CONTRATACIÓN DIRECTA			
1. DATOS ÁREA TÉCNICA SOLICITANTE DE LA CONTRATACIÓN	DEPENDENCIA SOLICITANTE:	RTVCPlay	ESPACIO PARA SELLO DE RECIBIDO OFICINA ASESORA JURÍDICA
	NOMBRE DEL COLABORADOR QUE DILIGENCIA EL ESTUDIO PREVIO- EXTENSIÓN DE CONTACTO.	RODRIGO HOLGUÍN Director RTVCPlay JULIA MA. RINCÓN R. Productora ejecutiva RTVCPlay	
	NOMBRE ORDENADOR DEL GASTO	JUANA AMALIA GONZÁLEZ Subgerente de soporte corporativo. De acuerdo a la resolución 350 de 2017	
2. DATOS DEL PROYECTO	NOMBRE DEL PROYECTO • Funcionamiento y Operación Comercial.....		
	CÓDIGO CON EL QUE SE IDENTIFICA LA CONTRATACIÓN EN PLAN DE ADQUISICIONES	424	
	OBJETO DE LA CONTRATACIÓN	Estudios de públicos y plataformas OTT	
3. DESCRIPCIÓN DE LA NECESIDAD	Mediante Escritura Pública No. 3138 del 28 de Octubre de 2004 de la Notaria 34 de Bogotá D.C., se constituyó la Sociedad RADIO TELEVISIÓN NACIONAL DE COLOMBIA, RTVC como nuevo gestor del servicio público de televisión y radio, por ello, RTVC a través de sus canales se ha consolidado como un medio que ofrece diversas alternativas para los televidentes que además de divertir, educan de una forma novedosa y con una estética visual moderna, acompañado de conceptos e ideas que marcan la diferencia con la programación tradicional de los canales privados. Que la planta de personal de RTVC está constituida por 72 funcionarios, y ésta resulta insuficiente para cumplir todas las funciones a ella asignadas. Que la tercerización es el proceso en el que una empresa o entidad identifica áreas o actividades de su negocio o de su objeto que pueden desarrollarse en forma más eficiente o efectiva por terceros a quienes contrata para que se encarguen de su ejecución. Desde el año 2008 se viene consolidando el uso de la página web como una herramienta de información, comunicación e interacción con los ciudadanos que siguen la programación de los canales. Aunado a ello, la web se constituye en otra pantalla de la estrategia multiplataforma que ha ido creciendo para ofrecer más y mejores contenidos a los usuarios, relativos a: información complementaria a las producciones nacionales e		

	internacionales de cada uno de los módulos infantil, juvenil, familiar, adultos, especiales, deportes, cine, noticias y estrenos, adicionalmente, diseña y produce contenidos para apoyar las campañas del año, los convenios, las alianzas y las coproducciones. Con el mismo alcance, se han creado mecanismos de comunicación con la industria, proveedores y televidentes, así como formas de participación y fidelización a través de comentarios, interacciones en redes sociales, actividades de participación y blogs lo cual se traduce en buenas prácticas de alianzas institucionales, en otras palabras, la web provee vínculos a distintas páginas estatales, portales amigos y a las otras marcas que hacen parte de RTVC – Sistema de Medios Públicos. Si bien RTVC ha realizado esfuerzos significativos para estar siempre a la vanguardia, no es menos cierto que los avances tecnológicos se presentan en tiempos relativamente cortos, razón por la cual esta entidad debe disponer de las mejores herramientas del mercado para convertirse, a través de sus señales, en una verdadera opción para los colombianos. Por esta razón, en el marco del desarrollo de una Sociedad de la Información en la cual el acceso a los distintos contenidos se logre de forma fácil y mediante distintas herramientas, así como para dar cumplimiento a los fines y principios establecidos en la Ley 1341 de 2009, el Ministerio de Tecnologías de la información y las Comunicaciones expidió la Resolución No. 027 de 2018, con objeto de financiar el proyecto de desarrollo del ecosistema de contenidos convergentes Nacional. En este sentido, los recursos destinados por el Ministerio de Tecnologías de la información y las comunicaciones, permiten el desarrollo del proyecto de Ecosistema de Contenidos Digitales, iniciativa orientada a producir contenido convergente que no solo esté en la tradicional pantalla de televisión y en la emisora de radio, si no que trascienda su contenido y abarque nuevas plataformas llegando a nuevas audiencias. Con esto, se ofrece la opción de crear una relación más cercana entre RTVC y los usuarios de sus servicios, a través de las páginas de las marcas y sus respectivas redes sociales, y con la plataforma de contenidos Over The Top (OTT) llamada RTVCPlay. Ésta última nace como parte de una sólida estrategia de convergencia y desarrollo digital de Radio Televisión Nacional de Colombia (RTVC) – Sistema de Medios Públicos con el fin de dar respuesta a las nuevas formas de consumo a través de los medios digitales y brindar a sus audiencias una ventana más y así garantizar el acceso de todos los colombianos -en el lugar que se encuentren y cuando lo deseen- a la oferta de la radio y la televisión pública. Desde el proceso de consolidación de esta iniciativa, la plataforma RTVCPlay está dando ejecución a un proyecto de contenido propio que quiere cumplir con todas las expectativas citadas. Con el fin de continuar con sus objetivos y el carácter misional, a través de diferentes estrategias desde 2017 RTVCPlay empezó a producir contenidos propios dirigidos particularmente a jóvenes y jóvenes adultos (que integran los segmentos de audiencia más proclives al consumo de contenidos digitales en plataformas OTT). Paralelo a este interés, RTVCPlay también tiene el propósito de conocer y visibilizar a través de la plataforma el trabajo de creadores y casas productoras colombianas, cuyas propuestas de contenido estén alineadas con los criterios editoriales de la plataforma y de RTVC en general. Ahora bien, tanto la tarea de producir contenidos originales que sean pertinentes para los usuarios de RTVCPlay, como de seleccionar con suficientes herramientas de juicio los trabajos de los creadores audiovisuales colombianos para propiciar su publicación en la plataforma, exige contar con un conocimiento profundo de las audiencias digitales, tratándose sobre todo de usuarios cuyos patrones de consumo de contenido han mutado tanto a nivel de hábitos y gustos como de dispositivos utilizados, pasando por duración

	de la experiencia de consumo y el cambio de unos rituales colectivos por otros de carácter cada vez más individual. Y es que RTVCPlay existe en un entorno marcado por la 'convergencia', es decir, el flujo de contenido a través de múltiples plataformas mediáticas, la cooperación entre industrias y el comportamiento migratorio de las audiencias, dispuestas a ir casi a cualquier parte en busca del tipo deseado de experiencias de entretenimiento. En ese escenario, las plataformas de entretenimiento se han convertido en instancias a las que acuden las audiencias en busca de contenidos organizados para ser vistos cuándo, cómo y donde los usuarios lo requieran; a partir de ese primer acceso al contenido se genera un nuevo espectro de procesos a nivel de interacción en redes sociales, difusión de contenidos transmedia, creación de comunidades, etc, que terminan constituyendo ya no un simple acto de consumo de contenidos, sino la consolidación de una *experiencia* completa que debe ser rastreada y analizada en profundidad. Por todo lo anterior, para que RTVCPlay sea más efectivo y preciso en la conexión con el público, y justamente ofrezca una *experiencia* de usuario más allá de su condición de repositorio de contenidos de las marcas de RTVC y de generador de contenidos originales, requiere tener el máximo grado de conocimiento y comprensión de sus diferentes segmentos de audiencia. En Colombia, en la medida en que las plataformas OTT le han reducido terreno a la televisión abierta, se han empezado a desarrollar estudios de audiencias digitales y análisis comparativos entre diferentes alternativas de entretenimiento en línea. Sin embargo, dichos estudios suelen centrarse en ofertas de servicios por suscripción, de carácter esencialmente comercial, y aunque pueden arrojar información global relevante para comprender el contexto de consumo de contenidos en plataformas digitales en nuestro país, no dan pistas sobre la relación de los usuarios digitales con una oferta pública y gratuita de las características de RTVCPlay. Actualmente, gracias a reportes periódicos suministrados por la Dirección de Tecnologías Convergentes de RTVC a través de la herramienta Adobe analytics, RTVCPlay recibe información diaria, semanal, mensual y anual respecto a variables como número de visitas a la plataforma, número de usuarios, tiempo de navegación, número de páginas visitadas, entre otros indicadores relevantes. No obstante, más allá de indicar desde qué lugares de Colombia y el mundo se registran las visitas a RTVCPlay y cuáles son los dispositivos utilizados para las mismas, la información recibida no da cuenta de una segmentación ni caracterización más profunda de las audiencias, algo crítico para una plataforma cuya conexión con el usuario está fundada en el máximo grado de personalización de la oferta de contenidos y de optimización de la navegación tanto a nivel web como en aplicaciones derivadas. Justamente por la necesidad de tener información más certera sobre las audiencias, y recolectada puntualmente en relación con lo que ofrece la plataforma RTVCPlay hoy en día tanto a nivel de contenidos como en cuanto a experiencia de navegación para el usuario, resulta de gran importancia para RTVCPlay contratar los servicios de una empresa con experiencia en el desarrollo de estudios de audiencia con metodología cuantitativa y cualitativa, para que, mediante investigación, identifique, clasifique y caracterice a las audiencias que consumen contenido audiovisual y sonoro en RTVCPlay, y así, a partir de los resultados, se puedan derivar estrategias que permitan incrementar la base de usuarios de la plataforma.

4. ALCANCE DEL BIEN O SERVICIO A CONTRATAR	En virtud del objeto a contratar, se deberá clasificar y caracterizar a las audiencias que consumen contenido audiovisual y sonoro en la plataforma RTVCPlay, para así derivar estrategias que permitan incrementar la base de usuarios de la plataforma
5 OBJETO A CONTRATAR	EL CONTRATISTA se compromete para con RTVC, a la prestación del servicio para la realización de un estudio que mediante investigación con metodología cuantitativa y cualitativa permita segmentar y caracterizar el comportamiento de las audiencias de la plataforma RTVCPlay, a partir de las dinámicas de consumo de contenidos dentro de la misma.
6. PLAZO DEL CONTRATO	El plazo de ejecución del contrato será hasta el 28 de diciembre, plazo dentro del cual deben cumplirse todas las etapas del objeto a contratar; el plazo iniciará a partir del cumplimiento de los requisitos de perfeccionamiento y ejecución.
7. OBLIGACIONES	**OBLIGACIONES DEL CONTRATISTA** **Obligaciones de carácter general:** 1. Cumplir adecuadamente con el objeto del contrato y concurrir oportunamente a su liquidación de ser el caso. 2. Actuar con lealtad y buena fe en desarrollo del objeto contractual. 3. Atender los lineamientos y directrices de la entidad; así como también, las observaciones y sugerencias emanadas por el supervisor del contrato. 4. Guardar la confidencialidad de la información de carácter reservado, que en ejecución del contrato le sea entregada, y responder patrimonialmente por los perjuicios de su divulgación y/o utilización indebida que por sí o por un tercero cause a la administración o a terceros. 5. Acreditar al momento de suscripción del contrato y durante la ejecución del mismo hasta su terminación, el cumplimiento de sus obligaciones frente al Sistema de Seguridad Social Integral. 6. Asistir a las reuniones que programe -RTVC- para el seguimiento del asunto objeto del contrato. 7. Conocer y dar cumplimiento a la normatividad que resulte aplicable para el desarrollo de sus actividades, respetando las instrucciones internas de seguridad y convivencia de la Entidad, y manteniendo el buen trato con los demás contratistas, servidores y funcionarios de -RTVC- bajo los principios de buena conducta ética y moral a fin de cumplir con el objeto contractual 8. Informar por escrito al supervisor del contrato las novedades relativas a cesión, suspensión o terminación anticipada del contrato, con mínimo ocho (8) días de antelación a la fecha de suscripción del acta que contenga la novedad. 9. Cumplir con las demás obligaciones inherentes al objeto contractual. 10. Cumplir con los lineamientos establecidos en el anexo Nº 1 – obligaciones adicionales del contratista del estudio previo, que hace parte integral del presente contrato.

	Obligaciones de carácter específico: 1. Asumir los gastos de logística, incluido el desplazamiento, necesarios y en los que se incurra para la ejecución del contrato. 2. Entregar a RTVCPlay la información y material objeto de la investigación en los formatos que la entidad establezca. 3. Obtener por parte de los titulares de derechos de autor o conexos, o de sus representantes, la autorización por el uso de imagen, obras animadas, audiovisuales, entrevistas y, en general, cualquier obra protegida que eventualmente se llegaren a utilizar en la ejecución del(los) contrato(s). El uso y explotación de las obras, así como las entrevistas e imágenes que se llegaren a hacer, deberán ser autorizadas de forma que se pueda realizar la divulgación de estas a través de reproducción, emisión, transmisión y publicación a través de los canales RTVC o por las unidades misionales de RTVC, sus páginas web, sus redes sociales, así como la comunicación, emisión y divulgación pública a través de los medios existentes o por inventarse, incluidos medios impresos, electrónicos digitales, ópticos, de acceso remoto, de datos y en la red de internet y sus plataformas. 4. Pagar los derechos que se ocasionen y/o causen con motivo de la utilización de los ítems descritos en el numeral anterior. 5. Responder por cualquier reclamación que en materia de derechos de autor o conexos efectúe un tercero, exonerando de responsabilidad a RTVC. 6. Mencionar, conforme lo exige la ley, los créditos respectivos de los autores de la investigación objeto del presente contrato. Adicionalmente, mencionar a los demás autores y miembros del equipo investigador. 7. Contar con el talento humano necesario y suficiente, debidamente capacitado, certificado y con experiencia amplia en la investigación y análisis de medios, usando diferentes modalidades y metodologías, que consoliden con precisión, veracidad y de manera concreta el informe de caracterización de audiencias de Señal Colombia. 8. Brindar soporte de información requerida y/o solicitada por Señal Colombia posterior a la entrega del estudio de caracterización de audiencias por parte del contratista. 9. Desarrollar la investigación a fondo con metodología cualitativa. 10. Realizar la investigación de manera que cumpla con los objetivos y requisitos señalados en el anexo técnico, utilizando herramientas de investigación y análisis de comprobada efectividad. **Obligaciones de RTVC:** 1. Pagar el valor del presente contrato en la forma y con la oportunidad pactada, siempre que el trámite de pago se encuentre completo y con el lleno de los requisitos requeridos para el efecto. 2. Facilitar las condiciones necesarias para el cumplimiento del objeto y las obligaciones contractuales, mediante los elementos que considere necesarios, cuando sea del caso. 3. Las demás inherentes al objeto contractual.
8. LUGAR DE DESARROLLO DEL CONTRATO	El domicilio contractual es la ciudad de Bogotá D.C. y la prestación del servicio se ejecutará en cualquier lugar, dentro o fuera del territorio nacional, donde se requiera desarrollar el proyecto.

