AOC N° 009166A
Estado: APROBADA
Responsable: JUAN DAVID SIERRA SALDARRIAGA

1. Información general

Número estudio de mercado
009166E

Objeto
Estudios de percepción para la Empresa (Estudios del nivel de Satisfacción del Cliente, Medición de percepción, satisfacción y reputación de los clientes de la Gerencia Desarrollo de Negocios, Estudio de reputación de la empresa, Percepción del impacto de la gestión social y Nivel de Cultura Metro)

Nombre del solicitante / Comprador	Centro de costos	Fecha creación
Juan David Sierra Saldarriaga	GERENCIA SOCIAL Y SERVICIO AL CLIENTE	2026-07-30 16:03:06

Proceso especial
NO APLICA

¿Tiene Anticipo?
NO

2. Justificación y Descripción

Antecedentes

El Metro de Medellín, en el marco de su direccionamiento estratégico y de su compromiso con la generación de valor para los diferentes grupos de interés, requiere contar con información confiable, objetiva y oportuna que permita comprender la percepción, satisfacción, experiencia, reputación e imagen institucional asociada a los servicios, proyectos, programas e iniciativas desarrolladas por la Empresa.
La gestión basada en evidencia constituye un elemento fundamental para la toma de decisiones estratégicas, la formulación de planes de mejoramiento, el fortalecimiento de la relación con los usuarios y demás grupos de interés, así como para la evaluación de los resultados derivados de las acciones implementadas por las diferentes dependencias de la organización.
En este contexto, la realización de estudios de percepción, satisfacción, reputación, experiencia de usuario, posicionamiento, conocimiento de marca, hábitos de uso, expectativas y demás investigaciones de carácter cuantitativo y cualitativo, se convierte en una herramienta esencial para identificar oportunidades de mejora, anticipar necesidades, validar estrategias institucionales y orientar la toma de decisiones en diferentes ámbitos de la gestión empresarial.
La presente contratación se encuentra alineada con los principios de mejoramiento continuo, orientación al usuario, sostenibilidad institucional y generación de valor público establecidos en el marco estratégico de la Empresa, contribuyendo al fortalecimiento de los procesos de planeación, seguimiento, evaluación y toma de decisiones basados en información proveniente de los diferentes grupos de interés.
Adicionalmente, la naturaleza transversal de este contrato permitirá atender necesidades de investigación y medición requeridas por distintas áreas de la organización, optimizando recursos y garantizando la disponibilidad de mecanismos técnicos especializados para la obtención, análisis e interpretación de información estratégica de interés institucional.

¿Para qué la contratación?

La Empresa, a través de la actualización de su estrategia, definió un nuevo Direccionamiento Estratégico 2026-2035, basado en el ciclo de planeación, el entendimiento del entorno, los retos y desafíos actuales, así como un nuevo pensamiento estratégico exponencial transformador Next, buscando la proyección de crecimientos exponenciales y dinámicos, que incorpora aceleración, innovación y sostenibilidad. Este nuevo Direccionamiento Estratégico tiene dentro de sus componentes un Índice Global de Cultura Metro el cual esta compuesto por los estudios del Nivel de Satisfacción del Cliente, Reputación de La Empresa, Percepción del Impacto de la Gestión Social, Nivel de Cultura Metro. En atención a esta necesidad y para contar con información homologada que permita dar respuesta esta, se definió realizar los diferentes estudios por un solo experto que nos ayuda a refinar, a partir de una revisión y análisis de lo que actualmente la Empresa tiene definido, y ajustará (de ser necesario) el Índice Global de Cultura Metro. Asimismo, construir ficha técnica y metodológica del Índice. Adicionalmente la Encuesta de medición de satisfacción, percepción y reputación de la Gerencia de Desarrollo de Negocios del Metro de Medellín.

