

Bogotá D.C, Abril de 2017

PARA: **OMAR HERNANDO ALFONSO RINCÓN**
Director de Contratación

DE: **ALEJANDRO CALLEJAS ARISTIZABAL**
Vicepresidente Técnico

ASUNTO: Diseño, estructuración e implementación del Plan de Acción de “Mentalidad y Cultura” que incluya componentes de comunicación, masificación y apropiación TIC con el objetivo de transformar percepciones de los empresarios MiPyme, sus proveedores y sus clientes, con relación al uso de tecnología para la productividad.

Apreciado Doctor Alfonso,

De conformidad con lo dispuesto en el procedimiento de contratación contenido en el Manual Operativo Fiduciario, me permito presentar ante usted, el Estudio Previo para la contratación del “Diseño, estructuración e implementación de un Plan de Acción de “Mentalidad y Cultura” que incluya componentes de comunicación, masificación y apropiación TIC con el objetivo de transformar percepciones de los empresarios MiPyme, sus proveedores y sus clientes, con relación al uso de tecnología para la productividad.”.

1. DESCRIPCIÓN DE LA NECESIDAD A SATISFACER

1.1. ANTECEDENTES

El Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones formuló en 2010 el “Plan Vive Digital”, que llevó a Colombia a dar un salto tecnológico durante los últimos cuatro años. El principal objetivo del “Plan Vive Digital” es masificar el uso de Internet en el país como un mecanismo para reducir la pobreza, generar empleo y aumentar la competitividad de la industria colombiana.

El Plan Vive Digital consideró los resultados de numerosos estudios que han mostrado la correlación directa entre la penetración y el uso de Internet, la apropiación de las TIC, la generación de empleo, la reducción de la pobreza y el aumento de la competitividad. En 2009 el Banco Mundial publicó el impacto de la penetración de Internet de los países en su tasa de crecimiento económico (Banco Mundial 2009; McKinsey 2009), así como entre el empleo de la industria TIC y la generación de empleos adicionales en la economía (Katz, 2009). Un año después, el estudio de las Naciones Unidas (UNCTAD, 2010) mostró una clara correlación entre el número de usuarios de Internet y la menor tasa de pobreza en los países. Otros estudios del mismo año mostraron la relación entre la penetración de Internet y el empleo (Katz, 2010). Los resultados han sido corroborados en nuevos estudios realizados durante los últimos años; la OECD (2012) describe cómo diferentes autores han encontrado que incrementos de 10 puntos porcentuales en el desarrollo de banda ancha de los países, generan un impacto en el crecimiento del PIB de entre 0.1 y 1.6 puntos porcentuales.

Teniendo en cuenta la importancia del aumento en la penetración y uso de Internet en el desarrollo del país, en 2010 se plantearon los principales objetivos del Plan Vive Digital 2010-2014:

- Pasar de 2.2 millones de conexiones a Internet en 2010 a 8.8 millones en 2014.
- Aumentar el porcentaje de hogares conectados a Internet de 17% a 50% en 2014.
- Aumentar el porcentaje de micro, pequeñas y medianas empresas (MiPymes) conectadas a Internet de 7% a 50% en 2014;
- Incrementar el número de municipios conectados a las redes troncales de fibra óptica de 200 en 2010 a 700 en 2014”.

Para 2016 el panorama TIC en Colombia es diferente. Para 2016 se reportan 10.1 millones de conexiones a Internet de banda ancha, el porcentaje de hogares conectados a Internet es 45% y el porcentaje de MiPyme conectadas es 75%.

En el Plan Vive Digital se definieron dos dimensiones estratégicas. La primera, denominada “Desarrollo del Ecosistema Digital”, tiene como uno de sus objetivos, impulsar la industria de aplicaciones y contenidos; la segunda, denominada “Entorno del Ecosistema Digital”, tiene como propósito consolidar el sistema de las TIC y la organización del Ministerio de TIC que apoye el desarrollo del Ecosistema del país a través de varios objetivos, a través del apoyo a iniciativas gubernamentales que requieran el uso de las TIC para su desarrollo bajo el liderazgo, la gestión y responsabilidad de la entidad correspondiente.

Cada año el Viceministerio TI mide el avance cuantitativo y cualitativo de las MiPyme y su relación con la tecnología, de manera tal que permite que la Estrategia MiPyme Digital se enfoque en los hallazgos y recomendaciones de política pública que logre la transformación de percepciones que limiten o impidan la transformación digital de los negocios, así como generar iniciativas que cubran necesidades identificadas por el ecosistema digital, entre ellas, las siguientes:

Principales hallazgos:

- 75% de las MiPyme tiene conexión a Internet
- 36% de las MiPyme tienen presencia Web
- 8% de las MiPyme realiza ventas por Internet y el 26% realiza compras por este medio
- 36% de las MiPyme usa en su negocio medios de pago electrónico para su operación diaria
- 38% de las MiPyme tiene presencia en redes sociales
- Falta de dinero, conocimiento y acompañamiento son las principales barreras percibidas por los empresarios para emprender una ruta digital.
- Retos y desafíos: Promover el uso comercio electrónico, presencia Web y las redes sociales, Capacitación, generar alianzas en el ecosistema digital y acompañar a las MiPyme y transferir capacidades.

Para ello, el Ministerio TIC desarrolló un Modelo de Madurez Digital que parte de la idea en que una empresa debe revisar e intervenir con tecnología sus procesos empresariales: Dirección, Administración, Operación y Ventas. En la medida en que estos procesos sean intervenidos, una empresa podrá digitalizarse gradualmente, recorriendo la ruta digital que inicia en el nivel 1.0 (Adoptan las soluciones y logran bajo impacto) y va hasta el 4.0 (Lideran haciendo la diferencia para ellos y otros).

Así es como la Estrategia MiPyme 2016-2018 integró 5 líneas de acción:

- **Formación en el Uso de las TIC:** Plataforma virtual de cursos con contenidos aplicados que permita el desarrollo de habilidades en el uso de las TIC por parte de los empresarios.
- **Centros TIC de desarrollo empresarial:** Acompañamiento especializado que permita a los empresarios llevar a sus empresas de un nivel a otra en su transformación digital.
- **Proyectos E-COMMERCE:** Cofinanciación de proyectos para el desarrollo de plataformas E-Commerce B2B y B2C.
- **Incentivos al desarrollo de App:** Aplicaciones y/o soluciones a la medida de sectores económicos, negocios y tamaño de empresas.
- **Mentalidad y Cultura:** El corazón de la estrategia. Dinamiza las otras líneas a través de la masificación, apropiación y comunicación que permita superar las barreras percibidas por los empresarios.

Es así como, la Financiera del Desarrollo FINDETER, y el FONDO TIC- Ministerio TIC, suscribieron el Convenio 1232 de 2016, cuyo objeto es *“Aunar recursos y capacidades de orden técnico, tecnológico, administrativo y financiero para implementar la estrategia nacional MiPyme Vive Digital del Ministerio TIC, que busca la masificación de la conectividad y la transformación de los procesos productivos.* Es así como el Ministerio TIC y el Comité Técnico del Convenio 01232/2016 solicitaron contratar con los recursos del Convenio, la implementación de un programa de formación virtual disruptivo que mejore el acceso al conocimiento de herramientas tecnológicas y su uso, para que los empresarios MiPyme puedan desarrollar estrategias de transformación digital.

Para la adecuada administración de los recursos y la administración de la contratación derivada del Convenio 1232 de 2016 FONTIC FINDETER y de acuerdo con el manual operativo del Patrimonio Autónomo que rige el Convenio, y en el marco de derecho privado, la Fiduciaria suscribirá el contrato con el proponente seleccionado en el proceso de contratación.

1.2. PLAN FINANCIERO APROBADO Y CONSTANCIA DE CERTIFICACIÓN DE RECURSOS

El total del convenio FONTIC-Findeter es de \$45.629.350.001 que corresponden a recursos de vigencias de los años 2016, 2017 y 2018, lo que evidencia el nivel y rigurosidad en la planeación y puesta en marcha de esta estrategia. De acuerdo con el Registro Presupuestal No. 393716 del 15 de diciembre de 2016, se cuenta con un total de \$5.836.016.667.00 pesos m/c para la ejecución de contratos derivados del Convenio 1232 de 2016 FONTIC- MINTIC y Findeter, presupuesto que se justifica como un primer desembolso con ocasión a los entregables definidos en el marco del Convenio 1232-2016.

