

TÉRMINOS DE REFERENCIA DE LA CONTRATACIÓN DE MENOR CUANTÍA PARA SELECCIONAR UN PROVEEDOR DE SERVICIOS PARA LA REALIZACIÓN DE UNA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS QUE PERMITA CONOCER LA PERCEPCIÓN DE LA CARNE DE CERDO EN LA CATEGORÍA DE CARNES FRESCAS Y CARNES FRÍAS

Página 1 de 15

PROCESO: MC-422-2026

PROGRAMA: INCREMENTO DEL CONSUMO Y LA COMERCIALIZACIÓN DE LA CARNE DE CERDO COLOMBIANA

PROYECTO: INCREMENTO DEL CONSUMO DE LA CARNE DE CERDO COLOMBIANA

FECHA: 18 de septiembre de 2026

La Asociación Colombiana de Porcicultores (en adelante PORKCOLOMBIA-FNP), en calidad de administradora de los recursos del Fondo Nacional de la Porcicultura (en adelante FNP), pone a disposición de los interesados los Términos de Referencia para la contratación de un proveedor encargado de realizar la investigación de mercados anual de seguimiento a la marca (*Brand Equity Tracking*) de la carne de cerdo colombiana, según los requisitos de la Asociación PORKCOLOMBIA-FNP. El presente Proceso de Contratación se encuentra identificado con el número señalado en la parte superior.

El objeto del Contrato es la prestación de servicios para la realización de una investigación de mercados cuantitativa, de carácter periódico (*tracking*), que permita medir de forma objetiva la salud de marca, la escalera comunicacional y las variables de percepción, compra, consumo y respaldo del grupo objetivo de la campaña vigente frente a la carne de cerdo colombiana, en la categoría de carnes frescas y carnes frías, frente a sus principales proteínas competidoras (res, pollo, pescado y huevo).

El estudio debe orientarse no solo a la medición de percepciones de categoría, sino a la identificación de los *drivers* e inhibidores que impulsan o limitan el consumo de carne de cerdo, a la evaluación de la efectividad de las estrategias de mercadeo implementadas por PORKCOLOMBIA-FNP, y a la generación de hallazgos y recomendaciones accionables orientadas al crecimiento del consumo, la frecuencia de compra y la preferencia de la carne de cerdo frente a las demás proteínas de la categoría. La contratación permitirá contar con una medición periódica, comparable y técnicamente consistente de los principales indicadores de percepción, conocimiento, preferencia, consumo y posicionamiento de la carne de cerdo colombiana frente a otras proteínas. Los resultados serán utilizados como insumo para la evaluación de las estrategias de comunicación y mercadeo de PORKCOLOMBIA-FNP, la priorización de segmentos de consumidores y la formulación de acciones orientadas al incremento del consumo, la frecuencia de compra y la preferencia por la carne de cerdo colombiana.

1. DESCRIPCIÓN DE LA NECESIDAD QUE SE PRETENDE SATISFACER CON EL PROCESO DE CONTRATACIÓN:

PORKCOLOMBIA en su calidad de administradora de los recursos del Fondo Nacional de la

Porcicultura (FNP), en virtud del contrato administrativo suscrito entre el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, en cumplimiento del Artículo Octavo (8º) de la Ley 272 de 1996, en desarrollo de sus objetivos contemplados en el artículo 5 de la citada ley, dentro del programa denominado incremento del consumo de la carne de cerdo colombiana, tiene la necesidad de contratar los servicios de un proveedor especializado en investigación de mercados que desarrolle un sistema avanzado de Brand Equity Tracking y análisis de escalera comunicacional para la carne de cerdo colombiana y sus principales competidores (pollo, res, pescado, huevo), orientado no solo a la medición de percepciones de la categoría, sino a la identificación de los drivers que impulsan o limitan el consumo de carne de cerdo, la evaluación de la efectividad de las estrategias de marketing implementadas por Porkcolombia-FNP y la generación de recomendaciones accionables que contribuyan al crecimiento del consumo, la frecuencia y la preferencia frente a otras proteínas.

Para satisfacer la necesidad anteriormente planteada se requiere la contratación de una persona jurídica que desarrolle estudios de investigación de mercados, enfocados al consumidor.

Los documentos del proceso, así como cualquiera de sus anexos, atendiendo al principio de publicidad están a disposición del público en el Sistema Electrónico de Contratación Pública –SECOP II y a través de la página web de PORKCOLOMBIA -FNP. Los interesados pueden presentar observaciones al presente documento en la oportunidad establecida para el efecto en el Cronograma contenido en la sección 11.

La selección del contratista se realiza a través del procedimiento y las modalidades establecidas en el Manual de Gestión Administrativa, procedimiento No. 1 Contratación de bienes y servicios, conforme a las propuestas que presenten los participantes.

2. ASPECTOS GENERALES

2.1 Costos derivados de participar en el Proceso de Contratación

Los costos y gastos en que los interesados incurran con ocasión del análisis de los Documentos del Proceso, la presentación de observaciones, la preparación y presentación de las Ofertas, la presentación de observaciones a las mismas y cualquier otro costo o gasto relacionado con la participación en el Proceso de Contratación estará a cargo exclusivo de los interesados y Proponentes.

2.2 Comunicaciones

Las comunicaciones relacionadas con el Proceso de Contratación deben hacerse por escrito, por medio físico o electrónico, a cualquiera de las siguientes direcciones:

- Calle 37 # 16 – 52, Teusaquillo, Bogotá D.C., Colombia. En todo caso, se recuerda que el horario de atención de PORKCOLOMBIA-FNP es de lunes a viernes de 7:30 a.m. a 3:30 p.m.