Justificación necesidad

La Empresa, a través de la actualización de su estrategia, definió un nuevo Direccionamiento Estratégico 2026-2035, basado en el ciclo de planeación, el entendimiento del entorno, los retos y desafíos actuales, así como un nuevo pensamiento estratégico exponencial transformador Next, buscando la proyección de crecimientos exponenciales y dinámicos, que incorpora aceleración, innovación y sostenibilidad

Este nuevo Direccionamiento Estratégico tiene dentro de sus componentes un Índice Global de Cultura Metro el cual esta compuesto por los estudios del Nivel de Satisfacción del Cliente, Reputación de La Empresa, Percepción del Impacto de la Gestión Social, Nivel de Cultura Metro.
En atención a esta necesidad y para contar con información homologada que permita dar respuesta esta, se definió realizar los diferentes estudios por un solo experto que nos ayuda a refinar, a partir de una revisión y análisis de lo que actualmente la Empresa tiene definido, y ajustará (de ser necesario) el Índice Global de Cultura Metro. Asimismo, construir ficha técnica y metodológica del Índice.
Adicionalmente la Encuesta de medición de satisfacción, percepción y reputación de la Gerencia de Desarrollo de Negocios del Metro de Medellín.

Alcance (¿qué?)

1. ESTUDIO DEL NIVEL DE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE DEL SERVICIO METRO Y SUS DIFERENTES MEDIOS
El CONTRATISTA deberá realizar la medición del Nivel de Satisfacción de los clientes frente al servicio prestado por el Metro de Medellín en sus diferentes medios de transporte: metro, cables, tranvía y buses.
La medición se realizará mediante encuestas presenciales a clientes mayores de 18 años que utilicen el Sistema y que cuenten con tarjeta Cívica personalizada o se encuentren registrados en la App Cívica. Las encuestas deberán realizarse en las estaciones, plazoletas y paradas del Sistema, de acuerdo con la muestra definida, considerando estaciones y paradas, días típicos laborales, sábados, domingos y festivos, así como horas pico y valle. La distribución de la muestra por paradas y franjas horarias deberá ser determinada por EL CONTRATISTA, con base en su experiencia y en la información suministrada por LA EMPRESA.
Se deberán aplicar 2.523 encuestas para los diferentes medios de transporte. El instrumento de medición será concertado entre las partes, tomando como referencia los estudios realizados en años anteriores y las recomendaciones técnicas de EL CONTRATISTA, y deberá contar con la aprobación de LA EMPRESA antes de su aplicación.
El CONTRATISTA deberá contar con personal debidamente capacitado, identificado y con la experiencia requerida para la aplicación de las encuestas, así como asumir los desplazamientos y demás recursos necesarios para la ejecución del trabajo de campo.
Como complemento de la medición cuantitativa, deberá realizar cuatro (4) sesiones de grupo o grupos focales con diferentes grupos de clientes, previamente definidos y concertados con LA EMPRESA, con el propósito de profundizar en las causas de los resultados obtenidos y conocer la voz del usuario. Las sesiones deberán ser presenciales y grabadas en video.
El CONTRATISTA deberá procesar y analizar la información obtenida, incluyendo la caracterización demográfica de los clientes, sus motivos de viaje y medios de transporte utilizados, la identificación de los momentos de verdad del ciclo de experiencia del cliente, el análisis de fortalezas y debilidades y la priorización de acciones de mejora.
Los resultados deberán incluir indicadores de evolución y acumulados, análisis comparativos con años anteriores, cruces de variables, conclusiones, recomendaciones y aspectos prioritarios de intervención para cada medio de transporte evaluado. La calificación del Nivel de Satisfacción se realizará mediante una escala de 1 a 5.
Finalmente, EL CONTRATISTA deberá entregar y socializar los resultados conforme al cronograma definido, incluyendo las presentaciones requeridas por LA EMPRESA

ante los equipos y áreas establecidos para tal fin.

