SUBSECRETARÍA DE CULTURA CIUDADANA Y GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO

ANÁLISIS DEL ESTUDIO DE MERCADO
2023

Para llevar a cabo el estudio de mercado se realizó la invitación a 19 empresas que fueron las siguientes:

No.	EMPRESA	E-MAIL
1	BRANDSTRAT	info@brandstrat.co; lici@brandstrat.co
2	Centro Nacional de Consultoría	aperdomo@cnccol.com mroldan@cnccol.com comunicaciones@cnccol.com comercial@cnccol.com
3	Cifras y conceptos	cmedina@cifrasyconceptos.com ccaballero@cifrasyconceptos.com;
4	Cluster Research S.A.S	contactenoscr@clusterresearch.com.co aegonzalez@clusterresearch.com.co
5	Consumer and insights	strategicTeam@c-insights.com
6	Datexco	service@datexco.com
7	Econometría Consultores	informacion@econometria.com
8	Estadística y Análisis	estadisticaya.sas@gmail.com
9	GFK Colombia - GFK Retail and Technology	christina.pate@gfk.com
10	Grupo Kantar	Carolina.solanilla@kantar.com
11	Guarumo	producto@smartdataautomation.com apinzon@smartdataautomation.com
12	Invamer Gallup	jose.rodas@invamer.com.co
13	Ipsos Napoleón Franco	infocolombia@ipsos.com
14	Iqvia Solutions Colombia - Iqvia RDS Colombia	clientserviceco@iqvia.com
15	Valemas	contactenos@valemas.com.co
16	Yanhaas	contacto@yanhaas.com
17	Corprogreso	directorprogramatico@corprogreso.com
18	Neicon	tneira@neiconcg.com
19	YouNeed Analytics	anfagadsc@gmail.com jefalla@youneed.com.co

De las 19 empresas invitadas cuatro (4) presentaron cotizaciones de los servicios requeridos por esta Subsecretaría, a saber:

- EcoAnalítica
- Centro Nacional de Consultoría
- BrandStrat
- Gloria Gallego Sigma DOS

1. ANÁLISIS GENERAL

Para esta segunda invitación a cotizar, se recibió respuesta de 4 empresas que enviaron el formato de cotización de los ítems cuantitativos y cualitativos requeridos a saber:

- EcoAnalítica $922.547.000 incluyendo IVA
- Centro Nacional de Consultoría $1.064.330.050 incluyendo IVA
- BrandStrat $681.182.002 incluyendo IVA
- Gloria Gallego Sigma DOS $1.532.129.760 incluyendo IVA

2. ANÁLISIS INDIVIDUAL POR ÍTEM

Se procede a analizar cada ítem de forma individual, para determinar si existe algún valor muy elevado o muy bajo que pueda ser atípico y no pueda tenerse en cuenta en el estudio de mercado.

Encuestas telefónicas:

Se toma como referencia el valor pagado en los años 2021 y 2022, con las empresas adjudicatarias de las licitaciones en dichos años, donde se evidencia que en 2021 se pagaba por cada encuesta efectiva un total de $19.500 y en 2022 se pagaba por cada encuesta $18.500.

Para este año las cotizaciones recibidas para este ítem, donde se solicitaba cotizar un total de ***2000 encuestas***, fueron:

Empresa	Costo unitario	Costo Total
EcoAnalítica	$ 45.000	$ 90.000.000
CNC	$ 50.895	$ 101.790.000
BrandStrat	$ 32.075	$ 64.150.000
Sigma DOS	$ 41.686	$ 83.372.000

Respecto a los años anteriores, el costo de cada encuesta se eleva en general al doble, pero se encuentran con poca variación entre las cotizaciones recibidas, siendo el valor más alejado del promedio ($42.414) el costo ofrecido por Brandstrat.

Encuestas presenciales en hogares:

Tomando como referencia el valor pagado en los años 2021 y 2022, con las empresas que ganaron las licitaciones en dichos años, donde vemos que en 2021 y 2022 se pagaba por cada encuesta efectiva un total de $30.000.

Para este año las cotizaciones recibidas para este ítem, donde se solicitaban ***13.000 encuestas***, son:

Empresa	Costo unitario	Costo Total
EcoAnalítica	$ 50.000	$ 650.000.000
CNC	$ 56.550	$ 735.150.000
BrandStrat	$ 30.006	$ 390.078.000
Sigma DOS	$ 78.377	$ 1.018.901.000

Respecto a los años anteriores, es este ítem también se incrementa el costo de cada encuesta, y se encuentra bastante variabilidad entre las propuestas recibidas. El promedio es de $53.733, siendo los más alejados de dicho promedio los ofrecimientos de BrandStrat y de Sigma.

