Documento firmado digitalmente por:
MARIA CECILIA LONDOÑO SALAZAR
Función: CONTRATISTA
Fecha de firma: 2021-03-15T10:41:15-05:00.
Para descargar la versión digital firmada puede escanear el código QR



| | | |
|---|---|---|
| **Datos del área gestora:** | **Dependencia solicitante:** | **DESPACHO DEL VICEMINISTERIO DE CONECTIVIDAD GIT DE FORTALECIMIENTO AL SISTEMA DE MEDIOS PÚBLICOS** |
| | **Nombre del servidor que diligencia el estudio previo** | **MARIA CECILIA LONDOÑO SALAZAR** |

**1.- Descripción de la necesidad que la entidad pretende satisfacer**

El artículo 2 de la Ley 1341 de 2009[1], modificado por el artículo 3 de la Ley 1978 de 2019[2], tiene como uno de sus principios orientadores el fomento, la promoción y el desarrollo de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones como una política de Estado que involucra a todos los sectores y niveles de la administración pública y de la sociedad, para contribuir al desarrollo educativo, cultural, económico, social y político e incrementar la productividad, la competitividad, el respeto a los derechos humanos inherentes y la inclusión social.

A su vez, el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, conforme el artículo 18 de la Ley 1341 de 2009, modificado por el artículo 14 de la Ley 1978 de 2019, tiene entre sus funciones *"1. Diseñar, adoptar y promover las políticas, planes, programas y proyectos del sector de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones. 2. Definir, adoptar y promover las políticas, planes y programas tendientes a incrementar y facilitar el acceso de todos los habitantes del territorio nacional, a las tecnologías de la información y las comunicaciones y a sus beneficios (…) 8. Administrar el régimen de contraprestaciones y otras actuaciones administrativas que comporten el pago de derechos, mediante el desarrollo de las operaciones de liquidación, cobro y recaudo, de conformidad con la legislación vigente (…) 19. Preparar y expedir los actos administrativos, para los fines que se relacionan a continuación: (…) b). Establecer condiciones generales de operación y explotación comercial de redes y servicios que soportan las tecnologías de la información y las comunicaciones y que no se encuentren asignados por la ley a otros entes. c). Expedir de acuerdo con la ley, los reglamentos, condiciones y requisitos para el otorgamiento de licencias, permisos y registros para el uso o explotación de los derechos del Estado sobre el espectro radioeléctrico y los servicios del sector de las tecnologías de la información y las comunicaciones. d). Expedir y administrar las contraprestaciones que le corresponden por ley. (…)"*

Ahora bien, de conformidad con lo indicado en el artículo 34 de la Ley 1341 de 2009, modificado por el artículo 21 de la Ley 1978 de 2019 el Ministerio cuenta con un Fondo Único de TIC, creado como una Unidad Administrativa Especial del orden nacional, dotado de personería jurídica y patrimonio propio, adscrita a este, el cual tiene como objeto: "*(…)financiar los planes, programas y proyectos para facilitar prioritariamente el acceso universal y el servicio universal de todos los habitantes del territorio nacional a las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, garantizar el fortalecimiento de la televisión pública, la promoción de los contenidos multiplataforma de interés público y cultural, y la apropiación social y productiva de las TIC, así como apoyar las actividades del Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones y la Agencia Nacional del Espectro, y el mejoramiento de su capacidad administrativa, técnica y operativa para el cumplimiento de sus funciones"*, por lo que a través de dicho Fondo se financian la mayoría de los proyectos del Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, así como, las actividades administrativas, técnicas y operativas para el cumplimiento de sus objetivos y funciones.

[1] LEY 1341 DE 2009 (julio 30), *"Por la cual se definen principios y conceptos sobre la sociedad de la información y la organización de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones –TIC–, se crea la Agencia Nacional de Espectro y se dictan otras disposiciones"*. DIARIO OFICIAL. AÑO CXLIV. N. 47426. 30, JULIO, 2009. PÁG. 42.
[2] LEY 1978 DE 2019 (julio 25) "*Por la cual se moderniza el sector de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones TIC), se distribuyen competencias, se crea un regulador único y se dictan otras disposiciones*". Año CLV NO. 51.025, Bogotá, D. C., jueves, 25 de julio de 2019. PAG. 1

Documento firmado digitalmente por:
MARIA CECILIA LONDOÑO SALAZAR
Función del DTC: CONTRATISTA
Fecha de firma: 2021-03-15T10:41:15-05:00.
Para descargar la versión digital firmada puede escanear el código QR

Por ende, para dar cumplimiento a la normatividad antes señalada, el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones cuenta dentro de su estructura, con el Despacho del Viceministro de Conectividad, el cual conforme lo dispuesto en el artículo 13 del Decreto 1064 de 2020, tiene entre otras las siguientes funciones:

*"4. Impartir los lineamientos para el fortalecimiento de la televisión pública, la radiodifusión sonora pública y la generación de contenidos multiplataforma que promuevan la preservación de la cultura e identidad nacional y regional".*

*5. Orientar la asignación de recursos para el fortalecimiento de los operadores públicos del servicio de televisión y el seguimiento a éstos, así como orientar la asignación de recursos mediante esquemas concursables".*

Igualmente, para el desarrollo de dichas funciones, al interior del Despacho en mención existen unos Grupos Internos de Trabajo, entre los que se encuentra el Grupo Interno de Trabajo de Fortalecimiento al Sistema de Medios Públicos, que se encarga de promover el desarrollo de contenidos multiplataforma de interés público, la preservación de la cultura e identidad nacional y regional y que promuevan el acceso a las TIC, mediante el desarrollo de esquemas concursables para la promoción de contenidos digitales, por parte de compañías colombianas del sector audiovisual, como los operadores del servicio de televisión regional, las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYME) productoras audiovisuales, las comunidades indígenas, afrocolombianas, raizales, palenqueras y Rrom y operadores sin ánimo de lucro (Comunitarios – locales sin ánimo de lucro). El cual según el artículo 6 de la Resolución interna No. 2108 del 16 de octubre de 2020[3], tiene las siguientes funciones específicas: *"1. Coordinar actividades para convenir con la Radio y Televisión Nacional de Colombia - RTVC la continuidad temporal del servicio en caso de suspensión, caducidad o terminación de los contratos de televisión. 2. Apoyar técnicamente planes, programas y proyectos relativos al desarrollo de contenidos multiplataforma de interés público, que promuevan la preservación de la cultura e identidad nacional y regional, incluyendo la radiodifusión sonora y la televisión. 3. Apoyar técnicamente los procesos de fortalecimiento y asignación de recursos para los medios públicos. 4. Ejecutar actividades para el despliegue y promoción de la televisión digital abierta en Colombia. 5. Elaborar propuestas de reglamentos, condiciones y requisitos en contratos de fortalecimiento de medios públicos y contenidos de interés público, incluyendo la definición de los aspectos relativos a la cesión de derechos de emisión, producción y coproducción de los programas de televisión. 6. Desarrollar procesos relativos a la cesión de derechos de autor, emisión, producción y coproducción de los programas de televisión y contenidos audiovisuales producto de las convocatorias realizadas o de los procesos contractuales. 7. Cumplir con las demás actividades que le sean asignadas y correspondan al área de desempeño y la naturaleza del grupo interno de trabajo."*

Es importante manifestar, que el ejercicio de la función No. 2 anteriormente citada, se pretende materializar lo dispuesto en el artículo 35 de la Ley 1341 de 2009, modificado por el artículo 22 de la Ley 1978 de 2019, establece entre otras, las siguientes funciones:

- ✓ En el numeral 4, define como función del Fondo Único de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, la de financiar proyectos para promover el desarrollo de contenidos multiplataforma de interés público que promuevan la preservación de la cultura e identidad nacional y regional, mediante el desarrollo de esquemas concursables para la promoción de contenidos digitales multiplataforma por parte de los operadores del servicio de televisión regional;

[3] RESOLUCIÓN INTERNA NO. 2108 (OCTUBRE DE 2020) *"Por la cual se crean Grupos Internos de Trabajo del Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, se asignan funciones y se derogan unas resoluciones"*

Documento firmado digitalmente por:
MARIA CECILIA LONDOÑO SALAZAR
Función: DIRECTORA
Fecha de firma: 2021-03-15T10:41:15-05:00.
Para descargar la versión digital firmada puede escanear el código QR

- ✓ En el numeral 16, se establece la función de financiar, fomentar, apoyar y estimular los planes, programas y proyectos para la programación educativa y cultural a cargo del Estado, así como el apoyo a los contenidos de televisión de interés público desarrollado por operadores sin ánimo de lucro;

- ✓ El numeral 18 del mismo artículo señala que, a través de las partidas destinadas a los canales públicos de televisión, se apoyará el desarrollo de contenidos digitales multiplataforma a los beneficiarios a los beneficiarios establecidos por las normas vigentes,

Por su parte, el artículo 45 de la Ley 1978 de 2019, dispone que el Fondo Único de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones podrá transferir los recursos a Radio Televisión Nacional de Colombia (RTVC) para financiar, entre otros aspectos, la producción de contenidos.

Con el fin de reglamentar las anteriores disposiciones, el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones expidió la Resolución No. 433 de 2020, que en su artículo 8º establece que podrán ser financiados los proyectos presentados por los operadores públicos de televisión que atiendan, entre otros a, los siguientes conceptos:

- Fortalecimiento de la programación y la producción de contenidos audiovisuales multiplataforma. Producción de contenidos audiovisuales multiplataforma, dirigidos a la audiencia infantil, juvenil y familiar, o a la atención de población en situación de discapacidad de grupos técnicos, o sujetos de especial protección constitucional, que tengan como fin formar, educar, informar y entretener.

De igual manera se señala que, el contenido debe tener elementos que faciliten su emisión en múltiples plataformas, los cuales deben identificarse en la formulación del proyecto. Igualmente establece que deberán señalarse los indicadores con los cuales se medirá el nivel de recepción de contenido de la audiencia.

Por lo anterior, el apoyo a la gestión de planes, programas y proyectos relativos al desarrollo de contenidos multiplataforma de interés público que promuevan la preservación de la cultura e identidad nacional y regional, emitidos a través de las distintas pantallas de los operadores públicos de televisión, conlleva la necesidad de analizar el impacto de los mismos en cada una de las audiencias a las cuales van dirigidos, para así monitorear las preferencias en el consumo de contenidos, y definir los aspectos que permita fortalecer a la televisión pública, logrando el cumplimiento de las funciones definidas en cabeza del Fondo Único de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, consagradas en el artículo 35 de la Ley 1341 de 2009 modificado por el artículo 22 de la Ley 1978 de 2019.

Es de señalar que durante la vigencia 2020, para satisfacer la anterior necesidad, se celebró el contrato de prestación de servicio No. 728 de 2020, con KANTAR IBOPE MEDIA COLOMBIA S.A.S, con el objeto de: "*Prestar servicios al Viceministerio de Conectividad y Digitalización de acceso a la información sobre índices de sintonía de televisión y monitoreo de inversión publicitaria de medios de comunicación, a través de un software exclusivo y especializado, mediante el licenciamiento de uso y soporte de las heramientas MMW, IWKSM TGI NET, TGR y CMAM, con el fin de fortalecer el modelo convergente de la televisión pública regional y nacional y medir las audiencias y el impacto de los contenidos de televisión*".