- vvelasco@porkcolombia.co. La Entidad confirmará la recepción de cada correo electrónico dentro del día siguiente a su recepción.

La comunicación debe contener: (a) el número del presente Proceso de Contratación; (b) los datos del remitente que incluyen nombre, dirección física, dirección electrónica y teléfono; (c) identificación de los anexos presentados con la comunicación.

Las comunicaciones y solicitudes enviadas a PORKCOLOMBIA – FNP P por canales distintos a los mencionados no serán tenidas en cuenta por PORKCOLOMBIA – FNP hasta que sean remitidas por uno de los medios descritos en la presente sección. PORKCOLOMBIA – FNP dará respuesta a las observaciones por el mismo medio o a través de un documento enviado al correo de recibo.

Publicación en la web www.porkcolombia.co

2.3 Idioma

Los documentos y las comunicaciones entregadas, enviadas o expedidas por los Proponentes o por terceros para efectos del Proceso de Contratación o para ser tenidos en cuenta en el mismo, deben ser otorgados y presentados en castellano. Los documentos con los cuales los Proponentes acrediten los requisitos habilitantes de que trata la sección 6 que estén en una lengua extranjera, deben ser traducidos al castellano y presentarse junto con su original.

Para el momento de la Adjudicación, el Proponente que resulte adjudicatario debe presentar la traducción oficial al castellano de los documentos presentados por escrito en lengua extranjera, la cual deberá ser oficial en los términos del artículo 251 del Código General del Proceso, en todo caso cumpliendo el trámite de apostilla o consularización.

2.4 Legalización de documentos otorgados en el Exterior

Los documentos presentados por el Proponente no requieren legalización alguna salvo por lo establecido en la presente sección respecto de los documentos otorgados en el exterior y por los poderes generales o especiales que deben ser otorgados ante notario público.

El Proponente debe presentar con su Oferta los documentos otorgados en el exterior sin que sea necesaria su legalización de acuerdo con la Convención sobre la abolición del requisito de legalización para documentos públicos extranjeros y la Ley 1564 de 2012. Para el momento de la Adjudicación el Proponente debe presentar los documentos otorgados en el extranjero, legalizados de conformidad con la normativa aplicable.

2.5 Conversión de monedas

Los Proponentes que deban presentar sus estados financieros, deberán hacerlo en la moneda legal del país en el cual fueron emitidos.

3. OBJETO DEL CONTRATO

El objeto del contrato es la prestación de servicios de un proveedor especializado en investigación de mercados que desarrolle un sistema avanzado de Brand Equity Tracking y análisis de escalera comunicacional para la carne de cerdo colombiana y sus principales competidores (pollo, res, pescado, huevo), orientado no solo a la medición de percepciones de la categoría, sino a la identificación de los drivers que impulsan o limitan el consumo de carne de cerdo, la evaluación de la efectividad de las estrategias de marketing implementadas por Porkcolombia-FNP y la generación de recomendaciones accionables que contribuyan al crecimiento del consumo, la frecuencia y la preferencia frente a otras proteínas.

4. ACTIVIDADES ESPECÍFICAS - ALCANCE:

Para el desarrollo del objeto contractual, se deben realizar las siguientes actividades específicas, que delimitan el alcance de este:

a) Realizar la investigación de mercados sobre un universo único de personas responsables de la compra y/o preparación de alimentos en el hogar, hombres y mujeres, mayores de dieciocho (18) años, pertenecientes a los NSE 1, 2, 3, 4, 5 y 6, con un tamaño mínimo de muestra de dos mil novecientas (2.900) personas, garantizando las siguientes cuotas mínimas de control para asegurar representatividad:

- **Por NSE:** cuotas proporcionales a la distribución poblacional nacional, garantizando una submuestra mínima analizable de NSE 1-3 que permita lectura estadísticamente robusta de este segmento, dado que concentra la mayor proporción del consumo de la categoría.
- **Por género:** sin restricción de rol (no limitado a "amas de casa"), con cuotas que reflejen la composición real de responsables de compra/preparación de alimentos del hogar.
- **Por edad:** cuotas por rango etario (18-25, 26-35, 36-45, 46-55, 56-65+) que permitan lectura generacional de los resultados.

Sobre este universo, el Proponente deberá desarrollar, como parte del análisis, una segmentación estratégica de tipo conductual-actitudinal posterior al trabajo de campo, que identifique perfiles de consumidor no predefinidos por PORKCOLOMBIA-FNP, a partir de variables de comportamiento de consumo, actitudes hacia la categoría y drivers/inhibidores identificados en el literal (c). El Proponente deberá especificar en su oferta la metodología estadística que empleará para esta segmentación, así como el número esperado de segmentos resultantes y su validación.

b) Realizar la investigación de mercados teniendo la siguiente distribución geográfica, **cruzada con las cuotas de NSE, género y edad definidas en el literal (a)**, y garantizando un margen de error no superior al **1.5%** con un nivel de confianza del **95%**:

Bogotá D.C.: 30% / **Cali:** 15% / **Ibagué y Neiva:** 15% / **Barranquilla:** 10% / **Meta y Villavicencio:** 10% / **Boyacá:** 10% / **Medellín:** 10%

(El Proponente deberá indicar en su oferta el margen de error específico logrado y confirmar la suficiencia muestral del cruce región × NSE × edad × género, como parte del Factor Metodológico.)