2. ESTUDIO DE REPUTACIÓN
EL CONTRATISTA deberá realizar el estudio de reputación de LA EMPRESA, con el propósito de identificar y validar la percepción positiva o negativa de sus diferentes grupos de interés frente a las variables reputacionales relacionadas con sostenibilidad, desempeño financiero, calidad de los productos y servicios, innovación, ética y transparencia, marca empleadora y dimensión internacional.
El alcance comprende la revisión y ajuste del instrumento de recolección de información utilizado en el estudio anterior, teniendo en cuenta el nuevo direccionamiento estratégico de LA EMPRESA, así como la definición de la distribución de la muestra entre los diferentes grupos de interés. El estudio contempla un total de 600 encuestas presenciales, cuya distribución deberá contar con la validación de la Dirección de Comunicaciones.
El CONTRATISTA deberá diseñar y aplicar el cuestionario aprobado, realizar la tabulación de los resultados por grupo de interés y atributo reputacional, presentar los resultados desagregados, construir un índice global de reputación y efectuar el análisis correspondiente.
Como resultado del estudio, deberá formular conclusiones y recomendaciones orientadas al mejoramiento de la reputación de LA EMPRESA para el siguiente año. Parællo, deberá planificar y ejecutar diez (10) talleres de co-creación, uno por cada área definida por LA EMPRESA, en los cuales se presentarán los resultados y se establecerán acciones para el cierre de las brechas identificadas.
Los resultados deberán ser entregados mediante presentación en PowerPoint y/o tablero de Power BI, de acuerdo con lo definido por LA EMPRESA. EL CONTRATISTA deberá participar en las reuniones de planeación y seguimiento, presentar avances mensuales y atender las observaciones, correcciones y ajustes que LA EMPRESA considere necesarios sobre el instrumento y el informe final.

3. ESTUDIO DE SATISFACCIÓN, PERCEPCIÓN Y REPUTACIÓN DE LA GERENCIA DE DESARROLLO DE NEGOCIOS
EL CONTRATISTA deberá realizar la medición de satisfacción, percepción y reputación de los clientes de la Gerencia de Desarrollo de Negocios, respecto de los productos y servicios prestados, así como de la confiabilidad, recomendación y posicionamiento de la marca Negocios Metro de Medellín y sus marcas derivadas.
La recolección de información podrá realizarse mediante encuestas presenciales, telefónicas y/o digitales, utilizando el instrumento elaborado conjuntamente entre EL CONTRATISTA y la Gerencia de Desarrollo de Negocios y aprobado por el supervisor del contrato.
El estudio contempla un horizonte de 350 encuestas, dirigidas a los grupos de interés definidos por la Gerencia de Desarrollo de Negocios, entre ellos clientes comerciales, empresas transportadoras, empresas de servicio empresarial, renta inmobiliaria, gobierno, aliados, gremios y nuevos clientes comerciales. LA EMPRESA suministrará las bases de datos correspondientes.
El cuestionario deberá considerar, según aplique, aspectos relacionados con el servicio, operación, requerimientos técnicos, tecnología, canales de atención ycomunicación, gestión comercial y contractual, ingresos, relación costo-beneficio, pagos, fraude o evasión, intención de compra, precios, posicionamiento y reputación.
Asimismo, deberá incluir la medición del Net Promoter Score (NPS) para cada grupo de interés o segmento evaluado, además de los aspectos relacionados con Brand Balance que permitan identificar el cumplimiento del posicionamiento y reconocimiento de la marca.
EL CONTRATISTA deberá procesar y analizar los resultados, presentarlos de manera segmentada y generar las conclusiones y recomendaciones correspondientes, de acuerdo con las necesidades de la Gerencia de Desarrollo de Negocios.

4. ESTUDIO DEL NIVEL DE PERCEPCIÓN DEL IMPACTO DE LA GESTIÓN SOCIAL
EL CONTRATISTA deberá medir el nivel de percepción de los usuarios y comunidades frente al impacto de la gestión social desarrollada por el Metro de Medellín, particularmente respecto de las estrategias formativas, culturales y de relacionamiento implementadas por LA EMPRESA.
Para los usuarios, la medición deberá realizarse mediante encuestas presenciales en los diferentes medios de transporte operados por el Metro, así como en estaciones, paradas, plazoletas, pasarelas y zonas de torniquetes, de acuerdo con la muestra definida y considerando días típicos laborales, sábados, domingos y festivos, y horas pico y valle.
Para las comunidades, la medición deberá realizarse en los lugares definidos conjuntamente por LA EMPRESA y EL CONTRATISTA, teniendo en cuenta la focalización y concentración territorial de los programas y proyectos de Gestión Social.
El estudio contempla 385 encuestas a usuarios y 97 encuestas a comunidades, dirigidas a personas mayores de 18 años. Para los usuarios deberá considerarse unenfoque diferencial que incluya, entre otros, personas con discapacidad física, personas LGBTI, grupos étnicos y migrantes.
EL CONTRATISTA deberá revisar y ajustar el instrumento de medición conjuntamente con LA EMPRESA, realizar el trabajo de campo con personal propio y con la experiencia requerida, garantizar el cumplimiento de los protocolos de seguridad y protección de datos personales, y suministrar las herramientas tecnológicas necesarias para la recolección y procesamiento de la información.
El análisis deberá incluir indicadores de evolución y acumulados, análisis descriptivo y comparativo con años anteriores, resultados discriminados por medio de transporte y variables demográficas, así como conclusiones, recomendaciones, oportunidades de mejora y acciones prioritarias.

