

 <b>Capital</b> <small>SISTEMA DE COMUNICACIÓN PÚBLICA</small>	<b>ESTUDIOS PREVIOS</b>	<b>CÓDIGO: AGJC-CN-FT-001</b> <b>VERSIÓN: 16</b> <b>FECHA DE APROBACIÓN:</b> <b>19/09/2022</b> <b>RESPONSABLE: CONTRATACIÓN</b>	 <b>ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.</b>
---	-------------------------	---	---

1

## **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, perteneciente al orden distrital, constituida bajo las leyes colombianas, creada mediante el Acuerdo Distrital 019 de 1995, y legalmente constituida mediante Escritura Pública No. 4854 del 14 de noviembre de 1995 de la Notaría 19 del Círculo de Bogotá.

Como canal público de televisión, tiene por objeto principal la operación, prestación y explotación del servicio de televisión regional establecido en las Leyes 182 de 1995 y 335 de 1996, atendiendo lo dispuesto en el Acuerdo 019 de 1995 y demás normas aplicables.

Así mismo, como prestador del servicio de televisión pública, busca satisfacer las necesidades del Estado como son, entre otras, promover el respeto de las garantías, deberes, derechos fundamentales y demás libertades, fortalecer la consolidación de la democracia, la paz y propender por la difusión de los valores humanos y expresiones culturales de carácter nacional, regional y local, por lo cual su programación se orienta a satisfacer las necesidades educativas, deportivas y culturales de la audiencia, interpretando la pluralidad política, social, cultural y económica de la ciudad capital.

En concordancia con la misión y objetivos de CAPITAL de ubicar a la ciudadanía en el centro y fomentar la inteligencia colectiva, en agosto de 2021, CAPITAL lanzó al aire su segunda señal de TDT con 24 horas de programación infantil dirigida a niños, niñas y adolescentes, con el objetivo de promover la participación y la construcción ciudadana desde la infancia. EUREKA, es un proyecto que responde a unos principios inspirados en la línea ciudadanía, cultura y educación de CAPITAL SISTEMA DE COMUNICACIÓN PÚBLICA, que tiene como propósito la construcción de una ciudadanía participante, cuidadora, incluyente, creativa, sostenible y consciente que permite desplegar su inteligencia colectiva para la solución de problemas contemporáneos sociales, ambientales, culturales, políticos y económicos, dirigido a niños y niñas de tres (3) a dieciséis (16) años que habitan la Bogotá Región. La nueva señal reconoce a los niños, niñas y jóvenes como ciudadanos activos que participan como fuentes, protagonistas y cocreadores en el diseño, producción, circulación y evaluación de contenidos audiovisuales y estrategias digitales, así como en experiencias fuera de las pantallas.

Desde la perspectiva de la comunicación pública, las entidades tienen la necesidad de establecer vínculos efectivos con sus usuarios, de manera que su oferta de servicios aporte al mejoramiento de la calidad de vida de los ciudadanos de todas las edades, en razón a ello, CAPITAL y EUREKA tienen el desafío que interpelar a sus audiencias, con estrategias comunicativas integrales, que les trate con respeto y con dignidad.

### **Manifiesto CAPITAL**

- **La ciudadanía está en el centro:** no hay ciudad sin ciudadanos, ni territorio sin habitantes. En Bogotá Región somos ocho millones de individualidades que comparten espacios, proyectos de vida, culturas y visiones del mundo. En suma, compartimos la diferencia.
- **Somos un escenario de comunicación plural:** la ciudad habla a través de la diversidad de sus voces. La pluralidad enriquece la existencia de la vida en sociedad, estimula la capacidad de asombro y entrena al respeto como un valor inherente a la esencia humana y su relación con el entorno.

 <b>Capital</b> <small>SISTEMAS DE COMUNICACIÓN PÚBLICA</small>	<b>ESTUDIOS PREVIOS</b>	<b>CÓDIGO: AGJC-CN-FT-001</b> <b>VERSIÓN: 16</b> <b>FECHA DE APROBACIÓN:</b> <b>19/09/2022</b> <b>RESPONSABLE: CONTRATACIÓN</b>	 <b>ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.</b>
--	-------------------------	---	---

2

- **Somos un lugar de encuentro:** nuestro objetivo es conectarnos, unirnos, vincularnos para vivir, ver, sentir y oír a Bogotá Región, sus habitantes y su naturaleza. Queremos que en nuestra ciudad la costumbre se vuelva rito, el ruido alegría y el grito emoción.
- **La innovación y el cambio nos inspiran:** escuchamos a la ciudadanía, exploramos juntos nuevas ideas, entendemos juntos los cambios que se avecinan, nos preparamos y construimos sobre estos.
- **Comprendemos la realidad y la presentamos con rigor:** con análisis comprendemos lo que significa ser, vivir, estar y prosperar en Bogotá Región. Nuestros contenidos son relevantes y marcan la diferencia en el torrente ruidoso de los tiempos actuales.
- **Somos un ecosistema descentralizado:** conectamos a Bogotá Región a través de la señal abierta de televisión, la radio, la internet y las experiencias presenciales. Producimos contenidos en todos los barrios, en todas las localidades, en todos los territorios.
- **CAPITAL es el sistema de comunicación pública de Bogotá Región** que pone a la ciudadanía en el centro a partir del desarrollo de contenidos, estrategias y experiencias relevantes y participativas; es autónomo, independiente, innovador y valiente.
- **Trabajamos en equipo:** En CAPITAL desarrollamos, producimos, programamos y distribuimos contenidos y experiencias en tres ejes que se articulan y enriquecen: línea de ciudadanía, cultura y educación, línea de informativo y línea de producción digital.

*"Se garantiza a toda persona la libertad de expresar y difundir su pensamiento y opiniones, la de informar y recibir información veraz e imparcial, y la de fundar medios masivos de comunicación. Estos son libres y tienen responsabilidad social. Se garantiza el derecho a la rectificación en condiciones de equidad. No habrá censura". Artículo 20, Constitución Política de Colombia.*

## Manifiesto EUREKA

- Tú eres el centro de EUREKA: nuestra audiencia e inspiración; te vemos, te escuchamos y creamos contigo proyectos maravillosos.
- En Eureka, tú y los casi un millón y medio de chicos, chicas y jóvenes bogotanos que viven en la ciudad y en el campo pueden expresarse tan diferentes como son: únicos, auténticos y poderosos.
- Dentro de ti está el poder de transformar tu realidad, comparte tus ideas brillantes y contagia tu espíritu rebelde lleno de ganas de un mundo mejor. ¡Eres poderoso y en Eureka lo vas a descubrir!
- Nuestros canales, programas y actividades están a tu servicio, queremos que conozcas y que vivas tus derechos. Te invitamos a compartir tu creatividad, ideas y opiniones para hacer de Bogotá y del mundo un lugar mejor.
- ¡Participa! ¡Es tu derecho! Esa es nuestra razón de existir. Preguntamos siempre tu opinión, queremos oír todas las formas que tienes de hacerte escuchar. Si eres tímido, encontraremos la manera de que intervengas para que juntos creemos otras mil formas de expresarnos.
- Nos gustan los colores de tu cuarto, la ropa que usas y los afiches que pegas en las paredes. Te ofrecemos varios medios y plataformas con actividades digitales y reales sobre temas que te interesan, te divierten y te intrigas. Somos cambiantes, parte de tu mundo y reflejo de ti.
- Tus preguntas son también nuestras. Queremos saber si conoces tus derechos y cómo los vives, cómo te relacionas con la ciudad, qué ideas tienes para cuidar el medio ambiente, qué piensas de la equidad de género y cómo crees que se puede afrontar el bullying y otros temas que te interesan.
- En Eureka te ofrecemos un lugar de encuentro que te conecta con las voces de otros tan distintos y tan iguales como tú, no importa la edad ni la procedencia. Somos la invitación de Capital

 <b>Capital</b> <small>SISTEMAS DE COMUNICACIÓN PÚBLICA</small>	<b>ESTUDIOS PREVIOS</b>	<b>CÓDIGO: AGJC-CN-FT-001</b> <b>VERSIÓN: 16</b> <b>FECHA DE APROBACIÓN:</b> <b>19/09/2022</b> <b>RESPONSABLE: CONTRATACIÓN</b>	 <b>ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.</b>
--	-------------------------	---	---

Sistema de Comunicación Pública a participar en un Canal de Televisión de TDT, una franja de televisión en CAPITAL, un micrositio WEB, un canal de YouTube y un Fan Page de Facebook y de experiencias presenciales.

• **Ejes temáticos de Infancia y del canal eureka**

- Derechos de los niños y las niñas.
- Cuidado del planeta.
- Prevención del bullying.
- Equidad de género.

Bajo estos parámetros, en el marco de la Resolución 00016 del 20 de enero de 2023 del Fondo Único de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones – FUTIC, se asignaron recursos para la financiación del plan de inversión de CAPITAL, con la finalidad de realizar el diseño y la producción de contenidos que fomenten la construcción de ciudadanía, el acceso a la cultura y la educación.

CAPITAL busca profundizar los ejes temáticos definidos con y para los niños y adolescentes que hacen parte de nuestras audiencias para aportar herramientas para ejercer mejor su papel como ciudadanos en distintos ámbitos como los familiares, escolares, sociales e individuales y explorar cómo influyen en la construcción de sus identidades los estereotipos de género y las inequidades relacionadas con el género. Se prioriza la audiencia infantil y adolescente que ha tenido un aumento significativo en su proporción en los últimos tres años con el surgimiento del canal de TDT eureka y la franja infantil de CAPITAL que se ha expandido hacia los fines de semana. Buscamos el diseño, producción y postproducción de proyectos temáticos en formatos audiovisuales innovadores para múltiples plataformas que exploren en las temáticas mencionadas y aprovechen diversas formas y dispositivos de narración disponibles.

En virtud de lo anterior, y siguiendo lo dispuesto por el Manual de Contratación, en su numeral 1 del Capítulo II del Título III – CONVOCATORIA PÚBLICA, 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 00016 del Fondo Único de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones - FUTIC del 20 de enero de 2023 “por la cual se asignan recursos y se ordena un desembolso para la financiación del plan de inversión para la vigencia 2023 del operador regional de televisión pública CANAL CAPITAL LTDA.” y de la Resolución 922-2020 del Fondo Único de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones – FUTIC, en relación a que la ejecución del veinte por ciento (20%) de la asignación de los recursos, se realice a través de la realización de convocatorias públicas.

Esta convocatoria pretende fomentar el desarrollo del sector audiovisual bogotano y en virtud de lo expresado en la Resolución normativa 922-2020 en la sección 3, artículo 15 numeral f. Obligaciones a cargo de los operadores públicos de televisión: *“Ejecutar a través de convocatorias públicas como mínimo el 20% de los recursos destinados a la línea de inversión “Contenidos de programación educativa y cultura multiplataforma” del plan de inversión de los operadores públicos regionales de televisión, dando prioridad a los productores de origen y domicilio en la respectiva región. Estas convocatorias no podrán estar dirigidas para la transmisión de eventos, cesión de derechos de emisión y/o contratación de servicios.”* Abriendo la posibilidad a personas jurídicas, consorcios y uniones temporales de hacer realidad ideas y formatos innovadores, que se integren a la parrilla de CAPITAL mediante la producción de proyectos, que corresponden a contenidos específicos relacionados con los ejes temáticos de la línea de Ciudadanía, Cultura y Educación.

 <b>Capital</b> <small>SISTEMAS DE COMUNICACIÓN PÚBLICA</small>	<b>ESTUDIOS PREVIOS</b>	<b>CÓDIGO: AGJC-CN-FT-001</b> <b>VERSIÓN: 16</b> <b>FECHA DE APROBACIÓN:</b> <b>19/09/2022</b> <b>RESPONSABLE: CONTRATACIÓN</b>	 <b>ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.</b>
--	-------------------------	---	---

4

Los proyectos que hacen parte de esta convocatoria son:

PROYECTO	No de CAPÍTULOS	DURACIÓN	VALOR TOTAL (Incluido IVA)	PLAZO DE EJECUCIÓN	PÚBLICO OBJETIVO
1. ROMPER ESTEREOTIPOS.	7	10 minutos	\$ 491.833.333	4,5 meses	Infantil 7 a 12
2. ROMPIENDO MOLDES.	7	10 minutos	\$ 491.833.333	4,5 meses	Adolescente 13 a 16
3. FEMINISMOS Y NUEVAS MASCULINIDADES.	7	10 minutos	\$ 491.833.333	4,5 meses	Adolescente 13 a 16

Finalmente, se indica que esta contratación se encuentra contemplada en el plan anual de adquisición realizado para el año 2023 soportada para tal fin con Certificados de Disponibilidad Presupuestal Nos. 924, 925, 926 del 04 de abril de 2023, con rubro: 423011605560000007505.

## 2. ANÁLISIS DEL SECTOR O INTELIGENCIA DEL MERCADO (Numeral 3.1.6 del Manual de Contratación)

### a) Aspectos generales del sector y del mercado.

#### ASPECTOS GENERALES DEL SECTOR AUDIOVISUAL

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.

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 y recientemente a las diferentes plataformas de televisión pagas o gratuitas: estas empresas que han realizado producciones

 <b>Capital</b> <small>SISTEMAS DE COMUNICACIÓN PÚBLICA</small>	<b>ESTUDIOS PREVIOS</b>	<b>CÓDIGO: AGJC-CN-FT-001</b> <b>VERSIÓN: 16</b> <b>FECHA DE APROBACIÓN:</b> <b>19/09/2022</b> <b>RESPONSABLE: CONTRATACIÓN</b>	 <b>ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.</b>
--	-------------------------	---	---

técnicamente complejas y novedosas han sido adquiridas por canales internacionales.

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 especializan 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 que sectores 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 o por administraciones delegadas; mientras los técnicos suelen contratarse a través de operadores logísticos o 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 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), aunque el crecimiento de los canales públicos ha empezado a dar competencia en todos los terrenos. Los canales privados, 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.

## **MARCO ECONÓMICO DEL SECTOR AUDIOVISUAL EN COLOMBIA**

Bogotá cuenta con la presencia de todas las instituciones de nivel gubernamental, lo que permite el acceso a financiamiento, apoyo y acompañamiento para la producción de contenido audiovisual. Esto también hace a Bogotá un centro competitivo en términos de costos, pues permite encontrar todos los servicios en un mismo lugar.

Dentro del marco económico, el sector audiovisual en Colombia está constituido por las siguientes entidades:

- **MINTIC:** Ministerio de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones de Colombia, que es la entidad que se encarga de diseñar, adoptar y promover las políticas, planes, programas y proyectos del sector de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones.
- **MINISTERIO DE CULTURA:** El Ministerio de Cultura lidera la formulación de la política integral de la economía creativa en el Gobierno Nacional y desarrolla programas y proyectos en los términos señalados en la ley. Al Ministerio de Cultura le corresponde liderar el proceso de coordinación intersectorial para fortalecer las instituciones públicas, privadas y mixtas, orientadas a la promoción, defensa, divulgación y desarrollo de las actividades culturales y creativas y promover adecuadamente el potencial de la economía cultural y creativa (economía naranja).

 <b>Capital</b> <small>SISTEMAS DE COMUNICACIÓN PÚBLICA</small>	<b>ESTUDIOS PREVIOS</b>	<b>CÓDIGO: AGJC-CN-FT-001</b> <b>VERSIÓN: 16</b> <b>FECHA DE APROBACIÓN:</b> <b>19/09/2022</b> <b>RESPONSABLE: CONTRATACIÓN</b>	 <b>ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.</b>
--	-------------------------	---	---

- **DIRECCIÓN DE AUDIOVISUALES, CINE Y MEDIOS INTERACTIVOS DEL MINISTERIO DE CULTURA:** La Dirección de Cinematografía del Ministerio de Cultura se encarga de fomentar la creación y fortalecer la industria cinematográfica propia y estable en Colombia. El Ministerio de Cultura lleva a cabo estas tareas en articulación con el Fondo Mixto de Promoción Cinematográfica Proimágenes Colombia y la Fundación Patrimonio Fílmico Colombiano.
- **FUNDACION PATRIMONIO FÍLMICO COLOMBIANO:** La Fundación Patrimonio Fílmico Colombiano gestiona la preservación y conservación del Archivo Nacional Audiovisual.
- **PROIMAGENES COLOMBIA:** Es una corporación civil sin ánimo de lucro creada bajo la Ley 397 de 1997 (Ley General de Cultura) que busca consolidar y solidificar el sector cinematográfico colombiano, convirtiéndose en un escenario privilegiado para la concertación de políticas públicas y sectoriales, y para la articulación de reglas del juego que concreten e impulsen la industria cinematográfica del país.
- **DIRECCIÓN DE COMUNICACIONES:** La Dirección de Comunicaciones del Ministerio de Cultura busca fortalecer a los creadores de contenidos para que desarrollen, produzcan y circulen en los medios de comunicación mensajes de calidad, incluyentes y pertinentes, que contribuyan a una cultura democrática y al reconocimiento de nuestra riqueza cultural. Entre estos creadores se incluye a realizadores de televisión cultural, productores de contenidos digitales, radialistas comunitarios y de emisoras de interés público, canales regionales, comunitarios y locales sin ánimo de lucro, realizadores independientes, periodistas culturales y en general todos aquellos que trabajan en la creación de cultura desde la comunicación.
- **INSTITUTO DISTRITAL DE LAS ARTES – IDARTES:** Gestor de las prácticas artísticas en Bogotá, está comprometido con aumentar la confianza de los artistas, gestores y ciudadanía en el sector de las artes en Bogotá.
- **CFB - COMISIÓN FÍLMICA DE BOGOTÁ:** Durante los últimos años, Bogotá se ha posicionado como un centro de referencia en el país y a nivel regional para la producción y postproducción de contenido audiovisual. Esto se ha fortalecido por el trabajo de entidades creadas como la CFB (Comisión Fílmica de Bogotá), el cual es un programa de la Gerencia de Artes Audiovisuales del Instituto Distrital de las Artes - Idartes de la Alcaldía de Bogotá que trabaja en la promoción de la ciudad como destino fílmico para lograr ser epicentro del audiovisual en Latinoamérica, facilita y orienta la realización de las producciones audiovisuales en la ciudad, ofrece el talento humano que compone la industria audiovisual local y fortalece las industrias audiovisuales a través de programas de cualificación, estímulos y otras estrategias para la organización del sector. Es el gestor del aprovechamiento económico del espacio público encargado de regular y verificar las filmaciones audiovisuales en la ciudad de Bogotá a través del PUFA (Permiso Unificado para Filmaciones Audiovisuales), que facilita los permisos necesarios de todas las entidades del Distrito.<sup>1</sup>
- **ASOMEDIOS:** La Asociación Nacional de Medios de Comunicación es una corporación de carácter gremial civil, sin ánimo de lucro, que tiene por objeto representar los intereses, necesidades y aspiraciones de sus afiliados, y ejercer su representación ante los poderes públicos, ante otras organizaciones gremiales y en general ante personas y entidades públicas y privadas nacionales e internacionales.
- **COMISIÓN DE REGULACIÓN DE COMUNICACIONES, CRC** (anteriormente la *CRT, Comisión de Regulación de Telecomunicaciones*) es un ente regulatorio que promueve la competencia y regula el mercado de las redes y los servicios de comunicaciones en Colombia.
- **CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ:** Es una institución privada sin fines de lucro que se encarga de administrar los registros mercantiles de las empresas y sociedades que se crean en Bogotá. Otorga formalidad a la actividad económica y crea alianzas para la formación de empresas.

<sup>1</sup> [https://www.filmingbogota.gov.co/la\\_comision](https://www.filmingbogota.gov.co/la_comision)

	<b>ESTUDIOS PREVIOS</b>	<b>CÓDIGO: AGJC-CN-FT-001</b> <b>VERSIÓN: 16</b> <b>FECHA DE APROBACIÓN:</b> <b>19/09/2022</b> <b>RESPONSABLE: CONTRATACIÓN</b>	 <b>ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.</b>
---	-------------------------	---	---

- **DIRECCIÓN NACIONAL DE DERECHOS DE AUTOR:** Es un organismo del Estado Colombiano, que posee la estructura jurídica de una Unidad Administrativa Especial adscrita al Ministerio del Interior y es el órgano institucional que se encarga del diseño, dirección, administración y ejecución de las políticas gubernamentales en materia de derecho de autor y derechos conexos. En tal calidad posee el llamado institucional de fortalecer la debida y adecuada protección de los diversos titulares del derecho de autor y los derechos conexos, contribuyendo a la formación, desarrollo y sustentación de una cultura nacional de respeto por los derechos de los diversos autores y titulares de las obras literarias y artísticas.
- En la actualidad existen las siguientes siete (7) Sociedades de Gestión Colectiva:

**SAYCO: Sociedad de Autores y Compositores de Colombia**, la cual cuenta con personería jurídica y autorización de funcionamiento conferidas por la Dirección Nacional de Derecho de Autor mediante las Resoluciones No. 001 del 17 de noviembre de 1982 y 070 del 5 de junio de 1997, respectivamente.



**ACINPRO: Asociación Colombiana de Intérpretes y Productores Fonográficos**, con personería Jurídica y autorización de funcionamiento conferidas por la Dirección Nacional de Derecho de Autor mediante las Resoluciones No. 002 del 24 de diciembre de 1982 y 125 del 5 de agosto de 1997, respectivamente.



**CEDER (CDR): Centro Colombiano de Derechos Reprográficos**, con personería jurídica y autorización de funcionamiento conferidas por la DNDA mediante las Resoluciones No. 088 del 14 de julio de 2000 y 035 del 18 de febrero de 2002, respectivamente.



**EGEDA: Entidad de Gestión Colectiva de Productores Audiovisuales de Colombia**, con personería jurídica y autorización de funcionamiento conferidas por la DNDA mediante las Resoluciones No. 232 del 28 de noviembre de 2005 y 208 del 16 de noviembre de 2006, respectivamente.



**ACTORES: Actores Sociedad Colombiana de Gestión**, con personería jurídica reconocida y confirmada mediante las Resoluciones 0028 del 29 de noviembre de 1989 y 018 del 21 de febrero de 1997, respectivamente; y autorización de funcionamiento reconocida a través de la Resolución Número 275 del 28 de septiembre de 2011.



**DASC: Directores Audiovisuales Sociedad Colombiana DASC**, con personería jurídica y autorización de funcionamiento conferidas por la Dirección Nacional de Derecho de autor mediante la Resolución No. 078 del 26 de marzo de 2018.



**Red Colombiana de Escritores Audiovisuales, de Teatro, Radio y Nuevas Tecnologías –REDES–**, con personería jurídica y autorización de funcionamiento conferidas por la DNDA mediante la Resolución 330 del 12 de diciembre 2018.



 SISTEMAS DE INFORMACIÓN PÚBLICA	<b>ESTUDIOS PREVIOS</b>	<b>CÓDIGO: AGJC-CN-FT-001</b> <b>VERSIÓN: 16</b> <b>FECHA DE APROBACIÓN:</b> <b>19/09/2022</b> <b>RESPONSABLE: CONTRATACIÓN</b>	 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.
--	-------------------------	---	---

**b) Aspecto económico.**

**VARIABLES ECONÓMICAS QUE AFECTAN AL SECTOR AUDIOVISUAL EN COLOMBIA**

<b>Sectores Del DANE</b> <b>Actividades profesionales, científicas y técnicas.<sup>2</sup></b>		<b>Encuesta Mensual de Servicios (EMS)</b> <b>Marzo de 2022</b>
<p>El Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE), presenta los resultados de la encuesta mensual de servicios (EMS), mediante el boletín técnico del 13 de mayo de 2022 que refiere el comportamiento del mes de marzo del sector de servicios y su evolución en el corto plazo del mismo año:</p> <p>En marzo de 2022, todos los subsectores de servicios presentaron variación positiva en los ingresos totales, en comparación con marzo de 2021.</p> <p>En marzo de 2022, diecisiete de los dieciocho subsectores de servicios presentaron variación positiva en el personal ocupado total, en comparación con marzo de 2021.</p> <p>En marzo de 2022, todos los subsectores de servicios presentaron variación positiva en los salarios, en comparación con marzo de 2021.</p>	<p><b>Gráfico 1. Variación anual de los ingresos nominales, según subsector de servicios</b></p> <p><b>Total Nacional</b>  <b>Marzo 2022<sup>3</sup></b></p> <p><b>Fuente:</b> DANE - EMS  <sup>3</sup> Cifra provisional</p>	

<b>Sectores Del DANE - Subsectores de servicios con las tres variaciones más altas<sup>3</sup></b>
--

<sup>2</sup> [Encuesta Mensual de servicios - Marzo 2022](#)

<sup>3</sup> [Subsectores de servicios](#)

**ESTUDIOS PREVIOS****CÓDIGO: AGJC-CN-FT-001****VERSIÓN: 16****FECHA DE APROBACIÓN:****19/09/2022****RESPONSABLE: CONTRATACIÓN**

9

El Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE), presenta los resultados de la encuesta mensual de servicios (EMS), mediante el boletín técnico del 13 de mayo de 2022 que refiere a los subsectores con las variaciones más altas en comparación de variación anual: marzo 2022 / marzo 2021

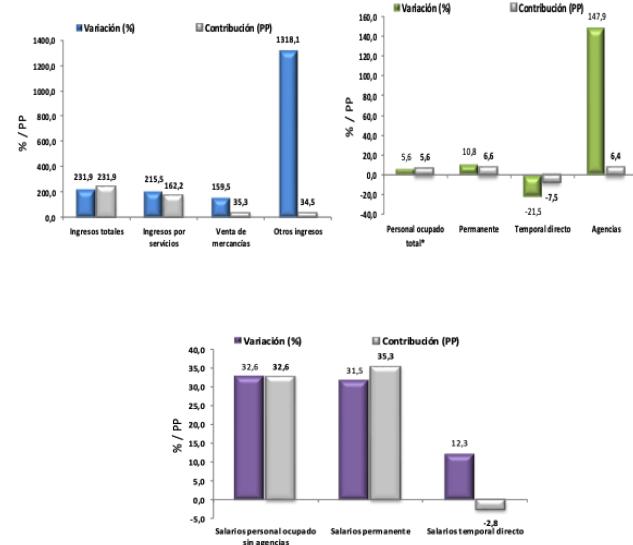
Producción de películas cinematográficas y programas de televisión.

En marzo de 2022, los servicios de producción de películas cinematográficas y programas de televisión registraron un crecimiento de 231,9% en los ingresos nominales, el personal ocupado total presentó un incremento de 5,6% y los salarios registraron un aumento de 32,6%, en comparación con marzo de 2021.

En comparación con el mismo mes de 2021, en marzo de 2022 los ingresos totales presentaron un aumento de 231,9%, que se explica por el incremento de 215,5% en los ingresos por servicios, de 159,5% en la venta de mercancías y de 1.318,1% en otros ingresos operacionales. En marzo de 2022 el personal ocupado total presentó una variación de 5,6%, en comparación con marzo de 2021, que se explica por el incremento de 10,8% en el personal permanente y de 147,9% en el personal contratado a través agencias. Por su parte, el personal temporal directo registró una disminución de 21,5%. Mientras que los salarios en marzo de 2022 presentaron un aumento de 32,6%, en comparación con marzo de 2021, que se explica por el incremento de 31,5% en los salarios del personal permanente.

Gráfico 2. Variación anual y contribución de los ingresos nominales por tipo, personal ocupado total y salarios por tipo de contratación

Producción de películas cinematográficas y programas de televisión  
Total Nacional  
Marzo 2022<sup>a</sup>



Fuente: DANE – EMS

p Cifra provisional

(PP) Puntos porcentuales

\* Incluye personal permanente, personal temporal directo y personal temporal contratado a través de agencias de suministro de personal.

Nota: por aproximación decimal, se puede presentar diferencia en la suma de las contribuciones frente a la variación total.

IPC<sup>4</sup>

**ESTUDIOS PREVIOS****CÓDIGO: AGJC-CN-FT-001****VERSIÓN: 16****FECHA DE APROBACIÓN:****19/09/2022****RESPONSABLE: CONTRATACIÓN**ALCALDÍA MAYOR  
DE BOGOTÁ D.C.

10

El Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE), en su información técnica de fecha 4 de febrero de 2023, que refiere el comportamiento del mes de enero de 2023 informa:

En enero de 2023, la variación mensual del IPC fue 1,78%

En enero de 2023, la variación anual del IPC fue 13,25%, es decir, 6,31 puntos porcentuales mayor que la reportada en el mismo periodo del año anterior, cuando fue de 6,94%.

El comportamiento mensual del IPC total en enero de 2023 (1,78%) se explicó principalmente por la variación mensual de las divisiones de Transporte y de Alimentos y bebidas no alcohólicas. Las mayores variaciones se presentaron en las divisiones Transporte (3,98%) y Restaurantes y hoteles (3,11%).

En enero de 2023, la variación mensual del IPC fue 1,78% frente a diciembre de 2022. La división Transporte registró una variación mensual de 3,98%, siendo esta la mayor variación mensual. En enero de 2023, los mayores incrementos de precio se registraron en las subclases gastos reglamentarios relacionados con la propiedad, manejo y alquiler de vehículos (13,27%), transporte urbano (6,61%) y transporte intermunicipal (4,20%). La única disminución de precio se reportó en la subclase:

## En enero de 2023, la variación mensual del IPC fue 1,78%

### Variación mensual y anual del Índice de Precios al Consumidor (IPC)

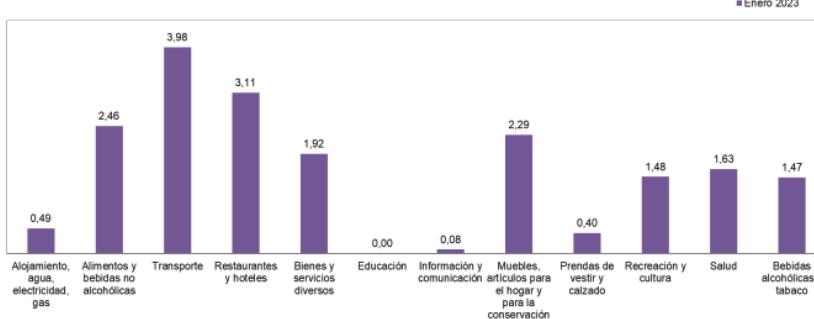
Total nacional  
Enero 2022 - 2023

IPC	Enero			
	Variación Mensual		Variación Anual	
	2023	2022	2023	2022
IPC total	1,78	1,67	13,25	6,94

Fuente: DANE, IPC.

### Variación mensual del Índice de Precios al Consumidor (IPC)

Por divisiones  
Enero 2023



Fuente: DANE, IPC.

Nota: el orden de las divisiones responde a su ponderación dentro de la canasta del IPC (izq-der).



