



Hon. Pedro R. Pierluisi Urrutia
Gobernador

Lcda. Karla G. Mercado Rivera
Administradora y Principal Oficial de Compras

MINUTA

SUBASTA INFORMAL 22-2979

ADQUISICIÓN DE ARTÍCULOS PROMOCIONALES PARA EL PROGRAMA DE TELEMEDICINA DEL DEPARTAMENTO DE SALUD DEL GOBIERNO DE PUERTO RICO

El día **28 de septiembre de 2022** a las **10:40 a.m.**, se llevó a cabo la Reunión Pre-Subasta de la Subasta de referencia. La misma debido a la pandemia del Covid-19, se celebró en modalidad virtual.

A esta reunión Pre-Subasta comparecieron:

1) Sr. Edwin Navas	Classic Printing
2) Sra. Viviana del Prado	Taluna Corp.
3) Sra. Vanessa Tristani	T & T Advertising
4) Sra. Haydee Báez	Advanced Promotional Advertising of Puerto Rico, Inc.
5) Sra. Wendy Mesino	C J Business Solutions
6) Sr. José Acosta	RR Donnelley
7) Sr. Edric Vila	United Forms & Graphics, Inc.
8) Sr. Einar Jiménez Cruz	Programa Telemedicina
9) Sra. Rebeca Raíces	Programa Telemedicina
10) Sra. Siomara Pérez Quintana	Gerente Proyecto Telemedicina
11) Sra. Vilma Borrero	Analista de Especificaciones, ASG
12) Sra. Cristine Y. Gómez	Asistente Administrativo, Subastas Informales

- El cierre de Registro de Asistencia se dio a las 10:51 a.m.
- Se leyeron los puntos más importantes de la Invitación, Pliego y de la Tabla de Cotizar. Se indica que, es responsabilidad de cada Licitador leer el Pliego en su totalidad.
- Se menciona fecha, hora y modo de entregar la oferta: Debe ser presentada en o antes del miércoles, 5 de octubre de 2022 a las 9:30 a.m. tanto física como electrónicamente. Según Enmienda Número 1.
- Término de Entrega: serán en la Calle Maga, Bo. Monacillos San Juan, P.R. 00958.

- Se indicó que el "Bid Bond" (Fianza de Licitación) será del 15% por ciento del total de la oferta y que el "Performance Bond" (Fianza de Ejecución) será el 25% por ciento del total de la oferta y que el mismo aplica al licitador a quién se le adjudicará en buena pro de la subasta. (Pág. 20-21)
- Se mencionan y se presentan veintiocho (28) partidas, que incluye esta Subasta Informal en su tabla de cotizar y sus debidas especificaciones.

Se inicia el proceso de preguntas, se nombran uno a uno los licitadores y se hacen constar para récord según fueron registrados por la secretaria.

➤ **Sección de preguntas:**

1) Vanessa Tristani de "T & T Advertising":

P. Hay unas diferencias que encontré en la tabla versus las especificaciones. En las especificaciones, hay como tres o cuatro artículos que dice "color bright", que significa "full color". Por lo tanto, yo entiendo, que el resto es a un color de impresión a excepción de esos cuatro artículos que lo dicen.

R. (Especialista) Le voy a pedir que sea más explícita al momento de hacer la pregunta.

P. En la #1, no dice en la Tabla de Ofertar cuantos colores, pero en las especificaciones sí dice "Colorbrite", por lo que entiendo que la quieren "full color". ¿Correcto?

R. (Analista de Especificaciones) Sí, es correcto.

P. Ok. En la partida #2 que es el "lunch bag", ustedes están solicitando 100, sin embargo, en las especificaciones indica en cantidades: azul 125 y rojo 125, que da 250. ¿Cuál es la cantidad correcta?

R. (Analista de Especificaciones) En la cantidad, por lo menos en la solicitud de la agencia dice cantidad 100 y en los colores dice 125 azul y 125 rojo. Entiendo que la agencia, puede aclarar esta situación.

R. (Agencia) Sí, tal vez fue un error, pero correcto es 100, sería 50 azul y 50 rojo.

P. Ok. En la partida #3 que es la sombrilla, ¿la impresión va a ser en un color y un solo panel? ¿Correcto?

R. (Agencia) No entiendo, ¿cómo que un panel?

P. Las sombrillas tienen diferentes paneles, de 4 u 8. La impresión es en un solo panel y en un solo color, a menos que indique lo contrario.