09. DETERMINACIÓN Y JUSTIFICACIÓN DE LOS FACTORES DE SELECCIÓN	Con el fin de satisfacer las necesidades anteriormente descritas, se requiere contratar a una persona natural o jurídica cuyo objeto social esté directamente relacionado con prestación de servicios de investigación de mercados. Por esa razón se invitó a las siguientes empresas a realizar cotizaciones para el proyecto en cuestión: -Yanhaas -Centro Nacional de Consultoría -CNC- -Nielsen -Datexco -Bussines Bureau -Cifras y conceptos -Brandstrat S.A. -MEC -Mediacom -Quiroga agencia de medios -Ommnicon Media Group – OMD -HAVAS -Publicis -IBOPE -IPSOS – Napoleón Franco De estos proponentes respondieron 5 empresas: Bussines Bureau, IPSOS – Napoleón Franco, Datexco, YANHAAS y Centro Nacional de Consultoría -CNC, las dos últimas entregaron la información luego de las fecha y horario programadas por lo tanto no fueron revisadas y evaluadas en este proceso. Los criterios establecidos de acuerdo con la necesidad descrita y al objeto a contratar son los siguientes: **1. EXPERIENCIA DE LA EMPRESA** Se requiere que la persona a contratar cuente con experiencia en la realización de estudios de mercado con metodología cualitativa y/o cuantitativa. Esta experiencia se acreditará a través de certificaciones que hayan desarrollado las actividades objeto de la presente contratación. **2.DIRECTOR DE INVESTIGACIÓN** Se requiere un director de investigación con experiencia en la realización y análisis de investigaciones cualitativas y/o cuantitativas de mercados, el cual estará encargado de dirigir las labores de campo, análisis y presentación de informes y todas aquellas que requiera la ejecución del objeto a contratar. **3. COBERTURA GEOGRÁFICA MÍNIMA** La muestra del estudio debe contemplar información recolectada en cinco (5) ciudades capitales representativas de diferentes regiones del país (Caribe, Pacífico, Centro, Oriente (Santanderes), Antioquia - Eje Cafetero) incluyendo el área metropolitana de la ciudad de Bogotá.

En atención a ello se realizó la revisión de las cotizaciones con la documentación y material enviado por las tres empresas conforme a lo establecido en la solicitud a cotizar de la siguiente manera (i) Experiencia de la empresa, (ii) Experiencia del director de investigación, y (iii) Cobertura geográfica mínima.

Dentro del marco de análisis de las cotizaciones presentadas se apreciaron los siguientes valores: tiempo de experiencia de las empresas, tipo de experiencia del director de investigación, metodologías presentadas para la realización del estudio, y que se cumpliera con las cinco ciudades capitales requeridas en el anexo técnico.

Teniendo en cuenta lo anterior, se considera pertinente y necesario contratar a IPSOS – NAPOLEÓN FRANCO para ejecutar el objeto contractual ya que cuenta con idoneidad y experiencia suficiente para la realización de este estudio.

En efecto, su experiencia se relaciona a continuación, así:

Idoneidad persona jurídica y director del proyecto.	Experiencia persona jurídica
Realización de estudio	TERPEL Monitoreo de atención al cliente en EDS, tiendas de conveniencia kioscos y talleres de conversión en Colombia Octubre 2013 – actual BANCOLOMBIA Tracking cuantitativo mensual para medir la satisfacción de diferentes experiencias para clientes de segmento personas y pymes BANCO DE OCCIDENTE Medir la satisfacción y recomendación de clientes, persona natural y jurídica en 16 diferentes experiencia Marzo 2016 a enero 2017 ARGOS Medir la satisfacción y lealtad de los clientes a nivel de cada uno de los segmentos, en los diferentes productos que ofrece la compañía y su competencia - Honduras Septiembre 2015- enero 2016 ARGOS Medir la satisfacción y lealtad de los clientes a nivel de cada uno de los segmentos, en los diferentes

		productos que ofrece la compañía y su competencia – Republica Dominicana Septiembre 2015- enero 2016 ARGOS Medir la satisfacción y lealtad de los clientes a nivel de cada uno de los segmentos, en los diferentes productos que ofrece la compañía y su competencia – Panamá Septiembre 2015- enero 2016 ARGOS Medir la satisfacción y lealtad de los clientes a nivel de cada uno de los segmentos, en los diferentes productos que ofrece la compañía y su competencia – Haití Septiembre 2015- enero 2016 ARGOS Medir la satisfacción y lealtad de los clientes a nivel de cada uno de los segmentos, en los diferentes productos que ofrece la compañía y su competencia – Surinam Septiembre 2015- enero 2016 ARGOS Medir la satisfacción y lealtad de los clientes a nivel de cada uno de los segmentos, en los diferentes productos que ofrece la compañía y su competencia – Panamá Septiembre 2014- enero 2015 ARGOS Medir la satisfacción y lealtad de los clientes a nivel de cada uno de los segmentos, en los diferentes productos que ofrece la compañía y su competencia – Surinam Septiembre 2014- enero 2015 ARGOS Medir la satisfacción y lealtad de los clientes a nivel de cada uno de los segmentos, en los diferentes productos que ofrece la compañía y su competencia – Haiti Septiembre 2014- enero 2015	

	NUTRESA Medición de satisfacción y lealtad. Canales para los negocios: alimentos cárnicos, comercial Nutresa y meals.	
	--------- Clasificación de Bienes y servicios UNSPSC SEGMENTO: 83000000 FAMILIAS: 83110000 CLASES: 83111800	
10. FORMA DE PAGO	El valor del contrato es de sesenta y cinco millones de pesos (**$65.000.000**) IVA INCLUIDO. Que se cancelará de la siguiente manera: **ETAPA 1.** RTVC pagará al contratista seleccionado para la investigación requerida por RTVCPlay, el veinte por ciento (20%) del valor total del contrato al presentar y ser aprobado su plan de trabajo de campo que detalle los lugares en los que se recopilará la muestra, además del diseño metodológico e instrumentos a emplear entre otros aspectos de diseño del estudio. **ETAPA 2.** RTVC pagará al contratista el treinta y cinco por ciento (35%) del valor total del contrato al finalizar la labor de campo presentando evidencia de ello a través de una base de datos y los demás documentos utilizados en esa fase del estudio aprobados previamente en el plan de trabajo. **ETAPA 3.** RTVC pagará al contratista el cuarenta y cinco por ciento (45%) del valor total del contrato al entregar el informe final a satisfacción y a la suscripción del acta de finalización y de los entregables solicitados previamente aprobados en el plan de trabajo. La ejecución de los recursos para el desarrollo del contrato no depende de los desembolsos por parte de RTVC. Los pagos se realizarán previa presentación de factura, certificado de pago de aportes a seguridades sociales integrales y parafiscales, constancia de cumplimiento expedida por el supervisor del contrato.	

	Nota 1: Para los efectos de los pagos o desembolsos a favor del contratista, se atenderán y observarán las disposiciones contenidas en la Circular Nº 005 de 2018, la cual se encuentra publicada en la página web de RTVC. **NOTA 2:** El presente contrato será susceptible de la suscripción del Acta de Liquidación en virtud de lo consagrado en el Manual de Contratación de RTVC, expedido por la Oficina Asesora Jurídica.	
11. MODALIDAD DE SELECCIÓN	El artículo 85 de la Ley 489 de 1998 establece que "...las empresas industriales y comerciales del Estado son organismos creados por la ley o autorizados por esta, que desarrollan actividades de naturaleza industrial o comercial y de gestión económica conforme a las reglas del derecho privado...", en atención a lo cual RTVC dirige su actividad contractual conforme su Manual de Contratación, el cual atiende a las normas del derecho privado para el desarrollo de la misión institucional. En razón a lo anterior, mediante Resolución 461 de 2016, RTVC adoptó el Manual de Contratación para regular la actividad contractual de la empresa con base en su régimen especial, el cual, en el TITULO II CAPÍTULO III. MODALIDADES DE SELECCIÓN DEL CONTRATISTA PARA LA CONTRATACIÓN MISIONAL se estableció, entre otras, la modalidad de selección de contratistas, Numeral 5 "CONTRATACIÓN DIRECTA MISIONAL", que se llevará a cabo "...previo agotamiento de la fase de planeación y de la verificación de la idoneidad y experiencia o exclusividad del contratista, así como de un estudio de mercado respecto del objeto de la contratación, teniendo en cuenta los aspectos jurídico, técnico, financiero, organizacional y de riesgos, podrá contratar directamente, seleccionando la oferta más favorable para la empresa". Procederá la presente modalidad de contratación en los casos que se señalan a continuación: Así mismo, se establecieron dentro las causales para la Selección Directa: "(...) g. Contratos de prestación de servicios profesionales y/o de apoyo a las áreas misionales, artísticos, técnicos y tecnológicos que puedan encomendarse a personas naturales o jurídicas que hayan demostrado idoneidad y experiencia, siempre y cuando no exista personal suficiente en la planta de la Entidad para prestar el servicio objeto del contrato. (...). Que de acuerdo con la justificación expuesta en la definición técnica de satisfacer la necesidad, procede la modalidad mencionada, y es conveniente y necesaria la celebración de la presente contratación.	
12. ESTUDIOS TÉCNICOS Y DE MERCADO	Para determinar el valor estimado de la presente contratación, se tomó como referencia el parágrafo del numeral 3.6.1. Literal a), el cual establece lo siguiente: *"1. Solicitar cotización del bien o servicio a mínimo tres (3) personal naturales o jurídicas con reconocida idoneidad y experiencia en actividades que tengan relación directa con el objeto a contratar (...)."* Por lo anterior se solicitó cotización a las empresas que se relacionan a continuación por los requerimientos de producción descritos en la ficha técnica arrojando el siguiente resultado:	

EMPRESA /CRITERIO	EXPERIENCIA	EXPERIENCIA DEL DIRECTOR DE INVESTIGACIÓN	COBERTURA GEOGRÁFICA MÍNIMA	METODOLOGÍA
IPSOS	Firma mundial de investigación de mercados y consultoría con más de 30 años de experiencia Demuestran certificaciones que lo avalan.	*Experiencia cualitativa: Directora unidad cualitativa, psicologa Yanhass experiencia: Cualitativa Ipsos, experiencia: cualitativa Datos tempo, experiencia:cualitativa Colegio: psicologo Iridium: gerente de mercado	Caribe, Pacífico, Centro, Oriente (Santanderes), Antioquia - Eje Cafetero) incluyendo el área metropolitana de la ciudad de Bogotá.	Proponen inicialmente el uso de una metodología cualitativa exploratoria que arroje herramientas de juicio para el desarrollo del componente cuantitativo del estudio. Esta aproximación está bien justificada y es coherente. Optan por entrevistas conversacionales buscando apreciar las reacciones de los usuarios de una forma más cercana. Proponen desarrollar las entrevistas *in situ* para estar cerca de los contextos reales de uso de la plataforma RTVCPlay. El componente cuantitativo también se desarrollaría de forma conversacional, con entrevistas entre 25 y 30 minutos. Proponen una muestra de 400 encuestados, tomando como ciudades para el estudio a Bogotá, Barranquilla, Medellín, Cali y Bucaramanga. Esto corresponde con los criterios de la solicitud a cotizar.
DATEXCO	Empresa de investigación de mercados,	Director cualitativo - Psicóloga:	La selección de la ciudad de Villavicencio deja por fuera la zona de los	Presentan como principal diferencial el uso de una herramienta exclusiva de Datexco, la plataforma de manejo de contenido (DCMS) Datexco Content Management System, que integra en un solo lugar diferentes procesos del

		opinión pública y consultoría con experiencia en LATAM, entregan certificaciones que avalan su experiencia.	GFK Venezuela - Dirección de proyectos cualitaivos PAR TIME - Dirección de proyectos cualitativos	Santanderes, cuya inclusión se citaba dentro de los criterios de selección	estudio de audiencias. Proponen hacer análisis proyectivo, una estrategia para indagar por el pensamiento subconsciente de los encuestados, y que, según el proponente, arrojaría información más certera respecto a la percepción de las audiencias sobre RTVCPlay. Esto se desarrollaría a través de un juego conversacional con los encuestados. Escogen como ciudades para el muestreo a Bogotá, Medellín, Cali, Villavicencio y Barranquilla. (30 encuestas en profundidad) Proponen una muestra total de 900 encuestados con distribución en las ciudades ya citadas.
	Bussines Bureau	Aunque entregan una carta diciendo que cumplen a cabalidad, no anexan las certificaciones necesarias que lo demuestre	Aunque entregan una carta diciendo que cumplen a cabalidad la experiencia del director de investigación, no anexan los documentos necesarios que lo demuestre	Caribe, Pacífico, Centro, Oriente (Santanderes), Antioquia - Eje Cafetero) incluyendo el área metropolitana de la ciudad de Bogotá.	Proponen el uso de Live Panel, una herramienta tecnológica para entrevistas individuales presenciales que se pueden desarrollar a través de Smartphones. Esta aproximación se hará a través de paneles fijos y paneles *ad hoc*, estos últimos convocados a través de redes sociales. Desarrollarían 550 encuestas. 22 entrevistas presenciales. Respecto a la segmentación de audiencias propuesta por RTVCPlay sugieren un ejercicio inverso: no buscar necesariamente esos nichos predeterminados, sino acudir a los usuarios más visibles para luego establecer la pertinencia (o no) de los bloques etarios y la recurrencia de los mismos. Escogen como ciudades Bogotá, Medellín, Cali, Barranquilla y Bucaramanga. Sus registros de entrevistas serán grabaciones únicamente de audio. Tienen el plus de entregar a RTVCPlay un panorama completo

	de la situación actual de las OTT en Colombia.
	Observaciones generales: Se recomienda contratar a la empresa IPSOS ya que cumple a cabalidad los requerimientos técnicos; la metodología de trabajo que presenta se acomoda a las necesidades y cumple con el objetivo general de este proyecto. Cuenta además con experiencia probada en el campo de estudios de audiencia, investigación de marketing e investigaciones de medios y publicidad. La aplicación de esos conocimientos y experiencia se hace evidente en la propuesta tanto a nivel de formulación como en el cronograma operativo planteado. El hecho de que propongan entrevistas presenciales, *in situ,* en el componente cualitativo de la explicación, y que las conclusiones de allí inferidas alimenten la formulación de los cuestionarios para la investigación cuantitativa, le da coherencia y complementariedad a las dos fases del estudio. Así mismo es especialmente útil que la totalidad de la investigación cuantitativa se desarrolle también a través de entrevistas presenciales, pues se obtendrán impresiones y respuestas más directas y desprevenidas de parte de los encuestados, manteniendo todo el tiempo en el horizonte la realidad de la experiencia de navegación y el acceso a contenidos a través de RTVCPlay. Poder acceder a información con ese nivel de especificidad es crucial para el diseño de las estrategias de posicionamiento y mejoramiento de plataforma que emprenderá RTVCPlay a partir de los resultados del estudio.
13. LA DETERMINACIÓN Y CUANTIFICACIÓN DE RIESGOS PREVISIBLES DE ACUERDO CON LA NATURALEZA DE CADA CONTRATO.	SE ANEXA
14. ANÁLISIS Y DETERMINACIÓN DEL MECANISMO DE GARANTÍA DE LAS OBLIGACIONES CONTRAÍDAS	SI X NO ☐ El contrato a celebrar genera la obligación a cargo del contratista de constituir a favor de **-RTVC-**una **póliza de cumplimiento ante entidades públicas con régimen privado de contratación**, expedida por una compañía de seguros o entidad bancaria legalmente autorizada, domiciliada en el país, que deberá ajustarse a las pólizas matrices aprobadas por la Superintendencia Financiera de Colombia, teniendo en cuenta la naturaleza misional y cuantía del contrato a celebrarse. Las garantías deberán amparar: **a) Cumplimiento:** Por un valor equivalente al diez por ciento (10%) del valor del contrato, por el plazo del mismo y cuatro (4) meses más. **b) Calidad del servicio:** Por un valor equivalente al diez por ciento (10%) del valor del contrato, por el plazo del mismo y cuatro (4) meses más.

