

	<b>ESTUDIOS PREVIOS</b>	<b>CÓDIGO: AGJC-CN-FT-001</b> <b>VERSIÓN: 13</b> <b>FECHA DE APROBACIÓN:</b> <b>04/06/2019</b> <b>RESPONSABLE: CONTRATACIÓN</b>	 <b>BOGOTÁ</b> <b>MEJOR</b> <b>PARA TODOS</b>
---	-------------------------	---	---

## **1. DESCRIPCIÓN DE LA NECESIDAD QUE LA ENTIDAD ESTATAL PRETENDE SATISFACER CON EL PROCESO DE CONTRATACIÓN.**

CANAL CAPITAL es una sociedad pública organizada como Empresa Industrial y Comercial del Estado, con carácter de entidad descentralizada indirecta, perteneciente al orden distrital, constituida bajo las leyes colombianas y como el canal regional de la ciudad de Bogotá, fue creado para prestar un servicio de televisión pública de calidad orientando a fortalecer la identidad y el arraigo cultural de esta región del país, orientando a fortalecer la identidad y el arraigo cultural de esta región del país. Canal Capital realiza cada una de las etapas de producción de los programas que hacen parte de su parrilla de programación cuidando que tanto el contenido como la propuesta audiovisual tengan los mejores estándares de calidad de acuerdo con los recursos técnicos y tecnológicos adquiridos por el Canal.

Bajo estos parámetros, en el marco de la Resolución N° 0005 de 2019 de la Autoridad Nacional de Televisión – ANTV, se asignaron recursos del FONDO PARA EL DESARROLLO DE LA TELEVISIÓN Y LOS CONTENIDOS con destino a Canal Capital, para financiar la serie de "Valores Ciudadanos" que tiene como finalidad el diseño y la producción de contenidos que fomenten el fortalecimiento de valores que hagan de la vida en Bogotá, una experiencia estimulante y sostenible para todos.

Se busca que cada contenido funcione como campañas de concientización para los bogotanos, llamándolos a reconocer la importancia de conectarse con las necesidades de convivencia que demanda una capital como Bogotá, así como con el poder que cada uno tiene para aportar pequeñas soluciones que contribuyan a hacer del lugar que habitan, uno más amable y sostenible para todos.

Se trata de aportar en la formación de valores ciudadanos con mensajes directos, dinámicos y entretenidos, atendiendo a una audiencia que se caracteriza por su diversidad y que agradecerá el descubrimiento de nuevas alternativas desde diferentes plataformas para mejorar su calidad de vida, no desde la crítica o el juicio de valor, sino a partir de planteamientos ingeniosos que le hagan notar su adormecimiento frente a los problemas en los que vive, y así mismo la reten a dejar de ser parte de las quejas y tomar parte en las soluciones.

En virtud de lo anterior, y siguiendo lo dispuesto por el Manual de Contratación, Supervisión e Interventoría, en su numeral 4.6.1. Convocatoria Pública, Canal Capital propone la apertura de un proceso precontractual bajo esta modalidad a fin de satisfacer esta necesidad de producción y también, dar cumplimiento a lo dispuesto en la Resolución 0005 de 2019 de la ANTV, en relación a que la ejecución del 20% de la asignación de los recursos, se realice a través de la realización de convocatorias públicas.

Para este proceso, Canal Capital propone el desarrollo de un contenido centralizado en la línea de Adulto Mayor y cuyo enfoque será derribar los prejuicios sobre la vejez y mostrar las diferentes maneras de transitar esta etapa de la vida. Razón por la cual, se busca visibilizar a los adultos mayores de una manera real, en la que se les reconozca como sujetos con derechos y deberes, socialmente activos, con garantías y responsabilidades respecto de sí mismas, su familia y su sociedad.

En este contenido, se abordarán temáticas relacionadas con la sexualidad, la vida útil, la diversión, el amor, la familia, las nuevas tecnologías, la salud, entre otros. Temáticas que en los adultos mayores suelen ser vistas con tapujos y que se quieren desmitificar, reflejándolas como un contexto natural de cada etapa de la vida y que incluso, con la experiencia de los mayores se puede escoger la mejor manera de ser un adulto mayor.

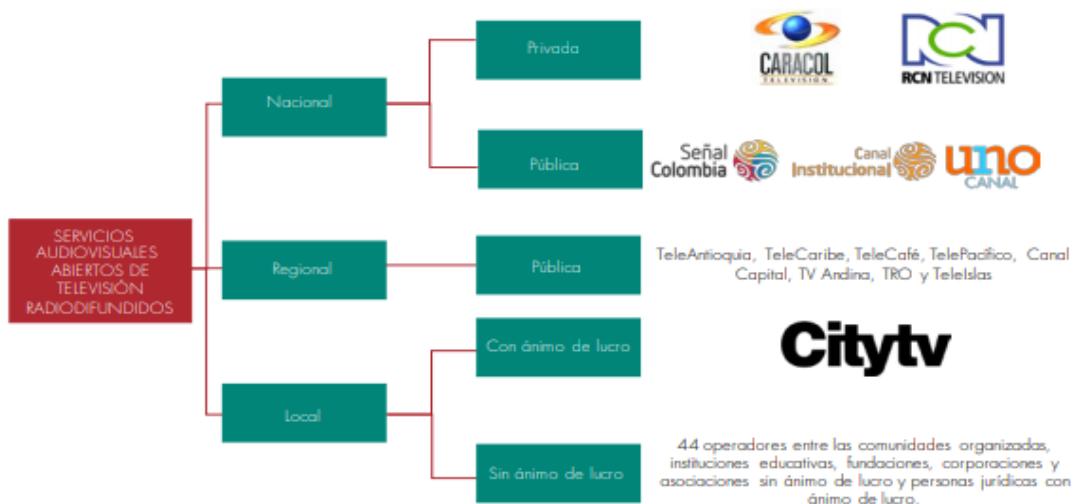
	<b>ESTUDIOS PREVIOS</b>	<b>CÓDIGO: AGJC-CN-FT-001</b> <b>VERSIÓN: 13</b> <b>FECHA DE APROBACIÓN:</b> <b>04/06/2019</b> <b>RESPONSABLE: CONTRATACIÓN</b>	 <b>BOGOTÁ MEJOR PARA TODOS</b>
---	-------------------------	---	---

## 2. ESTUDIO DEL SECTOR

### 2.1. ASPECTOS GENERALES

Existen distintos servicios de televisión abierta según su naturaleza pública o privada, con o sin ánimo de lucro y su alcance regional nacional, regional o local. Los distintos SCA abiertos de televisión en Colombia y sus características: 1) Nacional privada, 2) nacional pública, 3) regional pública, 4) local con ánimo de lucro y 5) local sin ánimo de lucro.

La principal fuente de ingresos de los operadores de TV abierta es la colocación de pauta publicitaria. De acuerdo a los reportes de Asomedios (2015), al finalizar el año 2014, la inversión publicitaria en TV abierta alcanzó \$ 1,3 billones - 1,5 % más que en 2013 en términos reales, mientras que al finalizar el año 2015 se evidenció un decrecimiento de cerca 10,4 % con respecto a 2014 - \$ 1,2 billones. Al finalizar el año 2015, los canales abiertos nacionales reportaron \$ 1,1 billones -10,6 % menos que en 2014, en tanto que los canales locales y regionales reportaron \$ 71,2 miles de millones - 6,9 % menos que el 2014.



Tipo de televisión abierta	Características
Televisión nacional privada	Está conformada por operadores que brindan servicio a todo el territorio nacional mediante una modalidad privada, obtienen sus ingresos principalmente a través de la comercialización de pauta publicitaria. Los 2 operadores nacionales de capital privado son Caracol y RCN.
Televisión nacional pública	Es financiada principalmente con los recursos provenientes del Fondo de Desarrollo de la Televisión (FonTV) y por ingresos de pauta publicitaria dentro de su programación. RTVC es el único operador público de carácter nacional en Colombia y el servicio audiovisual que ofrece se caracteriza por su contenido de interés público, social, educativo y cultural —Señal Colombia, Canal Institucional—. El Canal Uno, que también es operado por RTVC, actualmente es programado por 3 concesionarios de espacios.

	<b>ESTUDIOS PREVIOS</b>	<b>CÓDIGO: AGJC-CN-FT-001</b> <b>VERSIÓN: 13</b> <b>FECHA DE APROBACIÓN:</b> <b>04/06/2019</b> <b>RESPONSABLE: CONTRATACIÓN</b>	 <b>BOGOTÁ</b> <b>MEJOR</b> <b>PARA TODOS</b>
--	-------------------------	---	---

Tipo de televisión abierta	Características
Televisión regional pública	Su contenido debe ser preferentemente educativo y cultural. Al igual que la televisión nacional pública, este servicio es financiado a través del Fondo de la Televisión Pública (Fontv). Existen 8 operadores regionales: TeleAntioquia, TeleCaribe, TeleCafé, TelePacífico, Canal Capital, TV Andina, TeleIslas y TRO.
Televisión local con ánimo de lucro	Sus ingresos provienen de la comercialización de pauta publicitaria y solo puede emitir sus contenidos en el municipio o distrito para el cual tengan adjudicada su licencia. City TV es el único operador local, ofrece sus servicios en la ciudad de Bogotá.
Televisión local sin ánimo de lucro	Este servicio no puede financiarse mediante el esquema clásico de pauta publicitaria, pero puede hacerlo con menciones o reconocimientos a personas, empresas o servicios. La cobertura de estos servicios se circunscribe al municipio o distrito para el cual tenga adjudicada su licencia.

Fuente: Elaboración propia con base en Bluenote Management Consulting (2013).  
 Esquematización de los SCA.

Es de señalar que la inversión publicitaria se encuentra concentrada en los operadores nacionales de los servicios abiertos, que aportaron el 94,2 %, mientras que los operadores locales y regionales aportaron el 5,8 % del total de la inversión publicitaria en 2015, conforme la información pública disponible.

El universo del audiovisual está conformado por empresas de muy diverso tamaño y tipo. Sus diferencias, en términos de personal, están dadas principalmente por el tipo de producción que se realiza y por el sector para el que se produce. Así, hay una diferencia notable entre las empresas que producen para los canales de televisión privados (publicidad y televisión) y las que producen para canales públicos regionales o nacionales, o para circuitos no masivos.

Por un lado, se encuentran las empresas que se dedican a satisfacer la demanda audiovisual de parte de los canales de televisión, las agencias de publicidad, la industria y la empresa, el Estado y los particulares. Estas son las empresas productoras privadas. Constituyen la mayor parte de las empresas estudiadas, y en su mayoría se dedican a producir para televisión y publicidad, aunque alternan en ocasiones estas actividades con la producción cinematográfica, como una actividad alterna.

Las empresas productoras privadas que han alcanzado un mayor tamaño suelen dedicar gran parte de su producción a la demanda de programación de los canales privados, nacionales, sobre todo. Recientemente, estas empresas que han realizado producciones técnicamente complejas y novedosas han sido adquiridas por canales internacionales, lo que ha ayudado a internacionalizarlas (es el caso de Telecolombia, adquirido por Fox, y de Teleset, por Sony). Estas empresas que suplen la demanda de producciones de los canales tienen unidades móviles dotadas con la tecnología necesaria para la realización de sus programas.

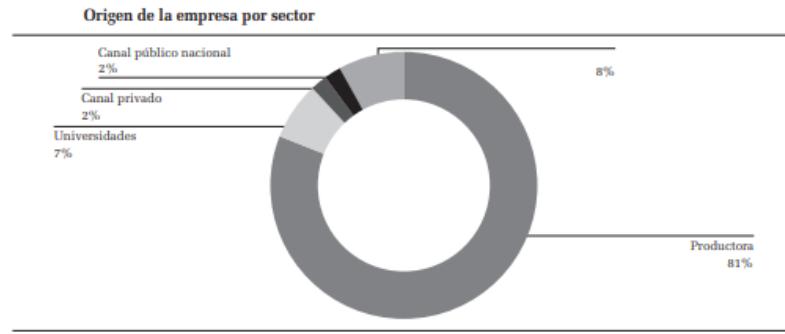
En cuanto a la estructura de la empresa, esta cuenta permanentemente con unas cabezas encargadas de la producción y la administración. La dirección está en manos de equipos donde se combinan los talentos administrativos, creativos y técnicos, pero que se especializa en labores administrativas. De manera temporal, de acuerdo con los proyectos, se arman y contratan los equipos creativos y técnicos necesarios para llevarlos a cabo. Desde el director, pasando por el equipo técnico, hasta llegar a los actores se contratan por el periodo que duren las producciones. Las contrataciones de personal creativo-directivo (actores, directores) se realizan de manera personal con la empresa; mientras los técnicos suelen contratarse a través de una empresa cooperativa. El vínculo para cada producción puede ser de varios meses, en el caso de las producciones de televisión. En otras ocasiones se contratan "especialistas" por fuera de las cooperativas proveedoras de técnicos, a través de las casas de alquiler de equipos, cuando se requieren equipos especiales que no los poseen las unidades móviles.

También se encuentran las empresas productoras de los canales privados nacionales y locales, y públicos nacionales y regionales. La principal diferencia entre los canales estriba en su carácter público o privado. Aunque los canales privados y públicos son al mismo tiempo productores y compradores de audiovisual, los canales privados cuentan con estructuras de producción más robustas y con mayores presupuestos para las

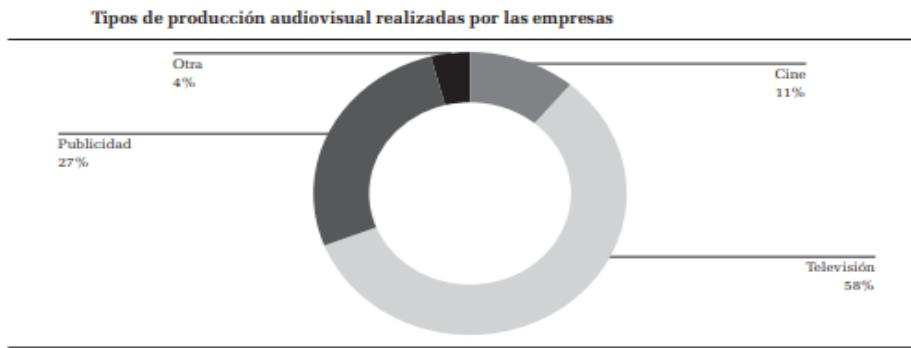
	<b>ESTUDIOS PREVIOS</b>	<b>CÓDIGO: AGJC-CN-FT-001</b> <b>VERSIÓN: 13</b> <b>FECHA DE APROBACIÓN:</b> <b>04/06/2019</b> <b>RESPONSABLE: CONTRATACIÓN</b>	 <b>BOGOTÁ MEJOR PARA TODOS</b>
--	-------------------------	---	---

producciones propias, que se financian a través de la pauta publicitaria. Los canales privados son los mayores empleadores del sector audiovisual (así como de empleos de tiempo completo), son los que tienen el mayor tiempo de constituidos y recientemente no solo producen programas de televisión, sino que también producen para los subsectores de publicidad y cine. En estos canales, a diferencia de las empresas productoras, el personal es contratado no por proyectos, sino de manera más permanente.

En cuanto al origen de las empresas por sectores, se encuentra una alta concentración de las productoras audiovisuales en el sector privado. El 81% de las empresas son de carácter privado, a lo que se suma un 2% adicional perteneciente a las productoras de los canales privados. El 7% son productoras que pertenecen a las universidades —correspondientes a un 5% de productoras de universidades privadas, y a un 2% de universidades públicas—. Finalmente, el 3% restante son productoras de los canales públicos nacionales o regionales (CPNR). Una de las características principales de las empresas que operan en el sector audiovisual es que realizan diferentes tipos de producción audiovisual, como cine, televisión y publicidad, de manera alternativa. Son pocas las empresas que reportan dedicarse a un solo tipo de producción audiovisual, y estas en su mayoría se dedican a producir cine.

