

MEMORANDO

D.O.

PARA: Olga Lucia Vides Castellanos – Coordinadora Jurídica

DE: Ricardo Andrés Gómez De La Roche – Director Operativo

ASUNTO: Verificación Técnica Convocatoria Publica No 015/2018

Cordial saludo.

De manera atenta me permito adjuntar la información resultante de la verificación técnica de los requisitos habilitantes de la Convocatoria pública 15 de 2018, después del último traslado de observaciones realizado el día 4 de octubre de 2018 y de acuerdo a lo establecido en el Pliego Definitivo de Condiciones, VERIFICACIÓN DEL FACTOR TÉCNICO Y DE EXPERIENCIA.

EMPRESA	TEMA	TITULO	REQUISITOS HABILITANTES		ESTADO DE LA PROPUESTA
			HABILITADO POR ACREDITACIÓN	REQUISITOS DE EXPERIENCIA	

1. Diesciseis 9	Diversidad	Diverciudad	SI	El proponente cumplió con los documentos habilitantes.	HABILITADO
2. Virtual	Diversidad	La pinta es lo de menos	SI	El proponente cumplió con los documentos habilitantes.	HABILITADO
3. Mavecol	Diversidad	Ciudad buena onda	SI	El proponente cumplió con los documentos habilitantes.	HABILITADO
4. Inedita Special Brands	Diversidad	Bogota es diferente	SI	El proponente cumplió con los documentos habilitantes.	HABILITADO
5. La red Ilms	Diversidad	La movida cachaca	SI	El proponente cumplió con los documentos habilitantes.	HABILITADO
6. Laberito	Diversidad	Sé unico, sé diferente	SI	El proponente cumplió con los documentos habilitantes.	HABILITADO
7. UT Valores ciudadanos	Diversidad	Tabogo	SI	El proponente cumplió con los documentos habilitantes.	HABILITADO
8 UT Still Helena	Diversidad	Pasa la mano	NO	El proponente no cumplió con los documentos habilitantes, toda vez que la certificación de experiencia habilitante expedida por la compañía BLACK MOTION BOX S.A. no cumple con los solicitado en los liegos de condiciones	NO HABILITADO

Igualmente adjuntamos la evaluación técnica de acuerdo los factores establecidos en el Pliego Definitivo de Condiciones de los proponentes habilitados por las áreas técnicas, jurídicas y financieras de acuerdo a la información trasladada por el área jurídica.

PROYECTOS HABILITADOS

PONDERACIÓN					
EMPRESA	TITULO	FORMULACIÓN DE PROYECTO	ESTIMULO A LA INDUSTRIA	PRIORIDAD DE ORIGEN	TOTAL
Virtual televisión	La pinta es lo de menos	535	100	50	685
Mavecol	Ciudad buena onda	488	100	50	638
Inedita Special Brands	Bogotá es diferente	518	100	50	668



La Red ilms	La movida cachaca	513	100	50	663
Laberinto	Sé único, sé diferente	655	0	50	705

Atentamente,

RICARDO ANDRÉS GÓMEZ DE LA ROCHE
Director Operativo

Proyectó: ERIKA SALAZAR B. Productora
Anexo: Matrices de evaluación. Diez (10) FOLIOS
300

Ricardo Andres

Gómez



ALCALDÍA MAYOR

BOGOTÁ
MEJOR
PARA TODOS

Invitación abierta No.:	15	Título de la propuesta:	BOGOTA ES DIFERENTE
Propuesta No.:	0	Proponente	INEDITA SPECIAL BRAND

PUNTAJE GLOBAL DE LA PROPUESTA:	518
---------------------------------	-----

1. IDEA CENTRAL (máximo 150 puntos)

PUNTOS QUE OTORGA	OBSERVACIONES DEL JURADO	PUNTAJE OBTENIDO
Máximo 150 puntos	a. La idea central no deja claro si se proponen desarrollar ficciones o documentales. B. El eje conceptual propuesto está enunciado sin que quede claro su desarrollo.	80

2. MATRIZ DE CONTENIDOS (máximo 50 puntos)

PUNTOS QUE OTORGA	OBSERVACIONES DEL JURADO	PUNTAJE OBTENIDO
Máximo 50 puntos	a. Los subtemas no están enunciados adecuadamente. Se dificulta identificar su pertinencia con respecto a la idea central. b. Las piezas trasmediales están someramente enunciadas. No queda clara su función conceptual dentro de la propuesta, su interrelación con las demás piezas, ni su circulación.	30

3. ENFOQUE (MÁXIMO 40 PUNTOS)

PUNTOS QUE OTORGA	OBSERVACIONES DEL JURADO	PUNTAJE OBTENIDO
Máximo 40 puntos	A. El punto de vista no es conceptualmente claro. B. Describe más elementos audiovisuales que narrativos. C. No es posible determinar si las piezas transmediales materializan dicho punto de vista, dado que éste no está expuesto con claridad.	20

4. INVESTIGACIÓN DE CONTENIDOS (MÁXIMO 30 PUNTOS)

PUNTOS QUE OTORGA	OBSERVACIONES DEL JURADO	PUNTAJE OBTENIDO
Máximo 30 puntos	a. La investigación no presenta información estadística que sustente el punto de vista. b. Las fuentes están siendo enunciadas más no citadas y no solo son insuficientes, además no son pertinentes. C. La investigación presentada no delimita el universo temático a abordar.	3

5. MUESTRA AUDIOVISUAL (MÁXIMO 100 PUNTOS)

PUNTOS QUE OTORGА	OBSERVACIONES DEL JURADO	PUNTAJE OBTENIDO
Máximo 100 puntos	a. La muestra no corresponde al guión de spot presentado. B. La muestra no permite identificar un mensaje de impacto. C. La muestra no da cuenta de una narrativa y estética publicitaria.	50

6. STORY LINE MICRORELATO (MÁXIMO 40 PUNTOS)

PUNTOS QUE OTORGА	OBSERVACIONES DEL JURADO	PUNTAJE OBTENIDO
Máximo 40 puntos	a. No queda claro en los story lines si la app existe y se invitará a la audiencia a usarla o si es un elemento ficcional b. Aunque la propuesta plantea destacar la convivencia en espacios urbanos, en los story el espacio predominante es un espacio virtual, es decir la app. c. Los storys presentados permiten prever una propuesta que se queda en lo ilustrativo y didáctico sin ahondar en los subtemas planteados. d. Los storys permiten prever un manejo estereotipado de los personajes que no corresponde a la búsqueda del canal con la convocatoria.	30

7. GUIONES MICRORELATO (MÁXIMO 100 PUNTOS)

PUNTOS QUE OTORGА	OBSERVACIONES DEL JURADO	PUNTAJE OBTENIDO
Máximo 100 puntos	a. La duración de los guiones parece inferior a los 2 minutos dado el poco desarrollo conceptual que muestran. B. Los guiones no generan impacto ni posicionan un call to action. Más que call to action la propuesta se desarrolla en torno a la premisa "Bogotá es diferente" sin que exista un call to action que se desligue de ésta. c. No desarrollan una trama, exponen una situación sin que sea posible expandir el contenido. d. Los guiones no plantean un gancho desde el arranque.	55

8. STORY LINE SPOTS (MÁXIMO 40 PUNTOS)

Total: 30

PUNTOS QUE OTORGА	OBSERVACIONES DEL JURADO	PUNTAJE OBTENIDO
Máximo 40 puntos	a. Los story line permiten prever que el formato corresponderá a la duración de un spot b. Los story no demuestran que se desarrollen los subtemas elegidos.	30

9. GUIONES SPOTS (MÁXIMO 100 PUNTOS)

Total: 55

PUNTOS QUE OTORGA	OBSERVACIONES DEL JURADO	PUNTAJE OBTENIDO
Máximo 100 puntos	a. Los guiones no generan impacto ni posicionan un call to action. Más que call to action la propuesta se desarrolla en torno a la premisa "Bogotá es diferente" sin que exista un call to action que se desligue de ésta. b. No desarrollan una trama, exponen una situación sin que sea posible expandir el contenido.c. Los guiones no plantean un gancho desde el arranque.	55

10. DESCRIPCION DE ELEMENTOS DIFERENTES A PANTALLA TELEVISIVA (MÁXIMO 100 PUNTOS)

PUNTOS QUE OTORGA	OBSERVACIONES DEL JURADO	PUNTAJE OBTENIDO
Máximo 100 puntos	a. Se identifica que cada pieza transmedia es medio de expansión de la historia planteada y apoya la difusión, especialmente digital, de todos los contenidos que componen el relato. b. Se identifica el tipo de expansión pero se trata de una expansión muy limitada. Se trata de contenidos más didácticos que narrativos. c. La descripción de cada pieza transmedial es superficial no queda claro el objetivo específico que cumplirían dentro de la propuesta. d. No se expone ni desarrolla cuál es la audiencia objetivo de cada pieza. e. Las plataformas de difusión previstas son expuestas sin ser desarrolladas.	50

11. DISEÑO DE PRODUCCIÓN (MÁXIMO 150 PUNTOS)

PUNTOS QUE OTORGA	OBSERVACIONES DEL JURADO	PUNTAJE OBTENIDO
Máximo 150 puntos	a. El cronograma costea personal de realización por fuera de los tiempos de realización. B. La estrategia de producción no da cuenta del requerimiento tan alto en ambientaciones y escenografías.d. El organigrama no es coherente con el presupuesto.	115