De igual forma, en atención al plan financiero definido en el Comité Técnico del Convenio, para la ejecución del convenio se encuentra que los recursos para el componente Diseño e Implementación de la estrategia de Mentalidad y Cultura corresponden a:

Componente	Proyecto
Mentalidad y Cultura	\$1.500.000.000

1.3. NECESIDAD DE LA CONTRATACIÓN

De acuerdo con los objetivos del Convenio 1232 de 2016 FONTIC-MINTIC y Findeter, la necesidad de la presente contratación encuentra justificación en lo siguiente:

En el último estudio de caracterización de las Mipyme y su relación con la tecnología realizado por el Ministerio TIC, se identificaron barreras y necesidades de los empresarios colombianos para generar estrategias de transformación Digital.

Podemos resumir estas necesidades y barreras en tres áreas: El dinero, el conocimiento y la asesoría y acompañamiento. Respecto al dinero, existen percepciones relacionadas con el costo de la implementación y el beneficio de las mismas en un tiempo determinado (Costo vs. Beneficio). Sobre el conocimiento, la percepción sobre lo difícil que es aprender a usar herramientas tecnológicas, que tienen lenguaje complicado, que son inseguras y que son un tema para empresas grandes. Finalmente, con relación al acompañamiento y a la generación de capacidades, los empresarios perciben que no hay asesoría permanente o a la medida de sus necesidades y que, aunque existe solución a problemas puntuales, no hay transferencia de conocimiento suficiente.

Por otro lado, en cuanto a la demanda, se considera que el mercado mismo llevaría las Mipyme a una digitalización, pues al haber más clientes en la Web, los empresarios migrarían al ciberespacio para alcanzarlos. Sin embargo, en el usuario final existen barreras relacionadas con costos, seguridad y confianza, lo que impide que haya más clientes en un entorno digital.

La nueva Estrategia Mipyme 2016-2018 busca trabajar en la transformación de percepciones que limiten o impidan la transformación digital de los negocios, así como generar iniciativas que cubran necesidades identificadas por el ecosistema digital. El Ministerio TIC desarrolló un Modelo de Madurez Digital que parte de la idea en que una empresa debe revisar e intervenir con tecnología sus procesos empresariales: Dirección, Administración, Operación y Ventas. En la medida en que estos procesos sean intervenidos, una empresa podrá digitalizarse gradualmente, recorriendo la ruta digital que inicia en el nivel 1.0 (Adoptan las soluciones y logran bajo impacto) y va hasta el 4.0 (Lideran haciendo la diferencia para ellos y otros).

Se requiere que la Estrategia Mipyme y sus cinco líneas de acción: Formación, Centros TIC de desarrollo empresarial, Soluciones TIC-Comercio electrónico, incentivos al desarrollo de aplicaciones y mentalidad y cultura; se integren de tal manera, que los diversos públicos puedan derribar las brechas que impiden que las MIPYME se transformen digitalmente.

Se requiere adicionalmente, desarrollar una estrategia fuerte que incluya la revisión de estudios cualitativos, actividades innovadoras y disruptivas que lleguen a los empresarios más tradicionales y pequeños del país. Es necesario partir de un análisis de percepciones para desarrollar un plan de acción que permita posicionar el tema de transformación digital empresarial en el país. Una conversación donde se muestren los aspectos positivos y las oportunidades que tienen las Mipyme en la economía digital.

Para lograr esto, la nueva estrategia Mipyme contempla una línea de acción central que busca dinamizar cada actividad desarrollada con el objetivo de transformar percepciones a través de la comunicación, masificación de los proyectos desarrollados y la apropiación de herramientas TIC en la relación proveedor-empresario-cliente.

Considerando los anteriores planteamientos se requiere adelantar la contratación del “Diseño, estructuración e

implementación del Plan de Acción de “Mentalidad y Cultura” que incluya componentes de comunicación, masificación y apropiación TIC con el objetivo de transformar percepciones de los empresarios MiPyme, sus proveedores y sus clientes, con relación al uso de tecnología para la productividad”, con el objetivo de implementar la Estrategia MiPyme Vive Digital para la Gente y así contribuir con la meta nacional, expuesta anteriormente.

2. DESCRIPCIÓN Y ALCANCE DEL OBJETO A CONTRATAR

2.1. DESCRIPCIÓN

EL PATRIMONIO AUTÓNOMO DENOMINADO PA FINDETER (PAF), está interesado en contratar el “**DISEÑO, ESTRUCTURACIÓN E IMPLEMENTACIÓN DEL PLAN DE ACCIÓN DE “MENTALIDAD Y CULTURA” QUE INCLUYA COMPONENTES DE COMUNICACIÓN, MASIFICACIÓN Y APROPIACIÓN TIC CON EL OBJETIVO DE TRANSFORMAR PERCEPCIONES DE LOS EMPRESARIOS MIPYME, SUS PROVEEDORES Y SUS CLIENTES, CON RELACIÓN AL USO DE TECNOLOGÍA PARA LA PRODUCTIVIDAD.**”.

2.2 ALCANCE DE LA CONTRATACIÓN

El proyecto contempla el diseño, estructuración e implementación del Plan de Acción que disminuya las barreras y transforme las percepciones negativas de los empresarios Mipyme, sus proveedores y sus clientes, con relación al uso de tecnología para la productividad, a través de un plan de acción innovador que incluya componentes de comunicación, masificación y apropiación TIC, y desarrolle los componentes y objetivos específicos que se describen a continuación:

2.2.1. Componente 1. Modelo de integración de las líneas de acción de la Estrategia Mipyme. Estado del arte y línea base del proceso.

Corresponde a la articulación que debe existir en toda la estrategia para que el objetivo de comunicación, apropiación TI y masificación, sea implementado por cada uno de los ejecutores de las demás líneas; así como al mapeo y análisis de iniciativas MiPyme en Colombia y el mundo.

La estrategia MiPyme Vive Digital contempla cinco líneas de acción estrechamente relacionadas, con el fin de impactar a más de 130 mil MiPyme de todos los sectores económicos, estas son:

- **Formación:** Programa mediante el cual se ofrecerá capacitación virtual a empresarios. Se espera beneficiar alrededor de 100 mil empresarios.
- **Centros TIC de Desarrollo Empresarial:** Programa mediante el cual se brindará acompañamiento y mentoría a las MiPyme para su digitalización, a través de centros físicos de atención. Se espera beneficiar alrededor de 10 mil empresarios.
- **Comercio electrónico (e-commerce):** Convocatorias mediante las cuales se apoyará la implementación del comercio electrónico por parte de los empresarios MiPyme en las líneas B2B (business to business) y B2C (business to consumer). Se espera beneficiar a veinte mil micro, pequeñas y medianas empresas.

- **Programa de incentivos al desarrollo de aplicaciones a la medida:** Articulación con programas del Ministerio TIC y proveedores IT, para que se incentive el desarrollo de aplicaciones a la medida de su sector o tamaño. Las aplicaciones serán usadas por los asesores de los Centros, en el proceso de digitalización de las MiPyme. Así mismo, se generarán espacios que conecten a las microempresas con los desarrolladores y sus servicios. Se espera incentivar el desarrollo de por lo menos 30 soluciones y/o proyectos.
- **Mentalidad y Cultura:** Esta línea de acción dinamiza la estrategia a partir de las acciones que se implementen para la transformación de las percepciones de los actores respecto a la tecnología. Se diseñará, implementará y evaluará un Plan de masificación de las demás líneas de acción, para la apropiación de las herramientas TIC y el desarrollo de una estrategia de comunicación de los proyectos en ejecución y sus resultados.

2.2.1.1. Objetivos del Componente:

- Diseñar e implementar una estrategia de articulación entre las líneas
- Definir e implementar acciones de Mentalidad y Cultura por cada línea de trabajo
- Definir indicadores de medición de Mentalidad y cultura de forma general y por línea de acción.
- Hacer seguimiento a las acciones de Mentalidad y cultura que ejecute para identificar los resultados vs. esfuerzo.
- Generar un estado del arte y la línea base sobre la cual se implementará el modelo de Mentalidad y cultura.
- Diseñar e implementar un Modelo base de mentalidad y cultura.

2.2.2. Componente 2: Transformación de las percepciones de los empresarios Mipyme, sus proveedores y sus clientes, con relación al uso de tecnología y disminución de las barreras con relación a implementación de tecnología.

Alude a las acciones dirigidas a los usuarios objetivos Mipyme, sus proveedores y clientes, para transformar positivamente percepciones con relación a la tecnología. Se incluyen en este componente proyectos de alianzas interinstitucionales para lograr beneficiar al mayor número de personas a través de las líneas de acción, análisis de las herramientas TIC que se desarrollen en el marco de la Estrategia, campañas disruptivas que posicionen el tema de transformación digital empresarial, ejercicios de innovación abierta y laboratorios ciudadanos, estrategia de comunicación en diversos canales y definición de mensajes..