c) Componentes Analíticos del Estudio

El estudio deberá permitir, con lectura comparativa respecto de la medición inmediatamente anterior y con desagregación por los segmentos conductuales identificados en el literal (a), el desarrollo de los siguientes componentes:

c.1 Salud y Recordación de Marca

1. **Top Of Mind** (TOM) por tipo de carne (cerdo, res, pollo, pescado).
2. **Top Of Heart** (TOH) / nivel de cariño por tipo de carne.
3. **Relevancia** por tipo de carne y relevancia por atributo/aspecto.
4. Nivel de **diferenciación** por tipo de carne.
5. **Top of Self** (TOS) por tipo de carne.
6. Primera palabra evocada espontáneamente por tipo de carne (asociación libre).
7. **Brand Equity Score** (Brand Asset Valuator): índice calculado por tipo de carne y compuesto por las dimensiones: TOM, TOH, Relevancia y Diferenciación. Debe mantenerse la misma fórmula de cálculo aplicada en la medición 2025 para garantizar comparabilidad histórica. El Proponente deberá declarar en su oferta el conocimiento y capacidad técnica para replicar dicha metodología, o justificar y validar con PORKCOLOMBIA-FNP cualquier ajuste.

c.2 Escalera Comunicacional (Strategic Ladder)

1. Medición de la escalera comunicacional por tipo de carne (cerdo, res, pollo), entendida como el recorrido del consumidor a través de las etapas: conocida, reconocida, interiorizada, cotidianizada, recomendada, defendida, promovida, emulada, enculturada y sacralizada.
2. Regla de cálculo obligatoria: para que un peldaño se considere alcanzado, debe obtenerse un promedio mínimo de 4.00 (en escala de 1 a 5) y al menos el 70% de las menciones deben ubicarse entre 4 y 5. Esta regla debe mantenerse sin modificación respecto de la medición anterior para preservar la comparabilidad de los peldaños año a año. El Proponente deberá declarar en su oferta el conocimiento y capacidad técnica para replicar dicha metodología, o justificar y validar con PORKCOLOMBIA-FNP cualquier ajuste.
3. El análisis de la escalera comunicacional deberá complementarse con la identificación de los principales factores que impulsan el avance del consumidor entre cada etapa, incluyendo canales de comunicación (TV, digital, retail media, eventos, entre otros); tipologías de contenido; exposición a campañas de Porkcolombia-FNP.

4. El proponente deberá identificar qué variables y acciones contribuyen de manera significativa al paso entre etapas, con el fin de generar recomendaciones concretas de optimización de la estrategia de comunicación buscando el avance continuo por cada uno de los escalones.

c.3 Seguimiento de Campaña y Comunicación

1. Recordación espontánea e inducida de publicidad de la campaña vigente, y de la proteína recordada en dicha publicidad.
2. Medios de comunicación donde se recibió la publicidad (espontáneo e inducido).
3. Contenido recordado de la publicidad de carne de cerdo.
4. Reconocimiento y nivel de gusto/agrado del eslogan de campaña vigente (medido con score cuantitativo, no solo binario Sí/No).
5. Posicionamiento y conocimiento de la campaña en eventos deportivos y de entretenimiento en los que ha participado, y su influencia en la decisión de compra.

c.4 Diagnóstico de Marca (Brand Equity cualitativo)

1. Tendencias de preferencias y cambios de percepción del consumidor.
2. Posicionamiento y conocimiento de preparaciones con carne de cerdo, acompañantes de categoría y asociaciones de consumo.
3. Aspectos positivos y negativos de la carne de cerdo (salud y bienestar, sabor, textura, facilidad de preparación, exceso de grasa, olor, entre otros).
4. Cambios de percepción frente a mitos y paradigmas de estigmatización de la carne de cerdo tecnificada colombiana, incluyendo el concepto de la carne "ahora vs. hace 5 años" por atributo (sabor, olor, forma de crianza, confianza, comercialización, calidad).
5. Identificación y jerarquización de motivadores e inhibidores de consumo de carne de cerdo, carnes frescas (res, pollo, pescado), carnes frías y huevo.
6. Conocimiento de los diferentes cortes de la carne de cerdo, con lectura comparativa año contra año.
7. Reconocimiento espontáneo de marcas comerciales de carne de cerdo (awareness de marca, no solo de categoría).
8. Recomendación médica de no consumo y razones asociadas.
9. WNPS (Weighted Net Promoter Score): con desagregación de Promotores, Pasivos y Detractores, y razones asociadas a la calificación otorgada. Debe mantenerse la misma metodología de cálculo (ponderación) aplicada en la medición anterior.
10. Profundizar en los pasivos identificando los motivadores e inhibidores que pueden llegar a tener frente al consumo de la carne de cerdo y consolidar los insights que podrían motivarlos a ser futuros promotores.
11. Brand Love Index (BLI): índice compuesto por tipo de carne, manteniendo la metodología de cálculo aplicada en la medición 2025.

c.5 Competencia por Origen: Nacional vs. Importada

1. Conocimiento de la diferencia entre carne fresca y carne congelada, y preferencia entre ambas.
2. Conocimiento de la diferencia entre carne nacional e importada, y forma de diferenciarla (etiqueta/empaque, sabor, modo de conservación, entre otros).
3. Percepción comparativa de atributos entre carne colombiana e importada (sabor, valor nutricional, precio, forma de conservación).
4. Preferencia entre carne nacional e importada y razones asociadas.
5. Consumo declarado de carne de cerdo nacional vs. importada en el último año.