5. ESTUDIO DEL NIVEL DE CULTURA METRO
EL CONTRATISTA deberá realizar el estudio para medir el nivel de vivencia y apropiación de la Cultura Metro en los diferentes grupos de interés de LA EMPRESA, entendida como un modo de relación positivo consigo mismo, con los otros y con el entorno, bajo las premisas de dignificación del ser humano, creación de contexto adecuado, lenguaje positivo y persuasivo y corresponsabilidad.
El estudio deberá permitir identificar fortalezas y brechas y orientar acciones concretas de mejora.
El alcance comprende el diseño del instrumento de recolección de información y la definición de la muestra para cada grupo de interés, teniendo como referencia un total de 640 encuestas. El instrumento deberá contar con el visto bueno de LA EMPRESA antes de su aplicación y deberá permitir obtener una calificación del Nivel de Cultura Metro en una escala de 1 a 5.
EL CONTRATISTA deberá aplicar las encuestas a los diferentes grupos de interés, de manera presencial y/o virtual, de acuerdo con la distribución aprobada por LA EMPRESA. Para los usuarios, la aplicación deberá realizarse presencialmente en la Red Metro. Los grupos de interés considerados son: Gente Metro, Usuarios, Proveedores, Comunidad, Transportadores, Líderes con reconocimiento de la sociedad, Socios y Junta Directiva, Clientes Comerciales, Aliados, Estado, Gremios y Asociaciones, Financiero y Periodistas.
El procesamiento deberá comprender el análisis general de la información y el análisis particular de cada grupo de interés y de las variables estudiadas, permitiendo la comparación de resultados entre los diferentes grupos. También deberá incluir la caracterización demográfica de los participantes, análisis descriptivo, conclusiones, recomendaciones y aspectos prioritarios de intervención para mejorar el Nivel de Cultura Metro.
El cuestionario deberá ser propuesto por EL CONTRATISTA tomando como referencia el estudio realizado en 2024 y adaptarse, cuando sea necesario, a las características de cada público objetivo.

Alternativas de ejecución

La necesidad se satisfará mediante la contratación de una firma especializada en investigación de mercados, estudios de percepción, medición de satisfacción, reputación, experiencia de usuario y demás metodologías de investigación aplicables a los diferentes grupos de interés de la Empresa.
Si bien el Metro de Medellín cuenta con profesionales que utilizan la información derivada de estos estudios para la formulación de estrategias, la toma de decisiones, el seguimiento de iniciativas institucionales y el mejoramiento continuo de sus procesos, la Empresa no dispone dentro de su estructura organizacional de un equipo especializado dedicado a la investigación de mercados y opinión, ni de la capacidad técnica, metodológica, tecnológica y operativa requerida para desarrollar de manera permanente y a escala corporativa procesos de diseño metodológico, construcción de instrumentos de medición, trabajo de campo, aplicación de encuestas, validación de muestras, procesamiento estadístico, análisis especializado e interpretación de resultados.
Adicionalmente, las necesidades de información de la Empresa involucran diferentes grupos de interés, territorios, servicios, proyectos e iniciativas institucionales, lo que demanda metodologías especializadas, herramientas tecnológicas, personal capacitado y capacidades operativas que garanticen la confiabilidad, representatividad y calidad técnica de la información obtenida.
Por lo anterior, se requiere la contratación de un tercero especializado que cuente con experiencia demostrable en investigación de mercados y opinión, estudios cuantitativos y cualitativos, diseño y aplicación de encuestas, análisis estadístico, medición de percepción y satisfacción, reputación corporativa y experiencia de usuario, así como con la capacidad operativa necesaria para desarrollar estudios de diferente alcance y complejidad para los distintos grupos de interés de la Empresa.
La contratación de una firma especializada permitirá disponer de información objetiva, confiable y metodológicamente validada, fortaleciendo los procesos de planeación, evaluación, seguimiento, mejoramiento continuo y toma de decisiones institucionales basadas en evidencia.