2.2.2.1. Objetivos componente:

- Generar e implementar una estrategia de comunicación de los proyectos alineada con los mensajes y objetivos del Gobierno Nacional y el Ministerio TIC

- Generar e implementar una estrategia de masificación de las líneas de acción de la Estrategia Mipyme Vive Digital, para que la mayor cantidad de colombianos la conozca y pueda participar.
- Generar e implementar una estrategia de apropiación de herramientas TIC de acuerdo al público que integra las líneas de la Estrategia Mipyme Vive Digital.
- Generar e implementar alianzas que permitan ejecutar las iniciativas que se definan en el plan de acción de Mentalidad y Cultura.
- Fortalecer los canales de interacción y comunicación entre los diferentes actores del ecosistema MiPyme.
- Generar alianzas con medios de comunicación nacionales y regionales a través de contenidos televisivos, para una estrategia de sensibilización sobre la Mipymes y su transformación digital.
- Implementar dos (2) campañas de sensibilización presenciales y dos (2) virtuales sobre la importancia del empresario digital y transformación digital empresarial.
- Evaluar los resultados de las alianzas y las acciones desarrolladas a partir del Modelo de Mentalidad y Cultura.
- Impactar a través de las diferentes intervenciones, campañas, acciones y estrategias de Mentalidad y cultura a como mínimo 50 mil empresarios Mipyme.

2.3 PRODUCTOS DEL CONTRATO

A continuación, se presentan los productos que deberá entregar el contratista, estos deben ejecutarse de manera simultánea a partir del cronograma de ejecución que será propuesto por el proveedor y aprobado por MINTIC en la etapa de planificación. Sobre el avance en los productos se deberá rendir informe.

COMPONENTE	PRODUCTOS
Componente 1. Modelo de integración de las líneas de acción y estado del arte de la Estrategia Mipyme Vive Digital	<p data-bbox="821 1404 1385 1472">Estrategia de integración de las líneas de acción de MiPyme Vive Digital.</p> <ul data-bbox="873 1507 1385 1850" style="list-style-type: none"> • Definición de acciones comunes de trabajo en todas las líneas de acción y las particulares de Mentalidad y Cultura. • Protocolo de procesos y articulación de las líneas de acción de la Estrategia Mipyme Vive Digital. • Bateria de indicadores de medición de los procesos de mentalidad y cultura, y evaluación propuesta del plan de acción basada en los indicadores definidos.

	<p>Estado del Arte y modelo base del proceso Mentalidad y cultura</p> <ul style="list-style-type: none"> • Caracterización de los Actores del ecosistema Mipyme. • Informe que incluya: <ol style="list-style-type: none"> 1. Análisis de experiencias internacionales relacionadas con estrategias y campañas de Mentalidad y cultura en otros países. 2. Análisis de estudios e investigaciones relacionadas con Mipyme y Tecnología. • Modelo base de Mentalidad y Cultura. Comprende los principios y las líneas sobre las cuales deberán desarrollarse todas las estrategias y acciones encaminadas a masificar, comunicar y promover la apropiación de herramientas TIC.
<p>Componente 2. Transformar las percepciones de los empresarios Mipyme, sus proveedores y sus clientes, con relación al uso de tecnología y disminución de las barreras con relación a implementación de tecnología.</p>	<p>Masificación, comunicación y apropiación de la iniciativa de Mentalidad y Cultura</p> <ul style="list-style-type: none"> • Diseño e implementación de una estrategia para el fortalecimiento de canales digitales (Sitio Web, social media, mailing). • Diseño e implementación de una estrategia de comunicación de los proyectos producto de la Estrategia Mipyme, alineada con los mensajes y objetivos del Gobierno Nacional y el Ministerio TIC. • Diseño e implementación de una estrategia de masificación de las líneas de acción de la Estrategia Mipyme Vive Digital, para que la mayor cantidad de colombianos la conozca y pueda participar. • Diseño e implementación de una estrategia de apropiación de herramientas TIC generadas por la Iniciativa Mipyme Digital, de acuerdo al público que integra las líneas de acción. • Generar alianzas con medios de comunicación nacionales y regionales a través de contenidos televisivos, para una estrategia de sensibilización sobre la Mipymes y su transformación digital.

	<ul style="list-style-type: none"> • Implementación de dos (2) campañas de sensibilización presenciales y dos (2) virtuales sobre la importancia del empresario digital y transformación digital empresarial. • Participación de la Estrategia Mipyme en mínimo diez (10) eventos regionales donde se masifique y comunique las cuatro líneas de acción. • Documentación de cincuenta (50) casos de éxito de las MiPyme y su relación con la tecnología en formato video, texto y fotografía. • Base de datos de 50 mil empresarios Mipyme impactados a través de las diferentes intervenciones, campañas, acciones y estrategias de Mentalidad y cultura. La información de esta base de datos será tratada según la ley 1581 de 2012 y será para uso exclusivo de Mintic y sus programas y proyectos.
	<p>Modelo de alianzas diseñado e implementado</p>
	<ul style="list-style-type: none"> • Caracterización de organizaciones (agremiaciones, entidades territoriales, entidades educativas, etc.) que sean susceptibles de ser aliados en la masificación de la Estrategia Mipyme. • Modelo de alianzas para masificar la Estrategia Mipyme en el ecosistema MiPyme Vive Digital. • Generación e implementación de mínimo diez (10) alianzas que permitan ejecutar las iniciativas que se definan en el plan de acción de Mentalidad y Cultura. • Informe de resultados de las alianzas generadas y modelo de alianzas diseñado e implementado.

3. LUGAR DE PRESTACIÓN DEL SERVICIO

La ejecución del contrato será a nivel nacional teniendo como sede contractual la ciudad de Bogotá, D.C.

4. PLAZO PARA LA EJECUCIÓN

El plazo de ejecución del contrato será de hasta quince (15) meses, contados a partir del cumplimiento de los requisitos de perfeccionamiento y ejecución.

5. ANÁLISIS DE LAS CONDICIONES ECONÓMICAS DEL CONTRATO

5.1. SOPORTE DEL PRESUPUESTO ESTIMADO DEL CONTRATO O ACEPTACIÓN DE OFERTA COMERCIAL – PRESUPUESTO ESTIMADO (PE)

Se realizó un Estudio de Mercado que inició en el mes de diciembre de 2016 y terminó el 18 de enero de 2017 con el objetivo de realizar un sondeo de precios y condiciones del mercado para determinar el presupuesto estimado que pueda garantizar la calidad de los servicios a contratar.

De acuerdo al cronograma establecido se recibieron (4) cuatro respuestas al estudio de mercado de las siguientes entidades: Centro de Ciencia y Tecnología de Antioquia, Creativelab, Universidad Nacional-Facultad de Ingeniería, Vega y Jaramillo, los resultados se presentan a continuación:

DESCRIPCION COMPONENTES	CENRO DE CIENCIA Y TECNOLOGÍA DE ANTIOQUIA	CREATIVELAB	UNAL	VEGA & JARAMILLO
Estrategia de integración de las líneas de acción de MiPyme Vive Digital.	\$40.926.246	\$67.374.886	\$560.000.000	\$32.000.000
Estado del Arte y modelo base del proceso Mentalidad y cultura.	\$163.704.984	\$22.458.295	\$420.000.000	\$40.000.000
Masificación, comunicación y apropiación de la iniciativa de Mentalidad y Cultura y su integración en las líneas de acción de la Estrategia Mipyme Vive Digital.	\$613.893.690	\$89.833.181	\$1.262.125.000	\$700.000.000
Modelo de alianzas	\$153.473.423	\$22.458.295	\$530.000.000	\$300.000.000
	\$459.806.374,00	\$42.670.761,00	\$605.137.500,00	\$40.000.000
Varios (utilidad, imprevistos, impuestos)	\$51.157.808,00	\$0	0	\$75.955.208,00
Totales	\$1.482.962.525	\$244.795.418	\$3.377.262.500	\$1.187.955.208
Promedio				\$1.573.243.913

El promedio aritmético de las cuatro propuestas recibidas completas corresponde a \$1.573.243.913, para el caso del valor propuesto por la empresa CREATIVELAB, debe considerarse una propuesta por fuera del mercado, teniendo en cuenta que está desproporcionalmente alejada del promedio de las demás propuestas

En consecuencia, el valor mínimo de la contratación equivale a \$1.500.000.000 incluido IVA, de acuerdo con el presupuesto asignado para el Diseño, estructuración e implementación de un Plan de Acción de “Mentalidad y Cultura” que incluya componentes de comunicación, masificación y apropiación TIC con el objetivo de transformar percepciones de los empresarios MiPyme, sus proveedores y sus clientes, con relación al uso de tecnología para la productividad.