R. (Agencia) Si ese es el estándar en la industria, sí, sería en un panel.

P. Ahí en las especificaciones generales bajo "H" dice dos tonos: azul royal/blanco, blanco/verde y gris/anaranjado, entiendo que se refiere a otra cosa porque después en las cantidades sí lo especifica bien, rojo 125 y lima 125.

R. (Analista de Especificaciones) Sí, pero en ese caso es azul royal y blanco cada sombrilla.

R. (Especialista) Estamos en la partida #3, o sea, indica 250 en la cantidad y tenemos que son 125 de un color y 125 de otro color. El color indicado, ¿es rojo y el otro color es lima?

P. Correcto, lo que pasa es que, bajo especificaciones generales, un poco más arriba de eso, dice dos tonos: azul royal, blanco, verde, gris y anaranjado, lo que entiendo que eso no corresponde a ese artículo.

R. (Especialista) Agencia, ¿cuál es el color correcto?

R. (Agencia) El que dice ahí, 125 rojo y 125 lima.

P. En la especificación 263 de "Umbrella" de 46 pulgadas, en el 2 dice: azul royal/blanco, blanco/verde y gris/anaranjado, eso no iría.

R. (Especialista) Le recuerdo que ustedes van a ofertar encima de la tabla, las especificaciones están hechas para ayudarles a conseguir el bien o el artículo correcto. Entonces, ¿la tabla está correcta? Porque si no, tenemos que enmendar las dos cosas.

P. La tabla está correcta, lo que sucede es que en las especificaciones dice dos cosas diferentes y quería verificar. Ok. En la partida #5, el "Travel Tumbler", quiero confirmar que sea impresión en "laser engraved", así lo dice las especificaciones. En la tabla menciona los dos tipos que hay que es "silk screen" y opcional "laser engraved". Pero las especificaciones dicen "silk screen", entiendo, pero lo quería confirmar que es un solo color.

R. (Agencia) En los colores dice 288 "silk screen", esta es la descripción que pusimos porque están esas opciones. Si algún licitador no tuviera "silk screen" y tuviese la otra pues, jugar con eso.

P. Ok, no hay problema. Todo el resto de las partidas dicen que van a proveer el logo, pero no dicen que es a un color de impresión hasta la partida 18, lo que entiendo que es aún color de impresión todo que es lo más económico que sale. Simplemente dice que el logo lo proveerá la agencia peticionaria. Por eso fue mi primera pregunta, si lo que dicen "Colorbrite" es "full color" y todo lo demás es a un color, que así es que yo lo entiendo, pero quiero verificar con ustedes que sea lo correcto.

R. (Analista de Especificaciones) Agencia, ¿ustedes tienen las especificaciones que se prepararon aquí?

R. (Agencia) Sí.

R. (Analista de Especificaciones) Eso es lo que ella les está diciendo, ella está leyendo según la tabla y según la especificación. En las especificaciones, cuando yo no tengo el logo, ustedes no me lo envían, pues entonces se le pone logo lo proveerá la agencia peticionaria. La licitadora lo que quiere saber es si el logo es en colores. Si es en color blanco, color negro, según el artículo.

R. (Agencia) Tenemos que explorar, porque el logo de Salud es engraviente.

R. (Analista de Especificaciones) ¿Ustedes quieren el logo de Salud idéntico con los colores que ustedes lo tienen?

R. (Agencia) Dependiendo si el artículo provee el espacio, ya nos habían dicho que algunos lápices pues no porque podía haberse distorcionado, etc.

R. (Analista de Especificaciones) Esa es la duda que tiene el licitador.

R. (Agencia) El costo sabemos que puede variar, así que hay que explorar por artículo a quien le incluiríamos el logo de Salud y quienes sería solamente las letras que es "Departamento de Salud Gobierno de Puerto Rico".

R. (Analista de Especificaciones) Esa información, la necesitamos urgente para hacer una revisión a las especificaciones y poder enviarlo.

R. (Agencia) El logo está ahí. Mira, en la partida 10, están los que irían con logo y el texto y los que solamente serían el texto.

P. Yo por lo menos no recibí el logo, ¿dónde es que dicen que está el logo?

R. (Agencia) Ahí lo están mostrando.

R. (Analista de Especificaciones) Está en la tabla de ofertar.

R. (Analista de Especificaciones) ¿La agencia lo quiere "full color" donde se pueda poner "full color"?

R. (Agencia) En el caso de nosotros, ya nos dijeron que, si en los materiales que va a ir el logo, tiene que ser a color, no puede ir en blanco y negro. Tiene que ser con esos gravientes exactamente.