Lo anterior se realizó bajo la modalidad de selección de contratación directa por tratarse de un proveedor exclusivo, ya que KANTAR IBOPE MEDIA, es la principal herramienta a nivel mundial y **la única** que permite acceder a la información del comportamiento de las audiencias en tiempo real. Estos datos son fundamentales para que los canales conozcan el público televidente, ajusten su programación y determinen el valor del cada espacio televisivo, pues con esta contratación se tuvo acceso a 7 canales regionales y a RTVC.

Documento firmado digitalmente por:
MARIA CECILIA LONDOÑO SALAZAR
Función: DIRECTORA
Fecha de firma: 2021-03-15T10:41:15-05:00.
Para descargar la versión digital firmada puede escanear el código QR

La presente herramienta ha permitido a cada uno de los canales públicos conocer mejor sus audiencias, generando mejores contenidos ajustados a las necesidades de los televidentes, programar mejor sus parrillas, medir el impacto de sus contenidos, monetizar contenidos y pauta publicitaria, conocer el mercado y compararse con sus competidores, entre otras.

Producto de dicha contratación, durante la vigencia 2020, el Ministerio TIC pudo realizar acompañamiento a cada uno de los canales públicos, entregando no solo usuarios de las herramientas para cada uno de ellos, sino un soporte a la gestión y entendimiento de las audiencias, todo esto gracias a una comunicación constante con los directivos y equipos de trabajo de cada uno de los canales.

Los principales logros alcanzados durante la vigencia 2020 fueron:

**1.** Se realizo un informe semanal para el Despacho de la ministra sobre el comportamiento (Rating) de los canales públicos a nivel nacional y por región y programa más visto semanalmente.

**2.** Se entregaron unos análisis semanales y mensuales del programa presidencial “Contagiémonos de Solidaridad”

**3.** Se realizaron en total 319 informes para los canales públicos enviados a los gerentes, coordinadores de producción y encargados de la herramienta por parte de cada canal:

- Teleantioquia
- Telecafé
- Telepacífico
- Telecaribe
- Canal Tro
- Canal Trece
- Canal Capital
- RTVC

Cada informe analizó variables como reach, rating, share y ats, incluyendo un análisis de audiencias, desde la perspectiva del top 30 de:

- Programas más vistos de la tv pública.
- Programas más vistos de la tv privada.
- Rating y el Reach de los canales por región y a nivel nacional.
- Tiempo de consumo promedio de cada canal por región y a nivel nacional.
- Promedio de televisores prendidos por región y a nivel nacional.
- Total de personas promedio que ven el canal a diario.
- Programas más vistos de cada canal por región y a nivel nacional.

Todos estos datos permitieron a los canales comprender como se están recibiendo los contenidos programados en sus parrillas de producción y las preferencias de la audiencia. También se pudo llegar a análisis de perfiles de programas, tales como, permanencia y fidelidad, información que apoya el diseño de la programación y la decisión de implementar temas y géneros a la hora de producir contenidos.

Con todos los insumos presentados por dichas herramientas se construyó el primer informe sectorial desde el GIT

Documento firmado digitalmente por:
MARIA CECILIA LONDOÑO SALAZAR
Función: DIRECTORA
Fecha de firma: 2021-03-15T10:41:15-05:00.
Para descargar la versión digital firmada puede escanear el código QR

Fortalecimiento al sistema de medios públicos, edición cuarentena. Este informe presentó la dinámica del sector de la televisión en Colombia y las perspectivas a nivel nacional e internacional de la industria de la televisión, así como las condiciones del servicio desde el punto de vista de los mercados que lo conforman, con una perspectiva multiplataforma; y se elaboró como apoyo al Sistema de Medios Públicos, incluyendo el efecto que ha tenido la pandemia en el Sistema de medios públicos de televisión y el salto de la pantalla de televisión a las múltiples pantallas; brindando muchas más herramientas para entender las necesidades de las nuevas audiencias.

Basados en lo expuesto, para el Ministerio TIC y para cada uno de los canales de televisión que conforma el Sistema de Medios Públicos, es indispensable contar con esta herramienta que brinde información en tiempo real y que lidere los principales estándares para la medición de las audiencias, pues prescindir de la herramienta que brinda KANTAR IBOPE, implicaría dejar de lado la posibilidad de conocer al público receptor de los contenidos multiplataforma financiados con recursos del Fondo Único de TIC, a sus necesidades, y sus gustos. Información que, además, permite monetizar los contenidos y la publicidad.

Es de mencionar que entre las funcionalidades de la herramienta se cuenta con las siguientes que sólo brinda KANTAR IBOPE y que son necesarias para tomar decisiones respecto de los contenidos multiplataforma a financiar con recursos del Fondo Único de TIC:

- Realizar un sinfín de consultas que van desde simples reportes de ranking por programas o bloques horarios, pasando por la creación de pautas de pre y post evaluación de campañas publicitarias, para llegar a un análisis de perfiles de programa, tales como, permanencia o fidelidad, zapping, entre otros.
- Profundizar en el análisis de audiencias, integrando módulos gráficos y numéricos con grabaciones de la programación.
- Realizar análisis a profundidad de las audiencias, creación de franjas horarias personalizadas, análisis minuto a minuto, diferentes análisis gráficos, creación de cadenas virtuales, diferentes formatos de presentación, módulos de análisis y filtros.
- Analizar la programación de TV, relacionando detalles de audiencia de los canales a cada segundo.
- Consultar toda esta información a nivel de cruces de datos, así como la generación de mapas de correspondencia para el análisis multivariante y de clústers o grupos para una mayor y mejor segmentación del target de consumo de una categoría.
- Crear informes de análisis tabulados con el fin de realizar perfiles de exposición los diferentes targets ante los medios de comunicación y preferencias de consumo, con lo cual se logra obtener una visión del mercado, competencia, posicionamiento de marca, opiniones y actitudes y afinidad de medios.

En ese sentido, y para dar cumplimiento a las anteriores necesidades se cuenta con un Plan de Acción para la vigencia 2021, en el cual se tiene un proyecto a cargo del GIT de Fortalecimiento al Sistema de Medios Públicos, denominado "*FORTALECIMIENTO DEL MODELO CONVERGENTE DE LA TELEVISIÓN PÚBLICA REGIONAL Y NACIONAL"*, cuyo objetivo principal *es "Implementar contenidos multiplataforma que fortalezcan la TV pública a través del conocimiento del entorno y análisis de las audiencias"* que involucra la actividad de "*Monitorear el consumo audiovisual de contenidos realizados por operadores públicos del servicio de televisión";* este objetivo y dicha actividad están estrechamente vinculados ya que al implementar contenidos multipantalla en la televisión pública, y al tener claridad sobre el impacto de los mismos en las distintas audiencias, se fortalece la articulación de las necesidades, expectativas y preferencias de los receptores o televidentes, con los contenidos que los canales públicos ofrecen; para conocer dichas, expectativas y preferencias, se hace necesario un continuo (permanente y en tiempo real) y puntual (sobre contenidos específicos de los canales) monitoreo del consumo de los televidentes, del **servicio de televisión abierta radiodifundida.**

"Los datos proporcionados serán tratados de acuerdo a la política de tratamiento de datos personales del MinTIC (www.mintic.gov.co), la ley 1581 de 2012 y sus decretos reglamentarios"

Documento firmado digitalmente por:
MARIA CECILIA LONDOÑO SALAZAR
Función: DIRECTORA
Fecha de firma: 2021-03-15T10:41:15-05:00.
Para descargar la versión digital firmada puede escanear el código QR

Como se mencionó anteriormente, este monitoreo permite tanto al Ministerio TIC como a los canales públicos, el acceso a **información en tiempo real**; es decir, el acceso de lo que sucede minuto a minuto en relación con las preferencias de las audiencias sobre cada contenido y cada canal de la televisión pública, nacional y regional. Es por esta razón que se requiere esta herramienta de monitoreo, de captura de información, que esté vinculada tecnológicamente a los receptores de televisión y a internet con el propósito de tener acceso inmediato a la información de hábitos de consumo y preferencias de los colombianos en relación con los contenidos audiovisuales.

Atendiendo lo anterior, se procedió a validar en el mercado las empresas que a 2021 podrían suplir esta necesidad de monitoreo permanente y entrega de **información en tiempo real sobre el servicio de televisión abierta radiodifundida**, encontrando lo siguiente:

| EMPRESAS / CARACTERÍSTICAS DEL SERVICIO | GLOBALNEWS GROUP COLOMBIA S.A.S. | KANTAR IBOPE MEDIA | CENTRO NACIONAL DE CONSULTORÍA | EGM (Estudio General de Medios) / ACIM |
|---|---|---|---|---|
| **METODOLOGÍA** | 1. Cuentan con una herramienta denominada TRIST RATING SOLUTION, que permite dar acceso y soporte a las herramientas exclusivas de visualización de bases de datos: AUDITV, MULTISCREENS, PLATFORMS & CONTENTS y NEW MEDIA ESSENTIALS.<br><br>2. La información la sacan de fuentes primarias.<br><br>3. La herramienta "TRUST RARINGS SOLUTION" se implementa en los decodificadores de los operadores | 1. Recolección de información mediante la tecnología INFOMETER que se encuentra instalada en receptores de televisión y envía los datos de consumo y preferencia a las herramientas de procesamiento de información: MMW, IWKS, TGI, TGI NET, TGR y CMAM.<br><br>2. Única medición electrónica de audiencia en Colombia.<br><br>3. Cuentas con herramientas de fuente primaria de información. | 1. La solicitada por cada cliente.<br><br>2. Recolección de información insights o motivadores y realimentación a través de encuestas, redes sociales y otros métodos.<br><br>3. Los servicios de investigación incluyen análisis avanzados: predictivos, longitudinales, descriptivos, perfilación, segmentación y más.<br><br>4. El recaudo de información se realiza mediante entrevistas con técnicas de | 1. Para estudio de medios se basa en el EGM que es un estudio poblacional que busca una representación adecuada del universo objetivo, a través de una muestra interrogada acerca de su comportamiento en relación con el consumo de medios entre otras cosas.<br><br>2. Su objetivo es identificar la relación entre el consumo de medios y las características demográficas, de consumo de productos y de estilos de vida de |

Documento firmado digitalmente por:
MARIA CECILIA LONDOÑO SALAZAR
Función: DIRECTORA
Fecha de firma: 2021-03-15T10:41:15-05:00.
Para descargar la versión digital firmada puede escanear el código QR