Condiciones preferenciales

En el marco del Decreto 1860 de 2021 “Identificación de emprendimientos y empresas de mujeres, MiPymes y fomento de bienes o servicios provisionados por parte de población en pobreza extrema, desplazados por la violencia, personas en proceso de reintegración o reincorporación y sujetos de especial protección constitucional”, buscando identificar si las empresas invitadas debido a su tamaño clasifican como Mipymes o se trata de emprendimientos y empresas de mujeres, con el fin de promover su participación en el proceso de contratación, se identificó que se cuenta con empresas grandes, pequeña y microempresa, la Firma Centro nacional de Consultoría manifiesta cumplir con emprendimiento de mujeres y ademas con la condición de discapacidad.

3. Presupuesto

Moneda	Trm	Valor sin IVA	IVA	Valor con IVA
COP	0.00	403,221,530.00	76,612,091.00	479,833,621.00

Observación presupuesto

Tipo Documento		
Tipo	**Número**	**Posición**
cdp	30017304	001
cdp	30017304	002
cdp	30017304	003
cdp	30017304	004

Proyecto	% Recursos FMPPLUS	Modalidad de selección
no	0	Solicitud privada de oferta

Fundamento normativo

El Reglamento de Contratación de la Empresa adoptado a través de la Resolución No. JD 151 de 2017, establece en el artículo decimosexto la modalidad de selección denominada: “Solicitud Privada de Ofertas” que indica que “Se realizará una invitación a mínimo tres (3) personas naturales o jurídicas, identificadas a partir de las condiciones de mercado o con base en el Maestro de Proveedores cuando sea implementado se acudirá a esta modalidad cuando el presupuesto que se fije para la adquisición de la obra, bien o servicio sea superior a ciento cincuenta (150) y hasta mil cincuenta (1050) salarios mínimos legales mensuales vigentes (…)” De conformidad con lo anterior y como quiere que el presupuesto oficial del presente proceso corresponde a 274.05 SMLMV, es decir, se encuentra dentro el rango de los 150 y 1050 SMMLV, debe adelantarse una solicitud privada de ofertas.

4. Descripción del objeto a contratar y sus especificaciones esenciales

País ejecución	Ciudad ejecución	Importación de tecnología
Colombia	BELLO	N/A

Plazo del contrato (Días)	Fecha fin	
110	2026-12-18	
Tipo de contrato	**Tipo de inicio de contrato**	**Plazo de pago**
PRESTACIÓN DE SERVICIOS	Orden de inicio	Pago a 45 días

Observaciones Forma de pago

El contrato se pagará de la siguiente forma:
• Pago No. 1: El valor indicado en el formulario de precios correspondiente al Item 1, contra la realización de las encuestas y grupos focales, además de los entregables de las actividades y productos indicados en el anexo de Especificaciones Técnicas para los Estudio Nivel Satisfacción del Cliente, previo recibo a entera satisfacción por parte del supervisor del contrato.
• Pago No. 2: El valor indicado en el formulario de precios correspondiente al Item 2 contra la realización de las encuestas y talleres, además de los entregables de las actividades y productos indicados en el anexo de Especificaciones Técnicas para los Estudio de Reputación, previo recibo a entera satisfacción por parte del supervisor del contrato.
• Pago No. 3: El valor indicado en el formulario de precios correspondiente al Item 3 contra la realización de las encuestas, además de los entregables de las actividades y productos indicados en el anexo de Especificaciones Técnicas para las Encuesta de medición de satisfacción, percepción y reputación de la Gerencia de Desarrollo de Negocios del Metro de Medellín, previo recibo a entera satisfacción por parte del supervisor del contrato.
• Pago No. 4: El valor indicado en el formulario de precios correspondiente al Item 4 contra la realización de las encuestas, además de los entregables de las actividades y productos indicados en el anexo de Especificaciones Técnicas para las Estudio nivel de percepción del impacto de la gestión social del Metro de Medellin, previo recibo a entera satisfacción por parte del supervisor del contrato.
• Pago No. 5: El valor indicado en el formulario de precios correspondiente al Item 5 contra la realización de las encuestas, además de los entregables de las actividades y productos indicados en el anexo de Especificaciones Técnicas para el Estudio nivel de Cultura Metro, previo recibo a entera satisfacción por parte del supervisor del contrato.