	c) Salarios y prestaciones sociales: Por un valor equivalente al cinco por ciento (5%) del valor del contrato, por el plazo del mismo y tres años más. **d) Responsabilidad civil extracontractual:** Por un valor equivalente al 5% del valor total del contrato, sin que en ningún caso sea inferior a 200 SMMLV y por el plazo de ejecución del contrato. Se determinó que el futuro Contratista deberá constituir las anteriores garantías teniendo en cuenta la complejidad del proyecto a realizar, así como las obligaciones que deberá asumir y la responsabilidad que pudiera haber frente a terceros.
15. ANEXOS A REQUERIR EN EL PROCESO DE SELECCIÓN	
16. ANEXO **AL ESTUDIO PREVIO**	Documentos soportes de la contratación Anexo 1 Propuesta Matriz de riesgo Matriz de revisión de propuestas Estudio del sector CDP Solicitud de CDP
17. CIFRA-VALOR DESTINADO A ESTA CONTRATACIÓN	**SESENTA Y CINCO MILLONES DE PESOS ($65.000.000) IVA INCLUIDO.** ESTE VALOR INCLUYE IVA SÍ X NO
18. CERTIFICADO DE DISPONIBILIDAD PRESUPUESTAL (CDP)	SE ANEXA

19 INTERVENTORÍA Y/O SUPERVISIÓN: Si la Interventoría es contratada, diligencie **TODOS** los campos, Si aún no está contratada, coloque "Por definir" Si la Interventoría **NO** es contratada, solo	Contratada	SI: ☐			NO: X
	Externa:☐ Razón Social				No. contrato
	Contacto			Dirección	
	Teléfono		e-mail		Supervisor
	Interna: X	Nombre del servidor		DIANA DIAZ SOTO	
	Cédula	52.009.703		Cargo del servidor	Directora Canal Señal Colombia
	Dependencia	SEÑAL COLOMBIA		e-mail	ddiaz@rtvc.gov.co

diligencie los campos desde aquí				
20.VIGENCIAS FUTURAS:	No. Oficio		Año	Cuantía por año
	No. de aprobación			
21.UBICACIÓN DE PERSONAL EN RTVC:	En desarrollo del contrato, ¿se ubicara personal en las instalaciones de RTVC?:		No X	Si
	El área cuenta con el espacio físico requerido		No x	Si
22.INDICAR SI EL PROCESO DE CONTRATACIÓN ESTA COBIJADO POR ACUERDO INTERNACIONAL	SI NO X SE DEBE JUSTIFICAR EN EL CASO DE QUE SEA SI			

FIRMAS Y APROBACIONES	
FIRMAS AUTORIZADAS:	
Firma responsable: **Nombre: Diana Diaz Soto** **Cargo: Directora Canal Señal Colombia**	**Aprobó** **Firma Ordenador del Gasto de la Contratación** **Nombre: Juana Amalia González** **Cargo: Subgerente de soporte corporativo** **De acuerdo a la resolución 350 de 2017**

Elaboró: Rodrigo Holguín Alfaro / Director RTVCPlay
Julia María Rincón / Productora Ejecutiva RTVCPlay

Revisó: Fernando Porras/ abogado
Lyda Marcela Tiria Medina

ANEXO. No. 1

OBLIGACIONES ADICIONALES DEL CONTRATISTA

COFIDENCIALIDAD Y ACUERDO DE NO REVELACIÓN: La propiedad, titularidad, reserva e integridad del código, de los datos e información almacenada en los repositorios de datos que sean generados y/o utilizados por el contratista para el cumplimiento de las actividades contractuales pactadas, pertenecen de forma exclusiva a -RTVC-. El CONTRATISTA se compromete a respetarla, reservarla, a guardar absoluta reserva sobre toda la información que conozca por su actividad o que le sea dada a conocer por -RTVC- con ocasión de la ejecución del objeto de la presente contratación.

Para asegurar el cumplimiento de la obligación estipulada en esta cláusula, el CONTRATISTA se obliga a devolver de inmediato al supervisor designado por la entidad, toda la información facilitada para la presentación del servicio, en la medida en que ya no resulte necesaria en la ejecución del objeto aquí convenido.

En todo caso si el CONTRATISTA utiliza la información para su propio provecho distinto al objeto contractual o para entregarla o darla a conocer a terceros, deberá indemnizar a -RTVC- y responder frente a terceros por todos los perjuicios ocasionados, sin menoscabo de las acciones legales q a que haya lugar.

OBLIGACIONES DE BUEN MANEJO DE ELEMENTOS: El presente contrato constituye para el CONTRATISTA, a título de tenencia de los bienes de uso de -RTVC- que en desarrollo del mismo deba operar o manejar. Sin embargo, tal tenencia se restringe y limita a los momentos o períodos de ejecución del servicio contratado. Cuando por causa debidamente comprobada imputable al CONTRATISTA, se cause daño o pérdida total o parcial de los bienes que en cumplimiento del presente contrato EL CONTRATISTA deba manipular, operar o manejar, éste responderá ante la compañía aseguradora por dichos bienes, la cual podrá repetir por tal hecho contra el CONTRATISTA; o bien, el CONTRATISTA podrá reintegrar o reparar a RTVC el bien afectado.

PARÁGRAFO: La entrega de los bienes se deberá efectuar una vez finalizado el plazo a través del supervisor (a) del mismo y en coordinación con el Área de Servicios Generales de -RTVC-. La relación de los bienes que le fueron entregados al contratista y que son objeto de devolución debe constar, bien sea, en la correspondiente acta de liquidación del contrato o en certificación emitida por el responsable de inventarios de la entidad o quien haga sus veces.

ANEXO
ANALISIS DEL SECTOR
PRESTACION DE SERVICIOS

De conformidad con lo señalado por Colombia Compra Eficiente, las Entidades Estatales sometidas a la ley 80 de 1993 y la ley 1150 de 2007, al igual que las Entidades Estatales de régimen especial deben realizar el Análisis del sector económico y de los oferentes por parte de las Entidades Estatales con el fin de conocer el sector relativo al objeto del Proceso de Contratación desde la perspectiva legal, comercial, financiera, organizacional, técnica, y de análisis de riesgo y dejar constancia del mismo en los Documentos del Proceso.

Por lo anterior RTVC, realiza el análisis del sector así:

1. OBJETO DEL CONTRATO

EL CONTRATISTA se compromete para con RTVC, a la prestación del servicio para la realización de un estudio que mediante investigación con metodología cuantitativa y cualitativa permita segmentar y caracterizar el comportamiento de las audiencias de la plataforma RTVCPlay, a partir de las dinámicas de consumo de contenidos dentro de la misma.

2. PERSPECTIVA LEGAL

En razón a lo anterior, mediante Resolución 461 de 2016, RTVC adoptó el Manual de Contratación para regular la actividad contractual de la entidad con base en su régimen especial, el cual, establece entre otras modalidades de selección de contratistas, la siguiente: TITULO II, CAPÍTULO III. MODALIDADES DE SELECCIÓN DEL CONTRATISTA PARA LA CONTRATACIÓN MISIONAL, numeral 1.4 "CONTRATACIÓN DIRECTA MISIONAL, *"(...) previo agotamiento de la fase de planeación y de la verificación de la idoneidad y experiencia o exclusividad del contratista, así como de un análisis del sector relativo al objeto del proceso de selección teniendo en cuenta los aspectos jurídico, técnico, financiero, organizacional y de riesgos, podrá contratar directamente, seleccionando la oferta más favorable para la empresa."*

3. PERSPECTIVA COMERCIAL Y ORGANIZACIONAL

RTVC ha encontrado que en el sector se empresas que ofrecen sus servicios. Que se requiere contratar a una persona natural o jurídica cuyo objeto social esté directamente relacionado con prestación de servicios de investigación de mercados

Dentro de las distintas alternativas que se presentan en el sector, se considera que lo más conveniente es contratar a una persona natural con experiencia y conocimiento en mercadeo y ventas.

4. PERSPECTIVA FINANCIERA

Para determinar el valor estimado de la presente contratación, se tomó como referencia el Literal A, del Numeral 3.6.1 del Capítulo I, del Título II del Manual de Contratación de RTVC, el cual establece lo siguiente: Análisis de consumos y precios históricos.

A. Solicitud de cotizaciones: Cuando se emplee la modalidad de solicitud de cotizaciones, las mismas se deben requerir remitiendo a los interesados toda la información básica del contrato a suscribir, con el fin de que proyecten el valor del servicio o del bien correspondiente. Por lo expuesto, se deberán señalar en la comunicación respectiva los gastos que deberá asumir el contratista (constitución de garantía única, impuestos, transporte, etc.)

Teniendo en cuenta lo anterior, se efectuó la consulta correspondiente con base en la naturaleza de los servicios a contratar, calidades del contratista, las obligaciones contractuales y las solicitudes de cotizaciones realizadas por RTVC con objeto contractual similar, todo ellos acorde a las necesidades de la entidad.

Para determinar el valor de los conceptos de pago de la presente contratación, se tomaron como referencia las cotizaciones a las siguientes empresas –Yanhaas, Centro Nacional de Consultoría -CNC, Nielsen, Datexco, Bussines Bureau, Cifras y conceptos, Brandstrat S.A, MEC, Mediacom, Quiroga agencia de medios,Ommnicon Media Group – OMD, HAVAS, Publicis, IBOPE y IPSOS – Napoleón Franco, de las cuales presentaron propuesta dentro de los tiempos establecidos y enviaron las siguientes cotizaciones: IPSOS, DATEXCO Y BUSSINES BAREAU, todas por un valor de $65.000.000.

El factor de selección para realizar la presente contratación será aquel en el que se pueda inferir que la persona jurídica cumple con los factores de idoneidad y de experiencia para desarrollar el objeto contractual plasmado en estos estudios previos.

Teniendo en cuenta lo anterior, y analizando las ofertas presentadas IPSOS, DATEXCO Y BUSSINES BAREAU, se logra evidenciar que la oferta presentada por IPSOS no sólo es la más favorable a la entidad en cuanto al precio, sino que en las necesidades técnicas y de calidad también se logra evidenciar que cuenta con la suficiente experticia e idoneidad para ejecutar el objeto contractual que se ha plasmado en estos estudios previos.

Es por lo anterior que RTVC se ve en la necesidad de escoger a IPSOS S para realizar la contratación.

En consecuencia, para la estimación del valor del contrato se tuvo en cuenta las cotizaciones presentadas y el presupuesto disponible por RTVC para el pago de honorarios por la prestación servicios para la presente contratación. Por lo tanto, RTVC estimó que el valor de contrato es la suma de SESENTA Y CINCO MILLONES DE PESOS MCTE ($65.000.000.) INCLUIDO IVA y el termino de ejecución será hasta el veintisiete de diciembre (27) de diciembre de 2018 contados a partir del cumplimiento de los requisitos de perfeccionamiento del contrato.

5. PERSPECTIVA TECNICA

Teniendo en cuenta el objeto contractual, se requiere contratar la realización de un estudio que mediante investigación con metodología cuantitativa y cualitativa permita segmentar y caracterizar el comportamiento de las audiencias de la plataforma RTVCPlay, a partir de las dinámicas de consumo de contenidos dentro de la misma.

En este sentido el análisis y verificación de requisitos de idoneidad, experiencia y capacidad del seleccionado, se evidencia en el numeral de verificación correspondiente de los Estudios Previos.

6. ANALISIS DE RIESGO

La dependencia solicitante analizó los posibles riesgos que puedan afectar el presente proceso contractual, tales como su objeto, Riesgo por entrega de información errada, Riesgo por uso o información errada. Riesgos por conceptos errados,

Riesgo por servicios adicionales, información que se encuentra consignada en el Anexo "Análisis del Riesgo", que hace parte integral del presente proceso de selección, en donde se encuentra consignado la estimación, tipificación, cuantificación, mitigación y asignación de riesgos previsibles, para este tipo de selección.

ANEXO

ESTUDIO DEL SECTOR

(Medición Audiencias de la plataforma RTVCPlay)

TABLA DE CONTENIDO

1. INTRODUCCIÓN 2
2. ASPECTOS GENERALES. (Responsable Área de Presupuesto) 4
2.1. Objeto 4
2.2. Económico 4
2.2.1. Variables económicas que afectan el sector 4
2.2.2. Cadena de producción y distribución, materias primas. 7
2.3. Aspecto Técnico. 7
2.3.1. Condiciones técnicas y tecnológicas del proceso de contratación 7
2.4. Aspecto Regulatorio 12
2.5. Otros 13
3. ESTUDIO DE LA OFERTA. 13
3.2. Determinación de los Oferentes 13
3.2. Análisis de la Oferta 15
3.3. Indicadores Financieros 15
4. ESTUDIO DE LA DEMANDA. 17
4.1. Históricos de la contratación de RTVC. 17
4.2. Análisis del valor de Contratos Anteriores 19
4.3. Histórico de Otras Entidades 19
5. TÉCNICAS DE ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN COTIZACIONES Y PRECIOS HISTÓRICOS. 19
8. ANEXOS (Área de Presupuesto) 24

1. INTRODUCCIÓN

Mediante Escritura Pública No. 3138 del 28 de Octubre de 2004 de la Notaria 34 de Bogotá D.C., se constituyó la Sociedad RADIO TELEVISIÓN NACIONAL DE COLOMBIA, RTVC como nuevo gestor del servicio público de televisión y radio, por ello, RTVC a través de sus canales se ha consolidado como un medio que ofrece diversas alternativas para los televidentes que además de divertir, educan de una forma novedosa y con una estética visual moderna, acompañado de conceptos e ideas que marcan la diferencia con la programación tradicional de los canales privados.

Que la planta de personal de RTVC está constituida por 72 funcionarios, y ésta resulta insuficiente para cumplir todas las funciones a ella asignadas.

Que la tercerización es el proceso en el que una empresa o entidad identifica áreas o actividades de su negocio o de su objeto que pueden desarrollarse en forma más eficiente o efectiva por terceros a quienes contrata para que se encarguen de su ejecución.

Desde el año 2008 se viene consolidando el uso de la página web como una herramienta de información, comunicación e interacción con los ciudadanos que siguen la programación de los canales, aunado a ello, la web se constituye en otra pantalla de la estrategia multiplataforma que ha ido creciendo para ofrecer más y mejores contenidos a los usuarios relativos a: información complementaria a las producciones nacionales e internacionales de cada uno de los módulos infantil, juvenil, familiar, adultos, especiales, deportes, cine, noticias y estrenos, adicionalmente, diseña y produce contenidos para apoyar las campañas del año, los convenios, las alianzas y las coproducciones.