c.6 Tendencias y Atributos Emergentes de Categoría

1. Prevalencia de vegetarianismo/veganismo o restricción de proteína animal, motivaciones asociadas, y nivel de consideración de adoptar dicha dieta entre no vegetarianos/veganos.
2. Relevancia de certificaciones de sostenibilidad ambiental y de bienestar animal, y disposición a pagar un precio mayor por productos certificados.
3. Reconocimiento de la carne de cerdo como alimento con ventajas nutricionales aplicables a deporte, gimnasio y dietas especiales.

c.7 Ecosistema Digital y Redes Sociales

1. Reconocimiento de redes sociales relacionadas con proteína animal (genérico), y de la proteína más asociada a dichas redes.
2. **Digital Brand Asset Valuator:** medición de Sentimientos, Enganche y Diferenciación generados por las redes sociales de cada tipo de carne (cerdo, res, pollo), manteniendo la metodología de cálculo de la medición anterior.
3. Conocimiento (inducido) de las redes sociales oficiales de la campaña vigente, y medición de sus dimensiones de Sentimientos, Enganche y Diferenciación bajo el mismo framework del Digital Brand Asset Valuator.
4. Tipo de contenido de interés del consumidor para los canales oficiales de la campaña.
5. Reconocimiento de influenciadores y marcas admiradas en redes sociales por el consumidor (contexto competitivo de atención digital).

d) Adelantar el estudio mediante metodología cuantitativa que cubra la totalidad de los componentes descritos en el literal **(c)**, aplicada sobre el universo único definido en el literal **(a)**, y manteniendo continuidad plena del instrumento, los índices compuestos (Brand Equity Score, Escalera Comunicacional, WNPS, Brand Love Index, Digital Brand Asset Valuator) y su metodología de cálculo respecto de la medición 2025, de forma que un eventual cambio de proveedor no genere discontinuidad en ninguna de las series históricas de PORKCOLOMBIA-FNP. Cualquier ajuste metodológico a un índice compuesto deberá ser justificado técnicamente por el Proponente y aprobado previamente por PORKCOLOMBIA-FNP, documentando el efecto sobre la comparabilidad histórica.

d.1 El proponente deberá articular los resultados del estudio con otras fuentes de información disponibles de Porkcolombia-FNP (como Home Panel, estudios de Usage & Attitudes y Shopper), con el fin de generar una lectura integral del comportamiento del consumidor.

Esta articulación deberá permitir establecer relaciones entre los indicadores de percepción y los indicadores de consumo, identificando cómo los cambios en Brand Equity y comunicación pueden estar asociados a variaciones en penetración, frecuencia y preferencia de la categoría. No se requiere la medición directa de estos indicadores dentro del presente estudio, pero sí su integración analítica como contexto para la interpretación de resultados.

e) Contemplar mínimo cuatro (4) presentaciones acerca de los resultados, al público que defina Porkcolombia - FNP. Definir las fechas de entrega con la dirección del área de mercadeo.

f) Elaborar y entregar un informe con los resultados del estudio en formato digital, antes de finalizar la ejecución del contrato. Se deben mostrar los resultados del estudio a nivel nacional y discriminado por regiones. Los entregables deberán presentar insights, principales hallazgos y recomendaciones a partir de los resultados del estudio, con lectura nacional y regional que nos permita tener accionables en el plan de mercadeo.

g) Realizar la cesión sin condición o limitación de los derechos patrimoniales de autor de los estudios realizados en la ejecución del servicio contratado.

h) Realizar la facturación y seguir los procedimientos relacionados, de conformidad con los tiempos y políticas estipuladas por Porkcolombia-FNP para tal fin.

i) Realizar un cronograma general para la realización del estudio.

j) Las demás necesarias directa o indirectamente para el cabal cumplimiento del objeto contractual.

4.1 Clasificador de Bienes y Servicios de Naciones Unidas (UNSPSC)

El suministro objeto del presente Proceso de Contratación está codificada en el Clasificador de Bienes y Servicios de Naciones Unidas (UNSPSC) con el tercer nivel, como se indica en la Tabla 1:

Tabla 1-Codificación en el sistema UNSPSC

Clasificación UNSPSC	Segmento	Familia	Clase	Producto
80141501	Servicios de Gestión, Servicios Profesionales de Empresa y Servicios Administrativos	Comercialización y distribución	Investigación de mercados	Análisis de mercados

4.2 Valor estimado del Contrato

El valor estimado del presente contrato corresponde a la suma de hasta **CIENTO CUARENTA Y CUATRO MILLONES CUATROCIENTOS SESENTA Y SEIS MIL DOSCIENTOS DIECIOCHO PESOS M/CTE (\$ 144.466.218)**, valor que incluye los pagos por los costos directos e indirectos necesarios para la ejecución del contrato y todos los impuestos, gravámenes y retenciones a que haya lugar, discriminados de la siguiente manera: Honorarios de hasta **CIENTO VEINTIUNO MILLONES CUATROCIENTOS MIL CIENTO OCHENTA Y TRES PESOS M/CTE (\$ 121.400.183)** e IVA de hasta **VEINTITRES MILLONES SESENTA Y SEIS MIL TREINTA Y CINCO PESOS M/CTE (\$ 23.066.035)**.