Monitoreo de redes sociales:

Este ítem no se ha contratado por la entidad en años anteriores, por lo que no contamos con unos valores de referencia dentro de nuestros registros. Los datos se basan únicamente en las cotizaciones recibidas.

Para este año las cotizaciones recibidas para este ítem, donde se solicitaban ***2 estudios de monitoreo***, son:

Empresa	Costo unitario	Costo Total
EcoAnalítica	$ 4.500.000	$ 9.000.000
CNC	$ 7.500.000	$ 15.000.000
BrandStrat	$ 30.000.000	$ 60.000.000
Sigma DOS	$ 52.225.000	$ 104.450.000

Estos valores presentados tienen alta variabilidad, con una desviación estándar de más de $44.000.000 que corresponde a un intervalo entre 2.000.000 y 91.000.000. Se identifican 2 valores extremos, la cotización de 9 millones es la menor y la mayor es 12 veces la cotización menor. Al hacer la revisión con el equipo interno de la Dirección Observatorio se encuentra que el gasto asociado a la realización de este tipo de estudios equivale únicamente un profesional contratado para realizar el monitoreo durante la vigencia del estudio (aproximadamente 3 meses). Teniendo en cuenta el perfil requerido para esta actividad, la cual exige tener un profesional con pregrado y experiencia mayor a 5 años en estudios de monitoreo, o un profesional con postgrado en BigData y experiencia superior a 3 años, cuya remuneración mensual oscila entre 7,5 y 9,5 millones. Por este motivo las cotizaciones ofrecidas por EcoAnalítica y CNC se tornan consistentes, pues no alcanzan a cubrir siquiera el mínimo de gasto necesario.

No obstante, se presenta el promedio general, el cual asciende a $23.556.250.

Estudios de Big Data:

Este ítem también es nuevo en este proceso de cotizaciones, por lo que no contamos con valores de referencia anteriores.

Para este año las cotizaciones recibidas para este ítem, donde se solicitaba ***un (1) estudio de Big Data***, fueron:

Empresa	Costo unitario	Costo Total
EcoAnalítica	$ 8.500.000	$ 8.500.000
CNC	$ 20.000.000	$ 20.000.000
BrandStrat	$ 25.000.000	$ 25.000.000
Sigma DOS	$ 42.000.000	$ 42.000.000

Estos valores presentados tienen alta variabilidad, dado que la oferta hecha por EcoAnalítica es menor que lo promediado por las otras empresas. El promedio general de las propuestas es de $23.875.000.

Entrevistas grupales:

Como dato de referencia de este ítem se tiene la oferta económica presentada por la empresa adjudicataria del proceso (SCRD-LP-009-013-2021) en el año 2021 fue de $ 1.680.000 (sin incluir IVA) por cada entrevista grupal con un total de 15 a 25 personas.

Para este año las cotizaciones recibidas para este ítem, donde se solicitaban ***2 entrevistas***, son:

Empresa	Costo unitario	Costo Total
EcoAnalítica	$ 6.000.000	$ 12.000.000
CNC	$ 7.500.000	$ 15.000.000
BrandStrat	$ 12.235.000	$ 24.470.000
Sigma DOS	$ 12.500.000	$ 25.000.000

Vemos que tenemos dos grupos de cotizaciones muy similares, por un lado están las cotizaciones de EcoAnalítica y CNC y por otro la de BrandStrat y Sigma.

El promedio general de la cotización fue de $9.558.750.

Entrevistas semiestructuradas:

Este es el último ítem a considerar, del cual tampoco se tiene información de referencia de años anteriores por lo cual se analiza con las cotizaciones recibidas en este 2023.

Para este año las cotizaciones recibidas para este ítem, donde se solicitaban ***3 entrevistas*** son:

Empresa	Costo unitario	Costo Total
EcoAnalítica	$ 250.000	$ 750.000
CNC	$ 600.000	$ 1.800.000
BrandStrat	$ 1.218.750	$ 3.656.250
Sigma DOS	$ 2.000.000	$ 6.000.000

En este caso vemos que no hay una tendencia clara en los valores. Sin embargo, el valor más alejado del promedio general es la propuesta realizada por EcoAnalítica. Si no tenemos en cuenta este valor el promedio de este ítem sería alrededor de $1.272.917 sin Iva. El promedio general es de $1.017.188.