Con el mismo alcance, se han creado mecanismos de comunicación con la industria, proveedores y televidentes, así como formas de participación y fidelización a través de comentarios, interacciones en redes sociales, actividades de participación y blogs lo cual se traduce en buenas prácticas de alianzas institucionales, en otras palabras, la web provee vínculos a distintas páginas estatales, portales amigos y a las otras marcas que hacen parte de RTVC – Sistema de Medios Públicos.

Si bien RTVC ha realizado esfuerzos significativos para estar siempre a la vanguardia, no es menos cierto que los avances tecnológicos se presentan en tiempos relativamente cortos, razón por la cual esta entidad debe disponer de las mejores herramientas del mercado para convertirse, a través de sus señales, en una verdadera opción para los colombianos. Por esta razón, en el marco del desarrollo de una Sociedad de la Información en la cual el acceso a los distintos contenidos se logre de forma fácil y mediante distintas herramientas, así como para dar cumplimiento a los fines y principios establecidos en la Ley 1341 de 2009, el Ministerio de Tecnologías de la información y las Comunicaciones expidió la Resolución No. 027 de 2018, con objeto de financiar el proyecto de desarrollo del ecosistema de contenidos convergentes Nacional.

En este sentido, los recursos destinados por el Ministerio de Tecnologías de la información y las Comunicaciones permiten el desarrollo del proyecto de Ecosistema de Contenidos Digitales, iniciativa orientada a producir contenido convergente que no solo esté en la tradicional pantalla de televisión y en la emisora de radio, si no que trascienda su contenido y abarque nuevas plataformas llegando a nuevas audiencias. Con esto, se ofrece la opción de crear una relación más cercana entre RTVC y los usuarios de sus servicios, a través de las páginas de las marcas y sus respectivas redes sociales, y con la plataforma de contenidos OTT llamada RTVCPlay. Ésta última nace como parte de una sólida estrategia de convergencia y desarrollo digital de Radio Televisión Nacional de Colombia (RTVC) – Sistema de Medios Públicos con el fin de dar respuesta a las nuevas formas de consumo a través de los medios digitales y brindar a sus audiencias una ventana más y así garantizar el acceso de todos los colombianos -en el lugar que se encuentren y cuando lo deseen- a la oferta de la radio y la televisión pública.

Desde el proceso de consolidación de esta iniciativa, la plataforma RTVCPlay está dando ejecución a un proyecto de contenido propio que cumpla con todas las expectativas citadas. Con el fin de seguir cumpliendo con sus objetivos y

carácter misional a través de diferentes estrategias, desde 2017 RTVCPlay empezó a producir contenidos propios dirigidos particularmente a jóvenes y jóvenes adultos (que integran los segmentos de audiencia más proclives al consumo de contenidos digitales en plataformas OTT). Paralelo a este interés, RTVCPlay también tiene el propósito de conocer y visibilizar a través de la plataforma el trabajo de creadores y casas productoras colombianas, cuyas propuestas de contenido estén alineadas con los criterios editoriales de la plataforma y de RTVC en general.

Ahora bien, tanto la tarea de producir contenidos originales que sean pertinentes para los usuarios de RTVCPlay, como de seleccionar con suficientes herramientas de juicio los trabajos de los creadores audiovisuales colombianos para propiciar su publicación en la plataforma, exige contar con un conocimiento profundo de las audiencias digitales, tratándose sobre todo de usuarios cuyos patrones de consumo de contenido han mutado tanto a nivel de hábitos y gustos como de dispositivos utilizados, pasando por duración de la experiencia de consumo y el cambio de unos rituales colectivos por otros de carácter cada vez más individual.

Y es que RTVCPlay existe en un entorno marcado por la 'convergencia', es decir, el flujo de contenido a través de múltiples plataformas mediáticas, la cooperación entre múltiples industrias mediáticas y el comportamiento migratorio de las audiencias, dispuestas a ir casi a cualquier parte en busca del tipo deseado de experiencias de entretenimiento.

En ese escenario, las plataformas de entretenimiento se han convertido en instancias a las que acuden las audiencias en busca de contenidos organizados para ser vistos cuándo, cómo y donde los usuarios lo requieran; a partir de ese primer acceso al contenido se genera un nuevo espectro de procesos a nivel de interacción en redes sociales, difusión de contenidos transmedia, creación de comunidades, etc, que terminan constituyendo ya no un simple acto de consumo de contenidos, sino la consolidación de una *experiencia* completa que debe ser rastreada y analizada en profundidad.

Por todo lo anterior, para que RTVCPlay sea más efectivo y preciso en la conexión con el público, y justamente ofrezca una *experiencia* de usuario más allá de su condición de repositorio de contenidos de las marcas de RTVC y de generador de contenidos originales, requiere tener el máximo grado de conocimiento y comprensión de sus diferentes segmentos de audiencia.

En Colombia, en la medida en que las plataformas OTT le han reducido terreno a la televisión abierta, se han empezado a desarrollar estudios de audiencias digitales y análisis comparativos entre diferentes alternativas de entretenimiento en línea. Sin embargo, dichos estudios suelen centrarse en ofertas de servicios por suscripción, de carácter esencialmente comercial, y aunque pueden arrojar información global relevante para comprender el contexto de consumo de contenidos en plataformas digitales en nuestro país, no dan pistas sobre la relación de los usuarios digitales con una oferta pública y gratuita de las características de RTVCPlay.

Actualmente, gracias a reportes periódicos suministrados por la Dirección de Tecnologías Convergentes de RTVC a través de la herramienta Adobe analytics, RTVCPlay recibe información diaria, semanal, mensual y anual respecto a variables como número de visitas a la plataforma, número de usuarios, tiempo de navegación, número de páginas visitadas, entre otros indicadores relevantes. No obstante, más allá de indicar desde qué lugares de Colombia y el mundo se registran las visitas a RTVCPlay y cuáles son los dispositivos utilizados para las mismas, la información recibida no da cuenta de una segmentación ni caracterización más profunda de las audiencias, algo crítico para una plataforma cuya conexión con el usuario está fundada en el máximo grado de personalización de la oferta de contenidos y de optimización de la navegación tanto a nivel web como en aplicaciones derivadas.

Justamente por la necesidad de tener información más certera sobre las audiencias, y recolectada puntualmente en relación con lo que ofrece la plataforma RTVCPlay hoy en día tanto a nivel de contenidos como en cuanto a experiencia de navegación para el usuario, resulta de gran importancia para RTVCPlay contratar los servicios de una empresa con experiencia en el desarrollo de estudios de audiencia con metodología cuantitativa y cualitativa, para que, mediante

investigación, identifique, clasifique y caracterice a las audiencias que consumen contenido audiovisual y sonoro en RTVCPlay, y así, a partir de los resultados, se puedan derivar estrategias que permitan incrementar la base de usuarios de la plataforma.

2. ASPECTOS GENERALES.

Dentro de las generalidades para contratar los servicios requeridos para llevar a cabo la investigación con metodología cuantitativa y cualitativa que permita segmentar y caracterizar el comportamiento de las audiencias de la plataforma RTVCPlay a continuación, se presenta y realiza un análisis de variables que se deben tener presentes en el momento de realizar el proceso de contratación que se viene adelantando, algunos componentes son los económicos, técnicos, regulatorios y otros que afectan o estimulan el sector a analizar.

2.1. Objeto

EL CONTRATISTA se compromete para con RTVC, a la prestación del servicio para la realización de un estudio que mediante la investigación con metodología cuantitativa y cualitativa permita segmentar y caracterizar el comportamiento de las audiencias de la plataforma RTVCPlay, a partir de las dinámicas de consumo de contenidos dentro de la misma.

2.2. Económico.

Dentro del marco económico podemos encontrar un amplio grupo de personas jurídicas que están en capacidad de ofrecer el servicio requerido, utilizando los recursos a al alcance, se logró identificar las siguientes agremiaciones:

- **ACEI** Asociación Colombiana de empresas de investigación de mercado: La cual es una organización sin ánimo de lucro, con el objetivo de reunir a las empresas más importantes del gremio, buscando mejorar y mantener la calidad de la investigación de mercados en Colombia, promoviendo un trabajo serio y confiable regido por estándares de calidad, un código de ética y el respeto a la legislación vigente.[1]

- **ANEIMO**, Asociación de empresas de investigación de mercados y opinión pública: es la asociación que aglutina a las empresas líderes del sector, representándolas en los diferentes ámbitos sociales y profesionales, promoviendo su desarrollo y asegurando que sus trabajos se realizan con altos estándares de calidad y siguiendo los códigos de ética profesional. Creemos firmemente en que la investigación de calidad repercute de forma directa en la generación de resultados positivos sobre el negocio de los clientes. [2]

2.2.1. Variables económicas que afectan el sector.

Dentro de los aspectos económicos se revisarán las variables que afectan el sector, en el cual se relaciona el IPC, la encuesta mensual de servicios DANE, y la tasa de desempleo así:

VARIABLE	VARIACIÓN	ESTADÍSTICA

1 https://acei.co/nosotros/quienes-somos/
2 http://www.aneimo.com/nosotros/#acercade

IPC[3]	En el mes de agosto de 2018, el IPC registró una variación de 0,12% en comparación con julio de 2018. Tres grupos se ubicaron por encima del promedio nacional: Vivienda (0,35%), Salud (0,13%) y Educación (0,13%). Por debajo se ubicaron: Vestuario (0,06%), Transporte (0,05%), Otros gastos (0,04%), Alimentos (0,03%), Comunicaciones (-0,18%) y Diversión (-0,69%). En cuanto al comportamiento del sector que atañe al objeto de este proceso, podemos clasificarlo dentro de Otros Gastos, según la variación anual este año esta actividad registro un 0,04%.	**Cuadro 1. IPC Variación mensual** **Según grupos de gasto** **Agosto 2017-2018** **Fuente:** DANE - IPC **Nota:** La diferencia en la suma de las variables, obedece al sistema de aproximación en el nivel de dígitos trabajados en el índice.

Grupos de gasto	Peso %	2017		2018	
		Variación %	Contribución Puntos Porcentuales	Variación %	Contribución Puntos Porcentuales
Vivienda	30,10	0,44	0,14	0,35	0,11
Salud	2,43	0,15	0,00	0,13	0,00
Educación	5,73	0,14	0,01	0,13	0,01
Total	100,00	0,14	0,14	0,12	0,12
Vestuario	5,16	-0,05	0,00	0,06	0,00
Transporte	15,19	0,02	0,00	0,05	0,01
Otros gastos	6,35	0,20	0,01	0,04	0,00
Alimentos	28,21	-0,08	-0,02	0,03	0,01
Comunicaciones	3,72	-0,02	0,00	-0,18	-0,01
Diversión	3,10	0,00	0,00	-0,69	-0,02

3 http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ipc/bol_ipc_ago18.pdf

Encuesta mensual de servicios DANE Variación de **Actividades Profesionales Científicas y Técnicas** [4]

Actividades Profesionales Científicas y Técnicas

El servicio por contratar se encuentra clasificado en el subsector de Actividades Profesionales Científicas y Técnicas. En el boletín técnico del 12 de octubre de 2018, se muestra el comportamiento del mes de agosto, cuya fuente es el DANE, se puede resaltar los siguientes aspectos analizados.

En agosto de 2018, los servicios de Actividades Profesionales Científicas y Técnicas registraron un crecimiento de 21,4% en los ingresos nominales. Por su parte, el personal ocupado total presentó una disminución de -0,2% respecto al mismo periodo de 2017.

Estas estadísticas muestran que este el sector Actividades Profesionales Científicas y Técnicas muestra una tendencia de crecimiento en cuanto a ingresos nominales y de disminución en cuanto el personal ocupado.

Tabla 1. Variación anual de los ingresos y contribución por tipo de ingresos, según subsector de servicios
Agosto 2018[P]

Clasificación CIIU Rev. 4 A.C. Sección	División	Descripción	Ingresos nominales Variación (%)	Ingresos por servicios	Venta de Mercancías Contribución (PP)	Otros Ingresos
H	División 52	Almacenamiento y actividades complementarias al transporte	3,9	3,4	0,0	0,5
H	División 53	Correo y servicios de mensajería	14,1	13,8	0,0	0,3
I	División 56	Restaurantes, catering y bares	10,2	9,8	0,2	0,2
J	División 59, excepto Clase 5920	Producción de películas cinematográficas y programas de televisión	17,7	13,8	3,4	0,5
J	División 60 y Clase 6391	Actividades de programación y transmisión, agencias de noticias	-8,0	-8,1	0,0	0,1
J	División 61	Telecomunicaciones	7,3	6,5	0,7	0,1
J	División 62, División 63, excepto Clase 6391	Desarrollo de sistemas informáticos y procesamiento de datos	20,1	18,7	1,4	0,0
LN	Sección L. División 68 Sección N. Divisiones 7710, 7729 y 7730	Inmobiliarias, de alquiler y arrendamiento	6,6	7,3	-0,2	-0,5
M	Divisiones 69, 70, 71, 72, Clase 7320, División 74	Actividades profesionales científicas y técnicas	21,4	21,4	0,2	-0,2
M	Clase 7310	Publicidad	-4,0	-4,0	-0,1	0,1
N	Divisiones 78, 80 y 81, excepto Clase 8130	Actividades de empleo, seguridad e investigación privada, servicios a edificios	0,0	0,0	0,0	0,0
N	División 82	Actividades administrativas y de apoyo de oficina y otras actividades	5,4	4,4	0,0	1,0
P	Grupo 854	Educación superior privada	2,3	1,7	0,0	0,6
Q	Divisiones 86 y 87, excepto Clase 8790	Salud humana privada	8,4	7,5	0,0	0,9
S	Divisiones 90, 92, 93, 95 y 96	Otros servicios de entretenimiento y otros servicios	1,1	-0,7	0,6	1,2

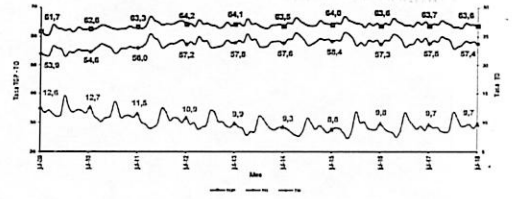
Fuente: DANE – Encuesta Mensual de Servicios EMS
[P] Cifra provisional
(PP) Puntos porcentuales

Tabla 3. Variación anual del personal ocupado total y contribución por categoría de contratación, según subsector de servicios
Agosto 2018[P]