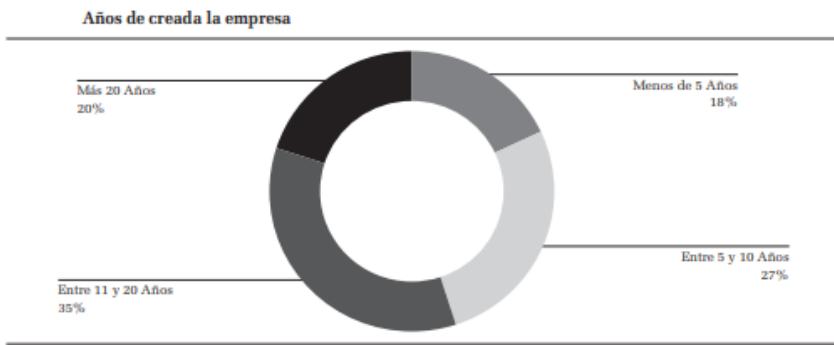


Se encontró que el 58% de las productoras producen para la televisión; el 27%, para la publicidad; el 11%, para cine, y el 4% restante, para otro tipo de producción (demandas particulares del sector privado como contenidos, videos institucionales y otras producciones que no son emitidas por los canales masivos). Llama la atención el bajo porcentaje de empresas que se dedican a las producciones cinematográficas. Esto, por supuesto, es un reflejo del número de producciones cinematográficas que se realizan anualmente en el país (14 en el último año) y de los altos costos de estas producciones, sumado a la incertidumbre de la rentabilidad de las inversiones. El cine, sin embargo, es el tipo de producción en la que aspiran a trabajar muchas de las personas que trabajan en el sector audiovisual.

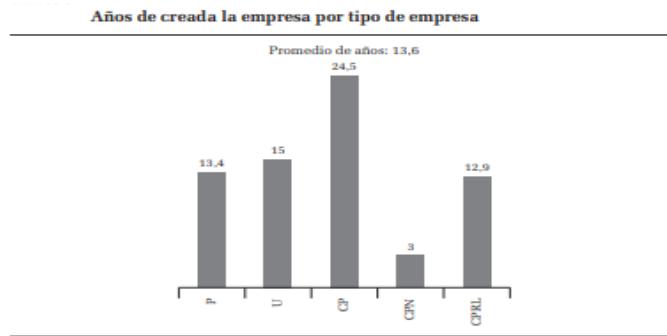


Respecto a los años de creación de las empresas, no se encuentra concentración de las empresas por un rango en particular. Sin embargo, el 35% de las empresas tiene entre 11 y 20 años de constituidas; el 27%, entre 5 y 10 años; el 20%, más de 20 años, y el 18%, menos de 5 años.

	<b>ESTUDIOS PREVIOS</b>	<b>CÓDIGO: AGJC-CN-FT-001</b>
		<b>VERSIÓN: 13</b>
		<b>FECHA DE APROBACIÓN:</b>
		<b>04/06/2019</b>
		<b>RESPONSABLE: CONTRATACIÓN</b>



En promedio, las empresas productoras del sector audiovisual tienen 13,6 años de constituidas. Las empresas productoras privadas tienen en promedio 13,4 años. Es de esperar que debido a la concentración del universo en este tipo de empresas (81%), el promedio se vea fuertemente determinado por estas. Las productoras de los canales privados (CP) son las que tienen el mayor número de años en promedio de constituidas: 24,5; seguidas por las universidades (U), con 15 años; los canales públicos regionales o locales (CPRL), con 12,9 años, y los canales públicos nacionales (CPN), con 4 años.



Como se había mencionado anteriormente el 81% de las empresas son privadas, el 7% son universidades y el restante 12% de las empresas que conforman el universo son canales. Se puede considerar que los canales tienen un carácter dual en el sector audiovisual: por un lado, tienen los derechos de trasmisión y, en consecuencia, se constituyen en el principal demandante de productos audiovisuales; por el otro, no solo se dedican a trasmisir, sino que también producen material audiovisual y demandan el 55,5% del personal de tiempo completo empleado en el sector y el 3% de los empleados temporales.

Desde esta perspectiva, es importante determinar cuánto de lo que trasmiten los canales es producido por ellos, cuánto le demanda al resto de las empresas del sector y cuánto les demandan a las empresas internacionales.

En promedio, se encuentra que el 55% de la trasmisión de los canales corresponde a estrenos producidos directamente por ellos; el 15% de la trasmisión, a compras a empresas nacionales; el 6%, a empresas internacionales, y el restante 24%, a otras.

En esta última se hace referencia a las compras internacionales que después son renegociadas entre canales, y a la producción de los canales que no son estrenos, sino que corresponden a los llamados reencauchados. Al hacer el análisis por el tipo de canal, privado a público, se encuentra que los canales privados trasmiten el 50%-60% de los estrenos que producen, de ahí que presenten la demanda más alta de personal de tiempo completo del sector, el 5%-10% se lo compran a las empresas del sector, y el 15%-25%, a la

	<b>ESTUDIOS PREVIOS</b>	<b>CÓDIGO: AGJC-CN-FT-001</b>
		<b>VERSIÓN: 13</b>
		<b>FECHA DE APROBACIÓN:</b>
		<b>04/06/2019</b>
		<b>RESPONSABLE: CONTRATACIÓN</b>

televisión internacional.

A diferencia de este comportamiento, los canales públicos nacionales producen tan solo el 10% de los estrenos que trasmiten y compran el 50% de su trasmisión a productores locales, no compran a productores internacionales y el 40% corresponde a otras.

Desde esta perspectiva, el canal público es un gran demandante de la producción de las empresas. En el caso de los canales regionales o locales, se encuentra que el 69% del material audiovisual trasmítido lo producen directamente. En general, estos canales producen magazines, noticieros y programas de deportes, producciones que no requieren un gran número de personal creativo y técnico.

**Producción audiovisual trasmítida por los canales**

	Produjo directamente	Compró a productores de televisión nacional	Compró a productores de televisión internacional	Otra
Canal privado	50	5	15	30
Canal público nacional	10	50	0	40
Canal público regional o local	69	7	6	18
Promedio	55	15	6	24

Con el fin de conocer desde la demanda el tamaño del mercado del sector audiovisual, se indagó por el número de producciones realizadas por cada una de las empresas que constituyen el universo. Como se mencionó, los tipos de producciones realizados por empresa son diversos, así que el análisis que se presenta de ahora en adelante se concentra en los tipos de producción audiovisual y no en los tipos de empresa.

Si bien no son comparables los recursos y el tiempo que invierte una empresa realizando una serie o un spot, a la hora de analizar el volumen de lo producido por una empresa, es posible inferir la tendencia de la empresa a especializarse por un tipo de producción audiovisual en particular. En general, lo que se encontró es que, si bien una empresa hace diversos tipos de producción, a la hora de hacer publicidad el volumen de los spots realizados crece enormemente, por los tiempos que se dedican a su producción y posproducción.

Se muestran las unidades producidas por tipo de producción audiovisual, cruzado contra el tipo de empresa que los produjeron. Las producciones realizadas por las empresas se expresan en unidades y el tipo de empresa que los produce se muestra en porcentajes. Es decir, se registraron 29 cortos producidos en el último año, y de estos el 79% fue realizado por empresas productoras privadas; el 7%, por universidades, y el 14%, por los canales regionales y locales. En el caso de los largometrajes, se encontró que el 100% fue registrado como producción de las productoras privadas.

En términos generales, los principales agentes en la producción de cine son las productoras privadas. En el caso de televisión, se suman a las productoras privadas los canales privados y desaparecen del escenario las universidades y los canales públicos. Como se dijo, los canales regionales y locales producen mucho de lo que trasmiten; sin embargo, se especializan principalmente en la producción de programas deportivos y otros.

Finalmente, en publicidad, los principales actores en la producción son las productoras privadas y los canales privados, las universidades tienen una participación poco significativa. En el último año se realizaron 1.938 spots, sin discriminarlos por el número de días de rodaje. El 97% de dichos spots fueron realizados por empresas productoras privadas; el 2%, por universidades, y el 1%, por canales privados.

	<b>ESTUDIOS PREVIOS</b>	<b>CÓDIGO: AGJC-CN-FT-001</b>	 <b>BOGOTÁ MEJOR PARA TODOS</b>
		<b>VERSIÓN: 13</b>	
		<b>FECHA DE APROBACIÓN:</b>	
		<b>04/06/2019</b>	
		<b>RESPONSABLE: CONTRATACIÓN</b>	

Producción audiovisual realizada en 2007-2008 por tipo de empresa (%)

	Producción audiovisual	Total unidades	Productora	Universidad	Canal privado	Canal público nacional	Canal público local y regional
Cine	Cortometrajes	29	79	7	0	0	14
	Mediometrajes*	13	100	0	0	0	0
	Largometrajes	14	100	0	0	0	0
Televisión	Series	69	57	10	25	0	9
	Novelas	18	56	0	44	0	0
	Realities	10	80	0	10	0	10
	Noticieros	21	71	10	5	0	14
	Concursos	22	82	0	5	0	14
	Deportes	47	40	9	17	0	34
	Documentales	384	73	18	2	0	6
	Animaciones	354	95	4	0	0	1
	Otra	787	51	8	0	37	4
Publicidad	Spots de un día de rodaje	409	100	0	0	0	0
	Spots de dos días de rodaje	144	93	0	7	0	0
	Spots de más de dos días de rodaje	110	92	3	5	0	0
	Spots realizados durante el año	1938	97	2	1	0	0
	Otra	125	100	0	0	0	0

\* Es una película con una duración aproximada de 60 minutos, intermedia entre la del corto y la del largometraje. Sin embargo, se encontró tanto en la encuesta como en las entrevistas en profundidad que la producción de mediometrajes en el país es muy poco significativa.

El sector de la producción audiovisual conformado por realizadores independientes y empresas dedicadas a la producción de contenidos, generan constantemente ideas y desarrollan proyectos con la gestión de recursos propios y en algunas oportunidades con recursos de fondos públicos y privados.

Por esta razón, el canal ha decidido apoyar, bajo diferentes modalidades de producción, proyectos que se encaminen hacia el cumplimiento de los propósitos de la televisión pública.

## 2.2. VALOR ESTIMADO DEL CONTRATO Y LA JUSTIFICACIÓN DEL MISMO:

Para la convocatoria de la línea de Adulto Mayor, se establece un presupuesto de hasta **DOSCIENTOS CUARENTA Y NUEVE MILLONES DE PESOS M/CTE. (\$249.000.000)** incluido IVA y todos los impuestos a que haya lugar.

## 2.3. COTIZACIONES:

No Aplica

## 2.4. ANÁLISIS DE PRECIOS HISTÓRICOS:

Este valor se establece teniendo como referencia histórica, que para el año 2018 se realizó la serie "Conectados", la cual incluyó varias líneas de contenido bajo el formato de ficción. Cada línea contó producciones como "Nos-Otros", "Dale la vuelta" y "Póngase Mosca", que desarrollaron cápsulas o microrelatos de máximo 4 minutos de duración y spots de máximo 30 segundos para la pantalla de televisión apoyados por una estrategia transmedial que aportaba al fortalecimiento del concepto de los valores ciudadanos.

La contratación para cada proyecto se efectuó a través de convocatorias públicas en las que se presentaron proponentes interesados en el desarrollo de contenidos para el desarrollo de cada una de las líneas

	<b>ESTUDIOS PREVIOS</b>	<b>CÓDIGO: AGJC-CN-FT-001</b>
		<b>VERSIÓN: 13</b>
		<b>FECHA DE APROBACIÓN:</b>
		<b>04/06/2019</b>
		<b>RESPONSABLE: CONTRATACIÓN</b>



propuestas. Cada uno de los productos, contó con el talento humano, recursos técnicos y logísticos para la ejecución de cada una de las fases de preproducción, producción y postproducción.

El consolidado final del valor total de la serie “*Conectados*”, en sus líneas de ficción y que se reportó ante la Autoridad Nacional de Televisión – ANTV, corresponde a la siguiente tabla y es tenido en cuenta como justificación para esta nueva asignación:

CUADRO DE VALORES HISTÓRICOS SERIE VALORES CIUDADANOS - FORMATO FICCIÓN									
	Nombre del Proyecto	Operador	Año	Formato	Capítulos	Duración Minutos	Total de Minutos Contenido	Inversión Total	Valor por capítulo
1	<b>NOS-OTROS</b>	Canal Capital	2018	Ficción	9	2 Minutos	18	\$ 224,434,000	\$ 12,468,556
					9	30 Segundos			
2	<b>DALE LA VUELTA</b>	Canal Capital	2018	Ficción	10	2 Minutos	20	\$ 249,424,000	\$ 12,471,200
					10	30 Segundos			
3	<b>PÓNGASE MOSCA</b>	Canal Capital	2018	Ficción	10	2 Minutos	20	\$ 249,999,960	\$ 12,499,998
					10	30 Segundos			
<b>PROMEDIO VALOR CAPÍTULO - SERIE FICCIÓN - TV PÚBLICA</b>									<b>\$ 12,479,918</b>

En ese orden, realizando un análisis del valor total del presupuesto vs. el número de capítulos requeridos para esta convocatoria, se evidencia que el valor unitario inicial por capítulo, sería de **DOCE MILLONES CUATROCIENTOS CINCUENTA MIL PESOS M/CTE. (\$12.450.000.)**.

Es importante anotar, que para el efecto de los valores por capítulo considerados para el análisis de precios, son de vigencias anteriores.

### **3. CONDICIONES LEGALES, COMERCIALES, FINANCIERAS, ORGANIZACIONALES, TECNICAS Y DE RIESGO DEL SECTOR.**

#### **3.1. CONDICIONES LEGALES**

Se identifica que esta clase de servicios son contratados por empresas del sector tanto a nivel público, como privado para desarrollar las actividades anteriormente expuestas y entregar contenidos de alta calidad.

Adicional a ello, se establecen los requisitos mínimos habilitantes, estableciéndose actividades conforme a la necesidad a contratar para el presente proceso.

#### **3.2. CONDICIONES COMERCIALES, ORGANIZACIONALES Y TÉCNICAS.**

Mediante las certificaciones de experiencia, se soportará la capacidad de ejecutar y cumplir con el objeto de contratación y con las actividades a desarrollar para el mismo.

#### **3.3. NORMATIVA APPLICABLE A LA ENTIDAD.**

Constitución Política de Colombia artículos 209 y 267, Artículo 37 Ley 182 de 1995, Decreto 1421 de 1993, el artículo 96 del Decreto 111 de 1996, numeral 1º del artículo 8 de la Ley 80 de 1993, Ley 489 de 1998, Artículo 14 de la Ley 1150 de 2007 Ley 1474 de 2011, entre otras de creación constitucional o legal y las que surgieren con posterioridad por virtud de otras leyes artículo 11 y 12 de la Ley 1437 de 2011.

### **4. OBJETO A CONTRATAR, CON SUS ESPECIFICACIONES, LAS AUTORIZACIONES, PERMISOS Y LICENCIAS REQUERIDOS PARA SU EJECUCIÓN, Y CUANDO EL CONTRATO INCLUYE DISEÑO Y CONSTRUCCIÓN, LOS DOCUMENTOS TÉCNICOS PARA EL DESARROLLO DEL PROYECTO.**

	<b>ESTUDIOS PREVIOS</b>	<b>CÓDIGO: AGJC-CN-FT-001</b> <b>VERSIÓN: 13</b> <b>FECHA DE APROBACIÓN:</b> <b>04/06/2019</b> <b>RESPONSABLE: CONTRATACIÓN</b>	 <b>BOGOTÁ MEJOR PARA TODOS</b>
---	-------------------------	---	---

#### **4.1. OBJETO**

Realizar el diseño, preproducción, producción y postproducción de la serie de "Valores Ciudadanos" para la línea Adulto Mayor, en virtud de la Resolución 0005 de 2019 de la ANTV.

#### **4.2. ALCANCE**

Visibilizar los diferentes escenarios en los que se desenvuelven las personas que llegan o se encuentran en la etapa de la tercera edad; cómo es ser adulto mayor en Colombia y su inclusión en la sociedad, la familia, su entorno. La vejez constituye un proceso heterogéneo a lo largo del cual se acumulan, entre otros, necesidades, limitaciones, cambios, pérdidas, capacidades, oportunidades y fortalezas humanas.

Unas cápsulas en donde los adultos mayores demuestren que la experiencia es la que cuenta, con un objetivo fundamental, y es el de desmitificar los prejuicios sobre los adultos mayores, promoviendo el desarrollo de una vejez placentera y dinámica.

Cada capítulo de la serie en formato ficción deberá mostrar el desarrollo de cada uno de los subtemas, exponiendo el contexto, los mitos o prejuicios del ser adulto mayor, y las alternativas que existen para acompañar y apoyar al adulto mayor en la Capital.