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | por suscripción satelital.<br><br>4. Recolección y análisis de información de consumo de tv por suscripción y plataformas OTT, mediante las herramientas AUDITV, MULTISCREENS, PLATFORMS & CONTENTS y NEW MEDIA ESSENTIALS.<br><br>5. Herramienta AUDITV: Por medio del reporte denominado ForecastTV se realizan proyecciones del crecimiento o decrecimiento de la televisión paga o plataformas OTT, con análisis de variables macro y microeconómicas de un país.<br><br>6. Universo amplio rural de cobertura. | 4. Único sistema con medición estadística ponderada en 22 ciudades del país, con un universo controlado y tecnología propia, que realiza procesamiento humano de verificación de la DATA.<br><br>5. Universo amplio urbano de cobertura. | indagación apreciativa.<br><br>5. No hacen estudios que actualicen periódicamente.<br><br>6. No poseen herramientas tecnológicas o software propios para hacer sus análisis. | la población objeto de la investigación.<br><br>3. El EGM es un estudio multimedia, es decir, que estudia para cada individuo su comportamiento respecto a los distintos medios. La realidad social es multimedia, como lo es también en su mayor parte la realidad publicitaria.<br><br>4. El recaudo de información se realiza a través de entrevista personal cara a cara en hogares con aplicación de cuestionario estructurado en Tablet<br><br>5. No poseen herramientas tecnológicas o software propios ni alquiladas para hacer sus análisis. | |
| | **SERVICIOS** | TV por suscripción OTT´s | TV abierta radiodifundida | Investigación<br>Consultoría<br>Capacitaciones | Estudio de marcas<br>Estudio poblacional: ECAP y EGM<br>Estudio Ecopex | |

Documento firmado digitalmente por:
MARIA CECILIA LONDOÑO SALAZAR
Puntuación: 100,0000000000
Fecha de firma: 2021-03-15T10:41:15-05:00.
Para descargar la versión digital firmada puede escanear el código QR

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| | | | | Estudio Colombiano de internet |
| **ACTUALIZACIÓN Y ENTREGA DE INFORMACIÓN** | TIEMPO REAL | TIEMPO REAL | N/A – No puede entregar información en tiempo real | SEMESTRAL O ANUAL |

De lo anterior se evidencia que, en el 2021, existen en el mercado varias empresas encargadas del monitoreo de consumo de audiencias y preferencias en la televisión ya sea abierta radiodifundida o televisión por suscripción, de éstas solamente dos cuentan con software avanzados y especializados en procesamiento de información (GLOBALNEWS GROUP COLOMBIA S.A.S. e IBOPE), pues las otras empresas trabajan el acceso a información desde herramientas de encuestas a grupos focales, como es el caso del Centro Nacional de Consultoría y ACIM, información que luego es procesada y entregada después de un periodo largo de tiempo, lo cual no permite de manera oportuna, conocer los gustos y preferencias de las audiencias sobre contenidos puntuales que están siendo emitidos.

Se encontró así mismo que en el mercado la mayoría de las empresas no utilizan fuentes primarias de información como si lo hace GLOBALNEWS GROUP COLOMBIA S.A.S., e IBOPE, sino por el contrario sus fuentes son secundarias y utilizan la recolección de información *insights* o motivadores y realimentación a través de encuestas, redes sociales y otros métodos (Centro Nacional de Consultoría).

De las empresas en el mercado mencionadas, solamente IBOPE permite el acceso a la información sobre televisión radiodifunda actualizada y entregada en tiempo real.

A diferencia de otros proveedores de información sobre consumo de contenidos en televisión, IBOPE entrega información en tiempo real, por eso es que diariamente se puede enviar la información de análisis de consumo a los diferentes canales públicos; existen asociaciones sin ánimo de lucro (por ejemplo ACIM) que tiene como objetivo, realizar investigación, medición y control de audiencia y comportamiento de los diferentes medios de comunicación o publicidad a través de investigaciones y estudios de carácter periódico, con entrega de información semestral o anual basada en encuestas, lo cual no permite tener información en tiempo real e inmediata, pues estas empresas y organizaciones no cuentan con las herramientas INFOMETER, pues los servicios son prestados exclusivamente por KANTAR IBOPE MEDIA COLOMBIA S.A.S.

En conclusión, KANTAR IBOPE MEDIA, es la la única herramienta que permite acceder a la información del comportamiento de las audiencias en TIEMPO REAL, y que dentro de los datos entregados suministra el rating, reach, share, entre otros; todos ellos con actualización constante que permite a los canales públicos y a MINTIC, monitorear el comportamiento de las audiencias. Para ello utiliza un muestreo probabilístico con una proporción de la estimación de la población objetivo, la cual corresponde al 51,1% de la población urbana total (38.770.520) del país proyectada al 2019 (Fuente DANE).

El área de cobertura de esta medición corresponde al área urbana (cabecera) de 22 ciudades agrupadas en seis regiones geográficas, además, se incluyen dentro del universo de estudio todos los estratos socioeconómicos, del 1 al 6, agrupados en 3 niveles socioeconómicos.

"Los datos proporcionados serán tratados de acuerdo a la política de tratamiento de datos personales del MinTIC (www.mintic.gov.co), la ley 1581 de 2012 y sus decretos reglamentarios"

Documento firmado digitalmente por:
MARIA CECILIA LONDOÑO SALAZAR
Función: SUPERVISOR
Fecha de firma: 2021-03-15T10:41:15-05:00.
Para descargar la versión digital firmada puede escanear el código QR

No es posible hacer una comparativa de ofertas, ya que KANTAR IBOPE es la única empresa que brinda esta información en tiempo real gracias a su tecnología INFOMETER, la cual la convierte en la única medición de audiencias electrónica en Colombia.

La empresa GLOBALNEWS GROUP COLOMBIA S.A.S. mediante su herramienta TRUST, también entrega datos de rating, share, entre otros; la diferencia con KANTAR IBOPE es que esta no se enmarca dentro de una muestra probabilística ya que sus datos provienen de 15 mil usuarios de DirectTV, por lo que, a diferencia de IBOPE, no entrega datos por región, estrato económico, entre otros; información que es necesaria para el análisis profundo de las audiencias.

Es de mencionar que la información que entrega KANTAR IBOPE no es la misma que arroja GLOBALNEWS GROUP COLOMBIA S.A.S. con sus plataformas y viceversa, pues son dos herramientas que se complementan mutuamente, entregando un mayor panorama de información para los canales públicos y MINTIC.

Por otro lado, servicios como los que ofrece el CENTRO NACIONAL DE CONSULTORIA y el EGM, no son en tiempo real, ambos son estudios se realizan en una o varias olas al año. Para el caso del CENTRO NACIONAL, sus estudios se basan en información insights o motivadores y realimentación a través de encuestas, redes sociales y otros métodos, donde se incluyen servicios de investigación y análisis avanzados: predictivos, longitudinales, descriptivos, perfilación, segmentación y más. Por su parte el EGM tiene como objetivo identificar la relación entre el consumo de medios y las características demográficas, de consumo de productos y de estilos de vida de la población objeto de la investigación. Ninguno de estos estudios entrega variables de rating, reach, share, entre otros, como KANTAR IBOPE pues, estos recaudan la información mediante entrevistas personales, pues no cuentan con herramientas tecnológicas o software propios ni alquiladas para hacer sus análisis, como es el caso de la herramienta INFOMETER de la cual KANTAR IBOPE MEDIA S.A.S., es proveedor exclusivo en el país.

Para MINTIC y los canales públicos es indispensable contar con la herramienta de KANTAR IBOPE ya que es ella quien rige la medición del mercado de la televisión a través de su herramienta INFOMETER y lo cual, permite un mayor análisis de las audiencias de los contenidos emitidos por los canales públicos.

En conclusión si bien existen en el mercado otras empresas que prestan el servicio de monitoreo y acceso a la información requerida, éstas presentan desventajas técnicas tales como, no utilizar herramientas o software para procesar la información en tiempo real sobre televisión abierta radiodifundida y ser empresas especializadas en capacitaciones, consultorías e investigación (Centro Nacional de Consultoría) o estudios específicos en determinadas características poblacionales o de internet o de marcas (ECAP, EGM, ECOPEX) como es el caso de ACIM.

Por lo anterior, persiste en el mercado la condición de KANTAR IBOPE MEDIA COLOMBA S.A.S., como único proveedor exclusivo y especializado de la tecnología INFOMETER, la cual genera la información y monitoreo sobre televisión abierta radiodifundida utilizando el software de las herramientas MMW, IWKS, TGI, TGI NET, TGR y CMAM, las cuales garantizan el acceso y procesamiento de la **información en tiempo real**, que le permite al Ministerio TIC contar con los datos en el momento que se requiera y continuar con la materialización de los avances alcanzados durante la vigencia 2020.

Bajo estas condiciones para contribuir al cumplimiento de las actividades incluidas en el proyecto de inversión, se requiere contratar el servicio para el acceso a la información sobre índices de sintonía de televisión y monitoreo de inversión publicitaria de medios de comunicación, a través de un software exclusivo y especializado, mediante el licenciamiento de uso y soporte de las herramientas MMW, IWKS, TGI, TGI NET, TGR y CMAM.

Documento firmado digitalmente por:
MARIA CECILIA LONDOÑO SALAZAR
Función: DIRECTORA
Fecha de firma: 2021-03-15T10:41:15-05:00.
Para descargar la versión digital firmada puede escanear el código QR

Ahora bien, respecto de las características técnicas de estas herramientas, vale la pena señalar lo siguiente:

**TGI (Target Group Index):** Es la herramienta que permite la recolección, procesamiento y disponibilidad de los datos para diversos análisis a través del software *Choices 4,* licencia de KANTAR IBOPE MEDIA. El Estudio TGI proporciona una base de datos, con información acerca de la exposición a los medios de comunicación, consumo de productos y servicios e información sobre estilos de vida de la población de 12 a 75 años.

**TGI NET:** Es la base de datos con información de hábitos de consumo y comportamientos digitales de los colombianos entre los 15 y los 75 años de los estratos 2 al 6 en las principales ciudades del país. Esta base de datos es leída a través de software *Choices 4* y puede ser cruzada con los datos de la base TGI regular.

**TGR:** Es la base de datos de fusión entre estudio de audiencias de televisión y estudio Target Group Index. La cual permite generar perfiles de consumo comportamentales para entender las audiencias de televisión de forma más profunda y específica. Los datos son leídos a través del software MMW o Instar Analytics.

**MMW (MEDIA WORK STATION) / INSTAR ANALYTICS:** Es el software avanzado para lectura de base de datos de audiencias de televisión. Es un sistema diseñado para profundizar en el análisis de audiencias, integrando módulos gráficos y numéricos con grabaciones de la programación, permite generar informes automatizados y plantillas personalizables.

**IWKS:** Es un software para lectura y análisis de información de chequeo de pauta e inversión publicitaria multimedios (radio, revistas, televisión, prensa, OOH).

**CMAM:** Es la herramienta que permite análisis diarios del consumo de contenidos TV y digital, lado a lado en un dashboard online. Genera evolutivos por cobertura, evolutivos por minutos consumidos y composición del consumo por minuto (total TV y total digital con apertura por dispositivo) así como ranking de programas por cobertura, ranking de programas por total minutos, (Total TV y total digital, con apertura por dispositivos).

Estas herramientas permiten satisfacer la necesidad del Ministerio TIC pues como se mencionó anteriormente, actualmente en Colombia no existe otra empresa que cuente con el licenciamiento de éstas, pues KANTAR IBOPE MEDIA COLOMBA S.A.S. es el proveedor exclusivo y ofrece la única medición electrónica de audiencia de televisión en Colombia en tiempo real.