4.2.1 Forma de pago

La Entidad pagará el contrato celebrado de la siguiente manera:

- Pago inicial a título de anticipo, de hasta **SETENTA Y DOS MILLONES DOSCIENTOS TREINTA Y TRES MIL CIENTO NUEVE PESOS M/CTE (\$ 72.233.109)**, discriminados de la siguiente manera: Honorarios de hasta **SESENTA MILLONES SETECIENTOS MIL NOVENTA Y DOS PESOS M/CTE (\$ 60.700.092)** e IVA de hasta **ONCE MILLONES QUINIENTOS TREINTA Y TRES MIL DIECISIETE PESOS M/CTE (\$ 11.533.017)**.
- Un segundo pago de hasta **SETENTA Y DOS MILLONES DOSCIENTOS TREINTA Y TRES MIL CIENTO NUEVE PESOS M/CTE (\$ 72.233.109)** discriminados de la siguiente manera: Honorarios de hasta **SESENTA MILLONES SETECIENTOS MIL NOVENTA Y DOS PESOS M/CTE (\$ 60.700.092)** e IVA de hasta **ONCE MILLONES QUINIENTOS TREINTA Y TRES MIL DIECISIETE PESOS M/CTE (\$ 11.533.017)** que serán cancelados 30 días después de la presentación y aprobación del informe final.

4.2.2 REQUISITOS DE PAGO:

Para el primer pago relacionado en la forma de pago, el contratista deberá entregar: a) Factura a nombre de ASOCIACIÓN PORKCOLOMBIA – FONDO NACIONAL DE LA PORCICULTURA (Original y Copia); b) Constancia del pago de aportes a salud y pensión de acuerdo con lo legalmente establecido, c) Garantías relacionadas en el contrato aprobadas;

Para el segundo pago, el contratista deberá entregar a) Informe con los resultados finales del estudio realizado; b) Factura a nombre de ASOCIACIÓN PORKCOLOMBIA – FONDO NACIONAL DE LA PORCICULTURA (Original y Copia); c) Constancia del pago de aportes a salud y pensión de acuerdo con lo legalmente establecido.

PARÁGRAFO PRIMERO. Para efectos del pago del valor total del presente contrato, PORKCOLOMBIA – FNP lo hará con cargo a los recursos del FONDO NACIONAL DE LA PORCICULTURA, previa presentación oportuna por parte del CONTRATISTA de la factura

acompañada de los soportes, informes y demás documentación requerida para cada uno de los pagos previstos.

4.3 Plazo de ejecución del Contrato

El plazo de ejecución del presente Contrato será desde el día de aprobación de las garantías hasta el 31 de diciembre de 2026.

4.4 Lugar de ejecución del Contrato

El lugar de ejecución del contrato es a nivel nacional.

5. REQUISITOS HABILITANTES

5.1 Capacidad Jurídica

PORKCOLOMBIA – FNP revisará que los Proponentes no se encuentren en causales de inhabilidad o incompatibilidad para presentar la Oferta, celebrar o ejecutar el Contrato. Para ello, los oferentes enviarán el boletín de responsables fiscales, el certificado de antecedentes disciplinarios y el certificado de antecedentes judiciales, de la persona natural (representante legal) y jurídica cuando aplique.

Las personas jurídicas deben presentar y acreditar su existencia y representación legal con el documento idóneo expedido por la autoridad competente en el país de su domicilio no anterior a tres (3) meses desde la fecha de presentación de la Oferta, en el cual conste que el representante legal no tiene limitaciones para contraer obligaciones en nombre de la persona jurídica, o aportando la autorización o documento correspondiente del órgano social directo que lo faculta.

5.2 Experiencia

El Proponente debe acreditar experiencia en dos contratos de objeto y valor similares ejecutados en algún periodo entre el año 2023 hasta la fecha de adjudicación del presente proceso en investigaciones de mercado relacionadas con marcas de consumo masivo, a través de certificaciones expedidas por el contratante, los cuales deberán cumplir con lo siguiente:

- Mínimo 2 certificaciones en contratos cuyo valor sumado sea igual o superior al valor reflejado en los presentes términos de referencia. Se requieren certificaciones, no contratos.

Las certificaciones de los contratos deberán contener, como mínimo, la siguiente información:

- Entidad contratante

- Entidad contratada
- Objeto del contrato
- Valor del contrato
- Fecha de inicio
- Fecha de finalización
- Fecha de expedición de la certificación

La validación de la presente experiencia también puede realizarse a través de la presentación del RUP, para lo cual el oferente debe aportarlo con marcas que faciliten la visualización de la experiencia que pretende hacer valer.

5.3 Plazo de subsanabilidad

El plazo para realizar la subsanación dependerá de lo consignado en el cronograma. En el evento en el cual un oferente omita la presentación de uno o varios requisitos habilitantes diferentes a la oferta económica, éste podrá subsanarlos motu proprio o por solicitud de la entidad, y exclusivamente en el plazo que le otorgue la entidad, los aspectos relacionados con la oferta económica no serán objeto de subsanabilidad.

Porkcolombia-FNP podrá efectuar las correcciones aritméticas cuando estas obedezcan a errores de carácter formal:

- Errores en una suma simple
- Cuando se presente inconsistencia en valor total de la oferta, presentado en números y letras se tendrá en cuenta el valor en letras.

6. CRITERIOS DE EVALUACIÓN DE LAS OFERTAS Y ADJUDICACIÓN

Porkcolombia – FNP evaluará los siguientes criterios:

Criterio de Evaluación	Puntaje
6.1 Factor Metodológico	60
6.1.1 Robustez metodológica y representatividad del panel	20
6.1.2 Sistema de medición, actualización y acceso a la información	15
6.1.3 Alcance analítico y calidad de los KPIs	20
6.1.4 Control de calidad y validación de la información	5
6.2 Factor muestra	15
6.3 Factor Económico	25
Total	100

6.1 Factor Metodológico

El presente factor tiene un puntaje de hasta sesenta (60) puntos y se asignará con base en la calidad, robustez y utilidad de la metodología propuesta por el oferente para la ejecución

del estudio. La evaluación será realizada por un jurado evaluador integrado por funcionarios de Porkcolombia-FNP.

