

# Evaluación de propuestas Entrevistas a profundidad Inversionistas Extranjeros

07-may-18

## II. CRITERIOS CALIFICABLES Sólo se califican los proveedores que cumplan los requisitos mínimo

	Brandstrat S.A.S	Marca Táctica S.A.S	Metis Group S.A	
<p><b>Criterios que otorgan puntaje</b></p> <p>Después de verificar el cumplimiento de los requisitos mínimos legales y la experiencia mínima, el comité procederá a evaluar la experiencia que otorga puntaje, la propuesta técnica y metodológica, la propuesta económica y el valor agregado.</p>	<p><b>Director de Proyecto:</b> Título Profesional en carreras relacionadas con las ciencias sociales, ingenierías o afines, con Maestría o especialización en: Estadística y/o Economía y/o Mercadeo y/o Estudios Sociales y/o Administración.</p> <p>Tres (3) años de experiencia específica en dirección de proyectos de investigación cualitativa, entrevistas de alto nivel, aplicación de censos, muestreo y/o dirección de procesos de encuestas.</p>	<p>Administrador de Empresas (CESA) Especialista en Mercadeo Estratégico (CESA)</p> <p>Actualmente se desempeña como Director General, Brandstrat. Entre sus funciones se encuentra la de realización de propuestas / modelos de análisis y sustento a clientes, planeación de proyectos de Investigación de Mercados tanto cualitativos como cuantitativos, como facilitador de cada una de las etapas operativas del proyecto.</p> <p>Fué Director de Cuentas y Proyectos, Napoleón Franco &amp; Cia. Experiencia en estudios de satisfacción, percepción de usuarios, realización de encuestas, medición de calidad, entre otros.</p>	<p>Administradora de Empresas de la Escuela de Administración de Negocios EAN y Especialista en Mercadeo de la Universidad EAFIT.</p> <p>Nueve (9) años haciendo análisis del consumidor. Dirección de proyectos de: investigación cualitativa y cuantitativa, entrevistas de alto nivel, realización de censos, estudio de mercado para la factibilidad de la apertura de centros comerciales, Estudios de Expansión Comercial.</p>	<p>Psicólogo de la Universidad Javeriana, con especialización en Mercadeo de la Universidad Externado.</p> <p>Más de 11 años de experiencia en Investigación de Mercados. Actualmente se desempeña como socio fundador de la empresa Metis Group, donde se encarga de planear y dirigir estudios de mercado, soportados en la aplicación de metodologías exploratorias, en diferentes sectores de la economía.</p>
<p><b>Experiencia que otorga puntaje 30 puntos</b></p>	<p><b>Primer Entrevistador:</b> Profesionales de carreras: Psicología y/o Ciencia Política y/o Sociología y/o Ingeniería Industrial y/o Estadística y/o Administración de Empresas y/o Economía y/o Finanzas y/o Relaciones Internacionales.</p> <p>Experiencia certificada realizando entrevistas a ejecutivos de alto nivel en por lo menos dos (2) proyectos similares al del objeto de esta contratación.</p>	<p>Psicóloga (Javeriana) Especialista en Comunicación Organizacional (La Sabana)</p> <p>Actualmente ocupa el cargo de Directora de Análisis / Coordinadora de campo. Ha realizado consultoría estratégica, planeación de proyectos de investigación cuantitativa y cualitativa y desarrollo de clientes. Anteriormente se desempeñaba como Directora del área cuantitativa y cualitativa de la empresa Quali Investigación de Mercados.</p> <p>Entrevistadora, moderadora de sesiones de Focus Groups, encuestas especializadas. *Experiencia específica: i) 153 entrevistas a profundidad a ejecutivos alto nivel proyecto Davivienda. ii) 31 entrevistas a profundidad a ejecutivos de alto nivel en la percepción del área de prensa de Caracol TV.</p>	<p>Candidato a MBA &amp; Master Dirección Comercial y Marketing (ES) por Escuela de Negocios Europea de Barcelona, psicólogo con enfoque psicoanalítico de la Universidad Politécnica Gran Colombiano, tecnólogo en Comunicación Social de la Academia Latinoamericana de Ciencias.</p> <p>9 años de experiencia en el sector de Investigación de Mercados, enfocados principalmente en el área cualitativa, realizando estudios en Colombia, Suramérica y Centroamérica.