Técnicamente, la tecnología utilizada por estas herramientas (Tecnología INFOMETER) y los software en que se soportan, desarrollan monitoreo permanente y en tiempo real de los índices de sintonía y monitoreo de inversión publicitaria en medios de comunicación, lo cual permite al Ministerio TIC el procesamiento de la información en tiempo real, con lo que se logra el acceso y entrega de información de manera inmediata y en el momento que se requiere; adicional esta tecnología permite generar perfiles de consumo comportamentales para entender las audiencias de televisión de forma más profunda y específica, así mismo se logra la comprensión de los consumos de la audiencia y desarrollar estrategias de contenidos audiovisuales multipantalla acordes con las necesidades y preferencias de los colombianos.

En línea con lo anterior, por medio de estas herramientas se permite la recolección de datos relacionados con el consumo de productos y servicios e información sobre estilos de vida de la población y cuentan con un software avanzado para lectura de base de datos de audiencias de televisión, con lo cual se puedan realizar cruces de información tanto de hábitos de consumo en televisión como en internet.

Documento firmado digitalmente por:
MARIA CECILIA LONDOÑO SALAZAR
Fundación ID: CC 52154148
Fecha de firma: 2021-03-15T10:41:15-05:00.
Para descargar la versión digital firmada puede escanear el código QR

Es de destacar que KANTAR IBOPE MEDIA tiene su casa matriz en Brasil[4], y que dicha casa matriz es la dueña de los derechos de autor de la tecnología indicada, la cual otorgó autorización a la empresa KANTAR IBOPE MEDIA COLOMBIA S.A.S. para licenciar, instalar y dar soporte a las herramientas MMW, IWKS, TGI, TGI NET, TGR y CMAM en Colombia.

Los servicios exclusivos que presta IBOPE le permiten al Ministerio TIC generar política pública en cuanto al fortalecimiento del modelo de televisión pública regional y nacional, evidenciando la clase de contenidos que prefiere y son de mayor interés en cada región del país, contenidos que son financiados a través de los proyectos de inversión denominados *"Apoyo a operadores públicos"* y *"fortalecimiento del modelo convergente de la televisión pública regional y nacional";* siendo IBOPE el único sistema con medición estadística ponderada en 22 ciudades del país, con un universo controlado y tecnología propia, que realiza procesamiento humano de verificación de la DATA.

Un beneficio adicional de IBOPE es que, obtiene como resultado el rating de hogares y personas, minuto a minuto, de cada una de las emisiones de la red de televisión en 22 ciudades y municipios, agrupados en 6 regiones del país. Además, tiene una herramienta (IWKS) que cuenta con un software amigable que permite realizar consultas variadas que van desde simples reportes de ranking por programas o bloques horarios, pasando por la creación de pautas de pre y post evaluación de campañas publicitarias, para llegar al análisis de perfiles de programa, tales como, permanencia o fidelidad, zapping, entre otros. Se destaca que los medios monitoreados son: televisión abierta, televisión cerrada, radio, prensa, revistas, publicidad exterior, display, search, entre otros.

Así mismo, IBOPE cuenta con *people meter* (aparatos que permite hacer la medición) distribuidos en todo el país, teniendo en cuenta que su muestra es estadística y ponderada a diferentes aspectos, como clase de población, estratos socioeconómicos, distribución social, estratos sociales, entre otros, lo que nos da un panorama amplio y claro del comportamiento de la tv pública en Colombia. Una de sus grandes ventajas es proporcionar información inmediata y la posibilidad de acceder a la observación de toda la pauta publicitaria.

Adicionalmente para la vigencia 2021, se incluye la herramienta "KANTAR SOCIAL TV RATINGS", el cual es un servicio de medición enfocado en el fenómeno del Social TV, dicho fenómeno es un gran cambio en el panorama de los operadores de televisión, ya que trae consigo oportunidades de agregar conocimiento sobre la experiencia del espectador al concentrarse en contenidos culturalmente relevantes, empezando por los insights del universo de medios sociales sobre el contenido televisivo consumidor. Por lo cual, se ha convertido en un área de investigación y desarrollo que ha generado una nueva forma de obtener datos y de medir el impacto de los contenidos en las audiencias y su interacción con las mismas.

Para el 2021, KANTAR IBOPE MEDIA S.A.S., ofrece al MINTIC un servicio de medición del ruido generado en las redes sociales empleando una herramienta a la vanguardia de las necesidades del mercado de la medición de audiencias de televisión y ruido social denominada "KANTAR SOCIAL TV RATINGS" desarrollada con tecnología propia y exclusiva de KANTAR IBOPE, a través de la cual es posible comparar la actividad en redes sociales de los usuarios con la información obtenida de la medición de audiencias usando la herramienta PEOPLE METER, obteniendo nuevas perspectivas en el análisis del información. Esta tecnología fue creada a partir de una asociación exclusiva entre la empresa KANTAR IBOPE MEDIA S.A.S., y las principales redes sociales, en virtud de la cual se realiza un cruce entre los datos generados por estas y los datos de rating de televisión obtenidos a través de la metodología exclusiva de medición electrónica por PEOPLE METER de KANTAR IBOPE MEDIA S.A.S.

[4] KANTAR IBOPE PESQUISA DE MÍDIA LTDA

Documento firmado digitalmente por:
MARIA CECILIA LONDOÑO SALAZAR
Función: FIRMA
Fecha de firma: 2021-03-15T10:41:15-05:00.
Para descargar la versión digital firmada puede escanear el código QR

El uso de la herramienta "KANTAR SOCIAL TV RATINGS" permite comparar la actividad en redes sociales con la información de audiencias de televisión para obtener perspectivas sobre qué eventos influyen en el comportamiento de la audiencia (curva de tweet) y así, aplicar estos resultados en la estrategia de los distintos canales de televisión, pues se podrá identificar la forma en que las publicaciones de las audiencias se relacionan con las tendencias del rating.

De lo anterior se desprende que, "KANTAR SOCIAL TV RATINGS" entrega la posibilidad de realizar investigación cualitativa que permitirá profundizar en los tweets que realizan los televidentes, para crear estrategias que permitan fortalecer las tramas de personajes o historias gracias a la información obtenida por las audiencias.

Esta herramienta también puede generar conclusiones y datos relativos a la afinidad de las audiencias con las marcas, proporcionando una información precisa sobre las marcas más / menos exitosas para ciertos canales o programas, optimizando la inversión que realizan los canales de televisión en publicidad, lo cual supone para el Grupo de Fortalecimiento a los Medios Públicos, contar con la información que permite direccionar una gestión eficiente de los recursos del Fondo Único de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, para la financiación de contenidos multiplataforma de interés público y el fortalecimiento a los operadores del servicio de televisión.

Adicionalmente, se realizaron las consultas pertinentes con las distintas áreas del MinTIC, específicamente la oficina asesora de prensa, y se pudo concluir que ninguna de las herramientas de medición de redes sociales contratada por el Fondo Único de TIC, cumple la misma funcionalidad, ni genera las mismas utilidades y ventajas de la herramienta "KANTAR SOCIAL TV RATINGS", pues esta es un desarrollo exclusivo de la empresa KANTAR IBOPE MEDIA S.A.S.

Lo anterior implica una mejora respecto del servicio adquirido en la vigencia 2020, pues además de las bondades de la herramienta INFOMETER, se podrá obtener las perspectivas de las audiencias analizando el comportamiento de las mismas a través de las redes sociales, obteniendo una nueva manera de armar bases de datos y de realizar mediciones que permitirán captar con mayor detalle el impacto de los contenidos de la televisión pública en la sociedad.

Vale la pena indicar que para los canales públicos y MINTIC, es necesario seguir estudiando y analizando todos los espacios digitales donde transitan las audiencias de los canales regionales y RTVC, cuando hablamos de otras pantallas diferentes a la del televisor.

En ese orden de ideas, el impacto social de la información exclusiva que aportan los sistemas de IBOPE, es muy alto comparado con otra clase de mediciones en el país (por ejemplo, las mediciones digitales), por la cobertura y el porcentaje de favorecimiento que para este caso es 60% televisión abierta y 40% televisión paga, permitiendo múltiples cruces y variables en las mediciones, pues su rango de cobertura es bastante amplio, en mayor medida para la vigencia 2021, pues se incluye la herramienta KANTAR SOCIAL TV RATINGS.

Por lo anterior, se estima procedente contratar nuevamente a KANTAR IBOPE MEDIA COLOMBIA S.A.S. con NIT: 800.174.162-3, persona jurídica con más de 10 años de experiencia en inversión publicitaria, medición de audiencia y hábitos de consumo para la industria publicitaria, siendo ellos los únicos que prestan en Colombia los servicios de estudios de audiencia mediante tecnología INFOMETER con entregables bajo el software, MMW, IWKS, TGI, TGI NET, TGR y CMAM siendo esta la plataforma empleada por los medios de comunicación, agencias publicitarias, canales de televisión y empresas para la medición de consumo audiovisual televisivo en Colombia, lo cual garantiza la idoneidad y conocimiento que tiene frente a las actividades a desarrollar dentro del objeto contractual y ha ejecutado contratos con objetos similares así:

Documento firmado digitalmente por:
MARIA CECILIA LONDOÑO SALAZAR
Fundación CIDE-CINDE
Fecha de firma: 2021-03-15T10:41:15-05:00.
Para descargar la versión digital firmada puede escanear el código QR

| Entidad | Descripción | Inicio | Fin |
|---|---|---|---|
| CANAL CARACOL<br>CANAL RCN<br>O.M.D<br>CASA EDITORIAL EL TIEMPO | Prestación de servicios de medición de audiencias de televisión, chequeo de pauta e inversión publicitaria y estudio de hábitos de consumo. | Enero 2010 | Vigente |
| CANAL CARACOL<br>CANAL RCN<br>O.M.D<br>CASA EDITORIAL EL TIEMPO | Prestación de servicios de medición de audiencias de televisión, chequeo de pauta e inversión publicitaria y estudio de hábitos de consumo. | Enero 2011 | Vigente |
| CANAL CARACOL<br>CANAL RCN<br>O.M.D<br>CASA EDITORIAL EL TIEMPO | Prestación de servicios de medición de audiencias de televisión, chequeo de pauta e inversión publicitaria y estudio de hábitos de consumo. | Enero 2012 | VIGENTE |
| CANAL CARACOL<br>CANAL RCN<br>O.M.D<br>CASA EDITORIAL EL TIEMPO | Prestación de servicios de medición de audiencias de televisión, chequeo de pauta e inversión publicitaria y estudio de hábitos de consumo. | Enero 2013 | |
| CANAL CARACOL<br>CANAL RCN<br>O.M.D<br>CASA EDITORIAL EL TIEMPO | Prestación de servicios de medición de audiencias de televisión, chequeo de pauta e inversión publicitaria y estudio de hábitos de consumo. | Enero 2013 | |
| ANTV | Prestación de servicios de medición de audiencias de televisión, chequeo de pauta e inversión publicitaria. | Febrero 2014 | Diciem. 2014 |
| CANAL CARACOL<br>CANAL RCN<br>O.M.D<br>CASA EDITORIAL EL TIEMPO | Prestación de servicios de medición de audiencias de televisión, chequeo de pauta e inversión publicitaria y estudio de hábitos de consumo. | Enero 2014 | Vigente |
| ANTV | Prestación de servicios de medición de audiencias de televisión, chequeo de pauta e inversión publicitaria. | Marzo 2015 | Diciem 2015 |
| CANAL CARACOL<br>CANAL RCN<br>O.M.D<br>CASA EDITORIAL EL TIEMPO | Prestación de servicios de medición de audiencias de televisión, chequeo de pauta e inversión publicitaria y estudio de hábitos de consumo. | Enero 2015 | Vigente |
| CANAL CARACOL<br>CANAL RCN<br>O.M.D<br>CASA EDITORIAL EL TIEMPO | Prestación de servicios de medición de audiencias de televisión, chequeo de pauta e inversión publicitaria y estudio de hábitos de consumo. | Enero 2016 | Vigente |
| ANTV | Prestación de servicios de medición de audiencias de televisión, chequeo de pauta e inversión publicitaria y estudio de hábitos de consumo. | Mayo2017 | Diciem 2017 |
| CANAL CARACOL<br>CANAL RCN<br>O.M.D<br>CASA EDITORIAL EL TIEMPO | Prestación de servicios de medición de audiencias de televisión, chequeo de pauta e inversión publicitaria y estudio de hábitos de consumo. | Enero 2017 | Vigente |
| ANTV | Prestación de servicios de medición de audiencias de televisión, chequeo de pauta e inversión publicitaria y estudio de hábitos de consumo. | Enero 2018 | Diciem 2018 |
| CANAL CARACOL<br>CANAL RCN<br>O.M.D<br>CASA EDITORIAL EL TIEMPO | Prestación de servicios de medición de audiencias de televisión, chequeo de pauta e inversión publicitaria y estudio de hábitos de consumo. | Enero 2018 | Vigente |
| ANTV | Prestación de servicios de medición de audiencias de televisión, chequeo de pauta e inversión publicitaria y estudio de hábitos de consumo. | Enero 2019 | Diciem 2019 |