## ESTUDIOS PREVIOS

CÓDIGO: AGJC-CN-FT-001

VERSIÓN: 16

FECHA DE APROBACIÓN:

19/09/2022

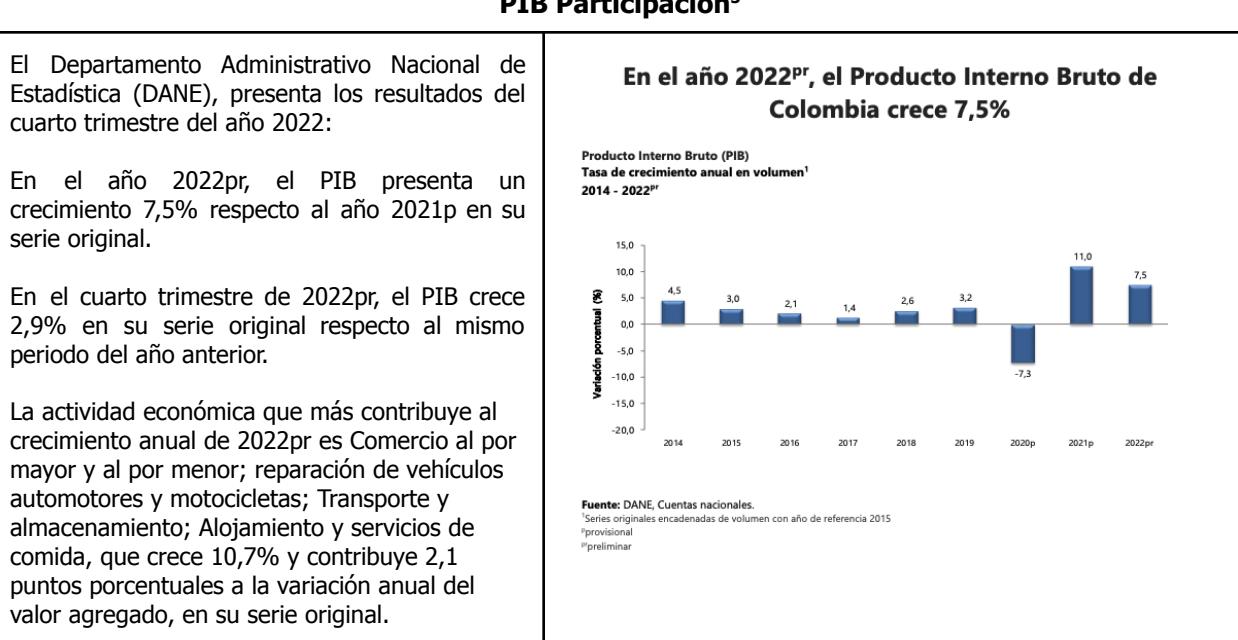
RESPONSABLE: CONTRATACIÓN



11

compra de bicicletas nuevas o usadas (-0,58%).

La estadística descrita nos permite conocer la variación porcentual promedio en un conjunto de bienes y servicios de consumo final que demandan los consumidores.



**ESTUDIOS PREVIOS****CÓDIGO: AGJC-CN-FT-001****VERSIÓN: 16****FECHA DE APROBACIÓN:****19/09/2022****RESPONSABLE: CONTRATACIÓN**ALCALDÍA MAYOR  
DE BOGOTÁ D.C.

12

**Tasa de desempleo<sup>6</sup>**

La Gran Encuesta Integrada de Hogares (GEIH), tiene por objetivo principal proporcionar información básica sobre el tamaño y estructura de la fuerza de trabajo del país.

Para diciembre de 2022, la tasa de desempleo fue de 10,3%. Comparada con el mismo mes de 2021 (11,1%) tuvo una disminución de 0,8 puntos porcentuales. La tasa global de participación fue de 63,8%, lo que significó un aumento de 1,3 puntos porcentuales respecto al mismo periodo de 2021 (62,5%). Finalmente, la tasa de ocupación fue de 57,3%, lo que representó un incremento de 1,7 puntos porcentuales comparada con de 2021 (55,5%).

En diciembre de 2022, la población ocupada del país fue de 22,5 millones de personas, frente a las 21,5 millones ocupadas el mismo mes en 2021, representando así una variación de 4,5%. Las 13 ciudades y áreas metropolitanas contribuyeron con 3,4 puntos porcentuales (p.p.) a la variación nacional; en este dominio se presentó una población ocupada de 10,6 millones de personas, 739 mil personas más en comparación con diciembre de 2021 (9,8 millones).

**En diciembre de 2022, la tasa de desempleo en el total nacional fue 10,3% y en el total 13 ciudades y áreas metropolitanas fue 10,8%**

Tasa global de participación (TGP), Tasa de ocupación (TO) y Tasa de desempleo (TD)  
Tasa de subocupación (TS)  
Diciembre 2022 y 2021

Tasas (%)	Total Nacional		Total 13 ciudades y áreas metropolitanas	
	Diciembre 2022	Diciembre 2021	Diciembre 2022	Diciembre 2021
TGP	63,8*	62,5	66,0*	62,6
TO	57,3*	55,5	58,6*	55,4
TD	10,3	11,1	10,8	11,4
TS	7,7	7,6	7,5*	6,0

\* Variación estadísticamente significativa.

Notas: 13 ciudades y áreas metropolitanas incluye Bogotá D.C., Medellín A.M., Cali A.M., Barranquilla A.M., Bucaramanga A.M., Manizales A.M., Pereira A.M., Cúcuta A.M., Pasto, Ibagué, Montería, Cartagena y Villavicencio.

Datos expandidos con proyecciones de población elaboradas con base en los resultados del Censo Nacional de Población y Vivienda 2018.

Fuente: DANE, Gran Encuesta Integrada de Hogares (GEIH).

**Población ocupada, desocupada y fuera de la fuerza laboral  
Total nacional y total 13 ciudades y áreas metropolitanas  
Diciembre 2022 y 2021**

Miles de personas	Total nacional			Miles de personas	Total 13 ciudades y áreas metropolitanas		
	Diciembre 2022	Diciembre 2021	Variación absoluta		Diciembre 2022	Diciembre 2021	Variación absoluta
Población ocupada	22.468	21.495	+973*	Población ocupada	10.587	9.848	+739*
Población desocupada	2.572	2.683	-111	Población desocupada	1.285	1.269	+16
Población fuera de la fuerza laboral	14.204	14.523	-319	Población fuera de la fuerza laboral	6.127	6.654	-527*

\* Variación estadísticamente significativa.

Notas: - Datos expandidos con proyecciones de población elaboradas con base en los resultados del Censo Nacional de Población y Vivienda 2018.

\* Los resultados de la variación absoluta pueden diferir por los valores aproximados a mil.

\* Los datos de las poblaciones están en miles de personas.

\* 13 ciudades y áreas metropolitanas incluye Bogotá D.C., Medellín A.M., Cali A.M., Barranquilla A.M., Bucaramanga A.M., Manizales A.M., Pereira A.M., Cúcuta A.M., Pasto, Ibagué, Montería, Cartagena y Villavicencio.

Fuente: DANE, GEIH.

**POLÍTICA DEL SECTOR CULTURAL EN COLOMBIA****ECONOMÍA NARANJA**

La Economía Naranja es un modelo de desarrollo en el que la diversidad cultural y la creatividad son pilares de transformación social y económica del país, desde las regiones.

Este modelo cuenta con herramientas de desarrollo cultural, social y económico. Se fundamenta en la creación, producción y distribución de bienes y servicios culturales y creativos, que se pueden proteger por los derechos de propiedad intelectual.

Su objetivo es propiciar las condiciones para generar empleo digno en el sector cultural, apoyar la materialización de nuevas ideas creativas y productos innovadores, fortalecer los saberes ancestrales, las prácticas del patrimonio cultural y la transmisión de conocimientos tradicionales.<sup>7</sup>

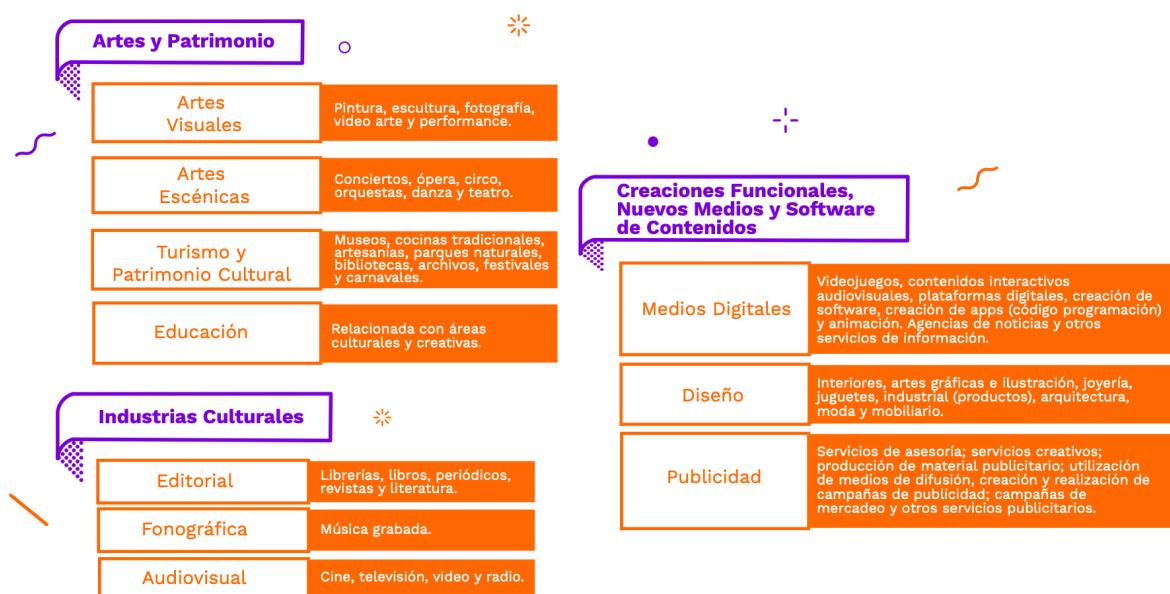
<sup>6</sup> Tasa desempleo diciembre 2022

<sup>7</sup> ABC Economía Naranja

 <b>Capital</b> <small>SISTEMAS DE INFORMACIÓN PÚBLICA</small>	<b>ESTUDIOS PREVIOS</b>	<b>CÓDIGO: AGJC-CN-FT-001</b> <b>VERSIÓN: 16</b> <b>FECHA DE APROBACIÓN:</b> <b>19/09/2022</b> <b>RESPONSABLE: CONTRATACIÓN</b>	 <b>ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.</b>
--	-------------------------	---	---

13

El DANE como entidad responsable de la producción estadística oficial en Colombia definió, en conjunto con las entidades de la Mesa de Información, el listado de las 103 actividades económicas, en mayo de 2019, en el cual hay 34 actividades de inclusión total y 69 de inclusión parcial que pertenecen a las tres áreas de la Economía Naranja<sup>8</sup>:



El área de las Industrias Culturales de la Economía Naranja son las actividades que proveen bienes y servicios basándose en los contenidos simbólicos artísticos y creativos, que pueden ser reproducidos y difundidos masivamente, y que son tradicionalmente reconocidas por tener una estrecha relación con la cultura.

Debido a su auge y a su relevancia en el desarrollo del país, el Congreso de la República decidió apostar y aprobar la Ley Naranja<sup>9</sup>, cuyo propósito es "desarrollar, fomentar, incentivar y proteger las industrias creativas, entendidas como aquellas que generan valor en razón de sus bienes y servicios, los cuales se fundamentan en la propiedad intelectual".

Esta Ley, que recibió sanción presidencial es pionera en Latinoamérica y la tercera en su tipo a nivel mundial, buscará identificar y promover actores que fortalezcan este campo, a través de las 7i: Información, Instituciones, Industria, Infraestructura, Integración, Inclusión, Inspiración.

Existen además beneficios para incentivar la Economía Naranja en Colombia, entre los cuales se destacan:

- Se otorgarán incentivos fiscales para personas naturales y jurídicas que promuevan, patrocinen y auspicien las actividades de las Industrias Creativas y Culturales.

<sup>8</sup> Conformación de la economía cultural y creativa

<sup>9</sup> LEY 1834 DE 2017



ESTUDIOS PREVIOS

CÓDIGO: AGJC-CN-FT-001

VERSIÓN: 16

FECHA DE APROBACIÓN:

19/09/2022

RESPONSABLE: CONTRATACIÓN

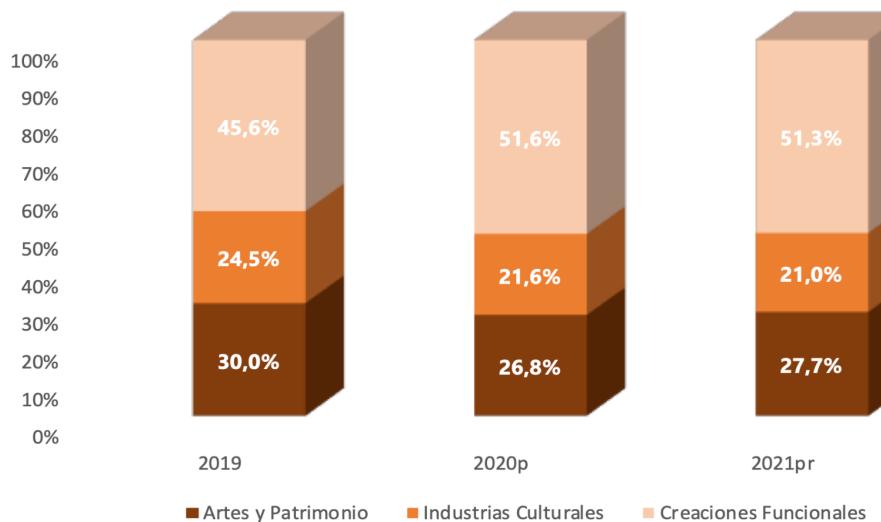


14

- El Estado trabajará mancomunadamente con el sector privado para proteger los derechos de los creadores.
- Se contemplará la opción de crear zonas francas temporales para facilitar el desarrollo de festivales y carnavales.
- La ley buscará una articulación entre la comunidad artística, cultural y creativa con el sector TIC, para que los contenidos se proyecten a través de Internet, mediante el sello "Creado en Colombia".

#### CUENTA SATÉLITE DE CULTURA Y ECONOMÍA NARANJA<sup>10</sup>

**Gráfico 1. Participación porcentual del valor agregado de cultura y economía naranja, según área 2019 – 2021<sup>pr</sup>**



**Fuente:** DANE, Cuentas Nacionales

<sup>pr</sup>preliminar

<sup>p</sup>provisional

En 2021pr se registró un valor agregado a precios corrientes de la economía naranja de 27.754 mil millones de pesos, mientras que para 2020p el valor agregado fue de 23.983 mil millones de pesos.

 <b>Capital</b> <small>SISTEMAS DE COMUNICACIÓN PÚBLICA</small>	<b>ESTUDIOS PREVIOS</b>	<b>CÓDIGO: AGJC-CN-FT-001</b>	 <b>ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.</b>
		<b>VERSIÓN: 16</b>	
		<b>FECHA DE APROBACIÓN:</b>	
		<b>19/09/2022</b>	

15

### Cuadro 1. Cuenta de producción cultura y economía naranja

**Valores a precios corrientes**

**Millones de pesos**

**2019 - 2021<sup>pr</sup>**

<b>Concepto</b>	<b>2019</b>	<b>2020<sup>p</sup></b>	<b>2021<sup>pr</sup></b>
Producción	53.383.747	44.177.286	51.663.158
Consumo intermedio	24.600.515	20.194.697	23.909.159
<b>Valor agregado bruto</b>	<b>28.783.232</b>	<b>23.982.589</b>	<b>27.753.999</b>

**Fuente:** DANE, Ministerio de Cultura – Cuenta Satélite de Cultura y Economía Naranja

<sup>pr</sup>preliminar

<sup>p</sup>provisional

La participación promedio de las áreas en el valor agregado de la cultura y economía naranja, para 2019 - 2021pr fue de 49,5% en creaciones funcionales, 28,2% en artes y patrimonio y 22,3% en industrias culturales.

### Cuadro 3. Participación porcentual del valor agregado de las áreas de cultura y economía naranja

**2019 - 2021<sup>pr</sup>**

<b>Concepto</b>	<b>2019</b>		<b>2020p</b>		<b>2021pr</b>		<b>Participación (%) promedio</b>
	<b>Millones de pesos</b>	<b>Participación (%)</b>	<b>Millones de pesos</b>	<b>Participación (%)</b>	<b>Millones de pesos</b>	<b>Participación (%)</b>	
Artes y patrimonio	8.629.836	30,0	6.437.195	26,8	7.680.636	27,7	28,2
Industrias culturales	7.042.410	24,5	5.172.428	21,6	5.828.669	21,0	22,3
Creaciones funcionales	13.110.986	45,6	12.372.966	51,6	14.244.694	51,3	49,5
<b>Valor agregado bruto</b>	<b>28.783.232</b>	<b>100,0</b>	<b>23.982.589</b>	<b>100,0</b>	<b>27.753.999</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

**Fuente:** DANE, Ministerio de Cultura – Cuenta Satélite de Cultura y Economía Naranja

<sup>pr</sup>preliminar

<sup>p</sup>provisional

El valor agregado de cultura y economía naranja en el período 2019 - 2021pr, representó en promedio el 2,7% del valor agregado nacional.



ESTUDIOS PREVIOS

CÓDIGO: AGJC-CN-FT-001

VERSIÓN: 16

FECHA DE APROBACIÓN:

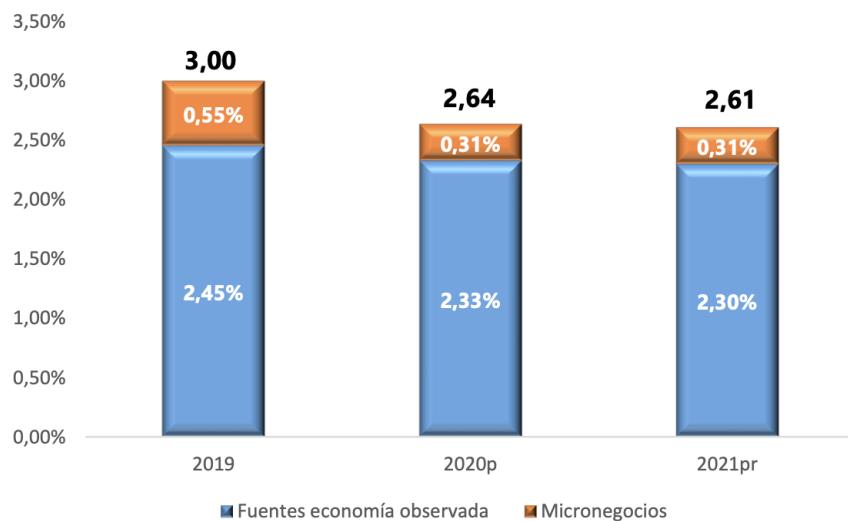
19/09/2022

RESPONSABLE: CONTRATACIÓN



16

**Gráfico 2. Participación porcentual del valor agregado de cultura y economía naranja en el total del valor agregado nacional 2019- 2021<sup>pr</sup>**



**Fuente:** DANE, Ministerio de Cultura – Cuenta Satélite de Cultura y Economía Naranja

<sup>pr</sup>preliminar

<sup>p</sup>provisional

## RESULTADOS DEL ÁREA INDUSTRIAS CULTURALES

El área industrias culturales está compuesta por los segmentos de editorial, fonográfica, audiovisual, y agencias de noticias y otros servicios de información.

En 2021pr, el valor agregado a precios corrientes de las industrias culturales fue de 5.829 mil millones de pesos, mientras que en 2020p el valor agregado fue de 5.172 mil millones de pesos.

 <b>ESTUDIOS PREVIOS</b>	<b>CÓDIGO: AGJC-CN-FT-001</b>	 <b>ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.</b>
	<b>VERSIÓN: 16</b>	
	<b>FECHA DE APROBACIÓN:</b>	
	<b>19/09/2022</b>	

17

### Cuadro 9. Cuenta de producción del área industrias culturales

**Valores a precios corrientes**

**Millones de pesos**

**2019- 2021<sup>pr</sup>**

Concepto	2019	2020 <sup>p</sup>	2021 <sup>pr</sup>
<b>1. Cuenta de producción</b>			
Producción	14.590.292	10.949.310	12.682.777
Consumo intermedio	7.547.882	5.776.883	6.854.108
<b>Valor agregado bruto</b>	<b>7.042.410</b>	<b>5.172.428</b>	<b>5.828.669</b>

**Fuente:** DANE, Ministerio de Cultura – Cuenta Satélite de Cultura y Economía Naranja

<sup>pr</sup>preliminar

<sup>p</sup>provisional

Para la serie 2019 - 2021pr, las fuentes de economía observada participaron en promedio con el 78,3% y micronegocios con el 21,7%, con respecto al valor agregado.

### Cuadro 10. Participación porcentual del valor agregado según fuentes de información de las industrias culturales

**2019- 2021<sup>pr</sup>**

Concepto	2019		2020 <sup>p</sup>		2021 <sup>pr</sup>		Participación (%) promedio
	Millones de pesos	Participación (%)	Millones de pesos	Participación (%)	Millones de pesos	Participación (%)	
Fuentes de economía observada <sup>1</sup>	5.293.802	75,2	4.160.505	80,4	4.617.322	79,2	78,3
Micronegocios <sup>2</sup>	1.748.608	24,8	1.011.922	19,6	1.211.347	20,8	21,7
<b>Valor agregado bruto</b>	<b>7.042.410</b>	<b>100,0</b>	<b>5.172.428</b>	<b>100,0</b>	<b>5.828.669</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

**Fuente:** DANE, Ministerio de Cultura – Cuenta Satélite de Cultura y Economía Naranja

<sup>pr</sup>preliminar

<sup>p</sup>provisional

<sup>1</sup>Hacen referencia a las fuentes de información disponibles (operaciones estadísticas y registros administrativos), que proporcionan datos a nivel de cada área, segmento y actividad económica que conforman la cultura y economía naranja

Por segmentos, según las fuentes de economía observada, audiovisual participó con 60,9% y editorial con 28,6% del valor agregado del área industrias culturales, en el periodo 2019 - 2021pr.

### Cuadro 11. Participación porcentual del valor agregado del área industrias culturales<sup>1</sup>, según segmentos

**2019- 2021<sup>pr</sup>**

Segmento	2019		2020 <sup>p</sup>		2021 <sup>pr</sup>		Participación (%) promedio
	Millones de pesos	Participación (%)	Millones de pesos	Participación (%)	Millones de pesos	Participación (%)	
Editorial	1.536.237	29,0	1.164.959	28,0	1.324.737	28,7	28,6
Fonográfica	198.303	3,7	185.134	4,4	213.267	4,6	4,3
Audiovisual	3.253.285	61,5	2.539.425	61,0	2.781.309	60,2	60,9
Agencias de noticias y otros servicios de	305.976	5,8	270.989	6,5	298.008	6,5	6,2
<b>Valor agregado bruto</b>	<b>5.293.802</b>	<b>100,0</b>	<b>4.160.505</b>	<b>100,0</b>	<b>4.617.322</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

**Fuente:** DANE, Ministerio de Cultura – Cuenta Satélite de Cultura y Economía Naranja

<sup>pr</sup>preliminar

<sup>p</sup>provisional

<sup>1</sup>La desagregación del valor agregado por segmentos, solo incluye fuentes de información de economía observada

	<b>ESTUDIOS PREVIOS</b>	<b>CÓDIGO: AGJC-CN-FT-001</b>	 <b>ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.</b>
		<b>VERSIÓN: 16</b>	
		<b>FECHA DE APROBACIÓN: 19/09/2022</b>	
		<b>RESPONSABLE: CONTRATACIÓN</b>	

18

En 2021pr, el número de ocupados de cultura y economía naranja presentó un crecimiento de 11,3%, explicado por el crecimiento de la población ocupada en las tres áreas: industrias culturales (17,0%), artes y patrimonio (12,5%) y creaciones funcionales (8,2%).

**Cuadro 17. Población ocupada por áreas de la cultura y economía naranja  
2019- 2021pr**

Área	2019		2020 <sup>p</sup>		2021 <sup>pr</sup>		Tasas de crecimiento (%)	
	Ocupados	Participación (%)	Ocupados	Participación (%)	Ocupados	Participación (%)	2020p/2019	2021pr/2020p
Artes y patrimonio	338.458	52,5	258.230	47,8	290.402	48,3	-23,7	12,5
Industrias culturales	82.063	12,7	64.824	12,0	75.871	12,6	-21,0	17,0
Creaciones funcionales	223.609	34,7	216.875	40,2	234.645	39,0	-3,0	8,2
<b>Total</b>	<b>644.130</b>	<b>100,0</b>	<b>539.929</b>	<b>100,0</b>	<b>600.918</b>	<b>100,0</b>	<b>-16,2</b>	<b>11,3</b>

Fuente: DANE, Gran Encuesta Integrada de Hogares

Nota: GEIH marco 2005 con factores de expansión con base en las retroproyecciones del CNPV 2018

<sup>p</sup>preliminar

<sup>pr</sup>provisional

Por otra parte, en 2021pr el número de puestos de trabajo de cultura y economía naranja presentó un crecimiento de 20,2% con respecto al 2020p, explicado por el crecimiento de las tres áreas, industrias culturales en 31,0%, artes y patrimonio en 20,8% y creaciones funcionales en 16,4%

**Cuadro 18. Oferta de trabajo equivalente a tiempo completo por áreas de la cultura y economía naranja  
2019- 2021pr**

Área	2019		2020 <sup>p</sup>		2021 <sup>pr</sup>		Tasas de crecimiento (%)	
	Puestos de trabajo	Participación (%)	Puestos de trabajo	Participación (%)	Puestos de trabajo	Participación (%)	2020p/2019	2021pr/2020p
Artes y patrimonio	271.958	50,7	189.457	45,3	228.829	45,5	-30,3	20,8
Industrias culturales	71.964	13,4	52.198	12,5	68.384	13,6	-27,5	31,0
Creaciones funcionales	192.390	35,9	176.881	42,3	205.883	40,9	-8,1	16,4
<b>Total</b>	<b>536.312</b>	<b>100,0</b>	<b>418.536</b>	<b>100,0</b>	<b>503.096</b>	<b>100,0</b>	<b>-22,0</b>	<b>20,2</b>

Fuente: DANE, Gran Encuesta Integrada de Hogares

Nota: GEIH marco 2005 con factores de expansión con base en las retroproyecciones del CNPV 2018

<sup>p</sup>preliminar

<sup>pr</sup>provisional

## ESTADÍSTICAS GENERALES

La información que se presenta a continuación sobre el peso relativo del valor agregado de la Economía Naranja con respecto al valor agregado del total de la economía nacional es el resultado de la medición de 101 actividades económicas de las 103 definidas como Economía Naranja. En el promedio de la serie 2014-2021pr, el 47,3% del valor agregado total generado por la Cultura y Economía Naranja corresponde a las actividades económicas de inclusión parcial, el restante 52,7% corresponde a las actividades de inclusión total<sup>11</sup>.

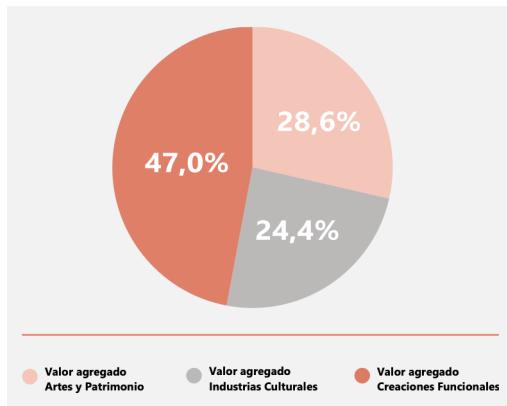
<sup>11</sup> Economía Naranja - Séptimo reporte

**ESTUDIOS PREVIOS****CÓDIGO: AGJC-CN-FT-001****VERSIÓN: 16****FECHA DE APROBACIÓN:****19/09/2022****RESPONSABLE: CONTRATACIÓN**

19



Las actividades de inclusión total son las actividades culturales y creativas, en las cuales el total de los productos generados están protegidos por el derecho de autor, mientras que las actividades de inclusión parcial son aquellas en las cuales no todos los productos están protegidos por el derecho de autor.

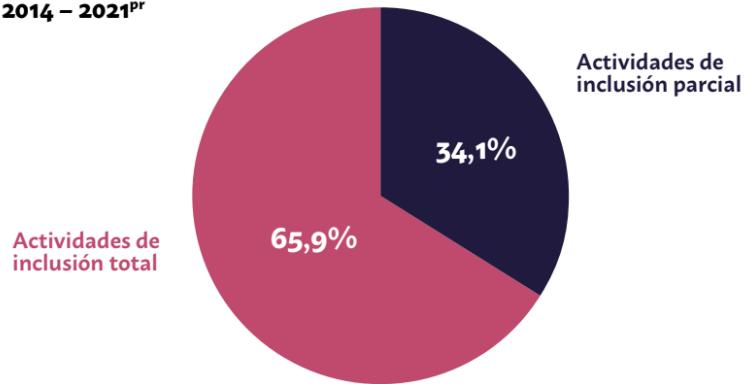


La composición del valor agregado por cada una de las áreas de la Economía Naranja es: Creaciones Funcionales, con 47,0%; Artes y Patrimonio, 28,6%; e Industrias Culturales, 24,4%.

Según los resultados de la Cuenta Satélite de Cultura y Economía Creativa de Bogotá (CSCECB), para el promedio 2014 a 2021 el valor agregado de las actividades económicas de inclusión total participó con el 65,9%; el restante 34,1% lo conforma el valor agregado de las actividades de inclusión parcial.

■ **Composición del valor agregado según tipo de actividad en cultura y economía creativa de Bogotá D.C.**

Promedio 2014 – 2021<sup>pr</sup>



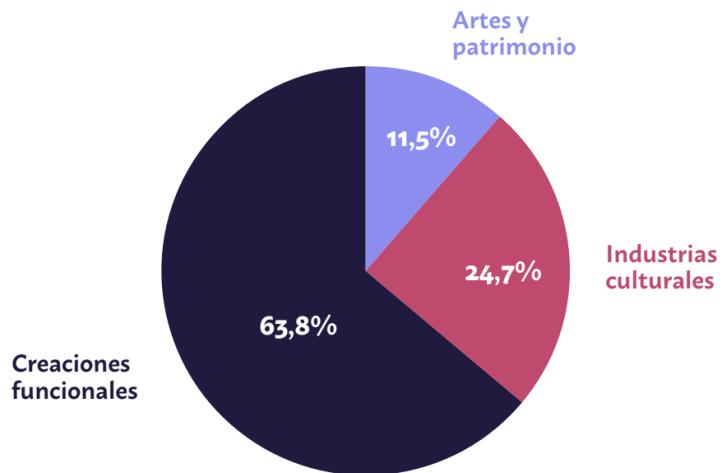
Fuente: DANE. Cuenta Satélite de Cultura y Economía Creativa Bogotá.

pr: Preliminar.

Las actividades que conforman la cultura y economía creativa se clasifican en tres áreas: Artes y Patrimonio, Industrias Culturales, y Creaciones Funcionales. La participación promedio para la serie 2014 – 2021pr en Bogotá D.C. del valor agregado de cultura y economía creativa fue de 63,8% para Creaciones Funcionales; 24,7% para Industrias Culturales, y 11,5% para Artes y Patrimonio.

■ **Composición del valor agregado según áreas de cultura y economía creativa de Bogotá**

Promedio 2014 – 2021<sup>pr</sup>



Fuente: DANE. Cuenta Satélite de Cultura y Economía Creativa Bogotá.

pr: Preliminar.