5.1.1 IMPUESTOS

El proponente deberá considerar en su oferta todos los costos correspondientes a impuestos, tasas, contribuciones o gravámenes que se causen con ocasión de la suscripción, legalización, ejecución y liquidación del contrato y demás que le apliquen.

Adicionalmente tendrá en cuenta, los costos de las pólizas incluidas en el numeral GARANTIAS del presente documento y todos los demás impuestos que se generen por la celebración de este contrato.

5.2 PERSONAL

El **CONTRATISTA** deberá suministrar y mantener para la ejecución del objeto contractual el personal mínimo solicitado o el que resulte pertinente con las dedicaciones necesarias, hasta la entrega del objeto del contrato, el cual deberá cumplir con las calidades técnicas o profesionales y la experiencia general y específica exigida.

5.2.1 PERSONAL MÍNIMO Y DEDICACIONES MÍNIMAS

El **CONTRATISTA** deberá presentar al interventor y/o supervisor del contrato, previo a la suscripción del acta de inicio, el personal mínimo requerido, el cual deberá tener dedicación necesaria para la ejecución del contrato, junto con los soportes correspondientes que acrediten las calidades y la experiencia general y específica de este personal. Lo anterior, deberá ser aprobado por el interventor y/o supervisor e informado a la entidad **CONTRATANTE**.

El contratista deberá contar con los siguientes perfiles:

Cant.	Cargo a desempeñar	Formación Académica	Experiencia General	Como / En:	Requerimiento Particular	Dedicación en el proyecto
1	Gerente de portafolio de proyectos	<p>Pregrado</p> <p>Profesional en áreas de la comunicación, mercadeo y marketing y/o ciencias sociales, ingeniería industrial y/o áreas relacionadas con Tecnologías de la Información.</p> <p>Posgrado</p> <p>Posgrado en Innovación y/o Gerencia de proyectos.</p>	8 Años	Cuatro (4) años de experiencia específica en coordinación y/o dirección de proyectos de masificación y/o apropiación de tecnologías de la información y las comunicaciones TIC, economía digital y/o proyectos relacionados con el sector de las Mipyme.	Certificación vigente como Project Management Professional del PMI. Esta certificación será opcional en el caso de que se acredite Posgrado en Gerencia de Proyectos.	100%
1	Profesional de apoyo administrativo de portafolio de proyectos	<p>Pregrado</p> <p>Administrador de empresas, profesional áreas de comunicación y mercadeo y/o ingeniero industrial.</p>	3 años	N/A	N/A	100%
1	Un (1) Líder de la estrategia de comunicaciones	Pregrado	5 años	Tres (3) años como líder o asesor en proyectos de masificación y/o apropiación de tecnología con diferentes públicos.	N/A	100%

Cant.	Cargo a desempeñar	Formación Académica	Experiencia General	Como / En:	Requerimiento Particular	Dedicación en el proyecto
		<p>Profesional en áreas de la comunicación, mercadeo y marketing y/o ciencias sociales y/o Ingeniero Industrial.</p> <p>Posgrado</p> <p>Posgrado en Comunicación y/o Innovación.</p>				
1	Un diseñador gráfico (1)	<p>Pregrado</p> <p>Diseñador gráfico y/o Diseñador industrial.</p> <p>Posgrado</p> <p>Posgrado en Comunicación o áreas afines al diseño web.</p>	3 años	Un (1) año de participación en proyectos de comunicación estratégica o relacionada con el uso de TIC.	N/A	100%
1	Un Estratega Digital – Community Manager (1)	<p>Pregrado</p> <p>Profesional en áreas de la comunicación, mercadeo y marketing y/o ciencias sociales y/o áreas relacionadas con Tecnologías de la Información.</p> <p>Posgrado</p> <p>Posgrado en Comunicación o áreas afines al diseño web.</p>	5 años	Dos (2) años de participación en proyectos de comunicación estratégica o relacionada con el uso TIC.	N/A	100%

Cant.	Cargo a desempeñar	Formación Académica	Experiencia General	Como / En:	Requerimiento Particular	Dedicación en el proyecto
1	Relacionista público	Profesional en áreas de la comunicación, mercadeo y marketing y/o ciencias sociales y/o áreas relacionadas con Tecnologías de la Información.	5 años	Dos (2) años de participación en proyectos de cooperación y/o generación de alianzas.	N/A	100%

El personal anteriormente descrito para el proyecto será de carácter obligatorio durante la ejecución del contrato, por lo cual, el (los) proponente (s) lo (s) deberá (n) tener en cuenta y considerar en su totalidad.

6. SISTEMA DE PAGO.

El sistema de pago del Contrato será por **PRECIO GLOBAL FIJO SIN FÓRMULA DE AJUSTE**. En consecuencia, el precio incluye todos los gastos, directos e indirectos derivados de la celebración, ejecución y liquidación del contrato. Por tanto, en el valor pactado se entienden incluidos, entre otros, los gastos de administración, salarios, prestaciones sociales e indemnizaciones del personal, incrementos salariales y prestacionales; desplazamientos, transporte, alojamiento y alimentación del equipo de trabajo mínimo del CONTRATISTA; desplazamiento, transporte y toda clase de equipos necesarios; honorarios y asesorías en actividades relacionadas con la ejecución de la Consultoría; computadores, licencias de utilización de software; la totalidad de tributos originados por la celebración, ejecución y liquidación del contrato; las deducciones a que haya lugar; la remuneración para el CONTRATISTA, imprevistos, y en general, todos los costos en los que deba incurrir el CONTRATISTA para el cabal cumplimiento de ejecución del contrato. LA CONTRATANTE no reconocerá, por consiguiente, ningún reajuste solicitado o realizado por el CONTRATISTA en relación con los costos, gastos o actividades adicionales que aquel requiera para la ejecución de la Consultoría y que fueron previsibles al momento de la presentación de la oferta.

7. MODALIDAD Y CRITERIOS DE SELECCIÓN

7.1 MODALIDAD

El presente proceso de selección se adelanta mediante la modalidad de selección de qué trata el numeral 4.5 “CONVOCATORIA PÚBLICA” del MANUAL OPERATIVO PATRIMONIO AUTÓNOMO DENOMINADO PA FINDETER PAF. El procedimiento a seguir será el previsto en el numeral 4.6 “ESTRUCTURA DE LOS PROCESOS DE CONVOCATORIA PÚBLICA Y PRIVADA”, del precitado manual.

7.2 CRITERIOS MINIMOS DE SELECCIÓN HABILITANTES

Se considerará como único requisito habilitante la Experiencia Específica del proponente en la forma descrita a continuación.

7.2.3 EXPERIENCIA ESPECÍFICA DEL PROPONENTE.

Se verificará que el proponente acredite experiencia específica, con la ejecución **MÍNIMO** tres (3) contratos y/o proyectos y hasta un máximo de cinco (5) contratos y/o proyectos cuya sumatoria sea igual o superior al 100% del valor del presupuesto estimado, los cuales deberán haber iniciado y finalizado dentro de los últimos ocho (8) años contados a partir de la fecha de cierre de la presente convocatoria; con el cumplimiento de las siguientes condiciones:

- Los contratos aportados deberán sumar, en su conjunto, un valor igual o superior a UNA (1) vez el valor del Presupuesto Estimado – PE, expresado en SMMLV.
- **Los Contratos aportados deben acreditar** en su objeto y/o alcance como mínimo las siguientes actividades:

Campañas de sensibilización: El proponente debe certificar su experiencia habilitante presentando como mínimo dos (2) contratos y/o proyectos ejecutados, cuyo objeto, alcance u obligaciones comprendan o incluyan el diseño o desarrollo de campañas de sensibilización sobre uso de tecnología y/o desarrollo empresarial.

Estrategias de comunicación masiva: El proponente debe certificar su experiencia habilitante presentando como mínimo dos (2) contratos y/o proyectos ejecutados, cuyo objeto, alcance u obligaciones comprendan o incluyan el diseño y/o el desarrollo de Estrategias de comunicaciones.

Innovación: El proponente debe certificar su experiencia habilitante presentando como mínimo tres (3) contratos y/o proyectos ejecutados, cuyo objeto, alcance u obligaciones comprendan el desarrollo de procesos de o para la Innovación.

8. LICENCIAS, PERMISOS Y AUTORIZACIONES APLICABLES

El contratista deberá entregar un documento que especifique la propiedad intelectual, sobre los productos, bienes y/o servicios contratados, derechos de autor, y derechos de explotación – Este documento debe hacer parte de la propuesta técnica presentada.