Documento firmado digitalmente por:
MARIA CECILIA LONDOÑO SALAZAR
Fundación CCITE
Fecha de firma: 2021-03-15T10:41:15-05:00.
Para descargar la versión digital firmada puede escanear el código QR

| | | | |
|---|---|---|---|
| CANAL CARACOL<br>CANAL RCN<br>O.M.D<br>CASA EDITORIAL EL TIEMPO | Prestación de servicios de medición de audiencias de televisión, chequeo de pauta e inversión publicitaria y estudio de hábitos de consumo. | Enero 2019 | Vigente |
| MINTIC/FONDO ÚNICO DE TIC | Prestación de servicios de medición de audiencias de televisión, chequeo de pauta e inversión publicitaria y estudio de hábitos de consumo. | Enero 2020 | Dic 2020 |
| CANAL CARACOL<br>CANAL RCN<br>O.M.D<br>CASA EDITORIAL EL TIEMPO | Prestación de servicios de medición de audiencias de televisión, chequeo de pauta e inversión publicitaria y estudio de hábitos de consumo. | Enero 2020 | Vigente |

*Este listado contiene los principales clientes de KANTAR IBOPE MEDIA COLOMBIA S.A.S, teniendo en cuenta que la base de clientes es mayor. Es de destacar que KANTAR IBOPE MEDIA firma contratos de servicio anuales con estos clientes, igualmente se evidencia que uno de los principales clientes de dicha empresa fue la ANTV actualmente liquidada.

De conformidad con lo establecido en el literal g) del numeral 4° del artículo 2 de la Ley 1150 de 2007, en concordancia con el artículo 2.2.1.2.1.4.8 del Decreto 1082 de 2015, el Fondo Único de TIC podrá contratar directamente cuando no exista pluralidad de oferentes, esto es cuando existe solamente una persona que puede proveer el bien o el servicio por ser titular de los derechos de propiedad industrial o de los derechos de autor, o por ser proveedor exclusivo en el territorio nacional.

Así mismo y de conformidad con el análisis de los soportes aportados por la empresa KANTAR IBOPE MEDIA COLOMBIA S.A.S., realizada por la dependencia solicitante, se deja constancia que es la única empresa en Colombia autorizada para licenciar, instalar y dar soporte a las herramientas MMW, IWKS, TGI, TGI NET, TGR y CMAM, tal y como se evidencia en la certificación emitida por la casa matriz en Brasil, esto es KANTAR IBOPE PESQUISA DE MÍDIA LTDA.

Para la realización de la contratación pretendida, se ha acudido al presupuesto del Fondo Único de TIC para la presente vigencia, a cuyo cargo se ha solicitado el certificado de disponibilidad presupuestal, expedido por el Coordinador del Grupo Interno de Trabajo de Presupuesto de la entidad.

La presente contratación se encuentra enmarcada en el plan anual de adquisiciones vigencia 2021.

**2.- Descripción del objeto a contratar, con sus especificaciones y la identificación del contrato a celebrar.**

| | |
|---|---|
| **2.1. Descripción del Objeto a contratar** | Prestar servicios al Viceministerio de Conectividad para el acceso a la información sobre índices de sintonía de televisión y monitoreo de inversión publicitaria de medios de comunicación, a través de un software exclusivo y especializado, mediante el licenciamiento de uso y soporte de las herramientas MMW, IWKS, TGI, TGI NET, TGR y CMAM, con el fin de fortalecer el modelo convergente de la televisión pública regional, nacional, medir las audiencias y el impacto de los contenidos de televisión. |
| **2.2. Especificaciones del contrato** | |
| **1. Obligaciones generales del contratista:** | **1.** Cumplir con lo establecido en las políticas de tratamiento de Datos personales, Seguridad y Privacidad de la información, seguridad digital y continuidad de la operación de los servicios y tratamiento de la Información de la entidad.<br>**2.** Salvaguardar los activos de información del Ministerio/Fondo Único de TIC.<br>**3.** Suscribir el documento de compromiso de confidencialidad.<br>**4.** Cumplir a cabalidad con lo establecido en el objeto descrito en el presente documento en los términos y condiciones aquí pactadas y lo señalado en su propuesta, observando en todo momento la constitución política, las leyes |

Documento firmado digitalmente por:
MARIA CECILIA LONDOÑO SALAZAR
Función: DIRECTORA
Fecha de firma: 2021-03-15T10:41:15-05:00.
Para descargar la versión digital firmada puede escanear el código QR

colombianas y el régimen de contratación pública. Por ningún motivo suspenderá o abandonará el cumplimiento del contrato, sin previa justificación aceptada por la Entidad contratante.

5. Ejercer la dirección y el control propio de todas las actividades encomendadas, en forma oportuna y dentro del término establecido, con el fin de obtener la correcta realización del objeto contratado.
6. Responder, sin perjuicio de la respectiva garantía, por el cumplimiento y calidad de los servicios prestados, por el término previsto en el presente contrato.
7. Responder ante terceros por los daños que se ocasionen y que provengan de causas que le sean imputables.
8. Salvaguardar la información confidencial que obtenga o conozca en el desarrollo de sus actividades salvo requerimiento expreso de Autoridad competente. Toda la información y/o documentos que se produzcan en desarrollo del presente contrato serán de uso exclusivo del Fondo, obligándose desde ya el contratista a no utilizarlos para fines distintos a los previstos en este contrato, ni a divulgar la información que se le suministre ni los resultados de su trabajo conservando la confidencialidad de los mismos, de conformidad con la Ley, so pena de las acciones civiles, administrativas o penales a que haya lugar.
9. Entregar al supervisor del control de ejecución del contrato, el informe de las actividades realizadas durante el mes o periodo, al igual que los informes que se soliciten sobre cualquier aspecto y/o resultados obtenidos en cada actividad encomendada cuando así se requiera.
10. Atender los requerimientos, instrucciones y/o recomendaciones que durante el desarrollo del contrato le imparta el Fondo a través del supervisor del mismo, para una correcta ejecución y cumplimiento de sus obligaciones.
11. Reportar, de manera inmediata al supervisor, la ocurrencia de cualquier novedad o anomalía durante la ejecución del contrato.
12. No acceder a peticiones o amenazas de quienes actúen por fuera de la Ley, con el fin de obligarlo a hacer u omitir algún acto o hecho, debiendo informar inmediatamente al Fondo a través del funcionario responsable de la supervisión y control de ejecución, acerca de la ocurrencia de tales peticiones o amenazas, y a las demás Autoridades competentes para que se adopten las medidas y correctivos que fueren necesarios.
13. Dar respuesta dentro de los términos establecidos por la ley a todas las peticiones, quejas, reclamos, sugerencias y denuncias -PQRSD- que le hayan sido asignadas a través del sistema de información documental INTEGRATIC, o del que disponga la Entidad, sin ninguna tarea pendiente a su cargo, cuyo trámite será tenido en cuenta por parte del supervisor del contrato para la autorización de cobro y expedición de paz y salvos.
14. Presentar la factura electrónica previamente validada por la DIAN, como requisito necesario para el pago de los bienes y/o servicios contratados, conforme con las disposiciones señaladas en el Decreto 358 del 5 de marzo de 2020, en concordancia con lo dispuesto en la Resolución No. 000042 del 5 de mayo de 2020, en los casos que aplique.

Documento firmado digitalmente por:
MARIA CECILIA LONDOÑO SALAZAR
Fundación ID: CC 52156348
Fecha de firma: 2021-03-15T10:41:15-05:00.
Para descargar la versión digital firmada puede escanear el código QR

| | |
|---|---|
| **2. Obligaciones específicas del contratista:** | **1.** Permitir durante el plazo del contrato el acceso a la información y/o entregar la información sobre índices de sintonía; monitoreo de inversión publicitaria en medios de comunicación (Tv Abierta, Tv Paga, Radio, Revistas, Prensa, Revistas de prensa, OOH); Rating (Base audiencia Tv Abierta y Pagada); TGI, TGI NET, vía Internet, o en su defecto suministrarla en medio magnético, diariamente, de acuerdo a las características de consolidación de la información, a partir de la instalación del software en los computadores requeridos por MINTIC, al igual que en los siguientes operadores del servicio público de televisión: Teleantioquia, Telecafé, Telepacífico, Canal Tro, Telecaribe, RTVC Sistema de medios públicos (Canal Institucional y Señal Colombia), Canal Capital y Canal Trece.<br>**2.** Teniendo en cuenta que la necesidad del Ministerio es el acceso en tiempo real a la información, se requiere contar, no solo con los informes que enviará el proveedor, sino con los servicios de acceso a la información mediante las herramientas mencionadas, para lo cual se requiere de la instalación del software que va a permitir que el Ministerio y los Canales regionales y nacionales, cuenten con la información de primera mano y puedan analizarla y cruzarla de acuerdo a las necesidades, así:<br>**a.** Instalación durante la primera semana del contrato, de cinco (5) licencias MMW, para la consulta, procesamiento y análisis de los datos proporcionados, instaladas en MINTIC y una (1) licencia MMW instaladas en cada uno de los siguientes operadores del servicio público de televisión en Colombia: Teleantioquia, Telecafé, Telepacífico, Canal Tro, Telecaribe, RTVC Sistema de medios públicos (Canal Institucional y Señal Colombia), Canal Capital y Canal Trece. Que permita tanto al ministerio como a los canales acceder de forma inmediata, en tiempo real y sin intermediario a la información.<br>**b.** Instalación durante la primera semana del contrato, de cinco (5) licencias IWKS, para la consulta, procesamiento y análisis de los datos proporcionados en MINTIC. Al igual que hasta quince (15) licencias instaladas en cada uno de los siguientes operadores del servicio público de televisión en Colombia: Teleantioquia, Telecafé, Telepacífico, Canal Tro, Telecaribe, RTVC Sistema de medios públicos (Canal Institucional y Señal Colombia), Canal Capital y Canal Trece. Para los requerimientos específicos y en tiempo real que se requieran de información. Que permita tanto al ministerio como a los canales acceder de forma inmediata, en tiempo real y sin intermediario a la información.<br>**c.** Base de datos de información de audiencias de televisión para canales de TV Abierta, con acceso ilimitado tanto para MINTIC como para cada uno de los siguientes operadores del servicio público de televisión en Colombia: Teleantioquia, Telecafé, Telepacífico, Canal Tro, Telecaribe, RTVC Sistema de medios públicos (Canal Institucional y Señal Colombia), Canal Capital y Canal Trece.<br>**d.** Acceso a la base de datos de información de TV cerrada nacional (entrega diaria; acceso mediante MMW e IWKS), con acceso ilimitado tanto para MINTIC como para cada uno de los siguientes operadores del servicio |