Clasificación CIIU Rev. 4 A.C. Sección	División	Descripción	Personal ocupado total* Variación (%)	Permanente	Temporal directo Contribución (PP)	Agencias	Misión** Hora cátedra***
H	División 52	Almacenamiento y actividades complementarias al transporte	0,1	0,1	3,4	-3,4	--
H	División 53	Correo y servicios de mensajería	1,0	1,7	-1,3	0,6	--
I	División 56	Restaurantes, catering y bares	2,1	2,1	-0,5	0,5	--
J	División 59, excepto Clase 5920	Producción de películas cinematográficas y programas de televisión	3,7	6,7	2,2	-5,2	--
J	División 60 y Clase 6391	Actividades de programación y transmisión, agencias de noticias	2,3	0,6	-0,1	1,8	--
J	División 61	Telecomunicaciones	-0,6	-2,2	0,8	0,8	--
J	División 62, División 63, excepto Clase 6391	Desarrollo de sistemas informáticos y procesamiento de datos	4,8	5,8	-1,0	0,0	--
LN	Sección L. División 68 Sección N. Divisiones 7710, 7729 y 7730	Inmobiliarias, de alquiler y arrendamiento	-2,7	-1,4	0,0	-1,3	--
M	Divisiones 69, 70, 71, 72, Clase 7320, División 74	Actividades profesionales científicas y técnicas	-0,2	-2,2	2,8	-0,8	--
M	Clase 7310	Publicidad	13,5	-1,4	15,7	-0,8	--
N	Divisiones 78, 80 y 81, excepto Clase 8130	Actividades de empleo, seguridad e investigación privada, servicios a edificios	-0,3	-0,1	1,8	0,0	-1,8
N	División 82	Actividades administrativas y de apoyo de oficina y otras actividades	-0,4	-6,6	7,0	-0,8	--
P	Grupo 854	Educación superior privada	1,3	-0,4	2,7	-0,1	-0,9
Q	Divisiones 86 y 87, excepto Clase 8790	Salud humana privada	1,1	0,5	1,0	-0,4	--
S	Divisiones 90, 92, 93, 95 y 96	Otros servicios de entretenimiento y otros servicios	2,4	2,8	-0,5	0,1	--

Fuente: DANE – Encuesta Mensual de Servicios EMS
[P] Cifra provisional
(PP) Puntos porcentuales
* Incluye personal permanente, personal temporal directo y personal temporal contratado a través de agencias de suministro de personal
** Personal en misión aplica para la sección N, divisiones 78, 80 y 81, excepto Clase 8130
*** Personal Hora Cátedra aplica para la sección P - grupo 854
Nota: Por aproximación decimal, se puede presentar diferencia en la suma de las contribuciones frente a la variación total

4 https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ems/bol_ems_julio_18.pdf

Tasa de desempleo[5]	Para el mes de julio de 2018 la tasa de desempleo fue 9,7%, la tasa global de participación 63,6% y la tasa de ocupación 57,4%. En el mismo mes del año anterior estas tasas fueron 9,7%, 63,7% y 57,5%, respectivamente. Con este tipo de procesos, se pretende incentivar la participación de empresas de servicios con el fin de que se refleje una desaceleración en el aumento de desempleo.	**Principales indicadores del mercado laboral** Julio de 2018 Gráfico 1. Tasa global de participación, ocupación y desempleo Total nacional Julio (2009 – 2018) 

2.2.2. Cadena de producción y distribución, materias primas.

Con el enfoque de conocer cómo se produce, distribuye y se comercializa el servicio, suministrado por el proveedor, se da a conocer la cadena de producción, distribución y/o servicios que se puede desarrollar a fin de conseguir el objeto de esta contratación.



2.3. Aspecto Técnico.

Las especificaciones técnicas mínimas requeridas y sus detalles se encuentran descritas en el Anexo No. - 1 Especificaciones Técnicas.

2.3.1. Condiciones técnicas y tecnológicas del proceso de contratación

A continuación, se presenta algunas de las especificaciones técnicas que debe tener en cuenta el proponente que esté interesado en la participación de este proceso de contratación.

DESCRIPCION	NECESIDAD DE RTVC
Cambios Tecnológicos	N/A
Experiencia del Oferente	El proponente debe acreditar que cuenta con experiencia en la realización de estudios de mercado con metodología cualitativa y/o cuantitativa. Esta experiencia podrá ser acreditada en certificaciones de máximo hasta tres (3) contratos de investigación cualitativa terminados y ejecutados en un 100%, o actas de finalización o liquidación, cuyo periodo de ejecución esté comprendido dentro de los últimos

5 http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ech/ech/bol_empleo_jul_18.pdf

cinco (5) años, contados a partir del año 2013 y cuya sumatoria corresponda o supere el 100% del valor de la presente contratación.

Para acreditar la experiencia, cada certificación o acta de finalización o liquidación deberá contener:

- Nombre o razón social de quien certifica.
- Nombre o razón social del proponente.
- Objeto del contrato.
- Valor del contrato (En caso de que el valor esté expresado en pesos, RTVC realizará la conversión a SMMLV de la fecha de terminación).
- Nombre y Firma quien expide la certificación.
- Fecha de inicio y terminación.

En caso de que los valores de los contratos certificados que los proponentes presenten para efectos de acreditar la experiencia mínima se encuentren en moneda extranjera, RTVC tomará la TRM de la fecha de celebración del contrato que se certifique para realizar la conversión.

En caso de que la certificación sea expedida a un consorcio o unión temporal, en la misma debe identificarse el porcentaje de participación de cada uno de sus integrantes. En caso de que en la certificación no conste el porcentaje de participación de los asociados, el proponente deberá aportar copia del documento de conformación de consorcio o unión temporal según corresponda. (Para efectos de calificación se tendrá en cuenta únicamente el porcentaje de participación del oferente que conforma el consorcio o unión temporal que presente oferta).

Si en una de las certificaciones o documentos equivalentes presentadas relaciona más de un servicio, sólo se tendrán en cuenta aquellos que cumplan con las condiciones solicitadas en este numeral.

Si la certificación incluye adiciones al contrato principal, se debe identificar en forma precisa si son contratos adicionales al principal, indicando en cada uno de ellos su plazo y valor.

En caso de que en las certificaciones no se acredite el día cierto de inicio y terminación del contrato, RTVC tomará el último día del mes de inicio del contrato, y el primer día del mes en que terminó.

En caso de que acrediten experiencia de participación en contratos anteriores bajo la figura de Consorcios y Uniones Temporales, el precio de las certificaciones que se aporten se

	verificará de acuerdo al porcentaje de participación que haya tenido en las formas asociativas antes mencionadas. Ahora, en caso de que el proponente se presente a este proceso de selección bajo la figura de Consorcios y Uniones Temporales, la experiencia se les tendrá en cuenta sin importar el porcentaje de participación que los miembros acrediten en el documento de conformación de consorcio o unión temporal para este proceso. NOTA 1: RTVC se reserva el derecho de verificar los documentos aportados para acreditar la experiencia, con el fin de constatar su veracidad. NOTA 2: Si dentro del objeto de las certificaciones no es posible evidenciar el cumplimiento de la experiencia requerida, RTVC podrá solicitar copia del contrato, actas de terminación o liquidación o cualquier otro documento idóneo expedido por la entidad contratante en donde se pueda evidenciar la experiencia requerida por la Entidad.
Capacidad Instalada.	El proponente deberá presentar un director de investigación con experiencia en la realización y análisis de investigaciones cualitativas y/o cuantitativas de mercados, el cual estará encargado de dirigir las labores de campo, análisis y presentación de informes y todas aquellas que requiera la ejecución del objeto a contratar. Las profesiones que aplican para el cargo de director deben ser: Mercadólogo, Administrador de empresas, Ingeniero Industrial, Estadista, Antropólogo, Psicólogo, Publicista, Economista o carreras afines a la investigación de mercados. Así mismo, en cualquiera de las profesiones mencionadas, el director debe contar con al menos tres (3) años de experiencia mínima específica en investigación cualitativa y/o cuantitativa de mercados. El director de investigación propuesto deberá certificar la experiencia requerida, para lo cual deberán anexar los siguientes documentos: • Hoja de vida. • Fotocopia Cédula de ciudadanía. • Diplomas y actas de grado de estudios de educación superior relacionados en la hoja de vida. • Certificaciones laborales donde se relacione como mínimo: nombre completo, número de identificación, cargo desempeñado, actividades desarrolladas, fecha de inicio y fecha finalización. Las certificaciones deberán contar con la siguiente información del contratante y/o empleador: nombre, dirección,

	teléfono de contacto, correo electrónico, nombre y cargo de quien expide el documento.
Actividades Especificas	1. Asumir los gastos de logística, incluido el desplazamiento, necesarios y en los que se incurra para la ejecución del contrato. 2. Entregar a RTVCPlay la información y material objeto de la investigación en los formatos que establezca. 3. Obtener por parte de los titulares de derechos de autor o conexos, o de sus representantes, la autorización por el uso de imagen, obras animadas, audiovisuales, entrevistas y, en general, cualquier obra protegida que eventualmente se llegaren a utilizar en la ejecución del(los) contrato(s). El uso y explotación de las obras, así como las entrevistas e imágenes que se llegaren a hacer, deberán ser autorizadas de forma que se pueda realizar la divulgación de estas a través de reproducción, emisión, transmisión y publicación a través de los canales RTVC o por las unidades misionales de RTVC, sus páginas web, sus redes sociales, así como la comunicación, emisión y divulgación pública a través de los medios existentes o por inventarse, incluidos medios impresos, electrónicos digitales, ópticos, de acceso remoto, de datos y en la red de internet y sus plataformas. 4. Pagar los derechos que se ocasionen y/o causen con motivo de la utilización de los ítems descritos en el numeral anterior. 5. Responder por cualquier reclamación que en materia de derechos de autor o conexos efectúe un tercero, exonerando de responsabilidad a RTVC. 6. Mencionar, conforme lo exige la ley, los créditos respectivos de los autores de la investigación objeto del presente contrato. Adicionalmente, mencionar a los demás autores y miembros del equipo investigador. 7. Contar con el talento humano necesario y suficiente, debidamente capacitado, certificado y con experiencia amplia en la investigación y análisis de medios, usando diferentes modalidades y metodologías, que consoliden con precisión, veracidad y de manera concreta el informe de caracterización de audiencias de Señal Colombia. 8. Brindar soporte de información requerida y/o solicitada por RTVCPlay posterior a la entrega del estudio para caracterizar el comportamiento de las audiencias de la plataforma RTVCPlay, a partir de las dinámicas de consumo de contenidos dentro de la misma. 9. Desarrollar la investigación a fondo con la metodología acordada. 10. Realizar la investigación de manera que cumpla con los objetivos y requisitos señalados en el anexo técnico entregado, utilizando herramientas de investigación y análisis de comprobada efectividad

Plazo de Ejecución del Contrato	El plazo de ejecución del contrato será hasta el 27 de diciembre, plazo dentro del cual deben cumplirse todas las etapas del objeto a contratar; el plazo iniciará a partir del cumplimiento de los requisitos de perfeccionamiento y ejecución.
Tiempos de Entrega	27 de diciembre del 2018
Lugar de Ejecución del Contrato	Si bien el domicilio contractual es la ciudad de Bogotá D.C., la prestación del servicio se ejecutará en diversas regiones del territorio nacional tal y como lo exige la naturaleza de la investigación a contratar.
Forma de pago	RTVCPlay pagará al contratista seleccionado el valor del contrato de acuerdo con el desarrollo por etapas del objeto contratado, en las fechas y formatos que se establezca, todo ello de acuerdo con la evolución de los servicios prestados. Tales montos se irán descontando del valor total del contrato, previa certificación del supervisor y presentación del formato de legalización que RTVC establezca. Las etapas en las cuales se determinarán los pagos son: 1. ETAPA 1. RTVC pagará al contratista seleccionado para la investigación requerida por RTVCPlay, el veinte por ciento (20%) del valor total del contrato al presentar y ser aprobado su plan de trabajo de campo que detalle los lugares en los que se recopilará la muestra, además del diseño metodológico e instrumentos a emplear entre otros aspectos de diseño del estudio. 2. ETAPA 2. RTVC pagará al contratista el treinta y cinco por ciento (35%) del valor total del contrato al finalizar la labor de campo presentando evidencia de ello en base de datos y otros documentos utilizados en esa fase del estudio. 3. ETAPA 3. RTVC pagará al contratista el cuarenta y cinco por ciento (45%) del valor total del contrato al entregar el informe final a satisfacción y a la suscripción del acta de finalización y de los entregables solicitados. El proponente sufragará todos los costos, tanto directos como indirectos, relacionados con la preparación y presentación de su propuesta a RTVCPlay, por lo cual RTVC no será responsable en ningún caso de dichos costos, cualquiera que sea el resultado del proceso de contratación. Corresponderá al proponente la responsabilidad de determinar, evaluar y asumir los impuestos, tasas y contribuciones, así como los demás costos tributarios y de cualquier otra naturaleza que conlleve la celebración del contrato con RTVCPlay, para lo cual se recomienda a los

	proponentes obtener asesoría calificada al momento de presentar su propuesta.
Cláusula de Confidencialidad	SI ( ) Adjuntarla según como Anexo. No (**X**)
Presupuesto Estimado del Contrato	RTVCPlay ha dispuesto de un presupuesto de SESENTA Y CINCO MILLONES DE PESOS M/legal $ 65.000.000 IVA incluido.
Otros	N/A

2.4. Aspecto Regulatorio

Dentro de este estudio de sector es de gran importancia resaltar y nombrar la normatividad aplicable que fundamenta y reglamenta la puesta en marcha del proceso de contratación que RTVC adelanta.

NORMATIVIDAD	DETALLE
Resolución No 461 de 2016 "Manual de Contratación RTVC".	El artículo 85 de la ley 489 de 1998 establece que "... las empresas industriales y comerciales del estado son organismos creados por la ley o autorizados por esta, que desarrollan actividades de naturaleza industrial o comercial y de gestión económica conforme a las reglas del derecho privado..." en atención a lo cual RTVC dirige su actividad contractual conforme su manual de contratación el cual atiende a las normas del derecho privado para el desarrollo de la misión institucional. En razón a lo anterior, mediante resolución 461 de 2016, RTVC adopto el manual de contratación para regular la actividad contractual de la entidad con base en su régimen especial, el cual, establece otras modalidades de selección de contratistas, lo siguiente: TITULO II, CAPITULO III, MODALIDADES DE SELECCIÓN DEL CONTRATISTA PARA LA CONTRATACION MISIONAL, numeral 5 CONTRATACION DIRECTA MISIONAL "... previo agotamiento de la fase de planeación y de la verificación de la idoneidad y experiencia o exclusividad del contratista, así como de un análisis del sector relativo al objeto del proceso de selección teniendo en cuenta los aspectos jurídicos, técnicos, financiero, organizacional y de riesgos, podrá contratar directamente, seleccionando la oferta más favorable para la empresa". Así mismo, se establecieron dentro las causales para la Selección Directa: "(...) g. Contratos de prestación de servicios profesionales y/o de apoyo a las áreas misionales, artísticos, técnicos y tecnológicos que puedan encomendarse a personas que hayan demostrado idoneidad y experiencia, siempre y cuando no exista personal suficiente en la planta de la Entidad para prestar el servicio objeto del contrato (...).". Por consiguiente, la modalidad de selección elegida es procedente ya que su objeto corresponde a la de servicios bajo la modalidad de administración y el contratista cuenta con la idoneidad y experiencia necesaria para llevar a cabo dichos proyectos
Constitución Política De Colombia	Norma Superior
Decreto 410 de 1971	Código de Comercio
Ley 57 de 1887	Código Civil Colombiano, sus adicciones y modificaciones.