R. (Analista de Especificaciones) Por eso, que donde se pueda colocar, se va a colocar en color. Quiero estar clara en eso para que el licitador no tenga dudas. Ellos saben cuándo pueden ponerlo en colores, si es un bulto, una taza, según el artículo de promoción saben si tienen que ponerlo o no. ¿Qué color le van a poner como tal al artículo?

R. (Agencia) Es que no se puede cambiar, si no puede ser a color, no se puede colocar logo solamente texto.

R. (Analista de Especificaciones) ¿Y el texto sería?

R. (Agencia) Programa de Telemedicina, Departamento de Salud, Gobierno de Puerto Rico. Ese es un ejemplo de un bolígrafo donde sabemos que un logo sería complicado.

R. (Analista de Especificaciones) ¿Señora, ya está clara con esa información?

P. Aquí lo que cambia el costo es, si es a un color o muchos colores o "full color". Si es pequeño o grande, el licitador agraciado lo informará en el momento y le podrá decir si está bien para ahí o no. Cambia realmente el costo si la impresión es a un color o "full color".

P. En la partida #23, el "mouse pad" la foto que dieron que corresponde a esas medidas, lo único que es la medida de 1/8 de espesor de profundidad... En la descripción indica de 1/4 de profundidad, ¿verdad?

R. (Especialista) Dice aproximadamente, 9" W x 8" H x 1/8" D.

P. Ok. En la partida #24, dice set de cubiertos plásticos. Sin embargo, en las especificaciones dice 4 en 1 "stainless steel". En la oferta dice que es un set de cubiertos plásticos que corresponde a la foto que enviaron, pero en las especificaciones hablan de otro que es en "stainless steel", no plástico.

R. (Agencia) ¿Dónde usted dice que es "stainless steel"?

P. En el título. Dice 4 en 1 "stainless steel", en el UEA-22-384.

R. (Especialista) Agencia, ¿ustedes lo quieren en plástico o en acero inoxidable?

R. (Agencia) Plástico, ¿pero pudieran referirme donde dice que es acero inoxidable por favor?

R. (Especialista) En las especificaciones UEA-22-384.

R. (Especialista) Quedamos entonces Agencia que es plástico, ¿no?

R. (Agencia) Ok, sí, esa parte nosotros no la preparamos. No sé porque dice "stainless steel".

R. (Especialista) La partida #24, se queda set de cubiertos plásticos. La especificación será enmendada. ¿Alguna otra pregunta Tristani?

P. Sí, la partida #26, los "lanyards". Indica en especificaciones generales la letra "D" con gancho frontal y un lazo con "clip" giratorio. Asumo que el "clip" giratorio se refiere al enganche abajo. ¿A qué se refiere con brazo giratorio? ¿Si quieren añadirle un "attachment" o simplemente con el arito como está ahí?

R. (Especialista) Entiendo que, si nos dejamos llevar por la foto, ahí lo que aparenta ser es que es un "lanyard" con el arito que simula el aro de colocar las llaves, ¿cierto agencia?

R. (Agencia) Sí, ese arito simplemente gira.

P. Ok, que no hay que añadirle ninguno de esos, simplemente el "lanyard"

R. (Especialista) ¿Entonces el "lanyard" corresponde solamente la arandela que simula un llavero o es una arandela digamos sola, donde se puede enganchar como en el dibujo rosado a mano derecha? Porque lo que la licitadora indica es que, existen estos tres diferentes "lanyards". ¿Cuál de los tres es el que van a estar solicitando?

R. (Agencia) Bueno, conviene más el que gira que es el que se presenta el último a la derecha.

R. (Especialista) Que es el del "clip" giratorio...

R. (Agencia) "Clip" giratorio, correcto.

R. (Especialista) Ok Tristani, ya está contestada su pregunta.

P. Sí, tengo duda. ¿A cuál se refiere con "clip" giratorio?

R. (Agencia) El de abajo a la derecha que tiene el "clip" en "J".

P. Ok, con "J hook". O sea, que va con "attachment", hay que incluir con "J hook", ok.

R. (Especialista) ¿Alguna otra pregunta Sra. Tristani?

P. Sí. Las camisetas en las partidas #27 y #28. La pregunta es, ¿esta impresión va a ser en "full color" o un solo color? ¿Va a ser impreso grande al frente o atrás, o frente izquierdo? El lugar en donde va impreso, tamaño y si va a ser "full color" o un color.

R. (Especialista) Aquí indica que, debe ser "full color" porque está indicando la impresión del logo de la Agencia. Agencia, me corrige.

R. (Agencia) Según eso, sí. Tiene que ser específicamente como está expuesto ahí. Que sale el logo debajo de Programa Telemedicina, logo a lado izquierdo y Programa de Telemedicina lado derecho, si se observa la camisa de frente.