Documento firmado digitalmente por:
MARIA CECILIA LONDOÑO SALAZAR
Función: DIRECTORA
Fecha de firma: 2021-03-15T10:41:15-05:00.
Para descargar la versión digital firmada puede escanear el código QR

público de televisión en Colombia: Teleantioquia, Telecafé, Telepacífico, Canal Tro, Telecaribe, RTVC Sistema de medios públicos (Canal Institucional y Señal Colombia), Canal Capital y Canal Trece.

**e.** Base de datos de información de monitoreo de pauta publicitaria, con posibilidad de visualización y descarga de piezas digitalizadas, y base valorizada de inversión publicitaria, en TV abierta, entrega diaria, con software y herramientas de acceso para dos (2) equipos instaladores en la MINTIC.

**f.** Base de datos de información TGI y TGI (Clickstream) que permite analizar el consumidor multimedia, al igual que herramienta tecnología de acceso para el mismo servicio, instalado en dos (2) equipos de la MINTIC y un (1) un equipo en cada uno de los siguientes operadores del servicio público de televisión en Colombia: Teleantioquia, Telecafé, Telepacífico, Canal Tro, Telecaribe, RTVC Sistema de medios públicos (Canal Institucional y Señal Colombia), Canal Capital y Canal Trece.

**3.** Garantizar el permanente y efectivo mantenimiento de software en cada uno de los equipos donde se instale, tanto en MINTIC como en cada uno de los siguientes operadores del servicio público de televisión en Colombia: Teleantioquia, Telecafé, Telepacífico, Canal Tro, Telecaribe, RTVC Sistema de medios públicos (Canal Institucional y Señal Colombia), Canal Capital y Canal Trece.

**4.** Dar soporte técnico en cuanto a plataformas e interpretación de datos cuando se requiera, tanto para MINTIC como en cada uno de los siguientes operadores del servicio público de televisión en Colombia: Teleantioquia, Telecafé, Telepacífico, Canal Tro, Telecaribe, RTVC Sistema de medios públicos (Canal Institucional y Señal Colombia), Canal Capital y Canal Trece.

**5.** Realizar la respectiva capacitación en la herramienta a los funcionarios designados por MINTIC y los funcionarios delegados en cada uno de los siguientes operadores del servicio público de televisión en Colombia: Teleantioquia en la ciudad de Medellín, Telecafé en la ciudad de Pereira o Manizales, Telepacífico en la ciudad de Cali, Canal Tro en la ciudad de Bucaramanga, Telecaribe en la ciudad de Barranquilla , RTVC Sistema de medios públicos (Canal Institucional y Señal Colombia), Canal Capital y Canal Trece en la ciudad de Bogotá.

**6.** Conocer y aplicar lo establecido en los procedimientos documentales (manuales, instructivos, metodologías, guías), al igual que conocer y diligenciar los formatos oficializados por la entidad para el cumplimiento del objeto contractual y como garantía para MINTIC de la eficaz planificación, operación y control de los procesos del sistema de gestión integrado.

**7.** Enviar a MINTIC un informe mensual de penetración de TDT a nivel nacional, en la muestra de Kantar Ibope Media.

**8.** Enviar a MINTIC un informe mensual del comportamiento promedio del Rating de Teleislas, en las ciudades del país en las cuales IBOPE realiza mediciones

**9.** Permitir el acceso a la herramienta Extended TV Side-by-Side en las condiciones establecidas en el anexo técnico.

Documento firmado digitalmente por:
MARIA CECILIA LONDOÑO SALAZAR
Función: DIRECTORA
Fecha de firma: 2021-03-15T10:41:15-05:00.
Para descargar la versión digital firmada puede escanear el código QR

| | |
|---|---|
| | **10.** Enviar el cuestionario técnico, toda la documentación e instrucciones técnicas necesarias para apoyar al cliente en el proceso de implementación de las etiquetas para la herramienta Extended TV Side-by-Side<br>**11.** Proveer una plataforma para que el Contratante pueda crear, consultar y gerenciar los códigos de programas (*Program ID)* a ser inclusos en las etiquetas.<br>**12.** Informar al Contratante las situaciones susceptibles de afectar la calidad del servicio Extended TV Side-by-Side y tomar las medidas posibles en forma inmediata, con el fin de dar pronta solución a las contingencias.<br>**13.** Informar por escrito, toda modificación implementada a las herramientas.<br>**14.** Mantener niveles de control de calidad permanente en la recolección y procesamiento de los datos.<br>**15.** Prestar, sin costos adicionales, apoyo al Contratante para la utilización de los Dashboards proveyéndole soporte técnico y de consulta, entre otras prestaciones que resulten necesarias, ante requerimiento del Contratante.<br>**16.** No realizar ningún acto que directa o indirectamente pueda afectar los resultados de las herramientas.<br>**17.** Las demás que requiera el Ministerio TIC el Fondo Único TIC que sean necesarias para el desarrollo del objeto contractual. |
| **1. Obligaciones particulares del Ministerio o del Fondo Único de Tic** | **1.** Pagar oportunamente el valor total del contrato, de conformidad con lo estipulado en este mismo documento.<br>**2.** Designar al funcionario que ejercerá la supervisión y el control de ejecución del contrato, quien estará en permanente contacto con el contratista, para la coordinación de cualquier asunto que así se requiera.<br>**3.** Suscribir, a través del supervisor del control de ejecución del contrato, los documentos y actas que sean necesarias durante el desarrollo del contrato.<br>**4.** Suministrar la información necesaria sobre los diferentes aspectos que sean requeridos para el logro de los objetivos propuestos, siempre y cuando no sea obligación del contratista suministrarla.<br>**5.** Informar de manera inmediata, acerca de cualquier circunstancia que amenace vulnerar los derechos del contratista, al igual que cualquier perturbación que afecte el desarrollo normal del contrato.<br>**6.** Guardar la confidencialidad y velar por la protección de los productos y servicios propuestos por el contratista cuando a ello hubiere lugar. |
| **4. Plazo de ejecución del contrato** | Hasta el **31 de diciembre de 2021**, contado a partir del cumplimiento de los requisitos de perfeccionamiento y ejecución. |
| **5. Lugar de ejecución del contrato:** | El domicilio contractual será la ciudad de Bogotá, D.C., la ejecución del contrato será en el territorio nacional. |
| **6. Valor del contrato / presupuesto oficial:** | El valor del contrato será hasta de **DOS MIL CUATROCIENTOS DIECISÉIS MILLONES SESENTA Y TRES MIL SETECIENTOS CINCUENTA PESOS M/CTE (2.416.063.750) INCLUIDO IVA** y demás impuestos a que haya lugar.<br><br>Este valor incluye IVA SI ☒ NO ☐ No es sujeto de IVA ☐ |
| | El Fondo Único TIC pagará al Contratista el valor del presente contrato, a partir del cumplimiento de los requisitos de perfeccionamiento, ejecución y el cumplimiento de sus |

Documento firmado digitalmente por:
MARIA CECILIA LONDOÑO SALAZAR
Función: DIRECTORA
Fecha de firma: 2021-03-15T10:41:15-05:00.
Para descargar la versión digital firmada puede escanear el código QR

**7. Forma de pago y requisitos:**

obligaciones, siempre y cuando se presenten los siguientes documentos, conforme el siguiente plan de pagos:

| Pago | Valor | Fecha estimada de Pago |
|---|---|---|
| Pago 1 | $268.451.528 | 28/04/2021 |
| Pago 2 | $268.451.528 | 28/05/2021 |
| Pago 3 | $268.451.528 | 28/06/2021 |
| Pago 4 | $268.451.528 | 28/07/2021 |
| Pago 5 | $268.451.528 | 27/08/2021 |
| Pago 6 | $268.451.528 | 28/09/2021 |
| Pago 7 | $268.451.528 | 28/10/2021 |
| Pago 8 | $268.451.527 | 29/11/2021 |
| Pago 9 | $268.451.527 | 21/12/2021 |
| Total | **$2.416.063.750** | |

El Fondo Único TIC pagará al Contratista el valor del presente contrato en mensualidades vencidas cada una **hasta** por valor de **DOSCIENTOS SESENTA Y OCHO MILLONES CUATROCIENTOS CINCUENTA Y UN MIL QUINIENTOS VEINTIOCHO PESOS M/CTE ($268.451.528) INCLUIDO IVA**, dentro de los ocho (8) días hábiles siguientes al cumplimiento de los requisitos de perfeccionamiento, ejecución y el cumplimiento de sus obligaciones y presentación de los soportes pertinentes para cobro.

Para efectos del registro presupuestal el GIT de Presupuesto estimará la fecha de pago para el 8º día hábil establecido acorde con el inciso anterior.

Para el pago el contratista deberá presentar

1. Constancia suscrita por el supervisor del contrato, en la que se señale que el contratista cumplió a satisfacción de la entidad, con el objeto y las obligaciones pactadas en el contrato.
2. Informe mensual sobre índices de sintonía a través de las herramientas de TGI, TGI NET, MMW, IWKS, CLICKSTREAM, tanto para la MINTIC como para los canales regionales.
3. Soporte de los reportes de Rating en DVD.
4. Informe de ejecución contrato de prestación de servicios /órdenes de compra GCC-TIC-FM- 055 durante el periodo objeto de pago. (o el formato que lo modifique)
5. Copia del comprobante de pago de las contribuciones al Sistema Integral de Seguridad Social en Salud, Pensiones y ARL, contribuciones parafiscales si a ello hubiere lugar, de acuerdo con lo establecido en la normatividad vigente y en el porcentaje establecido por el Gobierno Nacional.