Invitación abierta No.:	15	Título de la propuesta:	CIUDAD BUENA ONDA
Propuesta No.:	0	Proponente	MAVECOL

PUNTAJE GLOBAL DE LA PROPUESTA: **488**

1. IDEA CENTRAL (máximo 150 puntos)

PUNTOS QUE OTORGA	OBSERVACIONES DEL JURADO	PUNTAJE OBTENIDO
Máximo 150 puntos	a. La idea central es clara más no eficaz en la exposición del eje conceptual de la propuesta b. La idea central no da cuenta de la interacción entre las piezas audiovisuales, transmediales y de difusión digital que la componen previendo una sinergia conceptual.	70

2. MATRIZ DE CONTENIDOS (máximo 50 puntos)

PUNTOS QUE OTORGA	OBSERVACIONES DEL JURADO	PUNTAJE OBTENIDO
Máximo 50 puntos	a. Se identifican claramente los dos (2) subtemas elegidos así como su pertinencia en relación con el punto de vista desde el cual serán abordados b. La matriz permite identificar las piezas transmediales, que sean sostenibles a través de las plataformas propias del canal garantizando su circulación durante al menos 6 meses.	50

3. ENFOQUE (MÁXIMO 40 PUNTOS)

PUNTOS QUE OTORGA	OBSERVACIONES DEL JURADO	PUNTAJE OBTENIDO
Máximo 40 puntos	a. El enfoque delimita de forma clara la perspectiva o punto de vista desde la que será abordado el tema b. El punto de vista si bien no es innovador, las piezas audiovisuales, transmediales y digitales son eficientes para materializar dicho punto de vista.	35

4. INVESTIGACIÓN DE CONTENIDOS (MÁXIMO 30 PUNTOS)

PUNTOS QUE OTORGA	OBSERVACIONES DEL JURADO	PUNTAJE OBTENIDO
Máximo 30 puntos	a. La investigación sustenta de manera estadística la pertinencia tanto de los subtemas elegidos como del punto de vista con el cual serán abordados. b. El proponente establece y delimita un universo temático adecuado, suficiente y pertinente. Adicionalmente plantea información innovadora con respecto a la planteada inicialmente en la	30

convocatoria. c. Los componentes de la investigación están suficientemente desarrollados y pueden ser útiles para el desarrollo posterior de la narrativa y propuesta audiovisual.

5. MUESTRA AUDIOVISUAL (MÁXIMO 100 PUNTOS)

PUNTOS QUE OTORGА	OBSERVACIONES DEL JURADO	PUNTAJE OBTENIDO
Máximo 100 puntos	a. La muestra audiovisual de 30 segundos corresponde a uno de los guiones de spot presentados b. La muestra audiovisual expone con claridad la forma en que se materializará audiovisualmente la propuesta. Imágenes, gráficas, música, edición, manejo sonoro. c. La muestra audiovisual no da cuenta de una narrativa publicitaria, no plantea un mensaje de impacto, que permita prever alta circulación o recordación. Habla más de una infografía que de una pieza audiovisual que corresponda a un spot.	55

6. STORY LINE MICRORELATO (MÁXIMO 40 PUNTOS)

PUNTOS QUE OTORGА	OBSERVACIONES DEL JURADO	PUNTAJE OBTENIDO
Máximo 40 puntos	a. El Story line no permite prever que el desarrollo de la historia será coherente con el formato de microrelato. El story line plantea una duración mayor a 2 minutos b. El story line no evidencia el desarrollo de los subtemas de la propuesta, toda vez que la forma de plantear los personajes y la trama apela al estereotipo y el juicio de valor. c. Los story line no atienden al enfoque propuesto "visibilizar la diversidad en términos propósitos y no de exclusión, marginación o victimización, sino desde una mirada unificadora que percibe la diferencia como un valor compartido.."	10

7. GUIONES MICRORELATO (MÁXIMO 100 PUNTOS)

PUNTOS QUE OTORGА	OBSERVACIONES DEL JURADO	PUNTAJE OBTENIDO
Máximo 100 puntos	a. La duración de los guiones no es la solicitada en la convocatoria (2min) Se puede inferir que sobrepasarán este tiempo. b. Los guiones presentados corresponden a dos (2) de los cinco (5) story line presentados. c. Los guiones no solo no demuestran generar impacto y posicionamiento del call to action, sino que van en contravía del call to action planteado en la propuesta. Más que apuntar a generar buena onda, apuntan a posicionar esteriotipos, juicios de valor y formas de solucionar los conflictos revanchistas y excluyentes, lo cual va en completa contravía con lo planteado en idea central y el enfoque. d. Los guiones desarrollan una trama específica, pero más que plantea una situación, plantean un relato demasiado extenso y complejo para el formato de microrelato. No posibilitan la prolongación del contenido e. Los guiones no permiten identificar claramente el gancho en los primeros diez segundos de la pieza ni son impactantes.	28

8. STORY LINE SPOTS (MÁXIMO 40 PUNTOS)

Total: 10

PUNTOS QUE OTORGА	OBSERVACIONES DEL JURADO	PUNTAJE OBTENIDO

Máximo 40 puntos	a. El Story line no permite prever que el desarrollo de la historia será coherente con el formato de spot. Es posible prever que la duración corresponderá pero así mismo no se infiere el desarrollo de un contenido dentro de la pieza. b. El story line no evidencia el desarrollo de los subtemas de la propuesta. Apunta a posicionar un estereotipo de felicidad que no enuncia acciones que contribuyan a crear esa felicidad. Plantean una mirada superficial del call to action que plantean en la idea central y el enfoque	10
------------------	---	----

9. GUIONES SPOTS (MÁXIMO 100 PUNTOS)	Total: 55
---	------------------

PUNTOS QUE OTORGA	OBSERVACIONES DEL JURADO	PUNTAJE OBTENIDO
Maximo 100 puntos	a. La duración de los guiones es la solicitada en la convocatoria b. Los guiones presentados corresponden a dos (2) de los cinco (5) story line presentados. c. Los guiones no demuestran generar impacto y posicionamiento del call to action. Se limitan a ilustrar la buena onda desde un estereotipo de la buena onda, sin plantear herramientas positivas para generar la buena onda. d. Los guiones no desarrollan una trama específica, y aunque plantea una situación, esta no desarrolla un contenido que posibilite la prolongación del contenido e. Los guiones no permiten identificar claramente el ganchito en los primeros diez segundos de la pieza ni son impactantes.	55

10. DESCRIPCION DE ELEMENTOS DIFERENTES A PANTALLA TELEVISIVA (MÁXIMO 100 PUNTOS)
--

PUNTOS QUE OTORGA	OBSERVACIONES DEL JURADO	PUNTAJE OBTENIDO
Máximo 100 puntos	a. Se identifica que cada pieza transmedia es medio de expansión de la historia planteada, más no garantizan que apoye la difusión, especialmente digital, de todos los contenidos que componen el relato, dado que el contenido no apunta a ser fácilmente viralizable. b. No se identifica claramente el tipo de expansión dado que no están ampliamente desarrolladas las piezas. c. No se identifica claramente en la descripción de cada pieza transmedial ni su objetivo preciso dentro de toda la estrategia. d. No se identifica clara y justificadamente la audiencia objetivo de cada pieza ni cómo el mensaje está enfocado y presentado a ésta. e. Se identifican claramente las plataformas de difusión previstas, más no el tipo de tipo de interacciones que se generarán entre estas.	30

11. DISEÑO DE PRODUCCIÓN (MÁXIMO 150 PUNTOS)

PUNTOS QUE OTORGA	OBSERVACIONES DEL JURADO	PUNTAJE OBTENIDO
Máximo 150 puntos	a. No se desarrolla a profundidad la estrategia teniendo en cuenta que existe un gran desarrollo de piezas adicionales a pantalla planteadas en la propuesta b. La estrategia de producción sobrepasa los tiempos de ejecución estipulados en la convocatoria, particularmente teniendo en cuenta la cantidad y calidad de elementos transmediales que	115

proponen. c. El organigrama no desgloza el personal a cargo de la estrategia transmedia.