9. CONDICIONES DEL CONTRATO

9.1 FORMA DE PAGO

La prestación del servicio se pagará de acuerdo a los avances en la implementación del cronograma que incluye:

PRODUCTOS	PLAZO DE ENTREGA	% VALOR TOTAL DEL CONTRATO
<p>Componente 1. 1.1 Estrategia de integración de las líneas de acción de Mipyme Vive Digital --> Avance del 50% 1.2 Estado del arte y modelo base del proceso de Mentalidad y Cultura --> Avance del 50%</p> <p>Este pago se efectuará contra entrega del producto.</p>	Hasta mes 1	10%
<p>Componente 1. 1.1 Estrategia de integración de las líneas de acción de Mipyme Vive Digital --> Avance del 80% 1.2 Estado del arte y modelo base del proceso de Mentalidad y Cultura --> Avance del 80%</p> <p>Componente 2. Informe de planeación y entrega de los productos del Componente 2</p> <p>Este pago se efectuará contra entrega del producto.</p>	Hasta mes 3	20%
<p>Componente 1. --> Avance del 100%</p> <p>Componente 2. 2.1 Masificación, comunicación y apropiación de la iniciativa de Mentalidad y Cultura --> Avance del 30%</p> <p>Este pago se efectuará, contra entrega del producto.</p>	Hasta mes 6	20%
<p>Componente 2. 2.1 Masificación, comunicación y apropiación de la iniciativa de Mentalidad y Cultura --> Avance del 50% 2.2 Modelo de alianzas diseñado e implementado --> Avance del 20%</p> <p>Este pago se efectuará, contra entrega del producto.</p>	Hasta mes 9	15%
<p>Componente 2. 2.1 Masificación, comunicación y apropiación de la iniciativa de Mentalidad y Cultura --> Avance del 75% 2.2 Modelo de alianzas diseñado e implementado --> Avance del 50%</p> <p>Este pago se efectuará, contra entrega del producto.</p>	Hasta mes 12	15%
<p>Componente 2. 2.1 Masificación, comunicación y apropiación de la iniciativa de Mentalidad y Cultura --> Avance del 100% 2.2 Modelo de alianzas diseñado e implementado --> Avance del 100%</p>	Hasta mes 15	20%

PRODUCTOS	PLAZO DE ENTREGA	% VALOR TOTAL DEL CONTRATO
Informe final del contrato con la totalidad de los productos de los Componentes 1 y 2. Este pago se efectuará, contra entrega del producto informe final.		

Para aprobación de cada solicitud de pago se deberá presentar:

- Soporte o informe presentado al supervisor de los entregables y copia del informe de gestión.
- Registro documental donde se pueda constatar la realización de las actividades propuestas. Para efectos de agilidad en el pago, dichos informes se entregarán en medio digital, sin perjuicio de la obligación de hacer llegar copias físicas a la supervisión y a LA CONTRATANTE de la versión finalmente aprobada, incluso después de realizado el pago.
- Parafiscales. Este requisito aplicará únicamente para el personal del contratista en Colombia. En caso de no contar con personal domiciliado en Colombia tener el requisito no aplicará.
- Previo a la realización de todos y cada uno de los pagos se deberá contar con el Visto Bueno del SUPERVISOR PARA PAGOS.

9.2 OBLIGACIONES DEL CONTRATISTA

9.2.1 OBLIGACIONES GENERALES

Considerando el alcance de las actividades a desarrollar en el proyecto, la Vicepresidencia Técnica - Gerencia TIC, considera conveniente incorporar las siguientes obligaciones generales:

- Dar cumplimiento a cada una de las actividades y obligaciones descritas en el alcance del presente documento.
- Presentar toda la información requerida por la INTERVENTORIA o LA CONTRATANTE de conformidad con el Manual de INTERVENTORIA.
- Ejecutar el CONTRATO con todos los elementos necesarios para el cabal cumplimiento del mismo.
- Adelantar las actividades necesarias para dar cumplimiento al contrato, presentando un plan de trabajo y una programación para la ejecución del contrato, los cuales serán revisados y aprobados por la Interventoría con la suscripción del acta de inicio del contrato. Lo anterior representado de acuerdo a los instrumentos definidos por la metodología de gestión de Proyectos PMI, identificando actividades asociadas a los productos entregables concretos, duración, relaciones de precedencia entre actividades, y definición de la ruta crítica del proyecto.
- Atender las observaciones que se realicen a sus actividades en un plazo no mayor a 10 días hábiles, después de ser notificado.

- Acreditar que se encuentra al día en el pago de aportes parafiscales relativos al Sistema de Seguridad Social Integral, así como los propios al Servicio Nacional de Aprendizaje - SENA, Instituto Colombiano de Bienestar Familiar – ICBF y las Cajas de Compensación Familiar, cuando corresponda, o Certificar el pago de los aportes de Pensión, Riesgos Laborales y de Caja de Compensación Familiar, y del CREE por encontrarse en los supuestos establecidos en la Reforma Tributaria (Ley 1607 de 2012 – Decreto 1828 de 2013), de todo el personal vinculado directamente a la consultoría, incluido el personal independiente que preste sus servicios para la ejecución de la consultoría.
- Suscribir las garantías para amparar el contrato, conforme a lo indicado.
- Responder, sin perjuicio de la respectiva garantía, por el cumplimiento y calidad de los servicios prestados, por el término previsto en el presente contrato.
- Responder ante terceros por los daños que se ocasionen y que provengan de causas que le sean imputables.
- Salvaguardar la información confidencial que obtenga o conozca en el desarrollo de sus actividades salvo requerimiento expreso de Autoridad competente.
- Entregar al SUPERVISOR del control de ejecución del contrato, el informe sobre las actividades ejecutadas, los informes que se soliciten sobre cualquier aspecto y/o resultados obtenidos en cada actividad encomendada cuando así se requiera.
- Suministrar personal conforme a lo establecido en el numeral 4.2.1 PERSONAL MINIMO Y DEDICACIONES MINIMAS del documento de estudios previos.
- Informar a la INTERVENTORIA de cualquier cambio de personal que el CONTRATISTA proponga, verificando que el trabajador o profesional nuevo cuente con iguales o superiores condiciones a las ofertadas por el CONTRATISTA, el cual deberá contar con previa aprobación de la INTERVENTORÍA y del SUPERVISOR DEL CONTRATO.
- Mantener el personal ofrecido, el cuál fue aprobado previo a la firma del acta de inicio del CONTRATO DE INTERVENTORÍA.
- Estudiar, cumplir y conocer la organización y normatividad vigente de la CONTRATANTE, para su aplicación en el CONTRATO en especial lo establecido en el Manual Operativo del Patrimonio Autónomo.
- Presentar a LA CONTRATANTE las modificaciones técnicas en procedimientos que sean convenientes para resolver problemas que pueden afectar el desarrollo del contrato, previo visto bueno de la INTERVENTORIA.
- Cumplir y atender las instrucciones impartidas por la CONTRATANTE y el CONTRATISTA DE INTERVENTORÍA, que en materia jurídica y legal se formulen.

Todas la que le apliquen para garantizar la ejecución del CONTRATO.

9.2.2 OBLIGACIONES ESPECÍFICAS

El Diseño, estructuración e implementación del Plan de Acción de “Mentalidad y Cultura” que incluya componentes de comunicación, masificación y apropiación TIC con el objetivo de transformar percepciones de los empresarios MiPyme, sus proveedores y sus clientes, con relación al uso de tecnología para la productividad, comprende el cumplimiento de las obligaciones que se describen a continuación y que se encuentran divididas en sus dos componentes:

1. **Componente 1. Modelo de integración de las líneas de acción y estado del arte de la Estrategia Mipyme Vive Digital**
 - 1.1 Diseñar e implementar una estrategia de articulación entre las líneas.
 - 1.2 Definir implementar acciones de Mentalidad y cultura por cada línea de trabajo.
 - 1.3 Definir indicadores de medición de Mentalidad y cultura de forma general y por línea de acción.
 - 1.4 Hacer seguimiento a las acciones de Mentalidad y cultura que ejecute para identificar los resultados vs. esfuerzo.
 - 1.5 Generar un estado del arte y la línea base sobre la cual se implementará el modelo de Mentalidad y cultura.
 - 1.6 Diseñar e implementar un modelo base de Mentalidad y cultura.
2. **Componente 2. Mejora en las percepciones de los empresarios Mipyme, sus proveedores y sus clientes, con relación al uso de tecnología y disminución de las barreras con relación a implementación de tecnología.**
 - 2.1 Diseñar e implementar una estrategia para el fortalecimiento de canales digitales.
 - 2.2 Diseñar e implementar una estrategia de comunicación de los proyectos generados por la iniciativa Mipyme, alineada con los mensajes y objetivos del Gobierno Nacional y el Ministerio TIC.
 - 2.3 Diseñar e implementar una estrategia de apropiación de herramientas TIC, generadas por la Iniciativa Mipyme Digital de acuerdo al público que integra las líneas de la Estrategia Mipyme Vive Digital.
 - 2.4 Implementación de dos (2) campañas de sensibilización presenciales y dos (2) virtuales sobre la importancia del empresario digital y transformación digital empresarial.
 - 2.5 Generar alianzas con medios de comunicación nacionales y regionales, a través de contenidos televisivos, una estrategia de sensibilización sobre las Mipyme y su transformación digital.
 - 2.6 Garantizar la Participación de la Estrategia Mipyme en mínimo diez (10) eventos regionales donde se masifique y comunique las cuatro líneas de acción.
 - 2.7 Documentar 50 casos de éxito de las MiPyme y su relación con la tecnología en formato video, texto y fotografía.