2.5. Otros

N/A

3. ESTUDIO DE LA OFERTA.

A continuación, se presenta el conocimiento de los proveedores, lo que permite a la entidad conocer de cerca algunas de las características de las empresas que participan en el estudio de mercado. El análisis de la oferta permite determinar aspectos técnicos, jurídicos, y financieros que facilitan a RTVC, definir variables económicas que deberán cumplir los futuros proponentes que participarán en el proceso de contratación que se está adelantando.

3.2. Determinación de los Oferentes

Con el fin de conocer el oferente del servicio y el sector de quien vende, se presenta el cuadro de conocimiento de los oferentes de las empresas que presentaron cotizaciones así:

CONOCIMIENTO DE LOS OFERENTES

Información del proveedor (área donde surge la necesidad)	Nombre de la Empresa o Razón Social	DATEXCO		
	Nit / Rut	830.012.785-6		
	Ubicación de la Empresa	Transversal 59 N° 104b-65		
	Datos de Contacto	María Fernanda Montejo		
	Correo Electrónico	maria.montejo@datexco.com		
	Nacionalidad de la empresa	Colombia		
	Experiencia en años	21 años		
	Tamaño de la Empresa	Grande (x) Mediana ( ) Pequeña ( ) PYME ( )		
	Bien o Servicio Ofertado	Servicio de estudio de audiencias		
	Productor o Distribuidor	N/A		
Conocimiento de la Dinámica de Producción	**Productor**		**Servicios**	
	Insumos Nacionales o Extranjeros	N/A	Producto Nacional o Importado	N/A
	Tiempo de entrega según requerimiento de la entidad	N/A	Tiempo de entrega según requerimiento de la entidad	N/A
	El proveedor Cuenta con Transporte para el traslado del bien, obra o servicio	Propio ( ) Tercerizado ( ) N/A	El proveedor Cuenta con Transporte para el traslado del bien, obra o servicio	Propio ( ) Tercerizado ( ) N/A
	Cuál es el costo del transporte	Costo ( ) No tiene Costo ( ) N/A	Cuál es el costo del transporte	Costo ( ) No tiene Costo ( )
	Horarios de Atención	Lunes a viernes de 8:00 am a 6:00pm Sábados de 8:00 am a 12:00pm	Horarios de Atención	
	Cuenta con Inventario Disponible	SI ( ) NO ( ) N/A	Cuenta con Inventario Disponible	SI ( ) NO ( )
	Describa la Cantidad de Inventario		Describa la Cantidad de Inventario	
	Capacidad de Distribución	Nacional ( ) Local ( ) N/A	Capacidad de Distribución	Nacional ( ) Local ( )
Información Histórica	Contrató Antes con Entidades Públicas	SI ( ) NO (x)		
	Contrató Antes con RTVC	SI ( ) NO (x)		
	Relacione el/los Números # de Contratos	N/A		

	Escriba el Ultimo	N/A

Información del proveedor (área donde surge la necesidad)	Nombre de la Empresa o Razón Social	BUSSINES BUREAU/ COMPETENCIA PLUS
	Nit / Rut	830047431-5
	Ubicación de la Empresa	Cra. 61 N° 13-23 piso 6
	Datos de Contacto	Luz Castillo
	Correo Electrónico	lc@bb.vision
	Nacionalidad de la empresa	BUSSINES BUREAU: Argentina, Representación en Colombia: COMPETENCIA PLUS
	Experiencia en años	30 años
	Tamaño de la Empresa	Grande (x) Mediana ( ) Pequeña ( ) PYME ( )
	Bien o Servicio Ofertado	Servicio de estudio de audiencias
	Productor o Distribuidor	N/A

Conocimiento de la Dinámica de Producción	**Productor**		**Servicios**	
	Insumos Nacionales o Extranjeros	Nacionales	Producto Nacional o Importado	
	Tiempo de entrega según requerimiento de la entidad	N/A	Tiempo de entrega según requerimiento de la entidad	N/A
	El proveedor Cuenta con Transporte para el traslado del bien, obra o servicio	Propio ( ) Tercerizado ( ) N/A	El proveedor Cuenta con Transporte para el traslado del bien, obra o servicio	Propio ( ) Tercerizado ( )
	Cuál es el costo del transporte	Costo ( ) No tiene Costo ( ) N/A	Cuál es el costo del transporte	Costo ( ) No tiene Costo ( )
	Horarios de Atención	Lunes a viernes de 8:00 am a 6:00pm Sábados de 8:00 am a 12:00pm	Horarios de Atención	
	Cuenta con Inventario Disponible	SI ( ) NO ( )	Cuenta con Inventario Disponible	SI ( ) NO ( )
	Describa la Cantidad de Inventario	N/A	Describa la Cantidad de Inventario	
	Capacidad de Distribución	Nacional ( ) Local ( ) N/A	Capacidad de Distribución	Nacional ( ) Local ( )

Información Histórica	Contrató Antes con Entidades Públicas	SI ( ) NO (x)
	Contrató Antes con RTVC	SI ( ) NO (x)
	Relacione el/los Números # de Contratos	N/A
	Escriba el Ultimo	N/A

Información del proveedor (área donde surge la necesidad)	Nombre de la Empresa o Razón Social	IPSOS – NAPOLÉON FRANCO
	Nit / Rut	890.319.494-5
	Ubicación de la Empresa	Calle 74 # 11-81 Piso 5to
	Datos de Contacto	Fernando Rojas
	Correo Electrónico	Fernando.Rojas@ipsos.com
	Nacionalidad de la empresa	Colombiana
	Experiencia en años	43 años
	Tamaño de la Empresa	Grande (x) Mediana ( ) Pequeña ( ) PYME ( )
	Bien o Servicio Ofertado	Servicio de estudio de audiencias
	Productor o Distribuidor	N/A

Conocimiento	**Productor**		**Servicios**	

	Insumos Nacionales o Extranjeros	Nacionales	**Producto Nacional o Importado**	
	Tiempo de entrega según requerimiento de la entidad	N/A	**Tiempo de entrega según requerimiento de la entidad**	**N/A**
	El proveedor Cuenta con Transporte para el traslado del bien, obra o servicio	**Propio ( )** **Tercerizado ( )** **N/A**	**El proveedor Cuenta con Transporte para el traslado del bien, obra o servicio**	**Propio ( )** **Tercerizado ( )**
	Cuál es el costo del transporte	**Costo ( )** **No tiene Costo ( )** **N/A**	**Cuál es el costo del transporte**	**Costo ( )** **No tiene Costo ( )**
	Horarios de Atención	Lunes a viernes de 8:00 am a 6:00pm Sábados de 8:00 am a 12:00pm	**Horarios de Atención**	
	Cuenta con Inventario Disponible	**SI ( ) NO ( )**	**Cuenta con Inventario Disponible**	**SI ( ) NO ( )**
	Describa la Cantidad de Inventario	**N/A**	**Describa la Cantidad de Inventario**	
	Capacidad de Distribución	**Nacional ( )** **Local ( )** **N/A**	**Capacidad de Distribución**	**Nacional ( )** **Local ( )**
Información Histórica	**Contrató Antes con Entidades Públicas**	**SI ( ) NO (x)**		
	Contrató Antes con RTVC	**SI ( ) NO (x)**		
	Relacione el/los Números # de Contratos	**N/A**		
	Escriba el Ultimo	**N/A**		

3.2. Análisis de la Oferta.

La contratación que se está adelantando, está soportado por un estudio de mercado externo realizado por el área solicitante, para lo cual se envió solicitud de cotización a las siguientes empresas Yanhaas, Centro Nacional de Consultoría -CNC-, IPSOS Napoleón Franco, Nielsen, Datexco, Brandstrat S.A., HAVAS Worldwide (Holding), Cifras y Conceptos, MEC, Group M (Holding), Mediacom, Consorcio Nacional de Medios, Publicis Media Colombia (Holding), Dentsu Aegis (Holding), IPG Mediabrands (Holding), Omnicom Media Group -OMD- Colombia (Holding), Kantar IBOPE Media Colombia, Quiroga Agencia de Medios, Bussines Bureau, Simpecado, Kantar Millwardbrown, La Pepa, Guarumo, Invamer Gallup.

De las cuales aportaron cotizaciones las siguientes empresas: BUSSINES BUREAU, DATEXCO, IPSOS:

OBJETO	BUSSINES BUREAU	DATEXCO	IPSOS
Presentación del servicio de investigación y análisis para segmentar y caracterizar las audiencias de la plataforma RTVCPlay, utilizando metodología cuantitativa y cualitativa, que dé cuenta de las expectativas, comportamientos y hábitos de consumo de contenido dentro de la plataforma	**$ 65.000.000**	**$ 65.000.000**	**$ 65.000.000**

3.3. Indicadores Financieros

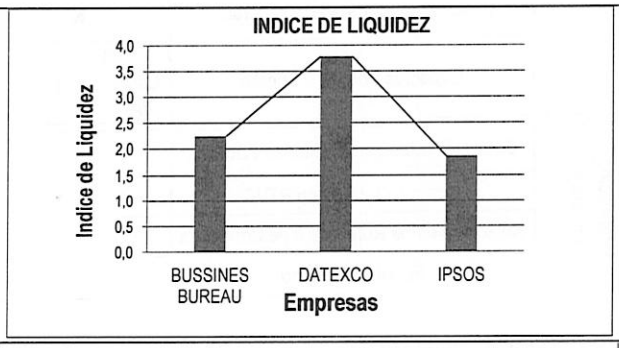
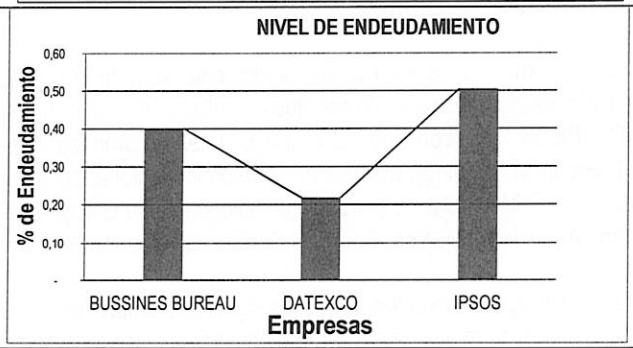
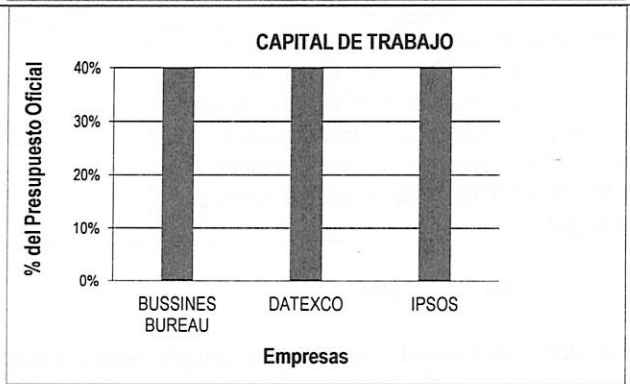
Los indicadores de capacidad financiera buscan establecer las condiciones mínimas que reflejan la salud financiera de los proponentes que prestan el servicio a contratar, para cumplir cabalmente el objeto contractual. Se solicita que la adjudicación del presente proyecto, se le haga a quien presente las condiciones para responder de manera eficiente y

oportuna a las necesidades requeridas, con autonomía técnica, administrativa y financiera para satisfacer la necesidad de la entidad.

Para conocer el estado de la situación financiera la entidad realizará una calificación de los indicadores del balance y aquellos que se encuentren dentro de los rangos más favorables, se les otorgará un mayor puntaje.

Para esta contratación se realizará el análisis de los proponentes **BUSSINES BUREAU**, **BRANDSTRAT S.A.S** y **BRANDSTRAT S.A.S** quienes son los que presentan propuesta.

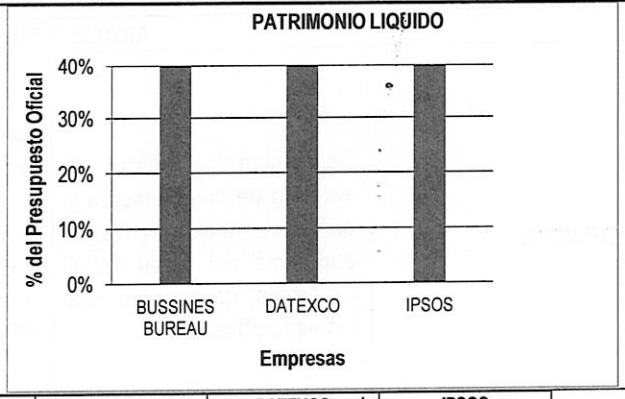
Por lo anterior, se muestran los indicadores financieros de acuerdo con las empresas participantes. La información financiera analizada es de la vigencia 2017.

INDICADOR	DESCRIPCIÓN	GRÁFICA
Índice de Liquidez (0,1 – 0.9): 1 (1,0 – 2.0): 4 (2,1 – 3.0): 5 ≥ 3,1: 7 Sin Indicador: 0	**L = Activo Corriente / Pasivo Corriente**	
Nivel de Endeudamiento (0,01 – 0.30): 7 (0,31 – 0.40): 5 (0,41 – 0.55): 4 (0,56 – 0.99): 1 ≥1: 0	**NE = Pasivo Total / Activo Total**	
Capital de Trabajo (≤10% del valor del proceso): 0 (≤20% del valor del proceso): 1 (≤30% del valor del proceso): 4 (≤40% del valor del proceso): 5 (≥41% del valor del proceso): 7	**CT = Activo corriente – Pasivo corriente**	

INDICADORES FINANCIEROS	BUSSINES BUREAU	DATEXCO	IPSOS
CAPITAL DE TRABAJO	$ 494.400.931	$ 1.247.105.723	$15.569.139.000

Patrimonio Líquido	
(≤10% del valor del proceso)	0
(≤20% del valor del proceso)	1
(≤30% del valor del proceso)	4
(≤40% del valor del proceso)	5
(≥41% del valor del proceso)	7

PL = Activo total – Pasivo total



INDICADORES FINANCIEROS	BUSSINES BUREAU	DATEXCO	IPSOS
PATRIMONIO LIQUIDO	$ 795.825.621	$ 1.599.602.123	$ 17.806.731.000

- **EVALUACIÓN FINANCIERO**

INDICADOR	BUSSINES BUREAU	DATEXCO	IPSOS
Índice de Liquidez	5	7	4
Nivel de Endeudamiento	5	7	4
Capital de Trabajo	7	7	7
Patrimonio Líquido	7	7	7
TOTAL, PUNTOS	**24**	**28**	**22**

Como conclusión del análisis, se puede observar en el cuadro anterior, que la empresa **DATEXCO** tiene un puntaje de **28 puntos, seguida de la empresa** BUSSINES **BUREAU** con 24 puntos y **IPSOS con 22 puntos.**

4. ESTUDIO DE LA DEMANDA.

Dentro del estudio de la demanda es necesario determinar quiénes son los posibles oferentes del bien o servicio que se desea contratar, este permite conocer las empresas que pueden participar del proceso de contratación, además de ello es posible establecer al momento de la cotización si existe alguna posible regulación del precio por parte de los oferentes que pudiera viciar el proceso, a continuación se consigna la información de la empresa cotizante y los históricos de RTVC, cuyo objeto es similar a la contratación que se viene adelantando:

4.1. Históricos de la contratación de RTVC.

ANÁLISIS HISTÓRICO			
	1	2	3
¿RTVC HA CONTRATADO RECIENTEMENTE LOS SERVICIOS REQUERIDOS?	NO X	NO X	NO X

ANÁLISIS HISTÓRICO			
OBJETO:	Se obliga a prestar el servicio de investigación y análisis para caracterizar la audiencia del canal señal Colombia, de acuerdo con las especificaciones	Se obliga a prestar servicios de investigación y análisis para caracterizar las audiencias de televisión de canal institucional de RTVC.	El contratista se obliga con RTVC a realizar una caracterización de audiencias, que le permita al canal señal Colombia conocer el perfil demográfico y psicográfico de sus consumidores actuales frente a los contenidos, plataformas y modos de consumo.
NOMBRE DEL CONTRATISTA	IPSOS S.A.S	BRANDSTRAT S.A.S	BRANDSTRAT S.A.S
CONTRATOS	CTO No. 1389 - 2016	CTO No. 1259 – 2016	CTO No. 1315 - 2015
¿CUAL FUE EL VALOR DEL CONTRATO?	$ 146.160.000	$ 147.023.200	$ 191.000.000
¿ESTRUCTURA DEL CONTRATO? TENIENDO COMO BASE LOS SIGUIENTES ASPECTOS: OBJETO, OBLIGACIONES, VALOR, PLAZO, TIPO DE PERSONA	SE MANTIENE IGUAL SI X ¿Por qué? Se generaron los entregables de acuerdo con el objeto contratado.	SE MANTIENE IGUAL SI X ¿Por qué? Se generaron los entregables de acuerdo con el objeto contratado.	SE MANTIENE IGUAL SI X ¿Por qué? Se generaron los entregables de acuerdo con el objeto contratado.
PERSONA CON LA QUE SE CONTRATÓ EL SERVICIO, OBRA O BIEN	PERSONA: Jurídica	PERSONA Jurídica	PERSONA Jurídica
TIEMPO DE ENTREGA DEL BIEN, OBRA O SERVICIO	DENTRO DEL TÉRMINO ESTABLECIDO EN EL CONTRATO Si X ¿Por qué? Se cumplió con el plazo pactado.	DENTRO DEL TÉRMINO ESTABLECIDO EN EL CONTRATO Si X ¿Por qué? Se cumplió con el plazo pactado.	DENTRO DEL TÉRMINO ESTABLECIDO EN EL CONTRATO Si X ¿Por qué? Se cumplió con el plazo pactado.
¿LA NECESIDAD DE LA ENTIDAD ESTATAL FUE SATISFECHA CON LOS PROCESOS DE CONTRATACIÓN ANTERIORES?	SI X ¿Por qué? Se generaron los entregables de acuerdo con el objeto contratado.	SI X ¿Por qué? Se generaron los entregables de acuerdo con el objeto contratado	SI X ¿Por qué? Se generaron los entregables de acuerdo con el objeto contratado

ANÁLISIS HISTÓRICO			
LAS GARANTIAS CUBRIERON LAS NECESIDADES DE LA ENTIDAD EN CASO DE INCUMPLIMIENTO	**SI _____ NO____ N/A X** **¿Por qué?** No se generaron Incumplimientos.	**SI _____ NO____ N/A X** **¿Por qué?** No se generaron Incumplimientos.	**SI _____ NO____ N/A X** **¿Por qué?** No se generaron Incumplimientos.
Otras variables Cuáles	**N/A**	**N/A**	**N/A**

4.2. Análisis del valor de Contratos Anteriores

IPSOS S.A.S	BRANDSTRAT S.A.S	BRANDSTRAT S.A.S
$ 146.160.000	$ 147.023.200	$ 191.000.000

Teniendo en cuenta el análisis de los históricos de RTVC, se puede observar que los objetos contratados en años anteriores tienen enfoques y segmentos de estudio diferentes al objeto de la presente contratación.

En los estudios realizados se tuvieron en cuenta los estudios de las audiencias de televisión de canal institucional y de canal señal Colombia, el objeto del presente contrato pretende realizar un estudio del comportamiento de las audiencias de la plataforma RTVCPlay, el cual involucra características diferentes.

4.3. Histórico de Otras Entidades

Teniendo en cuenta que esta contratación es directa, no se tomaran como base los históricos de otras entidades.

5. TÉCNICAS DE ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN COTIZACIONES Y PRECIOS HISTÓRICOS.

- **ANÁLISIS ECONÓMICO**

Para la definición de este presupuesto, RTVC, tomo las propuestas aportada por **BUSSINES BUREAU**, **DATEXCO y IPSOS** a continuación se realiza el análisis económico RTVC:

OBJETO	BUSSINES BUREAU	DATEXCO	IPSOS
Presentación del servicio de investigación y análisis para segmentar y caracterizar las audiencias de la plataforma RTVCPlay, utilizando metodología cuantitativa y cualitativa, que dé cuenta de las expectativas, comportamientos y hábitos de consumo de contenido dentro de la plataforma	**$ 65.000.000**	**$ 65.000.000**	**$ 65.000.000**

Se evidencia que no existe variación porcentual %, entre las ofertas económicas presentadas y todas cumplen con el presupuesto establecido.

- **EVALUACIÓN TÉCNICA**

A continuación, se presenta la evaluación técnica aportada por el área solicitante:

OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE LA MEDICION

a) Caracterización de las audiencias de la plataforma RTVCPlay. Identificar las audiencias de la plataforma RTVCPlay y establecer sus comportamientos, expectativas y hábitos de consumo.

b) Fidelidad. Identificar las características y atributos que atraen a los usuarios de RTVCPlay y que no pueden encontrar en otras plataformas. ¿Incide el costo económico en su escogencia entre una u otra plataforma de entretenimiento? ¿Cómo otras plataformas, con su estrategia de promoción, llaman la atención de los usuarios para inducir su consumo?

c) Percepción y expectativa. Establecer la percepción que tienen las audiencias digitales frente a los contenidos publicados en la plataforma RTVCPlay. ¿Conocen suficientemente a RTVCPlay? ¿Qué tipo de contenidos esperarían ver dentro de la plataforma? Responder estos interrogantes puede servir para encontrar claves que conduzcan a mejorar el cumplimiento de las expectativas de esos usuarios para fidelizarlos.

d) Emocionalidad. Identificar el tipo de contenidos que cautivan y generan emoción en las audiencias de la plataforma RTVCPlay. La investigación busca explorar la forma en que las audiencias digitales pueden llegar a generar conexión emocional con RTVCPlay y su oferta de contenidos.

e) Promoción. Conocer la percepción de las audiencias de RTVCPlay sobre los medios de divulgación y formas de promoción utilizadas por la plataforma, y si existen otras potenciales formas efectivas de captar su atención, esto con el fin de aportar al mejoramiento de la comunicación de RTVCPlay tanto con sus usuarios actuales como con audiencias potenciales.

f) Interacción en redes sociales. Determinar el impacto que tiene en la comunidad digital el tipo de publicaciones y contenidos divulgados en las redes sociales de RTVCPlay.

g) Hábito. Analizar el hábito grupal e individual de las audiencias de la plataforma RTVCPlay y su uso de diferentes dispositivos para el acceso a las mismas.

De acuerdo con lo anterior se definen los siguientes criterios de evaluación:

	EMPRESAS COTIZANTES		
PUNTOS DE EVALUACIÓN	IPSOS	DATEXCO	Bussines Bureau
El proponente debe acreditar que cuenta con experiencia en la realización de estudios de mercado con metodología cualitativa y/o cuantitativa. Esta experiencia podrá ser acreditada en certificaciones de máximo hasta tres (3) contratos de investigación cualitativa terminados y ejecutados en un 100%, o actas de finalización o liquidación, cuyo periodo de ejecución esté comprendido	Banco agrario: cualitativa y cuantitativa	Experiencia cualitativa: -FUNDACION TRUST FOR THE AMERICAS: análisis cualitativo y cuantitativo AGENCIA COLOMBIANA PARA LA REINTEGRACION DE PERSONAS Y GRUPOS ALZADOS EN ARMAS -ACR - metodología cualitativo y cuantitativo INSTITUTO PARA LA INVESTIGACION EDUCATIVA Y. EL	NO PRESENTA

dentro de los últimos cinco (5) años, contados a partir del año 2013 y cuya sumatoria corresponda o supere el 100% del valor de la presente contratación.		DESARROLLOPEDAGOGICO - IDEP. - cuantitativo y cualitativo	
El proponente deberá presentar un director de investigación con experiencia en la realización y análisis de investigaciones cualitativas y/o cuantitativa de mercados, l proponente deberá presentar un director de investigación con experiencia en la realización y análisis de investigaciones cualitativas y/o cuantitativa de mercados Hoja de vida. **• Fotocopia Cédula de ciudadanía.** **• Diplomas y actas de grado de estudios de educación superior relacionados en la hoja de vida.** **• Certificaciones laborales donde se relacione como mínimo: nombre completo, número de identificación, cargo desempeñado, actividades desarrolladas, fecha de inicio y fecha finalización**	Experiencia cualitativa: - directora unidad cualitativa, psicóloga Yanhass experiencia: Cualitativa Ipsos, experiencia: cualitativa Datos tempo, experiencia: cualitativa Colegio: psicólogo Iridium: gerente de mercado	Director cualitativo - Psicóloga: GFK Venezuela - Dirección de proyectos cualitativos PAR TIME - Dirección de proyectos cualitativos	NO PRESENTA
La muestra del estudio debe contemplar información recolectada en cinco (5) ciudades capitales representativas de diferentes regiones del país (Caribe, Pacífico, Centro, Oriente (Santanderes), Antioquia - Eje Cafetero) incluyendo el área metropolitana de la ciudad de Bogotá.	CUMPLE	NO CUMPLE (La selección de la ciudad de Villavicencio deja por fuera la zona de los Santanderes, cuya inclusión se citaba dentro de los criterios de selección)	CUMPLE
Metodología	Proponen inicialmente el uso de una metodología cualitativa exploratoria que arroje herramientas de juicio para el desarrollo del componente cuantitativo del estudio. Esta	Uno de los diferenciales es el uso de una herramienta exclusiva de Datexco, la plataforma de manejo de contenido (DCMS) Datexco Content Management System, que integra en un solo lugar diferentes procesos del estudio de audiencias. Proponen hacer análisis proyectivo,	Proponen el uso de Live Panel, una herramienta tecnológica para entrevistas individuales presenciales que se pueden desarrollar a través de Smartphones. Esta aproximación se hará a través de paneles fijos y paneles ad

	aproximación está bien justificada y es coherente. Optan por entrevistas conversacionales buscando apreciar las reacciones de los usuarios de una forma más cercana. Harían las entrevistas in situ para estar cerca de los contextos reales de uso de la plataforma RTVCPlay. El componente cuantitativo también se desarrollaría de forma conversacional, con entrevistas entre 25 y 30 minutos. Proponen una muestra de 400 encuestados, tomando como ciudades para el estudio a Bogotá, Barranquilla, Medellín, Cali y Bucaramanga. Esto corresponde con los criterios de la solicitud a cotizar.	una estrategia para indagar por el pensamiento subconsciente de los encuestados, y que en esa medida probablemente arroje información más certera respecto a la percepción de las audiencias sobre RTVCPlay. Esto se desarrollará a través de un juego conversacional con los encuestados. Escogen como ciudades para el muestreo a Bogotá, Medellín, Cali, Villavicencio y Barranquilla. 30 encuestas en profundidad) Proponen una muestra total de 900 encuestados con distribución en las ciudades ya citadas.	hoc, estos últimos convocados a través de redes sociales. Desarrollarían 550 encuestas. 22 entrevistas presenciales. Respecto a la segmentación de audiencias propuesta por RTVCPlay sugieren un ejercicio inverso: no buscar necesariamente esos nichos predeterminados, sino acudir a los usuarios más visibles para luego establecer la pertinencia (o no) de los bloques etarios y la recurrencia de los mismos. Escogen como ciudades Bogotá, Medellín, Cali, Barranquilla y Bucaramanga. Sus registros de entrevistas serán grabaciones únicamente de audio. Tienen el plus de entregar a RTVCPlay un panorama completo de la situación actual de las OTT en Colombia.
CALIFICACIÓN TÉCNICA.	**CUMPLE**	**NO CUMPLE**	**NO CUMPLE**

Teniendo en cuenta la evaluación realizada por el área técnica, se puede observar que la empresa que cumple con todos los requerimientos es **IPSOS**.

- **EVALUACIÓN FINANCIERA**

INDICADOR	IPSOS
Índice de Liquidez	4
Nivel de Endeudamiento	4
Capital de Trabajo	7
Patrimonio Líquido	7
TOTAL PUNTOS	**22**

De acuerdo con el análisis de la evaluación de los indicadores financieros se observa que la empresa **IPSOS S.A.S** es solvente, sus índices se encuentran positivos y es viable la contratación, cuentan con una buena liquidez, capital de trabajo suficiente para atender cualquier requerimiento que necesite la entidad, por tal razón se otorgó un puntaje de 22 puntos los cuales corresponden a un resultado bueno financieramente.

PROPUESTA ESCOGIDA DESPUES DE LAS EVALUACIONES REALIZADAS:

Teniendo en cuenta las evaluaciones realizadas la empresa que cumple totalmente con los criterios de selección Técnicos, Financieros y Económicos, es IPSOS S.A.S con un presupuesto definido para esta contratación es de **$ 65.000.000** SESENTA Y CINCO MILLONES DE PESOS M/CT.

Se recomienda adelantar la contratación con esta empresa quien presenta el cumplimiento de los todos los requisitos técnicos, económicos y financieros.

6. ANALISIS DE RIESGO

Se analizó los posibles riesgos que puedan afectar el presente proceso contractual, tales como su objeto, los participantes, la población beneficiaria, la disponibilidad de recursos, la suficiencia del presupuesto estimado, las actuales condiciones políticas, el sector y el mercado del objeto del proceso, la normatividad aplicada y la experiencia propia, información que se encuentra registrada en el anexo "Análisis del Riesgo" que hará parte integral del proceso de selección en donde se encuentra consignada la estimación, tipificación y asignación de riesgos previsibles, para este tipo de selección.

Constituye RIESGO el daño potencial que puede surgir por efecto de un suceso presente o futuro en el desarrollo de una relación o vínculo jurídico, particularmente de naturaleza contractual, durante la ejecución del contrato. Se refiere al riesgo como sinónimo de probabilidad, pero en cuanto incorpora la posibilidad de que ocurra un evento negativo.

Por consiguiente, para los efectos de la distribución de los que puedan ocurrir en el desenvolvimiento de la presente actuación contractual, RIESGO es la posibilidad de que un peligro pueda llegar a materializarse en un período determinado, así como la probabilidad de que un resultado esperado no ocurra, en el marco temporal de un contrato.