 <b>Capital</b> <small>SISTEMAS DE INFORMACIÓN PÚBLICA</small>	<b>ESTUDIOS PREVIOS</b>	<b>CÓDIGO: AGJC-CN-FT-001</b> <b>VERSIÓN: 16</b> <b>FECHA DE APROBACIÓN:</b> <b>19/09/2022</b> <b>RESPONSABLE: CONTRATACIÓN</b>	 <b>ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.</b>
---	-------------------------	---	---

21

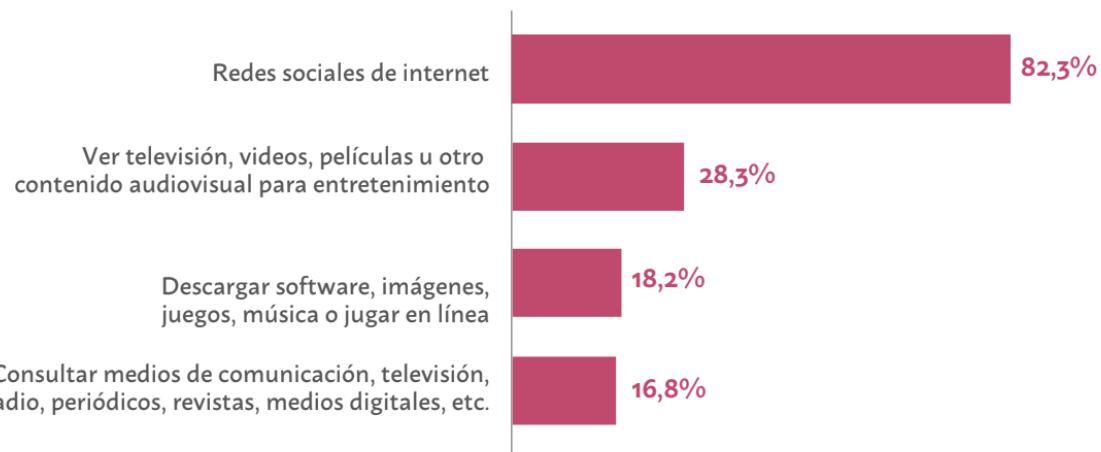
## **CONSUMO EN USO DE INTERNET<sup>12</sup>**

Según la Encuesta de Calidad de Vida -ECV (2021), la mayoría de las personas de 5 años y más que utilizan internet, lo hacen para consultar las redes sociales (82,3%); actividad que comprende la publicación e intercambio de información o mensajería instantánea de las redes sociales (chats, blogs, foros, videos, etc.), así como las llamadas telefónicas a través de protocolos de Internet. El siguiente porcentaje está representado por personas que usan internet para ver contenidos audiovisuales para entretenimiento (28,3%), seguido por quienes descargan software, imágenes, juegos, música o juegan en línea (18,2%) y, por último, por las personas que lo usan para consultar medios de comunicación (16,8%).

### **Actividades de uso de internet en personas de 5 años y más (%)**

**Total nacional**

**2021**



**Fuente:** DANE, Encuesta de Calidad de Vida – ECV.

 <b>Capital</b> SISTEMAS DE INFORMACIÓN PÚBLICA	<b>ESTUDIOS PREVIOS</b>	<b>CÓDIGO: AGJC-CN-FT-001</b> <b>VERSIÓN: 16</b> <b>FECHA DE APROBACIÓN:</b> <b>19/09/2022</b> <b>RESPONSABLE: CONTRATACIÓN</b>	 <b>ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.</b>
---	-------------------------	---	---

22

## OCUPACIÓN EN LA ECONOMÍA NARANJA A NIVEL NACIONAL<sup>13</sup>

### ■ Población ocupada según áreas de Economía Cultural y Creativa

#### Total nacional

#### I Trimestre 2021-2022

Áreas	I trimestre		Tasa de crecimiento (%)
	2021	2022	
Artes y Patrimonio	170.620	175.844	3,1
Industrias Culturales	75.899	81.494	7,4
Creaciones Funcionales	242.008	252.375	4,3
<b>TOTAL</b>	<b>488.527</b>	<b>509.713</b>	<b>4,3</b>

**Fuente:** DANE. Gran Encuesta Integrada de Hogares -GEIH

Nota 1: Cálculos realizados sobre 101 de 103 actividades de la Economía Cultural y Creativa.

Nota2: Datos expandidos con proyecciones de población elaboradas con base en los resultados del Censo Nacional de Población y Vivienda -CNPV, 2018.

En el primer trimestre de 2022 se registraron 21.186 ocupados más con respecto al mismo período de 2021, lo que representó un crecimiento de 4,3%, para los ocupados del total de Economía Cultural y Creativa nacional. Los ocupados de Industrias Culturales presentaron un crecimiento de 7,4%, seguido de Creaciones Funcionales en 4,3%, y Artes y Patrimonio con 3,1%.

	<b>ESTUDIOS PREVIOS</b>	<b>CÓDIGO: AGJC-CN-FT-001</b>	 <b>ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.</b>
		<b>VERSIÓN: 16</b>	
		<b>FECHA DE APROBACIÓN: 19/09/2022</b>	
		<b>RESPONSABLE: CONTRATACIÓN</b>	

23

### ■ Población ocupada según áreas de Economía Cultural y Creativa

#### Total nacional

#### II Trimestre 2021-2022

Áreas	II trimestre		Tasa de crecimiento (%)
	2021	2022	
Artes y Patrimonio	163.550	211.601	29,4
Industrias Culturales	73.723	106.440	44,4
Creaciones Funcionales	254.406	310.120	21,9
<b>TOTAL</b>	<b>491.679</b>	<b>628.161</b>	<b>27,8</b>

**Fuente:** DANE. Gran Encuesta Integrada de Hogares -GEIH

Nota 1: Cálculos realizados sobre 101 de 103 actividades de la Economía Cultural y Creativa.

Nota2: Datos expandidos con proyecciones de población elaboradas con base en los resultados del Censo Nacional de Población y Vivienda -CNPV, 2018.

En el segundo trimestre de 2022 se registraron 628.161 ocupados, que corresponde a 136.482 ocupados más con respecto al mismo período de 2021, lo que representó un crecimiento de 27,8% para los ocupados del total de Economía Cultural y Creativa nacional. Los ocupados de Industrias Culturales crecieron 44,4%, seguido de Artes y Patrimonio con 29,4%, y Creaciones Funcionales con 21,9%.

### ■ Población ocupada según áreas de Economía Cultural y Creativa

#### Total nacional

#### III Trimestre 2021-2022

Áreas	III trimestre		Tasa de crecimiento (%)
	2021	2022	
Artes y Patrimonio	168.447	218.663	29,8
Industrias Culturales	69.930	77.765	11,2
Creaciones Funcionales	215.197	307.047	42,7
<b>TOTAL</b>	<b>453.574</b>	<b>603.475</b>	<b>33,0</b>

**Fuente:** DANE. Gran Encuesta Integrada de Hogares -GEIH

Nota 1: Cálculos realizados sobre 101 de 103 actividades de la Economía Cultural y Creativa.

Nota2: Datos expandidos con proyecciones de población elaboradas con base en los resultados del Censo Nacional de Población y Vivienda -CNPV, 2018.

En el tercer trimestre de 2022, se registraron 603.475 ocupados, que corresponden a 149.901 ocupados más con respecto al mismo período de 2021; lo que representó un crecimiento de 33,0% para los ocupados del total de Economía Cultural y Creativa nacional. Los ocupados de Creaciones Funcionales

	<b>ESTUDIOS PREVIOS</b>	<b>CÓDIGO: AGJC-CN-FT-001</b>	 <b>ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.</b>
		<b>VERSIÓN: 16</b>	
		<b>FECHA DE APROBACIÓN: 19/09/2022</b>	
		<b>RESPONSABLE: CONTRATACIÓN</b>	

24

presentaron un crecimiento de 42,7%, seguido de Artes y Patrimonio con 29,8% e Industrias Culturales con 11,2%.

## OCUPACIÓN EN LA ECONOMÍA NARANJA EN BOGOTÁ<sup>14</sup>

### ■ Población ocupada según áreas de cultura y economía creativa de Bogotá 2019 - 2021<sup>pr</sup>

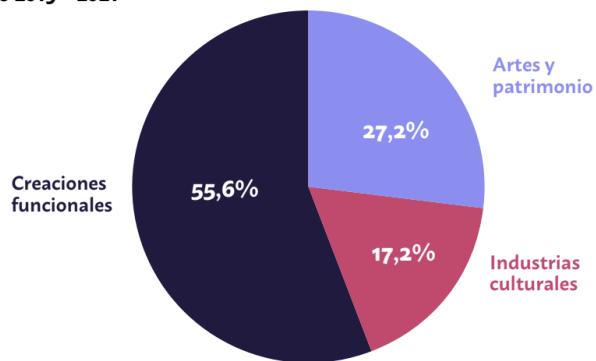
Área	2019	2020 <sup>p</sup>	2021 <sup>pr</sup>	Tasas de crecimiento (%)	
				2020 <sup>p</sup> /2019	2021 <sup>pr</sup> /2020 <sup>p</sup>
Artes y Patrimonio	48.025	43.284	45.836	-9,9	5,9
Industrias Culturales	30.924	25.681	30.186	-17,0	17,5
Creaciones Funcionales	90.811	97.409	91.979	7,3	-5,6
<b>TOTAL</b>	<b>169.760</b>	<b>166.374</b>	<b>168.001</b>	<b>-2,0</b>	<b>1,0</b>

Fuente: DANE, Gran Encuesta Integrada de Hogares - GEIH

Nota: Datos expandidos con proyecciones de población elaboradas con base en los resultados del CNPV 2018

En 2021pr, los ocupados de cultura y economía creativa de Bogotá presentaron un crecimiento de 1,0%, al comparar con 2020p. Los ocupados del área de Industrias Culturales crecieron 17,5%, y los ocupados de Artes y Patrimonio crecieron 5,9%; de otra parte los ocupados de Creaciones Funcionales presentaron un decrecimiento de 5,6%.

### ■ Composición de la población ocupada según áreas de cultura y economía creativa de Bogotá Promedio 2019 - 2021<sup>pr</sup>



Fuente: DANE, Gran Encuesta Integrada de Hogares - GEIH

Nota: datos expandidos con proyecciones de población elaboradas con base en los resultados del CNPV 2018.

	<b>ESTUDIOS PREVIOS</b>	<b>CÓDIGO: AGJC-CN-FT-001</b> <b>VERSIÓN: 16</b> <b>FECHA DE APROBACIÓN:</b> <b>19/09/2022</b> <b>RESPONSABLE: CONTRATACIÓN</b>	 <b>ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.</b>
---	-------------------------	---	---

25

Con respecto a la composición por áreas de cultura y economía creativa de Bogotá, en el promedio 2019 – 2021pr, los ocupados de Creaciones Funcionales participaron con el 55,6%, seguido de los ocupados de Artes y Patrimonio con 27,2%, e Industrias Culturales con 17,2%.

### **Población ocupada en cultura y economía creativa Bogotá**

#### **I-II-III trimestre**

**2021 – 2022**

Trimestre	2021	2022	Tasas de crecimiento (%)	
			2022/2021	
I	185.224	169.947		-8,2
II	193.739	222.345		14,8
III	169.457	211.942		25,1

Fuente: DANE. Gran Encuesta Integrada de Hogares -GEIH

Nota 1: cálculos realizados sobre 85 de 103 actividades de la Economía Creativa para Bogotá.

Nota 2: datos calculados con marco metodológico 2018 y factores expandidos con retroproyecciones del CNPV 2018.

En el primer trimestre de 2022 se registraron 15.277 ocupados menos en el total de cultura y economía creativa de Bogotá, con respecto al mismo período de 2021; lo que representó un decrecimiento de 8,2%. En el segundo trimestre de 2022 se registró un crecimiento de 14,8% en los ocupados al comparar con 2021. Para el III trimestre los ocupados presentaron un crecimiento de 25,1%, correspondiente a 42.485 ocupados más que en el mismo periodo del año anterior.

### **DIAGRAMAS DE SANKEY<sup>15</sup>**

#### **Diagramas de Sankey - Cuenta Satélite de Cultura y Economía Naranja (CSCEN)**

El diagrama de Sankey representa gráficamente la información sobre “cualquier proceso de transferencia entre dos o más unidades que intercambian materiales, energía, dinero, entre otros; esta herramienta fue creada inicialmente para representar la eficiencia en los flujos de energía. La lógica del diagrama es conectar los flujos que son objeto de análisis por medio de fechas que conectan procesos en nodos o etapas, desde un emisor hacia un receptor”<sup>16</sup>. Según el DANE (2020), a nivel internacional, se ha implementado el uso de los diagramas de Sankey para representar mediante flujos de entrada y salida, la oferta y utilización de energía, agua y materiales. Con base en lo anterior, la Dirección de Síntesis y Cuentas Nacionales - DSCN, aplicó la herramienta del diagrama de Sankey en la Cuenta Satélite Ambiental - CSA. La representación gráfica en la CSA permitió establecer de manera más clara y dinámica

<sup>15</sup> Economía Naranja - Octavo Reporte

<sup>16</sup> Departamento Administrativo Nacional de Estadística (2020). Segundo reporte Economía Circular

 <b>Capital</b> <small>SISTEMAS DE INFORMACIÓN PÚBLICA</small>	<b>ESTUDIOS PREVIOS</b>	<b>CÓDIGO: AGJC-CN-FT-001</b> <b>VERSIÓN: 16</b> <b>FECHA DE APROBACIÓN:</b> <b>19/09/2022</b> <b>RESPONSABLE: CONTRATACIÓN</b>	 <b>ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.</b>
---	-------------------------	---	---

26

la distribución de los flujos físicos de energía, agua, bosque y materiales; y los flujos monetarios para el financiamiento y gasto del gobierno en actividades ambientales. En el mismo sentido, se estudió la implementación del diagrama de Sankey para los flujos monetarios de la Cuenta Satélite de Cultura y Economía Naranja, partiendo del análisis de las cuentas de producción y generación del ingreso de las tres áreas de la economía naranja.

La cuenta de producción registra la actividad económica de producir bienes y servicios. Su saldo contable, el valor agregado bruto, se define como el valor de la producción menos el valor del consumo intermedio, y es una medida de la contribución al PIB hecha por una unidad de producción, industria o sector.

La cuenta de generación del ingreso registra los ingresos primarios generados por las unidades institucionales como consecuencia del proceso de producción y los ingresos primarios devengados por las unidades gubernamentales (SCN 2008 parágrafo 7.3).

En la cuenta de generación del ingreso, el valor agregado se utiliza en el pago de los trabajadores ocupados en el proceso de producción, a través de la remuneración de los asalariados y el pago al gobierno, de los impuestos sobre la producción.

Una vez se deduce la remuneración de los asalariados y los impuestos a la producción, se obtiene el saldo de la cuenta, que es el excedente de explotación bruto / ingreso mixto bruto, el cual representa el rendimiento obtenido por el empresario.

### **Diagramas de Sankey - CSCEN Bogotá Industrias Culturales**

Esta área está compuesta por los segmentos Editorial, Fonográfica, Audiovisual, y Agencias de noticias y otros servicios de información. El diagrama de Sankey inicia el flujo desde el Valor agregado generado en el proceso de producción de las actividades económicas del área Industrias Culturales de la cultura y economía creativa de Bogotá, el cual en 2021pr, fue de \$2.724.491 millones a precios corrientes. De este \$6.924.481 fueron por la producción, y \$4.199.990 por el consumo intermedio. La segunda parte del diagrama presenta la generación de ingresos primarios a partir del valor agregado, de los cuales, \$1.925.440 millones corresponden a la Remuneración de los asalariados, \$651.881 millones al Excedente de explotación bruto / ingreso mixto bruto, y \$147.170 millones a los Otros impuestos sobre la producción. Finalmente, el diagrama presenta la distribución de los ingresos primarios según cada uno de los segmentos del área de Industrias Culturales.

Con respecto a la Remuneración de los asalariados, en el segmento Audiovisual se registró el mayor pago con \$1.071.142 millones, seguido por el pago de \$623.501 millones en el segmento Editorial; en el de Agencias de noticias y otros servicios de información se pagaron \$209.167 millones, y finalmente en el segmento Fonográfico se registró un pago de \$21.629 millones. El Excedente de explotación bruto / ingreso mixto bruto generado en el segmento Audiovisual fue de \$297.765 millones, en el Editorial fue de \$179.934 millones; en el segmento Fonográfico el saldo fue de \$133.794 millones, y finalmente, en el segmento de Agencias de noticias y otros servicios de información el saldo fue de \$40.388 millones. Por último, los pagos a las unidades gubernamentales a través de los Otros impuestos sobre la producción fueron de \$102.454 millones en el segmento Audiovisual, \$37.650 millones en el Editorial; \$5.779 millones en el segmento de Agencias de noticias y otros servicios de información, y \$1.287 millones en el Fonográfico.

 Capital SISTEMA DE COMUNICACIÓN PÚBLICA	<b>ESTUDIOS PREVIOS</b>	<b>CÓDIGO: AGJC-CN-FT-001</b>	 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.
		<b>VERSIÓN: 16</b>	
		<b>FECHA DE APROBACIÓN:</b>	
		<b>19/09/2022</b>	
		<b>RESPONSABLE: CONTRATACIÓN</b>	

27



Fuente: DANE, Cuenta Satélite de Cultura y Economía Creativa Bogotá - CSCCECB

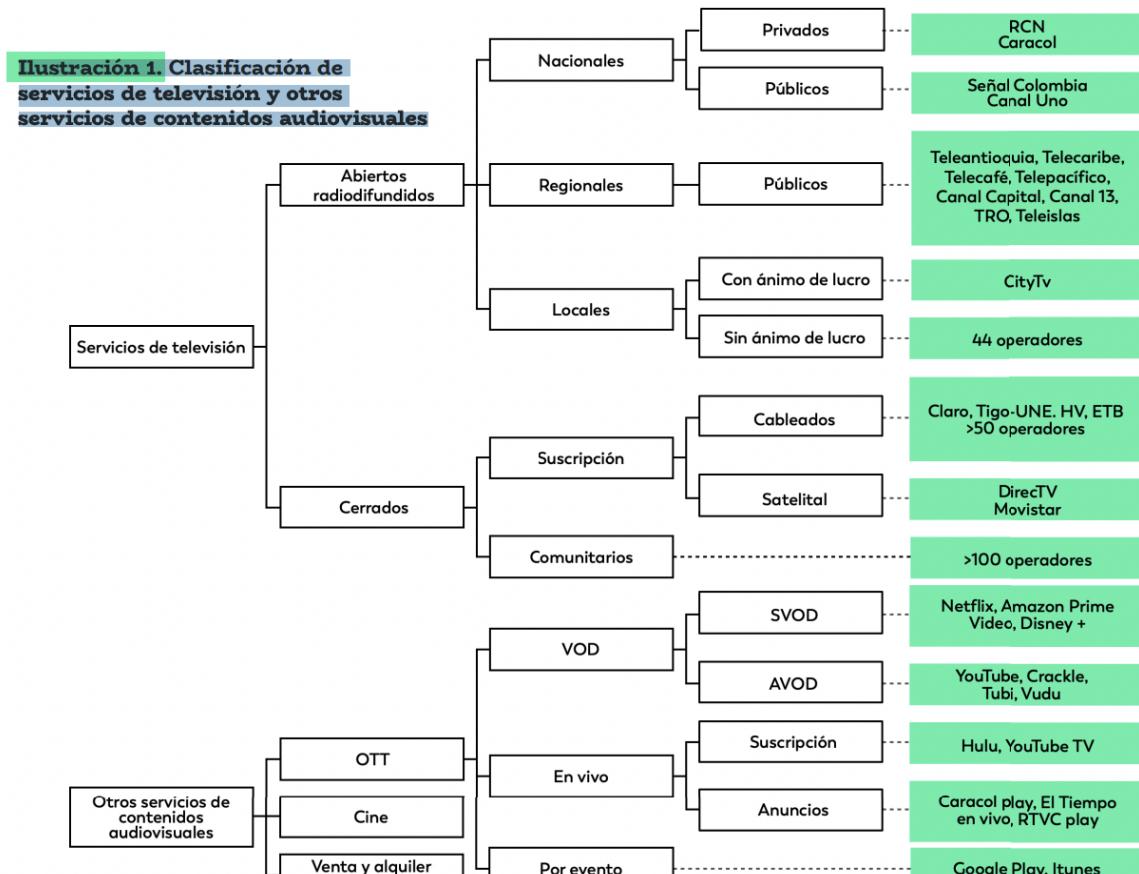
pr: Preliminar

	<b>ESTUDIOS PREVIOS</b>	<b>CÓDIGO: AGJC-CN-FT-001</b> <b>VERSIÓN: 16</b> <b>FECHA DE APROBACIÓN:</b> <b>19/09/2022</b> <b>RESPONSABLE: CONTRATACIÓN</b>	 <b>ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.</b>
---	-------------------------	---	---

28

## SECTOR AUDIOVISUAL EN COLOMBIA

En Colombia el sector audiovisual se clasifica en servicios de televisión abierta y cerrada como también servicios de contenidos en otras plataformas:



Para el caso del servicio de televisión abierta radiodifundida, esta puede ser prestada por actores privados o públicos. Se caracterizan porque su principal fuente de ingresos es la publicidad o los recursos de financiación de la TV pública. Para el caso de la televisión cerrada, el contenido puede ser difundido por operadores con un interés comunitario y asociativo (comunitarios) o para usuarios autorizados para su recepción (suscripción). Respecto de los otros servicios de contenidos audiovisuales, es importante señalar que, los servicios de video por demanda no se constituyen en servicios de televisión de acuerdo con la clasificación legal y pueden ser de diversos tipos: por suscripción, pago por evento o de acceso gratuito.

En materia legal, la Ley 182 de 1995 clasificó el servicio público de televisión como aquella que puede prestarse a través del espectro (televisión abierta radiodifundida), o a través de medios cerrados (suscripción o comunitarios). En esta última clasificación entran tanto los operadores de cable, como

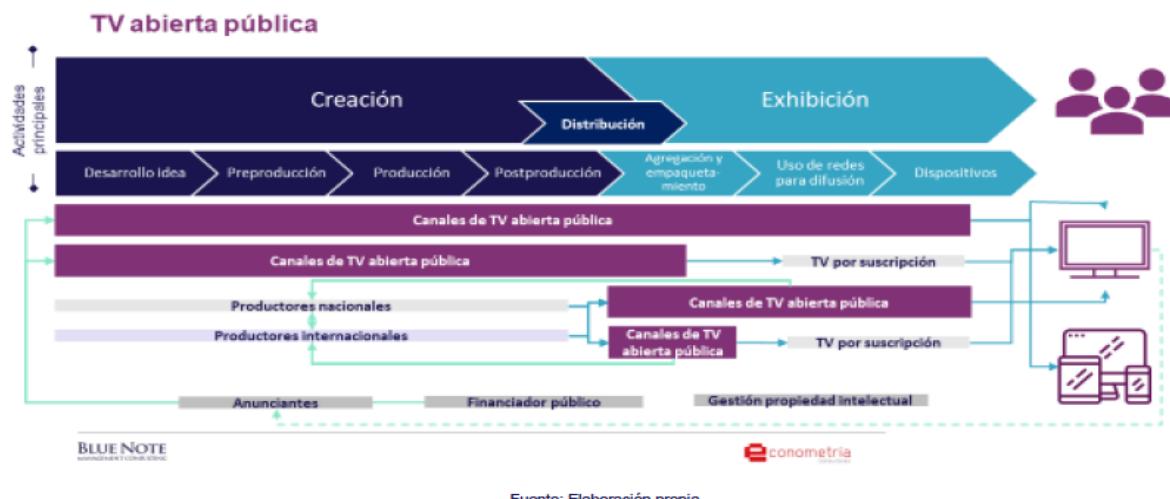
 SISTEMAS DE COMUNICACIÓN PÚBLICA	<b>ESTUDIOS PREVIOS</b>	<b>CÓDIGO: AGJC-CN-FT-001</b> <b>VERSIÓN: 16</b> <b>FECHA DE APROBACIÓN:</b> <b>19/09/2022</b> <b>RESPONSABLE: CONTRATACIÓN</b>	 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.
---	-------------------------	---	---

29

satelitales e IPTV. Bajo esta modalidad de provisión de servicios de comunicación audiovisual, los operadores se financian principalmente con el pago (la “suscripción”) que realizan los usuarios del servicio.<sup>17</sup>

## MODELO DE NEGOCIO TELEVISIÓN PÚBLICA<sup>18</sup>

De acuerdo con el estudio los operadores de televisión abierta pública pueden integrarse a lo largo de toda la cadena de valor, tanto en las fases de creación como de exhibición, aunque es más frecuente que tercerizan la producción de contenido para su posterior exhibición. La exhibición puede ser realizada por ellos directamente a través de la red de televisión abierta radiodifundida o a través de plataformas alternativas como los operadores de televisión por suscripción o incluso a través de OTT propios. A diferencia de la televisión abierta privada, su principal fuente de recursos no es la pauta sino las transferencias que provienen del financiador público, el MinTIC en la actualidad, que a su vez son alimentadas por los operadores de televisión abierta privada y los operadores de televisión cerrada. La siguiente ilustración resume los diferentes modelos de negocio en los que puede participar este tipo de agentes.



## FORTALECIMIENTO DE LA TELEVISIÓN PÚBLICA Y REGIONAL

Durante este gobierno se realizó la inversión más alta en la historia de la TV pública colombiana y la industria audiovisual, con cerca de 1.2 billones de pesos para modernizar la infraestructura, fortalecer los contenidos, capacitar al recurso humano de la industria audiovisual y apoyar los canales públicos nacional (RTVC) y regionales. De este monto a través de distintas convocatorias audiovisuales se han entregado durante los años 2020, 2021 y 2022 cerca de \$88.000 millones para la producción de 1.500 proyectos audiovisuales.<sup>19</sup>

Gracias a estas inversiones se han beneficiado productoras nacionales Mipymes, operadores del servicio

<sup>17</sup> Estudio sobre la industria de contenidos audiovisuales y pluralismo informativo en Colombia abril 2021 - Comisión de regulación de Comunicaciones

<sup>18</sup> Estudio de la Industria de Contenidos Audiovisuales en Colombia - CRC Diciembre 2020

<sup>19</sup> [https://mintic.gov.co/micrositios/rendicion-cuentas/2022/808/articles-209017\\_recurso\\_4.pdf](https://mintic.gov.co/micrositios/rendicion-cuentas/2022/808/articles-209017_recurso_4.pdf)

 Capital SISTEMA DE COMUNICACIÓN PÚBLICA	<b>ESTUDIOS PREVIOS</b>	<b>CÓDIGO: AGJC-CN-FT-001</b> <b>VERSIÓN: 16</b> <b>FECHA DE APROBACIÓN:</b> <b>19/09/2022</b> <b>RESPONSABLE: CONTRATACIÓN</b>	 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.
---	-------------------------	---	---

30

de televisión locales y comunitarios, trabajadores de la industria, algunos pertenecientes a grupos NARP, comunidades indígenas y jóvenes entre 18 y 28 años con o sin experiencia en el sector audiovisual.<sup>20</sup>

Por otra parte en el año 2022, se realizó la XIII edición del BAM Bogotá Audiovisual Market, que sigue consolidándose como la plataforma de negocios más importante de la industria audiovisual colombiana y le sigue apostando al fortalecimiento de la industria audiovisual que ha mostrado un crecimiento significativo en los últimos años; junto con Proimágenes Colombia y la Cámara de comercio de Bogotá.

Durante 6 días, los acreditados del BAM disfrutaron en espacios de networking, de charlas para la actualización en las últimas tendencias del audiovisual, de una agenda sobre los temas más relevantes de la televisión pública, la inclusión y las diversidades así como proyecciones de las películas colombianas, de ficción y documental, que comienzan su camino hacia su estreno internacional.

Después de dos años de explorar otros formatos y de adaptarse a la virtualidad, el BAM regresó a sus sedes tradicionales de industria, de experiencia y de proyecciones, para hacer confluir la creatividad, los talentos, las empresas y los proyectos. Asimismo, el mercado rescató el componente virtual.

En esta ocasión participaron 16 invitados y 128 compradores de 18 países Argentina, Brasil, Cuba, Canadá, Chile, Colombia, Costa Rica, España, Francia, Alemania, Holanda, Italia, México, Perú, Sudáfrica, Reino Unido, Uruguay y Estados Unidos, en total, se agendaron más de 2.000 citas de negocios, dentro de las cuales 350 fueron agendadas por parte de la organización de los proyectos seleccionados por convocatoria. En estos encuentros se crearon lazos que contribuirán al crecimiento de los talentos y de la industria audiovisual colombiana.<sup>21 22</sup>

De acuerdo a estos lineamientos, las cifras de inversión adjudicadas por Capital Sistema de Comunicación Pública a convocatorias públicas durante los años 2021, 2022 y 2023 han sido las siguientes:

AÑO 2021	\$2.177.947.917
AÑO 2022	\$3.574.941.211
ESTIMADO AÑO 2023	\$1.475.499.999

Es así que estos recursos del FUTIC han permitido que canales regionales como Teleantioquia, Telepacífico, TeleIslas, Telecaribe, Telecafé, Canal Trece, Canal TRO, Canal Capital puedan realizar procesos de selección competitivos que permiten a través de diferentes modalidades de contratación tales como contratación por encargo, administraciones delegadas, coproducciones o producción propia, producir contenidos para sus parrillas, encaminadas a cumplir con los objetivos y necesidades de cada

<sup>20</sup>

<https://mintic.gov.co/portal/ultimo/Sala-de-prensa/Noticias/238072:Ministerio-TIC-cumplio-el-94-79-de-las-metas-para-el-sector-en-el-Plan-Naci>onal-de-Desarrollo-Pacto-por-Colombia-Pacto-por-la-Equidad

<sup>21</sup> <https://drive.google.com/file/d/15xsWdr3-fbdn0VKdzX7L96VaC0oZQgl3/view>

<sup>22</sup> <https://bogotamarket.com/prensa>

 <b>Capital</b> <small>SISTEMAS DE COMUNICACIÓN PÚBLICA</small>	<b>ESTUDIOS PREVIOS</b>	<b>CÓDIGO: AGJC-CN-FT-001</b>	 <b>ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.</b>
		<b>VERSIÓN: 16</b>	
		<b>FECHA DE APROBACIÓN:</b>	
		<b>19/09/2022</b>	

31

uno de los canales regionales.<sup>23</sup>

**c) Aspecto técnico.**

En virtud de lo anterior, buscamos el diseño, producción y postproducción de proyectos temáticos en formatos audiovisuales innovadores para múltiples plataformas que exploren en las temáticas mencionadas y aprovechen diversas formas y dispositivos de narración disponibles.

Esta convocatoria pretende fomentar el desarrollo del sector audiovisual bogotano mediante la producción de los siguientes proyectos:

PROYECTO	Nº DE CAPÍTULOS	DURACIÓN	VALOR TOTAL (Incluido IVA)	PLAZO DE EJECUCIÓN	PÚBLICO OBJETIVO
1. ROMPER ESTEREOTIPOS	7	10 minutos	\$ 491.833.333	4,5 meses	Infantil 7 a 12
2. ROMPIENDO MOLDES.	7	10 minutos	\$ 491.833.333	4,5 meses	Adolescente 13 a 16
3. FEMINISMOS Y NUEVAS MASCULINIDADES	7	10 minutos	\$ 491.833.333	4,5 meses	Adolescente 13 a 16

Si bien el contrato se suscribe en la ciudad de Bogotá DC, la ejecución de este podrá desarrollarse en cualquier parte del territorio nacional o internacional. Para todos los efectos legales, el domicilio contractual es Bogotá DC.