#### **4.3. TIPO DE PRODUCTO**

Serie ficción trabajada con emotividad y humor, la cual deberá mostrar cómo se vive cuando se llega a la tercera edad, las barreras y conflictos, los prejuicios y tabús, que existen cuando se llega a la tercera edad. Así mismo, desarrollar en cada capítulo, temas como la sexualidad, la pareja, el tiempo libre, la familia, y argumentar que el ser adulto mayor, no implica dejar de ser quien siempre se ha sido.

#### **NÚMERO DE PIEZAS**

- Veinte (20) referencias de treinta (30) segundos cada una.
- Estrategia transmedia con contenido expandido diferente a la de pantalla tv y digital (La cantidad, formatos, duraciones y demás características pertinentes para la estrategia de la campaña, deben ser establecidas por el proponente y deben ser realizables dentro del tiempo y presupuesto establecido en la presente convocatoria).
- Estrategia para promoción.

#### **Enfoque**

La propuesta creativa debe ser innovadora y coherente, donde los temas planteados, la formulación conceptual, narrativa y el tratamiento audiovisual, sean acordes con los gustos e intereses de la audiencia objetivo de esta convocatoria (Adultos mayores).

La propuesta debe estar sustentada con una investigación precisa, profunda y acorde con las características del proyecto, que permita identificar el tipo de historias a desarrollar, los personajes a través de los cuáles se van a contar las historias, los lugares precisos, etc., y estar enfocada hacia la narración audiovisual de la propuesta.

Debe ser un producto atemporal, propiciando su emisión y retransmisión de acuerdo a las necesidades de la parrilla de Canal Capital, así como en otras plataformas que exploran nuevas maneras de contar historias e imprimen un sello de originalidad en los contenidos del Canal.

En ningún caso se recibirán proyectos que se encuentren:

- En desarrollo parcial o avanzado

	<b>ESTUDIOS PREVIOS</b>	<b>CÓDIGO: AGJC-CN-FT-001</b> <b>VERSIÓN: 13</b> <b>FECHA DE APROBACIÓN:</b> <b>04/06/2019</b> <b>RESPONSABLE: CONTRATACIÓN</b>	 <b>BOGOTÁ MEJOR PARA TODOS</b>
---	-------------------------	---	---

- Grabados en su totalidad o finalizados
- Nuevas temporadas de proyectos que ya se han emitido.

## **MARCO CONCEPTUAL**

Cumplir sesenta (60) años, presentar algunos “achaques”, y que se noten las canas, significa entrar al último momento del ciclo vital. Según la última encuesta de Calidad de Vida del programa “Bogotá, ¿cómo vamos?”, se estima que las personas con 65 años y más, representan el 6,7% de los habitantes de la ciudad. Es decir, de acuerdo a la estructura poblacional, la ciudad tiene una tendencia hacia el envejecimiento, y la reducción de la fecundidad.

Ahora bien, de acuerdo a proyecciones del Departamento Administrativo Nacional de Estadística – DANE, para las vigencias de los años 2018, 2019 y 2020, se calcula que hay y habrá en Bogotá 1.045.229, 1.097.995 y 1.153.194 adultos mayores, respectivamente. El índice de envejecimiento se concentra en las localidades de Chapinero, Barrios Unidos, Teusaquillo y La Candelaria, según econometría y el Instituto de Envejecimiento de la Universidad Javeriana.

Por otro lado, Colombia cuenta con una población proyectada por el DANE de 49.344.518, de los cuales 5.700.000 son personas mayores de 65 años. Para el 2020 habrá 2 mayores por cada adolescente menor de 15 años, mientras que la esperanza de vida se proyecta para el 2030 en 77.73 años, según la División de Población de las Naciones Unidas (2015).

Existen varias políticas públicas relacionadas con los adultos mayores en el marco nacional e internacional así:

- DUDH: Declaración Universal de los Derechos Humanos
- DPCCI: Declaración de los principios de la cooperación Cultural Internacional
- PIDESC: Pacto Internacional de los Derechos Económicos Sociales y Culturales
- ODM: Objetivos de Desarrollo del Milenio
- CP: Constitución Política
- Visión 2019
- LC: Ley de Cultura 397
- LAM: Ley 1251 de 2008 por la cual se dictan normas tendientes a procurar la protección, promoción y defensa de los derechos de los adultos mayores.
- PNC: Plan Nacional de Cultura
- CC: COMPES Cultura
- POT: Plan de Ordenamiento Territorial
- PDC: Política Distrital de Cultura
- PDD: Plan de Desarrollo Distrital
- PND: Plan Nacional de Desarrollo
- DU: Declaración de la UNESCO
- PSB: Política Social Bogotá

Todas, apuntan a mejorar la calidad de vida y brindar apoyo y acompañamiento al adulto mayor.

El envejecimiento progresivo de la población en el país, demanda un mayor esfuerzo del Estado, como “garante de derechos”, en la priorización de la Protección Social Integral para todos los mayores de 60 años, con el fin de mejorar su calidad de vida y para que alcancen una vejez digna, activa y satisfactoria.

Para la Organización Mundial de la Salud (OMS), el aumento de la población adulta en el mundo, es el reflejo del incremento de la esperanza de vida, dado por el éxito de las políticas de salud pública pero también vinculada con los cambios demográficos (menores tasas de natalidad).

	<b>ESTUDIOS PREVIOS</b>	<b>CÓDIGO: AGJC-CN-FT-001</b> <b>VERSIÓN: 13</b> <b>FECHA DE APROBACIÓN:</b> <b>04/06/2019</b> <b>RESPONSABLE: CONTRATACIÓN</b>	 <b>BOGOTÁ MEJOR PARA TODOS</b>
--	-------------------------	---	---

Una población con edades avanzadas, se constituye en un gran reto para las sociedades y los Estados, quienes deben cambiar las formas de ver y abordar la vejez.

El mejorar las condiciones de vida en entornos salubres, el promover conductas sanas (actividad física, nutrición) y la participación para el ejercicio de los derechos, el garantizar servicios de salud y la protección social integral a lo largo de la vida, posibilita que se llegue a la vejez con más bienestar, menos discapacidad y siendo mucho más productivos.

En este marco, es necesario que las políticas públicas para las personas de edad se constituyan en mecanismos contundentes para la garantía de derechos, que posibiliten el acceso eficaz "a los diferentes servicios y beneficios sociales y económicos", como lo plantea Sandra Huenchuan de la CEPAL (2011) y que reconozcan el envejecimiento como una condición individual y diferenciada entre hombres y mujeres (perspectiva de género).

En este tema de derechos hay un avance importante a nivel internacional, con la aprobación en 2015 de la Convención Interamericana sobre la Protección de los Derechos Humanos de las Personas Mayores en la Organización de los Estados Americanos (OEA), cuya ratificación hasta ahora la han realizado Bolivia, Chile, Uruguay y recientemente Costa Rica.

En las últimas dos décadas, Colombia ha tomado mayor conciencia de los retos que trae para el país, una población envejecida y ha empezado a mejorar el tema de política pública dirigida a las personas adultas mayores. No obstante, las desigualdades sociales y económicas, la violencia y los imaginarios negativos frente a la vejez, dificultan que se garanticen plenamente los derechos de este colectivo.

Según la Fundación Saldarriaga Concha (2015), la población de personas de edad crece y se concentra en mayor proporción en grandes cascos urbanos, como los son: Bogotá, Medellín, Manizales, Pereira, Tunja y Bucaramanga, ante lo cual, recomienda que el tema de la vejez y envejecimiento sea prioritario en la agenda pública del gobierno nacional y de los gobernantes locales; como también debe ser de interés para la sociedad en general.

*"Se calcula que para el año 2050, la población mundial de mayores de 60 años se habrá duplicado, de 900 millones en 2015 a unos 2000 millones". Organización Mundial de la Salud, OMS.*

En el 2015, el Ministerio de Salud y la Protección Social llevó a cabo la encuesta Salud, Bienestar y Envejecimiento (SABE) en 32 departamentos, encuestando a más de 30 mil hombres y mujeres mayores de 60 años en todo el país. Estos datos arrojan elementos importantes para la revisión, diseño e implementación de la política pública para el mejoramiento de la calidad de vida de los mayores en el país.

Hay una prevalencia de ver el envejecimiento como negativo (fragilidad, dependencia o discriminación), el 78,1% viven en zona urbana, 46,8% pertenecen al régimen subsidiado de salud, el 12.9% reportó haber sufrido maltrato (más frecuente en mujeres). Por otra parte, a nivel de funcionalidad, el 79% de la población es independiente en sus actividades de la vida diaria (AVD) básicas, y el 62% son independientes en las instrumentales.

Los jóvenes y adultos se preparan muy poco para la vejez, lo que unido a la precariedad de las condiciones del mercado de trabajo colombiano, hace que, solo el 25% de los adultos mayores, alcancen a recibir una pensión contributiva y de esta cifra, solo el 11.9% son de zona rural.

Es así como en el 2003, nace el Programa Colombia Mayor con el objetivo de brindar un soporte económico a los adultos mayores que habiten en calle, viven de la caridad pública, residan en un centro de Bienestar, sean de estratos 1 y 2 o indígenas de escasos recursos. A la fecha, el Programa Adulto Mayor cuenta con

	<b>ESTUDIOS PREVIOS</b>	<b>CÓDIGO: AGJC-CN-FT-001</b> <b>VERSIÓN: 13</b> <b>FECHA DE APROBACIÓN:</b> <b>04/06/2019</b> <b>RESPONSABLE: CONTRATACIÓN</b>	 <b>BOGOTÁ MEJOR PARA TODOS</b>
---	-------------------------	---	---

una cobertura de un millón quinientas mil (1.500.000) personas, en 1.103 municipios y 3 inspecciones departamentales.

A través de este programa, el Gobierno Nacional, pretende dar una cobertura universal focalizada en la población vulnerable, que significaría una vinculación cercana a los dos millones cuatrocientos mil (2.400.000) adultos mayores. Según el Departamento Nacional de Planeación (DNP), la implementación de este programa en el país, ayudó a reducir especialmente la pobreza rural en 20,6%.

En este panorama, la política pública del país debe afrontar el envejecimiento demográfico de manera integral (social, económica y cultural) y mediante planes que aborden todo el transcurrir de vida y preparen a la población para el momento de la vejez, en temas de educación, participación, cultura del ahorro, hábitos de vida saludable, cotización pensional, entre otros.

Colombia debe reconocer a los mayores no solo como sujetos de especial protección sino también como población determinante para mejorar las condiciones de desarrollo del país.

Hoy se requiere destinar más presupuesto a los planes y programas para la vejez, con el fin de ampliar coberturas, mejorar los servicios y facilitar progresivamente el acceso universal de todos los mayores a los servicios o beneficios que ofrece el Estado, de tal manera que cumpla realmente con sus obligaciones como garante de derechos.

## **SUBTEMAS**

Nota: Los subtemas que aquí se contienen son sugeridos. El proponente podrá presentar en su propuesta, temáticas diferentes a las descritas a continuación, siempre y cuando estén relacionadas con la línea de Adulto Mayor

### **El sexo y el erotismo en los adultos mayores**

Envejecer, no significa perder repentinamente el interés en el sexo, pues es muy común que las personas se mantengan sexualmente activas durante toda su vida, dado que el sexo, es una parte importante de la salud emocional y física.

En una relación, la actividad sexual le permite establecer intimidad (cercanía) y expresar sus sentimientos hacia su pareja, y adicional a ello, beneficia a su salud física al reducir el estrés y hacer que se sienta bien consigo mismo.

### **La pareja, el amor y los amigos en la tercera edad**

El amor entre los adultos mayores es mucho más común de lo que se piensa. Cuando las personas mayores están divorciados o quedan viudos puede encontrar de nuevo una pareja, quien será un compañero ideal para no sufrir la soledad de la vejez. Aunque pueden tener una gran familia, la persona mayor necesitará compartir su intimidad con alguien incondicionalmente y, en la mayoría de los casos, en la misma situación.

La gente se ayuda mutuamente, razón por la cual, las relaciones personales tienden a ser muy importantes en la tercera edad.; tanto, las que se mantienen con los amigos, vecinos o personas cercanas, como las establecidas dentro de la propia familia, son determinantes para el bienestar personal.

	<b>ESTUDIOS PREVIOS</b>	<b>CÓDIGO: AGJC-CN-FT-001</b> <b>VERSIÓN: 13</b> <b>FECHA DE APROBACIÓN:</b> <b>04/06/2019</b> <b>RESPONSABLE: CONTRATACIÓN</b>	 <b>BOGOTÁ</b> <b>MEJOR</b> <b>PARA TODOS</b>
---	-------------------------	---	---

## **Las nuevas tecnologías y la tercera edad**

Es de gran importancia destacar que la implementación de las nuevas tecnológicas en nuestra sociedad actual supone importantes ventajas para el sector de la Tercera Edad, sin embargo, se sienten alejadas de ellas por el desconocimiento de su utilidad y la complejidad de los dispositivos, entre otros.

## **El envejecimiento activo**

La definición de envejecimiento activo por la Organización Mundial de la Salud es la siguiente: *"proceso por el que se optimizan las oportunidades de bienestar físico, social y mental durante toda la vida, con el objetivo de ampliar la esperanza de vida saludable, la productividad y la calidad de vida en la vejez"*

## **El adulto mayor y el tiempo libre**

La tercera edad, es una de las etapas más bonitas de la vida; son los años en los que una persona debe disfrutar de su jubilación, de su familia, del ocio y el tiempo libre.

Así mismo podrá permanecer en contacto con la naturaleza, especialmente cuando la situación climática lo permite, dado que, la naturaleza aporta importantes beneficios a nuestro organismo. Una excursión al campo o un sencillo paseo por un río, nos hará disfrutar el contacto con estos seres vivos.

Desarrollar una ocupación, pues además del ocio, el ejercicio, una buena conversación, etc, una persona mayor, debe mantenerse ocupada en la medida en que su estado de salud lo permita. Participar en actividades, apuntarse a un taller, desarrollar una habilidad en casa, cualquier ocupación es beneficiosa para llevar un envejecimiento activo.

## **Los derechos de los adultos mayores**

La primera obligación que se presenta en el núcleo familiar es la de los alimentos. En este caso, los hijos deben garantizar que sus padres tengan los recursos necesarios para tener el nivel de vida adecuado.

La segunda obligación que tienen los hijos con sus padres, es garantizar un cuidado permanente. La población de adulto mayor, obligatoriamente, debe estar en el sistema de salud, por lo cual, es deber, de las EPS y de la familia, garantizar que se dé una atención médica oportuna.

Por último, el derecho a tener una muerte digna, y a terminar sus días de una manera tranquila.

## **El trabajo y el adulto mayor**

La mayor parte de la población mayor de sesenta (60) años, se mantiene laboralmente activa, aunque no siempre implique remuneración económica. Su participación laboral ayuda a mantener sus hogares de residencia y a disminuir la pobreza, por ejemplo, mediante el cuidado de los nietos. La permanencia en el mundo del trabajo por parte del adulto mayor, se incrementa en áreas rurales, dadas las bajas coberturas en seguridad social.

## **La familia, el ser abuelo o abuela**

Los abuelos son un pilar fundamental en la educación de los nietos, les transmiten sabiduría, experiencia, tranquilidad, cariño, estabilidad. Sin embargo, el beneficio es mutuo, ya que los abuelos también se enriquecen emocionalmente con el contacto con sus nietos.

	<b>ESTUDIOS PREVIOS</b>	<b>CÓDIGO: AGJC-CN-FT-001</b> <b>VERSIÓN: 13</b> <b>FECHA DE APROBACIÓN:</b> <b>04/06/2019</b> <b>RESPONSABLE: CONTRATACIÓN</b>	 <b>BOGOTÁ MEJOR PARA TODOS</b>
--	-------------------------	---	---

Hoy en día, el papel de los abuelos se ha visto incrementado en el seno de la familia, ante la necesidad de trabajar de ambos progenitores. Conocer las necesidades de ambos, los beneficios y los límites ayudará a que la unión sea mucho más fuerte y positiva.