3. ANÁLISIS CON DETECCIÓN DE ATÍPICOS Y DE MÁXIMOS

3.1. Identificación de atípicos

Se hizo un análisis estadístico descriptivo de la información recibida en las cotizaciones, para identificar valores atípicos, dada la variabilidad que se presentó en algunos de los ítems. En la siguiente tabla se presentan los resultados obtenidos.

Inicialmente se calculó la desviación estándar para ítem y con una desviación estándar se obtuvo un intervalo de confianza, donde el valor mínimo y el valor máximo se tomaron como referencia para identificar atípicos (mayores y menores).

Ítem	Cantidades
Encuestas telefónicas	2000
Encuestas presenciales en hogares	13000
Pilotos presenciales	100
Monitoreo de redes sociales	2
Estudio de Big Data	1
Entrevistas grupales	2
Entrevista semi estructurada	3

	EcoAnalítica	CNC	BrandStrat	Sigma	Promedio	Desviación	Mínimo	Máximo	Nuevo promedio
Encuestas telefónicas	45.000	50.895	32.075	41.686	42.414	7.875	34.539	50.289	43.343
Encuestas presenciales	50.000	56.550	30.006	78.377	53.733	19.935	33.799	73.668	53.275
Pilotos presenciales	50.000	56.550	50.676	77.810	58.759	13.037	45.722	71.796	52.409
Monitoreo de redes sociales	4.500.000	7.500.000	30.000.000	52.225.000	23.556.250	22.243.823	1.312.427	45.800.073	41.112.500
Estudio de Big Data	8.500.000	20.000.000	25.000.000	42.000.000	23.875.000	13.918.663	9.956.337	37.793.663	29.000.000
Entrevistas grupales	6.000.000	7.500.000	12.235.000	12.500.000	9.558.750	3.302.344	6.256.406	12.861.094	10.745.000
Entrevista semi estructurada	250.000	600.000	1.218.750	2.000.000	1.017.188	767.934	249.253	1.785.122	689.583

Las cotizaciones resaltadas en naranja son las que se deberían eliminar y no tenerlas en cuenta para el primer ejercicio de cálculo del promedio.

3.2. Resultados del promedio eliminando valores atípicos estadísticos:

Teniendo en cuenta las cantidades solicitadas en la cotización, se eliminaron los atípicos estadísticos, con el intervalo calculado a una desviación estándar, se obtuvieron los siguientes resultados en costos:

Ítems	Cantidades	Totales Original Promedio calculado sin atípicos
Encuestas telefónicas	2.000	86.686.000
Encuestas presenciales	13.000	692.575.000
Pilotos presenciales	100	5.240.867
Monitoreo de redes sociales	2	82.225.000
Estudio de Big Data	1	29.000.000
Entrevistas grupales	2	21.490.000
Entrevista semi estructurada	3	2.068.750
Total		919.285.617
IVA		174.664.267
Total general		**1.093.949.884**

3.2. Resultados del promedio eliminando valores considerados "inconsistentes":

Además del análisis de atípicos, durante la revisión se identificaron valores de cotizaciones que no tienen sentido debido a:

- Costos muy altos respecto al promedio de lo cotizado por otras empresas
- Costos muy altos respecto a lo que se cobró en años anteriores (por ejemplo cobrar el doble de lo que se cobró en el año anterior)
- Costos que no coinciden con los requerimientos de personal para cumplir con la actividad (por ejemplo el hecho de cotizar un estudio de Big Data en $8.500.000 cuando a un profesional con capacidad de realizar actividades de este estilo ganan aproximadamente ese valor en un mes, y son estudios que se realizan en mínimo 3 meses).