Invitación abierta No.:	15	Título de la propuesta:	LA PINTA ES LO DE MENOS
Propuesta No.:	0	Proponente	VIRTUAL

PUNTAJE GLOBAL DE LA PROPUESTA:

535

1. IDEA CENTRAL (máximo 150 puntos)

PUNTOS QUE OTORGА	OBSERVACIONES DEL JURADO	PUNTAJE OBTENIDO
Máximo 150 puntos	<p>a. La idea central es clara y eficaz en la exposición del eje conceptual de la propuesta, sin embargo se propone evaluar demasiados puntos de vista desde una perspectiva estereotipada, tendiente a los clichés y los juicios de valor, lo cual es contrario a lo propuesto en la convocatoria. No es innovadora b. La idea central si bien da cuenta de la interacción entre las piezas audiovisuales, transmediales y de difusión digital que la componen, no permite prever una sinergia conceptual que enriquezca el contenido de la propuesta, o que refuerce la premisa "la pinta es lo de menos"</p>	70

2. MATRIZ DE CONTENIDOS (máximo 50 puntos)

PUNTOS QUE OTORGА	OBSERVACIONES DEL JURADO	PUNTAJE OBTENIDO
Máximo 50 puntos	<p>a. Los subtemas elegidos corresponden a los temas transversales exigidos por la convocatoria más no a subtemas que permitan prever el desarrollo temático de la propuesta.b. La matriz no permite identificar las piezas transmediales, ni como serán sostenibles a través de las plataformas propias del canal o cómo garantizan su circulación durante al menos 6 meses.La matriz expone las plataformas sin especificar las piezas que se publicarán en cada una ni como serán desarrolladas, o cómo los contenidos van a interactuar entre sí.</p>	10

3. ENFOQUE (MÁXIMO 40 PUNTOS)

PUNTOS QUE OTORGА	OBSERVACIONES DEL JURADO	PUNTAJE OBTENIDO
Máximo 40 puntos	<p>a. El enfoque no delimita de forma clara la perspectiva o punto de vista desde la que será abordado el tema. b. El punto de vista no es innovador. El enfoque no expone como las piezas audiovisuales, transmediales y digitales serán eficientes para materializarlo.</p>	10

4. INVESTIGACIÓN DE CONTENIDOS (MÁXIMO 30 PUNTOS)

PUNTOS QUE OTORGА	OBSERVACIONES DEL JURADO	PUNTAJE OBTENIDO

Máximo 30 puntos	a. La investigación no sustenta de manera estadística la pertinencia ni de los subtemas elegidos, ni el punto de vista planteado en la idea central. b. El proponente no establece ni delimita un universo temático adecuado, suficiente y pertinente que permita enriquecer lo planteado en la idea central.c. Los componentes de la investigación no están suficientemente desarrollados ni son útiles para el desarrollo posterior de la narrativa y propuesta audiovisual	15
------------------	---	----

5. MUESTRA AUDIOVISUAL (MÁXIMO 100 PUNTOS)

PUNTOS QUE OTORGА	OBSERVACIONES DEL JURADO	PUNTAJE OBTENIDO
Máximo 100 puntos	La muestra audiovisual no da cuenta de una narrativa publicitaria, no plantea un mensaje claro ni potente que genera impacto, alta circulación ni recordación.	55

6. STORY LINE MICRORELATO (MÁXIMO 40 PUNTOS)

PUNTOS QUE OTORGА	OBSERVACIONES DEL JURADO	PUNTAJE OBTENIDO
Máximo 40 puntos	a. El Story line permite prever que el desarrollo de la historia será coherente con el formato de microrelato.b. El story line no solo no evidencia el desarrollo de los subtemas de la propuesta, sino que plantea un tratamiento esterotipado de los personajes y la situación, acudiendo al juicio de valor para resolver la situación, lo cual es contrario al tratamiento buscado con la convocatoria.	25

7. GUIONES MICRORELATO (MÁXIMO 100 PUNTOS)

PUNTOS QUE OTORGА	OBSERVACIONES DEL JURADO	PUNTAJE OBTENIDO
Máximo 100 puntos	a. La duración de los guiones es la solicitada en la convocatoria (2min) b. Los guiones presentados corresponden a dos (2) de los cinco (5) story line presentados. c. Los guiones no generan impacto ni posicionamiento del call to action. De hecho posiciona todo lo contrario a lo que plantea la idea central, dado que se le da un manejo esterotipado a los personajes y la resolución apunta al juicio social antes que a la comprensión. d. Los guiones no posibilitan la prolongación del contenido. La premisa no es clara ni motiva a ampliar el sentido. e. Los guiones no permiten identificar claramente el gancho en los primeros diez segundos de la pieza, no son impactantes.	55

8. STORY LINE SPOTS (MÁXIMO 40 PUNTOS)

Total: 25

PUNTOS QUE OTORGА	OBSERVACIONES DEL JURADO	PUNTAJE OBTENIDO
-------------------	--------------------------	------------------

Máximo 40 puntos	a. El Story line permite prever que el desarrollo de la historia será coherente con el formato de spot. b. El story line no solo no evidencia el desarrollo de los subtemas de la propuesta, sino que plantea un tratamiento estereotipado de los personajes y la situación, acudiendo al juicio de valor para resolver la situación, lo cual es contrario al tratamiento buscado con la convocatoria.	25
------------------	--	----

9. GUIONES SPOTS (MÁXIMO 100 PUNTOS)	Total: 55
---	------------------

PUNTOS QUE OTORGА	OBSERVACIONES DEL JURADO	PUNTAJE OBTENIDO
Maximo 100 puntos	a. La duración de los guiones es la solicitada en la convocatoria (30seg) b. Los guiones presentados corresponden a dos (2) de los cinco (5) story line presentados. c. Los guiones no generan impacto ni posicionamiento del call to action. De hecho posiciona todo lo contrario a lo que plantea la idea central, dado que se le da un manejo estereotipado a los personajes y la resolución apunta al juicio social antes que a la comprensión. d. Los guiones no posibilitan la prolongación del contenido. La premisa no es clara ni motiva a ampliar el sentido. e. Los guiones no permiten identificar claramente el gancho en los primeros diez segundos de la pieza, no son impactantes.	55

10. DESCRIPCION DE ELEMENTOS DIFERENTES A PANTALLA TELEVISIVA (MÁXIMO 100 PUNTOS)

PUNTOS QUE OTORGА	OBSERVACIONES DEL JURADO	PUNTAJE OBTENIDO
Máximo 100 puntos	a. El contenido solo se expande a través del blog, los demás elementos no son elementos de expansión. Predomina el uso promocional de las piezas. b. Se identifica claramente el tipo de expansión de la pieza transmedial, (promoción, contenidos y/o estética). c. No se identifica claramente en la descripción de cada pieza transmedial, qué objetivo preciso y particular tienen dentro de toda la estrategia y dentro de la estructura narrativa del proyecto. d. No se identifica clara y justificadamente la audiencia objetivo de las piezas ni cómo el mensaje está enfocado y presentado. e. Se identifica claramente cuál es o son las plataformas de difusión previstas y qué tipo de interacciones con otras piezas y otras audiencias quiere suscitar.	75

11. DISEÑO DE PRODUCCIÓN (MÁXIMO 150 PUNTOS)

PUNTOS QUE OTORGА	OBSERVACIONES DEL JURADO	PUNTAJE OBTENIDO
Máximo 150 puntos	a. Se identifica que la estrategia de producción optimiza y articula adecuadamente los recursos técnicos y humanos, así como el cronograma y el presupuesto. b. Se identifica que el cronograma tiene en cuenta los tiempos de ejecución contemplando todas las fases del proyecto por cada línea, (Producción de microrrelatos,	140

spots, piezas transmediales diferentes a pantalla televisiva y estrategia digital), aprobaciones del canal dentro de las fases y flujo de caja. c .Se identifica que el diseño de producción es viable y orgánico con la propuesta. d.El organigrama no desgloza el equipo base requerido para el desarrollo de la propuesta transmedial.

Invitación abierta No.:	15	Título de la propuesta:	SE UNICO SE DIFERENTE
Propuesta No.:	0	Proponente	LABERINTO

PUNTAJE GLOBAL DE LA PROPUESTA:

655

1. IDEA CENTRAL (máximo 150 puntos)

PUNTOS QUE OTORGА	OBSERVACIONES DEL JURADO	PUNTAJE OBTENIDO
Máximo 150 puntos	<p>a. La propuesta es clara y eficaz en la exposición de la propuesta.</p> <p>b. La idea central da cuenta de la interacción entre las piezas audiovisuales, transmediales y de difusión digital que la componen previendo una sinergia conceptual.</p> <p>c. La idea central no es innovadora, acude a lugares comunes para desarrollar el enfoque.</p> <p>d. No es claro si el contenido será una ficción o un documental.</p>	100

2. MATRIZ DE CONTENIDOS (máximo 50 puntos)

PUNTOS QUE OTORGА	OBSERVACIONES DEL JURADO	PUNTAJE OBTENIDO
Máximo 50 puntos	<p>a. Los subtemas quedan claros, sin embargo en este ítem se refieren a los sugeridos por la convocatoria como ejes trasversales. Es evidente su pertinencia dentro de lo requerido por la convocatoria más no frente a presentado en la idea central.</p> <p>b. La matriz de contenidos expone más los elementos a incluir en la estrategia que el funcionamiento conceptual que los relaciona.</p>	20

3. ENFOQUE (MÁXIMO 40 PUNTOS)

PUNTOS QUE OTORGА	OBSERVACIONES DEL JURADO	PUNTAJE OBTENIDO
Máximo 40 puntos	<p>a. No delimita de forma clara la perspectiva o punto de vista desde la que será abordado el tema. Se expone más un desarrollo temático que una forma de ser abordados.</p> <p>b. Es posible ver que narrar casos de éxito es el eje de la propuesta pero no es posible tener claro cómo se abordará puntualmente ese caso de éxito.</p> <p>c. La manera en que se expone no es innovador.</p> <p>d. No se expone la manera en que las piezas audiovisuales, transmediales y digitales serán eficientes para materializar la propuesta.</p> <p>d. Al proponer tres fases diferentes para el enfoque no se ofrece una unidad, un punto de vista único que recorra toda la campaña y le dé solidez a todo el mensaje.</p>	20

4. INVESTIGACIÓN DE CONTENIDOS (MÁXIMO 30 PUNTOS)

PUNTOS QUE OTORGА	OBSERVACIONES DEL JURADO	PUNTAJE OBTENIDO
Máximo 30 puntos	<p>a. La investigación parte de cifras particularmente desactualizadas en relación a la propuesta que se presenta, así como en relación a</p>	15

	los subtemas presentados. B. La investigación no demuestra manejo del tema ni pertinencia en relación a los subtemas y enfoque propuestos. c. Los componentes de la investigación no están suficientemente desarrollados ni relacionados con la exposición de personajes con casos de éxito, que es lo que se expone en la idea central.	