**d) Aspecto legal.**

**NORMATIVA APLICABLE 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, así como el Manual de Contratación del canal.

**NORMATIVA APLICABLE AL OBJETO DE LA CONTRATACIÓN.** Los contratos de producción por encargo son acuerdos en los que se pacta, a cambio de una remuneración, la realización o elaboración y, entrega de una obra (material o intelectual) -en este caso se trata de obras audiovisuales-, por parte de un contratista (autor, productor, encargado), en los términos y condiciones previamente definidos y señalados por el contratante (encargante). Se identifica que esta clase de servicios son contratados por empresas del sector tanto a nivel público, como privado en la modalidad de producción por encargo, para desarrollar las actividades anteriormente expuestas y entregar contenidos de alta calidad.

<sup>23</sup> [https://www.mintic.gov.co/portal/715/articles-162259\\_informe\\_rendicion\\_cuentas\\_mintic\\_2021.pdf](https://www.mintic.gov.co/portal/715/articles-162259_informe_rendicion_cuentas_mintic_2021.pdf)

 <b>Capital</b> <small>SISTEMA DE COMUNICACIÓN PÚBLICA</small>	<b>ESTUDIOS PREVIOS</b>	<b>CÓDIGO: AGJC-CN-FT-001</b> <b>VERSIÓN: 16</b> <b>FECHA DE APROBACIÓN:</b> <b>19/09/2022</b> <b>RESPONSABLE: CONTRATACIÓN</b>	 <b>ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.</b>
---	-------------------------	---	---

32

Adicional a ello, se tiene que de acuerdo con el manual de contratación de esta entidad, la producción por encargo procede para contratar la prestación de servicios de producción para la realización de un proyecto específico a través del cual, CANAL CAPITAL aporta la totalidad de los recursos económicos para la realización de una propuesta propia o ajena y su ejecución, de acuerdo con el cronograma establecido para el proyecto en particular.

#### **NORMATIVA APPLICABLE A LA CONTRATACIÓN.**

La Decisión Andina 351 de 1993 de la Comunidad Andina de Naciones, la Ley 23 de 1982, la Ley 44 de 1993 y demás normas concordantes en materia de derecho de autor y derechos conexos.

#### **e) Análisis de la demanda:**

En los últimos años CAPITAL ha realizado convocatorias públicas para la producción por encargo de los proyectos diseñados desde la línea de Ciudadanía Cultura y Educación, siguiendo las especificaciones técnicas de cada uno de los contenidos en su: Formato, género, número de capítulos, duración y valor a contratar.

Por medio de esta modalidad, se han convocado a las empresas del sector audiovisual a participar y tras el proceso de evaluación se adjudican los proyectos para la prestación del servicio, garantizando la transparencia y variedad de oferentes para cada uno de los procesos llevados a cabo.

Durante los años 2020, 2021 y 2022, se han celebrado diecinueve (19) contratos de producción por encargo, que han permitido a CAPITAL cumplir con sus objetivos relacionados a los contenidos de su programación.

CONVOCATORIA PÚBLICA	PROYECTOS DE PROYECTOS DE PRODUCCIÓN POR ENCARGO
<b>CP 01 - 2020</b>	<b>6</b>
<b>CP 02 - 2020</b>	<b>2</b>
<b>CP 03 - 2020</b>	<b>2</b>
<b>CP 02 - 2021</b>	<b>4</b>
<b>CP 02 - 2022</b>	<b>5</b>
<b>5 CONVOCATORIAS PÚBLICAS</b>	<b>19</b>

 <b>Capital</b> <small>SISTEMAS DE INFORMACIÓN PÚBLICA</small>	<b>ESTUDIOS PREVIOS</b>	<b>CÓDIGO: AGJC-CN-FT-001</b> <b>VERSIÓN: 16</b> <b>FECHA DE APROBACIÓN:</b> <b>19/09/2022</b> <b>RESPONSABLE: CONTRATACIÓN</b>	 <b>ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.</b>
---	-------------------------	---	---

33

Acorde con la política de desembolsos de MinTIC en sus convocatorias de Abre Cámara<sup>24</sup> donde plantean modelos de producción similares, ejecutados en tiempos semejantes, Capital ha determinado históricamente los flujos de pago en porcentajes consistentes con estas prácticas del mercado con el fin de alcanzar los objetivos fijados para cada proyecto. Por lo tanto se determina un modelo de desembolsos distribuido en cuatro (4) pagos correspondientes al 40%, 30%, 20% y 10% teniendo en cuenta las etapas de preproducción, producción y postproducción de las producciones audiovisuales según cada formato. Los desembolsos descritos son proyectados, teniendo en cuenta las dinámicas de la industria audiovisual, el cronograma para una producción de 4 meses y 15 días, donde se proyecta un mes de desarrollo e inicio de la pre-producción, finalizar la etapa de preproducción y producción a más tardar el tercer mes de ejecución y los últimos dos meses de post-producción, recepción y revisión de entregables.

### **3. VALOR ESTIMADO DEL CONTRATO Y LA JUSTIFICACIÓN DEL MISMO (Numeral 3.1.7. del Manual de Contratación)**

Para esta convocatoria pública, se establece un presupuesto de hasta **MIL CUATROCIENTOS SETENTA Y CINCO MILLONES QUINIENTOS MIL PESOS M/CTE (\$1.475.500.000)** incluido IVA y todos los impuestos a que haya lugar, discriminados de la siguiente manera:

PROYECTO	VALOR TOTAL (Incluido IVA)
1. ROMPER ESTEREOTIPOS.	\$ 491.833.333
2. ROMPIENDO MOLDES.	\$ 491.833.333
3. FEMINISMOS Y NUEVAS MASCULINIDADES.	\$ 491.833.333

#### **a) Solicitud de cotizaciones**

N/A

#### **b) Consulta de bases de datos especializadas**

N/A

#### **c) Análisis de consumos y precios históricos**

El valor estimado para cada proyecto proviene del presupuesto proyectado por el equipo técnico de CAPITAL y cuenta con la revisión y aprobación de MINTIC formalizado mediante resolución 00016 de 2023 del Fondo Único de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones. El estudio de mercado está soportado en el análisis de precios históricos realizado por el área técnica (Dirección Operativa), que

<sup>24</sup> <https://www.mintic.gov.co/micrositios/convocatorias/2023/820/w3-channel.html>

	<b>ESTUDIOS PREVIOS</b>	<b>CÓDIGO: AGJC-CN-FT-001</b>	 <b>ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.</b>
		<b>VERSIÓN: 16</b>	
		<b>FECHA DE APROBACIÓN: 19/09/2022</b>	
		<b>RESPONSABLE: CONTRATACIÓN</b>	

34

permite la comparación de valores de proyectos audiovisuales con similares condiciones de producción, ejecutados a través de los canales públicos regionales y nacionales. Adicionalmente, para hacerlos comparables en términos de medida, se establece un rango del valor del minuto audiovisual de series similares, según su género, se aplica la fórmula de media aritmética simple, lo que nos deja una cifra de referencia, que permite análisis y comparación frente a los valores por minuto de cada uno de los proyectos objeto de esta convocatoria. Es importante tener en cuenta que un proyecto nunca es igual a otro, por lo cual en cada análisis de precios históricos se busca encontrar la mayor cantidad de rasgos distintivos afines entre varios proyectos y el que vamos a producir para encontrar el promedio.

Con el fin de establecer que el presupuesto fijado para el proyecto audiovisual - serie temática de no ficción con componente motion graphics/animado **ROMPIENDO ESTEREOTIPOS, ROMPIENDO MOLDES** y **FEMINISMOS Y NUEVAS MASCULINIDADES**, o como llegare a denominarse, propuesto para la línea de Ciudadanía, Cultura y Educación se encuentre dentro de los precios del mercado, se presentan los siguientes referentes:

ANÁLISIS DE PRECIOS HISTÓRICOS SERIE DE NO FICCIÓN CON COMPONENTE MOTION GRAPHICS/ANIMADO									
Nombre del Proyecto	Operador	Año	Capítulos	Duración Minutos	Total de Minutos Contenido	Vr Total	Vr capítulo	Vr minuto	Vr minuto 2023
PLAN PERFECTO	Capital	2,017	15	3	45	247,607,470	16,507,165	5,502,388	7,440,310
GENIALES	Capital	2,020	10	7	70	422,228,100	42,222,810	6,031,830	7,200,299
ANIMALXS	Capital	2,021	13	4	52	260,000,000	20,000,000	5,000,000	5,978,092
CONSTITUCIÓN 1991	Señal Colombia	2,021	1	145	145	1,001,397,500	1,001,397,500	6,906,190	8,244,038
PROMEDIO VALOR MINUTO - SERIE NO FICCIÓN CON COMPONENTE MOTION GRAPHICS/ANIMADO - TV PÚBLICA								7,215,685	

El estudio de mercado realizado tuvo en cuenta la proyección del valor minuto de cuatro (4) producciones realizadas dentro de los últimos 6 años, de no ficción con componente motion graphics/animado, cuyo promedio del valor minuto es \$7.215.685.

En ese orden se procede al análisis mencionado anteriormente, teniendo en cuenta los presupuestos totales por proyecto asignados por MinTIC para la presente convocatoria (\$491.833.333) divididos en la cantidad de minutos totales (70) de cada uno, lo que nos arroja que en los proyectos a realizar, el valor minuto determinado es de \$7.026.190, valor que efectivamente se ubica dentro de los precios del mercado.

**NOTA: El valor costo de producción por minuto fue actualizado para cada caso, con el IPC desde el año de producción hasta el año 2023.**

**d) Por determinación de los precios pactados por otras entidades oficiales para los mismos bienes o servicios**

N/A

**e) Contratación directa**

 <b>Capital</b> <small>SISTEMA DE INFORMACIÓN PÚBLICA</small>	<b>ESTUDIOS PREVIOS</b>	<b>CÓDIGO: AGJC-CN-FT-001</b> <b>VERSIÓN: 16</b> <b>FECHA DE APROBACIÓN:</b> <b>19/09/2022</b> <b>RESPONSABLE: CONTRATACIÓN</b>	 <b>ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.</b>
--	-------------------------	---	---

35

N/A

**f) Oferta para la prestación de servicios profesionales y/o de apoyo a la gestión**

N/A

**g) Valor estimado en los contratos tipo bolsa**

N/A

**4. OBJETO A CONTRATAR Y ESPECIFICACIONES (Numeral 3.1.8. del Manual de Contratación)**

**4.1. OBJETO**

Contratar bajo la modalidad de producción por encargo, el diseño, preproducción, producción y posproducción para los proyectos audiovisuales ROMPER ESTEREOTIPOS, ROMPIENDO MOLDES, FEMINISMOS Y NUEVAS MASCULINIDADES o cómo llegaren a denominarse, propuestos para la línea de Ciudadanía, Cultura y Educación, en cumplimiento de los objetivos y gestión de Canal Capital en el marco de la Resolución 00016 del 20 de enero de 2023 del Fondo Único de las Tecnologías de la Información (FUTIC).

**4.2. ALCANCE**

El presente proceso de contratación contempla la realización de tres (3) proyectos cuya finalidad será la de realizar el diseño, preproducción, producción y posproducción de tres (3) series, ROMPER ESTEREOTIPOS, ROMPIENDO MOLDES, FEMINISMOS Y NUEVAS MASCULINIDADES teniendo en cuenta que se seleccionará una (1) propuesta por cada serie o proyecto, con un contratista diferente cada una, como resultado de evaluaciones específicas de acuerdo con cada objeto, valor, plazo, requerimientos narrativos y de producción en cada caso.

Ningún proponente podrá aspirar a más de uno de los proyectos descritos en la presente convocatoria, por lo que deberá especificar en su propuesta, el objeto del proyecto en el que participa.

**4.3. DEFINICIÓN DE LOS BIENES O SERVICIOS A CONTRATAR CONFORME AL CLASIFICADOR DE BIENES Y SERVICIOS UNSPSC**

CLASIFICACIÓN UNSPSC	SEGMENTO	FAMILIA	CLASE	PRODUCTO
Servicios relacionados con la televisión	83000000	83120000	83121700	83121701
Servicios audiovisuales	80000000	80160000	80161500	80161507

 <b>Capital</b> <small>SISTEMA DE COMUNICACIÓN PÚBLICA</small>	<b>ESTUDIOS PREVIOS</b>	<b>CÓDIGO: AGJC-CN-FT-001</b> <b>VERSIÓN: 16</b> <b>FECHA DE APROBACIÓN:</b> <b>19/09/2022</b> <b>RESPONSABLE: CONTRATACIÓN</b>	 <b>ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.</b>
---	-------------------------	---	---

36

## 5. PLAZO DE EJECUCIÓN (Numeral 3.1.9. del Manual de Contratación)

El plazo de ejecución del contrato será de **cuatro (4) meses y quince (15) días** contados a partir del cumplimiento de los requisitos de perfeccionamiento y ejecución del contrato. No podrá superar el 30 de noviembre de 2022.

## 6. VALOR Y FORMA DE PAGO (Numeral 3.1.10 del Manual de Contratación)

El valor del presupuesto oficial destinado para los tres (3) proyectos, objeto del presente proceso de contratación es de hasta **MIL CUATROCIENTOS SETENTA Y CINCO MILLONES QUINIENTOS MIL PESOS M/CTE (\$1.475.500.000)** incluido IVA y todos los impuestos a que haya lugar, discriminados de la siguiente manera:

PROYECTO	VALOR TOTAL (Incluido IVA)
1. ROMPER ESTEREOTIPOS.	\$ 491.833.333
2. ROMPIENDO MOLDES.	\$ 491.833.333
3. FEMINISMOS Y NUEVAS MASCULINIDADES.	\$ 491.833.333

Esta contratación se encuentra contemplada en el plan anual de adquisición realizado para el año 2023 soportada para tal fin con Certificados de Disponibilidad Presupuestal Nos. 924, 925, 926 del 04 de abril de 2023, con rubro: 423011605560000007505.

Canal Capital se compromete a cancelar el valor antes mencionado de la siguiente manera:

### a. ROMPER ESTEREOTIPOS.

**PRIMER PAGO:** Cuarenta por ciento (40%) del valor total del contrato IVA incluido, contra entrega de los siguientes documentos aprobados por CAPITAL:

- Formulación creativa y operativa ajustadas.
- Estrategia de producción ajustada.
- Directorio equipo humano.
- Hojas de vida de los líderes del equipo humano.
- Fichas de investigación de los capítulos uno (1) al tres (3).
- Guion del capítulo uno (1).
- Propuesta de paquete gráfico.
- Propuesta de música original.
- Propuesta de animación/Motion graphics.
- Propuesta de casting locutor.

 <b>Capital</b> <small>SISTEMAS DE COMUNICACIÓN PÚBLICA</small>	<b>ESTUDIOS PREVIOS</b>	<b>CÓDIGO: AGJC-CN-FT-001</b> <b>VERSIÓN: 16</b> <b>FECHA DE APROBACIÓN:</b> <b>19/09/2022</b> <b>RESPONSABLE: CONTRATACIÓN</b>	 <b>ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.</b>
--	-------------------------	---	---

37

**SEGUNDO PAGO:** Treinta por ciento (30%) del valor total del contrato IVA incluido, contra entrega de los siguientes documentos aprobados por CAPITAL:

- Fichas de investigación de los capítulos cuatro (4) al siete (7).
- Guiones de los capítulos dos (2) al siete (7) .
- Primer corte del capítulo uno (1).
- Propuesta piezas convergentes de la serie.

**TERCER PAGO:** Veinte por ciento (20%) del valor total del contrato IVA incluido, contra entrega de los siguientes documentos aprobados por CAPITAL:

- Corte final de los capítulos uno (1) al cuatro (4).
- Cabezote y paquete gráfico de la serie.
- Música de la serie.
- Másteres de los capítulos uno (1) y dos (2) con sus respectivos entregables.

**CUARTO PAGO:** Diez por ciento (10%) del valor total del contrato IVA incluido, contra entrega de los siguientes documentos aprobados por CAPITAL:

- Corte final de los capítulos cinco (5) al siete (7).
- Másteres de los capítulos tres (3) al siete (7) con sus respectivos entregables.
- Insumos y contenidos convergentes de acuerdo con el apartado de convergencia.
- Entregables finales de la serie acordados con CAPITAL.

NÚMERO DE PAGO	PORCENTAJE	VALOR EN PESOS
PRIMER PAGO	40%	\$ 196.733.333 (Ciento noventa y seis millones setecientos treinta y tres mil trescientos treinta y tres pesos) incluye IVA y todos los demás impuestos a los que haya lugar.
SEGUNDO PAGO	30%	\$ 147.550.000

 <b>Capital</b> <small>SISTEMAS DE COMUNICACIÓN PÚBLICA</small>	<b>ESTUDIOS PREVIOS</b>	<b>CÓDIGO: AGJC-CN-FT-001</b> <b>VERSIÓN: 16</b> <b>FECHA DE APROBACIÓN:</b> <b>19/09/2022</b> <b>RESPONSABLE: CONTRATACIÓN</b>	 <b>ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.</b>
--	-------------------------	---	---

38

		(Ciento cuarenta y siete millones quinientos cincuenta mil pesos) incluye IVA y todos los demás impuestos a los que haya lugar.
<b>TERCER PAGO</b>	20%	\$ 98.366.666 (Noventa y ocho millones trescientos sesenta y seis mil seiscientos sesenta y seis pesos) incluye IVA y todos los demás impuestos a los que haya a lugar.
<b>CUARTO PAGO</b>	10%	\$49.183.333 (Cuarenta y nueve millones ciento ochenta y tres mil trescientos treinta y tres pesos) incluye IVA y todos los demás impuestos a los que haya lugar.

### **b. ROMPIENDO MOLDES.**

**PRIMER PAGO:** Cuarenta por ciento (40%) del valor total del contrato IVA incluido, contra entrega de los siguientes documentos aprobados por CAPITAL:

- Formulación creativa y operativa ajustadas.
- Estrategia de producción ajustada.
- Directorio equipo humano.
- Hojas de vida de los líderes del equipo humano.
- Fichas de investigación de los capítulos uno (1) al tres (3).
- Guion del capítulo uno (1).
- Propuesta de paquete gráfico.
- Propuesta de música original.
- Propuesta de animación/Motion graphics.
- Propuesta de casting personaje ancla/Tiktoker.

 <b>Capital</b> <small>SISTEMAS DE COMUNICACIÓN PÚBLICA</small>	<b>ESTUDIOS PREVIOS</b>	<b>CÓDIGO: AGJC-CN-FT-001</b> <b>VERSIÓN: 16</b> <b>FECHA DE APROBACIÓN:</b> <b>19/09/2022</b> <b>RESPONSABLE: CONTRATACIÓN</b>	 <b>ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.</b>
--	-------------------------	---	---

39

**SEGUNDO PAGO:** Treinta por ciento (30%) del valor total del contrato IVA incluido, contra entrega de los siguientes documentos aprobados por CAPITAL:

- Fichas de investigación de los capítulos cuatro (4) al siete (7).
- Guiones de los capítulos dos (2) al siete (7) .
- Primer corte del capítulo uno (1).
- Propuesta piezas convergentes de la serie.

**TERCER PAGO:** Veinte por ciento (20%) del valor total del contrato IVA incluido, contra entrega de los siguientes documentos aprobados por CAPITAL:

- Corte final de los capítulos uno (1) al cuatro (4).
- Cabezote y paquete gráfico de la serie.
- Música de la serie.
- Másteres de los capítulos uno (1) y dos (2) con sus respectivos entregables.

**CUARTO PAGO:** Diez por ciento (10%) del valor total del contrato IVA incluido, contra entrega de los siguientes documentos aprobados por CAPITAL:

- Corte final de los capítulos cinco (5) al siete (7).
- Másteres de los capítulos tres (3) al siete (7) con sus respectivos entregables.
- Insumos y contenidos convergentes de acuerdo con el apartado de convergencia.
- Entregables finales de la serie acordados con CAPITAL.

NÚMERO DE PAGO	PORCENTAJE	VALOR EN PESOS
PRIMER PAGO	40%	\$ 196.733.333 (Ciento noventa y seis millones setecientos treinta y tres mil trescientos treinta y tres pesos) incluye IVA y todos los demás impuestos a los que haya lugar.
SEGUNDO PAGO	30%	\$ 147.550.000

 <b>Capital</b> <small>SISTEMAS DE COMUNICACIÓN PÚBLICA</small>	<b>ESTUDIOS PREVIOS</b>	<b>CÓDIGO: AGJC-CN-FT-001</b>	 <b>ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.</b>
		<b>VERSIÓN: 16</b>	
		<b>FECHA DE APROBACIÓN: 19/09/2022</b>	
		<b>RESPONSABLE: CONTRATACIÓN</b>	

40

		(Ciento cuarenta y siete millones quinientos cincuenta mil pesos) incluye IVA y todos los demás impuestos a los que haya lugar.
TERCER PAGO	20%	\$ 98.366.666  (Noventa y ocho millones trescientos sesenta y seis mil seiscientos sesenta y seis pesos) incluye IVA y todos los demás impuestos a los que haya lugar.
CUARTO PAGO	10%	\$49.183.333  (Cuarenta y nueve millones ciento ochenta y tres mil trescientos treinta y tres pesos) incluye IVA y todos los demás impuestos a los que haya lugar.

### **c. FEMINISMOS Y NUEVAS MASCULINIDADES**

**PRIMER PAGO:** Cuarenta por ciento (40%) del valor total del contrato IVA incluido, contra entrega de los siguientes documentos aprobados por CAPITAL:

- Formulación creativa y operativa ajustadas.
- Estrategia de producción ajustada.
- Directorio equipo humano.
- Hojas de vida de los líderes del equipo humano.
- Fichas de investigación de los capítulos uno (1) al tres (3).
- Guion del capítulo uno (1).
- Propuesta de paquete gráfico.

 <b>Capital</b> <small>SISTEMAS DE COMUNICACIÓN PÚBLICA</small>	<b>ESTUDIOS PREVIOS</b>	<b>CÓDIGO: AGJC-CN-FT-001</b> <b>VERSIÓN: 16</b> <b>FECHA DE APROBACIÓN:</b> <b>19/09/2022</b> <b>RESPONSABLE: CONTRATACIÓN</b>	 <b>ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.</b>
--	-------------------------	---	---

41

- Propuesta de música original.
- Propuesta de animación/Motion graphics.
- Propuesta de casting presentadores.

**SEGUNDO PAGO:** Treinta por ciento (30%) del valor total del contrato IVA incluido, contra entrega de los siguientes documentos aprobados por CAPITAL:

- Fichas de investigación de los capítulos cuatro (4) al siete (7).
- Guiones de los capítulos dos (2) al siete (7) .
- Primer corte del capítulo uno (1).
- Propuesta piezas convergentes de la serie.

**TERCER PAGO:** Veinte por ciento (20%) del valor total del contrato IVA incluido, contra entrega de los siguientes documentos aprobados por CAPITAL:

- Corte final de los capítulos uno (1) al cuatro (4).
- Cabezote y paquete gráfico de la serie.
- Música de la serie.
- Másteres de los capítulos uno (1) y dos (2) con sus respectivos entregables.

**CUARTO PAGO:** Diez por ciento (10%) del valor total del contrato IVA incluido, contra entrega de los siguientes documentos aprobados por CAPITAL:

- Corte final de los capítulos cinco (5) al siete (7).
- Másteres de los capítulos tres (3) al siete (7) con sus respectivos entregables.
- Insumos y contenidos convergentes de acuerdo con el apartado de convergencia.
- Entregables finales de la serie acordados con CAPITAL.

NÚMERO DE PAGO	PORCENTAJE	VALOR EN PESOS
PRIMER PAGO	40%	\$ 196.733.333 (Ciento noventa y seis millones setecientos treinta y tres mil trescientos treinta y tres pesos) incluye IVA y todos

 <b>Capital</b> <small>SISTEMA DE INFORMACIÓN PÚBLICA</small>	<b>ESTUDIOS PREVIOS</b>	<b>CÓDIGO: AGJC-CN-FT-001</b>	<b>VERSIÓN: 16</b>	<b>FECHA DE APROBACIÓN: 19/09/2022</b>	<b>RESPONSABLE: CONTRATACIÓN</b>	 <b>ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.</b>
--	-------------------------	-------------------------------	--------------------	--	----------------------------------	---

42

		los demás impuestos a los que haya lugar.
SEGUNDO PAGO	30%	\$ 147.550.000 (Ciento cuarenta y siete millones quinientos cincuenta mil pesos) incluye IVA y todos los demás impuestos a los que haya lugar.
TERCER PAGO	20%	\$ 98.366.666 (Noventa y ocho millones trescientos sesenta y seis mil seiscientos sesenta y seis pesos) incluye IVA y todos los demás impuestos a los que haya a lugar
CUARTO PAGO	10%	\$49.183.333 (Cuarenta y nueve millones ciento ochenta y tres mil trescientos treinta y tres pesos) incluye IVA y todos los demás impuestos a los que haya lugar.

## 7. LUGAR DE EJECUCIÓN

Si bien el contrato se suscribe en la ciudad de Bogotá D.C, la ejecución de este podrá desarrollarse en cualquier parte del territorio nacional o internacional. Para todos los efectos legales, el domicilio contractual es Bogotá D.C., Colombia.

 <b>Capital</b> <small>SISTEMAS DE COMUNICACIÓN PÚBLICA</small>	<b>ESTUDIOS PREVIOS</b>	<b>CÓDIGO: AGJC-CN-FT-001</b> <b>VERSIÓN: 16</b> <b>FECHA DE APROBACIÓN:</b> <b>19/09/2022</b> <b>RESPONSABLE: CONTRATACIÓN</b>	 <b>ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.</b>
--	-------------------------	---	---

43

## 8. OBLIGACIONES DEL CONTRATISTA

1. Cumplir con el cronograma de trabajo presentado para la ejecución de la propuesta en cada una de sus fases de preproducción, producción y postproducción.
2. Cumplir con los estándares técnicos y de calidad exigidos por Capital.
3. Realizar los ajustes necesarios al desarrollo creativo y operativo durante la ejecución del proyecto que se encuentren dentro del presupuesto establecido para este contrato, y debidamente validados por el supervisor.
4. Solicitar la aprobación de CAPITAL de cualquier cambio en el personal propuesto para la realización del proyecto. Para el efecto deberán presentarse los documentos que CAPITAL requiera para su validación por parte del supervisor.
5. Realizar los cambios de personal cuando CAPITAL lo solicite a través del supervisor del contrato, en caso de que se vea afectada la calidad de la producción por el desempeño particular de algún cargo.
6. Entregar a CAPITAL los másteres según estándares técnicos del canal y materiales complementarios como libro de producción de todos los contenidos vinculados a la propuesta y documentación de entrega final previamente acordada y de acuerdo con las directrices de los supervisores o de sus apoyos.
7. Asumir los costos y gastos indirectos inherentes al desarrollo del contrato para su correcta ejecución.
8. Entregar todos los productos convergentes, de carácter digital o multiplataforma, planteados en la propuesta creativa de acuerdo a los parámetros técnicos y de contenido previamente acordados con CAPITAL.
9. Atender las observaciones, solicitudes y sugerencias, así como aplicar los ajustes que señale CAPITAL a través de su supervisor o quien el canal delegue, durante la ejecución del presente contrato.
10. Asistir a las reuniones programadas referentes al desarrollo del proyecto.
11. Obtener las correspondientes cesiones de derechos patrimoniales en favor de Canal Capital de los contenidos originales que hacen parte de la producción. En general todos los temas relacionados con propiedad intelectual y usos de nombre e imagen deben estar totalmente resueltos para ser incluidos en la obra audiovisual, para su transmisión en CAPITAL, en todas sus plataformas, así como para difusión en redes sociales y cualquier otro medio de comunicación y su distribución a nivel nacional e internacional y sin límite de tiempo.
12. Obtener, previo a su utilización y en los casos en que amerite, por parte de los titulares de derechos de autor o conexos, propiedad intelectual, o de sus representantes, las autorizaciones, licencias y cesiones de posición contractual según corresponda (autorización de uso de imagen, locaciones, explotación de obras musicales, imágenes, libretos, fonogramas, obras fotográficas y audiovisuales,

 <b>Capital</b> <small>SISTEMAS DE COMUNICACIÓN PÚBLICA</small>	<b>ESTUDIOS PREVIOS</b>	<b>CÓDIGO: AGJC-CN-FT-001</b> <b>VERSIÓN: 16</b> <b>FECHA DE APROBACIÓN:</b> <b>19/09/2022</b> <b>RESPONSABLE: CONTRATACIÓN</b>	 <b>ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.</b>
--	-------------------------	---	---

44

voces, entrevistas, entre otros) y en general, cualquier creación protegida y pagar los derechos y tarifas que se causen para ser incluidos en la obra audiovisual, para su transmisión en CAPITAL y en todas sus plataformas, así como para difusión en redes sociales y cualquier otro medio de comunicación y su distribución a nivel nacional e internacional y sin límite de tiempo.

13. Obtener las autorizaciones correspondientes por el uso del espacio público si el proyecto lo requiere.
14. Reconocer que CAPITAL, a perpetuidad y sin ninguna limitación, es el titular de todos los derechos patrimoniales de autor y conexos sobre la obra audiovisual encargada y demás creaciones intelectuales derivadas del presente contrato.
15. Responder por cualquier reclamación o exigencia de pago que en materia de derechos de autor o conexos, propiedad intelectual, derecho de imagen, entre otros, efectúe un tercero, exonerando de responsabilidad a CAPITAL.
16. De conformidad con la ley 1581 del 2012 y demás normas concordantes o que llegaren a reemplazarla, EL CONTRATISTA se obliga a cumplir a cabalidad con todas las normas relacionadas con la protección y almacenamiento de datos personales. Así mismo autoriza a CAPITAL a hacer uso de dicha información y a almacenarla para los fines pertinentes del contrato.
17. Acatar los manuales, procedimientos, 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 y del objeto del contrato.
18. Para todos los efectos legales, el domicilio contractual es Bogotá, para lo cual deberá el contratista asumir los gastos de logística, traslado y demás que resulten necesarios.
19. Realizar las demás actividades que resulten necesarias y esenciales para el cumplimiento del objeto contractual.