- 2.8 Sistematizar en una Base de datos, la información de 50 mil empresarios Mipyme impactados a través de las diferentes intervenciones, campañas, acciones y estrategias de Mentalidad y Cultura.
- 2.9 Caracterizar las organizaciones (agregaciones, entidades territoriales, entidades educativas, etc.) que sean susceptibles de ser aliados en la masificación de la Estrategia Mipyme.
- 2.10 Elaborar un modelo de alianzas para masificar la Estrategia Mipyme en el ecosistema MiPyme Vive Digital.
- 2.11 Generar e implementar un mínimo de diez (10) alianzas que permitan ejecutar las iniciativas que se definan en el plan de acción de Mentalidad y Cultura.
- 2.12 Presentar el informe final de resultados de las alianzas generadas.

10. INTERVENTORÍA

La Interventoría será ejecutada por la persona natural o jurídica que designe LA CONTRATANTE para tal fin, lo cual será oportunamente informado al CONTRATISTA. El interventor desempeñará las funciones previstas en el Contrato de Interventoría.

El CONTRATISTA, con el objeto de garantizar el adecuado seguimiento y control de sus actividades, está en la obligación de conocer las disposiciones del Contrato de Interventoría Integral.

11. GARANTÍAS

11.1 GARANTÍA DE SERIEDAD

El proponente sea persona natural o jurídica, nacional o extranjera, deberá constituir a su costa y presentar con su oferta una garantía de seriedad de la propuesta expedida por una Compañía de Seguros legalmente establecida y autorizada para funcionar en Colombia, a favor de entidades particulares, así:

La garantía de seriedad de la propuesta se debe constituir en los siguientes términos:

1. Fecha de Expedición: La fecha de expedición de la garantía presentada inicialmente con la propuesta deberá ser igual o anterior a la fecha y hora señalada para el cierre del presente proceso.
2. Amparos de la Garantía de Seriedad: La Garantía de Seriedad deberá cubrir los perjuicios derivados del incumplimiento del ofrecimiento.
3. Valor asegurado: La Garantía de Seriedad deberá ser equivalente al 10% del valor total del presupuesto del proyecto.
4. Vigencia: La Garantía de Seriedad deberá tener una vigencia de cuatro (4) meses contados a partir de la fecha prevista para el cierre del proceso y en caso de la prórroga del cierre, deberá constituirse a partir de la nueva fecha del cierre.
5. Asegurado/Beneficiario: El asegurado/beneficiario es el PATRIMONIO AUTÓNOMO DENOMINADO PA FINDETER PAF NIT 830.053.105-3
6. Tomador/Afianzado: La Garantía de Seriedad deberá tomarse con el nombre del proponente como figura en el documento de identidad y tratándose de consorcio o unión temporal a nombre de éste y no de su representante legal y deberá indicar los integrantes del mismo y su porcentaje de participación según conste en el documento de constitución.
7. Se debe aportar el soporte de pago de la prima correspondiente. No es de recibo la certificación de No

expiración por falta de pago ni soporte de transacción electrónica.

Con la presentación oportuna de la propuesta, se entiende que la misma es irrevocable y que el proponente mantiene vigentes todas las condiciones durante toda la vigencia de la póliza, incluidas las prórrogas de los plazos que llegaren a presentarse de acuerdo con los términos de referencia y sus respectivas adendas.

Cuando no se allegue la garantía de seriedad de la propuesta y/o esta no contenga los requerimientos de los términos de referencia, el proponente deberá aclarar o subsanar los mismos y remitir las modificaciones dentro del término perentorio que para el efecto fije la entidad CONTRATANTE, so pena de rechazo de la propuesta si no cumple.

Los proponentes no favorecidos con la adjudicación del contrato, una vez finalizado el proceso de selección, podrán presentar petición suscrita por el representante legal para que se le devuelva el original de la garantía de seriedad de la oferta.

11.2 GARANTIA DE CUMPLIMIENTO

Con el objeto de respaldar el cumplimiento de todas y cada una de las obligaciones que surjan a cargo del CONTRATISTA DE CONSULTORÍA frente a la entidad, por razón de la celebración y ejecución del contrato, el estudio previo efectuado y la previsión de los posibles riesgos en la ejecución del mismo, el contratista deberá constituir las garantías a favor de Entidades Particulares “PATRIMONIO AUTÓNOMO DENOMINADO PA FINDETER PAF”, expedidas por una compañía de seguros legalmente constituida en Colombia, cuya póliza matriz se encuentre aprobada por la Superintendencia Financiera con los siguientes amparos, cobertura y vigencia:

11.3 GARANTÍAS PARA AMPARAR EL CONTRATO:

AMPARO	COBERTURA DE LA GARANTÍA	VIGENCIA
Cumplimiento del contrato	30% del valor del Contrato	Vigente por el plazo de ejecución del contrato y cuatro (4) meses mas
De Salarios, prestaciones sociales e indemnizaciones laborales	20% del valor del Contrato	Vigente por el plazo de ejecución del contrato y tres (3) años más.
Calidad del Servicio	30% del valor del Contrato	Vigente por tres (3) años desde la fecha de suscripción del acta de recibo final del contrato

La aprobación de las garantías por parte del Patrimonio Autónomo denominado PA FINDETER PAF es requisito previo para el inicio de la ejecución del contrato, razón por la cual, ningún contrato en el que se haya previsto la existencia de garantías podrá iniciar su ejecución sin la respectiva aprobación de estas.

Las garantías deberán aportarse para su aprobación acompañadas de los respectivos anexos y soportes de la misma y el respectivo soporte de pago de la prima correspondiente. No es de recibo la certificación de No expiración por falta de pago.

11.4 CLÁUSULA DE GESTIÓN DE RIESGOS

La Entidad considera necesario incluir el requisito de gestión de riesgos para el contratista en los siguientes términos:

GESTIÓN DE RIESGOS.

El Contratista previamente a la celebración del contrato ha hecho sus propios cálculos y estimaciones, con base en los cuales ha dimensionado su oferta. Tales estimaciones y cálculos deben haber considerado el contexto en el cual se ejecutará el contrato, así como todos los fenómenos, que puedan afectar la ejecución del contrato. En la ejecución del contrato, el Contratista se obliga a realizar todas las actividades y buenas prácticas que dicta el estado del arte en el campo del objeto contractual, con el fin de realizar la gestión de los riesgos que puedan afectar la ejecución del contrato. Dicha gestión debe contemplar como mínimo las siguientes actividades:

- a) La identificación de los riesgos
- b) El análisis cuantitativo y cualitativo mediante el cual estime la probabilidad y la consecuencia de la ocurrencia de los riesgos identificados, así como la priorización de cada uno de ellos.
- c) Realizar el respectivo plan de respuesta a los riesgos identificados, en el que se determinen las acciones que se ejecutarán con el fin de mejorar las oportunidades y reducir las amenazas que se originen en los riesgos identificados.
- d) Realizar las actividades de monitoreo y control aplicables con base en la priorización de riesgos realizada, con lo cual determinará si hay cambios en la priorización de los riesgos, si han surgido nuevos riesgos frente a los inicialmente identificados, como también si las acciones definidas en el plan de respuesta al riesgo evidencian la efectividad prevista.

Para la realización de la gestión de riesgos descrita, el Contratista deberá presentar a FINDETER para su aprobación un documento que contenga la siguiente información como mínimo:

- i) Un plan de Gestión del Riesgo que debe incluir la metodología que utilizará, los roles y responsabilidades del equipo de trabajo con relación a la gestión del riesgo, la categorización que utilizará para priorizar los riesgos, la periodicidad con la que realizará las actividades de gestión de los riesgos durante la ejecución del contrato, las escalas de probabilidad y consecuencia y la matriz de riesgos con las que realizará los análisis cualitativos y cuantitativos de los riesgos, así como la política de gestión de riesgos a partir de la cual el Contratista determina la tolerancia al riesgo que da lugar a la activación de las acciones de gestión de los riesgos.
- ii) Un Registro de Riesgos que debe incluir los riesgos identificados, las posibles respuestas, las causas de los riesgos, así como la calificación de los riesgos de acuerdo con la categorización definida en el Plan de Gestión del Riesgo.
- iii) Un Plan de Respuesta de Riesgos que debe incluir las acciones previstas para mitigar los riesgos incluidos en el Registro de Riesgos.