5. MUESTRA AUDIOVISUAL (MÁXIMO 100 PUNTOS)

PUNTOS QUE OTORGА	OBSERVACIONES DEL JURADO	PUNTAJE OBTENIDO
Máximo 100 puntos	a. La muestra corresponde a uno de los guiones presentados para spot. B. La muestra audiovisual expone con claridad la forma en que se materializará audiovisualmente la propuesta. Imágenes, gráficas, música, edición, manejo sonoro. c. La muestra audiovisual da cuenta de factura publicitaria, más no de una narrativa que genere impacto, ni alta circulación o recordación.	60

6. STORY LINE MICRORELATO (MÁXIMO 40 PUNTOS)

PUNTOS QUE OTORGА	OBSERVACIONES DEL JURADO	PUNTAJE OBTENIDO
Máximo 40 puntos	a. El Story line permite prever que el desarrollo de la historia será coherente con el formato de microrelato b. El story line no evidencia el desarrollo de los subtemas de la propuesta. C. El story line habla de personajes reales lo que sugiere un manejo documental pero sugiere así mismo un manejo ficcional. Es confuso.	30

7. GUIONES MICRORELATO (MÁXIMO 100 PUNTOS)

PUNTOS QUE OTORGА	OBSERVACIONES DEL JURADO	PUNTAJE OBTENIDO
Máximo 100 puntos	a. La duración de los guiones es la solicitada en la convocatoria (2min) b. Los guiones presentados corresponden a dos (2) de los cinco (5) story line presentados. C. Los guiones demuestran generar posicionamiento del call to action, más no impacto que genere recordación o viralidad. d. Los guiones desarrollan una trama específica, plantean una situación y no un relato. Posibilitan la prolongación del contenido por cuenta del espectador que habrá entendido la premisa y al mismo tiempo podrá ampliar su sentido. e. Los guiones permiten identificar claramente el gancho en los primeros diez segundos de la pieza, pero su desarrollo no es impactante	80

8. STORY LINE SPOTS (MÁXIMO 40 PUNTOS) Total: 30

PUNTOS QUE OTORGА	OBSERVACIONES DEL JURADO	PUNTAJE OBTENIDO

Máximo 40 puntos	a. El Story line permite prever que el desarrollo de la historia será coherente con el formato de spot. B. El story line no evidencia el desarrollo de los subtemas de la propuesta.	30
------------------	--	----

9. GUIONES SPOTS (MÁXIMO 100 PUNTOS)		Total: 80
PUNTOS QUE OTORGA	OBSERVACIONES DEL JURADO	PUNTAJE OBTENIDO
Maximo 100 puntos	a. La duración de los guiones es la solicitada en la convocatoria (30seg) b. Los guiones presentados corresponden a dos (2) de los cinco (5) story line presentados. c. Los guiones demuestran generar posicionamiento del call to action, más no impacto que genere recordación o viralidad. d. Los guiones desarrollan una trama específica, plantean una situación y no un relato. Posibilitan la prolongación del contenido por cuenta del espectador que habrá entendido la premisa y al mismo tiempo podrá ampliar su sentido e. Los guiones permiten identificar claramente el gancho en los primeros cinco segundos de la pieza, pero en su desarrollo no son impactantes.	80

10. DESCRIPCION DE ELEMENTOS DIFERENTES A PANTALLA TELEVISIVA (MÁXIMO 100 PUNTOS)		
PUNTOS QUE OTORGA	OBSERVACIONES DEL JURADO	PUNTAJE OBTENIDO
Máximo 100 puntos	a. No se evidencia cómo cada pieza expandirá el contenido. Entre una pieza y otra se amplía la cantidad de personas involucradas pero el eje conceptual de las tres es el mismo, no se alimenta una perspectiva diferente o una información diferente en el contenido. b. El diseño de las piezas no fortalece una difusión especialmente digital, pues no es innovador. c. Aunque se identifica la audiencia objetivo y cómo el mensaje está enfocado y presentado a ésta, el contenido de las piezas apunta a una audiencia muy general, no especificada.	70

11. DISEÑO DE PRODUCCIÓN (MÁXIMO 150 PUNTOS)		
PUNTOS QUE OTORGA	OBSERVACIONES DEL JURADO	PUNTAJE OBTENIDO
Máximo 150 puntos	a. Se identifica que la estrategia de producción optimiza y articula adecuadamente los recursos técnicos y humanos, así como el cronograma y el presupuesto. b. Se identifica que el cronograma tiene en cuenta los tiempos de ejecución contemplando todas las fases del proyecto por cada línea, (Producción de microrrelatos,	150

spots, piezas transmediales diferentes a pantalla televisiva y estrategia digital), aprobaciones del canal dentro de las fases y flujo de caja. c .Se identifica que el diseño de producción es viable y orgánico con la propuesta.d. Se identifica que la proyección presupuestal detallada este acorde con los tiempos, con las condiciones establecidas en la presente convocatoria.

<i>Invitación abierta</i> No.:	15	<i>Título de la propuesta:</i>	LA MOVIDA CACHACA - LA FAMILIA CARREÑO
<i>Propuesta No.:</i>	0	<i>Proponente</i>	RED ILM

PUNTAJE GLOBAL DE LA PROPUESTA:

513

1. IDEA CENTRAL (máximo 150 puntos)

<i>PUNTOS QUE OTORGА</i>	<i>OBSERVACIONES DEL JURADO</i>	<i>PUNTAJE OBTENIDO</i>
Máximo 150 puntos	a. La idea central es clara en la presentación de su eje conceptual y en la manera en que los elementos transmedia contribuirán a la creación de la narrativa total del proyecto.	150

2. MATRIZ DE CONTENIDOS (máximo 50 puntos)

<i>PUNTOS QUE OTORGА</i>	<i>OBSERVACIONES DEL JURADO</i>	<i>PUNTAJE OBTENIDO</i>
Máximo 50 puntos	a. La propuesta realiza un desglose de temas a tratar en las cápsulas pero no presenta y desarrolla los dos grandes subtemas que recorrerán todo el proyecto. b. Los subtemas no delimitan el contenido ni están delimitados en sí mismos. c. Los subtemas presentados en su mayoría no son pertinentes dentro del enfoque de la convocatoria. d. Se plantean varios temas relacionados con la movilidad que no corresponden con las necesidades de la convocatoria. e. La matriz no presenta piezas transmediales.	10

3. ENFOQUE (MÁXIMO 40 PUNTOS)

<i>PUNTOS QUE OTORGА</i>	<i>OBSERVACIONES DEL JURADO</i>	<i>PUNTAJE OBTENIDO</i>
Máximo 40 puntos	a. Plantean el desarrollo de un falso documental sin que esto corresponda a la manera en que se desarrolla la propuesta. b. No queda claro el enfoque desde el cual será abordada la propuesta. Lo que se presenta como enfoque corresponde más a una base teórica que sustenta los temas a abordar, más no el punto de vista con el que serán abordados audiovisualmente, ni cual será el universo creativo que se creará.	25

4. INVESTIGACIÓN DE CONTENIDOS (MÁXIMO 30 PUNTOS)

<i>PUNTOS QUE OTORGА</i>	<i>OBSERVACIONES DEL JURADO</i>	<i>PUNTAJE OBTENIDO</i>
Máximo 30 puntos	a. La investigación no presenta información estadística que sustente el punto de vista. b. La investigación presentada se relaciona con temas que no solo no han sido planteados dentro del proyecto sino que además no	3

	corresponden con los solicitados dentro de la convocatoria. c. En la presentación de fuentes y metodología se presentan información que no corresponde al ítem. d. La investigación presentada no delimita el universo temático a abordar, ni presenta información útil para el desarrollo de la propuesta.	
--	---	--

5. MUESTRA AUDIOVISUAL (MÁXIMO 100 PUNTOS)

PUNTOS QUE OTORGA	OBSERVACIONES DEL JURADO	PUNTAJE OBTENIDO
Máximo 100 puntos	a. La muestra audiovisual de 30 segundos no corresponde a uno de los guiones de spot presentados. B. Si bien la muestra audiovisual expone recursos audiovisuales como imágenes, gráficas, música, edición, manejo sonoro, éstos no corresponden a lo expuesto en la propuesta. c. La duración de la muestra audiovisual no corresponde a la solicitada. d. La muestra audiovisual no da cuenta de una narrativa publicitaria, ni tiene un mensaje de impacto que sugiera alta circulación y recordación.	35