Documento firmado digitalmente por:
MARIA CECILIA LONDOÑO SALAZAR
Fundación ID: CC 52154348
Fecha de firma: 2021-03-15T10:41:15-05:00.
Para descargar la versión digital firmada puede escanear el código QR

| | |
|---|---|
| | Nota.: Este documento será requerido hasta tanto el Ministerio de Salud y Protección Social ponga a disposición la herramienta tecnológica para la validación de pagos de aportes (artículo 24 del Decreto 2106 de 2019).<br>**6.** Cada pago corresponderá a la real y efectiva prestación del servicio basado en meses de 30 días, En consecuencia, los pagos que se efectúen por fracción de mes serán liquidados de manera proporcional teniendo como referente para el cálculo, el valor de los honorarios o servicios mensuales que se determinan en la suma de **hasta DOSCIENTOS SESENTA Y OCHO MILLONES CUATROCIENTOS CINCUENTA Y UN MIL QUINIENTOS VEINTIOCHO PESOS M/CTE ($268.451.528) INCLUIDO IVA** equivalente a los servicios prestados durante el periodo a cancelar, proporcional al valor mensual pactado. Una vez realizado el primer pago, considerando la prorrata establecida en éste, los saldos sin ejecutar que hubieren sido asignados para el mismo, serán liberados por el GIT de Presupuesto de la Subdirección Financiera, con el fin de garantizar la adecuada gestión de los recursos durante la presente vigencia, previa validación con el supervisor del contrato.<br>**7.** Para el periodo de pago correspondiente al mes de diciembre se realizará entre el veintiuno (21) y el treinta (30) de diciembre.<br><br>Los pagos se harán con cargo al Presupuesto asignado para la presente vigencia fiscal de conformidad con el certificado de disponibilidad presupuestal Nro. **87521 del 22 de enero de 2021**, expedido por el Coordinador del Grupo Interno de Trabajo de Presupuesto.<br><br>El Fondo Único TIC realizará los pagos, previa disponibilidad del PAC y liquidez de la Tesorería. |
| **8. Justificación del anticipo.** | N/A |
| **7. Supervisión / interventoría** | La supervisión será ejercida por María Cecilia Londoño Salazar Asesora 1020-16 del Despacho del Viceministro de Conectividad, en su calidad de Coordinadora del GIT de Fortalecimiento a los Medios Públicos, o quien designe por escrito el Ordenador del Gasto. El supervisor vigilará el cumplimiento de las obligaciones aquí contraídas y reportará las deficiencias que se presenten tanto en la gestión como en la información reportada, así mismo, deberá supervisar el desempeño del contratista, recibir y aprobar los informes presentados y autorizar los pagos a que haya lugar. En ningún caso modificará las condiciones del contrato. |
| **8. Otras especificaciones** | N/A |
| **2.3. Tipo del contrato a celebrar** | Contrato de Prestación de Servicios |
| **3.- Fundamentos jurídicos de la modalidad de selección** | |
| La modalidad a través de la cual se suplirá la necesidad será la de Contratación Directa de conformidad con el literal g) numeral 4° del artículo 2° de la ley 1150 de 2007, que establece la causal de contratación directa cuando no existe pluralidad | |

Documento firmado digitalmente por:
MARIA CECILIA LONDOÑO SALAZAR
Fundación de firma: CO-CCES-ID
Fecha de firma: 2021-03-15T10:41:15-05:00.
Para descargar la versión digital firmada puede escanear el código QR

de oferentes en el mercado, en concordancia igualmente con lo dispuesto en el artículo 2.2.1.2.1.4.8 del Decreto 1082 de 2015, que considera que no existe pluralidad de oferentes cuando existe solamente una persona que puede proveer el bien o el servicio por ser titular de los derechos de propiedad industrial o de los derechos de autor, o por ser proveedor exclusivo en el territorio nacional.

En dicho sentido, del análisis efectuado se pudo evidenciar que la empresa KANTAR IBOPE MEDIA COLOMBIA S.A.S. es la única empresa en Colombia autorizada para licenciar, instalar y dar soporte a las herramientas MMW, IWKS, TGI, TGI NET, TGR y CMAM, tal y como consta en la certificación emitida el 12 de febrero de 2021 por la casa matriz en Brasil, esto es KANTAR IBOPE PESQUISA DE MÍDIA LTDA.

**4.- Análisis que soporta el valor estimado del contrato**

Para estimar el valor del contrato se recibió propuesta del contratista como proveedor exclusivo de los servicios a contratar, la misma que se detalla a continuación y adicional se relacionan precios históricos de contrataciones de algunos servicios contratados.

El detalle de la propuesta es el siguiente:

| | Servicio | Total Año 2021 |
|---|---|---|
| Actuales | Media WorkStation | $ 113.964.848,47 |
| | Base Monitoreo e Inv Publicitaria | $ 347.296.195,03 |
| | Rating TV + TSV | $ 743.774.817,72 |
| | Target Group Index | $ 107.332.946,26 |
| | TGI Net | $ 22.207.947,84 |
| | TGR | $ 37.566.530,57 |
| | Módulo IWKS (Monitoreo pauta) Acceso para Canales | $ 300.846.000,06 |
| | Extended TV (CMAM) | $ 310.658.400,06 |
| Nuevo | Kantar Social TV Ratings | $ 46.657.986,12 |

| | | |
|---|---|---|
| TOTAL | Total Sin IVA | $ 2.030.305.672,14 |
| | IVA | $ 385.758.077,71 |
| | **Total con IVA** | **$ 2.416.063.749,84** |

KANTAR IBOPE MEDIA es el pleno titular de todos los derechos patrimoniales de los estudios con todos los efectos consagrados en la ley aplicable a los derechos de autor en Colombia. Con la suscripción del contrato y orden de servicio KANTAR IBOPE MEDIA COLOMBIA S.A.S, otorga al contratante licencia de uso del software. Los programas y plataformas mediante las cuales IBOPE, recauda la información sobre consumo audiovisual son únicas y otorgan un tipo de información específica que otros proveedores no pueden otorgar, ya que cuenta con dispositivos instalados en hogares ubicados en diferentes ciudades del país, los cuales almacenan información directa del consumo audiovisual de hogares caracterizados y categorizados para establecer una muestra que pueda ser representativa del consumo general del país.

Para el año 2020 el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones suscribió el siguiente contrato con la sociedad KANTAR IBOPE MEDIA COLOMBIA S.A.S:

Documento firmado digitalmente por:
MARIA CECILIA LONDOÑO SALAZAR
Función: DIRECTORA
Fecha de firma: 2021-03-15T10:41:15-05:00.
Para descargar la versión digital firmada puede escanear el código QR

| *Contrato* | *Objeto* | *Valor* |
|---|---|---|
| CONTRATO 728 DE 2020 | Prestar servicios al Viceministerio de Conectividad de acceso a la información sobre índices de sintonía de televisión y monitoreo de inversión publicitaria de medios de comunicación, a través de un software exclusivo y especializado, mediante el licenciamiento de uso y soporte de las herramientas MMW, IWKS, TGI, TGI NET, TGR y CMAM, con el fin de fortalecer el modelo convergente de la televisión pública regional y nacional y medir las audiencias y el impacto de los contenidos de televisión. | $2.323.138.221 COP IVA incluido |

La diferencia en el valor de la contratación de 2020 frente a la propuesta para el 2021 debe a la inclusión de la herramienta KANTAR SOCIAL TV RATINGS dentro del portafolio de servicios, cuya funcionalidad fue explicada ampliamente en los acápites anteriores.

De esta información se colige que el monto incluido en la propuesta recibida por MINTIC es coherente con los costos históricos contratados del contrato celebrado para la vigencia 2020 con el Fondo Único de TIC, respecto a los mismos servicios contratados por las dos entidades, y teniendo en cuenta que el mayor valor es porque para la vigencia 2021, se incluye un nuevo servicio.

Por lo anterior el valor del contrato asciende a la suma de **DOS MIL CUATROCIENTOS DIECISÉIS MILLONES SESENTA Y TRES MIL SETECIENTOS CINCUENTA PESOS M/CTE (2.416.063.750),** el cual obedece al monto de la propuesta presentada por el contratista, la cual es razonable, teniendo en cuenta las especificaciones técnicas a desarrollar, los reportes e informes que debe soportar para su ejecución y el alcance de las obligaciones por la entidad, pues se trata de un proveedor exclusivo del servicio.

Los recursos para amparar este contrato se sustentan en la posición del catálogo de gasto: C-2302-0400-14-0-2302071-02 "Adquisición de bienes y servicios – servicio de medición de audiencias e impacto de los contenidos – Fortalecimiento del modelo convergente de la televisión pública regional y nacional" en el **Rubro Presupuestal o Proyecto denominado**: "*Fortalecimiento del modelo convergente de la televisión pública nacional y regional.*". **Actividad**: "*Monitorear el consumo de contenidos realizados por operadores públicos del servicio de televisión*". **Producto**: "*Servicio de Medición de audiencias e impacto a los contenidos"* No. de código BPIN 2018011000316.

**5. Selección objetiva:** N/A

| **5.1. Requisitos mínimos habilitantes** | |
|---|---|
| Capacidad Jurídica | N/A |
| Capacidad Financiera | N/A |
| Capacidad Organizacional | N/A |
| Capacidad residual de contratación | N/A |
| Experiencia mínima requerida del proponente | N/A |
| Experiencia mínima del personal requerido para la contratación | N/A |

Documento firmado digitalmente por:
MARIA CECILIA LONDOÑO SALAZAR
Fundación: CC 52154748
Fecha de firma: 2021-03-15T10:41:15-05:00.
Para descargar la versión digital firmada puede escanear el código QR

| | |
|---|---|
| Requisitos mínimos técnicos (características mínimas técnicas de los bienes o servicios a contratar con las que deben contar los proponentes para participar en el proceso) | N/A |

**5.2. Justificación de los factores de selección que permiten identificar la oferta más favorable:**

Teniendo en cuenta que la modalidad de contratación directa permite la celebración del contrato sin obtener previamente varias ofertas, se solicitó la presentación de la propuesta a la firma KANTAR IBOPE MEDIA COLOMBIA S.A.S., la cual satisface los intereses de la entidad contratante.

Se estima procedente contratar a KANTAR IBOPE MEDIA S.A.S. con NIT: 800.174.162-3, persona jurídica con más de 10 años de experiencia en inversión publicitaria, medición de audiencia y hábitos de consumo para la industria publicitaria, siendo ellos la única compañía que presta en Colombia los servicios de estudios de audiencia mediante tecnología INFOMETER con entregables bajo el software, TGI, TGI NET, TGR, MMW, IWKS y CMAM, siendo esta la principal plataforma empleada por los medios de comunicación, agencias publicitarias, canales de televisión y empresas para la medición de consumo audiovisual televisivo en Colombia, lo cual garantiza la idoneidad y conocimiento que tiene frente a las actividades a desarrollar dentro del objeto contractual y ha ejecutado contratos con objetos similares

Esta herramienta no solo es necesario instalarla en el Ministerio TIC (MINTIC) para fines de control, sino en todos los operadores públicos, con el fin de que ellos puedan monitorear permanentemente y en tiempo real, el comportamiento de sus contenidos y puedan tomar decisiones efectivas, y el contratista presta estos servicios.