</p> <p>Contratista Investigación Cualitativa en la empresa. Diseño de metodologías de indagación que buscan el entendimiento del cliente de vivienda y el sector constructor. Moderación de focus group, etnografías, entrevistas en profundidad y relacionadas con la inmersión en consumidor.</p>	<p>Psicóloga de la Universidad de los Andes, con especialización en Mercadeo Estratégico del CESA.</p> <p>Más de 15 años en Investigación de Mercados y Estrategia. Habilidades comerciales / ventas y manejo de clientes. Fué directora de cuentas en dos empresas de investigación de mercado (Nodo Investigación y Millward Brown. Fué directora de proyectos cualitativos en la empresa Market Research.</p> <p>Actualmente se desempeña como Gerente de Investigación en la empresa Metis Group. Su función principal es dirigir el equipo de servicio al cliente, atención a clientes y coordinación de proyectos.</p>
	<p><b>Segundo Entrevistador:</b> Profesionales de carreras: Psicología y/o Ciencia Política y/o Sociología y/o Ingeniería Industrial y/o Estadística y/o Administración de Empresas y/o Economía y/o Finanzas y/o Relaciones Internacionales.</p> <p>Experiencia certificada realizando entrevistas a ejecutivos de alto nivel en por lo menos dos (2) proyectos similares al del objeto de esta contratación.</p>	<p>Administradora de Empresas (Externado)</p> <p>Actualmente se desempeña como entrevistadora en Brandstrat desde agosto del 2003.</p> <p>Sus principales funciones son: diseñar e implementar estudios cualitativos; realizar entrevistas en profundidad; aplicar encuestas especializadas; moderar sesiones de grupo; manejo de bases de datos.</p>	<p>Psicóloga de la Universidad de la Sabana, Especialista en Gerencia de Mercadeo de la Universidad del Rosario y candidata a Maestría en Innovación y Emprendimiento de la Universidad de Barcelona.</p> <p>Con más de 15 años diseñando experiencias, capturando insights, certificada como facilitadora en procesos de Innovación &amp; Creatividad, Design Thinking con CPS e Ideación.</p>	<p>Psicóloga de la Universidad Javeriana con especialización en psicología del consumidor en la Fundación Universitaria Konrad Lorenz.</p> <p>Actualmente se desempeña como líder de proyectos en la empresa Metis. Responsable de planear, dirigir y ejecutar estudios de mercado con énfasis en metodología cualitativa. Desarrollo de propuestas de investigación, guías e instrumentos de recolección de información. Anteriormente se desempeñaba como Investigadora Senior en la empresa Lexia donde coordinaba investigación cualitativa.</p>
	<p><b>Otros Entrevistadores:</b> Profesionales de carreras: Psicología y/o Ciencia Política y/o Sociología y/o Ingeniería Industrial y/o Estadística y/o Administración de Empresas y/o Economía y/o Finanzas y/o Relaciones Internacionales.</p> <p>Experiencia certificada realizando entrevistas a ejecutivos de alto nivel en por lo menos dos (2) proyectos similares al del objeto de esta contratación.</p>	—	—	<p>Planeación, coordinación y ejecución de estudios de mercado con enfoque cualitativo.</p> <p>Actualmente trabaja como Líder de Proyectos en Metis, planeando y coordinando estudios de mercado soportados en metodologías cualitativas y cuantitativas.</p> <p>Anteriormente trabajó en Inspired como Ejecutiva de Cuentas, en Ipsos Napoleón Franco, YanHaas y Nodo.</p>
	<p><b>Puntaje total experiencia certificada del equipo</b> (1 es el proponente con el mayor puntaje y 3 el de menor puntaje)</p>	3	2	1
	<p><b>30 puntos</b></p>	10,00	15,00	30,00
<p><b>Propuesta económica 20 puntos</b></p>	<p>Corresponde a los aspectos económicos de la oferta presentada por el posible proveedor. Obtendrá mayor puntaje (20 puntos) el proponente que ofrezca un menor precio. Las demás propuestas obtendrán el puntaje de manera proporcional.</p>	<p>\$ 35.700.000,00</p>	<p>\$ 41.650.000,00</p>	<p>\$ 41.650.000,00</p>
	<p><b>20 puntos</b></p>	20,00	17,14	17,14