6. STORY LINE MICRORELATO (MÁXIMO 40 PUNTOS)

PUNTOS QUE OTORGA	OBSERVACIONES DEL JURADO	PUNTAJE OBTENIDO
Máximo 40 puntos	a. Los storys presentados permiten prever un desarrollo para formato de microrelato. b. El story line no evidencia el desarrollo de los subtemas de la propuesta, toda vez que los subtemas tampoco han quedado claros a lo largo de toda la propuesta. C. Los story line en conjunto no permiten inferir la creación de universo narrativo conjunto o un call to action unificado.	20

7. GUIONES MICRORELATO (MÁXIMO 100 PUNTOS)

PUNTOS QUE OTORGA	OBSERVACIONES DEL JURADO	PUNTAJE OBTENIDO
Máximo 100 puntos	a. La duración de los guiones parece superior a los 2 minutos. b. No es posible reconocer un call to action claro y unificado. c. Los guiones no plantean un gancho desde el arranque. No generan impacto ni posicionamiento. E. Los guiones hacen énfasis más en temas de movilidad que en temas de diversidad, que es lo solicitado por la convocatoria.	55

8. STORY LINE SPOTS (MÁXIMO 40 PUNTOS)

Total: 30

PUNTOS QUE OTORGA	OBSERVACIONES DEL JURADO	PUNTAJE OBTENIDO
Máximo 40 puntos	a. Los storys presentados permiten prever un desarrollo para formato de spot. b. No se evidencia el desarrollo de los subtemas de la propuesta, toda vez que los subtemas tampoco han quedado claros a lo largo de toda la propuesta.	30

9. GUIONES SPOTS (MÁXIMO 100 PUNTOS)**Total: 55**

PUNTOS QUE OTORGA	OBSERVACIONES DEL JURADO	PUNTAJE OBTENIDO
Maximo 100 puntos	a. Los guiones no generan impacto ni posicionan un call to action. b. No desarrollan una trama, exponen una situación sin que sea posible expandir el contenido. c. Los guiones no plantean un gancho desde el arranque. E. No plantean una expansión del contenido. Más bien funcionan como una extracción del microrelato.	55

10. DESCRIPCION DE ELEMENTOS DIFERENTES A PANTALLA TELEVISIVA (MÁXIMO 100 PUNTOS)

PUNTOS QUE OTORGA	OBSERVACIONES DEL JURADO	PUNTAJE OBTENIDO
Máximo 100 puntos	a. La propuesta hace de los microrelatos y los spots parte de la propuesta transmedia. Lo que se expone como piezas adicionales no funcionan independientemente de las piezas para pantalla televisiva. b. No se identifica claramente el tipo de expansión de la pieza transmedial, (promoción, contenidos y/o estética) c. No se presenta una propuesta de piezas adicionales a pantalla televisiva como tal, toda vez que la base conceptual de la convocatoria establece "se entiende por pieza transmedial, productos en diferentes plataformas cuyo contenido enriquezca el universo narrativo del proyecto ofreciendo información, puntos de vista y reflexiones complementarias pero no iguales a las planteadas a las piezas audiovisuales. NO SE CONSIDERA UNA PIEZA TRASMEDIAL AQUELLA QUE REPLIQUE EL MISMO CONTENIDO QUE OTRA, QUE SEA UNA REEDICIÓN O UNA FRACCIÓN DE OTRA PIEZA"	0

11. DISEÑO DE PRODUCCIÓN (MÁXIMO 150 PUNTOS)

PUNTOS QUE OTORGA	OBSERVACIONES DEL JURADO	PUNTAJE OBTENIDO
Máximo 150 puntos	a. No se identifica ni en la estrategia, ni en el presupuesto, ni en el cronograma el desarrollo de animación b. El cronograma plantea un tiempo para desarrollo de piezas trasmediales que no son presentadas en la propuesta. c. En el presupuesto no se establecen valores apropiados para cumplir con la edición de todos los productos. d. El cronograma está desarrollado hasta la tercera semana de noviembre, lo que no otorga tiempo suficiente a la producción.	130

MEMORANDO

S.F.



COMUNICACIONES INTERNAS
Número de Memorando: 2657
Registro: Sonia Carolina Rodriguez Reyes
04/10/2018 15:40:07

PARA: OLGA LUCIA VIDES CASTELLANOS
Coordinadora Jurídica

DE: SANDY MILENA ORTIZ MORALES
Subdirectora Financiera

ASUNTO: Verificación final factor financiero Convocatoria Pública No. 015 de 2018

De conformidad con el numeral 4.3. Capacidad Financiera, capítulo IV Requisitos Habilitantes de la Oferta del Pliego de Condiciones de la Convocatoria Pública No. 015 de 2018 y una vez analizada la información financiera suministrada por los oferentes en virtud de las observaciones expuestas por Virtual Televisión Ltda. Me permito informar lo siguiente:

PROONENTES HABILITADOS

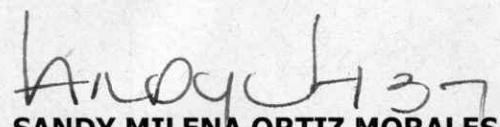
1. Virtual Televisión Ltda
2. Mavecol Comunicaciones
3. Dieciséis 9 Films
4. Inédita Special Brand SAS
5. La Red IIm
6. Laberinto Cine y Televisión

PROONENTES NO HABILITADOS

7. UT Still Helena
8. UT Valores Ciudadanos Bogotá

La habilitación o no habilitación de cada uno de los proponentes se determinó por el cumplimiento de cada uno de los indicadores mencionados en el Pliego de Condiciones, así como el cumplimiento en la documentación exigida.

Cordial saludo,



SANDY MILENA ORTIZ MORALES

Subdirectora Financiera

Anexo (consolidado de evaluación de la capacidad financiera y cumplimiento de los requisitos)
210

CANAL CAPITAL
SUBDIRECCIÓN FINANCIERA
CONVOCATORIA PÚBLICA No. 015 - 2018
Contratar los servicios de diseño, preproducción, producción y postproducción de la serie de valores ciudadanos para cada una de
ANTV

CANAL CAPITAL
SUBDIRECCIÓN FINANCIERA
CONVOCATORIA PÚBLICA N° 015 - 2018 SUBSANACIÓN
 Contratar los servicios de diseño, preproducción, producción y posproducción de la serie de valores ciudadanos para cada una de las líneas temáticas que se proponen en esta convocatoria, en virtud de la resolución 006 de 2018 de la
 ANTV

OFERTAS	OFERENTES	EVALUACIÓN ESTADOS FINANCIEROS VIGENCIA 2017						Requisitos Adicionales	Resultado	Observaciones
		INFORMACIÓN FINANCIERA	CAPITAL DE TRABAJO	LIQUIDEZ	ENDEUDAMIENTO	DOCUMENTOS	CUMPLIMIENTO REQUISITOS ADICIONALES?			
INDICADOR	INDICADOR	INDICADOR	INDICADOR	INDICADOR	INDICADOR	INDICADOR	SI	NO		
6	Activo Total	1.534.635.734	596.251.934	SI	1,6	SI	61	SI	HABILITADO	
	Pasivo Corriente	938.383.800								
	Pasivo Total	938.383.800								
U. T. VALORES CIUDADANOS	BOGOTA	FOLIO 91 - 122								
Activo Corriente		814.538.824								
Activo Total		6.056.124.312	585.452.431	SI	3,6	SI	51	SI	NO HABILITADO	
Pasivo Corriente		228.086.393								
Pasivo Total		3.105.073.127								
Unión Temporal Still Helena		FOLIO 117 - 138								
Activo Corriente		111.962.546								
Activo Total		321.994.004	91.103.492	SI	5,4	SI	49	SI	NO HABILITADO	
Pasivo Corriente		20.859.054								
Pasivo Total		158.978.947								

Valor Presupuesto Oficial Cada Grupo:
 Capital de Trabajo: Mayor o = a
 Solvencia: Mayor o = a
 Nivel de Endeudamiento: Menor o = a
 225.000.000
 67.500.000
 1,5
 70%
 700.000

Mano de la 37

SANDY MILENA ORTIZ MORALES
 SUBDIRECTORA FINANCIERA

**SELECCIÓN CONVOCATORIA PÚBLICA No. 15 DE 2018
INFORME FINAL DE EVALUACIÓN**

CAPACIDAD JURIDICA

OBJETO: <<Contratar los servicios de diseño, preproducción, producción y posproducción de la serie de valores ciudadanos para cada una de las líneas temáticas que se proponen en esta convocatoria, en virtud de la Resolución 0006 de 2018 de la ANTV>>.

I. ANTECEDENTES

Que de conformidad con el numeral 4.2.1.2. del MANUAL DE CONTRATACIÓN, SUPERVISIÓN E INTERVENTORÍA adoptado mediante Resolución No. 105 de 2016 y modificado por la Resolución 115 de 2017, se publicaron los estudios previos, el borrador del pliego de condiciones en la página web del Sistema Electrónico de Contratación Pública – SECOP I, www.colombiacompra.gov.co entre el 02/08/2018 hasta el 08/08/2018.