### **La espiritualidad en la vejez**

La espiritualidad se manifiesta en el adulto mayor como un principio de transformación personal e interpersonal que lo fortalece. Es común observar que, en esta etapa de la vida, las personas se acercan mucho más a su dimensión espiritual, no es casualidad que aumente su interés por integrarse a comunidades religiosas que, de alguna manera, vienen a cubrir las necesidades de integración y de vinculación con el mundo circundante, desde la búsqueda de lo divino.

La espiritualidad en la adultez mayor, tiene que ver con el bienestar psicológico de la persona en su relación con los demás, con su propio crecimiento personal y el propósito que le da a su vida.

### **La alimentación y la salud en la tercera edad**

Mantener unos hábitos de vida saludables, dado que, a partir de cierta edad, (generalmente después de los 50 años), es muy importante crearse ciertos hábitos y costumbres que seguiremos durante el resto de nuestra vida. Si, por ejemplo, creamos la costumbre de salir a caminar durante 1 hora todos los días, es difícil que pasados los años dejemos de practicar esta actividad.

Practicar algún tipo de actividad física, es recomendable hacerlo todos los días, ya sea caminando o realizando una actividad acorde a nuestro estado de salud y edad, lo importante es mantener una dinámica y permanecer activos.

Durante la vejez, se producen modificaciones fisiológicas que afectan en gran medida la alimentación, los cambios en la salud oral o en el aparato digestivo pueden requerir cambios en las texturas de los alimentos para minimizar riesgos y favorecer una ingesta suficiente y eficaz.

## **4.4. REQUERIMIENTOS PARA EL DESARROLLO DE LA SERIE**

### **Conceptuales**

La propuesta debe tener un respaldo investigativo profundo. Puede tener como base una investigación social o académica preexistente, pero es indispensable que se oriente a la realización de un proyecto televisivo con narrativa publicitaria. La investigación debe servir para sustentar la perspectiva desde la que se abordarán los subtemas y es el punto de partida para la construcción de la narrativa audiovisual.

El diseño y formulación de la serie deben tener en cuenta al público objetivo al que va dirigido y establecer una estrategia en términos de lenguaje, forma y narrativa para captar su atención.

Se debe tener claridad que todas las piezas a desarrollar, tanto para pantalla como la expansión de contenidos transmedia deben tener uno o varios elementos que permitan identificar su enlace dentro de una unidad de campaña.

Se busca que la propuesta sea novedosa, impactante, llamativa y efectiva para la audiencia objetivo, por tanto, es necesario abstenerse de proponer tratamientos expositivos que solo estén construidos con base en testimonios e imágenes de apoyo.

La propuesta audiovisual debe ser de alta calidad técnica y estética, diferenciadora, y debe ser coherente con la propuesta narrativa y de contenidos.

	<b>ESTUDIOS PREVIOS</b>	<b>CÓDIGO: AGJC-CN-FT-001</b> <b>VERSIÓN: 13</b> <b>FECHA DE APROBACIÓN:</b> <b>04/06/2019</b> <b>RESPONSABLE: CONTRATACIÓN</b>	 <b>BOGOTÁ MEJOR PARA TODOS</b>
---	-------------------------	---	---

La serie debe hacer uso de diferentes recursos audiovisuales que permitan mostrar de manera adecuada las situaciones, personajes, ideas y contextos: registro, graficación, animación, infografía, recreaciones, uso de material de archivo (cinematográfico, fotográfico, de video, sonoro, e impreso), en caso de emplearlos.

## **Narrativos**

El género es ficción con narrativa publicitaria. Su factura debe ser comercial: con mensajes de corta duración, pero concretos, coherentes y precisos. Se espera que las ofertas tengan elementos innovadores que hagan atractiva desde lo visual y la estructura, para que ofrezcan un análisis crítico de los subtemas elegidos para cada referencia.

## **De producción**

El diseño de producción de la serie debe plantear un tiempo de ejecución máximo de tres (3) meses. Este debe optimizar los recursos económicos y de tiempo en función de la producción de todos los contenidos propuestos, el cubrimiento geográfico y los recursos audiovisuales necesarios para el desarrollo del proyecto.

El diseño de producción debe definir con claridad las actividades y el flujo de trabajo articulado en cada uno de los procesos de preproducción, producción y postproducción, así como la revisión, ajustes y aprobación de los capítulos por parte del canal.

El presupuesto debe estar proyectado para garantizar la calidad del producto final. Los pagos a los miembros del equipo de producción deberán ser acordes con las tarifas del mercado audiovisual, así como los costos de los equipos de grabación y de postproducción.

El grupo de trabajo debe contar con la experiencia para realizar el proyecto que se plantea.

En el desarrollo y producción de la serie se debe considerar la producción de todos los entregables propuestos conforme a los requerimientos técnicos establecidos por Canal Capital.

La serie debe contar con licencias y derechos de imagen y propiedad intelectual para su transmisión en el canal y sus diferentes plataformas.

En caso de que el producto incluya tratamiento de material de archivo que no sea de propiedad del proponente o autorizado por las personas entrevistadas —del que no se tenga autorización de uso de imágenes o audios— debe ser valorizado dentro del presupuesto, se le debe otorgar el debido crédito y debe contar con el correspondiente permiso para uso para divulgación a través de su reproducción, emisión y transmisión en diferido por Canal Capital, así como su comunicación, emisión y divulgación pública, a través de los medios existentes o por inventarse, incluidos medios electrónicos digitales, ópticos, de acceso remoto, de datos y en la red de internet y sus plataformas.

La música empleada puede ser original o adquirida a través de librería musical. En caso de ser original, debe contar el registro de derechos de autor del compositor, así como la autorización para su uso en el proyecto. Si, por el contrario, la música es de librería musical, es indispensable determinar previamente cuáles derechos deben pagarse y a qué monto ascienden. En ambos casos, las cifras deben incluirse en el presupuesto del proyecto.

	<b>ESTUDIOS PREVIOS</b>	<b>CÓDIGO: AGJC-CN-FT-001</b> <b>VERSIÓN: 13</b> <b>FECHA DE APROBACIÓN:</b> <b>04/06/2019</b> <b>RESPONSABLE: CONTRATACIÓN</b>	 <b>BOGOTÁ</b> <b>MEJOR</b> <b>PARA TODOS</b>
--	-------------------------	---	---

## 5. DEFINICIÓN DE LOS BIENES O SERVICIOS A CONTRATAR CONFORME AL CLASIFICADOR DE BIENES Y SERVICIOS UNSPSC.

<b>Clasificación UNSPSC</b>	<b>Segmento</b>	<b>Familia</b>	<b>Clase</b>	<b>Producto</b>
Servicios Audiovisuales	80000000	80160000	80161500	80161507

## 6. OBLIGACIONES DEL CONTRATISTA.

El contratista se obliga con CANAL CAPITAL a desarrollar las siguientes actividades en el lugar indicado por el CANAL CAPITAL:

1. Realizar el diseño, preproducción, producción y postproducción de una serie de ficción con narrativa publicitaria con 20 referencias de 30 segundos cada una y su contenido transmedia.
2. Cumplir con el cronograma de trabajo presentado para la ejecución de la propuesta en cada una de sus fases de preproducción, producción y postproducción.
3. Cumplir con los estándares de calidad exigidos en los pliegos de condiciones.
4. Realizar en forma inmediata los cambios de personal cuando Canal Capital lo solicite a través del supervisor del contrato.
5. Diseñar y producir la propuesta gráfica que identifique todas las piezas de la propuesta dentro de una misma unidad de campaña, de acuerdo a lo detallado en la propuesta creativa (propuesta escrita).
6. Contar con música que podrá ser original o adquirida a través de librería musical para el proyecto. En cualquiera de los dos casos, ésta deberá tener los derechos de uso respectivos para su emisión en pantalla y las diferentes plataformas transmedia.
7. Responder por cualquier reclamación que en materia de derechos de autor o conexos efectúe un tercero, exonerando de responsabilidad a Canal Capital.
8. Entregar a Canal Capital los másteres según estándares técnicos del canal y materiales complementarios como libro de producción y postproducción de todos contenidos vinculados a la propuesta y documentación de entrega final previamente acordada.
9. Asumir los gastos de logística y demás necesarios para la producción de todos los contenidos a desarrollar en la propuesta.
10. Entregar todos los productos transmedia planteados en la propuesta creativa de acuerdo a los parámetros técnicos y de contenido previamente acordados con Canal Capital.
11. Atender las observaciones, solicitudes y sugerencias, así como aplicar los ajustes que formule Canal Capital a través de su supervisor o quien el Canal delegue, durante la ejecución del presente contrato.
12. Asistir a las reuniones programadas referentes al desarrollo del proyecto.
13. Obtener, previo a su utilización, por parte de los titulares de derechos de autor o conexos, o de sus representantes, la autorización  por el uso y explotación de obras musicales, imágenes, libre-

	<b>ESTUDIOS PREVIOS</b>	<b>CÓDIGO: AGJC-CN-FT-001</b> <b>VERSIÓN: 13</b> <b>FECHA DE APROBACIÓN:</b> <b>04/06/2019</b> <b>RESPONSABLE: CONTRATACIÓN</b>	 <b>BOGOTÁ</b> <b>MEJOR</b> <b>PARA TODOS</b> <small>ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.</small>
---	-------------------------	---	---

tos, fonogramas, obras fotográficas y audiovisuales, voces, entrevistas y en general, cualquier producción protegida por el derecho de autor o conexos y pagar los derechos que se causen.

- 14.** Responder por cualquier reclamación que en materia de derechos de autor o conexos, efectúe un tercero, exonerando de responsabilidad a Canal Capital.
- 15.** Respetar las directrices, circulares y demás documentos que profieran la Gerencia, la Secretaría General o la Dirección Operativa referente a los procedimientos administrativos y operativos en desarrollo de la misión del Canal.
- 16.** Realizar los ajustes al concepto creativo durante la ejecución del contrato, sin que esto cause mayor erogación.

## **7. IDENTIFICACIÓN DEL CONTRATO A CELEBRAR:**

El presente proceso de contratación se enmarca dentro de la modalidad de Convocatoria Pública, conforme lo establece el Manual de Contratación, Supervisión e Interventoría, en su numeral 4.6.1.

## **8. CONDICIONES DEL CONTRATO A CELEBRAR**

### **8.1. PLAZO DE EJECUCIÓN:**

El plazo de ejecución del contrato será de tres (3) meses contados a partir de la fecha de suscripción del contrato, previo cumplimiento de los requisitos de perfeccionamiento y ejecución.

### **8.2. LUGAR DE EJECUCIÓN.**

Bogotá D.C.

### **8.3. VALOR DEL CONTRATO – PRESUPUESTO OFICIAL**

El valor total del contrato con la línea de Adulto Mayor, se establece un presupuesto de hasta **DOSCIENTOS CUARENTA Y NUEVE MILLONES DE PESOS M/CTE (\$249.000.000)** IVA y todos los impuestos a que haya lugar.

La presente contratación está amparada con el Certificado de Disponibilidad Presupuestal No. 1497 del 31 de julio de 2019, Código Presupuestal: 3-4-1-15-03-25-0010-155. Concepto: Televisión pública para la cultura ciudadana, la educación y la información.

### **8.4. FORMA DE PAGO:**

Canal Capital se compromete a pagar la suma de hasta **DOSCIENTOS CUARENTA Y NUEVE MILLONES DE PESOS M/CTE (\$249.000.000)** incluido IVA y todos los impuestos a que haya lugar, en tres (3) desembolsos distribuidos de la siguiente manera:

**PRIMER PAGO:** Cuarenta 40% del valor total del contrato incluido IVA, contra entrega de:

- Ajuste y entrega de la formulación de propuesta creativa y operativa.
- Diseño de producción (cronograma de trabajo de toda la propuesta, organigrama, presupuesto)
- Directorio y hojas de vida del recurso humano de los líderes del equipo.
- Descripción de recursos técnicos
- Propuesta de conceptualización y producción del proyecto: Casting, locaciones, vestuario, arte, propuesta de fotografía, propuesta de gráfica).

	<b>ESTUDIOS PREVIOS</b>	<b>CÓDIGO: AGJC-CN-FT-001</b> <b>VERSIÓN: 13</b> <b>FECHA DE APROBACIÓN:</b> <b>04/06/2019</b> <b>RESPONSABLE: CONTRATACIÓN</b>	 <b>BOGOTÁ MEJOR PARA TODOS</b>
---	-------------------------	---	---

- Fichas de investigación, guiones y/o story boards de las referencias 1 a la 20.
- Listado de productos entregables para el contenido transmedia diferente a pantalla actualizado y aprobado por la supervisión del contrato.
- Registro de derechos de autor y cesión de derechos patrimoniales de toda la propuesta a favor de Canal Capital.

**SEGUNDO PAGO:** Treinta 30% del valor total del contrato IVA incluido, contra entrega de:

- Referencias de la 1 a la 10 finalizadas y aprobadas conceptualmente y técnicamente por Canal Capital.
- Avance de los productos transmedia diferentes a pantalla pactados y de acuerdo al cronograma aprobado.
- Fichas técnicas de los diez (10) primeros capítulos.
- Para el caso de música original, entrega de certificado de registro de derechos autor de compositor; si es música de librería, el documento que soporte la compra de las pistas utilizadas.

**TERCER PAGO:** 30% del valor total del contrato IVA incluido contra entrega de:

- Referencias de la 11 a la 20 finalizadas y aprobadas conceptualmente y técnicamente por Canal Capital.
- Productos transmedia finalizados diferentes a pantalla pactados y de acuerdo al cronograma aprobado.
- Fichas técnicas de los diez (10) últimos capítulos.
- Libro de producción que incluya: casting final, locaciones, vestuario, propuesta de arte, propuesta de fotografía, propuesta de gráfica, guiones, stories, planes de rodaje, seguimiento de edición, releases y music cue sheets.

Canal Capital realizará dichos pagos dentro de los quince (15) días siguientes a la radicación de la factura, pago de seguridad social y parafiscales, además de la presentación de la certificación de cumplimiento a satisfacción expedida por el supervisor designado por la entidad. Para el último pago se deberá anexar el Informe Final del Supervisor. Canal Capital hará las retenciones a que haya lugar sobre el pago, de acuerdo a las disposiciones legales vigentes.

## **9. SUPERVISIÓN Y/ O INTERVENTORÍA:**

La supervisión estará a cargo del Director Operativo o quien haga sus veces.

## **10. MODALIDAD DE SELECCIÓN DEL CONTRATISTA Y SU JUSTIFICACIÓN, INCLUYENDO LOS FUNDAMENTOS JURÍDICOS**

El Manual de Contratación, Supervisión e Interventoría, contempla en su numeral 4.6.1. la modalidad de Convocatoria Pública.

Esta modalidad de selección procede cuando el valor del contrato sea igual o superior a quinientos (500) SMLV, sin embargo en virtud de la Resolución 2005 de 28 de noviembre de 2017 de la Autoridad Nacional de Televisión, la ANTV dispuso que los canales públicos de televisión que sean beneficiados con recursos del FONTV, deben comprometer el veinte por ciento (20%) de esta asignación a la realización de convocatorias públicas, aun cuando la cuantía de la contratación sea inferior a 500 SMLV, como en el caso que nos ocupa.

## **11. LOS CRITERIOS PARA SELECCIONAR LA OFERTA MÁS FAVORABLE.**

De conformidad con lo establecido en el numeral 4.1.2.1.2 del Manual de Contratación, Supervisión e Interventoría, la capacidad jurídica, la capacidad financiera y las condiciones técnicas de los proponentes serán objeto de verificación de cumplimiento como requisitos habilitantes para la participación en el proceso

	<b>ESTUDIOS PREVIOS</b>	<b>CÓDIGO: AGJC-CN-FT-001</b> <b>VERSIÓN: 13</b> <b>FECHA DE APROBACIÓN:</b> <b>04/06/2019</b> <b>RESPONSABLE: CONTRATACIÓN</b>	 <b>BOGOTÁ</b> <b>MEJOR</b> <b>PARA TODOS</b>
---	-------------------------	---	---

de selección y no otorgarán puntaje.

Los requisitos habilitantes para el presente proceso de selección se determinan considerando las condiciones mínimas con las que deben contar los proponentes, de tal suerte que se garantice que el futuro contratista cuente con la capacidad e idoneidad suficientes para ejecutar el objeto del contrato.