6.1.1 Robustez metodológica y representatividad del estudio (hasta 20 puntos).

a) Muestra representativa nacional con expansión estadística (hasta 5 puntos)

- **Cinco (5) puntos:** Propone expansión estadística con proyección poblacional de fuente oficial vigente (DANE u otra), ajustada por edad, género, NSE y ubicación geográfica simultáneamente.
- **Tres (3) puntos:** Propone expansión estadística, pero ajustada solo a una o dos variables demográficas (ej. solo por ciudad).
- **Cero (0) puntos:** No propone metodología de expansión estadística, o la muestra no tiene diseño de representatividad nacional.

b) Alcance regional y NSE, incl. submuestra mínima NSE 1-3 (hasta 5 puntos)

- **Cinco (5) puntos:** Cubre las 7 regiones del literal (b) y garantiza explícitamente una submuestra mínima analizable de NSE 1-3 ($n \geq 100$ por región).
- **Tres (3) puntos:** Cubre las 7 regiones, pero no sustenta ni garantiza la submuestra mínima de NSE 1-3.
- **Cero (0) puntos:** No cubre la totalidad de las regiones exigidas.

c) Metodología estructurada de captura y trazabilidad (hasta 5 puntos)

- **Cinco (5) puntos:** Describe el método de recolección, mecanismos de trazabilidad (georreferenciación, grabación, supervisión en campo) y control de duplicados/fraude.
- **Tres (3) puntos:** Describe el método de recolección, sin detallar mecanismos de trazabilidad o control de calidad en campo.
- **Cero (0) puntos:** No especifica metodología de captura.

d) Suficiencia estadística del cruce región $\times$ NSE $\times$ edad $\times$ género (hasta 5 puntos)

- **Cinco (5) puntos:** Presenta el cálculo de margen de error para el cruce completo de las cuatro variables, cumpliendo el umbral del literal (b).
- **Tres (3) puntos:** Presenta el cálculo solo a nivel nacional o para alguna(s) variable(s) por separado, no para el cruce completo.
- **Cero (0) puntos:** No presenta ningún cálculo de suficiencia estadística.

6.1.2 Sistema de medición, entrega y acceso a la información (15 puntos)

a) Tiempo de entrega (hasta 10 puntos) Para este criterio el oferente deberá especificar en su oferta el número de días calendario que tardará en el análisis y entrega del informe final a cierre del estudio, luego de finalizado el trabajo en campo:

Menor tiempo de entrega	10
Segundo menor tiempo de entrega	6
Tercer menor tiempo de entrega	3
Cuarto en adelante menor tiempo de entrega	0

En caso de que dos oferentes cuenten con el mismo tiempo de entrega, les será asignado el mismo puntaje conforme la ponderación. Si no se especifican tiempos claros de entrega en un ítem, no será asignado puntaje en el mismo.

b) Calidad y funcionalidad del tablero interactivo (hasta 5 puntos)

- **Cinco (5) puntos:** Tablero con filtro por segmento conductual, región, NSE y comparación histórica entre olas; acceso autónomo para el equipo de mercadeo con vigencia mínima de un (1) años posteriores a la liquidación.
- **Tres (3) puntos:** Ofrece tablero interactivo, pero le falta alguno de los filtros exigidos o no garantiza acceso posterior a la liquidación.
- **Cero (0) puntos:** No ofrece tablero interactivo — solo informes estáticos (PDF/PPT).

6.1.3 Alcance analítico y calidad de los KPIs (20 puntos)

a) Cobertura de los 7 componentes analíticos del estudio del literal (c) (hasta 7 puntos)

- **Siete (7) puntos:** Desarrolla los 7 componentes con ficha técnica y metodología de medición específica para cada uno.
- **Puntaje proporcional:** 1 puntos por cada componente cubierto con ficha técnica completa.
- **Cero (0) puntos:** No presenta ficha técnica para ninguno de los componentes.

b) Continuidad de los índices compuestos (hasta 6 puntos)

- **Seis (6) puntos:** Sustenta metodológicamente la réplica sin discontinuidad de los 5 índices (Brand Equity Score, Escalera con regla fija 4.00/70%, WNPS, Brand Love Index, Digital BAV).
- **Puntaje proporcional:** 1,2 puntos por cada índice replicado con metodología sustentada.
- **Cero (0) puntos:** No hace referencia a la continuidad metodológica, o propone modificar el cálculo de algún índice sin justificación técnica.

c) Metodología de segmentación conductual (hasta 5 puntos)

- **Cinco (5) puntos:** Especifica técnica estadística (ej. clustering jerárquico, k-means, análisis factorial), número esperado de segmentos sustentado, y tamaño mínimo de submuestra por segmento ($n \geq 100$).
- **Tres (3) puntos:** Propone segmentación conductual de forma general, sin especificar técnica estadística ni tamaño mínimo por segmento.
- **Cero (0) puntos:** No propone metodología de segmentación conductual.

d) Indicadores adicionales (hasta 2 puntos)

- **Dos (2) puntos:** Propone 3 o más indicadores adicionales relevantes, con ficha técnica.
- **Un (1) punto:** Propone 1-2 indicadores adicionales con ficha técnica.
- **Cero (0) puntos:** No propone indicadores adicionales, o los propuestos no tienen ficha técnica.