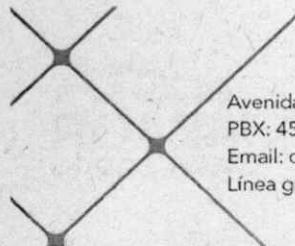
Que el 01/08/2018 y el 14/08/2018 se adelantaron las audiencias de Presentación de las Condiciones de Ejecución del Contrato, donde se hicieron presentes las siguientes interesadas: Agencia Inedita, Colombiana de TV, Surdico Films.

Que, durante el periodo de publicación del proyecto de Pliego de Condiciones, se presentaron observaciones por parte de: KAREN GONZÁLEZ, VIRTUAL TELEVISION LTDA, GERENCIA PROMEDIOS y ALIRIO GOMEZ, cuya respuesta se publicó en la página web del Sistema Electrónico de Contratación Pública – SECOP I www.colombiacompra.gov.co con el presente acto administrativo.

Que de conformidad con lo establecido en el artículo 11º y 12º de la Ley 80 de 1993 y numeral 4.2.1.2. del MANUAL DE CONTRATACIÓN, SUPERVISIÓN E INTERVENTORÍA adoptado mediante Resolución No. 105 de 2016 y modificado por la Resolución 115 de 2017, la apertura del presente proceso de selección, se otorgó mediante Resolución No. 128 de 2018.

Que se presentaron observaciones al pliego definitivo de las siguientes personas naturales y empresas: RAFAEL POVEDA TELEVISIÓN SAS, TANIA PALACIOS, HELENA FILM SAS, 16A13PRODUCCIONES, DIANA SANTAMARIA R, cuyas respuestas se publicaron en la página web del Sistema Electrónico de Contratación Pública – SECOP I www.colombiacompra.gov.co, así mismo se publicaron en la página de canal Capital

Que mediante adenda No. 01 se modificó el cronograma del proceso de selección de la Convocatoria No. 015 de 2018 y el numeral 4.1.12 del pliego de condiciones definitivo.



Avenida El Dorado N. 66-63 Piso 5 Código Postal 111321
PBX: 4578300 Bogotá D.C.

Email: ccapital@canalcapital.gov.co Web: www.canalcapital.gov.co
Línea gratuita de atención al cliente 01 8000 119555 y en Bogotá 3130396



Que de conformidad con el cronograma adoptado se adelantó el cierre del proceso de selección, en la cual se presentaron las siguientes ofertas:

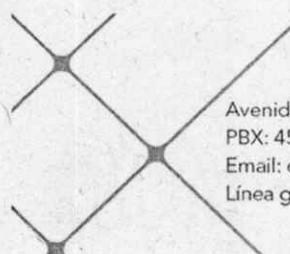
OFERTAS
DIECISEIS 9 FILMS SAS
INEDITA ESPECIAL BRANDS SA
VIRTUAL TELEVISION LTDA
UNION TEMPORAL STILL HELENA
MAVECOL COMUNICACIONES LIMITADA
UNION TEMPORAL VALORES CIUDADANOS
LA RED ILM SA
LABERINTOS CINE Y TELEVISION SAS

II. Estudio Jurídico de la oferta.

El comité evaluador jurídico procede a verificar los requisitos habilitantes jurídicos de los ocho (8) propuestas de conformidad con lo exigido entre los numerales <<4.1.1. al 4.1.13 (sic)>> incluyendo el título IV del pliego de condiciones.

1. DIECISEIS 9 FILMS S.A.S

DOCUMENTO	VERIFICACIÓN
CARTA DE PRESENTACIÓN DE LA OFERTA	*NO CUMPLE A FOLIO 03-04 Documento no incluye número de folios
CERTIFICADO DE EXISTENCIA Y REPRESENTACIÓN LEGAL	CUMPLE A FOLIO 6 a 8
ACTA DE AUTORIZACIÓN DEL ÓRGANO COMPETENTE	N/A
DOCUMENTO DE CONFORMACIÓN DE CONSORCIO O UNIÓN TEMPORAL	N/A
CEDULA DE CIUDADANÍA DEL PROPONENTE	CUMPLE A FOLIO 12
PODER CUANDO LA OFERTA SEA PRESENTADA POR MEDIO DE UN APODERADO	N/A
APODERADO PARA OFERENTES EXTRANJEROS	N/A
GARANTÍA DE SERIEDAD DE LA PROPUESTA	CUMPLE A FOLIO 14 a 16



Avenida El Dorado N. 66-63 Piso 5 Código Postal 111321
 PBX: 4578300 Bogotá D.C.
 Email: ccapital@canalcapital.gov.co Web: www.canalcapital.gov.co
 Línea gratuita de atención al cliente 01 8000 119555 y en Bogotá 3130396



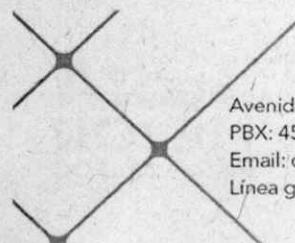
BOGOTÁ
MEJOR
PARA TODOS

CERTIFICACIÓN DE PAGO DE APORTES PARAFISCALES Y SEGURIDAD SOCIAL	*NO CUMPLE A FOLIO 18
COMPROMISO DE TRANSPARENCIA -ANTICORRUPCIÓN-	CUMPLE A FOLIO 20 a 21
ANTECEDENTES FISCALES, DISCIPLINARIOS, JUDICIALES Y DEMÁS SANCIONES	CUMPLE. Fueron consultados por la entidad a través de las distintas plataformas de consulta de antecedentes
CERTIFICADO DEL SISTEMA REGISTRO NACIONAL DE MEDIDAS CORRECTIVAS	CUMPLE. Fueron consultados por la entidad a través de las distintas plataformas de consulta de antecedentes

***NO CUMPLE:**

- A. El pliego de condiciones en su numeral 4.1.2 es claro en que se debe incluir todas las manifestaciones requeridas por el canal, así las cosas el proponente no diligenció el número de folios que contiene la propuesta.
- B. El pliego de condiciones en su numeral 4.1.9 es claro en exigir "(...) *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 concordancia con el artículo 50 de la ley 789 de 2002 el cual expresó: "**ARTÍCULO 50. CONTROL A LA EVASIÓN DE LOS RECURSOS PARAFISCALES.** La celebración, renovación o liquidación por parte de un particular, de contratos de cualquier naturaleza con Entidades del sector público, requerirá para el efecto, del cumplimiento por parte del contratista de sus obligaciones con 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, cuando a ello haya lugar (...)

(...) Cuando la contratación se realice con personas jurídicas, se deberá acreditar el pago de los aportes de sus empleados, a los sistemas mencionados mediante certificación expedida por el revisor fiscal, cuando este exista de acuerdo con los requerimientos de ley, o por el representante legal durante un lapso equivalente al que



Avenida El Dorado N. 66-63 Piso 5 Código Postal 111321
PBX: 4578300 Bogotá D.C.

Email: ccapital@canalcapital.gov.co Web: www.canalcapital.gov.co
Línea gratuita de atención al cliente 01 8000 119555 y en Bogotá 3130396

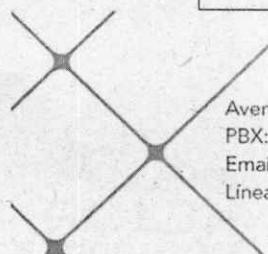


exija el respectivo régimen de contratación para que se hubiera constituido la sociedad, el cual en todo caso no será inferior a los seis (6) meses anteriores a la celebración del contrato. En el evento en que la sociedad no tenga más de seis (6) meses de constituida, deberá acreditar los pagos a partir de la fecha de su constitución.

Para la presentación de ofertas por parte de personas jurídicas será indispensable acreditar el requisito señalado anteriormente. El funcionario que no deje constancia de la verificación del cumplimiento de este requisito incurrá en causal de mala conducta (...)". Así las cosas, al verificar la CERTIFICACIÓN DE PAGO DE APORTES PARAFISCALES Y SEGURIDAD SOCIAL, la misma no cumple con lo señalado en cuanto que no especifica que durante los últimos seis (6) meses, ha cumplido con el pago de los aportes parafiscales y pago de seguridad social, cabe precisar que la certificación debe mantener la fecha del cierre del proceso 21 de agosto de 2018, tal como lo establece el pliego de condiciones que 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.