PARÁGRAFO 1: Los pagos se efectuarán por parte de LA EMPRESA, previa presentación de la factura la que deberá cumplir con los requisitos del Estatuto Tributario, contener el número del contrato y estar debidamente soportada por EL CONTRATISTA con la relación detallada de los informes realizados y legalizada con el informe suscrito por el supervisor del contrato, donde conste el cumplimiento de las obligaciones contractuales.
PARÁGRAFO 2: LA EMPRESA, pagará a EL CONTRATISTA mediante abono en su cuenta, previa presentación de la factura.
PARÁGRAFO 3: De manera previa a la realización de los pagos, EL CONTRATISTA deberá acreditar el cumplimiento de sus obligaciones con el sistema de seguridad social integral y pagos parafiscales que le correspondan.
PARÁGRAFO 4: La aprobación del pago se hará dentro de los tres (3) días hábiles siguientes a la radicación de la factura, si no ha tenido correcciones por parte de LA EMPRESA, o de la fecha en que sea devuelta con las correcciones. El pago se hará dentro de los cuarenta y cinco (45) días calendario siguientes a la aprobación del pago. Si LA EMPRESA glosare alguna de ellas, de todas maneras, procederá a efectuar el pago de las sumas no discutidas, dentro de los plazos establecidos, sin que la aceptación de este pago implique renuncia de EL CONTRATISTA al saldo en discusión.
PARÁGRAFO 5: LA EMPRESA deducirá del valor del contrato, todos los impuestos y retenciones a que haya lugar en el momento de hacer el pago, de acuerdo con las disposiciones legales vigentes.
PARÁGRAFO 6: En todo caso, EL CONTRATISTA se obliga a acatar las directrices y políticas internas de LA EMPRESA en cuanto a facturación electrónica, si, de acuerdo con la normativa vigente, estuviere obligado a facturar de esa manera.

5. Análisis de invitados

Proveedor	Nit	Representante legal	Correo	Razones técnicas
BRANDSTRAT BIC S.A.S	830100700	Lopez Llamas Rafael Alfonso	facturacion@brandstrat.co	Empresas que participó del estudio de mercado, prestan los servicios requeridos. Tamaño empresa según información de Suplos pequeña
GRUPO HOLISTICA SAS	900163130	Parra Martinez Luis Hernando	administracion@grupoholistica.com	Empresas que participó del estudio de mercado, prestan los servicios requeridos. Tamaño empresa según información de Suplos pequeña
INVESTIGACION ASESORIA MERCADEO SAS - INVAMER SAS	890909099	DeLaCuesta Ozelis Ana Cristina	invamer@invamer.com.co	Empresas que participó del estudio de mercado, prestan los servicios requeridos. Tamaño empresa según información de Suplos mediana

YANHAAS SA	830000889	Acevedo Rehbein Mariana	licitaciones@yanhaas.com	Empresas que participó del estudio de mercado, prestan los servicios requeridos. Tamaño empresa según información de Suplos pequeña
CENTRO NACIONAL DE CONSULTORIA SA	800011951	Lemoine Arboleda Pablo David	contratacion@cnccol.com	Empresas que participó del estudio de mercado, prestan los servicios requeridos. Tamaño empresa según información de Suplos grande