6.1.4 Control de calidad y validación de la información (5 puntos)

- **Cinco (5) puntos:** Describe mecanismos de auditoría en campo (supervisión, back-checks, validación telefónica de una muestra de encuestas), controles automatizados de inconsistencias, y procedimientos documentados de trazabilidad *end-to-end*.
- **Tres (3) puntos:** Describe controles de calidad generales, sin mecanismos específicos de auditoría de campo ni documentación de trazabilidad completa.
- **Cero (0) puntos:** No describe procesos de control de calidad.

6.2 Factor Muestra (hasta 15 puntos)

El presente factor tiene un puntaje de hasta quince (15) puntos y se calculará con base al nivel de confianza estadístico propuesto, y no en el tamaño absoluto de la muestra propuesta:

Cumplimiento del nivel de confianza estadístico	Puntaje
El nivel de confianza estadístico propuesto es superior o igual al 95%	15
El nivel de confianza estadístico propuesto es superior o igual al 80% y menos del 95%	10
El nivel de confianza estadístico propuesto es superior o igual al 50% y menos del 80%	5
El nivel de confianza estadístico propuesto es inferior al 50%	0

6.3 Factor Económico (hasta 25 puntos).

Porkcolombia – FNP a partir del valor de las Ofertas debe asignar máximo veinte cinco (25) puntos de acuerdo con el siguiente método:

(i) Menor valor

Consiste en establecer la Oferta de menor valor y la asignación de puntos en función de la proximidad de las Ofertas a dicha Oferta de menor valor, como resultado de aplicar las fórmulas que se indican en seguida.

$$\text{Puntaje } i = \frac{[\text{incluir el valor del máximo puntaje}] \times (V_{MIN})}{V_i}$$

Donde,

V_{MIN} = Menor valor de las Ofertas válidas.

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

i = Número de oferta.

En este caso se tomará el valor absoluto de la diferencia entre el menor valor y el valor de la Oferta, como se observa en la fórmula de ponderación.

Para el método descrito se tendrá en cuenta hasta el séptimo (7º) decimal del valor obtenido como puntaje.

6.4 Empate

En caso de empate en el puntaje total de dos o más Ofertas, Porkcolombia – FNP escogerá al oferente que tenga el mayor puntaje en el primero de los factores de escogencia y calificación, de persistir el empate se escogerá al oferente que tenga el mayor puntaje en el segundo de los factores de escogencia y calificación establecidos en los Términos de Referencia, y así sucesivamente hasta agotar la totalidad de los factores de escogencia y calificación. Para el efecto, el orden de los factores de escogencia será: 1) Factor Metodológico; 2) Factor muestra; y 3) Factor Económico.

En igualdad de condiciones para contratar, se preferirá la oferta de bienes y servicios de origen nacional.

Para los oferentes extranjeros que se encuentren en igualdad de condiciones, se preferirá aquel que contenga mayor incorporación de recursos humanos nacionales, mayor componente nacional y mejores condiciones para la transferencia tecnológica.

En caso de que el empate persista, Porkcolombia – FNP escogerá el proponente mediante el siguiente procedimiento aleatorio:

a) Se citará a los proponentes a audiencia para efectuar el sorteo.

- b) En una bolsa se introducirán tantas balotas como propuestas empatadas, de las cuales solo una será de color verde, las demás serán blancas.
- c) Se invitará a los representantes de los proponentes en situación de empate que asistieron a audiencia, para que uno por uno saque una balota de la bolsa.
- d) Se adjudicará el contrato al proponente que saque la balota de color verde.

7. OFERTA

7.1 Presentación

Los Proponentes deben presentar sus Ofertas por escrito y al correo electrónico del supervisor del contrato vvelasco@porkcolombia.co.

La Oferta en físico debe estar en una carpeta rotulada con el nombre del Proponente y su NIT.

La Oferta en medio magnético debe ser entregada en un dispositivo que contenga los archivos electrónicos, o por correo electrónico del supervisor del contrato vvelasco@porkcolombia.co.

En caso de presentar la oferta en medio físico y en medio magnético, frente a la discrepancia entre su contenido, prima el contenido del documento físico (el documento en medio magnético se solicita para facilitar las labores de verificación y evaluación).

En la oferta económica, el proponente debe indicar claramente cuál es el precio propuesto. Cualquier costo a cargo del Proponente que sea omitido en la Oferta se entenderá que se encuentra incluido y por tanto no puede ser objeto de reembolso o de reclamación.

7.2 Factor Metodológico

El Proponente debe incluir en su Oferta todo el detalle de los procesos involucrados para realizar el estudio con los anexos necesarios y la descripción de las actividades contempladas para la ejecución y de conformidad con lo descrito en el numeral 7.1.

7.3 Factor muestra

El Proponente debe incluir en su Oferta la ficha técnica del estudio donde se especifique el tamaño de la muestra. Cabe resaltar que este valor debe ser indicado en números enteros.

7.4 Oferta Económica

El Proponente debe incluir en su Oferta el valor del estudio incluyendo todos los impuestos a que haya lugar.

7.5 Validez de las Ofertas

La Oferta debe tener una validez mínima de 30 días, contados a partir de su presentación. En el caso de una suspensión que supere este término, la Entidad contratante solicitará la ampliación de la oferta al proponente por un término igual a la suspensión.

7.6 Reserva durante el proceso de evaluación

Los Proponentes son responsables de advertir si la información presentada en la Oferta contiene información confidencial, privada o que configure secreto industrial, de acuerdo con la ley colombiana, debiendo indicar tal calidad y expresar las normas legales que le sirven de fundamento.