Una vez verificados los requisitos habilitantes por el CANAL seleccionará la oferta más favorable teniendo en cuenta factores técnicos y económicos, para tal efecto realizará la ponderación de los elementos de calidad y precio soportados en puntajes o formulas señaladas en el presente documento.

### **11.1. REQUISITOS HABILITANTES.**

Serán objeto de verificación de cumplimiento como requisitos habilitantes para la participación en este proceso de selección, los cuales no otorgarán puntaje los siguientes: Capacidad Jurídica, Capacidad Financiera, Capacidad Técnica y Experiencia.

#### **11.1.1. CAPACIDAD JURÍDICA**

En la presente convocatoria pueden participar personas jurídicas, nacionales o extranjeras; consorcios, uniones temporales cuyo objeto social esté relacionado con el objeto del contrato a celebrarse. La duración de esta asociación debe ser por lo menos por la vigencia del contrato y un año más.

Las personas jurídicas deben acreditar su existencia y representación legal con el certificado de existencia y representación legal, con una expedición no superior a un mes (1) a la fecha de presentación de la oferta, en el cual conste su existencia, fecha de constitución, objeto, duración, nombre representante legal, o nombre de la persona que tenga la capacidad de comprometerla jurídicamente y sus facultades; en caso de que el representante legal tenga limitaciones para comprometer a su representada, respecto a los actos de presentación de la oferta y posterior suscripción del contrato, deberá allegarse la autorización correspondiente del órgano directo que lo faculta.

Para el caso de consorcios o uniones temporales, cada uno de los integrantes de los proponentes deberá allegar el certificado de existencia y representación legal y deberá acreditar que los representantes legales cuentan con la capacidad para hacer parte del consorcio o unión temporal.

### **CARTA DE PRESENTACIÓN DE LA OFERTA**

La carta de presentación de la oferta deberá ser suscrita de acuerdo con el anexo que se publicará en la página del SECOP, debe ser firmada por el representante legal de la persona jurídica, consorcio o unión temporal anexando todos los documentos que se exigen en el pliego de condiciones y sus anexos. Igualmente, deberá identificar claramente el sujeto jurídico que suscribe la oferta, y hacer el ofrecimiento de celebrar el contrato propuesto, manifestando el compromiso de acoger y respetar las reglas de este proceso de selección.

En cualquier caso, la carta que presente el proponente, deberá incluir todas las manifestaciones requeridas por el CANAL CAPITAL, por ello cada proponente debe revisar detalladamente las declaraciones que debe contener la Carta de Presentación de la Propuesta.

Con la carta de presentación de la propuesta se entiende presentada la declaración juramentada por parte del proponente de no encontrarse incurso en alguna de las inhabilidades o incompatibilidades previstas en la Ley, ni en conflicto de intereses que pueda afectar el normal desarrollo del contrato, así como el origen lícito de los recursos destinados al proyecto o a la ejecución del contrato.

### **CERTIFICADO DE EXISTENCIA Y REPRESENTACIÓN LEGAL.**

	<b>ESTUDIOS PREVIOS</b>	<b>CÓDIGO: AGJC-CN-FT-001</b> <b>VERSIÓN: 13</b> <b>FECHA DE APROBACIÓN:</b> <b>04/06/2019</b> <b>RESPONSABLE: CONTRATACIÓN</b>	 <b>BOGOTÁ MEJOR PARA TODOS</b>
---	-------------------------	---	---

Las personas jurídicas deberán presentar el certificado de existencia y representación legal o el documento que haga sus veces, el cual debe haber sido expedido dentro de los treinta (30) días calendario anteriores a la fecha límite de recepción de propuestas, donde conste que, de acuerdo con su objeto social, cuenta con la capacidad jurídica para celebrar y ejecutar contratos relacionados con el objeto de este proceso y que la duración de la persona jurídica no es inferior a la duración del contrato y tres (3) años más.

En caso de consorcio o unión temporal, cada uno de los integrantes deberá dar cumplimiento al requisito anterior y presentar este certificado.

El objeto social del interesado, persona jurídica o de cada uno de sus miembros del consorcio o unión temporal, debe estar relacionado con el objeto del presente proceso.

Si la propuesta se presenta a nombre de una Sucursal, se deberá anexar los Certificados, tanto de la Sucursal como de la Casa Principal.

Las personas jurídicas extranjeras sin sucursal o domicilio en Colombia, bien sea como interesados individuales o integrantes de consorcio, unión temporal, acreditarán su existencia y representación legal, mediante el certificado equivalente al que expiden las cámaras de comercio colombianas, emitido por organismo o autoridad competente del país de origen de la persona jurídica extranjera, con una fecha de expedición no superior a treinta (30) días antes de la fecha límite de recepción de propuestas. Así mismo, deberán presentar sus propuestas a través de apoderado facultado para tal fin, con arreglo a las disposiciones legales que rigen la materia.

### **CERTIFICACIÓN DE EXISTENCIA Y REPRESENTACIÓN LEGAL.**

Si la quien presenta la oferta es una asociación de cabildos comunidades Afro Negras y Palanquera la misma debe aportar certificado de existencia y representación legal expedido dentro de los treinta (30) días calendario anteriores a la fecha límite de recepción de propuestas por el Ministerio del Interior, donde conste que, de acuerdo con su objeto social, cuenta con la capacidad jurídica para celebrar y ejecutar contratos relacionados con el objeto de este proceso.

Si quien presenta la oferta es una asociación de cabildos comunidades Afro, Negras, Palanqueras, o de alguna etnia reconocida, la misma debe aportar certificado de existencia y representación legal expedido dentro de los treinta (30) días calendario anteriores a la fecha límite de recepción de propuestas por el Ministerio del Interior.

### **ACTA DE AUTORIZACIÓN DEL ÓRGANO SOCIAL COMPETENTE.**

Si el representante legal del oferente o de alguno de los integrantes de un Consorcio o Unión Temporal, tiene alguna limitación para suscribir la oferta y/o el contrato, según lo indicado en el Certificado de Existencia y Representación Legal, o requiere de autorización de sus órganos de dirección para la propuesta y para suscribir el contrato, deberá anexar a su propuesta los documentos que acrediten legalmente dicha autorización, la cual debe ser previa a la presentación de la oferta.

### **DOCUMENTO DE CONFORMACIÓN DE CONSORCIO, O UNIÓN TEMPORAL**

Para la presentación de ofertas por parte de Consorcios y/o Uniones Temporales, dentro del documento privado de conformación del consorcio o unión temporal debe constar la participación de cada uno de los miembros del Proponente plural, la representación legal del Proponente plural o el poder otorgado a quien suscribe los documentos en nombre del Proponente plural y deberá señalarse que la vigencia del Consorcio y/o Unión Temporal es igual o superior al plazo estimado del contrato, su liquidación y tres (3) años más.

	<b>ESTUDIOS PREVIOS</b>	<b>CÓDIGO: AGJC-CN-FT-001</b> <b>VERSIÓN: 13</b> <b>FECHA DE APROBACIÓN:</b> <b>04/06/2019</b> <b>RESPONSABLE: CONTRATACIÓN</b>	 <b>BOGOTÁ</b> <b>MEJOR</b> <b>PARA TODOS</b>
--	-------------------------	---	---

Si se trata de una UNIÓN TEMPORAL, señalar en forma clara y precisa los términos y extensión de la participación de cada uno de los integrantes en la propuesta y en su ejecución, y las obligaciones y responsabilidades de cada uno en la ejecución del contrato (Actividades descritas como obligaciones y especificaciones técnicas) so pena de ser tomada como consorcio, los cuales no podrán ser modificados sin el consentimiento previo del CANAL CAPITAL.

Los proponentes plurales (uniones temporales o consorcios) deberán presentar el certificado de existencia y representación legal de cada una de las personas jurídicas que lo conforman y/o la fotocopia de la cedula de ciudadanía de las personas naturales que los conforman.

La sumatoria del porcentaje de participación de Consorcios o Uniones Temporales no podrá ser diferente al cien por ciento (100%).

#### **DOCUMENTO DE IDENTIFICACIÓN.**

Las personas naturales colombianas deberán presentar copia de su Cédula de Ciudadanía. Las personas naturales extranjeras, deberán acreditar su existencia mediante la presentación de copia de su pasaporte, y si se encuentran residenciadas en Colombia, mediante la presentación de copia de la Cédula de Extranjería expedida por la autoridad colombiana competente o visa de residente.

En caso de personas jurídicas, se aportará copia de la cédula de ciudadanía del representante legal y en el evento de consorcio, unión temporal, copia de la cédula de ciudadanía del representante legal del mismo y del representante legal o persona natural de cada uno de los integrantes que lo conforman.

#### **PODER CUANDO LA OFERTA SE PRESENTE ATRAVÉS DE UN APODERADO.**

Los Proponentes podrán presentar Ofertas directamente o por intermedio de apoderado, evento en el cual deberán anexar el poder otorgado en legal forma, en el que se confiera al apoderado, de manera clara y expresa, facultades amplias y suficientes para actuar, obligar y responsabilizar a todos y cada uno de los integrantes en el trámite del presente proceso y en la suscripción del Contrato.

#### **APODERADO PARA OFERENTES EXTRANJEROS.**

Los oferentes extranjeros sin sucursal o domicilio en Colombia deberán presentar sus propuestas a través de apoderado facultado para tal fin, con arreglo a las disposiciones legales que rigen la materia.

La persona natural o jurídica de origen extranjero, que no sea residente en Colombia, podrá presentar propuesta, previo cumplimiento de los requisitos generales establecidos para tal fin, aplicables a los oferentes nacionales con las excepciones del caso y especialmente cumpliendo los siguientes requisitos:

Cuando se trate de personas naturales extranjeras sin domicilio en el país o de personas jurídicas privadas extranjeras que no tengan establecida sucursal en Colombia, deberán acreditar la constitución de un apoderado (Poder Especial), domiciliado y residente en Colombia, debidamente facultado para presentar la propuesta y celebrar el contrato, así como para representarla administrativa, judicial o extrajudicialmente.

Deberá adjuntar el certificado de existencia y representación legal o el documento equivalente del país en que se haya constituido legalmente. Si el mismo se encuentra en idioma distinto al español o castellano oficial de la República de Colombia, debe presentarse en su lengua original junto con la traducción simple al castellano. En el evento en que el oferente extranjero ostente limitación en su capacidad de contratación o de oferta, deberá adjuntar el documento mediante el cual se remueva dicha limitación. En lo no previsto aquí expresamente, se aplicará el régimen dispuesto para los nacionales colombianos y que le sea aplicable a los extranjeros.

	<b>ESTUDIOS PREVIOS</b>	<b>CÓDIGO: AGJC-CN-FT-001</b> <b>VERSIÓN: 13</b> <b>FECHA DE APROBACIÓN:</b> <b>04/06/2019</b> <b>RESPONSABLE: CONTRATACIÓN</b>	 <b>BOGOTÁ MEJOR PARA TODOS</b>
---	-------------------------	---	---

En cumplimiento de lo ordenado por el Parágrafo 2º del artículo 6 de la Ley 1150 de 2007, modificado por el artículo 221 del Decreto – Ley 019 de 2012, el oferente extranjero, persona natural sin domicilio en Colombia o persona jurídica extranjera que no tenga establecida sucursal en el país, NO se encuentra obligado a inscribirse ni calificarse en el RUP.

El oferente extranjero deberá relacionar y certificar la experiencia exigida en este proceso. En el evento en que dicha experiencia se haya obtenido en país distinto a Colombia, para efectos de certificarla deberá adjuntar la certificación respectiva que deberá cumplir con los requisitos establecidos en este documento. Adicionalmente, si la certificación se encuentra en idioma distinto al de la República de Colombia, deberá adjuntarse además del documento en idioma extranjero, la traducción simple del documento, tal y como lo establece la circular N° 17 del 11 de febrero de 2015, expedida por Colombia Compra Eficiente.

**NOTA:** En el evento de resultar favorecido con la adjudicación y antes de la fecha de suscripción del contrato prevista en el cronograma del proceso, el oferente deberá presentar la traducción oficial al castellano de los documentos presentados en idioma extranjero. La traducción oficial debe ser el mismo texto presentado, de acuerdo con lo dispuesto en la Circular Externa N°. 17 de 11 de febrero de 2015 expedida por Colombia Compra Eficiente y el artículo 251 del Código General del Proceso. Vencido este plazo sin que se hubiera presentado los documentos, se considerará que no existe interés para suscribir el Contrato de Extensión de garantía y se hará efectiva la Garantía de Seriedad.

En el evento de resultar favorecido con la adjudicación un proponente extranjero sin domicilio ni sucursal en Colombia, para efectos de poder ejecutar el contrato deberá previamente constituir una sucursal en Colombia en los términos del Código de Comercio, de acuerdo con lo señalado en los artículos 471 y 474 del citado Código.

En cumplimiento de lo dispuesto en el artículo 874 del Código de Comercio, en concordancia con el Artículo 28 de la Ley 9 de 1991, el artículo 3 del Decreto 1735 de 193 y la Resolución N°. 8 de 2000, modificada por la Resolución 6 de 2006, emanada del Banco de la República, el valor en pesos colombianos del contrato o contratos celebrados en moneda distinta será el de la fecha de su suscripción o firma, de acuerdo con la tasa de cambio oficial que indique el Banco de la República.

#### **ORIGINAL DE LA GARANTÍA DE SERIEDAD DE LA PROPUESTA.**

El proponente deberá presentar como parte de su propuesta una garantía de seriedad que consistirá en un formato PÓLIZA ANTE ENTIDADES PÚBLICAS CON RÉGIMEN PRIVADO DE CONTRATACIÓN expedida por una compañía de seguros legalmente autorizada para funcionar en Colombia, o una garantía bancaria, una u otra a favor de CANAL CAPITAL.

Para garantizar el cumplimiento de las obligaciones establecidas en el presente pliego de condiciones, el mantenimiento de la propuesta y oferta económica, la suscripción del contrato, su contribución para la legalización y cumplimiento de los requisitos para la ejecución del mismo, el proponente deberá constituir y entregar junto con la propuesta, una garantía de seriedad. La Garantía de Seriedad de la Propuesta se constituirá en los siguientes términos:

<b>BENEFICIARIO</b>	CANAL CAPITAL, NIT 830.012.587-4
<b>AFIANZADO Y TOMADOR</b>	El afianzado es el proponente. Si es jurídica el nombre deberá indicarse como aparece en el Certificado de Existencia y Representación Legal. Si el proponente es un consorcio o unión temporal la garantía debe ser tomada a nombre del consorcio o unión temporal y el de cada uno de sus integrantes, así como su porcentaje de participación.

	<b>ESTUDIOS PREVIOS</b>	<b>CÓDIGO: AGJC-CN-FT-001</b> <b>VERSIÓN: 13</b> <b>FECHA DE APROBACIÓN:</b> <b>04/06/2019</b> <b>RESPONSABLE: CONTRATACIÓN</b>	 <b>BOGOTÁ MEJOR PARA TODOS</b>
--	-------------------------	---	---

<b>VIGENCIA</b>	Noventa (90) días calendario contados a partir de la fecha de presentación de la propuesta.
<b>VALOR ASEGURADO</b>	Diez por ciento (10%) del valor del presupuesto oficial. Las cifras del valor de la póliza deben expresarse en pesos, sin utilizar decimales, para lo cual se aproximará al múltiplo de mil superior inmediato.
<b>OBJETO</b>	Amparar la seriedad de los ofrecimientos hechos por el proponente en la Convocatoria Pública No. 08 de 2019 cuyo objeto es: <i>"Realizar el diseño, preproducción, producción y postproducción de la serie de "Valores Ciudadanos" para la línea Adulto Mayor, en virtud de la Resolución 0005 de 2019 de la ANTV."</i>
<b>FIRMA</b>	Suscrita por la aseguradora y el proponente tomador.

En todo caso, la garantía de la propuesta debe estar vigente hasta el perfeccionamiento y legalización del contrato resultante del presente proceso de selección. Esta garantía la hará efectiva el CANAL CAPITAL. Una vez firmado y legalizado el contrato, CANAL CAPITAL devolverá el original de la garantía de seriedad presentada con las propuestas, a los proponentes que así lo soliciten.