2. INEDITA SPECIAL BRANDS S.A.S

DOCUMENTO	VERIFICACIÓN
CARTA DE PRESENTACIÓN DE LA OFERTA	CUMPLE A FOLIO 01-02
CERTIFICADO DE EXISTENCIA Y REPRESENTACIÓN LEGAL	CUMPLE A FOLIO 03-06
ACTA DE AUTORIZACIÓN DEL ÓRGANO COMPETENTE	N/A
DOCUMENTO DE CONFORMACIÓN DE CONSORCIO O UNIÓN TEMPORAL	N/A
CEDULA DE CIUDADANÍA DEL PROPONENTE	CUMPLE A FOLIO 07
PODER CUANDO LA OFERTA SEA PRESENTADA POR MEDIO DE UN APODERADO	N/A
APODERADO PARA OFERENTES EXTRANJEROS	N/A
GARANTÍA DE SERIEDAD DE LA PROPUESTA	CUMPLE A FOLIO 08 A 09
CERTIFICACIÓN DE PAGO DE APORTE PARAFISCALES Y SEGURIDAD SOCIAL	CUMPLE/ Subsanó
COMPROMISO DE TRANSPARENCIA -ANTICORRUPCIÓN-	CUMPLE A FOLIO 11-12
ANTECEDENTES FISCALES, DISCIPLINARIOS, JUDICIALES Y DEMÁS SANCIONES	CUMPLE A FOLIO AL 22 VERIFICADO POR LA ENTIDAD



CERTIFICADO DEL SISTEMA REGISTRO NACIONAL DE MEDIDAS CORRECTIVAS

 CUMPLE A FOLIO 13
VERIFICA POR LA
ENTIDAD

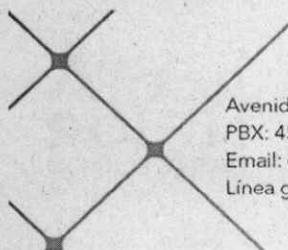
 3. **VIRTUAL TELEVISION LTDA**

DOCUMENTO	VERIFICACIÓN
CARTA DE PRESENTACIÓN DE LA OFERTA	CUMPLE A FOLIO 04-05
CERTIFICADO DE EXISTENCIA Y REPRESENTACIÓN LEGAL	CUMPLE A FOLIO 09-10
ACTA DE AUTORIZACIÓN DEL ÓRGANO COMPETENTE	N/A
DOCUMENTO DE CONFORMACIÓN DE CONSORCIO O UNIÓN TEMPORAL	N/A
CEDULA DE CIUDADANÍA DEL PROPONENTE	CUMPLE A FOLIO 21
PODER CUANDO LA OFERTA SEA PRESENTADA POR MEDIO DE UN APODERADO	N/A
APODERADO PARA OFERENTES EXTRANJEROS	N/A
GARANTÍA DE SERIEDAD DE LA PROPUESTA	CUMPLE A FOLIO 12 A 20
CERTIFICACIÓN DE PAGO DE APORTES PARAFISCALES Y SEGURIDAD SOCIAL	CUMPLE A FOLIO 24
COMPROMISO DE TRANSPARENCIA -ANTICORRUPCIÓN-	CUMPLE A FOLIO 26-27
ANTECEDENTES FISCALES, DISCIPLINARIOS, JUDICIALES Y DEMÁS SANCIONES	CUMPLE. Fueron consultados por la entidad a través de las distintas plataformas de consulta de antecedentes
CERTIFICADO DEL SISTEMA REGISTRO NACIONAL DE MEDIDAS CORRECTIVAS	CUMPLE. Fueron consultados por la entidad a través de las distintas plataformas de consulta de antecedentes

 4. **UNIÓN TEMPORAL STILL HELENA**

INTEGRANTES: HELENA FILMS SAS Y STILL STANDING COMPANY SAS

DOCUMENTO	VERIFICACIÓN
CARTA DE PRESENTACIÓN DE LA OFERTA	CUMPLE A FOLIO 15-16
CERTIFICADO DE EXISTENCIA Y REPRESENTACIÓN LEGAL	CUMPLE A FOLIO 5-14



Avenida El Dorado N. 66-63 Piso 5 Código Postal 111321
 PBX: 4578300 Bogotá D.C.
 Email: ccapital@canalcapital.gov.co Web: www.canalcapital.gov.co
 Línea gratuita de atención al cliente 01 8000 119555 y en Bogotá 3130396



ACTA DE AUTORIZACIÓN DEL ÓRGANO COMPETENTE	N/A
DOCUMENTO DE CONFORMACIÓN DE CONSORCIO O UNIÓN TEMPORAL	Incluida a folios 17 a 19 CUMPLE
CEDULA DE CIUDADANÍA DEL PROPONENTE	CUMPLE A FOLIO 20 A 23
PODER CUANDO LA OFERTA SEA PRESENTADA POR MEDIO DE UN APODERADO	CUMPLE 24 A 25
APODERADO PARA OFERENTES EXTRANJEROS	N/A
GARANTÍA DE SERIEDAD DE LA PROPUESTA	CUMPLE A FOLIO 26 A 27
CERTIFICACIÓN DE PAGO DE APORTES PARAFISCALES Y SEGURIDAD SOCIAL	No CUMPLE A FOLIO 29 A 31
COMPROMISO DE TRANSPARENCIA –ANTICORRUPCIÓN–	CUMPLE A FOLIO 32-33
ANTECEDENTES FISCALES, DISCIPLINARIOS, JUDICIALES Y DEMÁS SANCIONES	CUMPLE. Fueron consultados por la entidad a través de las distintas plataformas de consulta de antecedentes
CERTIFICADO DEL SISTEMA REGISTRO NACIONAL DE MEDIDAS CORRECTIVAS	CUMPLE. Fueron consultados por la entidad a través de las distintas plataformas de consulta de antecedentes

A. El pliego de condiciones en su numeral 4.1.9 es claro en exigir "(...) *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 concordancia con el artículo 50 de la ley 789 de 2002 el cual expresó: "ARTÍCULO 50. CONTROL A LA EVASIÓN DE LOS RECURSOS PARAFISCALES. La celebración, renovación o liquidación por parte de un particular, de contratos de cualquier naturaleza con Entidades del sector público, requerirá para el efecto, del cumplimiento por parte del contratista de sus obligaciones con 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, cuando a ello haya lugar (...)

(...) *Cuando la contratación se realice con personas jurídicas, se deberá acreditar el pago de los aportes de sus empleados, a los sistemas mencionados mediante certificación expedida por el revisor fiscal, cuando este exista de acuerdo con los requerimientos de ley, o por el representante legal durante un lapso equivalente al que exija el respectivo régimen de contratación para que se hubiera constituido la*



sociedad, el cual en todo caso no será inferior a los seis (6) meses anteriores a la celebración del contrato. En el evento en que la sociedad no tenga más de seis (6) meses de constituida, deberá acreditar los pagos a partir de la fecha de su constitución.

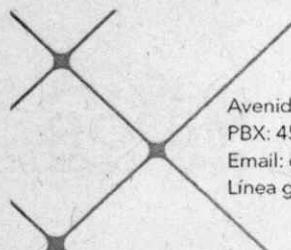
Para la presentación de ofertas por parte de personas jurídicas será indispensable acreditar el requisito señalado anteriormente. El funcionario que no deje constancia de la verificación del cumplimiento de este requisito incurirá en causal de mala conducta (...)". Así las cosas, al verificar la CERTIFICACIÓN DE PAGO DE APORTE PARAFISCALES Y SEGURIDAD SOCIAL, la misma no cumple con lo señalado en cuanto que no especifica que durante los últimos seis (6) meses, ha cumplido con el pago de los aportes parafiscales y pago de seguridad social, cabe precisar que la certificación debe mantener la fecha del cierre del proceso 21 de agosto de 2018, tal como lo establece el pliego de condiciones que 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.

Frente a la observación relacionada con el certificado de aportes parafiscales, encuentra la entidad que una vez revisada la propuesta le asiste la razón, motivo por el cual, dando cumplimiento a lo dispuesto en el artículo segundo de la Resolución 155 de 2018, "Por la cual se levanta la suspensión del proceso de selección de Convocatoria pública N° 15 de 2018" que establece: "Correr traslado a los proponentes de la Convocatoria 015 de 2018 de las observaciones formuladas al informe de evaluación a efectos de que en igualdad de oportunidad puedan ejercer su debido derecho de contradicción y replica y efectúen las aclaraciones que consideren pertinentes por el término de dos días hábiles siguientes a la expedición del presente acto administrativo sin exceder del 03 de Octubre de 2018 a las 05:00 P.M."

Canal Capital requirió a la unión temporal STILL HELENA, encontrando que hizo caso omiso y no se manifestó frente a su observación ni remitió documentos para aclarar o subsanar el requisito por lo que se inhabilita jurídicamente al no reunir los requisitos fijados en el pliego de condiciones.

5. MAVECOL COMUNICACIONES LIMITADA

DOCUMENTO	VERIFICACIÓN
CARTA DE PRESENTACIÓN DE LA OFERTA	CUMPLE A FOLIO 3-4
CERTIFICADO DE EXISTENCIA Y REPRESENTACIÓN LEGAL	CUMPLE A FOLIO 6-9
ACTA DE AUTORIZACIÓN DEL ÓRGANO COMPETENTE	N/A
DOCUMENTO DE CONFORMACIÓN DE CONSORCIO O UNIÓN TEMPORAL	N/A
CEDULA DE CIUDADANÍA DEL PROONENTE	CUMPLE A FOLIO 11



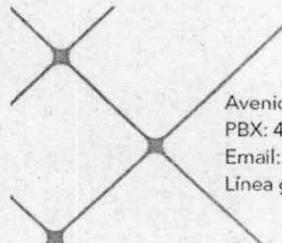
Avenida El Dorado N. 66-63 Piso 5 Código Postal 111321
 PBX: 4578300 Bogotá D.C.
 Email: ccapital@canalcapital.gov.co Web: www.canalcapital.gov.co
 Línea gratuita de atención al cliente 01 8000 119555 y en Bogotá 3130396