PORKCOLOMBIA – FNP mantendrá la reserva de la información en el Proceso de Contratación frente a terceros. PORKCOLOMBIA – FNP se reserva el derecho de revelar dicha información a sus agentes o asesores, con el fin de evaluar la propuesta.

La información relativa al análisis, aclaración, evaluación y comparación de las Ofertas, no puede ser revelada a los proponentes ni a terceros hasta que PORKCOLOMBIA – FNP comunique que el informe de evaluación se encuentra disponible para que los Proponentes presenten las observaciones correspondientes.

7.7 Evaluación de las Ofertas

Los Proponentes que hayan acreditado los requisitos habilitantes de que trata la sección 6 serán evaluadas, de acuerdo con lo establecido en la sección 6.

PORKCOLOMBIA – FNP debe publicar el informe de evaluación de Ofertas en la oportunidad señalada en el Cronograma de que trata la sección 12.

7.8 Rechazo

PORKCOLOMBIA – FNP rechazará las Ofertas presentadas por los Proponentes que: (a) sean presentadas después de vencido el plazo establecido para el efecto en el Cronograma; (b) cuando las ofertas estén incompletas en cuanto omitan la inclusión de información o de alguno de los documentos necesarios para la comparación objetiva de las propuestas. Lo anterior sin perjuicio de lo establecido la sección 5.3 Plazo de Subsanción. (c) Cuando la oferta económica supere el presupuesto oficial estimado para el presente proceso. (d) Ofertas parciales; es decir que no incluyan todos los bienes/servicios y actividades requeridas en el Anexo Técnico de los presentes Términos.

8. ADJUDICACIÓN

PORKCOLOMBIA – FNP adjudicará, según el orden de elegibilidad establecido en el informe de evaluación. La Entidad, adjudicará el Proceso al Proponente ubicado en el Primer Orden

de Elegibilidad y que cumpla con todos los requisitos exigidos en los presentes Términos de Referencia.

9. GARANTÍAS

9.1 Garantías del Contrato

De acuerdo con la naturaleza del contrato a celebrar, los eventuales perjuicios derivados de la ejecución del contrato se deben garantizar mediante una garantía que cubra los siguientes riesgos:

- a) Buen Manejo y Correcta Inversión del Anticipo: debe estar vigente hasta la liquidación del contrato y su valor será del 100% de la suma establecida como anticipo.
- b) Cumplimiento: debe estar vigente hasta la liquidación del contrato y su valor será del 20% del valor del contrato.
- c) Calidad del Servicio: debe estar vigente hasta la liquidación del contrato y su valor será del 20% del valor del contrato.
- d) Salarios y Prestaciones Sociales e Indemnizaciones Laborales: debe estar vigente por el plazo del contrato y 3 años más y su valor será de por lo menos el 5% del valor total del contrato.

Para efectos de su aprobación, la garantía deberá cubrir suficientemente los riesgos anteriormente descritos, el beneficiario será la Asociación Colombiana de Porcicultores – FONDO NACIONAL DE LA PORCICULTURA y se deberá allegar constancia de pago de la prima, no siendo admisible certificación de no revocatoria o no expiración por falta de pago.

El contratista deberá comunicar a la compañía aseguradora cualquier modificación que las partes hagan a las condiciones del contrato y aumentar proporcionalmente el valor amparado o la vigencia de la garantía en caso de prórroga del contrato o adición de valor.

En el caso de empresas extranjeras se podrá constituir un aval de garantía bancario que ampare el cumplimiento de las obligaciones surgidas del Contrato.

10. INTERVENTORÍA Y/O SUPERVISIÓN

La supervisión del contrato será ejercida por subdirectora de inteligencia del consumidor y planeación de medios y en su ausencia por el Director de Mercadeo, quien cumplirá las funciones previstas en el procedimiento de contratación de la Asociación Colombiana de Porcicultores – Fondo Nacional de la Porcicultura.

11. CRONOGRAMA

El siguiente es el Cronograma del Proceso de Contratación:

Tabla 11 - Cronograma del Proceso de Contratación

Actividad	Fecha	Lugar
Publicación proyecto Términos de Referencia	21/09/2026	www.porkcolombia.co
Presentación de Ofertas	28/09/2026	vvelasco@porkcolombia.co
Informe de presentación de Ofertas	29/09/2026	www.porkcolombia.co
Subsanación	30/09/2026	vvelasco@porkcolombia.co
Publicación del informe de evaluación de las Ofertas	05/10/2026	www.porkcolombia.co
Presentación de observaciones al informe de evaluación de las Ofertas (Cuando aplique)	06/10/2026	vvelasco@porkcolombia.co
Firma del contrato	13/10/2026	Calle 37 N 16-52 Bogotá D.C.
Entrega de garantías	13/10/2026	Calle 37 N 16-52 Bogotá D.C.
Aprobación de garantías	13/10/2026	Calle 37 N 16-52 Bogotá D.C.

Las fechas y plazos antes indicados podrán variar de acuerdo con la ley y con las condiciones previstas en los presentes Términos de Referencia.

12. MINUTA DEL CONTRATO

Una vez adjudicado y suscrito el contrato puede consultarse en el SECOP II.



ALEJANDRO LAVERDE RIOS

Director de Mercadeo
PORKCOLOMBIA – FNP

Vo. Bo.



VIVIANA VELASCO RODRÍGUEZ

Subdirector de Inteligencia del Consumidor
y planeación de medios
PORKCOLOMBIA – FNP



GERMÁN GUERRERO

Vicepresidente Ejecutivo
PORKCOLOMBIA – FNP