6. Evaluadores

Tipo Evaluador	Usuario
Evaluador de Orden Legal	Juan David Rodriguez Arbelaez
Evaluador de SST	Carolina Amador Molina
Evaluador de Orden Técnico	Luis Fernando Mora Lopez
Evaluador Económico	Juan David Sierra Saldarriaga

7. Supervisión / Interventoria

Tipo de supervisión
Supervisión conjunta

Supervisor	Descripción
Luis Fernando Mora Lopez	Supervisor Principal Profesional 1 Analista (Estudio Nivel Satisfacción del Cliente -NSC y validación de atributos del servicio)
Supervisor	**Descripción**
Maria Paulina Gaviria Correa	Supervisora Suplente Profesional 1 Cultura Metro (Estudio Nivel Satisfacción del Cliente -NSC y validación de atributos del servicio)
Supervisor	**Descripción**
Andres Fernandez Lopez	Supervisor Principal Profesional 1 Comu. Exter. y Relaciones Públicas (Estudio de la Reputación de la Empresa)
Supervisor	**Descripción**
Manuel Gallego Arango	Supervisor Suplente Profesional 1 Comu. Exter. y Relaciones Públicas (Estudio de la Reputación de la Empresa)
Supervisor	**Descripción**
Juan Pablo Vallejo Garcia	Supervisor Principal Profesional 1 Gestión Social (Estudio percepción del Impacto de la Gestión Social)
Supervisor	**Descripción**
Valentina Henao Llano	Supervisora Suplente Profesional 1 Gestión Social (Estudio percepción del Impacto de la Gestión Social)
Supervisor	**Descripción**
Maria Paulina Gaviria Correa	Supervisora Suplente Profesional 1 Cultura Metro (Estudio Nivel de Cultura Metro)
Supervisor	**Descripción**
Carolina Arias Gonzalez	Supervisora Principal Profesional 1 Gestión Social (Estudio Nivel de Cultura Metro)
Supervisor	**Descripción**
Hector Alejandro Tamayo	Supervisor Principal Profesional 2 Mercadeo (Estudio Nivel Satisfacción, percepción y reputación del Cliente Gerencia Desarrollo de Negocios)
Supervisor	**Descripción**
Pamela Morales Velasquez	Supervisora Suplente Profesional 1 Desarrollo de Campañas (Estudio Nivel Satisfacción, percepción y reputación del Cliente Gerencia Desarrollo de Negocios)

8. Anexos

Titulo	Archivo
Anexo SST- Simple	Disponible para descargar desde la página
Acuerdo de tratamiento y protección de datos personales	Disponible para descargar desde la página
Anexo Medio Ambiente _ Simple	Disponible para descargar desde la página
Análisis de Riesgos	Disponible para descargar desde la página
Análisis Tributario	Disponible para descargar desde la página
Condiciones habilitantes y de evaluación	Disponible para descargar desde la página
Especificaciones Técnicas	Disponible para descargar desde la página
Formato de Oferta económica	Disponible para descargar desde la página

9. Comité

Número de comité	fecha
	0000-00-00

10. Historial de aprobaciones

Usuario	Aprobación	Fecha
Andres Tamayo Bustamante	APROBADO	2026-09-10 14:39:52
Nestor Julian Gomez Vanegas	APROBADO	2026-09-10 09:58:30
Sarita Perez Henao	APROBADO	2026-09-10 09:50:28
Sarita Perez Henao	APROBADO	2026-09-10 09:49:41
Adriana Maria Sanchez Sanchez	APROBADO	2026-09-10 09:24:42
Adriana Maria Sanchez Sanchez	APROBADO	2026-09-10 09:22:21
Adriana Maria Sanchez Sanchez	APROBADO	2026-09-10 09:21:41
Adriana Maria Sanchez Sanchez	APROBADO	2026-09-10 09:19:59
Adriana Maria Sanchez Sanchez	APROBADO	2026-09-10 09:13:31
Carlos Hernando Ortiz Espinosa	APROBADO	2026-09-09 17:57:08
Carlos Hernando Ortiz Espinosa	APROBADO	2026-09-09 17:56:47

Jaime Andres Ortiz Rueda	APROBADO	2026-09-09 17:55:53