Una vez aplicados estos criterios, se obtuvieron los siguientes resultados (se resaltan los datos inconsistentes) :

Ítems	EcoAnalítica	CNC	BrandStrat	Sigma	Nuevo promedio sacando máximos
Encuestas telefónicas	45.000	50.895	32.075	41.686	39.587
Encuestas presenciales	50.000	56.550	30.006	78.377	45.519
Pilotos presenciales	50.000	56.550	50.676	77.810	52.409
Monitoreo de redes sociales	4.500.000	7.500.000	30.000.000	52.225.000	41.112.500
Estudio de Big Data	8.500.000	20.000.000	25.000.000	42.000.000	22.500.000
Entrevistas grupales	6.000.000	7.500.000	12.235.000	12.500.000	8.578.333
Entrevista semi estructurada	250.000	600.000	1.218.750	2.000.000	689.583

Teniendo en cuenta esas observaciones se calcularon los nuevos promedios obteniendo lo siguientes resultados:

Ítems	Cantidades	Totales Original Promedio calculado sin atípicos inconsistentes
Encuestas telefónicas	2.000	79.174.000
Encuestas presenciales	13.000	591.742.667
Pilotos presenciales	100	5.240.867
Monitoreo de redes sociales	2	82.225.000
Estudio de Big Data	1	22.500.000
Entrevistas grupales	2	17.156.667
Entrevista semi estructurada	3	2.068.750
Total		800.107.950
IVA		152.020.511
Total general		**952.128.461**

4. ANÁLISIS AJUSTADO A LA NECESIDAD DE LA ENTIDAD PARA LA PRESENTE VIGENCIA

Cada uno de estos valores promedio, se prueban en varios escenarios donde se modifican las cantidades de cada uno de los ítems a contratar:

Ítem	Escenario 1	Escenario 2	Escenario 3	Escenario 4
Encuestas telefónicas	2000	2000	2000	2000
Encuestas presenciales en hogares	13000	13000	13000	13090
Pilotos presenciales	100	100	100	100
Monitoreo de redes sociales	1	1	1	0

Estudio de Big Data	1	1	1	0
Entrevistas grupales	1	1	0	0
Entrevista semi estructurada	2	1	0	0

Calculando el primer promedio, eliminando los atípicos estadísticos, y teniendo los 4 escenarios propuestos para este ejercicio, se obtuvieron los costos de cada ítem así:

Ítems	Escenario 1 Promedio sin atípicos	Escenario 2 Promedio sin atípicos	Escenario 3 Promedio sin atípicos	Escenario 4 Promedio sin atípicos
Encuestas telefónicas	86.686.000	86.686.000	86.686.000	86.686.000
Encuestas presenciales	692.575.000	692.575.000	692.575.000	697.369.750
Pilotos presenciales	5.240.867	5.240.867	5.240.867	5.240.867
Monitoreo de redes sociales	41.112.500	41.112.500	41.112.500	0
Estudio de Big Data	29.000.000	29.000.000	29.000.000	0
Entrevistas grupales	10.745.000	10.745.000	0	0
Entrevista semi estructurada	1.379.167	689.583	0	0
Total	866.738.533	866.048.950	854.614.367	789.296.617
IVA	164.680.321	164.549.301	162.376.730	149.966.357
Total general	**1.031.418.855**	**1.030.598.251**	**1.016.991.096**	**939.262.974**

Con este promedio, los costos de cada ítem en los diferentes escenarios fueron los siguientes:

Ítems	Escenario 1 Promedio sin máximos	Escenario 2 Promedio sin máximos	Escenario 3 Promedio sin máximos	Escenario 4 Promedio sin máximos
Encuestas telefónicas	79.174.000	79.174.000	79.174.000	79.174.000
Encuestas presenciales	591.747.000	591.747.000	591.747.000	595.843.710
Pilotos presenciales	5.240.900	5.240.900	5.240.900	5.240.900
Monitoreo de redes sociales	41.112.500	41.112.500	41.112.500	0
Estudio de Big Data	22.500.000	22.500.000	22.500.000	0
Entrevistas grupales	8.578.333	8.578.333	0	0
Entrevista semi estructurada	1.379.167	689.583	0	0
Total	749.731.900	749.042.317	739.774.400	680.258.610
IVA	142.449.061	142.318.040	140.557.136	129.249.136
Total general	**892.180.961**	**891.360.357**	**880.331.536**	**809.507.746**

Con los resultados obtenidos de la detección de datos atípicos y poco consistentes, el paso siguiente consistirá en seleccionar las metodologías que han sido priorizadas para aplicar en la vigencia, de acuerdo con las capacidades internas del equipo del observatorio, y con ellas calcular el valor total del escenario seleccionado.