#### **DERECHOS DE AUTOR Y CONEXOS**

De acuerdo con lo previsto en la Ley 23 de 1982, la Ley 1450 de 2011 y demás normas concordantes, por la naturaleza de un contrato de obra por encargo, se entiende que el CONTRATISTA cede en favor de CANAL CAPITAL a perpetuidad y sin ninguna limitación, la totalidad de los derechos patrimoniales de autor y conexos de las obras y demás creaciones derivadas o resultantes de este acuerdo de voluntades a partir de la fecha de suscripción del mismo, sin limitación territorial o de medios alguna. Por lo anterior, reconoce y acepta que CANAL CAPITAL es el dueño exclusivo de los derechos de todas las obras y contenidos que se generen en torno a la ejecución del objeto del contrato (documentos, grabaciones, archivos, material editado y sin editar y en general todo el material parcial o final que se genere), y en razón a ello, CANAL CAPITAL podrá efectuar las modificaciones o transformaciones que considere necesarias para el uso adecuado de las obras o creación intelectuales resultantes. En consecuencia, CANAL CAPITAL como titular de los derechos patrimoniales de autor y conexos del producto, podrá explotarlos directamente o a través de terceros, por cualquier medio inventado o por inventarse. Durante

 <b>Capital</b> <small>SISTEMA DE COMUNICACIÓN PÚBLICA</small>	<b>ESTUDIOS PREVIOS</b>	<b>CÓDIGO: AGJC-CN-FT-001</b> <b>VERSIÓN: 16</b> <b>FECHA DE APROBACIÓN:</b> <b>19/09/2022</b> <b>RESPONSABLE: CONTRATACIÓN</b>	 <b>ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.</b>
---	-------------------------	---	---

la ejecución del presente contrato, EL CONTRATISTA se obliga a respetar los derechos de autor y conexos de todos los contenidos u obras de propiedad de terceros que utilice para el cumplimiento de sus obligaciones con CANAL CAPITAL. La no observancia de esta obligación podrá ser considerada causal de terminación del contrato. Así mismo, EL CONTRATISTA se obliga a mantener a CANAL CAPITAL libre de toda reclamación o exigencia de pagos de terceros que tenga origen en las actuaciones del CONTRATISTA y defenderá a CANAL CAPITAL de cualquier pleito, queja o demanda y responsabilidad de cualquier naturaleza, incluyendo indemnizaciones, costos, gastos, honorarios de abogados y costas de procesos de cualquier índole por cualquier infracción a los derechos de autor y conexos. En caso de ser necesario y si la premura de los hechos obliga a CANAL CAPITAL a enfrentar cualquier tipo de reclamación o proceso, asumirá directamente el pago de indemnizaciones, costos, gastos, honorarios de abogados y costas procesales de cualquier índole, sin perjuicio de repetir contra el CONTRATISTA para recuperar cualquier valor en el que haya incurrido así como los daños y perjuicios generados, razón por la cual, EL CONTRATISTA autorizará a CANAL CAPITAL a realizar las deducciones a que haya lugar. En consecuencia, el CONTRATISTA sólo percibirá el valor pactado en el contrato, conservando los derechos morales de las obras resultantes. Adicionalmente, el CONTRATISTA cede expresamente a CANAL CAPITAL, el derecho de registrar el nombre o signos distintivos que se generen de la ejecución del contrato, en las clases que considere pertinentes y, por tal razón, se compromete a no solicitar el registro del nombre o signos distintivos de la producción, y en el evento en que lo hubiere hecho, se compromete a transferirlo a nombre de CANAL CAPITAL.

## 9. CONDICIONES TÉCNICAS EXIGIDAS

### A) Serie de no ficción ROMPER ESTEREOTIPOS.

**No. de capítulos:** Siete (7)

**Duración:** Diez (10) minutos cada uno.

**Género/Formato:** No Ficción - Híbrido.

**Formato técnico de realización:** FULL HD.

**Presupuesto:** Cuatrocientos noventa y un millones ochocientos treinta y tres mil trescientos treinta y tres pesos \$491.833.333 (IVA INCLUIDO).

**Plazo de ejecución:** Cuatro (4) meses y quince (15) días contados a partir del cumplimiento de los requisitos de perfeccionamiento y ejecución.

### Justificación:

Los estereotipos de género son ideas preconcebidas y generalizadas sobre las características, comportamientos, habilidades, intereses y roles que se supone deben tener los hombres y las mujeres en la sociedad, de manera diferenciada, como una expectativa que se deriva de su género.

Estas diferencias parten, en primera instancia, de las apreciaciones que se dan desde la biología, al entender que se presume existen para cada género. Así, desde campos como la neuropsicología se señala que: "...la organización funcional del cerebro y las capacidades mentales de hombres y mujeres presentan diferencias significativas (...) Las diferencias comprenden un amplio espectro, desde actos reflejos a comportamientos más complejos. La acción de las hormonas sexuales conforma redes neurales y procesos bioquímicos diferentes en los cerebros de hombres y mujeres, ya desde los primeros meses de vida intrauterina. Pero también las experiencias y aprendizajes en los contextos socioculturales conforma y

 <b>Capital</b> <small>SISTEMA DE COMUNICACIÓN PÚBLICA</small>	<b>ESTUDIOS PREVIOS</b>	<b>CÓDIGO: AGJC-CN-FT-001</b> <b>VERSIÓN: 16</b> <b>FECHA DE APROBACIÓN:</b> <b>19/09/2022</b> <b>RESPONSABLE: CONTRATACIÓN</b>	 <b>ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.</b>
---	-------------------------	---	---

46

organiza el cerebro de cada persona originando capacidades y comportamientos propios y diferenciales...”<sup>25</sup>.

Esta manera de caracterizar los roles que se espera cumplan las personas en razón a su género, simplifica la realidad porque se utiliza una misma imagen/idea/concepto para representar un conjunto, que dadas las diversas identidades humanas, es infinito. Los estereotipos de género se instalan en las personas a través de la repetición en las familias, en las escuelas, en los espacios públicos y en los medios de comunicación. Desde la infancia, los niños y niñas son expuestos a estereotipos que limitan su potencial y determinan sus roles y comportamientos en la sociedad, internalizando lo que se debe o no se debe, normalizando lo que se puede y lo que no y terminan por creer y actuar según esos parámetros.

De esta manera, representa una fuente de preocupación que se utilicen los datos encontrados en estudios de biología o neurociencia para perpetuar comprensiones sexistas acerca de las capacidades, habilidades y comportamientos de las infancias que pueden afectar negativamente su autoestima, su percepción de sí mismos y su capacidad para alcanzar sus metas y realizar sus sueños.

Eureka, la oferta de contenidos dirigida a niñas, niños y adolescentes de Capital Sistema de Comunicación Pública ha generado un espacio de participación y co creación de contenidos con las niñas, niños y adolescentes de la audiencia, nombrado por ellos mismos como Generación Eureka: un grupo de 17 niñas y niños de 7 hasta 16 años, con los que el equipo del canal busca crear contenidos y estrategias. A finales de 2021, en medio de encuentros y talleres, el grupo de consejeros aportó desde ideas de nuevas producciones para TV y digital, hasta creaciones sobre los temas que les interesan.

La presente ficha es resultado del trabajo y el interés mutuo de Capital y Generación eureka alrededor del tema de los estereotipos de género para sensibilizar, replantear paradigmas y movilizar a las audiencias para que juntos construyamos una ciudadanía participativa, comprometida y crítica.

#### **Objetivo:**

La infancia es un momento clave para desarrollar la identidad de una persona y forjar sus valores y actitudes. Es por eso que consideramos importante desarrollar una serie que desafíe los estereotipos de género y fomente una cultura de equidad. Que permita a los niños y niñas explorar y experimentar con diferentes roles, intereses y habilidades, dándoles la oportunidad de desarrollar una conciencia crítica sobre los estereotipos de género para aprender a cuestionarlos y desafiar los comportamientos y expectativas que limitan su potencial y libertad. La reflexión, la crítica y la movilización son el denominador común a una generación que está dispuesta a modificar creencias heredadas.

#### **Audiencia:**

Niñxs de 8 a 12 años.

<sup>25</sup> [https://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0211-57352003000200002](https://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0211-57352003000200002)

 <b>Capital</b> <small>SISTEMAS DE COMUNICACIÓN PÚBLICA</small>	<b>ESTUDIOS PREVIOS</b>	<b>CÓDIGO: AGJC-CN-FT-001</b> <b>VERSIÓN: 16</b> <b>FECHA DE APROBACIÓN:</b> <b>19/09/2022</b> <b>RESPONSABLE: CONTRATACIÓN</b>	 <b>ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.</b>
--	-------------------------	---	---

47

Durante esta etapa son especialmente sensibles a la influencia de sus pares, evalúan sus propias habilidades y tienden a compararlas con las de los demás y esta evaluación constante de su capacidad va nutriendo su sentido de identidad. Por eso es tan importante que entren en contacto con referentes inspiradores de su misma edad que les permitan derribar mitos alrededor de las diferencias entre los géneros, dándoles la oportunidad de desarrollar una conciencia crítica sobre los estereotipos, promoviendo la construcción de una sociedad más inclusiva y equitativa.

#### **Tema y enfoque:**

Los estereotipos de género desde una perspectiva cercana a lxs niñxs de 8 a 12 años que les permita derribar mitos alrededor de las diferencias innatas, biológicas, sociales y culturales entre los géneros y fomentar una cultura de equidad en la que todos los niños y niñas puedan ser libres de ser quienes son y alcanzar su máximo potencial, a través de la emoción, el conocimiento, la reflexión, la sensibilidad y la empatía.

Este proyecto hace parte del módulo de Ciudadanía, en la línea de género.

#### **Sinopsis:**

“Romper estereotipos” es una serie con y para chicxs de 8 a 12 años que; en 7 capítulos de 10 minutos, mezcla motion graphics y documental, para deconstruir estereotipos de género alrededor de temas como: sexo y género, neurosexismo, diferencias genéticas y roles de género, estereotipos de género en el juego, la moda, la gestión de las emociones, los deportes, la educación, la vocación y afinidad con profesiones, el acceso a la ciencia y la tecnología.

A continuación se ofrece un modelo de estructura que puede variar de acuerdo con la propuesta creativa y el modelo de producción de cada proponente, sin embargo, es importante que se tenga en cuenta que en la propuesta convivan los diferentes elementos aquí planteados: experimentos sociales con la participación de diferentes niñxs de las edades de la audiencia objetivo, uso de motion graphics en **al menos 2 minutos** de cada capítulo, narrador para contextualizar los estereotipos y articular las diferentes secciones y perfil de un niñx que con su experiencia de vida rompe los estereotipos.

**INTRO - EL EXPERIMENTO SOCIAL:** Como una manera de generar expectativa sobre el tema de cada capítulo, un grupo de niñxs participarán en un experimento social en el que se registrarán sus reacciones, opiniones e impresiones sobre elementos relacionados usualmente con los estereotipos de género (por ejemplo: un unboxing de juguetes, donde a los niños se les dan muñecas y a las niñas carros y se les pide que jueguen y den sus opiniones sobre el juguete que destaparon). Se busca en esta sección que las opiniones sean discordantes y den pie a preguntas sobre los estereotipos que se busca derrumbar.

**EL ESTEREOTIPO:** Fragmento en motion graphics en el que un narrador, con humor e ironía, ofrece un contexto o un breve recuento histórico de cómo se ha desarrollado el estereotipo a cuestionar, cómo se ha convertido en un elemento común de la cultura cotidiana y qué acciones sociales han llevado a reconocerlo como algo “normal”, por ejemplo: como en la industria del juguete se ha establecido una segmentación de mercado en relación a los juguetes para niñas y los juguetes para niños.

 <b>Capital</b> <small>SISTEMAS DE INFORMACIÓN PÚBLICA</small>	<b>ESTUDIOS PREVIOS</b>	<b>CÓDIGO: AGJC-CN-FT-001</b> <b>VERSIÓN: 16</b> <b>FECHA DE APROBACIÓN:</b> <b>19/09/2022</b> <b>RESPONSABLE: CONTRATACIÓN</b>	 <b>ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.</b>
---	-------------------------	---	---

48

**HISTORIA DE VIDA:** Por medio de un perfil que cuente de manera divertida y dinámica la experiencia de un niñx, profundizar en los elementos sociales, familiares y educativos que han propiciado en lxs niñxs protagonista un sistema de valores distinto al que propone el estereotipo, por ejemplo: una niña que le gustan tanto los carros que es es piloto de go kart.

**ROMPE EL ESTEREOTIPO:** Conclusión en motion graphics en el que el narrador orienta la nueva mirada que se va construyendo sobre el estereotipo abordados.

**Cubrimiento temático:**

El cubrimiento temático de este proyecto busca abarcar diferentes estereotipos de género que pueden estar presentes en la vida de lxs niñxs en Bogotá, desde una perspectiva que les da herramientas para aprender a cuestionarlos y desafiarlos, algunos de los estereotipos a abordar a lo largo de la serie pueden ser los siguientes o demás relacionados con el campo de interés:

- Sexo y género: en la mayoría de las culturas, se establecen roles de género específicos para cada sexo, sin embargo, el género no se limita a estas expectativas, ya que también se refiere a la identidad de género de una persona, que puede o no corresponderse con su sexo biológico. La relación entre sexo y género es más compleja y es importante reconocer que la identidad y expresión de género de cada persona es única y válida.
- Neurosexismo y genética: la idea de que las diferencias biológicas entre los sexos (como las diferencias en la estructura o función del cerebro) explican las diferencias en los comportamientos, habilidades y rasgos de personalidad entre hombres y mujeres, se ha utilizado históricamente para justificar la discriminación de género. Sin embargo, muchos estudios han demostrado que estas supuestas diferencias entre los cerebros de hombres y mujeres son exageradas o incluso falsas.
- Juegos: los juguetes a menudo se comercializan y se diseñan teniendo en cuenta las expectativas de género y los estereotipos sociales. Por ejemplo, los juguetes de muñecas y de cuidado infantil suelen asociarse con el género femenino, mientras que los juguetes de construcción, automóviles y juegos de acción suelen asociarse con el género masculino. Estos estereotipos pueden limitar la imaginación, la creatividad y la exploración de lxs niñxs, y también pueden perpetuar desigualdades y roles de género restrictivos y perjudiciales.
- Moda: las prendas de vestir y los estilos de moda se asocian a menudo con los roles de género y las expectativas sociales sobre lo que es apropiado para los niños y las niñas. Por ejemplo, los vestidos y los colores rosados a menudo se asocian con las niñas, mientras que los pantalones y los colores azules se asocian con los niños. Estos estereotipos pueden limitar la expresión individual y la identidad de género de los niños y las niñas, lo que puede afectar su autoestima y confianza. La moda y la ropa pueden ser una forma de expresión personal y creatividad, y no deberían estar limitadas por los estereotipos de género.
- Ciencia y tecnología: los estereotipos de género sugieren que los hombres son más hábiles y tienen mayor interés en las ciencias y la tecnología, mientras que las mujeres son más adecuadas para las carreras en campos como la educación y labores asistenciales. Estos estereotipos pueden desalentar a las niñas de explorar carreras y actividades relacionadas con la ciencia y la tecnología, limitando sus oportunidades futuras en estas áreas.

 <b>Capital</b> <small>SISTEMAS DE INFORMACIÓN PÚBLICA</small>	<b>ESTUDIOS PREVIOS</b>	<b>CÓDIGO: AGJC-CN-FT-001</b> <b>VERSIÓN: 16</b> <b>FECHA DE APROBACIÓN:</b> <b>19/09/2022</b> <b>RESPONSABLE: CONTRATACIÓN</b>	 <b>ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.</b>
---	-------------------------	---	---

49

- Emociones: los estereotipos de género pueden influir en la forma en que lxs niñxs procesan, expresan y regulan sus emociones. A menudo, se espera que los niños sean más rudos y controlen sus emociones, mientras que a las niñas se les permite expresar más emociones y ser más sensibles. También pueden influir en la forma en que se enseña a los niños a lidiar con las emociones de los demás. A menudo, se espera que las niñas sean más empáticas y cuidadosas con los sentimientos de los demás, mientras que los niños son alentados a ser más independientes y no mostrar debilidad al preocuparse por los demás. Fomentar un entorno que permita a los niños expresar libremente sus emociones y aprender a lidiar con las emociones de los demás puede promover relaciones más saludables y una mayor capacidad para enfrentar los desafíos emocionales.
- Deporte: se espera que los niños jueguen fútbol o baloncesto, mientras que las niñas hacen patinaje o gimnasia rítmica. Estos estereotipos pueden llevar a que los niños se sientan excluidos de ciertos deportes, o que las niñas no reciban el mismo apoyo y recursos que los niños en sus deportes. Fomentar la participación equitativa de niños y niñas en una amplia variedad de deportes, permite romper los estereotipos de género y promover la inclusión y la igualdad de oportunidades en el deporte. Además, los ayuda a desarrollar habilidades sociales y emocionales y promover un estilo de vida activo y saludable.

### **Cubrimiento geográfico**

Esta serie se desarrolla en Bogotá.

### **Tratamiento:**

- Se requiere una investigación suficiente que permita el desarrollo narrativo de las diferentes secciones planteadas, que profundice en los distintos estereotipos de género teniendo en cuenta la etapa de desarrollo de la audiencia objetivo, que evidencie cómo están presentes en la vida cotidiana de lxs niñxs de 8 a 12 años, que indague en los contextos sociales o culturales que han llevado a normalizar esos estereotipos, y que permita comprender cómo pueden afectar negativamente su autoestima, su percepción de sí mismos y su capacidad para alcanzar sus metas.
- Para el perfil del niñx de cada capítulo la investigación debe contemplar la identificación de niñxs que en su experiencia de vida han roto de alguna manera el estereotipo. Si bien la experiencia se debe contar desde su propia voz, es importante profundizar en cuáles son los elementos sociales, familiares y educativos que han propiciado, en lxs niñxs protagonista del perfil, un sistema de valores distinto al tradicional. El tratamiento de cada perfil puede ser diferente de acuerdo a las características de cada niñx, buscando siempre que quede claro ese elemento que lo distingue de visiones más tradicionales y teniendo en cuenta que la manera en que se relata su perspectiva genere expectativa, sea divertida y dinámica.
- Se debe contemplar la participación de niñxs de 8 a 12 años en los experimentos sociales cuyas opiniones y puntos de vista sean diversos y discordantes para dar pie a preguntas sobre los estereotipos que se busca derrumbar.
- Para los experimentos sociales puede resultar conveniente que sean realizados en un set que permita crear las condiciones adecuadas para la realización de los mismos en coherencia con la edad de los niños, el tipo de experimento a realizar y acorde con el diseño de producción que se proponga. Se debe contemplar el registro de los experimentos con un mínimo de dos cámaras para tener adecuado registro del experimento y las reacciones de lxs niñxs durante el mismo.

 <b>Capital</b> <small>SISTEMAS DE COMUNICACIÓN PÚBLICA</small>	<b>ESTUDIOS PREVIOS</b>	<b>CÓDIGO: AGJC-CN-FT-001</b> <b>VERSIÓN: 16</b> <b>FECHA DE APROBACIÓN:</b> <b>19/09/2022</b> <b>RESPONSABLE: CONTRATACIÓN</b>	 <b>ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.</b>
--	-------------------------	---	---

50

- Dentro del grupo de niñxs que participen en la serie debe existir representación de diferentes niveles socioeconómicos, así como se debe procurar incluir perfiles que reflejen la diversidad de las infancias de Bogotá.
- Para el segmento de contexto o recuento histórico de cómo se ha desarrollado el estereotipo a cuestionar; así como para el segmento de la conclusión, se debe contemplar la voz omnisciente de un narrador/a quien, con un lenguaje simple y claro pero desde un acercamiento divertido; con humor e ironía, contextualice los temas a desarrollar. Esta voz también puede hacer preguntas a lxs niñxs que participen en los experimentos sociales.
- Para el segmento de contexto o recuento histórico de cómo se ha desarrollado el estereotipo a cuestionar; así como para el segmento de la conclusión, se debe contemplar el uso de **al menos 2 minutos de motion graphics**, combinando elementos gráficos, como texto, formas y objetos, con movimiento y sonido para crear piezas visuales dinámicas que permitan presentar información que puede ser compleja de manera visualmente atractiva para la audiencia objetivo. Es muy importante que estas piezas hagan uso del humor y de elementos divertidos en su diseño.
- Es importante contemplar dentro de la narrativa audiovisual de la serie la integración de elementos gráficos (stickers, textos, onomatopeyas) con las imágenes reales para potenciar el humor, la ironía, las reacciones o emociones de los personajes; y atraer la atención de la audiencia objetivo.
- La serie debe contar con música original que resulte atractiva para la audiencia objetivo y que ayude a construir la emocionalidad de los diferentes momentos.

#### **La convergencia:**

Además del componente televisivo, el proponente debe considerar la producción y entrega de insumos para las redes sociales y plataformas de CAPITAL y EUREKA que permitan interpelar y motivar la conversación con la audiencia:

- Una colección de mínimo siete (7) memes con fotos, gráficas y frases que busquen romper los estereotipos de género.
- Siete (7) piezas gráficas o infografías para redes sociales que inviten a lxs niñxs a desafiar los estereotipos.

#### **B) Serie de no ficción ROMPIENDO MOLDES.**

**No. de capítulos: Siete (7)**

**Duración: Diez (10) minutos aproximadamente cada uno.**

**Género/Formato: No Ficción - Híbrido.**

**Formato técnico de realización: FULL HD.**

**Presupuesto: Cuatrocientos noventa y un millones ochocientos treinta y tres mil trescientos treinta y tres pesos \$491.833.333(IVA INCLUIDO).**

**Plazo de ejecución: Cuatro meses y medio contados a partir del cumplimiento de los requisitos de perfeccionamiento y ejecución.**

#### **Justificación:**

La adolescencia es una etapa en la que lxs chicxs se encuentran en una continua búsqueda que aporte en la definición y construcción de su identidad. Esto conlleva cierto grado de ansiedad porque sienten una

 <b>Capital</b> <small>SISTEMAS DE INFORMACIÓN PÚBLICA</small>	<b>ESTUDIOS PREVIOS</b>	<b>CÓDIGO: AGJC-CN-FT-001</b> <b>VERSIÓN: 16</b> <b>FECHA DE APROBACIÓN:</b> <b>19/09/2022</b> <b>RESPONSABLE: CONTRATACIÓN</b>	 <b>ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.</b>
---	-------------------------	---	---

51

gran presión frente a lo que la familia, la sociedad y los demás esperan de ellxs, en contraste de sus propias expectativas que están frecuentemente mediados por los roles y los estereotipos de género que han sido impuestos en sus contextos. Lxs adolescentes enfrentan la dualidad de su búsqueda propia e individual por ser originales, únicxs y diferentes y la necesidad de ser aceptadxs e intentar "encajar" en algún grupo, tribu urbana o espacio que lxs haga parecidxs a otrxs, adoptando formas que inicialmente le dan seguridad, pero que lxs limita a explorar todas sus capacidades y a encontrar su autenticidad.

Si soy una chica introvertida y quiero andar con las chicas más populares y visibles, ¿debo cambiar para entrar en el grupo, invisibilizando lo que soy? ¿Cómo debería comportarme si no me identifico con las etiquetas binarias de lo femenino ni lo masculino? ¿Cómo ser auténticx frente a las expectativas que tiene mi familia sobre cómo debo ser y con lo cual no estoy de acuerdo? ¿Cómo influyen los estereotipos de género en las relaciones de amistad y románticas? ¿Soy chico y uso falda o tacones, necesariamente soy gay?. Históricamente se han perpetuado ideas, normas y preconceptos sobre las funciones, características y formas de ser de lo femenino y lo masculino, que deben cumplir con determinados códigos y la manera como deben relacionarse con los demás en sus contextos. Estas visiones binarias se han ido deconstruyendo y hoy se encuentran otras categorías que rompen los moldes y que permiten ampliar las nociones de género sin encasillar a lxs chicxs de una u otra manera.

Los estereotipos de género son el conjunto de creencias, características y generalizaciones que las sociedades atribuyen a los hombres y mujeres en función de su sexo creando etiquetas, estos estereotipos se aprenden desde la infancia y hacen parte de la construcción de su identidad, al determinar la forma y la mirada como asumen la relación con lxs otrxs y sobre lo que se espera de su propia identidad en relación con su cuerpo, las dimensiones afectivas, emocionales, las capacidades intelectuales, las habilidades, la interacción y la comunicación con lxs demás. Desde la niñez se va internalizando y normalizando lo que se debe o no se debe, lo que es correcto e incorrecto, lo que se puede sentir y lo que no según el sexo, actuando según esos parámetros que en la adolescencia se continúan acentuando y potencializando, afectado su autonomía, autoestima, libre decisión al no permitir que puedan expresar completamente sus emociones y deseos.

Es así, cómo estas creencias y estereotipos son replicados en los diferentes contextos de lxs chicxs como la familia, la escuela, los círculos de amistad, los espacios públicos, los medios de comunicación, las redes sociales y tienen una fuerte repercusión al tratar de crear moldes generalizando las identidades, delimitando y simplificando sus posibilidades, en una etapa en la que están tomando decisiones fundamentales frente a su individualidad, sexualidad y proyecto de vida *"las niñas perciben alrededor de la pubertad que su éxito va a ir unido sobre todo a su belleza y en el mejor de los casos a su simpatía, pero raramente se verá asociado a sus capacidades intelectuales, a sus habilidades artísticas, a sus destrezas deportivas o a su espíritu emprendedor y creador. Por eso suelen escoger estudios y carreras, dirigidas al trabajo con personas y en sectores peor remunerados social y económicamente. Aunque hayan tenido excelentes notas en las áreas científicas, a lo largo de la Educación Secundaria se produce un escoramiento de las chicas hacia las ramas de letras, humanidades y ciencias sociales y en los tramos de formación profesional, hacia las especialidades no tecnológicas, relacionadas con cuidados personales y servicios"*<sup>26</sup> ¿Cómo darle la vuelta a estos preconceptos que causan desigualdades?.

<sup>26</sup> La interiorización de los estereotipos de género en jóvenes y adolescentes Pág. 40  
<https://revistas.um.es/rie/article/view/96421/92631>

 <b>Capital</b> <small>SISTEMA DE COMUNICACIÓN PÚBLICA</small>	<b>ESTUDIOS PREVIOS</b>	<b>CÓDIGO: AGJC-CN-FT-001</b> <b>VERSIÓN: 16</b> <b>FECHA DE APROBACIÓN:</b> <b>19/09/2022</b> <b>RESPONSABLE: CONTRATACIÓN</b>	 <b>ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.</b>
---	-------------------------	---	---

52

Lxs adolescentes hoy son mucho más críticxs con esta simplificación de la realidad y en contra de las etiquetas. Muchxs de ellxs desafían y actúan en contra de las "expectativas" y moldes establecidos. Las chicas entre los 13 y los 16 años cada vez se inclinan menos por la subordinación y los chicos por su parte cada vez están más dispuestos a mostrarse vulnerables. Pero por otra parte lxs jóvenes hoy no solo se identifican con ser chica o chico sino que hay un amplio abanico de identidades de género que además no son estáticas, son fluidas.

¿Cómo afectan los estereotipos de género la construcción de identidad de lxs adolescentes? ¿Cómo rompen el molde que les ha sido impuesto por otrxs? ¿Cómo encuentran la individualidad en un mundo marcado por los estereotipos de género? ¿Cuáles son las luchas más sentidas de lxs adolescentes de hoy para contrarrestar los estereotipos que coartan la diversidad, la equidad y la singularidad? Estas preguntas son el punto de partida de esta serie que busca cuestionar y desafiar la normalización de estos parámetros, roles, creencias y normas establecidas.

En EUREKA, la oferta de contenidos dirigida a niñxs y adolescentes y en CAPITAL Sistema de comunicación pública, creemos que es relevante, necesario y pertinente producir una serie de no ficción en la que a través de diversos puntos de vista de adolescentes de diferentes contextos y unx personaje ancla (Tiktoker), podamos explorar la manera como los estereotipos de género pueden ser derribados para contribuir a la construcción de una sociedad más justa y equitativa, generando reflexión en la audiencia al aportar herramientas que incentiven a deconstruir los estereotipos sexistas y motiven a transformar y modificar esas creencias heredadas y normalizadas para lograr la libertad en la construcción de su identidad y en la igualdad de oportunidades sin importar el género.

Eureka, ha generado un espacio de participación y co creación de contenidos con las niñas, niños y adolescentes de la audiencia, nombrado por ellos mismos como **Generación Eureka**: un grupo de 17 niñxs de 7 hasta 16 años, con los que el equipo del canal busca crear contenidos y estrategias. A finales de 2021 y durante 2022, en medio de encuentros y talleres, el grupo de consejeros aportó desde ideas de nuevas producciones para TV y digital, hasta creaciones sobre los temas que les interesan.

La presente ficha es resultado del trabajo y el interés mutuo de Capital y Generación eureka alrededor del tema de los estereotipos de género para sensibilizar, replantear paradigmas y movilizar a las audiencias para que juntos construyamos una ciudadanía participativa, comprometida y crítica.

### **Objetivo:**

Esta serie de no ficción tiene como propósito realizar un análisis crítico de los estereotipos de género, cómo estos afectan a los adolescentes en la construcción de su identidad y generar reflexión en la audiencia para incentivarlos a crear nuevos formas de entender la masculinidad, la feminidad y lo no binario, con igualdad de oportunidades y libertad de elección y expresión, transformando las relaciones de género, para replantear las conductas que perpetúan la inequidad, las discriminaciones, los estereotipos sexistas, creando modelos no estereotipados para construir una sociedad más equitativa con autonomía en la construcción de la identidad.

### **Audiencia:**

 <b>Capital</b> <small>SISTEMAS DE COMUNICACIÓN PÚBLICA</small>	<b>ESTUDIOS PREVIOS</b>	<b>CÓDIGO: AGJC-CN-FT-001</b> <b>VERSIÓN: 16</b> <b>FECHA DE APROBACIÓN:</b> <b>19/09/2022</b> <b>RESPONSABLE: CONTRATACIÓN</b>	 <b>ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.</b>
--	-------------------------	---	---

53

Adolescentes 13 a 16 años que ejercen la ciudadanía desde el poder de la transformación de sus cuerpos y pensamientos en la búsqueda de su identidad y continúa en la transformación de sus realidades en el hogar, en la escuela, la ciudad y el mundo.

Lxs adolescentes ya no se relacionan con el mundo y sus problemas desde las relaciones obvias entre sus componentes materiales o simbólicos sino que son capaces de formular múltiples posibilidades y ello les da una enorme libertad para enfrentarse a la realidad desde la duda y el pensamiento crítico, en otras palabras “no tragan entero” lo que el mundo les ofrece. La adolescencia constituye una etapa crucial en el desarrollo de la vida, una etapa de crisis y conflictos normales que se expresan en conductas signadas entre la dependencia y la independencia extremas, engarzadas paradójicamente por la búsqueda de la libertad y la identidad personal, así como por el temor a la pérdida de la seguridad que otorga el camino vivido.

#### **Tema y enfoque:**

El tema principal de la serie son los estereotipos de género y cómo estos afectan la construcción de identidad de los adolescentes que se enfrentan a la dualidad de la individualidad versus el deseo de aceptación y pertenencia a un grupo o tribu urbana y “cumplir” con las expectativas de sus familiares, amigxs o sociedad, y la manera de derribarlos para romper el molde que les ha sido impuesto y fomentar una sociedad más equitativa en la que lxs adolescentes sin importar su género puedan tener las mismas oportunidades y posibilidades de desarrollar su identidad con total libertad y autenticidad.

Con un enfoque crítico y reflexivo que abarca las dimensiones de los adolescentes: la **física y corporal** en el sentido del reconocimiento de las habilidades físicas, la salud, la sexualidad y los cuerpos diversos; desde la **emocional y espiritual** en cuanto a la libertad de pensamiento y toma de decisiones; desde la **vocacional y aspiracional** en el sentido de la construcción de un proyecto de vida, nuevos imaginarios de lo masculino, lo femenino y lo no binario y en la relación con sus pares, con la familia y con otrxs adultos.