R. (Especialista) Claro, porque en la descripción, lo detalla. Que el área de impresión va a ser en el centro y lado izquierdo...

P. ¿En qué área lo detalla?

R. Donde dice la partida "Descripción", ahí dice el tamaño de cómo debe ser el logo.

P. Sí, pero eso lo escriben del catálogo, pero en las especificaciones no dice nada. Simplemente dice color blanco.

R. (Especialista) Dice que el material es algodón, el cuello sin costura. ¿A eso es lo que se refiere? Cuello de hombre sellado y el color es blanco.

P. En la descripción dice blanco, que entiendo que las camisetas son blancas. Ya me dijeron que el logo es "full color" y lo quiere en dos localidades impreso. Quieren impresión "full color" en un lado al frente izquierdo pequeño y al lado derecho un texto. ¿Es correcto?

R. (Especialista) Agencia por favor. Lo dice ahí donde está la impresión, Sra. Tristani. Si usted va a la tabla, a mano derecha dice que será impreso el Programa de Telemedicina y al lado izquierdo, el logo. Indica que el color va a ser blanco. Ahora bien, el color blanco, ¿es de la camisa o del logo?

R. (Agencia) Ok, sí, eso corresponde a lo que sale el catálogo, el tipo de selección de impresión, pero tengo aquí a Rebecca donde tiene un correo que indica las medidas del logo y del texto. Comunicaciones ya tiene un estándar. Vamos a ver si ese correo lo podemos enviar.

R. (Especialista) Me lo envían al correo electrónico mío por favor.

R. (Agencia) Son unas imágenes con unas camisas y una regla que mide el logo, texto, etc. Se las estaré enviando justo ahora.

R. (Especialista) El color de la camisa, es en lo que tenemos duda porque, dice colores: White. ¿Qué es lo que va "White"?

R. (Agencia) La camisa, sería la camisa.

R. (Especialista) Entonces, en la partida #27 y #28, las camisas van a ser blancas.

R. (Agencia) Correcto.

P. Tengo una pregunta más de esas camisetas.

R. (Especialista) Antes de continuar con la pregunta de la Sra. Tristani, para clarificar y beneficio de todos... ¿Tenemos entonces que vamos a subir una guía de cómo van a estar impreso los logos, agencia?

R. (Agencia) Sí, hay una guía escrita por el Departamento de Comunicaciones, así que eso es lo que acabo de enviar.

R. (Especialista) Claro, pero eso ellos no lo van a ver en este momento, lo que quiero es clarificar si vamos a tener una guía para que entonces ellos estén pendientes de que vamos a subir esa guía. Y la guía lo que va a indicar es la posición de los logos.

R. (Agencia) ¿Me puede dar su correo electrónico por favor?

R. (Especialista) No lo puedo dar aquí.

R. (Agencia) Ok.

R. (Especialista) Licitadores, tan pronto ellos me envíen el "guide line", lo estaré subiendo a la página de Reforma de Compras y estén pendiente a lo que se va a subir. Ahora bien, Sra. Tristani, ¿terminamos con sus preguntas para pasar con a licitador?

P. No, disculpe un segundo, tengo algo de las camisetas que quería verificar. Esto es global, el área textil, está bien escaso en las camisetas. Ahí están pidiendo una camisa estilo dama y estilo caballero. La pregunta es, este estilo dama que casi ya no se consigue, si fuera el caso que no se consiguiera, ¿puede ser completo la #27 y #28 el mismo estilo, camiseta "unisex"?

R. (Agencia) Eso habría que explorarlo, pero quisiéramos que fuera separado.

P. ¿Ustedes van a enviar una minuta de esta reunión? Y lo pregunto por esto, porque no siempre se ha recibido minutas. Y se ha cerrado subasta y nunca han sometido minuta y que sucede y a veces esperamos a último día. Pero si en subastas que he participado, hay veces que no se han sometido minuta y por eso es mi pregunta, para esperar.

R. (Especialista) Sí, se estará subiendo la minuta. Ahora bien, probablemente tiene parte de los que ustedes están hablando, no va a ser al detalle, que quiero que esté consiente.

P. Porque me he encontrado en dos ocasiones, que va a haber un cambio y ver cómo nos pueden ayudar a nosotros porque nos tenemos que organizar y qué pasa, con este problema que hay de electricidad, mi luz se está yendo, mi computadora se está frizando. Yo espero que cuando le pueda enviar la parte electrónicamente, me funcione. Quisiera saber si hay alguna forma de que ustedes sean un poco más flexible en el sentido de la situación que estamos pasando.