Así las cosas, la Dirección Observatorio, habiendo revisado los costos propuestos para las metodologías de: "Monitoreo de redes sociales", "Estudio de Big Data", "Entrevistas grupales" y "Entrevista semi estructurada", considera que puede adelantarlas con su equipo interno y no las incluirá en el presente proceso de contratación, para darle prioridad a aquellas metodologías de carácter cuantitativo que demandan un despliegue de capacidad operativa y técnica en campo mucho más robusta, por lo cual efectuando dicha priorización concluye con la siguiente distribución:

Ítem	Cantidad
Encuestas telefónicas	2000
Encuestas presenciales en hogares	13090
Pilotos presenciales	100

Con las cantidades determinadas, corresponde verificar el valor unitario cotizado para cada ítem seleccionado, con base en el promedio eliminando atípicos de las 5 cotizaciones.

ÍTEM	VALOR UNITARIO AJUSTADO
Encuestas telefónicas	$ 39.587
Encuestas presenciales en hogares	$45.519
Pilotos presenciales	$52.409

Así las cosas, tomando como base los valores unitarios promedio cotizados y las cantidades de cada ítem, se concluiría que el valor total del presupuesto es de $809.507.746, compuesto de la siguiente manera:

Ítem	**Cantidad**	**Costo unitario promedio**	**Costo total promedio**
Encuestas telefónicas	2.000	$39.587	$79.174.000
Encuestas presenciales en hogares	13.090	$45.519	$595.843.710
Encuestas presenciales	100	$52.409	$5.240.900
Subtotal			**$680.258.610**
IVA			**$129.249.136**
Total			**$809.507.746**

5. ANÁLISIS COMPARATIVO CON INFORMACIÓN DE LA LICITACIÓN DEL AÑO 2022

Como quiera que la entidad cuenta con experiencia consistente en la contratación de algunos de los estudios objeto del presente análisis del mercado, con el fin de robustecer el estudio de costo de las encuestas, se realizará un análisis comparativo con los precios presentados por los proponentes dentro de la licitación adelantada en la vigencia anterior (SCRD-LP-006-2022), trayendo dichos precios a valor presente neto. Las cotizaciones enviadas por las empresas que participaron en la licitación del año 2022, fueron las siguientes:

	Infométrika	Sigma DOS	Yanhaas	Ways of hope	Proyectamos Colombia SAS	UT Estadística-DeProyectos-INVESCOR LP-06	CNC	BrandStrat	Algoap
Encuestas telefónicas	20.000	18.500	26.000	27.268	20.113	25.359	45.000	18.470	24.738
Encuestas presenciales	33.000	30.000	32.922	51.268	32.556	47.676	50.000	33.700	39.010
Pilotos presenciales	45.000	60.000	28.490	50.901	64.841	64.842	50.000	66.800	64.800

De acuerdo a dichos resultados, se calculó el promedio de costos de 2022 obteniendo por cada ítem:

	Promedio cotizaciones 2022
Encuestas telefónicas	25.050
Encuestas presenciales	38.904
Pilotos presenciales	55.075

Para efectuar la actualización de los precios promedio del año 2022, se utilizarán los datos del Departamento Nacional de Estadística DANE. Según el DANE, en abril de 2023 la variación anual del IPC fue 12,82% y la inflación acumulada a abril de 2023 es de 5,4%.

Con esta variación del 12,82%, podemos ajustar las cotizaciones de 2022 a 2023, donde obtendríamos los siguientes valores:

	Promedio cotizaciones 2022	Nuevos precios a 2023
Encuestas telefónicas	25.050	28.261
Encuestas presenciales	38.904	43.891
Pilotos presenciales	55.075	62.135

y posteriormente tomando como promedio de referencia el precio calculado eliminando los atípicos e inconsistentes, junto con el nuevo valor estimado para 2023 de acuerdo a la inflación, obtenemos una nueva propuesta de promedios de costos de cada ítem, así:

	Promedio sacando máximos	Nuevos precios a 2023	Nuevo promedio ajustado
Encuestas telefónicas	39.587	28.261	33.924
Encuestas presenciales	45.519	43.891	44.705
Pilotos presenciales	52.409	62.135	57.272

Finalmente, con el mismo escenario 4 donde se incluyen solamente encuestas, pero teniendo en cuenta los costos de 2022 ajustados a 2023 (con la variación del IPC), el presupuesto del proceso será:

Ítem	**Cantidad**	**Costo unitario promedio**	**Costo total promedio**
Encuestas telefónicas	2.000	$33.924	$67.848.129
Encuestas presenciales en hogares	13.090	$44.705	$585.188.984
Encuestas presenciales	100	$57.272	$5.727.223
Subtotal			**$658.764.337**
IVA			**$125.165.224**
Total			**$783.929.561**