Este proyecto hace parte del módulo de Ciudadanía, en la línea de género.

#### **Sinopsis:**

*Rompiendo moldes* o como llegar a denominarse, es una serie de no ficción con y para adolescentes, de 7 capítulos de 10 minutos aproximadamente, en la que unx TikToker adolescente transgresorx, cuestiona la manera en la que se han establecido los roles, creencias y representaciones generalizadas frente a lo que “se espera” sean lxs chicxs respecto a su género y que limita la posibilidad de definir su identidad desde la autenticidad al tener que “encajar” en las etiquetas y los códigos establecidos por la sociedad. Su misión es poner a prueba y visibilizar la manera como se han normalizado los estereotipos de género, cómo afectan a los adolescentes estos preconceptos en la construcción de su identidad y encontrar experiencias de otrxs chicxs que han podido romper estas barreras y etiquetas.

El personaje ancla puede ser una chica, chico o chique irreverente, libre de estereotipos desde su manera de vestir hasta la forma de hablar y de comunicarse con la audiencia, tiene buen sentido del humor y en ocasiones es ácidx e irónicx en sus comentarios siempre intentando desde una perspectiva crítica desafiar y cuestionar las etiquetas, habla con un tono cercano y directo a la audiencia y los cuestiona e invita a reflexionar.

 <b>Capital</b> <small>SISTEMAS DE COMUNICACIÓN PÚBLICA</small>	<b>ESTUDIOS PREVIOS</b>	<b>CÓDIGO: AGJC-CN-FT-001</b> <b>VERSIÓN: 16</b> <b>FECHA DE APROBACIÓN:</b> <b>19/09/2022</b> <b>RESPONSABLE: CONTRATACIÓN</b>	 <b>ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.</b>
--	-------------------------	---	---

54

Se propone un modelo de estructura que puede ser replicado o adaptado por el proponente, sin embargo, es importante que se tenga en cuenta que en la propuesta deben estar los diferentes elementos aquí planteados: presencia de un personaje ancla Tiktoker quién guiará toda la narración, participación de chicxs de 13 a 16 años que representen diversidad con diferentes puntos de vista para realizar experimentos sociales o debates, historia de un adolescente que haya roto estereotipos de género en la búsqueda de encontrar su autenticidad y uso de motion graphics y elementos propios de los entornos digitales.

**MONÓLOGO:** Corto monólogo de la/el Tiktoker en donde plantea una pregunta que pone en evidencia algún estereotipo de género que hace parte de la vida de los adolescentes y que han generado etiquetas, relacionados con temas como el cuerpo, la sexualidad, los roles que "deben" desempeñar, las emociones, las relaciones interpersonales, la identidad de género, el proyecto de vida, el lenguaje inclusivo, los activismos, las relaciones románticas y de amistad, entre otros.

**EXPERIMENTO SOCIAL O DEBATE:** Según la pregunta planteada a partir del estereotipo de género que la/el Tiktoker quiere desafiar en el capítulo, propone un experimento social a un grupo de adolescentes o un debate protagonizado por mínimo 3 adolescentes con puntos de vista contrastantes para poner a prueba este estereotipo y la manera como es percibido por ellxs para determinar que tan interiorizado tienen estos códigos o etiquetas. En el capítulo se debe desarrollar una de estas dos alternativas:

1. En el experimento social se registrarán con detalle las reacciones y opiniones del grupo de adolescentes invitadxs que deben ser de diversos contextos y se realizarán en espacios como el colegio, el barrio, el transporte o lugares que son habitados y transitados cotidianamente por lxs chicxs, el objetivo de estos experimentos es el de evidenciar la forma como son asumidos y replicados estas etiquetas en lxs adolescentes. Ejemplo: A tres adolescentes, una chica, un chico y un chique se les realiza una tanda de preguntas, en el mismo espacio al mismo tiempo, deben responder escribiendo Si o No han vivido esa situación en un pequeño tablero, estas preguntas estarán relacionadas a los prejuicios y estereotipos de género que se dan en distintos espacios privados o públicos, la idea es que todxs puedan ver las respuestas y reacciones de lxs otrxs y puedan hablar sobre sus percepciones y sobre las respuestas de lxs demás.

2. En el debate se busca que chicxs con argumentos sólidos y contrastantes entre sí den sus percepciones y puedan suscitar un análisis crítico de estos estereotipos y la manera en que los afectan. Algunos estarán a favor y otros en contra de perpetuarlos. Ejemplo: Un debate partiendo de la pregunta ¿me enamoro del género o de la persona, puedo sentir interés en una persona independientemente de su género?; otro ejemplo, un debate que parte de la pregunta ¿En necesario utilizar el lenguaje inclusivo?. Los espacios a realizar el experimento social o el debate podrán ser diversos que hagan referencia a los espacios cotidianos de los chicxs en las distintas localidades de Bogotá Región.

La sección termina con las percepciones de la/el Tiktoker sobre el experimento o debate.

**HISTORIA DEL MOLDE:** La/el Tiktoker da un contexto con datos cortos y precisos sobre cómo este estereotipo ha estado presente en la historia, cómo se ha normalizado en los entornos cotidianos de los adolescentes y cómo los ha afectado para desarrollar plenamente su autonomía, utiliza los medios digitales para dar este contexto. Esta sección será representada con motion graphics y elementos gráficos propios de los entornos digitales que refuerzen el humor y la ironía del tono de la/el Tiktoker.

 <b>Capital</b> <small>SISTEMAS DE COMUNICACIÓN PÚBLICA</small>	<b>ESTUDIOS PREVIOS</b>	<b>CÓDIGO: AGJC-CN-FT-001</b> <b>VERSIÓN: 16</b> <b>FECHA DE APROBACIÓN:</b> <b>19/09/2022</b> <b>RESPONSABLE: CONTRATACIÓN</b>	 <b>ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.</b>
--	-------------------------	---	---

55

**¿CÓMO ROMPER EL MOLDE?:** La/el Tiktoker conoce a unx chicx adolescente (pudo ser parte del experimento social o del debate del capítulo), cuenta cómo se ha enfrentado al estereotipo de género en su vida y cuáles han sido sus luchas para contrarrestarlos y definir su identidad lejos de las etiquetas, lograr libertad en sus elecciones, encontrar su autenticidad. Reflexionan sobre la manera en la que los moldes impuestos pueden ser rotos.

**MONÓLOGO FINAL:** Corto monólogo de la/el Tiktoker concluyendo la manera como se deconstruye el estereotipo y las formas como desde la cotidianidad se pueden liberar de las etiquetas.

La serie en su narrativa y propuesta audiovisual debe incluir elementos propios del lenguaje digital mezclados con motion graphics, stickers y formatos característicos de las redes sociales.

#### **Cubrimiento temático:**

El cubrimiento temático de este proyecto busca abarcar los diferentes estereotipos de género que hacen parte de la vida de lxs adolescentes en Bogotá, desde la perspectiva de la deconstrucción de los géneros binarios y las luchas por la autenticidad en un mar de etiquetas, que les de herramientas para desafiarlos y cuestionarlos. Pueden ser entre otros los siguientes:

- **El cuerpo:** Las etiquetas asociadas a los distintos cuerpos y géneros. La percepción que lxs adolescentes tienen de su cuerpo y el que los padres, la sociedad, los medios de comunicación y redes sociales les dicen que deben tener. Diversidad de cuerpos que no caben frente a esa concepción binaria del cuerpo. Cambios físicos y hormonales. La incorporación de estéticas corporales que cumplen con las expectativas de la cultura en la que viven y las que ven en internet provenientes de diversos lugares del planeta y con las que se identifican. Moda y formas de vestir fuera de las etiquetas establecidas o dentro de etiquetas “disidentes”.
- **Sexualidad:** El descubrimiento del deseo. La diversidad, la identidad sexual frente a las etiquetas de género que impone la sociedad. La experimentación. Las luchas de lxs adolescentes contra la discriminación y el acoso femenino, homofóbico, transfóbico, etc.
- **Identidades de género:** Cómo los adolescentes cuestionan la identidad de género y se sienten atrapados en los estereotipos de género. Exploración de las diferentes formas de expresión de género.
- **Las relaciones entre pares:** Las relaciones románticas y de amistad y la manera como los estereotipos afectan esas relaciones, construcción de relaciones basadas en el respeto y en la autenticidad. Relaciones con pares que reafirman estereotipos y con quienes reivindican el derecho a identidades auténticas. La participación en grupos con intereses comunes y tribus urbanas.
- **Familia y comunidad:** La relación de los adolescentes con los distintos miembros de sus familias, profesores, adultos y los modelos a seguir, relaciones intergeneracionales y brechas generacionales. Desafío de ser fieles a sí mismos frente a las expectativas de su familia o comunidad. Participación en las actividades domésticas y roles a cumplir. Permisos y restricciones familiares para salir a la calle y tener vida social según género. Utilización del lenguaje inclusivo para reconocer las diversidades y deconstruir el lenguaje binario. El espacio público, el acoso callejero, bullying y la inseguridad.

 <b>Capital</b> <small>SISTEMAS DE COMUNICACIÓN PÚBLICA</small>	<b>ESTUDIOS PREVIOS</b>	<b>CÓDIGO: AGJC-CN-FT-001</b> <b>VERSIÓN: 16</b> <b>FECHA DE APROBACIÓN:</b> <b>19/09/2022</b> <b>RESPONSABLE: CONTRATACIÓN</b>	 <b>ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.</b>
--	-------------------------	---	---

56

- **Salud mental:** La afectación de la emociones al no cumplir con los estándares impuestos por los estereotipos, presión, autopresión, ansiedad, depresión, bullying. Cómo aceptarse en un mundo que está continuamente juzgando. Autoestima, libertad.
- **Proyecto de vida:** Los distintos lenguajes de expresión asociados a los talentos y a los intereses. Libertad de elección de la carrera a estudiar o habilidades que se quieren potenciar sin ser mediados por el género. Activismos asociados con las luchas de lxs adolescentes para contrarrestar los estereotipos que coartan su libertad de elegir quiénes son.
- **Medios de comunicación y redes sociales:** La influencia y réplica de los estereotipos de género en lo que consumen en medios y en las redes sociales y que pueden modificar sus comportamientos.

### **Cubrimiento geográfico**

Esta serie para adolescentes se desarrolla en Bogotá región.

#### **Tratamiento:**

- Se requiere una investigación amplia que permita el desarrollo narrativo de las diferentes secciones planteadas, que profundice en los distintos estereotipos de género que hacen parte de las distintas dimensiones de los adolescentes: El yo (físico y corporal, sexual, emocional y espiritual, vocacional y aspiracional), los otros (familia, amigos, comunidad escolar), lo nuestro (el barrio, la ciudad, el mundo). Una investigación que indague en los contextos sociales o culturales que han llevado a normalizar esos estereotipos, que permita comprender cómo pueden afectar negativamente su identidad, su percepción de sí mismos y su capacidad para alcanzar sus propósitos.
- Para la investigación del chicx de la sección Rompiendo el molde, se debe contemplar la identificación de la diversidad de adolescentes de 13 a 16 años que en su experiencia de vida han roto de alguna manera la etiqueta. Si bien la experiencia se debe contar desde su propia voz, es importante profundizar en cuáles son los elementos sociales, familiares y educativos que han propiciado, que pueda romper ese molde. Este chicx puede ser parte del experimento social o del debate, aunque no es obligatorio.
- Se debe contemplar la participación de adolescentes de 13 a 16 años en los experimentos sociales y en los debates cuyas opiniones y puntos de vista sean diversos y contrastantes para evidenciar la manera como han sido interiorizados estos estereotipos. Los experimentos sociales deberán ser realizados en los espacios cotidianos de los adolescentes.
- Lxs chicxs que participen en la serie deben representar la diversidad social, cultural, étnica y económica de los adolescentes que viven en Bogotá región.
- El personaje ancla Tiktoker puede ser una chica, chico o chique, debe tener carisma, fluidez en su forma de expresarse, humor y crear conexión fuerte con la audiencia, su papel es el de guiar la narración, sorprender, hacer reír y suscitar el pensamiento crítico de la audiencia. Es un personaje que representa la ruptura de los estereotipos por lo cual esto debe reflejarse en su apariencia física y en la forma de expresarse. Se requiere varias opciones, para su posterior selección por parte de CAPITAL y EUREKA, así como una carta de intención del candidatx en que declare estar de acuerdo con su participación en caso de ser adjudicado el proyecto. Se recomienda que sea mayor de edad pero que su apariencia sea cercana a la de unx adolescente (en caso de ser menor de edad, se debe asegurar que cuenta con la autorización a menores expedida por el Ministerio de Trabajo, previo al inicio del contrato del personaje ancla con el futuro contratista).

 <b>Capital</b> <small>SISTEMAS DE COMUNICACIÓN PÚBLICA</small>	<b>ESTUDIOS PREVIOS</b>	<b>CÓDIGO: AGJC-CN-FT-001</b> <b>VERSIÓN: 16</b> <b>FECHA DE APROBACIÓN:</b> <b>19/09/2022</b> <b>RESPONSABLE: CONTRATACIÓN</b>	 <b>ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.</b>
--	-------------------------	---	---

57

- Por la diversidad y complejidad de los temas que se abordan en el proyecto se debe incluir dentro del equipo a lxs asesores necesarios que tengan experiencia en estas temáticas.
- Los proponentes deben considerar que los recursos gráficos den cuenta de estéticas y narrativas innovadoras o disruptivas relacionadas con la dimensión digital en la que también habitan los adolescentes y el personaje ancla. Es importante contemplar dentro de la narrativa audiovisual elementos gráficos de los entornos digitales y contemplar que las redes sociales son espacios para la expresión, el intercambio y la movilización de las audiencias.
- Cada capítulo debe incluir como mínimo dos minutos de animación o motion graphics que vayan integradas a la narración, especialmente en las secciones de los monólogos y en la de ¿Cómo luchar contra los estereotipos de género? La propuesta entregada debe contemplar referencias de propuesta de arte y animación.
- La serie debe contar con música original que resulte atractiva para la audiencia objetivo y que ayude a construir la emocionalidad de los diferentes momentos.

**La convergencia:**

Además del componente televisivo, el proponente debe considerar la producción y entrega de insumos para las redes sociales y plataformas de CAPITAL y EUREKA que permitan interpelar y motivar la conversación con la audiencia:

- **Siete (7) piezas tipo TikTok** realizadas por la/el Tiktoker en la que dará tips y consejos sobre cómo romper con los estereotipos de género.
- **Siete (7) piezas tipo TikTok** que serán creadas por lxs chicxs que hicieron parte de los capítulos en las que contarán a manera de tutorial cómo romper los moldes desde su experiencia personal a partir de las luchas que han enfrentado y que lxs otrxs chicxs pueden replicar en sus búsquedas propias.

**C) Serie de no ficción FEMINISMOS Y NUEVAS MASCULINIDADES.**

**No. de capítulos: Siete (7)**

**Duración: Diez (10) minutos mínimo cada uno.**

**Género/Formato: No Ficción - Híbrido.**

**Formato técnico de realización: FULL HD.**

**Presupuesto: Cuatrocientos noventa y un millones ochocientos treinta y tres mil trescientos treinta y tres pesos \$491.833.333(IVA INCLUIDO).**

**Plazo de ejecución: Cuatro meses y medio contados a partir del cumplimiento de los requisitos de perfeccionamiento y ejecución.**

**Justificación:**

Si bien el feminismo ha impactado en la vida de las mujeres jóvenes, es común ver chicas que sienten indiferencia hacia postulados feministas en sus vidas, probablemente por falta de conocimiento o por la estigmatización que se ha hecho frente a este movimiento. Se habla del feminismo como una manera de estudiar y analizar la condición de la mujer en todos los órdenes (familiar, educativo, político, laboral, etc.) con el fin de transformar las relaciones basadas en la opresión sexual buscando acciones movilizadoras. El feminismo no habla de superioridad y tampoco discrimina al otro género, sencillamente combate las desigualdades que sufren las mujeres por el simple hecho de serlo. Ser feminista no quiere decir pensar

 <b>Capital</b> <small>SISTEMAS DE INFORMACIÓN PÚBLICA</small>	<b>ESTUDIOS PREVIOS</b>	<b>CÓDIGO: AGJC-CN-FT-001</b> <b>VERSIÓN: 16</b> <b>FECHA DE APROBACIÓN:</b> <b>19/09/2022</b> <b>RESPONSABLE: CONTRATACIÓN</b>	 <b>ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.</b>
---	-------------------------	---	---

58

que las mujeres merecen derechos especiales, significa entender que merecen los mismos. El desafío más importante de los feminismos es encontrar estrategias para sumar sus luchas con las de otros movimientos más amplios, de mujeres, derechos humanos, etc., con el fin de impulsar las transformaciones frente a la disparidad de mujeres y hombres que requiere la sociedad en general y los adolescentes en particular.

Defender la igualdad no implica menospreciar a los hombres. Con el desarrollo de teorías feministas se establecieron las condiciones para que el estudio de género de hombres y masculinidades fuera tomando forma, no sólo como propuesta teórica, sino en acciones orientadas a superar las inequidades de género a partir de una transformación de la masculinidad. El concepto de nuevas masculinidades nace en los años 70 y en ese momento se utilizó para referirse a aquellas masculinidades que se alejaban de las masculinidades hegemónicas y patriarcales, una masculinidad con una mirada crítica hacia la desigualdad de género. Sin embargo, hay una mirada de desconfianza hacia esa nueva masculinidad, pues parecería que por ser "nueva", ha dejado de ser machista, pero la cuestión está en que el machismo atraviesa a todos los hombres -y también a las mujeres- y el trabajo de revisión es de por vida. En lugar de nuevas masculinidades, existen autores que utilizan el término masculinidades alternativas, disidentes o igualitarias. Las masculinidades igualitarias son aquellas formas de ser hombre que ponen el foco en la igualdad de derechos y oportunidades entre hombres y mujeres. En lugar de profundizar en aspectos más superficiales lo que buscan es erradicar la desigualdad de género.

Aunque en la actualidad se perciba que en determinados casos lxs adolescentes rechazan todo lo que tiene que ver con el mundo adulto, es claro que ellxs observan el mundo de los adultos y se reflejan en ellos para construir su propia forma de ser. Adicionalmente, las redes sociales han tenido un papel muy relevante en los últimos años en la construcción de las identidades de los adolescentes. Es común, por ejemplo, que para construir la masculinidad, los chicos observen los comportamientos y actitudes de sus referentes hombres y quizás los hacen de una manera inconsciente. En el caso de las redes sociales, los chicos suelen seguir a los personajes más populares: cantantes, deportistas, influencers para buscar un modelo de masculinidad. En este escenario, las chicas están influenciadas por las imágenes proyectadas en los medios acerca de lo que deben anhelar y la forma en la que deben lucir, por lo que sus preocupaciones y expectativas se traducen muchas veces en apatía. La adolescencia marca entonces una etapa en la que lxs chicxs entiendan la importancia de estar abiertxs a la diversidad de formas de ser hombre o mujer y buscar aquellas que realmente tengan mayor consonancia con su forma de ser. Los medios de comunicación y las redes plantean discusiones que parten de sucesos de impacto en el ámbito internacional que pueden llegar a ser un detonante para que lxs chicxs reflexionen e indaguen y puedan entender la importancia de ser auténticos y no dejarse llevar por modas o tendencias que se alejan de su verdadera esencia, pues a veces la presión por ser aceptadxs bajo esos estándares de lo que se espera de un hombre o de una mujer tiende a llevarlxs a hacer lo que se espera de ellxs y no lo que realmente son.

Hoy los adolescentes tienen más vías de participación en el espacio público y virtual y sus intereses están más diversificados. Se han constituido grupos de chicas que forman parte de las redes del feminismo y comienzan a participar de los laboratorios que van formando visiones alternativas de la realidad alrededor del género. Lo mismo sucede con los chicos heterosexuales que han comenzado a trabajar en colectivo con el fin de encontrar en sus experiencias y poner en práctica masculinidades que rompan la norma

 <b>Capital</b> <small>SISTEMA DE COMUNICACIÓN PÚBLICA</small>	<b>ESTUDIOS PREVIOS</b>	<b>CÓDIGO: AGJC-CN-FT-001</b> <b>VERSIÓN: 16</b> <b>FECHA DE APROBACIÓN:</b> <b>19/09/2022</b> <b>RESPONSABLE: CONTRATACIÓN</b>	 <b>ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.</b>
---	-------------------------	---	---

59

heteropatriarcal y que se aleja de la violencia y del abuso del poder como manera de relacionarse, acercándose más a masculinidades que se comprometan con la igualdad de género y con unas formas sanas de relacionarse.

En CAPITAL, creemos que es relevante, necesario y pertinente producir una serie de ficción en la que, a través de la opinión, el debate y la reflexión podamos encontrar un camino para contribuir a transformar la situación de opresión hacia las mujeres y aportar a los adolescentes herramientas que propicien una mirada reflexiva frente a conceptos sexistas de tal manera que a partir de la deconstrucción de situaciones cotidianas que se vuelven tendencia y de sucesos de orden mundial que impactan a los adolescentes, el diálogo generacional y la mirada a la historia del feminismo y las masculinidades alternativas podamos plantear escenarios que equiparen la mirada femenina y masculina de un mundo más justo.

Eureka, la oferta de contenidos dirigida a niñas, niños y adolescentes de Capital Sistema de Comunicación Pública ha generado un espacio de participación y co-creación de contenidos con las niñas, niños y adolescentes de la audiencia, nombrado por ellos mismos como Generación Eureka: un grupo de 17 niñas y niños de 7 hasta 16 años, con los que el equipo del canal busca crear contenidos y estrategias. A finales de 2021, en medio de encuentros y talleres, el grupo de consejeros aportó desde ideas de nuevas producciones para TV y digital, hasta creaciones sobre los temas que les interesan.

La presente ficha es resultado del trabajo y el interés mutuo de Capital y Generación eureka alrededor del tema de los estereotipos de género para sensibilizar, replantear paradigmas y movilizar a las audiencias para que juntos construyamos una ciudadanía participativa, comprometida y crítica.

#### **Objetivo:**

El propósito de esta serie es incentivar acciones de transformación hacia una sociedad igualitaria en la que los adolescentes tengan una vida enmarcada en la equidad, la tolerancia y el respeto, acercando a los chicos al feminismo como un movimiento de transformación y reflexionando acerca de las nuevas masculinidades como motores de cambio que buscan conseguir la equidad real entre hombres y mujeres y enfrentar las desigualdades de género.

La serie pretende ser una invitación a la empatía, a tomar conciencia frente las diversas formas de discriminación hacia las mujeres entendiendo que todas las personas merecemos el mismo respeto y los mismos derechos y que dentro de la sobreinformación que reciben los adolescentes constantemente, debemos encontrar mecanismos para evitar que el machismo entre los chicos siga creciendo, creando así un mundo más equitativo.

#### **Audiencia:**

Esta serie temática se dirige a **adolescentes entre los 13 y 16 años**, chicos que ejercen la ciudadanía desde el poder de la transformación de sus cuerpos y pensamientos en la búsqueda de su identidad y continúa en la transformación de sus realidades en el hogar, en la escuela, el barrio, la ciudad y el mundo. Los adolescentes son ciudadanos, sujetos de derechos, plurales y diversos que viven una etapa crucial en el desarrollo de la vida, una etapa de crisis y conflictos normales que se expresan en conductas entre la

 <b>Capital</b> <small>SISTEMAS DE COMUNICACIÓN PÚBLICA</small>	<b>ESTUDIOS PREVIOS</b>	<b>CÓDIGO: AGJC-CN-FT-001</b> <b>VERSIÓN: 16</b> <b>FECHA DE APROBACIÓN:</b> <b>19/09/2022</b> <b>RESPONSABLE: CONTRATACIÓN</b>	 <b>ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.</b>
--	-------------------------	---	---

60

dependencia y la independencia extremas, buscan la libertad y la identidad personal, y muchas veces tienen una imagen inestable de sí mismos, habitualmente negativa, que los lleva a sentir descontento por cómo son o a sentirse poco valiosos e incluso a sentir temor a la pérdida de la seguridad que otorga el camino vivido.

Las relaciones sociales fuera del entorno familiar, especialmente con amigos, empiezan a tener mucho más peso, por lo cual los adolescentes contraponen los valores y la educación sexual recibida de sus padres con la de sus amigos. Llegan a ser impulsivos, primero actúan y luego piensan.

#### **Tema y enfoque:**

El tema principal de la serie son los feminismos y nuevas masculinidades, o masculinidades alternativas en la adolescencia como forma de enfrentar las desigualdades de género.

Esta serie desarrollará las historias desde tres perspectivas: **la de la viralidad de las redes sociales** que enmarca sucesos mundiales o locales que impactan directamente las opiniones y construcciones sociales de lxs adolescentes frente a los estereotipos, la desigualdad y la violencia de género y detona las temáticas; **las reflexiones en la voz de un chico y una chica** que brindan opiniones informadas para la comprensión de los sucesos en el marco de los feminismos y las nuevas masculinidades a partir de las propias vivencias con el fin de que lxs chicxs encuentren en el (o los feminismos) una forma de entender y vivir la vida; y la de **un adulto experto** que enmarca conceptos básicos y facilita el análisis de los temas a través de un diálogo con lxs adolescentes.

#### **Sinopsis:**

Si vivimos en una sociedad igualitaria ¿por qué los hombres matan a las mujeres por ser mujeres?, ¿por qué siguen subiendo las cifras de malos tratos de los hombres hacia las mujeres? Frente a estas dudas preguntémonos ahora: ¿existen referentes de nuevas masculinidades o masculinidades igualitarias para los adolescentes? ¿conocen lxs adolescentes las razones justas por las cuales luchan los feminismos?

**Feminismos y nuevas masculinidades adolescentes** o como llegar a denominarse, es una serie de no ficción de género híbrido en la que, a partir de un suceso contemporáneo alrededor de temas como la vulneración de derechos de las mujeres, los micromachismos, las masculinidades tóxicas, la discriminación por género, la hipersexualización, los estigmas de ser feministas, las demostraciones de hombría, entre otros, que se han viralizado en las redes sociales, **dos presentadores, un chico y una chica** con posturas críticas sobre los feminismos y las masculinidades, desarrollan una conversación en torno a este hecho viral, más allá de las definiciones de las luchas feministas y de las nuevas masculinidades ampliando la mirada desde sus propias vivencias y las de sus pares. Los presentadores hacen un breve recorrido histórico sobre el tema del capítulo a partir de las distintas olas feministas y/o procesos desde las masculinidades alternativas para visibilizar los aportes desde estos movimientos y las transformaciones sociales que han logrado, especialmente para las generaciones más jóvenes.

El ecosistema digital permite lanzar mensajes, generar opinión y fomentar el diálogo y lxs adolescentes viven gran parte de sus vidas inmersas en las dinámicas propias de las redes sociales y en esa medida sucesos mediáticos como por ejemplo; la ruptura de Shakira y Piqué y la canción que lanzó la cantante

 <b>Capital</b> <small>SISTEMAS DE COMUNICACIÓN PÚBLICA</small>	<b>ESTUDIOS PREVIOS</b>	<b>CÓDIGO: AGJC-CN-FT-001</b> <b>VERSIÓN: 16</b> <b>FECHA DE APROBACIÓN:</b> <b>19/09/2022</b> <b>RESPONSABLE: CONTRATACIÓN</b>	 <b>ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.</b>
--	-------------------------	---	---

61

colombiana que lanzaba “indirectas” al futbolista; la viralización del himno al feminismo “un violador en tu camino” que dio pie a un videoactivismo de chicas en todo el mundo; la decisión del cantante Alejandro Fernández de cambiar la letra de su canción “Mátala” por “Ámala” para evitar que la letra pueda inspirar a feminicidios; el fenómeno de Harry Styles que utiliza ropa de hombre y mujer indistintamente y ha puesto sobre la mesa la discusión de la moda *genderless*, entre otros, se constituyen en noticia de actualidad, pero también en hechos que generan opiniones diversas y discusiones entre los adolescentes y jóvenes. Son este tipo de **sucesos virales los que detonan el tema de cada capítulo** y serán narrados por las voces de los presentadores mediante motion graphics y material de archivo. También es posible recurrir a activismos digitales de chicxs en los que abordan temáticas alrededor del género y plantean posturas críticas que sirvan como detonante para el diálogo y la reflexión. Algunos ejemplos son [@maniestamedia](#), [@malvestida](#), [@ww4w.co](#), entre otros.

Las teorías y acciones movilizadoras de los feminismos y de las masculinidades alternativas, igualitarias o nuevas masculinidades adquieren relevancia con la presencia de **una invitada o invitado adulto** conocedor del tema que conversa con los presentadores planteando ideas claras, acciones posibles y definiendo ciertos conceptos sobre el feminismo y las masculinidades alternativas para crear conciencia en chicas y chicos sobre la larga lucha por la igualdad de género.

Finalmente, los presentadores plantean **preguntas y/o escenarios hipotéticos** a la audiencia de cómo podríamos vivir en una sociedad más igualitaria y justa en el marco del feminismo inclusivo y tolerante, desafiando las miradas normativas de la sociedad y promoviendo el hecho de que cada vez es más habitual encontrar a adolescentes que se “atreven” a actuar en el marco de otras masculinidades que rompen con la norma de lo que se espera de ellos, como hay cada vez más chicas que se involucran activamente en grupos feministas y con un claro llamado a que se reconozca que no hay una única forma de ser mujeres u hombres y que las chicas y los chicos van de la mano.

Los presentadores serán **un hombre y una mujer entre los 17 y 23 años**, que tengan sensibilidad e interés frente a las temáticas alrededor de los feminismos y nuevas masculinidades, preferiblemente que hagan parte de algún colectivo o colectiva que trabaje el tema. Se espera que entre los dos surja un diálogo fluido frente a las temáticas propuestas en cada capítulo, con un espíritu crítico, propositivo, e incluso puede incluir un tono de humor sin perder el grado de sensibilidad que implique el desarrollo de cada uno de los temas.