# Evaluación de propuestas Entrevistas a profundidad Inversionistas Extranjeros

07-may-18

Metodología 40 puntos	<p>Estrategia para el desarrollo de las entrevistas a profundidad: El proveedor con una metodología novedosa y siguiendo mejores prácticas en entrevistas a profundidad dirigidas a ejecutivos de alto nivel, obtendrá cuarenta puntos (40 puntos). Para los demás proveedores el puntaje se otorgará de forma proporcional.</p>	<p>Se menciona una primera fase de Análisis del Entorno (Modelo PESTEL)</p> <p>En la segunda fase, la cualitativa, menciona que se realizarán entrevistas en profundidad a ejecutivos de alto nivel. Se realizará un análisis a partir de unos modelos estructurados (menciona 3 modelos: i) asociaciones organizativas, ii) oportunidad del mercado y iii) modelo Everett Rogers) para indagar sobre las variables necesarias para construir una comunicación asertiva y así poder aumentar el número de inversionistas en Bogotá.</p> <p>Duración de las tres fases: 41 días hábiles; 8 semanas (2 meses). Entrevistas: 25 entrevistas, cada una de 60 mins, 80% preguntas abiertas y 20% preguntas cerradas. Guía semi-estructurada, entrevista personal o vía online. Entregable: informe con reporte de tendencias por grupos analizados, incluyendo conclusiones y recomendaciones. / Acompañamiento en diseño de estrategias / Presentación de resultados. Grabación en video o audio de la sesión / Refrigerio para la sesión.</p>	<p>Entrevistas en profundidad a ejecutivos de alto nivel para extraer "insights" relevantes para el cumplimiento de los objetivos de IIB.</p> <p>Metodología No Tradicional que permite entender motivaciones, necesidades, miedos, creencias, dolores, entre otros, con el fin de captar los drivers de cambio e interés de inversión en Bogotá.</p> <p>Utilizarán técnicas de indagación y entendimiento para identificar cuáles son las emociones que desencadenan un comportamiento y cuáles las motivaciones que lo facilitan.</p> <p>Realizarán un abordaje a través de entrevistas disruptivas y didácticas, que buscan entregar una aproximación a través del juego. Se utilizan 3 tipos de actividades: i) Juegos de insights, ii) Tarjetas inspiradoras, iii) Cubos/dados de pensamiento lateral. Aproximación al método Lombard (aprendizaje basado en emprendimiento e innovación disruptiva). Busca llegar a la mente no consciente de los inversionistas.</p> <p>Duración del proyecto: 80 días hábiles Entrevistas:20 Entregables: informe en PPT con los resultados totales del estudio.</p>	<p>"Parte de un análisis de características psicográficas (estilo de vida, personalidad, concepto de sí mismo, hábitos, metas y proyectos de vida, principales preocupaciones y temores, conformación familiar. "Continúa con una exploración general del proceso de elección de Bogotá (otras ciudades contempladas en el proceso, ventajas y desventajas de cada una, criterios que determinaron la elección de Bogotá, atributos de la ciudad que motivaron su elección, inhibidores en la elección de Bogotá como alternativa de inversión. "Luego realizan una exploración general de la experiencia con Bogotá. Analizan percepciones y opiniones frente a diferentes aspectos, nivel de recomendación/referenciación de Bogotá, necesidades satisfechas/insatisfechas por la ciudad en su permanencia/residencia y expectativas puntuales frente a la ciudad. Para lograr con éxito el abordaje a los entrevistados se acompañarán de una persona reconocida públicamente, apoyada por una empresa de comunicaciones. El lugar y horario será el conveniente para los ejecutivos (oficina, hogar, restaurantes, etc) Duración del proyecto: cuatro semanas. Entrevistados: 20 ejecutivos y 5 adicionales. Total 25. Entrevistas se graban en audio con autorización y tendrán una duración entre 45 y 60 mins. Entregables: Presentación ejecutiva en PPT con información, insights, hallazgos y conclusiones. Un cierre donde además se desarrollan las oportunidades estratégicas para la marca.</p>	
	<p><b>Puntaje total metodología</b> (1 es el proponente con el mayor puntaje y 3 el de menor puntaje)</p>	2	3	1	
	<p><b>40 puntos</b></p>	20,00	13,33	40,00	
Valor agregado 10 puntos	<p>Si ofrece 1 actividad o metodología de análisis para profundizar, ampliar o complementar cualquier aspecto del análisis de las entrevistas, obtendrá 4 puntos.</p>	<p>En la fase 3 se propone un workshop de acompañamiento estratégico a través de metodología CANVAS. "Esta herramienta es muy útil ya que utiliza el tema de Innovación Estratégica que permite no sólo crear productos o servicios innovadores sino el empleo del "Modelo de Negocios" como clave para permanecer en el mercado.</p>	N/A	<p>Análisis semiótico de piezas de comunicación sobre Bogotá como una ciudad para vivir e invertir en negocios. La semiótica se ocupa del estudio de la producción de significados. Investiga la manera en que objetos, gráficos, imágenes, colores, iconos, metáforas y discursos presentes en la cultura popular Y en la comunicación, impactan a un público objetivo y determinan respuestas emocionales y de consumo.</p>	
	4 puntos	4	0	4	
	<p>Si ofrece 2 actividades o metodologías de análisis para profundizar, ampliar o complementar cualquier aspecto del análisis de las entrevistas, obtendrá 6 puntos.</p>				
	6 puntos				
	<p>Si ofrece más de 2 actividades o metodologías de análisis para profundizar, ampliar o complementar cualquier aspecto del análisis de las entrevistas, obtendrá 10 puntos.</p>				
	10 puntos				
<p><b>Subtotal Valor Agregado (10 puntos)</b></p>	4,00	0,00	4,00		
<b>Puntuación total</b>	<b>TOTAL EVALUACIÓN</b>	<b>100 puntos</b>	<b>54,00</b>	<b>45,48</b>	<b>91,14</b>
	<b>Valor por encuesta</b>		<b>1.428.000</b>	<b>2.082.500</b>	<b>1.666.000</b>