Para llevar a cabo el desarrollo de este objeto contractual es necesario contratar una Persona Jurídica legalmente constituida que desarrolle monitoreo en índices de sintonía y monitoreo de inversión publicitaria en medios de comunicación, a través de software especializado (tecnología INFOMETER con entregables bajo el software TGI, TGI NET, TGR, MMW, IWKS y CMAM), que garanticen a la entidad el cumplimiento de las actividades definidas en la Ley 1978 de 2019.

Siendo KANTAR IBOPE MEDIA COLOMBIA S.A.S, el proveedor exclusivo de dicha tecnología y la única empresa en Colombia autorizada para licenciar, instalar y dar soporte a las herramientas MMW, IWKS, TGI, TGI NET, TGR y CMAM, desglosados así:

**TGI:** Comprende la recolección, procesamiento y disponibilidad de los datos para diversos análisis a través del software Choices 4 (Licencia de KANTAR IBOPE MEDIA). El Estudio TGI proporciona una base de datos, con información acerca de la exposición a los medios de comunicación, consumo de productos y servicios e información sobre estilos de vida de la población de 12 a 75 años.

**TGI NET:** Base de datos con información de hábitos de consumo y comportamientos digitales de los comportamientos digitales de los colombianos entre los 15 y los 75 años de los estratos 2 al 6 en las principales ciudades del país. Esta base de datos es leída a través de software Choices 4 y puede ser cruzada con los datos de la base TGI regular.

**TGR:** Base de datos fusión entre estudio de audiencias de televisión y estudio Target Group Index. Permite generar perfiles de consumo comportamentales para entender las audiencias de televisión de forma más profunda y específica. Los datos son leídos a través del software MMW o Instar Analytics.

**MMW (MEDIA WORK STATION) / INSTAR ANALYTICS:** Software avanzado para lectura de base de datos de audiencias de televisión. Permite generar informes automatizados y plantillas personalizables.

Documento firmado digitalmente por:
MARIA CECILIA LONDOÑO SALAZAR
Fundación ID: CC 52154847
Fecha de firma: 2021-03-15T10:41:15-05:00.
Para descargar la versión digital firmada puede escanear el código QR

**IWKS:** Software para lectura y análisis de información de chequeo de pauta e inversión publicitaria multimedios (radio, revistas, televisión, prensa, OOH)

**CMAM:** Solución que permite análisis diarios del consumo de contenidos TV y digital, lado a lado en un dashboard online. Genera evolutivos por cobertura, evolutivos por minutos consumidos y composición del consumo por minuto (total TV y total digital con apertura por dispositivo) así como ranking de programas por cobertura, ranking de programas por total minutos, (Total TV y total digital, con apertura por dispositivos)

Finalmente, y una vez verificadas las contrataciones realizadas se tiene que la entidad celebró en vigencia anterior contrato en condiciones similares a las requeridas actualmente, tal es el caso del contrato No. 728 de 2020, que tuvo por objeto "prestar servicios al Viceministerio de Conectividad y Digitalización de acceso a la información sobre índices de sintonía de televisión y monitoreo de inversión publicitaria de medios de comunicación, a través de un software y especializado, mediante el licenciamiento de uso y soporte de las herramientas MMW, IWKS, TGI, TGI NET, TGR, CMAM, con el fin de fortalecer el modelo convergente de la televisión pública regional y nacional y medir las audiencias y el impacto de los contenidos de televisión" y que se mencionó en apartes anteriores del presente estudio previo.

**Criterios de evaluación para seleccionar al contratista:** N/A

**5.3. Criterios de desempate:**

N/A

**6.- Análisis de Riesgo y forma de Mitigarlo**

**SE ADJUNTA ANÁLISIS DE RIESGOS**

**7.- Análisis que sustenta la exigencia de garantías destinadas a amparar los perjuicios de naturaleza contractual o extracontractual, derivados del incumplimiento del ofrecimiento o del contrato según el caso.**

**GARANTÍA DE CUMPLIMIENTO**

De conformidad con lo establecido en el artículo 7° de la Ley 1150 de 2007, el contratista deberá constituir la Garantía Única de Cumplimiento en formato para entidades estatales, expedida por una compañía de seguros legalmente constituida en Colombia, que ampare el CUMPLIMIENTO de todas las estipulaciones pactadas en el contrato.

El seguro de cumplimiento debe atender los siguientes requisitos:

a. Se debe cubrir en calidad de Asegurado y Beneficiario a: Ministerio de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones y el Fondo Único de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, con sus respectivos NIT.
b. En calidad de afianzado se debe incluir a el Contratista.
c. Debe amparar todas las coberturas descritas para: i) Cumplimiento y ii) Salarios y Prestaciones.
d. Término de la Garantía: según los plazos señalados para cada cobertura.
e. La garantía debe encontrarse firmada por el representante legal del garante y del afianzado.

La garantía única de cumplimiento debe cubrir los siguientes riesgos:

Documento firmado digitalmente por:
MARIA CECILIA LONDOÑO SALAZAR
Función de ID: CONTRATISTA
Fecha de firma: 2021-03-15T10:41:15-05:00.
Para descargar la versión digital firmada puede escanear el código QR

**CUMPLIMIENTO DEL CONTRATO**

Este amparo se constituirá por una cuantía igual al 20% del valor del contrato, el cual deberá permanecer vigente durante el plazo de ejecución y hasta cuatro (4) meses más. Al monto de esta garantía se imputará la cláusula penal si a ello hay lugar y se repondrá este valor por parte de KANTAR, si se hiciere efectivo algún valor con cargo a la garantía, llevando a disminuir o agotar el valor asegurado.

**SALARIOS Y PRESTACIONES SOCIALES E INDEMNIZACIONES**

Este amparo cubre a la entidad de los perjuicios que se le ocasionen, como consecuencia del incumplimiento de las obligaciones laborales a cargo de la Contratista y que tienen relación directa con la contratación de personal necesario para la ejecución del contrato amparado.

Se constituirá por una cuantía del 5% del valor del contrato y deberá permanecer vigente por el plazo de ejecución del contrato y tres (3) años más.

**8. Indicación si la contratación esta cobijada por un Acuerdo Internacional o un tratado de Libre comercio vigente para el Estado Colombiano bajo los parámetros establecidos por el *Manual para el Manejo de Acuerdos Comerciales en Procesos de Contratación* emitido por Colombia Compra Eficiente, en desarrollo del artículo 2.2.1.2.5.2 del Decreto 1082 de 2015**

Para el análisis de la aplicación de los Acuerdos Comerciales y los tratados de libre comercio vigentes para el Estado Colombiano, se verificó según la información publicada en las páginas web del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y en el SECOP, el cumplimiento de los factores establecidos en el Literal D y Anexo 3 del Manual para el Manejo de Acuerdos Comerciales en Procesos de Contratación emitido por Colombia Compra Eficiente, determinándose que a la presente contratación no le aplican los tratados de libre comercio y acuerdos internacionales teniendo en cuenta que se trata de Contratación Directa.

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| **9. Certificado de disponibilidad presupuestal (CDP):** | No. | 87521 | Fecha: (dd/mm/aaaa) | 22/01/2021 |
| **10. Vigencias futuras:** | No. Oficio | | Año | Cuantía por año |
| | | | | |
| | No. de aprobación | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| *(Incluir cuadro adicional con la programación de valores por vigencia específicamente del contrato a realizar)* | | | | |

| **CONTRATACIÓN DIRECTA DECRETO 1082 DE 2015** | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| **11.- Nombre o Razón Social de la(s) persona(s) natural(es) o jurídica(s) a contratar:** | **Kantar Ibope Media Colombia S.A.S** | | | | | |
| | Contacto | manuel.poveda@kantaribopemedia.com | dirección | carrera 9 no. 101 – 67 edificio naos piso 2 | Teléfono | 3229454056 |

Documento firmado digitalmente por:
MARIA CECILIA LONDOÑO SALAZAR
Función de ID: CONTRATISTA
Fecha de firma: 2021-03-15T10:41:15-05:00.
Para descargar la versión digital firmada puede escanear el código QR

| | |
|---|---|
| **11.1 Perfil de la persona a contratar:** | La persona jurídica a contratar deberá contar con un software especializado (tecnología INFOMETER, herramientas MMW, IWKS, TGI, TGI NET, TGR y CMAM,) para recolección de información, análisis y seguimiento de variables económicas, financieras y sociales del servicio público de televisión, que permitan determinar el comportamiento del sector, monitoreo de índices de sintonía y monitoreo de inversión publicitaria en medios de comunicación, facilitando el acceso a **información en tiempo real**. |

**12.- Firmas autorizadas:**

| | |
|---|---|
| Firma responsable:<br>Jefe de la Dependencia Solicitante<br>Nombre:<br>Cargo:<br>Fecha: | Firma responsable<br>Supervisor Designado<br>Nombre:<br>Cargo:<br>Fecha: |

**Nota: en el evento que las personas autorizadas sean la misma, diligenciar únicamente el siguiente recuadro:**

| |
|---|
| Firma responsable<br>Jefe de la Dependencia Solicitante - Supervisor<br>Nombre: María Cecilia Londoño Salazar<br>Cargo: Coordinadora del Grupo Interno de Trabajo de Fortalecimiendo al Sistema de Medios Públicos.<br>Fecha: |

Documento firmado digitalmente por:
MARIA CECILIA LONDOÑO SALAZAR
Fundación TIC CC:52884
Fecha de firma: 2021-03-15T10:41:15-05:00.
Para descargar la versión digital firmada puede escanear el código QR



## ANEXOS

### Listado de documentos anexos al formato general de estudios previos

| Documentos Anexos | | |
|---|---|---|
| **Documentos:** | | **Número de folios** |
| • Documento de certificación de disponibilidad de recursos | ☐ | |
| • Análisis valor estimado del contrato | ☐ | |
| • Todo estudio previo cuyo objeto sea la prestación de servicios profesionales o de apoyo a la gestión con recursos de la Nación regidos por Ley 80 de 1993 debe estar acompañado de una Certificación por parte del Subdirector para la Gestión para el Talento Humano, en la cual se indique que la contratación está destinada a un fin específico, no existe personal de planta suficiente para prestar el servicio a contratar, no existe personal de planta con capacidad para realizar las actividades que se contratarán, o la actividad a contratar requiere un grado de especialización que implica la contratación del servicio. | ☐ | |
| • Anexo – cronograma flujo de pagos | ☐ | |
| • Documentos soportes: contratación directa. | | |
| • Concurso de Méritos: requerimiento técnico. | | |
| • Subasta Inversa: ficha técnica de cada elemento | | |
| • Licitación y selección abreviada de menor cuantía: Anexo técnico | | |

"Los datos proporcionados serán tratados de acuerdo a la política de tratamiento de datos personales del MinTIC (www.mintic.gov.co), la ley 1581 de 2012 y sus decretos reglamentarios"

Documento firmado digitalmente por:
MARIA CECILIA LONDOÑO SALAZAR
Función: DVCGITFSMD
Fecha de firma: 2021-03-15T10:41:15-05:00.
Para descargar la versión digital firmada puede escanear el código QR

# REGISTRO DE FIRMAS DIGITALES



Fecha: 2021.03.15 10:41:15 -05'00'
MARIA CECILIA LONDOÑO SALAZAR
52250100
Función: DVCGITFSMD
2.0.2. DVD CIT de Fortalecimiento al Sistema de Medios Pú
MinTIC