#### **CERTIFICACIÓN DE PAGO DE APORTES PARAFISCALES Y SEGURIDAD SOCIAL.**

El proponente persona jurídica o persona natural con personal a cargo, deberá presentar una certificación, expedida por el Revisor Fiscal, de acuerdo con los requerimientos de Ley, o por el Representante Legal, bajo la gravedad del juramento, cuando no se requiera Revisor Fiscal, en la que conste el pago de los aportes de sus empleados a los sistemas de salud, riesgos profesionales, pensiones y aportes a las Cajas de Compensación Familiar, Instituto Colombiano de Bienestar Familiar y Servicio Nacional de Aprendizaje. Dicho documento deberá certificar que, a la fecha de cierre del presente proceso de selección, ha realizado el pago de los aportes correspondientes a la nómina de los últimos seis (6) meses, contados a partir de la fecha del cierre del proceso de selección, en los cuales se haya causado la obligación de efectuar dichos pagos.

En el evento que la sociedad no tenga más de seis (6) meses de constituida, debe acreditar los pagos a partir de la fecha de su constitución, lo anterior de conformidad con lo establecido en el artículo 50 de la Ley 789 de 2002 y el artículo 23 de la Ley 1150 de 2007

En caso de presentar acuerdo de pago con las entidades recaudadoras respecto de alguna de las obligaciones mencionadas deberá manifestar que existe el acuerdo y que se encuentra al día en el cumplimiento del mismo. En este evento el oferente deberá anexar copia del acuerdo de pago correspondiente y el comprobante de pago soporte del mes anterior al cierre del proceso de selección.

Esta misma previsión aplica para las personas jurídicas extranjeras con domicilio o sucursal en Colombia las cuales deberán acreditar este requisito respecto del personal vinculado en Colombia.

El proponente persona natural o jurídica sin personal vinculado laboralmente deberá expresar esta situación bajo la gravedad de juramento y presentar la última planilla de pago al Sistema de Seguridad Social Integral.

Cuando se trate de Consorcios o Uniones Temporales, cada uno de sus integrantes, deberá aportar por separado la certificación aquí exigida.

Adicionalmente el proponente adjudicatario, deberá presentar para la suscripción del respectivo contrato, la declaración donde se acredite el pago correspondiente a Seguridad Social y Aportes Parafiscales.

	<b>ESTUDIOS PREVIOS</b>	<b>CÓDIGO: AGJC-CN-FT-001</b> <b>VERSIÓN: 13</b> <b>FECHA DE APROBACIÓN:</b> <b>04/06/2019</b> <b>RESPONSABLE: CONTRATACIÓN</b>	 <b>BOGOTÁ</b> <b>MEJOR</b> <b>PARA TODOS</b>
---	-------------------------	---	---

## **COMPROMISO DE TRANSPARENCIA**

Los Proponentes deben suscribir el Compromiso de Transparencia contenido en el anexo correspondiente que para tal efecto establezca el pliego de condiciones, en el cual manifiestan su apoyo irrestricto a los esfuerzos del Estado colombiano contra la corrupción.

Si se comprueba el incumplimiento del Proponente, sus empleados, representantes, asesores o de cualquier otra persona que en el Proceso de Contratación actúe en su nombre, habrá causal suficiente para el rechazo de la Oferta o para la terminación anticipada del contrato, si el incumplimiento ocurre con posterioridad a la adjudicación del mismo, sin perjuicio de que tal incumplimiento tenga consecuencias adicionales.

## **ANTECEDENTES FISCALES, DISCIPLINARIOS, JUDICIALES Y DEMÁS SANCIONES.**

El CANAL CAPITAL, revisará el boletín de responsables fiscales, el certificado de antecedentes disciplinarios, el certificado de antecedentes judiciales y el Registro Único de Proponentes con el fin de verificar que los proponentes no se encuentren incursos en inhabilidades y que no tengan sanciones inscritas que implique inhabilidad para contratar con el Estado.

Tratándose de proponentes extranjeros sin domicilio o sin sucursal en Colombia, deberán declarar que no son responsables fiscales, no cuentan con antecedentes disciplinarios ni antecedentes judiciales por actividades ejercidas en Colombia en el pasado, de conformidad con lo previsto en el numeral 4 del artículo 38 de la ley 734 de 2002, en concordancia con el artículo 60 de la ley 610 de 2000, así como en la Ley 1238 de 2008 y que no tienen sanciones vigentes en Colombia que implique inhabilidad para contratar con el Estado.

## **CERTIFICADO DEL SISTEMA REGISTRO NACIONAL DE MEDIDAS CORRECTIVAS.**

El CANAL CAPITAL consultará y verificará, de la página Web de Policía Nacional de Colombia – Portal de Servicio al Ciudadano, el Sistema Registro Nacional de Medidas Correctivas, para verificar si existen multas en mora en los últimos seis (6) meses, impuestas por virtud del artículo 183 del Código Nacional de Policía, Ley 1801 de 2016, del representante legal de la persona jurídica individual, de los representantes legales de los consorcios y/o uniones temporales que van a participar en el presente proceso.

### **11.1.2. CAPACIDAD FINANCIERA**

La verificación financiera no recibirá ninguna ponderación pues se trata del estudio que realiza la Subdirección Financiera del canal para establecer la capacidad financiera de cada Proponente.

Los Proponentes deberán presentar en formato legible los Estados Financieros comparativos 2017-2018, especificando en el Estado de Situación Financiera, activo corriente, activo total, pasivo corriente y pasivo total; los cuales se deben presentar firmados por el Proponente persona natural o por el Representante Legal de la persona jurídica, el contador y Revisor Fiscal de la empresa si está obligado a tener este último, según lo establecido en el artículo 203 del Código de Comercio.

Adicionalmente los estados financieros deben estar certificados con sus respectivas notas, según Artículos 36 y 37 de la Ley 222 de 1995.

Se deberá adjuntar fotocopias legibles de la Tarjeta Profesional del Contador Público y del Revisor Fiscal (cuando esté obligado a tenerlo), con sus respectivos certificados de vigencia y Antecedentes Disciplinarios expedidos por la Junta Central de Contadores, con fecha no mayor a noventa (90) días calendario, anteriores a la fecha de radicación de la propuesta.

	<b>ESTUDIOS PREVIOS</b>	<b>CÓDIGO: AGJC-CN-FT-001</b> <b>VERSIÓN: 13</b> <b>FECHA DE APROBACIÓN:</b> <b>04/06/2019</b> <b>RESPONSABLE: CONTRATACIÓN</b>	 <b>BOGOTÁ MEJOR PARA TODOS</b>
---	-------------------------	---	---

Las personas Jurídicas extranjeras deberán presentar los documentos con el lleno de los requisitos, dispuestos en los artículos 480 del Código de Comercio, 259 y 260 del Código de Procedimiento Civil.

Si el (los) documento(s) aquí señalados no se acompañan con la propuesta, Canal Capital, solicitará al oferente que dentro del término perentorio que se señale para el efecto, lo(s) presente, so pena que en la evaluación financiera de la propuesta sea calificada como NO HABILITADA FINANCIERAMENTE, incurriendo en causal de rechazo.

En caso de Uniones Temporales o Consorcios, la información financiera debe ser presentada en forma separada por cada miembro según sea el caso.

La capacidad financiera del oferente se determinará de acuerdo al análisis que Canal Capital realice sobre la información financiera presentada con la oferta tomando como base los siguientes indicadores financieros:

#### **INDICADOR**

- 1) CAPITAL DE TRABAJO  $\geq$  (50% del presupuesto oficial)
- 2) SOLVENCIA  $\geq 1.2$
- 3) NIVEL DE ENDEUDAMIENTO  $\leq 0.65$

La capacidad financiera será objeto de verificación de cumplimiento, el Proponente deberá cumplir con los parámetros mínimos en cifras y porcentajes y se evaluará con base a los estados financieros al cierre del periodo fiscal 2018 como se indican a continuación:

##### **a. Capital de Trabajo**

Este deberá ser mayor o igual al 50% del presupuesto oficial y se verificará según la fórmula siguiente:  
 Capital de Trabajo = Activo Corriente - Pasivo Corriente

##### **b. Solvencia**

Esta deberá ser mayor a uno punto dos (1,2) y se calculará según la fórmula siguiente: Solvencia = (Activo Corriente / Pasivo Corriente)  $\geq 1,2$

##### **c. Nivel de Endeudamiento**

Este deberá ser menor al sesenta y cinco por ciento (65%) y se calculará según la fórmula siguiente:  
 Nivel de Endeudamiento = (Pasivo Total / activo Total)  $\leq 0,65$

Nota 1: En el caso de las Uniones Temporales o los Consorcios, los indicadores se calcularán con base en la suma aritmética de las partidas de cada uno de los integrantes, de acuerdo al porcentaje de participación presentado por cada uno de ellos.

En caso de que la propuesta no cumpla con alguno de los indicadores anteriormente mencionados, ésta no será habilitada financieramente.

#### **11.1.3. CAPACIDAD TÉCNICA**

Los proponentes deberán cumplir con todos los requerimientos técnicos establecidos en el Anexo No. 7 - Especificaciones Técnicas. Para lo cual los proponentes deberán adjuntar con su propuesta el anexo mencionado debidamente suscrito por el proponente o apoderado debidamente facultado. Debe ser firmado

	<b>ESTUDIOS PREVIOS</b>	<b>CÓDIGO: AGJC-CN-FT-001</b> <b>VERSIÓN: 13</b> <b>FECHA DE APROBACIÓN:</b> <b>04/06/2019</b> <b>RESPONSABLE: CONTRATACIÓN</b>	 <b>BOGOTÁ MEJOR PARA TODOS</b>
---	-------------------------	---	---

por el proponente cuando es persona natural o, si es persona jurídica o si la oferta se presenta bajo la modalidad de consorcio o unión temporal, por el representante legal indicando su nombre y documento de identidad.

#### **11.1.4. EXPERIENCIA DEL PROONENTE**

Ejecución de mínimo dos (2) máximo cinco (5) proyectos audiovisuales, los cuales se deberán acreditar en máximo cinco (5) contratos celebrados con empresas públicas y/o privadas. Dentro de los proyectos certificados, al menos dos (2) de éstos deberán dar cuenta de desarrollo transmedia, entendido como contenido expandido diferente al principal desarrollado.

Para efectos de verificación de la experiencia, el proponente deberá allegar certificaciones y/o actas de liquidación suscritas por el funcionario competente de la entidad pública o privada. No se admitirá copia de los contratos para la acreditación de este requisito. Lo anterior con el fin de constatar que el proponente ejecutó de manera satisfactoria e integra las actividades a acreditar, las cuales deberán de cumplir mínimo con los siguientes requisitos:

- Nombre o Razón Social del contratante.
- En caso de ser Consorcio o Unión Temporal, determinar el porcentaje de participación.
- Nombre o Razón Social del contratista
- Objeto del contrato: Preproducción, producción y postproducción de proyectos audiovisuales.
- Actividades u obligaciones específicas: Si dentro del objeto del contrato no se detalla la preproducción, producción y postproducción de proyectos audiovisuales, esas deberán estar contempladas en las actividades u obligaciones específicas del contrato.

En caso de Consorcio o Unión Temporal mínimo uno (1) de los miembros deberá acreditar su experiencia en las condiciones antedichas.

- Fecha de inicio del contrato
- Fecha de terminación del contrato
- Nombre, cargo y firma de quien expide la certificación
- Valor del contrato (Valor del contrato principal más adiciones).
- Correo electrónico, teléfono y dirección

Los contratos certificados deben haber sido celebrados a partir del primero (1) de enero de 2015, teniendo en cuenta el requerimiento de experiencia en contenidos transmediales.

Los proyectos certificados deberán sumar, de manera individual o acumulada, el valor del cien por ciento (100%) presupuesto oficial expresado en SMLMV, esto es 300 SMLMV. Para lo anterior, se tendrá en cuenta el valor de cada contrato aportado para acreditar la experiencia expresado en SMLMV a la fecha de terminación del mismo.

En caso de presentar la propuesta en Consorcio o Unión Temporal, al menos uno de los miembros deberá acreditar, por sí solo, el setenta por ciento (70%) de la experiencia en SMLMV, esto es 210 SMLMV.

Nota: En ningún caso se aceptará que algunos de los integrantes del consorcio o unión temporal no acrediten experiencia.

El proponente extranjero deberá acreditar la experiencia requerida de conformidad con lo señalado en el pliego de condiciones.

	<b>ESTUDIOS PREVIOS</b>	<b>CÓDIGO: AGJC-CN-FT-001</b> <b>VERSIÓN: 13</b> <b>FECHA DE APROBACIÓN:</b> <b>04/06/2019</b> <b>RESPONSABLE: CONTRATACIÓN</b>	 <b>BOGOTÁ MEJOR PARA TODOS</b>
---	-------------------------	---	---

## REGLAS APLICABLES A LA EXPERIENCIA

- 1) CANAL CAPITAL se reserva el derecho de verificar la autenticidad de las certificaciones o de solicitar los respectivos contratos o documento que la soporten.
- 2) En caso de que los proponentes adjunten más de cinco (5) certificaciones de experiencia, CANAL CAPITAL tomará las cinco (5) primeras certificaciones presentadas en el anexo, que cumplan las condiciones requeridas, con el propósito de habilitar al proponente. Si una (1) de las certificaciones no cumple con lo solicitado, se tendrá en cuenta la certificación siguiente, hasta completar las mínimas solicitadas.
- 3) Cuando se presente experiencia de ejecución de contratos en los cuales se actuó en forma de Consorcio o Unión Temporal, CANAL CAPITAL, para efectos de verificar el cumplimiento de la misma, se tendrá en cuenta únicamente el valor correspondiente al porcentaje de participación del oferente.
- 4) Cuando los oferentes sean una persona natural o jurídica extranjera, que tenga domicilio o sucursal en Colombia, se relacionará la información que acredite su experiencia, en igualdad de condiciones que los nacionales.
- 5) CANAL CAPITAL no aceptará auto certificaciones de experiencia en ninguno de los siguientes casos:
  - Expedidas por la misma persona natural o jurídica que se presente como proponente del presente proceso.
  - De representantes de Consorcios o Uniones Temporales, del cual hizo parte el proponente.

NOTA: Se aclara que las certificaciones de experiencia serán tenidas en cuenta para la habilitación técnica y no serán objeto de puntuación.

## 12. CRITERIOS DE PONDERACIÓN Y/O MECANISMO PARA SELECCIONAR LA OFERTA MAS FAVORABLE.

### 12.1. METODOLOGÍA

Para esta convocatoria se seleccionará un proponente que cumpla con los requisitos establecidos, haya sido HABILITADO y logre la mayor calificación, conforme lo previsto en el Manual de Contratación, Supervisión e Interventoría, teniendo en cuenta los factores técnicos y económicos y la ponderación precisa de éstos.

La evaluación de los criterios de calificación será realizada por el comité evaluador designado por Canal Capital.

### 12.2. FACTORES DE EVALUACIÓN DE LAS OFERTAS

Las ofertas que de acuerdo con la verificación de requisitos son consideradas hábiles, se calificarán con fundamento en los siguientes criterios:

#### 12.2.1. CRITERIOS A EVALUAR

El proponente debe tener en cuenta que Canal Capital busca **contenidos innovadores** que se adapten a los nuevos escenarios de consumo y que respondan a la demanda de las “nuevas audiencias” con necesidad de interactuar, interpelar y co-crear. Contenidos competitivos a nivel internacional, que se viralicen a través de cualquier plataforma sin perder su esencia de formación en valores. Deben proponerse formatos disruptivos, historias universales y atemporales, experiencias audiovisuales en lugar de contenidos planos, contenidos con vocación de generar movilización en la audiencia. Los contenidos se deben concentrar en la generación de impacto, comunicando de forma clara y directa el llamado a la acción.

	<b>ESTUDIOS PREVIOS</b>	<b>CÓDIGO: AGJC-CN-FT-001</b>
		<b>VERSIÓN: 13</b>
		<b>FECHA DE APROBACIÓN:</b>
		<b>04/06/2019</b>
		<b>RESPONSABLE: CONTRATACIÓN</b>



Este concepto será un foco transversal para el análisis y la ponderación de su propuesta en todos los criterios detallados aquí:

<b>FORMULACIÓN DEL PROYECTO</b>	<b>PUNTAJE</b>
Idea Central	110
Estructura Narrativa	110
Enfoque	70
Investigación de contenidos	100
Guiones de las referencias	50
Storyboards de las referencias	50
Tratamiento audiovisual de las referencias	80
<b>DESCRIPCIÓN DEL DESARROLLO TRANSMEDIA</b>	
Idea central contenido transmedia	80
Tratamiento transmedia	100
<b>DISEÑO DE PRODUCCIÓN</b>	100
<b>PUNTAJE TOTAL GENERAL</b>	<b>850</b>

**Notas:**

1. El puntaje obtenido tanto en cada uno de los factores de evaluación como en el puntaje total se indicará con dos decimales.
2. Solo se adjudicará a la propuesta que cumpla con el mayor puntaje obtenido en la evaluación y que supere el puntaje mínimo establecido en **620 puntos** en el puntaje total general.