#### **Cubrimiento temático:**

El cubrimiento temático de este proyecto busca explorar a través de las experiencias de las protagonistas los sesgos de género, los prejuicios sobre las feministas, las normas sociales, como los mayores obstáculos que enfrentan chicos y chicas. Así mismo la mirada histórica frente a sucesos movilizadores a lo largo de la historia de los feminismos y las nuevas masculinidades. Puede abarcar algunos de los siguientes temas, entre otros que el mismo proponente quiera trabajar:

- Roles de género
- Violencias normalizadas hacia las mujeres, las personas trans y los homosexuales. Misoginia
- Derecho a decidir sobre el cuerpo y la maternidad

 <b>Capital</b> <small>SISTEMAS DE COMUNICACIÓN PÚBLICA</small>	<b>ESTUDIOS PREVIOS</b>	<b>CÓDIGO: AGJC-CN-FT-001</b> <b>VERSIÓN: 16</b> <b>FECHA DE APROBACIÓN:</b> <b>19/09/2022</b> <b>RESPONSABLE: CONTRATACIÓN</b>	 <b>ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.</b>
--	-------------------------	---	---

62

- El miedo a caminar solas
- Autonomía física y emocional de las chicas
- Expresión emocional en los chicos
- Demostraciones de hombría
- Empoderamiento de las adolescentes
- Privilegios masculinos
- El género en la educación. Educación y perspectiva de géneros
- “Body shaming” (Body positive)
- Cosificación de la mujer. Relación con el cuerpo femenino
- ¿Qué es ser y que no es es un hombre “de verdad”?
- Estereotipos de belleza. Hipersexualización
- Machismo, micromachismo, mansplaining
- Youtubers/influencers como modelos de masculinidad tóxica
- Sexismo
- Sororidad
- Modelos de relaciones de chicas y chicos
- Universo masculino excluyente
- Corresponsabilidad del cuidado hacia las personas
- Modelos positivos de de masculinidad
- El estigma de ser feminista

Sobre los feminismos y masculinidades alternativas

- Heteronormatividad.
- Sistema patriarcal
- El Feminismo como Movimiento Social
- Las nuevas masculinidades, masculinidades alternativas o igualitarias
- Mandatos de las masculinidad hegemónica
- Movimientos de derechos de los hombres
- Ciberfeminismo
- Feminismos de la diferencia
- Ecofeminismo
- Movimientos feministas #MeToo (“Sólo SÍ es SÍ”, ¡Hermana, yo sí te creo!, ¡Ni una más! ¡Ni una menos!)
- Movimientos de hombres aliados de los movimientos feministas

### **Cubrimiento geográfico**

El proyecto **Feminismos y nuevas masculinidades adolescentes** o como llegar a denominarse debe incluir la variedad de puntos de vista de adolescentes de distintas localidades de Bogotá Región.

### **Tratamiento:**

- El proponente podrá diseñar el formato con los recursos visuales, sonoros y gráficos que considere pertinentes y coherentes con el género, la narrativa y los contenidos, siempre y cuando

 <b>Capital</b> <small>SISTEMAS DE COMUNICACIÓN PÚBLICA</small>	<b>ESTUDIOS PREVIOS</b>	<b>CÓDIGO: AGJC-CN-FT-001</b> <b>VERSIÓN: 16</b> <b>FECHA DE APROBACIÓN:</b> <b>19/09/2022</b> <b>RESPONSABLE: CONTRATACIÓN</b>	 <b>ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.</b>
--	-------------------------	---	---

63

se correspondan con los intereses y capacidades de la audiencia adolescente.

- Se debe desarrollar una investigación seria y profunda, que garantice que las historias sean diversas y permitan explorar diversos puntos de vista y situaciones frente a las temáticas desarrolladas en cada uno de los capítulos.
- Los 7 sucesos virales detonantes de cada capítulo deben ser reales y deben explorar distintos puntos de vista y situaciones frente a las temáticas desde una perspectiva cotidiana.
- La investigación puede tener en cuenta instituciones como Observatorio de Igualdad de Género de América Latina y el Caribe, EcoMujeresa para el mundo, Secretaría de Educación de Bogotá, Fundación Sergio Urrego, Colombia Diversa, el Colectivo de Hombres y Masculinidades Colombia, Mesas Distritales de Nuevas Masculinidades, entre otras organizaciones y colectivos que trabajan alrededor de los feminismos y nuevas masculinidades y en particular que tengan experiencia con adolescencia.
- El proyecto debe incluir dentro del equipo a un/a asesor/a que tenga experiencia en las temáticas de la serie.
- Cada capítulo debe incluir como mínimo **dos minutos de animación/motion graphics** distribuidos **entre el suceso detonante y el hecho histórico** que se revise en cada capítulo. La propuesta entregada debe contemplar algunas referencias de propuesta de arte y animación que den cuenta del estilo visual/gráfico que se va a desarrollar en la serie.
- Se requiere **como mínimo dos opciones en la dupla de presentadores**, para su posterior selección por parte de CAPITAL, así como una carta de intención del candidato en que declare estar de acuerdo con su participación en caso de ser adjudicado el proyecto. Esta dupla no tiene un papel convencional de presentación a cámara sobre las temáticas, sino que es una pareja de "conversadores informados" por lo cual deben tener una afinidad por el tema. No deben encontrarse en un estudio conversando sino ubicarse en algún lugar de Bogotá Región que tenga algún tipo de conexión con el tema del capítulo.
- Se debe contemplar en el presupuesto y la formulación creativa la grabación a **dos cámaras**.
- El proyecto debe contemplar música original y un diseño sonoro para cada una de las animaciones/motion graphics que se realicen para cada capítulo. También se debe contemplar el desarrollo de un paquete gráfico para la serie.
- El diseño de producción debe definir con claridad las actividades y el flujo de trabajo articulado en cada uno de los procesos de acuerdo a los requerimientos de la formulación creativa. En este sentido el modelo de producción debe contemplar la organización de un equipo humano con la experiencia para realizar proyectos de este tipo.
- El presupuesto debe estar proyectado para garantizar la calidad del producto final y el cronograma debe basarse en los flujos de pago contemplados en la invitación y plantear tiempos adecuados para cada proceso, así como el alistamiento de las entregas al canal de todos los materiales establecidos.

#### **La convergencia:**

Además del componente televisivo, el proponente debe considerar la producción y entrega de insumos para las redes sociales y plataformas de CAPITAL que permitan interpelar y motivar la conversación con la audiencia:

- **7 piezas en video** que a modo de animación tipográfica definan las terminologías relacionadas

 <b>Capital</b> <small>SISTEMAS DE COMUNICACIÓN PÚBLICA</small>	<b>ESTUDIOS PREVIOS</b>	<b>CÓDIGO: AGJC-CN-FT-001</b> <b>VERSIÓN: 16</b> <b>FECHA DE APROBACIÓN:</b> <b>19/09/2022</b> <b>RESPONSABLE: CONTRATACIÓN</b>	 <b>ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.</b>
--	-------------------------	---	---

64

con los feminismos y nuevas masculinidades con el fin de circular en las redes sociales y plataformas de eureka y Capital.

## CONSIDERACIONES DE PRODUCCIÓN COMUNES PARA TODOS LOS PROYECTOS

En el marco del desarrollo del proyecto el proponente deberá cumplir con las siguientes consideraciones de producción:

- El cronograma de producción debe basarse en los flujos de pago contemplados en los pliegos de la convocatoria y plantear tiempos adecuados para cada proceso.
- El cronograma debe contemplar los tiempos de revisión y ajustes conceptuales a los guiones, cortes off line y on line de cada capítulo, propuesta de color y diseño sonoro, así como la revisión y ajuste de entregables finales por parte de CAPITAL.
- El diseño de producción debe considerar la realización previa de un primer capítulo, cuyo primer corte (corte de imagen, sin mezcla ni corrección de color) debe estar **retroalimentado** por CAPITAL **antes de iniciar la grabación del resto de la serie**, por lo tanto, sugerimos que se elija una temática o capítulo que permita optimizar los recursos financieros, técnicos, logísticos y humanos del proyecto.
- Se debe proyectar la entrega final del proyecto al menos **dos (2) semanas antes de la fecha prevista para la terminación del contrato** en virtud de que puedan realizarse revisiones y ajustes técnicos a la última entrega.
- La propuesta de diseño de producción debe viabilizar un proyecto cuyas etapas de preproducción, producción y posproducción se ejecuten con el presupuesto definido en la presente convocatoria y en los tiempos de ejecución establecidos.
- El presupuesto debe estar proyectado para garantizar la calidad del producto final. Los pagos a los miembros del equipo de producción deben ser acordes con los valores del mercado audiovisual, así como los costos de los equipos y de las salas de posproducción.
- La estrategia de producción debe definir con claridad cómo se plantean realizar y articular los diversos procesos como: la investigación, la grabación, motion graphics/animación, la posproducción, la música original, el paquete gráfico, el contenido multiplataforma, entre otros, tanto en acciones como en tiempos en coherencia con la propuesta creativa. El grupo de trabajo debe ser adecuado para el proyecto que se plantea.
- En caso de que sea estrictamente necesario utilizar material de archivo, es indispensable contar con la **autorización previa y expresa de CAPITAL**. Así mismo es necesario valorar su adquisición. Todo el material de archivo que se vaya a utilizar debe ser previa y expresamente licenciado. Adicionalmente dichas licencias deben tener por territorio a todo el mundo, concedidas a perpetuidad y para todos los medios.
- Las series deberán contar previo a su utilización y en los casos en que amerite, por parte de los titulares de derechos de autor o conexos, o de sus representantes, las autorizaciones, licencias y cesiones de posición contractual según corresponda (autorización de uso de imagen, locaciones, explotación de obras musicales, imágenes, libretos, fonogramas, obras fotográficas y audiovisuales, voces, entrevistas, entre otros) y en general, cualquier obra

 <b>Capital</b> <small>SISTEMA DE COMUNICACIÓN PÚBLICA</small>	<b>ESTUDIOS PREVIOS</b>	<b>CÓDIGO: AGJC-CN-FT-001</b> <b>VERSIÓN: 16</b> <b>FECHA DE APROBACIÓN:</b> <b>19/09/2022</b> <b>RESPONSABLE: CONTRATACIÓN</b>	 <b>ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.</b>
---	-------------------------	---	---

protegida por el derecho de autor o conexos y pagar los derechos y tarifas que se causen. Adicionalmente dichas licencias deben tener por territorio a todo el mundo, concedidas a perpetuidad y para todos los medios. Para el efecto, deberá hacer uso de los formatos suministrados por CAPITAL.

- Todos los proyectos deben contemplar el uso de música original y contar con las cesiones de derechos correspondientes, en favor de Capital, entre ellos el carácter exclusivo para el proyecto. Para el efecto, deberá hacer uso de los formatos suministrados por CAPITAL.
- En caso de que sea estrictamente necesario utilizar música no original, es indispensable contar con la **autorización previa y expresa de CAPITAL**, y con las licencias y autorizaciones otorgadas por los respectivos titulares de derechos de autor y conexos o quienes los representen de acuerdo con la ley. Adicionalmente dichas licencias y autorizaciones deben tener por territorio a todo el mundo, concedidas a perpetuidad y para todos los medios. Los costos relacionados con el pago de licencias, autorizaciones o cesiones deben estar contemplados dentro del presupuesto del proyecto y el canal no asumirá ningún costo adicional generado por este tipo de inclusión dentro de los contenidos. Para considerar esta necesidad, se debe contar con **previa aprobación de Capital**.
- Considerando la necesidad de contar con la seguridad jurídica necesaria para el uso de obras musicales no se aceptará la utilización de librerías o bibliotecas musicales dentro de las propuestas.
- El cabezote, los insumos de graficación, animación, banners, archivo y musicalización deberán ser diseñados, desarrollados y producidos para la serie por el futuro contratista, todo lo cual deberá entregarse junto con el primer capítulo finalizado.
- En ningún caso se reciben programas ya realizados o que hayan iniciado procesos de producción.

## 10. IDENTIFICACIÓN DEL CONTRATO A CELEBRAR

La presente contratación se enmarca dentro de los contratos típicos, dado que se encuentran previsto y regulado ante la ley, como un contrato de producción por encargo.

Los contratos de producción por encargo son acuerdos en los que se pacta, a cambio de una remuneración, la realización o elaboración y, entrega de una obra (material o intelectual) -en este caso se trata de obras audiovisuales-, por parte de un contratista (autor, productor, encargado), en los términos y condiciones previamente definidos y señalados por el contratante (encargante).

## 11. SUPERVISIÓN Y/ O INTERVENTORÍA (Numeral 3.1.11 del Manual de Contratación)

La supervisión estará a cargo del **Director Operativo**, o quien haga sus veces, quien tendrá a cargo las funciones establecidas en la Ley, el Manual de Supervisión e Interventoría de Canal Capital y demás normas o reglamentos que regulen la materia, para lo cual deberá tener presente las siguientes consideraciones:

- Conocer los antecedentes de la contratación.
- Velar por el cumplimiento de las obligaciones del contrato.

 <b>Capital</b> <small>SISTEMAS DE COMUNICACIÓN PÚBLICA</small>	<b>ESTUDIOS PREVIOS</b>	<b>CÓDIGO: AGJC-CN-FT-001</b> <b>VERSIÓN: 16</b> <b>FECHA DE APROBACIÓN:</b> <b>19/09/2022</b> <b>RESPONSABLE: CONTRATACIÓN</b>	 <b>ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.</b>
--	-------------------------	---	---

66

- c. Verificar la constitución y publicación en SECOP II, de la garantía respectiva.
- d. Velar por el cumplimiento de los asuntos relacionados con los derechos de autor.
- e. Todas las demás obligaciones que se desprendan de la vigilancia y control del contrato.

## **12. MODALIDAD DE SELECCIÓN DEL CONTRATISTA Y SU JUSTIFICACIÓN, INCLUYENDO LOS FUNDAMENTOS JURÍDICOS (Numeral 3.1.12 del Manual de Contratación)**

De conformidad con lo establecido en el numeral 4 ETAPA PRECONTRACTUAL – MODALIDADES DE SELECCIÓN- INICIO DEL PROCESO DE SELECCIÓN Y CONSIDERACIONES SOBRE OFERTAS Y CRONOGRAMAS – CONVOCATORIA PÚBLICA, subnumeral 4.6. del Manual de Contratación de CAPITAL adoptado mediante la Resolución No. 125 del 27 de julio del 2022 *"Esta modalidad de selección procede cuando el valor del contrato sea igual o superior a quinientos salarios mínimos mensuales legales vigentes (500 SMLMV) con las excepciones que se señalan en contratación directa y licitación pública"*. Dado que no existen excepciones aplicables y la cuantía de la contratación se encuentra en el rango descrito, Canal Capital procederá de conformidad con la reglamentación mencionada.

## **13. LOS CRITERIOS PARA SELECCIONAR LA OFERTA MÁS FAVORABLE (Numeral 3.1.13 del Manual de Contratación)**

De conformidad con lo establecido en el numeral 3.1.15, del Manual de Contratación de CAPITAL adoptado mediante la Resolución No. 125 del 27 de julio del 2022 que determina *"Teniendo en cuenta los principios de la contratación administrativa, la selección que haga CANAL CAPITAL en el proceso de contratación deberá corresponder a alguien capaz de ejecutar el contrato y que presente el ofrecimiento más favorable a la entidad, teniendo en cuenta los factores técnicos y económicos de escogencia y la ponderación precisa y detallada de los mismos contenida en los estudios previos y en los pliegos de condiciones o sus equivalentes. Los criterios de calificación se deben establecer de manera puntual y rigurosa. Los factores de escogencia y calificación que se definan tendrán en cuenta los siguientes criterios: (...) literal b del Manual de Contratación, "En la convocatoria pública cuyo objeto sea la coproducción, la producción y/o preproducción y/o postproducción de proyectos audiovisuales; la selección de la idea creativa hará uso de factores de calificación destinados a valorar los aspectos técnicos de la oferta o proyecto, utilizando para tal efecto, entre otros, los siguientes criterios enunciativos: (i) La experiencia del oferente y del equipo de trabajo en proyectos audiovisuales, (ii) la calidad y pertinencia del proyecto audiovisual, (iii) la coherencia entre los componentes creativos y operativos y con el objeto del contrato, (iv) la coherencia del proyecto con el presupuesto oficial, (v) la innovación y/o exclusividad del proyecto y (vi) otros criterios legales como el fomento a la industria nacional y/o regional, así como el fomento a la participación de otros grupos minoritarios o tradicionalmente marginados como mujeres, grupos étnicos o comunidad LGBTI, siempre y cuando cumplan los criterios de experiencia e idoneidad exigidos en el proceso. Si se considera necesario, se podrá también incluir como criterio de ponderación la formación académica del oferente y/o del equipo de trabajo. En estos casos no será necesario incluir el precio como un factor de ponderación(...).*

### **13.1. REQUISITOS HABILITANTES (Numeral 3.1.14 del Manual de Contratación)**

De conformidad con lo establecido en el Manual de Contratación de CAPITAL, la capacidad jurídica y las condiciones técnicas, capacidad financiera de los proponentes serán objeto de verificación de cumplimiento como requisitos habilitantes para la participación en el proceso de selección y no otorgarán puntaje.

Los requisitos habilitantes para el presente proceso de selección se determinan considerando las

 <b>Capital</b> <small>SISTEMAS DE INFORMACIÓN PÚBLICA</small>	<b>ESTUDIOS PREVIOS</b>	<b>CÓDIGO: AGJC-CN-FT-001</b> <b>VERSIÓN: 16</b> <b>FECHA DE APROBACIÓN:</b> <b>19/09/2022</b> <b>RESPONSABLE: CONTRATACIÓN</b>	 <b>ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.</b>
---	-------------------------	---	---

67

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.

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, experiencia mínima requerida.

### **13.1.1. VERIFICACIÓN DE LA CAPACIDAD JURÍDICA**

#### **CARTA DE PRESENTACIÓN DE LA OFERTA (ANEXO 1)**

La carta de presentación de la oferta deberá ser suscrita de acuerdo con el anexo que se publicará en la página del SECOP II, 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 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 incursa 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**

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 un (1) año 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. De dicho documento será verificado el domicilio principal del proponente singular y/o el domicilio de los integrantes del proponente plural.

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,

 <b>Capital</b> <small>SISTEMAS DE INFORMACIÓN PÚBLICA</small>	<b>ESTUDIOS PREVIOS</b>	<b>CÓDIGO: AGJC-CN-FT-001</b> <b>VERSIÓN: 16</b> <b>FECHA DE APROBACIÓN:</b> <b>19/09/2022</b> <b>RESPONSABLE: CONTRATACIÓN</b>	 <b>ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.</b>
---	-------------------------	---	---

68

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.

### **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 (1) 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.

### **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 (ANEXO 2), O UNIÓN TEMPORAL (ANEXO 3)**

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 un (1) año más.

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 de CAPITAL.

Los proponentes plurales (uniones temporales o consorcios) deberán presentar el certificado de existencia

 <b>Capital</b> <small>SISTEMAS DE INFORMACIÓN PÚBLICA</small>	<b>ESTUDIOS PREVIOS</b>	<b>CÓDIGO: AGJC-CN-FT-001</b> <b>VERSIÓN: 16</b> <b>FECHA DE APROBACIÓN:</b> <b>19/09/2022</b> <b>RESPONSABLE: CONTRATACIÓN</b>	 <b>ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.</b>
---	-------------------------	---	---

69

y representación legal de cada una de las personas jurídicas que lo conforman. La sumatoria del porcentaje de participación de Consorcios o Uniones Temporales no podrá ser diferente al cien por ciento (100%).

## **DOCUMENTO DE IDENTIFICACIÓN**

Se aportará copia de la cédula de ciudadanía del representante legal y en el evento de consorcio o 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 A TRAVÉS 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 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 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.

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

 <b>Capital</b> <small>SISTEMAS DE INFORMACIÓN PÚBLICA</small>	<b>ESTUDIOS PREVIOS</b>	<b>CÓDIGO: AGJC-CN-FT-001</b> <b>VERSIÓN: 16</b> <b>FECHA DE APROBACIÓN:</b> <b>19/09/2022</b> <b>RESPONSABLE: CONTRATACIÓN</b>	 <b>ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.</b>
---	-------------------------	---	---

70

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 No. 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 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.

#### **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 CAPITAL.

Lo anterior, para garantizar el cumplimiento de las obligaciones establecidas en el 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. La Garantía de Seriedad de la Propuesta se constituirá en los siguientes términos:

<b>BENEFICIARIO</b>	CAPITAL, NIT 830.012.587-4
<b>AFIANZADO Y TOMADOR</b>	El afianzado es el proponente. Si es persona 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>VIGENCIA</b>	Mínimo 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 del proyecto. Las cifras del valor de la póliza deben expresarse de manera exacta, incluidos decimales, si la fórmula matemática aplicada así lo causa.

 <b>Capital</b> <small>SISTEMA DE COMUNICACIÓN PÚBLICA</small>	<b>ESTUDIOS PREVIOS</b>	<b>CÓDIGO: AGJC-CN-FT-001</b> <b>VERSIÓN: 16</b> <b>FECHA DE APROBACIÓN:</b> <b>19/09/2022</b> <b>RESPONSABLE: CONTRATACIÓN</b>	 <b>ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.</b>
---	-------------------------	---	---

71

<b>OBJETO ROMPER ESTEREOTIPOS</b>	<p>Amparar la seriedad de los ofrecimientos hechos por el proponente en la Convocatoria Pública CP-02-2023, proyecto <b>ROMPER ESTEREOTIPOS</b>, cuyo objeto es: Contratar bajo la modalidad de producción por encargo, el diseño, preproducción, producción y posproducción para el proyecto audiovisual ROMPER ESTEREOTIPOS o como llegare a denominarse, propuesto para la línea de Ciudadanía, Cultura y Educación, en cumplimiento de los objetivos y gestión de Canal Capital en el marco de la Resolución 00016 del 20 de enero de 2023 del Fondo Único de las Tecnologías de la Información (FUTIC).</p> <p>.</p>
<b>OBJETO ROMPIENDO MOLDES</b>	<p>Amparar la seriedad de los ofrecimientos hechos por el proponente en la Convocatoria Pública CP-02-2023, proyecto <b>ROMPIENDO MOLDES</b>, cuyo objeto es: Contratar bajo la modalidad de producción por encargo, el diseño, preproducción, producción y posproducción para el proyecto audiovisual ROMPIENDO MOLDES o como llegare a denominarse, propuesto para la línea de Ciudadanía, Cultura y Educación, en cumplimiento de los objetivos y gestión de Canal Capital en el marco de la Resolución 00016 del 20 de enero de 2023 del Fondo Único de las Tecnologías de la Información (FUTIC).</p>
<b>OBJETO FEMINISMOS Y NUEVAS MASCULINIDADES</b>	<p>Amparar la seriedad de los ofrecimientos hechos por el proponente en la Convocatoria Pública CP-02-2023, proyecto <b>FEMINISMOS Y NUEVAS MASCULINIDADES</b>, cuyo objeto es: Contratar bajo la modalidad de producción por encargo, el diseño, preproducción, producción y posproducción para el proyecto audiovisual FEMINISMOS Y NUEVAS MASCULINIDADES o como llegare a denominarse, propuesto para la línea de Ciudadanía, Cultura y Educación, en cumplimiento de los objetivos y gestión de Canal Capital en el marco de la Resolución 00016 del 20 de enero de 2023 del Fondo Único de las Tecnologías de la Información (FUTIC).</p>
<b>FIRMA</b>	<p>Suscrita por la aseguradora y el proponente tomador.</p>

En todo caso, la garantía de la propuesta debe estar vigente hasta la aprobación de la garantía de cumplimiento del respectivo contrato.

La garantía de seriedad de la oferta será cargada en la plataforma SECOP II, en la que deberá mantenerse durante toda su vigencia.

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

El proponente persona jurídica 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.

 <b>Capital</b> <small>SISTEMAS DE INFORMACIÓN PÚBLICA</small>	<b>ESTUDIOS PREVIOS</b>	<b>CÓDIGO: AGJC-CN-FT-001</b> <b>VERSIÓN: 16</b> <b>FECHA DE APROBACIÓN:</b> <b>19/09/2022</b> <b>RESPONSABLE: CONTRATACIÓN</b>	 <b>ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.</b>
---	-------------------------	---	---

72

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 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.

**NOTA:** Si el anexo de parafiscales es suscrito por el revisor fiscal o contador, la propuesta deberá estar acompañada de la copia de la cédula, la tarjeta profesional y certificación de antecedentes disciplinarios expedido por la Junta Central de Contadores de este la cual debe estar vigente.

#### **COMPROMISO DE INTEGRIDAD Y ANTICORRUPCIÓN (ANEXO 4)**

Los Proponentes deben suscribir el Compromiso de integridad y anticorrupción 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.

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

CAPITAL, revisará el boletín de responsables fiscales, el certificado de antecedentes disciplinarios y el certificado de antecedentes judiciales, 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

 <b>Capital</b> <small>SISTEMAS DE INFORMACIÓN PÚBLICA</small>	<b>ESTUDIOS PREVIOS</b>	<b>CÓDIGO: AGJC-CN-FT-001</b> <b>VERSIÓN: 16</b> <b>FECHA DE APROBACIÓN:</b> <b>19/09/2022</b> <b>RESPONSABLE: CONTRATACIÓN</b>	 <b>ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.</b>
---	-------------------------	---	---

73

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**

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.

#### **FORMATO AUTORIZACIÓN CONSULTA DE INHABILIDADES POR DELITOS SEXUALES CONTRA NIÑOS NIÑAS Y ADOLESCENTES (ANEXO 14)**

El Representante legal del proponente, así como el personal descrito en el numeral **13.1.3.3. EXPERIENCIA EQUIPO HUMANO** de este proceso, deberán diligenciar y presentar en el apartado correspondiente del cuestionario dispuesto en la plataforma SECOP II, el formato de autorización de consulta de Inhabilidades por Delitos Sexuales, según el modelo suministrado por la entidad en el ANEXO 14.

#### **CONSULTA DE INHABILIDADES POR DELITOS SEXUALES CONTRA NIÑOS, NIÑAS Y ADOLESCENTES**

CAPITAL verificará, en la página Web de la Policía Nacional de Colombia, la Consulta de inhabilidades por delitos sexuales contra niños, niñas y adolescentes, de las personas naturales, el representante legal de la persona jurídica individual, de los representantes legales de los consorcios y uniones temporales y de los integrantes de estos, que presenten propuesta en el presente proceso.

#### **RELACIÓN DE CONTRATOS DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS PERSONA JURÍDICA - (ANEXO 17) O RELACIÓN DE CONTRATOS DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS CONSORCIO O UNIÓN TEMPORAL - (ANEXO 18)**

De conformidad con lo previsto el artículo 17 del Decreto Distrital 189 de 2020 y la Directiva 003 de 2021 de la Secretaría Jurídica Distrital el proponente deberá diligenciar y suscribir el denominado formato de relación de contratos de prestación de servicios, contenido en los anexos No. 17 y 18 según la naturaleza jurídica del proponente, en el cual se deben relacionar todos los contratos vigentes con el Estado a la fecha de presentación de este documento.

#### **REGISTRO DE DEUDORES ALIMENTARIOS MOROSOS (REDAM).**

Los proponentes deberán allegar el certificado REDAM de conformidad con el artículo 2º de la Ley 2097 de 2021, "POR MEDIO DE LA CUAL SE CREA EL REGISTRO DE DEUDORES ALIMENTARIOS MOROSOS (REDAM) Y SE DICTAN OTRAS DISPOSICIONES" el cual deberá tener una fecha de expedición no mayor a Tres (3) meses anteriores a la fecha de cierre del presente proceso de selección, lo anterior para verificar que ningún proponente se encuentre incursa en las consecuencias establecidas en el artículo 6º de la citada Ley.

 <b>Capital</b> <small>SISTEMAS DE INFORMACIÓN PÚBLICA</small>	<b>ESTUDIOS PREVIOS</b>	<b>CÓDIGO: AGJC-CN-FT-001</b> <b>VERSIÓN: 16</b> <b>FECHA DE APROBACIÓN:</b> <b>19/09/2022</b> <b>RESPONSABLE: CONTRATACIÓN</b>	 <b>ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.</b>
---	-------------------------	---	---

74

En el caso de consorcios o uniones temporales se debe allegar el certificado REDAM de los representantes legales de los consorcios y/o uniones temporales que van a participar en el presente proceso de selección.

### **13.1.2. VERIFICACIÓN DE LA 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 2022-2021, especificando en el Estado de Situación Financiera, activo corriente, activo total, pasivo corriente y pasivo total; los cuales se deben presentar firmados por el Representante Legal de la persona jurídica, el contador y Revisor Fiscal 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 los artículos 36 y 37 de la Ley 222 de 1995.

Se deberá adjuntar photocopies 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.

Las personas jurídicas extranjeras deberán presentar los documentos con el lleno de los requisitos, dispuestos en los artículos 480 del Código de Comercio, y en el artículo 251 del Código General del proceso.

Si el (los) documento(s) aquí señalados no se acompañan con la propuesta, 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.

La verificación se efectuará teniendo como base los siguientes indicadores con corte a 31 de diciembre de 2022.

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 CAPITAL realice sobre la información financiera presentada con la oferta tomando como base los siguientes indicadores financieros:

- 1. CAPITAL DE TRABAJO  $\geq$  (25% del presupuesto oficial estimado para el proyecto ofertado)**
- 2. SOLVENCIA  $\geq 1,2$**
- 3. NIVEL DE ENDEUDAMIENTO  $\leq 0.50$**

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 2021 como se indica a continuación:

 <b>Capital</b> <small>SISTEMAS DE INFORMACIÓN PÚBLICA</small>	<b>ESTUDIOS PREVIOS</b>	<b>CÓDIGO: AGJC-CN-FT-001</b> <b>VERSIÓN: 16</b> <b>FECHA DE APROBACIÓN:</b> <b>19/09/2022</b> <b>RESPONSABLE: CONTRATACIÓN</b>	 <b>ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.</b>
---	-------------------------	---	---

75

a. CAPITAL DE TRABAJO

Éste deberá ser **mayor o igual al 25% del presupuesto oficial** estimado para el proyecto ofertado y se verificará según la fórmula siguiente: Capital de Trabajo = Activo Corriente - Pasivo Corriente

b. SOLVENCIA

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

c. NIVEL DE ENDEUDAMIENTO

Éste deberá ser **menor al cincuenta por ciento (50%)** y se calculará según la fórmula siguiente: Nivel de Endeudamiento = (Pasivo Total / activo Total)  $\leq 0,50$

**NOTA 1:** Para el proponente plural el indicador Capital de Trabajo se obtendrá realizando la sumatoria aritmética del capital de trabajo de cada uno de los integrantes. Los indicadores Solvencia y Nivel de Endeudamiento se calcularán sumando los indicadores de cada integrante de la sociedad, aplicando el porcentaje de participación del integrante en la Unión temporal o Consorcio.

**NOTA 2:** Las empresas constituidas en la vigencia 2022, deberán allegar los estados financieros de apertura, aportados para el registro en Cámara de Comercio.

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

### **13.1.3. VERIFICACIÓN DE LA CAPACIDAD TÉCNICA**

#### **13.1.3.1. ENTREGABLES Y PARÁMETROS TÉCNICOS (ANEXO 6)**

Los proponentes deberán tener en cuenta para la formulación de sus propuestas que una vez firmado el contrato, durante la ejecución, el contratista deberá cumplir con los entregables y requerimientos técnicos establecidos en el Anexo No. 6, el cual debe ser firmado por el representante legal indicando su nombre y documento de identidad.

#### **13.1.3.2. EXPERIENCIA DEL PROPONENTE (ANEXO 7)**

El proponente deberá diligenciar el Anexo 7 e incluir las certificaciones que acrediten lo requerido para cada proyecto como se describe a continuación:

PROYECTO	EXPERIENCIA DEL PROPONENTE
1. ROMPER ESTEREOTIPOS.	Debe acreditar como mínimo la ejecución de una (1) serie para televisión o web, realizada a partir del 1º de enero de 2017.

 <b>Capital</b> <small>SISTEMAS DE COMUNICACIÓN PÚBLICA</small>	<b>ESTUDIOS PREVIOS</b>	<b>CÓDIGO: AGJC-CN-FT-001</b> <b>VERSIÓN: 16</b> <b>FECHA DE APROBACIÓN:</b> <b>19/09/2022</b> <b>RESPONSABLE: CONTRATACIÓN</b>	 <b>ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.</b>
--	-------------------------	---	---

76

<b>2. ROMPIENDO MOLDES.</b>	Debe acreditar como mínimo la ejecución de una (1) serie para televisión o web, realizada a partir del 1º de enero de 2017.
<b>3. FEMINISMOS Y NUEVAS MASCULINIDADES.</b>	Debe acreditar como mínimo la ejecución de una (1) serie para televisión o web, realizada a partir del 1º de enero de 2017.