12. TIPIFICACIÓN, ESTIMACIÓN Y ASIGNACIÓN DE LOS RIESGOS PREVISIBLES QUE PUEDAN AFECTAR EL EQUILIBRIO ECONÓMICO DEL CONTRATO

Conocer los riesgos que afectarían este proyecto, tanto en aspectos favorables como adversos, contribuye a asegurar los fines que el estado persigue con la contratación. Con este propósito se ha preparado el documento

del Anexo 1, el cual permite revelar aspectos que deben ser considerados en la adecuada estructuración de ofertas y planes de contingencia y continuidad de la consultoría a contratar.

13. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Para efectos de la evaluación de los factores de escogencia se considerarán únicamente las propuestas HÁBILES, es decir aquellas que cumplan la totalidad de los requisitos habilitantes para la participación en el presente proceso.

En consecuencia, los proponentes NO HABILITADOS en los criterios habilitantes, NO SE EVALUARÁN NI SE TENDRÁN EN CUENTA SUS OFERTAS.

La suma de los factores de experiencia adicional del proponente, más la Oferta Adicional, más la Propuesta Económica, comprenden los factores de calificación de la propuesta, la cuales darán como resultado un valor máximo de 100 puntos calculados.

FACTOR DE CALIFICACIÓN	PUNTAJE
Experiencia adicional	20 Puntos
Oferta adicional	70 Puntos
Propuesta Económica	10 Puntos
TOTAL	100 Puntos

13.1. EVALUACIÓN EXPERIENCIA ADICIONAL EN DESARROLLO DE ESTRATEGIAS DE SENZIBILIZACIÓN, COMUNICACIÓN, MASIFICACIÓN Y APROPIACIÓN DE TECNOLOGÍA. PUNTAJE MAXIMO 20 PUNTOS

Adicionalmente a las certificaciones presentadas por el proponente para el cumplimiento de los requisitos habilitantes, la experiencia adicional se evaluará de la siguiente manera:

PUNTAJE	REQUISITO
Un (1) contrato y/o proyecto otorga 10 PUNTOS	El proponente debe acreditar experiencia en contratos y/o proyectos, ejecutados durante los últimos ocho (8) años, en la siguiente(s) actividad(es): <ul style="list-style-type: none"> El desarrollo y/o implementación de estrategias de sensibilización, comunicación, masificación, y/o apropiación, relacionadas con el uso de la tecnología
Dos (2) contratos y/o proyectos otorgan 15 PUNTOS	
Tres (3) ó más contratos y/o proyectos otorgan 20 PUNTOS.	

Nota: Las certificaciones solicitados anteriormente, deben ser diferentes a los presentados como parte de los requisitos habilitantes

En consecuencia, para que un proponente pueda obtener el máximo puntos a otorgar en este numeral, debe presentar un máximo de tres (3) contratos que cumplan con las condiciones y características antes mencionadas.

Es responsabilidad de cada proponente identificar y señalar claramente la experiencia que se pretende acreditar con los contratos presentados.

Findeter se reserva el derecho de consultar la veracidad de la información suministrada por el proponente y en su defecto utilizará los medios idóneos que le permitan realizar tal consulta.

Los contratos y/o certificaciones de contratos presentadas deben ser legibles, en idioma español y/o inglés, y debidamente firmado por las partes. En caso de no presentarse en debida forma, Findeter podrá tomarlo como no válidos.

13.2 OFERTA ADICIONAL

El proponente puede realizar una oferta adicional en licenciamiento, funcionamiento y soporte de la plataforma, SIN NINGÚN COSTO ADICIONAL AL PRESUPUESTO DE LA CONVOCATORIA.

PUNTAJE	REQUERIMIENTO
Implementación de una (1) campaña de sensibilización presencial adicional Hasta 20 puntos	El proponente que implemente una campaña de sensibilización presencial más, sin ningún costo adicional al presupuesto de la convocatoria.
Participación de la Estrategia Mipyme Vive Digital en diez (10) eventos regionales adicionales. Hasta 30 puntos	El proponente que ofrezca la participación en diez (10) eventos regionales más donde se masifique y comunique las cuatro líneas de acción de la estrategia MiPyme Vive Digital, sin ningún costo adicional al presupuesto de la convocatoria.
Generación e implementación de diez (10) alianzas regionales que permitan ejecutar las iniciativas que se definan en el plan de acción de Mentalidad y Cultura. Hasta 20 puntos	El proponente que ofrezca la generación de diez (10) alianzas regionales más a las estipuladas en los productos del componente dos (2), sin ningún costo adicional al presupuesto de la convocatoria.

13.3 PROPUESTA ECONÓMICA

Se seleccionará el método de ponderación de la propuesta económica de acuerdo con los siguientes métodos:

NÚMERO	MÉTODO
1	Media aritmética
2	Media aritmética alta
3	Media geométrica
4	Menor valor

Para la determinación del método se tomarán hasta las centésimas de la Tasa de Cambio Representativa del Mercado (TRM) que rija para el segundo día hábil siguiente a la fecha de vencimiento del plazo establecido para presentar observaciones al informe de evaluación económica, de conformidad con las fechas previstas en el cronograma de esta convocatoria, de acuerdo a los rangos establecidos en el cuadro que se presenta a continuación:

RANGO (INCLUSIVE)	NÚMERO	MÉTODO
De 00 a 24	1	Media aritmética
De 25 a 49	2	Media aritmética alta
De 50 a 74	3	Media geométrica
De 75 a 99	4	Menor valor

Nota: Esta TRM se tomará del sitio web del Banco de la República de Colombia, http://www.banrep.gov.co/series-estadisticas/see_ts_trm.htm#cotización.

a. MEDIA ARITMÉTICA

Consiste en la determinación del promedio aritmético de las propuestas económicas válidas y la asignación de puntos en función de la proximidad de las propuestas a dicho promedio aritmético, como resultado de aplicar las siguientes fórmulas:

$$\bar{X} = \sum_{i=1}^n \frac{x_i}{n}$$

Dónde:

\bar{X} = Media aritmética

x_i = Valor total corregido de la propuesta i

n = Número total de las propuestas válidas presentadas

Ponderación de las propuestas por el método de la media aritmética.

Obtenida la media aritmética se procederá a ponderar las propuestas de acuerdo con la siguiente fórmula:

$$\text{Puntaje } i = \begin{cases} 100 \times \left(1 - \left(\frac{\bar{X} - V_i}{\bar{X}} \right) \right) & \text{para valores menores o iguales a } \bar{X} \\ 100 \times \left(1 - 2 \left(\frac{|\bar{X} - V_i|}{\bar{X}} \right) \right) & \text{para valores mayores a } \bar{X} \end{cases}$$

Dónde:

\bar{X} = Media aritmética.

V_i = Valor total de cada una de las Ofertas i , sin decimales

i = Número de oferta.

En el caso de propuestas con valores mayores a la media aritmética se tomará el valor absoluto de la diferencia entre la media aritmética y el valor de la propuesta, como se observa en la fórmula de ponderación.

b. MEDIA ARITMÉTICA ALTA

Ponderación de las propuestas por el método de la media aritmética alta.

Consiste en la determinación de la media aritmética entre el valor total sin decimales de la propuesta válida más alta y el promedio aritmético de las propuestas válidas y la asignación de puntos en función de la proximidad de las propuestas a dicha media aritmética, como resultado de aplicar las siguientes fórmulas:

$$\bar{X}_A = \frac{V_{\max} + \bar{X}}{2}$$

Dónde:

\bar{X}_A = Media aritmética alta.

\bar{X} = Media aritmética.

V_{\max} = Valor total corregido de la propuesta más alta dentro del rango comprendido entre la media aritmética y el presupuesto de la presente convocatoria

Obtenida la media aritmética alta se procederá a ponderar las propuestas de acuerdo con la siguiente fórmula:

$$\text{Puntaje } i = \begin{cases} 100 \times \left(1 - \left(\frac{\bar{X}_A - V_i}{\bar{X}_A} \right) \right) & \text{para valores menores o iguales a } \bar{X}_A \\ 100 \times \left(1 - 2 \left(\frac{|\bar{X}_A - V_i|}{\bar{X}_A} \right) \right) & \text{para valores mayores a } \bar{X}_A \end{cases}$$

Dónde:

\bar{X}_A = Media aritmética alta.