R. (Especialista) Quisiera decirle otra cosa, pero entiendo que todo Puerto Rico está pasando por la misma situación. O sea que, yo darle una oportunidad a usted, sería dársela a todo Puerto Rico. Tenemos una fecha pautada por calendario, estamos operando en horario regular por luz por planta. Lamentablemente la función tiene que continuar haya o no haya luz. O de haber alguna situación en particular, se estaría subiendo alguna Enmienda. Siempre les sugiero que estén atentos a la página de Reforma de Compras y ahí encontrará todos los documentos de la subasta que está participando. Las fechas van a ser las que ya se indicaron previamente.

P. Todos nos afectamos independientemente haya o no haya luz, uno se tiene que preparar, dar copia y si hay alguna forma en ayudarnos, por lo menos dos días antes de la subasta no haber o no surjan más cambios. Si se puede enviar la minuta antes, y esto es en general.

R. (Especialista) Lo que sucede es que es impredecible poder decirle que no va a haber ningún cambio, porque a última hora puede haber un cambio. Por ejemplo, estamos aquí hoy con la agencia para que ustedes realicen todas las preguntas habidas y por haber y que cuando ustedes vayan a realizar su oferta, todas sus interrogadas estén contestadas.

2) Haydee Báez de 'Advanced Promotional':

P. En cuanto a las discrepancias en la tabla de ofertar y descripciones que aparecen en los desgloses, entiendo a la compañera Tristani. Hay ocasiones que estas dudas extras llegan a una última hora que muy bien pueden provocar cambios de apertura o de entrega, pero también eso aparte no ocurre y en esos cambios, nos afectan los precios. Sé que me van a decir que escriba nuevamente a la directora, pero hay ciertos documentos que tenemos que notarizar y que nuevamente nos los siguen pidiendo, documentos que ustedes tienen en el RUL. Y siempre lo voy a estar diciendo para que conste, para ver si la voz, si puedo escribir escribo, pero a ver si en algún momento, pues se detiene dentro del mismo sistema de la Reforma de Compras y se sientan a analizar un poco esta situación que nos afecta y ahora más todavía. No tengo problema, pero también entiendo que nos deben tomar en consideración esta parte que es un poco difícil. En el artículo 24, el set de cubiertos plásticos, que no es plástico es un material reciclado. Punto 19, ese artículo, ¿lo quieren impreso o lo quieren impreso "full color"?

R. (Especialista) ¿Estamos en la partida 19?

P. 19, Sí. Basado en la información que ella dio, que quería que en aquellos artículos en que se pudiera imprimir a colores el logo se hiciera. En la columna de colores, indica blanco – "silk screen", para nosotros significa un color.

R. (Agencia) Nosotros simplemente hacemos referencia a como salen los colores directamente del catálogo y literalmente lo transcribimos como sale. Pero sí, el artículo sería blanco y la impresión como sale en la derecha, logo a color con el texto abajo "Programa de Telemedicina". Siempre que salga este logo, tiene que ser a color, porque es uno de los requerimientos de la Oficina de Comunicaciones.

P. En el artículo 5 que es el "tumbler", según lo que acaba de indicar y en el área de impresión que aparece el logo del Departamento de Salud a colores. Ese logo o bien se imprime porque el multicolor es solamente hasta dos colores de máximo de impresión. ¿Pues entonces nos vamos con láser?

R. (Agencia) El logo no puede ser alterado de ninguna manera, por lo que si no puede ser transcrito tal cual, no puede ser utilizado.

P. ¿Nos iríamos entonces con una impresión en letra solamente?

R. (Agencia) Correcto.

R. (Especialista) Perdone Báez, Agencia, lo que pasa es que, si va a cambiar esta especificación de esta partida, habría que entonces ser un poco más explícito. ¿Vamos a imprimir esta partida entonces en láser o "silk screen"? Dice que en "silk screen" no se puede porque solamente permite dos colores, ¿correcto?

R. (Agencia) Bueno sí, ese es el punto que no sabemos que implica el "silk screen" cuando el tipo de material y tipo de logo. Pero si queremos "silk screen", si no se puede colocar el logo pues entonces no incluiríamos el logo.

R. (Especialista) "Silk screen" o láser, ¿cuál es la diferencia entre uno y el otro?

P. "Silk screen" es impreso a color. El láser, se utiliza mucho en metales, que queda como a relieve, eso no se borra. El "silk screen", con el paso del uso y el tiempo, tiende entonces a desmerecer. El láser no, porque eso está quemado ahí en el metal. Grabado.