### **12.2.2. FACTOR TÉCNICO (FORMULACIÓN DEL PROYECTO MÁXIMO 850 PUNTOS)**

#### **12.2.2.1. PROYECTO GENERAL**

##### **IDEA CENTRAL (MÁXIMO 110 PUNTOS)**

Se tendrá en cuenta la claridad y eficacia con las que el proponente expone el eje conceptual y central de la propuesta, así como la manera en que las piezas audiovisuales, transmediales y de difusión digital que la componen se integran dentro de una sola unidad de campaña.

Deberá determinar claramente cuál es el *call to action* que se propone.

Debe resumir integralmente el proyecto, formato específico, género, temática, narrativa y objetivo de comunicación enfocado hacia su propuesta. El proyecto debe sorprender por su capacidad para divertir y educar al mismo tiempo, dando un sello de originalidad para el canal. Debe contener historias universales y atemporales, experiencias audiovisuales en lugar de contenidos planos, contenidos con vocación de generar movilización en la audiencia. Los contenidos se deben concentrar en la generación de impacto, comunicando de forma clara y directa el llamado a la acción.

Se entenderá por formato el conjunto de características de producción y realización que enmarcan y configuran una idea, es decir el empaque o la estructura en la que se envuelve el contenido, por ejemplo: serie documental o serie de ficción.

	<b>ESTUDIOS PREVIOS</b>	<b>CÓDIGO: AGJC-CN-FT-001</b> <b>VERSIÓN: 13</b> <b>FECHA DE APROBACIÓN:</b> <b>04/06/2019</b> <b>RESPONSABLE: CONTRATACIÓN</b>	 <b>BOGOTÁ MEJOR PARA TODOS</b>
---	-------------------------	---	---

El formato deberá responder al concepto o idea del programa, lo que exige la descripción de sus elementos de producción y realización, tales como escenografía, manejo visual, abordaje temático y la continuidad (o minuto a minuto), entre otras herramientas.

La idea central debe dar respuesta a las preguntas ¿qué?, ¿cómo?, ¿dónde? ¿Quién?, y ¿por qué?

### **ESTRUCTURA NARRATIVA (MÁXIMO 110 PUNTOS)**

La estructura narrativa deberá ser específica y coherente de manera que permita identificar cuáles son dos (2) de los subtemas que se desarrollarán dentro de la propuesta. Además, deberá identificar cuál es el gancho, pregunta central o call to action que articulará todas las piezas de la propuesta (audiovisuales y transmediales) y las plataformas en las que éstas circularán. La estructura de la propuesta debe adaptarse a los nuevos escenarios de consumo y que respondan a la demanda de las “nuevas audiencias” con necesidad de interactuar, interesar y co-crear.

Toda la propuesta deberá ser sostenible a través de las plataformas propias del canal, garantizando su circulación durante al menos 6 meses.

La propuesta deberá dar cuenta del alcance narrativo, teniendo en cuenta el componente geográfico del público en el que opera el Canal, es decir la ciudad de Bogotá D.C., tanto en el tratamiento del tema como en el desarrollo de la producción.

### **ENFOQUE (MÁXIMO 70 PUNTOS)**

Se evaluarán los argumentos presentados para demostrar la pertinencia de dos (2) de los subtemas elegidos en relación con el punto de vista desde el cual serán abordados.

Se evaluará la capacidad del proponente para innovar en el punto de vista desde el cual abordará tanto el eje central de la propuesta y los subtemas propuestos, así como la eficiencia de la estrategia para que las piezas audiovisuales y transmediales, materialicen dicho punto de vista.

El enfoque debe garantizar que quienes entren en contacto con el contenido, se vean representados en esos comportamientos sin sentirse juzgados o aleccionados, sino más bien estimulados a realizar un cambio de comportamiento, un proceso de apropiación de la ciudad y un fortalecimiento en la cultura ciudadana de cada individuo.

En todos los casos, los proyectos deben conectar con las emociones de todas las personas para generar identidad y construir lazos y vínculos alrededor de las circunstancias y perspectivas de las comunidades a representar, evidenciando sus atributos y su imaginario sobre la ciudad y sus habitantes con el fin de comprender su visión y aporte a la educación y cultura en la sociedad.

### **INVESTIGACIÓN DE CONTENIDOS (MÁXIMO 100 PUNTOS)**

El marco conceptual deberá ampliar el propuesto en la presente convocatoria evidenciando conocimiento del tema principal y los subtemas tanto en términos generales, como en cuanto a las especificidades que sustenten el enfoque propuesto. Deberá establecer y delimitar un universo temático adecuado, suficiente y pertinente para la audiencia objetivo (Adultos Mayores).

Los componentes de la investigación deberán estar suficientemente desarrollados y útiles para la construcción del discurso. El marco conceptual deberá ampliar el propuesto en la presente convocatoria evidenciando conocimiento del tema principal y los subtemas tanto en términos generales, como en cuanto

	<b>ESTUDIOS PREVIOS</b>	<b>CÓDIGO: AGJC-CN-FT-001</b> <b>VERSIÓN: 13</b> <b>FECHA DE APROBACIÓN:</b> <b>04/06/2019</b> <b>RESPONSABLE: CONTRATACIÓN</b>	 <b>BOGOTÁ MEJOR PARA TODOS</b>
---	-------------------------	---	---

a las especificidades que sustenten el enfoque propuesto. Deberá establecer y delimitar un universo temático adecuado, suficiente y pertinente para la audiencia objetivo (Adultos Mayores).

Los componentes de la investigación deberán estar suficientemente desarrollados y útiles para la construcción del discurso audiovisual, para el desarrollo de la narrativa, el tratamiento audiovisual y el contenido transmedial.

La metodología de investigación deberá ser viable y responder adecuadamente a las necesidades audiovisuales y transmediales del proyecto y del canal.

El cubrimiento temático y poblacional deberá demostrar que las piezas y la sinergia son efectivas.

### **GUIONES DE REFERENCIAS (MÁXIMO 50 PUNTOS)**

Se deberán presentar los guiones de dos (2) de los subtemas propuestos. Deberán revelar que el desarrollo de las historias será coherente con el formato solicitado para esta convocatoria (Ficción con narrativa publicitaria y factura comercial). Se deberá identificar claramente que la duración de las piezas, no superarán el tiempo propuesto de treinta (30) segundos cada una.

Se evaluará la correspondencia temática, así como la capacidad de generar impacto en la audiencia objetivo y el posicionamiento del gancho o call to action.

### **STORY BOARDS DE REFERENCIAS (MÁXIMO 50 PUNTOS)**

Permitirán identificar la propuesta de manejo y cantidad de planos que se proponen para la realización de dos (2) de los subtemas seleccionados.

### **TRATAMIENTO AUDIOVISUAL (MÁXIMO 80 PUNTOS)**

Deberán exponer con claridad una narrativa publicitaria toda vez que se requieren mensajes de impacto, contundentes y de alta circulación y recordación en la audiencia. Por tanto, se deberán especificar la forma en que se hará el registro visual de la propuesta: descripción de fotografía, locaciones, escenografía, perfil de personajes, etc.; así como el registro sonoro: registro, música, efectos.

El tratamiento audiovisual también deberá exponer con claridad la forma en que será tratada la edición de las piezas: ritmo, créditos, gráficas, composiciones.

### **DESCRIPCIÓN DEL DESARROLLO TRANSMEDIA**

### **IDEA CENTRAL CONTENIDO TRANSMEDIA (MÁXIMO 80 PUNTOS)**

Se identificará que el eje conceptual de los contenidos transmediales están articulados con la idea central de la formulación del proyecto. Deben reforzar el “call to action” presentado en la idea central que guiará todo el relato.

Se identificará claramente que la cantidad de las piezas transmedia y la descripción para su desarrollo tiene correspondencia con el tema, el call to action y la estructura narrativa del proyecto.

### **TRATAMIENTO TRANSMEDIA (MÁXIMO 100 PUNTOS)**

Se valorará que el contenido transmedia sea una expansión de las historias planteadas y apoye la difusión, especialmente digital, de todos los contenidos que componen los relatos.

	<b>ESTUDIOS PREVIOS</b>	<b>CÓDIGO: AGJC-CN-FT-001</b> <b>VERSIÓN: 13</b> <b>FECHA DE APROBACIÓN:</b> <b>04/06/2019</b> <b>RESPONSABLE: CONTRATACIÓN</b>	 <b>BOGOTÁ</b> <b>MEJOR</b> <b>PARA TODOS</b>
--	-------------------------	---	---

Las piezas transmediales no deberán ser replicaciones del contenido de pantalla en otras plataformas. Deberá identificar claramente que las piezas transmediales hacen parte de una misma unidad de campaña junto con las referencias de pantalla y que todo en conjunto tiene un mismo gancho o call to action motivado a la audiencia objetivo.

Se identificará que el contenido transmedial tiene un objetivo preciso y particular dentro de toda la estrategia y de la estructura narrativa del proyecto y cómo éste se expande de manera particular en las diferentes plataformas. Además, se deberá exponer claramente cuál es o son las plataformas de difusión previstas y qué tipo de interacciones con otras piezas y otras audiencias quiere suscitar.

El tratamiento transmedia deberá evidenciar clara y justificadamente la audiencia objetivo y cómo los mensajes están enfocados y presentados a ésta.

El tratamiento transmedia debe contener, de manera general, una estrategia de difusión que conecte todas las piezas de la propuesta tanto en pantalla de televisión como otras plataformas. Expone un cronograma de difusión por todas las plataformas propuestas, y tiene en cuenta e inclusive puede sugerir la programación y difusión de las piezas por señal abierta de televisión.

Es el mapa conceptual donde todo el relato transmedia se interconecta y cumple con sus objetivos comunicacionales.

Cada uno de los temas los asumimos como una historia a expandir en la transmedia, es decir, cada historia tendrá un número determinado de piezas transmediales y una propuesta de estrategia que los componen como relato transmedia.

La expansión del contenido a través de las referencias cortas así como las piezas transmediales debe crear una narrativa ingeniosa, entretenida y reflexiva al mismo tiempo, de modo que el espectador se sienta atraído a cambiar sus acciones al reconocerse como un ciudadano tan imperfecto como cualquier otro, pero así mismo tan capaz como los demás de ser propositivo, inteligente, admirable.

Los contenidos transmedia deben buscar una comunicación efectiva en todas sus piezas, que promueva la interacción y el deseo de compartir el contenido. Deben ser claramente identificables en las redes sociales y la web.

Al aumentar la narrativa transmedia se aumentan las audiencias, se encuentran nuevos nichos de público y se tiene una comunicación más efectiva.

Cada pieza debe tener una estructura clara y debe ser concluyente en sí misma, es decir debe dar un mensaje.

## **DISEÑO DE PRODUCCIÓN (MÁXIMO 100 PUNTOS)**

Se identificará que la estrategia de producción optimizará y articulará adecuadamente los recursos técnicos y humanos, así como el cronograma y el presupuesto.

Se evaluará que el diseño de producción sea viable y orgánico con la propuesta presentada.

a. Cronograma

Deberá evidenciar que el desarrollo de la propuesta tiene en cuenta los tiempos de ejecución contemplando todas las fases del proyecto (preproducción, producción y postproducción de las 20

	<b>ESTUDIOS PREVIOS</b>	<b>CÓDIGO: AGJC-CN-FT-001</b> <b>VERSIÓN: 13</b> <b>FECHA DE APROBACIÓN:</b> <b>04/06/2019</b> <b>RESPONSABLE: CONTRATACIÓN</b>	 <b>BOGOTÁ MEJOR PARA TODOS</b>
---	-------------------------	---	---

referencias de treinta (30) segundos y el contenido transmedial), aprobaciones del Canal dentro de las fases, flujo de caja y estrategia de difusión de toda la propuesta.

b. Presupuesto

- Se deberá presentar en el Anexo 8 - Presupuesto, para tal efecto, se entiende costeada la totalidad de los bienes y servicios señalados en el anexo (sin modificar las especificaciones del mismo), con el diligenciamiento de los requisitos técnicos y las actividades determinadas.
- Se identificará que la proyección presupuestal detallada esté acorde con los precios del mercado, así como que esté acorde con los tiempos y condiciones establecidas en la presente convocatoria.
- Los precios que se ofrezcan, deberán incluir la realización de todas las obligaciones inherentes a la ejecución del contrato resultante de la oferta, incluyendo gastos generales, costo de las garantías a entregar, beneficio o utilidad del contratista, transporte, almacenamiento, salarios, fletes, imprevistos, seguros o impuestos. Los valores propuestos deberán contemplar todos los costos directos e indirectos en los cuales incurra el proponente para la correcta ejecución del objeto de la presente contratación.
- De igual manera, el proponente al entregar la propuesta económica, acepta que ha realizado el análisis de su modelo financiero teniendo en cuenta el costo de cada uno de los servicios y que estarán a su cargo todos los impuestos, tasas, contribuciones establecidos por las diferentes autoridades nacionales, territoriales y departamentales.
- De conformidad con lo establecido en el Estatuto Tributario, la propuesta deberá incluir el valor del IVA, en caso de que haya lugar.
- El proponente seleccionado debe tener en cuenta que, si en el desarrollo del contrato su régimen del impuesto de ventas cambia de simplificado a común, deberá asumir el impuesto a las ventas que tenga obligación de facturar.
- Cuando el oferente no aclare lo relacionado con los impuestos, se considerarán incluidos y a quien se le adjudique no se le reconocerá el valor adicional de este concepto. En caso de que el proponente no indique el impuesto a las ventas (IVA) y haya lugar a éste, se entenderá que éste se encuentra incluido en el valor global (IVA PRESUNTO).
- El comité evaluador efectuará la verificación aritmética de las propuestas presentadas y que las mismas cumplan con lo señalado en el anexo y en caso de error aritmético serán corregidas. Con base en la corrección se tomará el valor de la oferta.
- Será total responsabilidad del proponente la verificación de la sumatoria del presupuesto presentado. En caso de errores y omisiones en que incurra al formular la propuesta económica deberá asumir los mayores costos o pérdida que se deriven de los mismos.
- La propuesta se presentará en pesos colombianos, que es la moneda oficial, conforme lo descrito a la ley 31 de 1992. Con el fin de dar cumplimiento a la Resolución 222 del 5 de julio de 2006 de la Contaduría General de la Nación para la presentación de la oferta económica en el Anexo 8 - Presupuesto no se deben utilizar centavos. Por lo tanto, el valor total de la propuesta económica deberá presentarse en números enteros.

**Reglas de la propuesta económica:**

1. El comité evaluador procederá a evaluar la consistencia técnica de la propuesta económica presentada.
2. La evaluación de la oferta económica se realizará con base en la revisión del precio ofertado contenido en el anexo respectivo.
3. El anexo deberá ser diligenciado en su totalidad y no será objeto de ninguna modificación del proponente.
4. No se admitirán tachaduras, borrones o enmendaduras.
5. La propuesta que en el precio sobrepase el presupuesto oficial estimado será rechazada.
6. En caso de existir discrepancias en la propuesta económica se resolverán así:
  - Cuando se presente error, omisión o inexactitud en el IVA o impuestos, estos serán ajustados de conformidad con lo dispuesto en las normas respectivas.

	<b>ESTUDIOS PREVIOS</b>	<b>CÓDIGO: AGJC-CN-FT-001</b> <b>VERSIÓN: 13</b> <b>FECHA DE APROBACIÓN:</b> <b>04/06/2019</b> <b>RESPONSABLE: CONTRATACIÓN</b>	 <b>BOGOTÁ MEJOR PARA TODOS</b>
---	-------------------------	---	---

- En caso de errores e imprecisiones respecto de la oferta económica inicial en relación con el valor determinado en números y letras, Canal Capital tomará el valor precisado en letras.

c. Organigrama

Se identifica que el organigrama evidencia la necesidad, la organización y jerarquización del talento humano requerido para la producción de toda la propuesta.