V_i = Valor total corregido de cada una de las propuestas / habilidades.

i = Número de propuesta

En el caso de propuestas con valores mayores a la media aritmética alta se tomará el valor absoluto de la diferencia entre la media aritmética alta y el valor de la propuesta, como se observa en la fórmula de ponderación.

c. MEDIA GEOMÉTRICA

Ponderación de las propuestas por el método de la media geométrica. El cálculo de la media geométrica de obtendrá mediante la siguiente fórmula:

$$\bar{G} = \sqrt[n]{P_1 * P_2 * \dots * P_n}$$

Dónde:

\bar{G} = Media Geométrica.

n = Número de propuestas económicas válidas.

P_i = Valor de la propuesta económica corregida del proponente i

Establecida la media geométrica se procederá a determinar el puntaje para cada proponente mediante el siguiente procedimiento:

C.1. Ponderación de las propuestas por el método de la media geométrica:

Obtenida la media geométrica, se procederá a ponderar las propuestas de acuerdo con la siguiente fórmula:

$$\text{Puntaje } i = \begin{cases} 100 \times \left(1 - \left(\frac{\bar{G} - V_i}{\bar{G}} \right) \right) & \text{para valores menores o iguales a } \bar{G} \\ 100 \times \left(1 - 2 \cdot \left(\frac{|\bar{G} - V_i|}{\bar{G}} \right) \right) & \text{para valores mayores a } \bar{G} \end{cases}$$

Dónde:

\bar{G} = Media Geométrica.

V_i = Valor total corregido de cada una de las propuestas i habilitadas.

i = Número de propuesta.

En el caso de propuestas económicas con valores mayores a la media geométrica se tomará el valor absoluto de la diferencia entre la media geométrica y el valor de la propuesta, como se observa en la fórmula de ponderación.

- d. **MENOR VALOR** Consiste en establecer la propuesta económica de menor valor y la asignación de puntos en función de la proximidad de las propuestas a dicha Oferta de menor valor, como resultado de aplicar las fórmulas que se indican en seguida. Para la aplicación de este método el grupo evaluador procederá a determinar el menor valor de las propuestas habilitadas y se procederá a la ponderación, de acuerdo con la siguiente fórmula:

D.1. Ponderación de las propuestas por el método del menor valor:

Obtenido el menor valor se procederá a ponderar las propuestas de acuerdo con la siguiente fórmula:

$$\text{Puntaje } i = \left(\left(\frac{100 * V_{MIN}}{V_i} \right) \right)$$

Dónde:

V_{MIN} = Valor total corregido de la propuesta con el valor más bajo dentro de las propuestas habilitadas

V_i = Valor total corregido de cada una de las propuestas i que se encuentran por encima de V_{MIN} , y que fueron habilitadas.

i = Número de propuesta.

Para todos los métodos descritos se tendrá en cuenta hasta el séptimo (7°) decimal del valor obtenido como puntaje.

13.4 CONSIDERACIONES REFERENTES A LA PRESENTACIÓN DE LA PROPUESTA ECONÓMICA

- El valor propuesto deberá expresarse en pesos colombianos. Este valor deberá discriminar cada uno de los componentes y actividades a realizar y cubrir todos los conceptos de costos en que deba incurrirse para la ejecución total del contrato resultante de este proceso de selección, incluyendo, todos los impuestos gravámenes, costos (directos e indirectos), los imprevistos y la utilidad esperada. Los incrementos, alzas o ajustes por cambio de año (IPC), no serán sujetos de modificación alguna, por tanto no habrá lugar a reclamaciones por este concepto.
- El oferente debe ajustar al peso los precios ofertados. En todo caso los valores de los precios propuestos y corregidos no podrán exceder el 100% o ser inferiores al 80% del presupuesto establecido, si no cumple lo anterior, la propuesta será rechazada.
- Para la determinación del monto de la propuesta económica, el oferente deberá tener en cuenta la fecha fijada por Findeter para la suscripción del contrato, así como su tiempo de ejecución.
- Findeter verificará que las ofertas económicas presentadas no contengan errores aritméticos y si es procedente, efectuará la rectificación de los errores que encuentre.
- Si existiere discrepancia entre letras y cifras, prevalecerá el monto expresado en letras.
- En caso de error en la suma de la lista de cantidad y valor, el resultado total correcto será el que se obtenga de revisar dichas sumas.
- En el caso en que de las correcciones efectuadas en la propuesta económica se derivara(n) alguna(s) modificación(es) en el valor de las oferta(s) que implique que esta supere el valor máximo a contratar para la presente oferta, o es inferior al ochenta por ciento (80%) del presupuesto estimado para la consultoría, la propuesta se RECHAZARÁ de plano. Igualmente se RECHAZARÁ de plano si de las correcciones efectuadas a la propuesta económica se derivara(n) alguna(s) modificación(es) en el valor propuesto que integra el presente proceso de selección y que implique que esta supere el valor máximo del presupuesto estimado o es inferior al ochenta por ciento (80%) de dicho presupuesto.
- Las correcciones efectuadas se identificarán y se relacionaran en el acta de calificación. En el caso en que el proponente, cuya propuesta haya sido objeto de corrección aritmética, ocupe el primer orden de elegibilidad, y este, a más tardar al día hábil siguiente al de la comunicación de la Selección, no aceptare, se procederá a realizar la adjudicación al siguiente en el orden de elegibilidad. Igual procedimiento aplicará en el evento en que la propuesta siguiente en orden de elegibilidad también haya sido objeto de corrección aritmética.

Consolidadas las evaluaciones del componente técnico y económico, y definida la puntuación obtenida, se sumarán los puntos asignados por proponente (es decir experiencia específica del proponente + Oferta adicional + Propuesta Económica).

En cada uno de los casos las propuestas se ordenarán en orden descendente desde la propuesta que obtuvo el mayor puntaje hasta la de menor puntaje, para definir el orden de elegibilidad. Será ganador el proponente que alcance el mayor puntaje de los cien (100) puntos disponibles así:

CRITERIOS PUNTUABLES Y DE OFERTA ADICIONAL	Puntajes
Experiencia adicional	20 Puntos
Oferta adicional	70 Puntos
Propuesta Económica	10 Puntos
TOTAL	100 Puntos

14. GLOSARIO

App: Tipo de programa informático diseñado como herramienta para permitir a un usuario realizar diversos tipos de trabajos.

ATL: “above the line” o publicidad sobre la línea, es el tipo de publicidad que utiliza medios publicitarios convencionales para llegar a una audiencia más amplia.

B2B: *Business-to-business* (B2B) es la transmisión de información referente a transacciones comerciales, normalmente utilizando tecnología.

B2C: Es la abreviatura de la expresión *Business-to-Consumer* («del negocio al consumidor», en inglés).

BTL: Técnica publicitaria “*below the line*” Consiste en el empleo de formas no masivas de comunicación para mercadeo dirigidas a segmentos de mercado específicos.

E- Commerce: comercio electrónico o bien negocios por Internet o negocios online, consiste en la compra y venta de productos o de servicios a través de medios electrónicos, tales como Internet y otras redes informáticas.

MiPyme: Micro, Pequeñas y Medianas Empresas

MiPyme Vive Digital: Es la iniciativa del Ministerio TIC que promueve la transformación de los modelos de negocio de las Mipyme colombianas a partir del uso estratégico de la tecnología. Buscamos que las empresas del país pasen del Internet del consumo, al Internet de la productividad y emprendan la ruta digital.

Modelo de Madurez Digital: El Ministerio TIC desarrolló un Modelo que parte de la idea en que una empresa debe revisar e intervenir con tecnología sus procesos empresariales: Dirección, Administración, Operación y Ventas. En la medida en que estos procesos sean intervenidos, una empresa podrá digitalizarse gradualmente,

recorriendo la ruta digital que inicia en el nivel 1.0 (Adoptan las soluciones y logran bajo impacto) y va hasta el 4.0 (Lideran haciendo la diferencia para ellos y otros).

Se anexan los siguientes documentos: CDP, matriz de riesgos y estudio de mercado.

Atentamente,

ALEJANDRO CALLEJAS ARISTIZABAL

Vicepresidente Técnico

Elaboró: Adriana Martínez Muñoz
Profesional – Vicepresidencia Técnica
Revisó: Jenny Martínez Serna
V.B.: Gloria Tovar
Coordinadora Asuntos Jurídicos – Vicepresidencia Técnica
Aprobó: Oriana Marín
Coordinadora TIC - Vicepresidencia Técnica