R. (Especialista) La pregunta para el "Tumbler", el láser es más beneficiosos porque entonces, ¿puede incluir todos los colores del logo o no?

P. No, el láser queda digamos negro, algunos suplidores lo oxidan para que quede más oscuro.

R. (Especialista) O sea, que ni un método ni el otro, va a quedar el logo...

P. Si el interés de la agencia es que quede a colores, la contestación es no.

R. (Especialista) Agencia, ahora usted tome la decisión. ¿Solamente las letras del Programa de Telemedicina?

R. (Agencia) Sí, si no se puede el logo, como dije sería el texto completo que es lo que aplica cuando no tiene logo. Cuando es logo y texto, si se fijan el texto no incluye "Departamento de Salud" porque el logo lo dice. Como no tenemos logo, ya no tenemos "Departamento de Salud", entonces sería el texto de tres líneas. Lo importante es que, el logo no puede ser editado de ninguna manera, los colores tienen que ser tal cual. Si no, no nos van a dejar distribuir los materiales.

R. (Especialista) Agencia, aquí el detalle es que, cada artículo tiene su peculiaridad y eso es lo que es importante, tanto el licitador nos pueda

brindar digamos el conocimiento para nosotros entonces poder determinar si lo dejan o no lo dejan.

R. (Agencia) Sí, lo tenemos presente desde un principio. Porque tan pronto los licitadores nos digan que este material no puede con estos colores, pues lo que hacemos es que eliminamos logo y ponemos texto, con eso no tenemos problema.

R. (Especialista) Entonces, lo vamos a ver así individual, para que quede claro, porque esa parte es bien importante. Báez, continuamos...

P. Sí. El artículo 4 y 6, sería lo mismo que el "Tumbler". El artículo 4, *multicolor imprint, not available*, al igual que el artículo 6. Habría que revisar todos y cotizarlo a colores. Tenemos que ser un poco más específico en eso en la impresión de los colores.

R. (Especialista) Partida 4 y 6, indica que sería con logo.

P. Correcto, pero indica *multicolor imprint not available*.

R. (Especialista) ¿Pero la agencia lo quiere con logo?

R. (Agencia) Sí, o sea, el licitador que lo pueda hacer con logo, claro...

R. (Analista de Especificaciones) No, discúlpeme, tenemos que decidir si es con logo o no es con logo. No podemos hacer la subasta si no estamos en la misma línea, todos deben cotizar lo mismo.

R. (Agencia) Correcto, aquí tenemos la taza con el logo a menos que nos digan lo mismo que orita, que el material no se puede o si es silk screen y si no se puede pondríamos el texto de tres líneas, pero sí lo queremos con logo y que diga Programa de Telemedicina.

R. (Analista de Especificaciones) En el caso de la taza, ustedes lo quieren con logo, que sea a color, las letras en negras y que diga Programa de Telemedicina. Pregunto, ¿hay algún licitador que entienda que eso no se pueda hacer?

P. (Edwin Navas de Classic Printing) Hay 15 de 28 artículos con el logo del Gobierno a color. La referencia que está haciendo Haydeé, es del catálogo presumo que es de Hit. Ustedes deberían para beneficio de esta Subasta, señalar en esos artículos que tienen logo, si el artículo lo permite o no. Entonces se hace otra vez la tabla señalando un color o en el caso de que sea "full color". Hay algunos artículos que ya señala que no se puede poner el logo a color. Las camisas, mantel y los de tela donde si cabe la posibilidad de que sea "full color", pero todos los demás artículos están limitados. Es mi sugerencia.

P. (Haydeé Báez de Advanced Promotional) Gracias Navas, entiendo que la sugerencia es la más pertinente para todo el mundo. La 27 y 28 que son las camisas, necesito que sean un poco más específico. Cuando indica color "White", ¿se refiere a la camisa o a la descripción?

R. (Analista de Especificaciones) El color de la camisa es blanca.

P. ¿Tamaños?

R. (Analista de Especificaciones) Eso nos lo tiene que notificar la agencia.

P. De small a x-large es un precio y de 2XL o 3XL es otro.

R. (Analista de Especificaciones) Algún representante de la agencia, ¿hay más de 2XL?

R. (Agencia) ¿Se refiere a la cantidad de tamaño de acuerdo a la cantidad expuesta ahí?

R. (Analista de Especificaciones) Agencia, debe realizar el ejercicio para que nos envíen lo antes posible los sizes con sus cantidades. Porque como dijo uno de los licitadores que, los 2XL es un precio y de small a XL es otro precio y necesitamos esa información.