PODER CUANDO LA OFERTA SEA PRESENTADA POR MEDIO DE UN APODERADO	N/A
APODERADO PARA OFERENTES EXTRANJEROS	N/A
GARANTÍA DE SERIEDAD DE LA PROPUESTA	CUMPLE A FOLIO 17 A 25
CERTIFICACIÓN DE PAGO DE APORTES PARAFISCALES Y SEGURIDAD SOCIAL	CUMPLE A FOLIO 27
COMPROMISO DE TRANSPARENCIA –ANTICORRUPCIÓN–	CUMPLE A FOLIO 29-30
ANTECEDENTES FISCALES, DISCIPLINARIOS, JUDICIALES Y DEMÁS SANCIONES	CUMPLE. Fueron consultados por la entidad a través de las distintas plataformas de consulta de antecedentes
CERTIFICADO DEL SISTEMA REGISTRO NACIONAL DE MEDIDAS CORRECTIVAS	CUMPLE. Fueron consultados por la entidad a través de las distintas plataformas de consulta de antecedentes

6. UNION TEMPORAL VALORES CIUDADANOS

DOCUMENTO	VERIFICACIÓN
CARTA DE PRESENTACIÓN DE LA OFERTA	CUMPLE/ Subsano
CERTIFICADO DE EXISTENCIA Y REPRESENTACIÓN LEGAL	CUMPLE A FOLIO 6-20
ACTA DE AUTORIZACIÓN DEL ÓRGANO COMPETENTE	N/A
DOCUMENTO DE CONFORMACIÓN DE CONSORCIO O UNIÓN TEMPORAL	22-23
CEDULA DE CIUDADANÍA DEL PROPONENTE	CUMPLE A FOLIO 25
PODER CUANDO LA OFERTA SEA PRESENTADA POR MEDIO DE UN APODERADO	N/A
APODERADO PARA OFERENTES EXTRANJEROS	N/A
GARANTÍA DE SERIEDAD DE LA PROPUESTA	CUMPLE/ Subsano
CERTIFICACIÓN DE PAGO DE APORTES PARAFISCALES Y SEGURIDAD SOCIAL	CUMPLE A FOLIO 38-39
COMPROMISO DE TRANSPARENCIA –ANTICORRUPCIÓN–	CUMPLE A FOLIO 41-42
ANTECEDENTES FISCALES, DISCIPLINARIOS, JUDICIALES Y DEMÁS SANCIONES	CUMPLE. Fueron consultados por la entidad a través de las distintas plataformas de consulta de antecedentes



Avenida El Dorado N. 66-63 Piso 5 Código Postal 111321
 PBX: 4578300 Bogotá D.C.
 Email: ccapital@canalcapital.gov.co Web: www.canalcapital.gov.co
 Línea gratuita de atención al cliente 01 8000 119555 y en Bogotá 3130396

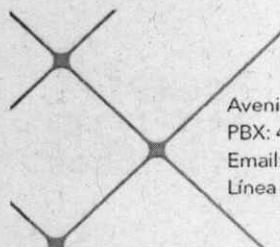


BOGOTÁ
MEJOR
PARA TODOS

CERTIFICADO DEL SISTEMA REGISTRO NACIONAL DE MEDIDAS CORRECTIVAS	CUMPLE. Fueron consultados por la entidad a través de las distintas plataformas de consulta de antecedentes
--	---

7. LA RED ILM

DOCUMENTO	VERIFICACIÓN
CARTA DE PRESENTACIÓN DE LA OFERTA	CUMPLE / Subsanó
CERTIFICADO DE EXISTENCIA Y REPRESENTACIÓN LEGAL	CUMPLE A FOLIO 4-8
ACTA DE AUTORIZACIÓN DEL ÓRGANO COMPETENTE	N/A
DOCUMENTO DE CONFORMACIÓN DE CONSORCIO O UNIÓN TEMPORAL	N/A
CEDULA DE CIUDADANÍA DEL PROPONENTE	CUMPLE A FOLIO 18
PODER CUANDO LA OFERTA SEA PRESENTADA POR MEDIO DE UN APODERADO	N/A
APODERADO PARA OFERENTES EXTRANJEROS	N/A
GARANTÍA DE SERIEDAD DE LA PROPUESTA	CUMPLE A FOLIO 9 A 17
CERTIFICACIÓN DE PAGO DE APORTES PARAFISCALES Y SEGURIDAD SOCIAL	CUMPLE / Subsanó
COMPROMISO DE TRANSPARENCIA –ANTICORRUPCIÓN-	CUMPLE A FOLIO 20-21
ANTECEDENTES FISCALES, DISCIPLINARIOS, JUDICIALES Y DEMÁS SANCIONES	CUMPLE. Fueron consultados por la entidad a través de las distintas plataformas de consulta de antecedentes
CERTIFICADO DEL SISTEMA REGISTRO NACIONAL DE MEDIDAS CORRECTIVAS	CUMPLE. Fueron consultados por la entidad a través de las distintas plataformas de consulta de antecedentes



Avenida El Dorado N. 66-63 Piso 5 Código Postal 111321
PBX: 4578300 Bogotá D.C.

Email: ccapital@canalcapital.gov.co Web: www.canalcapital.gov.co
Línea gratuita de atención al cliente 01 8000 119555 y en Bogotá 3130396

8. LABERINTO CINE Y TELEVISIÓN SAS

DOCUMENTO	VERIFICACIÓN
CARTA DE PRESENTACIÓN DE LA OFERTA	CUMPLE FOLIO 12-33
CERTIFICADO DE EXISTENCIA Y REPRESENTACIÓN LEGAL	CUMPLE A FOLIO 4-10
ACTA DE AUTORIZACIÓN DEL ÓRGANO COMPETENTE	CUMPLE A FOLIO 23-31
DOCUMENTO DE CONFORMACIÓN DE CONSORCIO O UNIÓN TEMPORAL	N/A
CEDULA DE CIUDADANÍA DEL PROPONENTE	CUMPLE A FOLIO 33
PODER CUANDO LA OFERTA SEA PRESENTADA POR MEDIO DE UN APODERADO	N/A
APODERADO PARA OFERENTES EXTRANJEROS	N/A
GARANTÍA DE SERIEDAD DE LA PROPUESTA	CUMPLE A FOLIO 35-36
CERTIFICACIÓN DE PAGO DE APORTES PARAFISCALES Y SEGURIDAD SOCIAL	CUMPLE/ Subsanó
COMPROMISO DE TRANSPARENCIA –ANTICORRUPCIÓN-	CUMPLE A FOLIO 41-42
ANTECEDENTES FISCALES, DISCIPLINARIOS, JUDICIALES Y DEMÁS SANCIONES	CUMPLE. Fueron consultados por la entidad a través de las distintas plataformas de consulta de antecedentes
CERTIFICADO DEL SISTEMA REGISTRO NACIONAL DE MEDIDAS CORRECTIVAS	CUMPLE. Fueron consultados por la entidad a través de las distintas plataformas de consulta de antecedentes



Avenida El Dorado N. 66-63 Piso 5 Código Postal 111321
PBX: 4578300 Bogotá D.C.

Email: ccapital@canalcapital.gov.co Web: www.canalcapital.gov.co
Línea gratuita de atención al cliente 01 8000 119555 y en Bogotá 3130396



ALCALDÍA MAYOR
DE BOGOTÁ D.C.

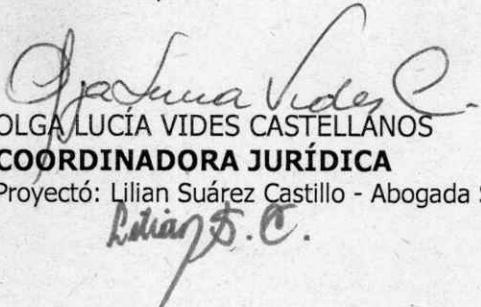
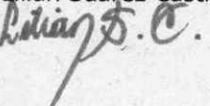
BOGOTÁ
MEJOR
PARA TODOS

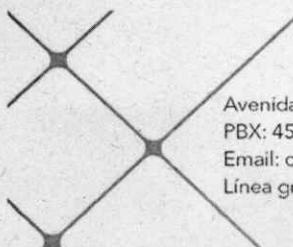
CONCLUSIONES:

Previa revisión y análisis de los documentos de carácter jurídico de las propuestas presentadas con ocasión del proceso de selección **Convocatoria Pública No. 15 de 2018**, el estado de los proponentes es el siguiente:

OFERTAS
DIECISEIS 9 FILMS SAS – NO HABILITADO
INEDITA ESPECIAL BRANDS SA – HABILITADO
VIRTUAL TELEVISION LTDA - HABILITADO
UNION TEMPORAL STILL HELENA – NO HABILITADO
MAVECOL COMUNICACIONES LIMITADA - HABILITADO
UNION TEMPORAL VALORES CIUDADANOS HABILITADO
LA RED ILM SA - HABILITADO
LABERITNOS CINE Y TELEVISION SAS - HABILITADO

Atentamente,


 OLGA LUCÍA VIDES CASTELLANOS
COORDINADORA JURÍDICA
 Proyectó: Lilian Suárez Castillo - Abogada Secretaría General




Avenida El Dorado N. 66-63 Piso 5 Código Postal 111321
 PBX: 4578300 Bogotá D.C.
 Email: ccapital@canalcapital.gov.co Web: www.canalcapital.gov.co
 Línea gratuita de atención al cliente 01 8000 119555 y en Bogotá 3130396



BOGOTÁ
MEJOR
PARA TODOS