#### **12.2.2.2 REQUISITOS PARA OBTENER PUNTAJE**

Los oferentes que apliquen a esta convocatoria deberán presentar sus propuestas basadas en el Anexo No. 9 - Formulación del Proyecto. Esto con el fin de verificar que la conceptualización del proyecto presentado esté acorde con la misionalidad de Canal Capital.

Los aspectos que no estén descritos en la formulación del proyecto tendrán cero (0) como puntaje asignado.

#### **12.2.2.3. ESTÍMULO A LA INDUSTRIA COLOMBIANA (MÁXIMO 100 PUNTOS)**

En cumplimiento de lo señalado en la Ley 816 de 2003 <<por medio de la cual se apoya a la Industria Nacional a través de la contratación pública>> y en aplicación de lo establecido en el Decreto 1082 de 2015, se otorgarán los siguientes puntajes:

PROTECCIÓN A LA INDUSTRIA NACIONAL	PUNTAJE MÁXIMO
Ofrece servicios 100% nacionales o extranjeros que aplican principio de reciprocidad	100
Ofrece servicios extranjeros sin aplicación del principio de reciprocidad y tienen componente nacional	50
Ofrece servicios extranjeros sin reciprocidad	0

Se tendrán como servicios de origen nacional, aquellos prestados por empresas constituidas de acuerdo a la legislación nacional, por personas naturales de colombianas o por residentes de Colombia.

Así mismo se otorgará tratamiento de bienes y servicios nacionales a aquellos bienes y servicios originarios de los países con los que Colombia ha negociado trato nacional en materia de compras estatales y de aquellos países en los cuales a las ofertas de bienes y servicios colombianos se les conceda el mismo tratamiento otorgado a sus bienes y servicios nacionales. Dicho tratamiento será verificado en la página web de Colombia Compra Eficiente.

Si una vez establecida la calificación correspondiente, la oferta de un proponente extranjero se encuentra en igualdad de condiciones con la de un proponente nacional, se adjudicará al nacional.

**NOTA: EL PROONENTE DEBERÁ TENER EN CUENTA QUE LAS CERTIFICACIONES A TRAVÉS DE LA CUALES SE DETERMINA EL CUMPLIMIENTO DE LOS FACTORES RELATIVOS AL DESEMPEÑO, SON CRITERIOS DE ESCOGENCIA DE LA OFERTA ADJUDICATARIA. EN ESTE SENTIDO, LAS MISMAS DEBEN SER ALLEGADAS CON LA OFERTA.**

#### **13. PARA CONTRATOS DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS PROFESIONALES O DE APOYO A LA GESTIÓN.**

No aplica

	<b>ESTUDIOS PREVIOS</b>	<b>CÓDIGO: AGJC-CN-FT-001</b>
		<b>VERSIÓN: 13</b>
		<b>FECHA DE APROBACIÓN:</b>
		<b>04/06/2019</b>
		<b>RESPONSABLE: CONTRATACIÓN</b>

## 14. ANÁLISIS DE RIESGO Y LA FORMA DE MITIGARLO

A continuación, se identifican y describen los riesgos según el tipo y la etapa del proceso de contratación en la que ocurre; posteriormente se evalúan los riesgos teniendo en cuenta su impacto y su probabilidad de ocurrencia; y finalmente, se establece un orden de prioridad teniendo en cuenta los controles existentes y el contexto de los mismos.

### MATRIZ DE RIESGO

PROBABILIDAD	Probabilidad numérica	Probabilidad histórica	Orden de prioridad	Impacto	IMPACTO				
					Insignificante	Menor	Moderado	Mayor	Catastrófico
					1	2	3	4	5
PROBABILIDAD	1 en 10.000 – 100.000	Puede ocurrir, pero sólo en circunstancias excepcionales	Raro	1	2	3	4	5	6
	1 en 1.000 – 10.000	Podría ocurrir, pero dudoso	Improbable	2	3	4	5	6	7
	1 en 100- 1.000	Podría ocurrir en cualquier momento futuro	Possible	3	4	5	6	7	8
	1 en 10 – 100	Probablemente ocurriría	Probable	4	5	6	7	8	9
	>1 en 10	Se espera que ocurra en la mayoría de circunstancias	Casi Certo	5	6	7	8	9	10

Los riesgos mayores requieren un monitoreo adicional para disminuir su probabilidad de ocurrencia o mitigar su impacto durante el proceso de contratación.

En la tabla del mapa de identificación de riesgos del contrato, se clasificarán los riesgos de acuerdo con los siguientes campos:

**CLASE:** (i) general, riesgos transversales a los diversos proyectos y/o contratos que realizará la entidad; y (ii) específico, riesgos específicos al proyecto y/o contrato.

**ÁREA:** (i) internos, riesgos a cargo del Canal y (ii) externos, riesgos externos al Canal.

**ETAPA:** Es el momento en que se puede materializar el riesgo.

**TIPO:** Los riesgos se pueden clasificar según los siguientes tipos:

- (i) **Financieros -Económicos:** Están relacionados con la capacidad organizacional y financiera de los oferentes, la tasa cambiaria, impuestos.
- (ii) **Operacional:** está relacionado con las pérdidas potenciales que resultan de sistemas inadecuados, fallas en la administración controles defectuosos, fraude y errores humanos.
- (iii) **Legales – regulatorios:** están relacionados con los cambios normativos, los cambios juríspudenciales, la capacidad jurídica del oferente.
- (iv) **Negocios:** están relacionados con los eventos en el mundo de los negocios, tales como la incertidumbre en la demanda de productos, el cambio en el precio de los productos, costos de producir y entregar, la experiencia del oferente.

	<b>ESTUDIOS PREVIOS</b>	<b>CÓDIGO: AGJC-CN-FT-001</b>	 <b>BOGOTÁ MEJOR PARA TODOS</b> <small>ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.</small>
		<b>VERSIÓN: 13</b>	
		<b>FECHA DE APROBACIÓN:</b>	
		<b>04/06/2019</b>	

Nº	CLASE	ÁREA	ETAPA	TIPO	DESCRIPCIÓN (QUÉ PUEDE PASAR Y SI ES POSIBLE, CÓMO PUEDE PASAR)	CONSECUENCIA DE LA OCURRENCIA DEL EVENTO	PRIORIDAD	TRATAMIENTO CONTROLES A SER IMPLEMENTADOS	IMPACTO DESPUÉS DEL TRATAMIENTO	CONTROL Y MONITOREO		Resultado Final
										CÓMO	CUÁNDO	
1	Específico	Interno	precontractual	legales	La modalidad de contratación es adecuada para el bien servicio u obra necesitado.	Demandas contenciosas administrativas, que busquen la nulidad del proceso de selección.	Riesgo bajo	Para mitigar su ocurrencia se debe hacer un estudio en contexto del objeto a contratar, las obligaciones y las entregas del contratista, entre la dependencia solicitante y la oficina asesora jurídica.	ALTO	Elaboración de los estudios previos, con acompañamiento de la Oficina Asesora jurídica.	Durante la elaboración de estudios previos.	Si aplica para la presente modalidad de contratación
2	Específico	Interno y externo	Precontractual- Estudios previos	Financieros –Económicos, operacional, legales y negocios	Los requisitos habilitantes no son los apropiados para el Proceso de Contratación y no es posible encontrar proponentes que los cumplan incluyendo los Riesgos relacionados con la habilidad para determinar requisitos habilitantes consistentes con el Proceso de Contratación y con el sector económico en el que actúan los posibles oferentes.	Que se declare desierto el proceso de selección	Riesgo bajo	Hacer un adecuado estudio del sector	ALTO	El área solicitante debe, hacer una consulta de los posibles oferentes, para analizar el sector.	Elaboración de los estudios previos.	No aplica para la presente modalidad de contratación
3	Específico	Interno y externo	Precontractual- Estudios previos	Financieros –Económicos, operacional, legales y negocios	El valor del contrato no corresponde a los precios del mercado.	Que se declare desierto el proceso de selección	Riesgo bajo	Hacer un adecuado estudio del sector	ALTO	El área solicitante debe, hacer una consulta de los posibles oferentes, para analizar el sector.	Elaboración de los estudios previos.	No aplica para la presente modalidad de contratación

	<b>ESTUDIOS PREVIOS</b>	<b>CÓDIGO: AGJC-CN-FT-001</b>	 <b>BOGOTÁ MEJOR PARA TODOS</b>
		<b>VERSIÓN: 13</b>	
		<b>FECHA DE APROBACIÓN:</b>	
		<b>04/06/2019</b>	

Nº	CLASE	ÁREA	ETAPA	TIPO	DESCRIPCIÓN (QUÉ PUEDE PASAR Y SI ES POSIBLE, CÓMO PUEDE PASAR)	CONSECUENCIA DE LA OCURRENCIA DEL EVENTO	PRIORIDAD	TRATAMIENTO CONTROLES A SER IMPLEMENTADOS	IMPACTO DESPUÉS DEL TRATAMIENTO	CONTROL Y MONITOREO		Resultado Final
										CÓMO	CUÁNDO	
4	Específico	Internoy externo	Precontractual- Estudios previos	Financieros –Económicos, operacional, legales y negocios	La descripción del bien o servicio requerido no es claro.	Que se declare desierto el proceso de selección	Riesgo bajo	Redactar claramente los objetos contractuales, guardando coherencia técnica y jurídica.	ALTO	El área solicitante debe, hacer una descripción concreta y suficiente del bien o servicio a contratar.	Elaboración de los estudios previos.	Si aplica para la presente modalidad de contratación
5	Específico	Internoy externo	Precontractual- Estudios previos	Financieros –Económicos, operacional, legales y negocios	El Proceso de Contratación cuenta con las condiciones que garanticen la transparencia, equidad y competencia entre los proponentes.	1. No se garantice la participación plural de oferentes. 2. Que se declare desierto el proceso de selección. 3. Que se presenten demandas, en contra de la entidad.	Riesgo bajo	Hacer un adecuado estudio del sector. Establecer requisitos habilitantes, acordes con el sector, que permita la participación plural de oferentes.	ALTO	El área solicitante debe, hacer una consulta amplia de los posibles oferentes, para fijar los requisitos habilitantes.	Elaboración de los estudios previos.	No aplica para la presente modalidad de contratación
6	Específico	Internoy externo	Precontractual- Estudios previos	Financieros –Económicos, operacional, legales y negocios	El estudio de mercado no permite identificar los aspectos de oferta y demanda del mercado Respectivo.	Que se declare desierto el proceso de selección	Riesgo bajo	Hacer un adecuado estudio del sector.	ALTO	El área solicitante debe, hacer una consulta de los aspectos de la oferta y la demanda del mercado respectivo.	Elaboración de los estudios previos.	No aplica para la presente modalidad de contratación

	<b>ESTUDIOS PREVIOS</b>	<b>CÓDIGO: AGJC-CN-FT-001</b>	 <b>BOGOTÁ MEJOR PARA TODOS</b>
		<b>VERSIÓN: 13</b>	
		<b>FECHA DE APROBACIÓN:</b>	
		<b>04/06/2019</b>	
<b>RESPONSABLE: CONTRATACIÓN</b>			

Nº	CLASE	ÁREA	ETAPA	TIPO	DESCRIPCIÓN (QUÉ PUEDE PASAR Y SI ES POSIBLE, CÓMO PUEDE PASAR)	CONSECUENCIA DE LA OCURRENCIA DEL EVENTO	PRIORIDAD	TRATAMIENTO CONTROLES A SER IMPLEMENTADOS	IMPACTO DESPUÉS DEL TRATAMIENTO	CONTROL Y MONITOREO		Resultado Final
										CÓMO	CUÁNDO	
7	Específico	Internos y externos	Precontractual- Estudios previos	Financieros -Económicos, operacional, legales y negocios	El diseño del Proceso de Contratación permite satisfacer las necesidades de la Entidad Estatal, cumplir su misión y si es coherente, con el cumplimiento de sus objetivos y metas.	Que no se cumplan con las metas trazadas en el POA de la entidad y en otros instrumentos de planificación.	Riesgo bajo	1. Priorizar las reales necesidades misionales del IDEAM.	ALTO	El área debe justificar, con base en los planes, proyectos y programas del IDEAM, sus necesidades de contratación.	Elaboración de los diferentes planes del IDEAM (POA, Planes operativos, de contratación etc.)	Si aplica para la presente modalidad de contratación
8	Específico	Internos y externos	Precontractual- Selección	Financieros -Económicos, operacional, legales y negocios	Falta de capacidad de la Entidad Estatal para promover y adelantar la selección del contratista, incluyendo el riesgo de seleccionar aquellos que no cumplen con la totalidad de los requisitos Habilitantes o se encuentren incursos en alguna inhabilidad o incompatibilidad.	Que no se contrate conforme a las normas de contratación estatal.	Riesgo Mediano	Los miembros del comité evaluador deben, verificar minuciosamente el cumplimiento de cada uno de los requisitos habilitantes solicitados.	ALTO	Haciendo una evaluación cuidadosa de todos los documentos presentados por los oferentes.	En la evaluación de la propuesta.	No aplica para la presente modalidad de contratación
9	Específico	Internos y externos	Precontractual- Selección	Financieros -Económicos	Riesgo de ofertas artificialmente bajas.	Incumplimiento del objeto contractual.	Riesgo Mediano	Los miembros del comité evaluador deben, verificar minuciosamente el valor de la oferta.	ALTO	Haciendo una evaluación cuidadosa del valor de la oferta.	En la evaluación de la propuesta.	No aplica para la presente modalidad de contratación

## 15. LAS GARANTÍAS QUE LA ENTIDAD ESTATAL CONTEMPLA EXIGIR EN EL PROCESO DE CONTRATACIÓN.

Teniendo en cuenta la naturaleza del contrato, la forma de pago establecida y los criterios dispuestos en el Manual de Contratación, Supervisión e Interventoría versión 6 de Canal Capital, se establecen las siguientes garantías por exigir para la presente contratación.

	<b>ESTUDIOS PREVIOS</b>	<b>CÓDIGO: AGJC-CN-FT-001</b>
		<b>VERSIÓN: 13</b>
		<b>FECHA DE APROBACIÓN:</b>
		<b>04/06/2019</b>
		<b>RESPONSABLE: CONTRATACIÓN</b>



#### **A. PARA GARANTIZAR EL RIESGO DE INCUMPLIMIENTO EN LA ETAPA PRECONTRACTUAL**

<b>Riesgo</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Sobre el Valor</b>	<b>Vigencia</b>
<b>Seriedad de la Oferta</b>	10 %	Del contrato	Mínimo por (noventa) 90 días, a partir de la presentación de la oferta

#### **B. PARA GARANTIZAR LOS PERJUICIOS DE NATURALEZA CONTRACTUAL O EXTRACONTRACTUAL.**

<b>Riesgo</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Sobre el Valor</b>	<b>Vigencia</b>
<b>Cumplimiento</b>	20 %	Del contrato	Igual al plazo de ejecución del contrato y cuatro (4) meses más.
<b>Calidad del Servicio</b>	20 %	Del contrato	Igual al plazo de ejecución del contrato y cuatro (4) meses más.
<b>Pago de Salarios</b>	5 %	Del contrato	Igual al plazo de ejecución del contrato y tres (3) años más.
<b>Responsabilidad Civil Extracontractual</b>	200 SMMLV	SMMLV	Igual al plazo de ejecución del contrato

#### **16. ANEXOS:**

- Certificado de Disponibilidad Presupuestal – CDP.
- Certificación de inexistencia o insuficiencia de personal de planta dirigida a talento humano, en caso de ser necesaria.
- Todos aquellos documentos en los cuales se soporta la futura contratación.

#### **17. RESPONSABLES**

<b>FORMATO DE ESTUDIOS PREVIOS</b>	
<b><i>ORIGINAL FIRMADO</i></b>	
Director o Jefe de la dependencia	<b>CLAUDIA XIMENA MÁRQUEZ RAMÍREZ</b>
	DIRECCIÓN OPERATIVA
Abogada Coordinación Jurídica	Karen Paola Cruz Triana
Asesor Secretaría General	Luis Eduardo Páez Pacheco
Subdirección Financiera.	N/A
Proyecta	Carolina Pinzón
Fecha de elaboración	1º de AGOSTO de 2019