R. (Agencia) Ok, se los enviamos.

R. (Analista de Especificaciones) Gracias.

P. ¿Esto va a ser global o individual?

R. (Especialista) No se puede saber en este momento hasta no tener las ofertas.

P. Ok, es que eso altera la manera en que cotizamos.

R. (Especialista) Agencia, ¿usted desea tomar alguna determinación respecto a esto?

R. (Agencia) En ese sentido, desconozco. ASG usualmente es como nos dice hacer la distribución.

R. (Especialista) Estaremos entonces verificando, a mi entender habría que ver las ofertas para tomar la determinación.

P. (Vanessa Tristani de T & T Advertising) Nosotros debemos saber para poder cotizar. Ahora mismo, yo voy a tener que esperar esa respuesta para poder cotizar. Como dijo el Sr. Navas, si es global, yo voy a consolidar todos estos artículos que vienen del mismo lugar y un economiza el flete, pero si es individual, no. Aprovecho referente a los artículos que son "full color", todos esos artículos los cogieron del catálogo HIT. Yo identifiqué ya 15 artículos que se pueden "full color" de los 28. Si se va del presupuesto, ¿van a escoger el "full color" o el que cotizó en un color? Si fuese ese el caso.

R. (Especificaciones) *Vamos a aclarar antes de culminar, hay varias cosas que hay que hacer ahora, la última palabra la tiene el peticionario y a ellos es que vamos a acudir para poder llegar a un conceso y poder informarles a ustedes. Ustedes están haciendo referencia a un catálogo que solamente ustedes lo están viendo porque entiendo que la agencia desconoce y nosotros también. Es importante que todos coticen lo mismo. No sé si hay algún nombre que tenga el catálogo para entonces indicarlo aquí y hablar con la agencia a ver si está de acuerdo con el mismo y se utilice solamente ese. Porque tenía entendido que cada compañía utiliza un catálogo individual.*

P. (Vanessa Tristani de T & T Advertising) Lo que sucede es que están haciendo referencia a un artículo en específico. Quien hizo esa tabla, definitivamente tenía el catálogo en mano.

R. (Agencia) *Disculpe, sí y nosotros nos basamos en el catálogo de HIT. Es lo que se indicó que es lo único que se utiliza. Esta tabla se hizo hace poco más de un año.*

R. (Especialista) *Y el catálogo a utilizar, ¿tiene alguna vigencia?*

R. (Agencia) *Eso es de un website.*

P. (Edwin Navas de Classic Printing) HIT lo cambia todos los años y este último año no generó catálogo, que ese catálogo puede tener 2 o 3 años el que usaron como referencia y cabe la posibilidad que algún artículo esté discontinuado o no esté en inventario.

P. (Vanessa Tristani de T & T Advertising) En hora de decidir ASG si se va a dejar llevar por la impresión "full color" como lo pidió la agencia, aunque se vaya fuera de presupuesto o no, escoger solo el que cotizó un color y es más económico.

R. (Especialista) *En ese sentido, nos dejamos llevar por lo que la agencia requiera, o sea, si se está determinando que es "full color", pues "full color" tiene que cotizar todo el mundo, nadie puede cotizar otra cosa, para eso es la tabla de ofertar. Ahora bien, aquí indica la parte de la impresión que la sombrilla va con el logo.*

P. (Vanessa Tristani de T & T Advertising) Sí, pero cuando hice la pregunta de la sombrilla, la dama dijo lo que sea estándar y eso es un color. Después mencionaron lo del "full color". Eso encarece bastante los artículos en la impresión a colores.

R. (Especialista) *Aquí indica que es 125 rojo "silk screen" y 125 lima "silk screen".*

P. (Vanessa Tristani de T & T Advertising) "Silk screen" significa un solo color o dos máximos.

3) Edwin Navas de "Classic Printing":

P. ¿Cuál es el periodo de entrega como tal de los productos?

R. (Agencia) No lo tenemos contemplado, pero habría que buscar cual es un periodo razonable para estipular.

4) Wendy Mesino de "CJ Business Solutions":

P. ¿Hay alguna ampliación de la fecha límite de preguntas o cuál sigue siendo ésta?

R. (Especialista) En ningún momento se ha indicado todavía la fecha de las preguntas.

P. Ok, porque me parece importante tener un tiempo suficiente en lo que se resuelven todas las dudas que se tienen en cuanto a los productos con impresión.