CLASIFICACIÓN DE LOS RIESGOS POR SU PROBABILIDAD DE OCURRENCIA				
RARO (1)	IMPROBABLE (2)	POSIBLE (3)	PROBABLE (4)	CASI CIERTO (5)
Puede ocurrir excepcionalmente.	**Puede ocurrir ocasionalmente.**	**Puede ocurrir en cualquier momento futuro.**	**Probablemente va a ocurrir.**	**Ocurre en la mayoría de las circunstancias**

IMPACTO		CATEGORIA DEL RIESGO
Muy Alta	5	Muy Alta
Alto	4	Alto
Media	3	Media
Bajo	2	Bajo
Muy Baja	1	Muy Baja

7. FUENTES DE INFORMACIÓN

- https://acei.co/nosotros/quienes-somos/
- http://www.aneimo.com/nosotros/#acercade
- http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ipc/bol_ipc_ago18.pdf
- https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ems/bol_ems_julio_18.pdf
- http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ech/ech/bol_empleo_jul_18.pdf

8. ANEXOS

Anexo 1 Especificaciones Técnicas
Anexo 2 Cotizaciones
Anexo 3 Matriz de Riesgos

Elaboro: Johnathan Ruiz Amaya- Profesional de Estudios del Sector Johnathan Ruiz Amaya.
Revisó: Paula Andrea Ocampo- Profesional del Área de Presupuesto
Vo. Bo.: Claudia Milena Fernández Rodríguez – Coordinadora de área Presupuesto
Vo Bo Director RTVCPlay: Rodrigo Holguín
Vo Bo Gerente de RTVC: Juan Pablo Bieri Lozano

Fecha: 29-10-2018

Anexo 1 Especificaciones Técnicas

OBJETO

EL CONTRATISTA se compromete para con RTVC, a la prestación del servicio para la realización de un estudio que mediante la investigación con metodología cuantitativa y cualitativa permita segmentar y caracterizar el comportamiento de las audiencias de la plataforma RTVCPlay, a partir de las dinámicas de consumo de contenidos dentro de la misma.

ALCANCE DEL SERVICIO

En virtud del objeto a contratar, se deberá entregar a RTVCPlay los resultados de una investigación que permita conocer en cifras y análisis textuales las características y hábitos de los usuarios de la plataforma, buscando delimitar diferentes segmentos de audiencia, y llegar a conclusiones respecto a cómo los usuarios acceden, consumen e involucran los contenidos disponibles en la plataforma RTVCPlay en su vida cotidiana.

OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

OBJETIVO GENERAL

Identificar, clasificar y caracterizar a las audiencias que consumen contenido audiovisual y sonoro en la plataforma RTVCPlay, para así derivar estrategias que permitan incrementar la base de usuarios de la plataforma.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

a) Caracterización de las audiencias de la plataforma RTVCPlay. Identificar las audiencias de la plataforma RTVCPlay y establecer sus comportamientos, expectativas y hábitos de consumo.

b) Fidelidad. Identificar las características y atributos que atraen a los usuarios de RTVCPlay y que no pueden encontrar en otras plataformas. ¿Incide el costo económico en su escogencia entre una u otra plataforma de entretenimiento? ¿Cómo otras plataformas, con su estrategia de promoción, llaman la atención de los usuarios para inducir su consumo?

c) Percepción y expectativa. Establecer la percepción que tienen las audiencias digitales frente a los contenidos publicados en la plataforma RTVCPlay. ¿Conocen suficientemente a RTVCPlay? ¿Qué tipo de contenidos esperarían ver dentro de la plataforma? Responder estos interrogantes puede servir para encontrar claves que conduzcan a mejorar el cumplimiento de las expectativas de esos usuarios para fidelizarlos.

d) Emocionalidad. Identificar el tipo de contenidos que cautivan y generan emoción en las audiencias de la plataforma RTVCPlay. La investigación busca explorar la forma en que las audiencias digitales pueden llegar a generar conexión emocional con RTVCPlay y su oferta de contenidos.

e) Promoción. Conocer la percepción de las audiencias de RTVCPlay sobre los medios de divulgación y formas de promoción utilizadas por la plataforma, y si existen otras potenciales formas efectivas de captar su atención, esto con el fin de aportar al mejoramiento de la comunicación de RTVCPlay tanto con sus usuarios actuales como con audiencias potenciales.

f) Interacción en redes sociales. Determinar el impacto que tiene en la comunidad digital el tipo de publicaciones y contenidos divulgados en las redes sociales de RTVCPlay.

g) Hábito. Analizar el hábito grupal e individual de las audiencias de la plataforma RTVCPlay y su uso de diferentes dispositivos para el acceso a las mismas.

METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN

La investigación para RTVCPlay debe desarrollarse bajo metodología cuantitativa para determinar la dimensión real del acceso, las características demográficas de sus usuarios y mapear el consumo de contenidos de la plataforma RTVCPlay, y cualitativa para identificar las características psicográficas, comportamientos y demás factores que inciden en el hábito de consumo. La metodología propuesta para el desarrollo de la investigación debe incluir entre sus instrumentos el uso de materiales referenciales tales como video, audio, fotografías, gráficos y demás que den contexto a RTVCPlay en la indagación a realizar.

TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

La labor de campo debe desarrollarse mediante encuestas personales y entrevistas a profundidad. Para la fase cuantitativa el investigador debe garantizar la realización de al menos quinientas (500) encuestas personales; en la fase cualitativa el investigador debe garantizar al menos veinte (20) entrevistas a profundidad

PILOTO METODOLÓGICO.

Con el ánimo de verificar la pertinencia de la metodología y las técnicas propuestas para el desarrollo de esta investigación, RTVCPlay requiere la realización de una prueba piloto conformada por al menos cinco (5) encuestas y dos (2) entrevistas a profundidad realizadas en la ciudad de Bogotá, de las cuales deben prepararse informes analizados y sobre los cuales puedan inferirse posibles ajustes al diseño metodológico.

TAMAÑO DE LA MUESTRA

La cantidad de casos explorados en la investigación, que conforman el tamaño de la muestra, debe ser representativa de la población residente en Colombia e igualmente, con ajuste al diseño de la muestra, debe permitir una exploración a fondo considerando todas las variables sociodemográficas posibles; por lo tanto la muestra mínima debe contener como mínimo cuatrocientas (400) encuestas y veinte (20) entrevistas a profundidad, garantizando al menos dos (2) entrevistas en cada ciudad donde se realice la encuesta.

COBERTURA GEOGRÁFICA

La muestra del estudio debe incluir información recolectada en cinco (5) ciudades capitales colombianas que ofrezcan suficiente representatividad de distintas regiones colombianas (Caribe, Pacífico, Centro, Oriente (Santanderes), Antioquia - Eje Cafetero). La ciudad de Bogotá debe estar incluida en la muestra.

GRUPOS DE AUDIENCIA (TARGET)

Garantizar que la muestra recolectada en la labor de campo del estudio para RTVCPlay incluya los siguientes grupos (target) de audiencia según su edad:

a) Infantil (7 a 11 años)
b) Adolescentes (11 a 17 años)
c) Jóvenes (18 a 24 años)
d) Adulto joven (25 a 39 años)
e) Adultos (40 a 49 años)
f) Adulto Mayor (50 +)

ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN

Garantizar que la muestra recolectada en la labor de campo para el estudio de RTVCPlay, como mínimo permita responder y profundizar en los siguientes interrogantes (sin ser los únicos):

a. ¿Cuáles son las audiencias de RTVCPlay, ¿cómo están segmentadas y cuáles son sus comportamientos, expectativas y hábitos de consumo al interior de la plataforma?

b. ¿Qué características o atributos encuentran los usuarios en RTVCPlay que no puedan encontrar en otras plataformas?

c. ¿Cómo perciben y qué sienten las audiencias digitales frente a los contenidos publicados en la plataforma RTVCPlay?

d. ¿Qué emociona a las audiencias de la plataforma RTVCPlay?, ¿qué les cautiva?

e. ¿Qué opinan las audiencias de RTVCPlay sobre los medios de divulgación y las estrategias de promoción que se utilizan para la plataforma y para sus contenidos? ¿Existen otras formas efectivas de captar su atención?

f. ¿Qué impacto tiene en la comunidad digital el tipo de publicaciones y contenidos divulgados en las redes sociales de la plataforma RTVCPlay?

g. ¿Cómo son los hábitos (grupales o individuales) de las audiencias de RTVCPlay para acceder a los contenidos de la plataforma y qué dispositivos utilizan para ello?

ENTREGABLES DEL INFORME PARA RTVCPlay

La investigación debe arrojar hallazgos expresados en ideas, sugerencias y recomendaciones, entre otros basados en un análisis de los datos obtenidos durante la investigación que se destaquen por su legibilidad y valor de uso para los propósitos de la plataforma RTVCPlay.

a) Informe en Power Point o programa similar por capítulos que contenga datos cualitativos y cuantitativos, descripción, análisis, conclusiones y recomendaciones de la investigación.

b) Informe en Word de fondo, por capítulos, que contenga datos cualitativos y cuantitativos, descripción, análisis, conclusiones y recomendaciones de la investigación.

c) Material fotográfico, audiovisual y sonoro de referencia. Fotografías, videos y/o audios recolectados durante el trabajo de campo, testimoniales de esa labor que pongan cara a las respuestas de las personas participantes en la investigación en soporte electromagnético aportado por el investigador

Presentación de resultados:

Una presentación personalizada al equipo de RTVCPlay.

Una Presentación al equipo gerencial RTVC:

Anexos. Entregar junto con el informe consolidado, los siguientes productos asociados:

Guías y/o formularios aprobados.
Base de datos de los encuestados o participantes en sesiones de grupo.
Tabulados o tablas de salida en Excel.

LUGAR DE EJECUCIÓN

Si bien el domicilio contractual es la ciudad de Bogotá D.C., la prestación del servicio se ejecutará en diversas regiones del territorio nacional tal y como lo exige la naturaleza de la investigación a contratar.

PLAZO DE EJECUCIÓN

El plazo de ejecución del contrato será hasta el 27 de diciembre, plazo dentro del cual deben cumplirse todas las etapas del objeto a contratar; el plazo iniciará a partir del cumplimiento de los requisitos de perfeccionamiento y ejecución.

CRITERIOS A TOMAR EN CUENTA

Con ellos se busca establecer que el proponente cumple con las condiciones mínimas requeridas para cumplir con el objeto del contrato.

3. COBERTURA GEOGRÁFICA MÍNIMA

La muestra del estudio debe contemplar información recolectada en cinco (5) ciudades capitales representativas de diferentes regiones del país (Caribe, Pacífico, Centro, Oriente (Santanderes), Antioquia - Eje Cafetero) incluyendo el área metropolitana de la ciudad de Bogotá.

Anexo 2 Cotizaciones

Bussines Bureau	
OBJETO	**VALOR CON IVA**
Presentación del servicio de investigación y análisis para segmentar y caracterizar las audiencias de la plataforma RTVCPlay, utilizando metodología cuantitativa y cualitativa, que dé cuenta de las expectativas, comportamientos y hábitos de consumo de contenido dentro de la plataforma	$ 65.000.000,00

DATEXCO	
OBJETO	**VALOR CON IVA**
Presentación del servicio de investigación y análisis para segmentar y caracterizar las audiencias de la plataforma RTVCPlay, utilizando metodología cuantitativa y cualitativa, que dé cuenta de las expectativas, comportamientos y hábitos de consumo de contenido dentro de la plataforma	$ 65.000.000,00

IPSOS	
OBJETO	**VALOR CON IVA**
Presentación del servicio de investigación y análisis para segmentar y caracterizar las audiencias de la plataforma RTVCPlay, utilizando metodología cuantitativa y cualitativa, que dé cuenta de las expectativas, comportamientos y hábitos de consumo de contenido dentro de la plataforma	$ 65.000.000,00

Anexo 3 Matriz de Riesgos

N	Clase	Fuente	Etapa	Tipo	Descripción	Consecuencia de la ocurrencia del evento	Probabilidad	Impacto	Valoración	Categoría	¿A quién se le asigna?	Tratamiento/Control a ser implementado	Impacto después del tratamiento				¿Afecta la ejecución del contrato?	Responsable por implementar el	Fecha estimada en que se inicia el tratamiento	Fecha estimada en que se completa el tratamiento	Monitoreo y revisión	
													Probabilidad	Impacto	Valoración	Categoría					¿Cómo se realiza el monitoreo?	Periodicidad
1.2	1. Específico.	1. Interno.	1. Ejecución.	1. Operacional.	Se materializa cuando la entidad saca del aire la plataforma RTVCPlay por varios días durante la ejecución del contrato.	No salir al aire	3	5	8	Riesgo Extremo	1. Entidad Estatal.	Este riesgo se mitiga revisando que la plataforma este activa permanentemente	1	2	3	Riego Bajo	SI	1. Entidad estatal.	Durante toda la ejecución del contrato	Durante toda la ejecución del contrato	A través de internet	Diariamente
					Riesgo que la entidad no emita programación en la plataforma	No salir al aire																

N	Clase	Fuente	Etapa	Tipo	Descripción	Consecuencia de la ocurrencia del evento	Probabilidad	Impacto	Valoración	Categoría	¿A quién se le asigna?	Tratamiento/Control a ser implementado	Impacto después del tratamiento				¿Afecta la ejecución del contrato?	Responsable por implementar el	Fecha estimada en que se inicia el tratamiento	Fecha estimada en que se completa el tratamiento	Monitoreo y revisión	
													Probabilidad	Impacto	Valoración	Categoría					¿Cómo se realiza el monitoreo?	Periodicidad
2.	2. Específico.	2. Interno.	2. Ejecución.	2. Operacional.	Riesgo que el contratista no realice las encuestas y entrevistas en las ciudades seleccionadas Riesgo que el contratista entregue resultados del estudio, que sean errados de la a audiencia de la plataforma RTVCPlay	El contratista deja de cumplir con objeto del contrato El contratista deja de cumplir con el objeto del contrato	3	5	8	Riesgo extremo	2. Contratista.	Este riesgo se mitiga logrando una perfecta comunicación entre el contratista y RTVCPlay para que conozca de mano la programación.	1	2	3	Bajo	SI	1. Contratista	Durante toda la ejecución del contrato	Durante toda la ejecución del contrato	A través de correo electrónico	Semanalmente

N	Clase	Fuente	Etapa	Tipo	Descripción	Consecuencia de la ocurrencia del evento	Probabilidad	Impacto	Valoración	Categoría	¿A quién se le asigna?	Tratamiento/Control a ser implementado	Impacto después del tratamiento				¿Afecta la ejecución del contrato?	Responsable por implementar el	Fecha estimada en que se inicia el tratamiento	Fecha estimada en que se completa el tratamiento	Monitoreo y revisión	
													Probabilidad	Impacto	Valoración	Categoría					¿Cómo se realiza el monitoreo?	Periodicidad
3.	3.	3.	3.		Por el no cumplimiento de las obligaciones específicas por parte del contratista	Se materializa cuando el contratista entrega información errada de la de la ubicación de donde se realizó la entrevista y la encuesta	3	5	8	Riesgo Extremo	1. Al contratista	Este riesgo se mitiga exigiendo al contratista secuencia fotográfica y ubicación satelital del momento en que se realiza la encuesta o la entrevista	2	3	5	Riesgo Medio	Al contratista	RTVC	Durante toda la ejecución del contrato	Durante la ejecución del contrato	Entrega informe acompañado de la secuencia fotográfica y ubicación satelital del momento de realizar la actividad	Semanalmente