general	Es suficiente la presentación de una carta y/o certificación suscrita por el Representante Legal del proponente en la que se comprometa a acreditar los requisitos del equipo, incluyendo un cuadro de resumen que contenga, descripción del perfil, rol, cantidad de personas, años de experiencia, y porcentaje de dedicación del equipo ofertado.	SI

<p>6.4. Establece la entidad en el mismo numeral que el equipo de trabajo se calificará con la siguiente fórmula: El proponente que presente la mejor propuesta de equipo de trabajo en cuanto a experiencia, cantidad y dedicación, se le otorgará el mayor puntaje, a las demás propuestas obtendrán el puntaje de manera proporcional mediante una regla de tres) Resultado de la ponderación de la propuesta presentada x máximo puntaje (20 puntos) Mayor resultado propuesta presentada Teniendo en cuenta lo anterior solicitamos a la entidad aclarar qué peso tendrá en la evaluación cada uno de los factores que se indica serán ponderados (Experiencia, cantidad y dedicación).</p>	MERCADERO	como se establece en el numeral 4.1.1.3 en la tabla se establece el valor asignado a cada rol.	NO	
<p>6.5. Solicitamos a la entidad aclarar cómo se realizará el cálculo o fórmula que será aplicada para determinar: • Resultado de la ponderación de la propuesta presentada • Mayor resultado propuesta presentada</p>	MERCADERO	Se diligenciará la tabla, basado en la cantidad de personas, experiencia y dedicación, la propuesta que obtenga el mayor número de puntos, se entenderá que es la propuesta base para la aplicación de la fórmula "Mayor resultado propuesta presentada"	NO	
<p>MODELO DE PLANEACIÓN, OPTIMIZACIÓN, MEDICIÓN Y ENTREGA DE RESULTADOS Establece la entidad en el numeral 4.1.1.1, que se evaluará la sustentación del caso, su aplicación y los siguientes aspectos particulares: • Proceso de Planeación (Metodología que utiliza para desarrollar su estrategia) • Análisis de tendencia de consumo de medios y audiencias • Planteamiento conceptual • Entendimiento del brief (coherencia con los objetivos planteados y el objeto misional de PROCOLOMBIA) • Definición de KPI's • Flow • Herramientas con las que cuenta, que utiliza y que pondrá a disposición de PROCOLOMBIA para desarrollar la estrategia • Metodología para la optimización, medición y entrega de resultados (Descripción de la Metodología y Herramientas Utilizadas) En relación con el anterior criterio de ponderación, solicitamos a la entidad: 7.1. Especificar cuál es el entregable esperado en el punto "3. Planteamiento Conceptual"</p>	MERCADERO	Es un capítulo de la presentación estratégica que hace parte integral de la resolución del caso	NO	
<p>7.2. En relación con la definición de KPI's por favor aclarar si estos deben ser propuestos por el oferente. Así mismo, si corresponden a métricas de Medios, de ser así ¿en cuáles debemos enfocarnos?</p>	MERCADERO	Deben ser propuestos por el oferente en todos los casos, corresponden a métricas de medios y el enfoque está dado a los objetivos de cada eje de negocio	NO	
<p>7.3. A qué hace referencia el concepto de "Optimización" al que se hace alusión en la nota anexa. Solicitamos muy atentamente ampliar la descripción del concepto.</p>	MERCADERO	Hace referencia a las eficiencias o mejoras en la gestión que se logra durante la ejecución de la pauta en medios.	NO	
<p>7.4. Solicitamos indicar si existe un valor de inversión estimado para el contrato.</p>	MERCADERO	No existe un valor estimado del contrato, el valor estimado de inversión anual en medios es el mencionado en el caso, no obstante este podrá variar teniendo en cuenta los proyectos que pueden surgir en la ejecución del contrato.	NO	
<p>VALORES AGREGADOS 8.1. Capacitaciones y transferencia de conocimiento En relación con las "Capacitaciones y transferencia de conocimiento" solicitamos a la entidad aclarar si cuando hace referencia al número de capacitaciones relacionadas con el desarrollo del objeto contractual entregadas al equipo de PROCOLOMBIA, se trata de número de sesiones grupales o por asistente.</p>	MERCADERO	Corresponde al número de sesiones	no	
<p>8.2. Rebates Establece la entidad en el numeral 4.1.2 "Rebates" que el proponente que presente el mayor porcentaje adicional de devolución sobre la inversión en medios obtendrá la mayor calificación (5 puntos), las demás propuestas se calificarán proporcionalmente. En relación con este criterio de evaluación presentamos a consideración de la entidad las siguientes observaciones y/o solicitudes de aclaración, con el fin que el alcance de los criterios de evaluación sea el mismo para todos los oferentes y el puntaje pueda ser asignado en condiciones de igualdad: 8.2.1. Definición y alcance de la expresión "Rebates" De acuerdo con el mercado y la estructura general del negocio, existe el concepto de INCENTIVOS, el cual hace referencia al porcentaje que los medios de comunicación pagan a una central de medios por la inversión acumulada de todos los anunciantes que dicha central de medios representa. Este porcentaje puede ser fijo o en escalas dependiendo del total de la inversión año y constituye ingreso directo de la central de medios por su gestión consolidada. Por su parte, se hace referencia también a los DESCUENTOS, los cuales corresponden al porcentaje en que un determinado medio reduce el valor total a facturar a cargo de un anunciante, en función de su volumen de inversión, mix de inversión, mix de medios, periodicidad, franjas, programación etc. El descuento no constituye ingreso para la central de medios. Finalmente, existen los BONIFICADOS, esto es aquellos beneficios que otorgan los medios o los intermediarios (las agencias, los broker o las centrales de medios) a un determinado anunciante como valor agregado del servicio. Los bonificados pueden estar representados, por ejemplo, en mejoramiento de ubicaciones, comerciales adicionales, recargos de posiciones, etc. Este beneficio no se otorga necesariamente en función del valor de inversión realizado por el anunciante y hace parte de la gestión de compra de medios que realiza la central, pero no constituye ingreso para esta. Como puede observarse, los conceptos de incentivo, descuento y bonificado tienen alcance diferente en el proceso de negociación que una central de medios realiza en representación de un anunciante. Si bien todos pueden acumularse para beneficiar y optimizar la inversión realizada, no tienen el mismo manejo ni impactan de la misma forma las condiciones económicas de un negocio. Es importante resaltar que para todos los eventuales proponentes es necesario conocer el alcance preciso e inequívoco de las obligaciones adquiridas, de manera tal que puedan ser estimados sus costos y evitando así riesgos durante la ejecución del contrato. Teniendo en cuenta lo anterior, respetuosamente solicitamos a la entidad definir qué se entenderá por "Rebates", indicando si hace referencia al concepto de incentivos, descuentos o bonificados.</p>	MERCADERO	Procolombia entiende como Rebate Es el porcentaje que será devuelto a procolombia de su inversión en medios para re- invertir, así que lo que más se adapta en el concepto de Incentivos	NO	
<p>8.2.2. Base sobre la que PROCOLOMBIA calculará los Rebates Tal como se indica en el punto anterior, los INCENTIVOS constituyen ingreso directo de las Centrales de Medios, calculado sobre el valor consolidado de inversión total que la Central de Medios ha gestionado para sus clientes y no sobre el valor específico de un determinado contrato o negocio. De acuerdo con lo anterior, solicitamos a la entidad: 8.2.2.1. Aclarar cuál será la base que se tendrá en cuenta para el cálculo de los "Rebates", señalando de forma clara y sin lugar a interpretación, si el porcentaje ofrecido por el contratista se aplicará a todo el valor de inversión realizado por el futuro contratista para todos sus clientes en un determinado periodo o si la base para el cálculo de los incentivos será solo la inversión que PROCOLOMBIA realice en dicho periodo.</p>	MERCADERO	Será solo para la inversión que PROCOLOMBIA realice en dicho periodo	NO	
<p>8.2.2.2. Solicitamos a la entidad indicar que el porcentaje ofrecido como "Rebates" se aplicará sobre el total de la inversión que realice PROCOLOMBIA en un determinado periodo, sin limitarlo a los medios que otorgan dicho beneficio.</p>	MERCADERO	PROCOLOMBIA no lo está limitando y se realizará sobre la inversión que realice PROCOLOMBIA	NO	
<p>8.2.2.3. Solicitamos a la entidad publicar la fórmula que se aplicará para obtener el puntaje por el criterio de "Rebates", señalando de forma precisa cómo se otorgará a los demás oferentes que no hayan hecho la oferta más favorable para la entidad.</p>	Secretaría general	Se incluye la fórmula y se modifican los TDR.	SI	
OBSERVACIONES PRESENTADAS POR HAVAS				
No.	PREGUNTA	AREA RESPONSABLE	RESPUESTA	Requiere adenda SI/NO
1	1. En el ítem 4.2.1.2 Experiencia en campañas de cobertura nacional, solicitamos amablemente a Procolombia sea válido presentar certificaciones con alcance a nivel región, ejemplo (Planes de medios manejados desde Colombia en países Latam ejemplo - Perú, Ecuador, Chile, Panamá, Vzla, entre otros) esto con el fin de poder participar en el proceso de referencia.	MERCADERO	no entendemos su pregunta, no se está solicitando campañas de cobertura Nacional	NO
2	2. En el mismo ítem del punto anterior queremos por favor nos den aclaración a qué se refieren con que las certificaciones pueden ser directas o través de sus aliados?	Secretaría general	Se entiende por certificación directa cuando Havas realiza la acción sin que intermedie un tercero Certificación a través de su aliado: una certificación de un tercero donde Havas tiene un vínculo comercial y la acción la realiza el aliado.	NO
3	1. Dado que hemos remitido algunas observaciones, preguntamos a la entidad si es posible nos den respuesta antes de la fecha prevista en el cronograma esto con el fin de conocer si cumplimos y empezamos con la elaboración del caso.	Secretaría general	No es posible, se mantienen los términos	NO
4	2. El presupuesto estipulado en el caso práctico es el valor del contrato para el adjudicatario?	MERCADERO	El presupuesto estipulado en el caso práctico, es el valor estimado de la inversión en medios anual sin incluir los valores de la propuesta económica	NO
	3. Es posible correr la fecha de cierre en 3 o 4 días hábiles con el fin de presentar la propuesta más acorde y de calidad a Procolombia.	MERCADERO	No es posible acceder a su solicitud, se mantiene el cronograma	NO
OBSERVACIONES PRESENTADAS POR Manuel Hernández - Licitaciones.502				
No.	PREGUNTA	AREA RESPONSABLE	RESPUESTA	Requiere adenda SI/NO
1	En el numeral 3.4.1.1 Red a Nivel Internacional, usted piden una certificación original o copia, firmada por el representante legal de su sociedad matriz o de la sucursal en Colombia, donde se exprese que tiene participación accionaria o sucursales en Norteamérica, América del Sur, Europa y Asia. Solicitamos que para este punto dicha certificación la pueda expedir un aliado de nuestra compañía, quien cumple con todos lo exigido en este numeral, quien a su vez aportará el numeral 3.4.1.2 Experiencia en campañas de cobertura internacional	MERCADERO	No es posible acceder a su solicitud, se mantienen los términos	NO