R. (Especialista) Ok.

5) José Acosta de "RR Donnelley":

P. En la partida 27 y 28, con respecto a la posición de la impresión que van a llevar las camisetas, porque en la impresión porque dice Programa de Telemedicina al lado derecho y el logo al lado izquierdo y en la parte de descripción dice que debe de ir el logo al centro, eso ocasiona un poco de duda.

R. (Especialista) Se indicó que, la agencia va a estar entregando una guía de cómo va a ir ubicado el logo.

P. Agencia revisa las especificaciones según lo que indica el catálogo y rehace la tabla, no creo que ninguno de nosotros tengamos dudas adicionales. Si todo concuerda con lo que dice el catálogo, no hay problema de ninguna clase. El detalle es que, en muchos de los productos que pusieron lo sacaron del catálogo, pero no revisaron cuáles podían ser a color y cuales no y lo dice claramente. Es seguir las instrucciones del catálogo y pueden aclarar dudas.

R. (Especialista) Agencia, ¿nos podemos comprometer con eso?

R. (Agencia) Sí, lo estamos dialogando acá. Vamos a revisar y entonces vamos a enviar en el caso de los que se puedan logo multicolor se pone y los que no, no.

R. (Especialista) Ok, vamos a hacer una cosa, vamos a estar entonces viendo la tabla partida por partida agencia. Ese es el compromiso con los licitadores, revisar todas las partidas de la tabla. Vamos a revisar lo que va a ser impreso a color, ¿entiendase "full color" o no, me corrigen?

P. (Licitadores) Correcto.

R. (Especialista) Pues vamos a revisar agencia lo que será impreso a color y también vamos a revisar lo que será impreso, digamos solo con las letras.

R. (Agencia) Pregunta, ¿"full color" para los licitadores es multicolor?

P. (Vanessa Tristani de T & T Advertising) Sí, es lo mismo. Y si es letra lo que deben escribir es un solo color, porque una letra la puede hacer en dos colores. Es mejor que identifique un color de impresión o a colores.

R. (Agencia) Ok.

P. (Haydeé Baez de Advanced Promotional) Permiso, y lo que vaya en letra, identificarlo como dijo Vanessa y aquello que va a colores poner así: que incluya el logo a colores mas las letras del programa. Y para conocimiento, a colores también incluye las degradaciones de colores en este caso.

R. (Analista de Especificaciones) Pero "full color" se le va a poner solamente cuando llegue el logo, que es a color.

R. (Especialista) Agencia, ¿tienen alguna duda o pregunta en lo que vamos a estar revisando a beneficio de todos?

R. (Agencia) No, creo que lo tenemos más claro. Vamos a añadir una columna, donde verificando el catálogo me permita tener un logo multicolor y entonces en eso vamos a incluir el logo. De lo contrario, el texto de tres líneas de un solo color.

R. (Especialista) Para que conste en récord, la adjudicación sería por partida. La agencia, ¿tiene alguna discrepancia en lo que se acaba de decir?

R. (Agencia) No.

R. (Analista de Especificaciones) Ustedes indiquen en la tabla de ofertar, cuanto es el tiempo aproximadamente se comprometen en entregar el producto.

P. (Haydeé Baez de Advanced Promotional) En la tabla de ofertar, no aparece la columna de tiempo de entrega, que habría que modificarla.

➤ *Culminó sección de preguntas.*

Se indicó que todas las preguntas adicionales, que surjan después de haber concluido la Reunión Pre-Subasta y serán contestadas por medio del correo electrónico preguntassubastasinformales@asg.pr.gov.

Los licitadores tienen que someter las ofertas en o antes de la fecha acordada y todos sus documentos, vía correo electrónico subastasinformales@asg.pr.gov físicamente en la Oficina de la secretaria del Área de Adquisiciones en el Centro Gubernamental Minillas, Torre Norte, Piso 13, San Juan Puerto Rico.

Se les advirtió a los licitadores participantes en esta reunión que está prohibido tener contacto con los funcionarios de la Administración Auxiliar de Adquisiciones y de la Oficina de Compras de ASG, luego de concluida esta reunión y hasta que la **Subasta Informal Núm. 22-2979** sea adjudicada por Adquisiciones.

Cualquiera que incumpla con lo antes indicado, podrá ser descalificado y podrá conllevar cualquier otra penalidad impuesta por leyes o reglamentos aplicables.

Toda comunicación relacionada a la Subasta ante nuestra consideración tendrá que ser por medio de la secretaria de Adquisiciones y utilizando el correo electrónico antes indicado.

Reunión Pre-Subasta culminó a las 12:48 p.m.



Lizbeth Martínez Barreto

Especialista en Compras y Subastas

/cyg