Para efectos de verificación de la experiencia, el proponente deberá allegar certificaciones y/o actas de liquidación o finalización 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.
- Valor total del contrato (Valor del contrato principal más adiciones).
- 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 de quien lo expide

**NOTA:** Si dentro del objeto del contrato no se contempla la preproducción, producción y postproducción de proyectos audiovisuales, esas deberán estar contempladas en las actividades u obligaciones específicas del contrato, para lo cual deberá aportarlo.

Los contratos certificados deben haber sido celebrados a partir del primero (1) de enero de 2017.

Para acreditar experiencia en producciones audiovisuales resultado del otorgamiento de estímulos, se debe allegar la resolución mediante la cual se ordena la entrega de los mismos, acompañada de la certificación de cumplimiento y ejecución de los recursos otorgados o documento equivalente, los cuales deben haber sido expedidos a partir del primero (1) de enero de 2017.

Los contratos certificados para personas jurídicas deberán sumar, de manera individual o acumulada, el valor del cien por ciento (100%) del presupuesto oficial expresado en SMMLV de cada proyecto a contratar como aparece en la siguiente tabla:

PROYECTO	VALOR TOTAL (Incluido IVA)	SMMLV 2023
1. ROMPER ESTEREOTIPOS.	\$ 491.833.333	423,9

**ESTUDIOS PREVIOS****CÓDIGO: AGJC-CN-FT-001****VERSIÓN: 16****FECHA DE APROBACIÓN:  
19/09/2022****RESPONSABLE: CONTRATACIÓN**

77

2. ROMPIENDO MOLDES.	\$ 491.833.333	423,9
3. FEMINISMOS Y NUEVAS MASCULINIDADES.	\$ 491.833.333	423,9

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.

PERÍODO	SMLMV
Enero 1 de 2012 a Dic. 31 de 2012	566.700.00
Enero 1 de 2013 a Dic. 31 de 2013	589.500.00
Enero 1 de 2014 a Dic. 31 de 2014	616.000.00
Enero 1 de 2015 a Dic. 31 de 2015	644.350.00
Enero 1 de 2016 a Dic. 31 de 2016	689.455.00
Enero 1 de 2017 a Dic. 31 de 2017	737.717.00
Enero 1 de 2018 a Dic. 31 de 2018	781.242.00
Enero 1 de 2019 a Dic. 31 de 2019	828.116.00
Enero 1 de 2020 a Dic. 31 de 2020	877.802.00
Enero 1 de 2021 a Dic. 31 de 2021	908.526.00
Enero 1 de 2022 a Dic. 31 de 2022	1.000.000.
Enero 1 de 2023 a Dic. 31 de 2023	1.160.000

Cuando un proponente pretenda acreditar la experiencia en la realización de una serie, adquirida en un contrato ejecutado como contratista plural, bastará con demostrar que su participación estuvo relacionada directamente con la realización o producción de la (s) serie (s) o contenido (s) audiovisual (es). En este caso se aceptará, para la verificación del objeto contractual a acreditar, la totalidad de las series o contenidos audiovisuales producidos en el marco de dicho contrato, con independencia del porcentaje de participación que el proponente haya tenido en la unión temporal o consorcio.

En caso de proponente plural, uno de los integrantes deberá acreditar como mínimo el 50% del valor del presupuesto oficial del proyecto respectivo.

 <b>Capital</b> <small>SISTEMAS DE INFORMACIÓN PÚBLICA</small>	<b>ESTUDIOS PREVIOS</b>	<b>CÓDIGO: AGJC-CN-FT-001</b> <b>VERSIÓN: 16</b> <b>FECHA DE APROBACIÓN:</b> <b>19/09/2022</b> <b>RESPONSABLE: CONTRATACIÓN</b>	 <b>ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.</b>
---	-------------------------	---	---

78

El porcentaje restante deberá ser acreditado con la experiencia en SMLMV del resto de miembros del proponente plural. En total, deberá acreditarse el cien por ciento (100%) de la experiencia en SMLMV para cada proyecto, en la suma de la experiencia de los miembros del proponente plural.

Cuando un proponente adquiere experiencia en un contrato como integrante de un contratista plural, la experiencia derivada de este contrato, para la verificación del valor del contrato a acreditar, corresponde a la ponderación del valor del contrato por el porcentaje de participación.

Para el efecto, las certificaciones deberán incluir el porcentaje de participación de los asociados junto con las actividades desempeñadas por cada uno de estos. En su defecto, el proponente deberá aportar junto con las certificaciones, los documentos de conformación de las asociaciones respectivas, a fin de que CAPITAL esté en condiciones de verificar el porcentaje y alcance de su participación. En todo caso CAPITAL no computará las experiencias que no guarden relación con el objeto del proyecto al que aplica el proponente.

**NOTA:** En ningún caso se aceptará que alguno de los integrantes del consorcio o unión temporal deje de acreditar experiencia. Todos los integrantes del Proponente Plural deben acreditar experiencia. El proponente extranjero deberá acreditar la experiencia requerida de conformidad con lo señalado en el pliego de condiciones.

### **REGLAS APLICABLES A LA EXPERIENCIA**

1. CAPITAL se reserva el derecho de verificar la autenticidad de las certificaciones o de solicitar los respectivos contratos o documentos que la soporten.
2. En caso de que los proponentes adjunten más de dos (2) certificaciones de experiencia, CAPITAL revisará en primer lugar la primera certificación presentada en el ANEXO No. 7 EXPERIENCIA HABILITANTE DEL PROONENTE, que cumpla las condiciones requeridas, con el propósito de habilitar al proponente. Si la certificación no cumple con lo solicitado, se tendrá en cuenta la certificación siguiente, hasta completar la mínima solicitada.
3. Cuando se presente experiencia de ejecución de contratos en los cuales se actuó en forma de Consorcio o Unión Temporal, CAPITAL, para efectos de verificar el cumplimiento de la misma, tendrá en cuenta únicamente el valor correspondiente al porcentaje de participación del oferente en ese oferente plural, lo cual deberá estar expresamente señalado en la certificación; en su defecto deberá aportarse documento de constitución del oferente plural.
4. Cuando el oferente sea una persona 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. CAPITAL no aceptará auto certificaciones de experiencia en ninguno de los siguientes casos:
  - Expedidas por la misma persona jurídica que se presente como proponente del presente proceso.
  - De representantes de Consorcios o Uniones Temporales, del cual hizo parte el proponente.
6. 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 1993 y la Resolución No. 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.

 <b>Capital</b> <small>SISTEMAS DE COMPRA PÚBLICA</small>	<b>ESTUDIOS PREVIOS</b>	<b>CÓDIGO: AGJC-CN-FT-001</b> <b>VERSIÓN: 16</b> <b>FECHA DE APROBACIÓN:</b> <b>19/09/2022</b> <b>RESPONSABLE: CONTRATACIÓN</b>	 <b>ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.</b>
--	-------------------------	---	---

79

**NOTA 1:** La experiencia de los accionistas, socios o constituyentes de una persona jurídica que actúe como proponente y que tenga menos de 3 años de constituida podrá acreditarse como experiencia de la persona jurídica. Lo anterior, de conformidad con lo establecido en el numeral 2.5 del artículo 2.2.1.1.5.2 del Decreto 1082 de 2015.

**NOTA 2:** Se aclara que las certificaciones de experiencia serán tenidas en cuenta para la habilitación técnica y no serán objeto de puntuación.

**NOTA 3: CRITERIOS DIFERENCIALES PARA EMPRENDIMIENTOS Y EMPRESAS DE MUJERES – ARTÍCULO 2.2.1.2.4.2.15 DEL DECRETO 1082 DE 2015 ADICIONADO POR EL DECRETO 1860 DE 2021.**

Para el caso del proponente que acredite su condición de emprendimientos y/o empresas de mujeres definido en el decreto 1860 de 2021, las certificaciones de experiencia podrán haber sido en contratos celebrados a partir del primero (1) de enero de 2012.

Se entenderán como emprendimientos y empresas de mujeres aquellas que cumplan con alguna de las condiciones señaladas en el artículo 2.2.1.2.4.2.14 del Decreto 1082 de 2015, modificado por el artículo 3 del Decreto 1082 de 2021.

Los soportes mediante los cuales se pretende acreditar la condición de ser emprendimientos o empresas de mujeres deberán presentarse junto con la propuesta.

"ARTÍCULO 2.2.1.2.4.2.14. Definición de emprendimientos y empresas de mujeres. Con el propósito de adoptar medidas afirmativas que incentiven la participación de las mujeres en el sistema de compras públicas, se entenderán como emprendimientos y empresas de mujeres aquellas que cumplan con alguna de las siguientes condiciones:

1. Cuando más del cincuenta por ciento (50%) de las acciones, partes de interés o cuotas de participación de la persona jurídica pertenezcan a mujeres y los derechos de propiedad hayan pertenecido a estas durante al menos el último año anterior a la fecha de cierre del Proceso de Selección. Esta circunstancia se acreditará mediante certificación expedida por el representante legal y el revisor fiscal, cuando exista de acuerdo con los requerimientos de ley, o el contador, donde conste la distribución de los derechos en la sociedad y el tiempo en el que las mujeres han mantenido su participación.
2. Cuando por lo menos el cincuenta por ciento (50%) de los empleos del nivel directivo de la persona jurídica sean ejercidos por mujeres y éstas hayan estado vinculadas laboralmente a la empresa durante al menos el último año anterior a la fecha de cierre del Proceso de Selección en el mismo cargo u otro del mismo nivel.

Se entenderá como empleos del nivel directivo aquellos cuyas funciones están relacionadas con la dirección de áreas misionales de la empresa y la toma de decisiones a nivel estratégico. En este sentido, serán cargos de nivel directivo los que dentro de la organización de la empresa se encuentran ubicados en un nivel de mando o los que por su jerarquía desempeñan cargos encaminados al cumplimiento de funciones orientadas a representar al empleador.

	<b>ESTUDIOS PREVIOS</b>	<b>CÓDIGO: AGJC-CN-FT-001</b> <b>VERSIÓN: 16</b> <b>FECHA DE APROBACIÓN:</b> <b>19/09/2022</b> <b>RESPONSABLE: CONTRATACIÓN</b>	 <b>ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.</b>
---	-------------------------	---	---

80

Esta circunstancia se acreditará mediante certificación expedida por el representante legal y el revisor fiscal, cuando exista de acuerdo con los requerimientos de ley, o el contador, donde se señale de manera detallada todas las personas que conforman los cargos de nivel directivo del proponente, el número de mujeres y el tiempo de vinculación.

La certificación deberá relacionar el nombre completo y el número de documento de identidad de cada una de las personas que conforman el nivel directivo del proponente. Como soporte, se anexará copia de los respectivos documentos de identidad, copia de los contratos de trabajo o certificación laboral con las funciones, así como el certificado de aportes a seguridad social del último año en el que se demuestren los pagos realizados por el empleador.

3. Cuando la persona natural sea una mujer y haya ejercido actividades comerciales a través de un establecimiento de comercio durante al menos el último año anterior a la fecha de cierre del proceso de selección. Esta circunstancia se acreditará mediante la copia de cédula de ciudadanía, la cédula de extranjería o el pasaporte, así como la copia del registro mercantil.

4. Para las asociaciones y cooperativas, cuando más del cincuenta por ciento (50%) de los asociados sean mujeres y la participación haya correspondido a estas durante al menos el último año anterior a la fecha de cierre del Proceso de Selección. Esta circunstancia se acreditará mediante certificación expedida por el representante legal.

**PARÁGRAFO.** Respecto a los incentivos contractuales para los emprendimientos y empresas de mujeres, las certificaciones [que] trata el presente artículo deben expedirse bajo la gravedad de juramento con una fecha de máximo treinta (30) días calendario anteriores a la prevista para el cierre del procedimiento de selección.

Tratándose de proponentes plurales, el criterio diferencial descrito en este numeral sólo se aplicará si por lo menos uno de sus integrantes acredita que el emprendimiento y empresa de mujeres tiene una participación igual o superior al diez por ciento (10%) en el consorcio o unión temporal.

**NOTA 4: CRITERIOS DIFERENCIALES PARA MIPYME – ARTÍCULO 2.2.1.2.4.2.18 DEL DECRETO 1082 DE 2015 ADICIONADO POR EL DECRETO 1860 DE 2021.**

Para el caso del proponente que acredite su condición de Mipyme definido en el decreto 1860 de 2021, las certificaciones de experiencia podrán haber sido en contratos celebrados a partir del primero (1) de enero de 2012.

Se entenderán como Mipymes aquellas que cumplan con alguna de las condiciones señaladas en el artículo 2.2.1.2.4.2.4 del Decreto 1082 de 2015, modificado por el artículo 3 del Decreto 1082 de 2021.

Los soportes mediante los cuales se pretende acreditar la condición Mipyme deberán presentarse junto con la propuesta.

La Mipyme colombianas deben acreditar que tiene el tamaño empresarial establecido por la ley de la siguiente manera:

1. Las personas naturales mediante certificación expedida por ellos y un contador público, adjuntando copia del registro mercantil.

 <b>Capital</b> <small>SISTEMAS DE INFORMACIÓN PÚBLICA</small>	<b>ESTUDIOS PREVIOS</b>	<b>CÓDIGO: AGJC-CN-FT-001</b> <b>VERSIÓN: 16</b> <b>FECHA DE APROBACIÓN:</b> <b>19/09/2022</b> <b>RESPONSABLE: CONTRATACIÓN</b>	 <b>ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.</b>
---	-------------------------	---	---

81

2. Las personas jurídicas mediante certificación expedida por el representante legal y el contador o revisor fiscal, si están obligados a tenerlo, adjuntando copia del certificado de existencia y representación legal expedido por la Cámara de Comercio o por la autoridad competente para expedir dicha certificación.

Para la acreditación deberán observarse los rangos de clasificación empresarial establecidos de conformidad con la Ley 590 de 2000 y el Decreto 1074 de 2015, o las normas que lo modifiquen, sustituyan o complementen.

Para efectos de la limitación a Mipyme, los proponentes aportarán la copia del registro mercantil, del certificado de existencia y representación legal o del Registro Único de Proponentes, según corresponda conforme a las reglas precedentes, con una fecha de máximo sesenta (60) días calendario anteriores a la prevista en el cronograma del Proceso de Contratación para el inicio del plazo para solicitar la convocatoria limitada.

Tratándose de proponentes plurales, los criterios diferenciales y los puntajes adicionales solo se aplicarán si por lo menos uno de los integrantes acredita la calidad de Mipyme y tiene una participación igual o superior al diez por ciento (10%) en el consorcio o la unión temporal.

### **13.1.3.3. EXPERIENCIA EQUIPO HUMANO (ANEXO 8)**

Se deben diligenciar y adjuntar las hojas de vida (ANEXO 8) requeridas para cada proyecto como se relacionan en la siguiente tabla:

<b>PROYECTO</b>	<b>CARGOS O ROLES A LOS QUE SE LES REQUIERE EXPERIENCIA MÍNIMA</b>
<b>1. ROMPER ESTEREOTIPOS.</b>	<p><b>Director/a:</b> Debe acreditar la experiencia en dirección y/o roles afines (dirección general, asistencia de dirección, realización) de al menos una (1) serie de no ficción para televisión o web para audiencia infantil realizada a partir del 1º de enero de 2017.</p> <p><b>Asesor/a de contenidos:</b> Psicólogo/a, neuropsicólogo/a, educador/a, periodista, comunicador/a, investigador/a o académico/a con experiencia certificada (publicaciones, investigaciones, docencia o consultorías) en los campos de estudio de las temáticas de la serie.</p> <p><i>*Teniendo en cuenta la diversidad de temas propuestos se puede considerar la participación de distintos asesores con especialidades diferentes a lo largo de la serie.</i></p> <p><b>Jefe de investigación:</b> Debe acreditar la experiencia en investigación y/o roles afines (jefatura de investigación, dirección de contenidos, realizador) de al menos una serie de no ficción para televisión o web para audiencia infantil realizada a partir del 1º de enero de 2017.</p>

 <b>Capital</b> <small>SISTEMAS DE COMUNICACIÓN PÚBLICA</small>	<b>ESTUDIOS PREVIOS</b>	<b>CÓDIGO: AGJC-CN-FT-001</b> <b>VERSIÓN: 16</b> <b>FECHA DE APROBACIÓN:</b> <b>19/09/2022</b> <b>RESPONSABLE: CONTRATACIÓN</b>	 <b>ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.</b>
--	-------------------------	---	---

82

	<p><b>Guionista:</b> Debe acreditar la experiencia en escritura de guiones y/o libretos de al menos una serie de no ficción para televisión o web para audiencia infantil realizada a partir del 1º de enero de 2017.</p> <p><b>Productor/a:</b> Debe acreditar experiencia en producción y/o roles afines (producción general, jefatura de producción, gerencia de producción, producción ejecutiva, coordinación de producción) de al menos una (1) serie de no ficción, para televisión o web realizada a partir del 1º de enero de 2017.</p> <p><b>Director/a motion graphics:</b> Debe acreditar la experiencia en dirección de animación y/o roles afines (supervisor de animación, diseñador de animación, animación, motion graphics, dirección de arte para animación) en al menos una (1) serie animada o dos (2) unitarios animados para cine, televisión o web, realizados a partir del 1º de enero de 2017.</p>
2. ROMPIENDO MOLDES.	<p><b>Director/a:</b> Debe acreditar la experiencia en dirección y/o roles afines (dirección general, asistencia de dirección, realización) de al menos una (1) serie de no ficción para televisión o web para audiencia infantil o juvenil realizada a partir del 1º de enero de 2017.</p> <p><b>Asesor/a de contenidos:</b> Psicólogo/a, neuropsicólogo/a, educador/a, periodista, comunicador/a, investigador/a o académico/a con experiencia certificada (publicaciones, investigaciones, docencia o consultorías) en los campos de estudio de las temáticas de la serie.</p> <p>*Teniendo en cuenta la diversidad de temas propuestos se puede considerar la participación de distintos asesores con especialidades diferentes a lo largo de la serie.</p> <p><b>Jefe de investigación:</b> Debe acreditar la experiencia en investigación y/o roles afines (jefatura de investigación, dirección de contenidos, realizador) de al menos una serie de no ficción para televisión o web para audiencia infantil o juvenil realizada a partir del 1º de enero de 2017.</p> <p><b>Guionista:</b> Debe acreditar la experiencia en escritura de guiones y/o libretos de al menos una serie de no ficción para televisión o web para audiencia infantil o juvenil realizada a partir del 1º de enero de 2017.</p> <p><b>Productor/a:</b> Debe acreditar experiencia en producción y/o roles afines (producción general, jefatura de producción,</p>

 <b>Capital</b> <small>SISTEMAS DE COMUNICACIÓN PÚBLICA</small>	<b>ESTUDIOS PREVIOS</b>	<b>CÓDIGO: AGJC-CN-FT-001</b> <b>VERSIÓN: 16</b> <b>FECHA DE APROBACIÓN:</b> <b>19/09/2022</b> <b>RESPONSABLE: CONTRATACIÓN</b>	 <b>ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.</b>
--	-------------------------	---	---

83

	<p>gerencia de producción, producción ejecutiva, coordinación de producción) de al menos una (1) serie de no ficción, para televisión o web realizada a partir del 1º de enero de 2017.</p> <p><b>Director/a motion graphics:</b> Debe acreditar la experiencia en dirección de animación y/o roles afines (supervisor de animación, diseñador de animación, animación, motion graphics, dirección de arte para animación) en al menos una (1) serie animada o dos (2) unitarios animados para cine, televisión o web, realizados a partir del 1º de enero de 2017.</p>
<p>3. FEMINISMOS Y NUEVAS MASCULINIDADES.</p>	<p><b>Director/a:</b> Debe acreditar la experiencia en dirección y/o roles afines (dirección general, asistencia de dirección, realización) de al menos una (1) serie de no ficción para televisión o web para audiencia adolescente realizada a partir del 1º de enero de 2017.</p> <p><b>Asesor/a de contenidos:</b> Psicólogo/a, neuropsicólogo/a, educador/a, periodista, comunicador/a, investigador/a o académico/a con experiencia certificada (publicaciones, investigaciones, docencia o consultorías) en los campos de estudio de las temáticas de la serie.</p> <p>*Teniendo en cuenta la diversidad de temas propuestos se puede considerar la participación de distintos asesores con especialidades diferentes a lo largo de la serie.</p> <p><b>Jefe de investigación:</b> Debe acreditar la experiencia en investigación y/o roles afines (jefatura de investigación, dirección de contenidos, realizador) de al menos una serie de no ficción para televisión o web para audiencia adolescente realizada a partir del 1º de enero de 2017.</p> <p><b>Guionista:</b> Debe acreditar la experiencia en escritura de guiones y/o libretos de al menos una serie de no ficción para televisión o web para audiencia adolescente realizada a partir del 1º de enero de 2017.</p> <p><b>Productor/a:</b> Debe acreditar experiencia en producción y/o roles afines (producción general, jefatura de producción, gerencia de producción, producción ejecutiva, coordinación de producción) de al menos una (1) serie de no ficción, para televisión o web realizada a partir del 1º de enero de 2017.</p> <p><b>Director/a motion graphics:</b> Debe acreditar la experiencia en dirección de animación y/o roles afines (supervisor de animación, diseñador de animación, animación, motion graphics, dirección de arte para animación) en al menos una (1)</p>

 <b>Capital</b> <small>SISTEMAS DE COMUNICACIÓN PÚBLICA</small>	<b>ESTUDIOS PREVIOS</b>	<b>CÓDIGO: AGJC-CN-FT-001</b> <b>VERSIÓN: 16</b> <b>FECHA DE APROBACIÓN:</b> <b>19/09/2022</b> <b>RESPONSABLE: CONTRATACIÓN</b>	 <b>ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.</b>
--	-------------------------	---	---

84

	serie animada o dos (2) unitarios animados para cine, televisión o web, realizados a partir del 1º de enero de 2017.
--	--

**NOTA 1:** La experiencia puede acreditarse mediante la presentación de constancias escritas expedidas por la autoridad competente de las respectivas instituciones oficiales o privadas tales como: certificaciones laborales, certificaciones de contratos de prestación de servicios, actas de liquidación o de finalización de contratos de prestación de servicios para acreditar la experiencia adquirida.

Las certificaciones deberán contener como mínimo la siguiente información:

1. Nombre o razón social de la entidad o empresa.
2. Tiempo de servicio (fecha de inicio - fecha de terminación).
3. Cargo desempeñado.
4. Nombre y tipo del producto o proyecto para el que desempeñó el cargo.
5. Nombre, firma y cargo de la persona que expide la certificación, no se aceptarán auto certificaciones de experiencia.

En caso de que no sea posible aportar certificaciones, la experiencia puede acreditarse a través de la aparición en créditos de producciones relacionadas con la experiencia solicitada en el rol específico. Para esto se debe incluir el link de visualización del contenido correspondiente. Si los links tienen clave, esta se debe suministrar, y verificar que los links no estén rotos.

**NOTA 2:** Una misma persona puede desempeñar varios cargos siempre y cuando sea coherente y viable con la propuesta y cumpla con la experiencia mínima requerida para cada cargo. En todo caso se debe acreditar cada rol por separado.

**NOTA 3:** En el caso de los cargos principales (director/a, asesor/a de contenidos, jefe de investigación, guionista, productor/a y director/a motion graphics) no podrán ser sustituidos durante la realización del proyecto, salvo fuerza mayor o caso fortuito que deberá justificarse mediante comunicación escrita al Supervisor y/o equipo de apoyo a la supervisión del proyecto. En caso de ser aprobado previamente por el Supervisor mediante comunicación escrita, se podrá realizar el cambio aportando la documentación del nuevo perfil propuesto, que de constancia de igual o mayor experiencia a la solicitada para el cargo correspondiente.

**MUESTRAS AUDIOVISUALES (ANEXO 8.1):** Para los cargos de **director/a y director/a motion graphics** se debe incluir el link de visualización de un (1) capítulo completo o unitario de uno de los contenidos relacionados como experiencia en el ANEXO 8, ya que será tenido en cuenta dentro de los criterios de evaluación. No obstante, se precisa que el unitario o la serie cuyo capítulo se aporte, deberá estar producido en su totalidad, lo cual podrá ser objeto de verificación por el Canal.

#### **13.1.3.4. PRESUPUESTO**

La propuesta económica inicial se presentará en el Anexo No. 12 - FORMULACIÓN OPERATIVA en el cual se encuentra el formato para el presupuesto del proyecto. 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 en el anexo mencionado.

 <b>Capital</b> <small>SISTEMAS DE INFORMACIÓN PÚBLICA</small>	<b>ESTUDIOS PREVIOS</b>	<b>CÓDIGO: AGJC-CN-FT-001</b> <b>VERSIÓN: 16</b> <b>FECHA DE APROBACIÓN:</b> <b>19/09/2022</b> <b>RESPONSABLE: CONTRATACIÓN</b>	 <b>ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.</b>
---	-------------------------	---	---

85

La propuesta debe incluir la realización de todas las obligaciones inherentes a la ejecución del contrato resultante de la oferta la cual debe incluir dentro del presupuesto.

Los valores dentro del presupuesto deben incluir de forma implícita (no desagregados) los costos y gastos indirectos del contrato para la correcta ejecución del mismo como por ejemplo: pólizas o seguros, beneficio o utilidad del contratista, almacenamiento, gastos administrativos, financieros o jurídicos, impuestos e imprevistos.

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 ítems en la proyección presupuestal detallada y que los valores están acordes con los precios del mercado, así como con los tiempos y condiciones establecidas en la presente convocatoria.

Así mismo, se entiende que los valores ofertados responden a lo requerido en el pliego de condiciones y que si la propuesta contiene elementos no solicitados, constituyen un valor agregado incluido en el valor total de la propuesta más no como un costo adicional para el canal.

De conformidad con lo establecido en el Estatuto Tributario, deberá incluirse en la propuesta el valor del IVA, cuando a ello hubiere 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 a los impuestos, se considerarán incluidos y a quien se le adjudique no se le reconocerá valor adicional por 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 sus respectivos anexos y en caso de presentarse error aritmético, será corregido, y con base en dicha corrección, se tomará el valor de la oferta.

Serán de exclusiva responsabilidad del proponente, los errores y omisiones en que incurra al formular la propuesta económica, debiendo 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 señala 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 no se deberá utilizar centavos; por lo tanto, el valor total de la propuesta económica debe presentarse en números enteros.

**NOTA 1:** La oferta económica no podrá superar el presupuesto oficial estimado para el proyecto al que se presenta, so pena de RECHAZO, así:

PROYECTO	VALOR (Incluido IVA)
----------	----------------------

 <b>Capital</b> <small>SISTEMAS DE COMUNICACIÓN PÚBLICA</small>	<b>ESTUDIOS PREVIOS</b>	<b>CÓDIGO: AGJC-CN-FT-001</b> <b>VERSIÓN: 16</b> <b>FECHA DE APROBACIÓN:</b> <b>19/09/2022</b> <b>RESPONSABLE: CONTRATACIÓN</b>	 <b>ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.</b>
--	-------------------------	---	---

86

1. ROMPER ESTEREOTIPOS.	Hasta \$ 491.833.333
2. ROMPIENDO MOLDES.	Hasta \$ 491.833.333
3. FEMINISMOS Y NUEVAS MASCULINIDADES.	Hasta \$ 491.833.333

**NOTA 2:** Será causal de rechazo la NO presentación y completo diligenciamiento del Anexo No. 12 - FORMULACIÓN OPERATIVA.

**NOTA 3:** El valor de la oferta económica será el que se diligencie en el SECOP II en la casilla respectiva y deberá coincidir con lo diligenciado en el Anexo No. 12. De haber discrepancias entre el valor diligenciado en el SECOP II y lo consignado en el Anexo No. 12 se procederá al rechazo de la oferta.

### **13.2. CRITERIOS DE PONDERACIÓN Y/O MECANISMO PARA SELECCIONAR LA OFERTA MÁS FAVORABLE (Numeral 3.1.15 del Manual de Contratación)**

#### **METODOLOGÍA**

Para esta convocatoria se seleccionarán tres (3) proponentes que cumplan con los requisitos establecidos, que hayan sido HABILITADOS y logren la mayor calificación, conforme lo previsto en el Manual de Contratación, teniendo en cuenta los factores técnicos (propuesta creativa y propuesta operativa), y la ponderación precisa de éstos.

La evaluación de los criterios de calificación, que son comunes a los tres (3) proyectos, será realizada por el comité evaluador designado por CAPITAL, mediante el análisis de las propuestas que quedará consignado en la matriz de evaluación de cada proyecto.

#### **CRITERIOS A EVALUAR**

El comité evaluador designado por CAPITAL evaluará la integralidad de la propuesta conformada por:

- Formulación creativa (Anexo 9)
- Guión de un capítulo (Anexo 10)
- Estrategia de producción (Anexo 11)
- Formulación operativa (Anexo 12)
- Muestras audiovisuales (relacionadas en el Anexo 8.1)

El comité evaluador designado por CAPITAL tendrá en cuenta cuatro (4) criterios que aplican para todos los proyectos a evaluar:

- Pertinencia
- Calidad narrativa y audiovisual
- Alcance multiplataforma
- Viabilidad y coherencia de la propuesta

 <b>Capital</b> <small>SISTEMAS DE COMUNICACIÓN PÚBLICA</small>	<b>ESTUDIOS PREVIOS</b>	<b>CÓDIGO: AGJC-CN-FT-001</b> <b>VERSIÓN: 16</b> <b>FECHA DE APROBACIÓN:</b> <b>19/09/2022</b> <b>RESPONSABLE: CONTRATACIÓN</b>	 <b>ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.</b>
--	-------------------------	---	---

### **Pertinencia**

Indaga si la propuesta responde a la descripción del proyecto contenida en estas condiciones de participación, y si es acorde con los principios, objetivos y lineamientos editoriales de la línea ciudadanía, cultura y educación (ver numeral 1). Así mismo, si plantea temas relevantes para la audiencia objetivo y promueve la diversidad de opiniones, puntos de vista y expresiones.

### **Calidad narrativa y audiovisual**

Valora si la forma como se piensa contar la historia es atractiva, tiene un enfoque definido, claro e interesante y desarrolla los suficientes elementos para sostener la tensión y el interés de la audiencia específica. Así mismo, verifica si la propuesta narrativa se traslada de forma coherente y llamativa a la propuesta audiovisual, articulando estéticamente sus diferentes componentes (fotografía, diseño sonoro, arte, montaje, etc.). Analiza la calidad de las muestras audiovisuales del equipo humano en relación con el rol propuesto para cada uno.

### **Alcance multiplataforma**

Determina si los contenidos son complementarios y coherentes con el producto para TV, si amplían la experiencia del usuario alrededor del proyecto, si su lenguaje, duración y formato es coherente con las plataformas y la audiencia a la que están dirigidos y si están orientados a generar conversación y participación en las plataformas digitales de CAPITAL.

### **Viabilidad y coherencia**

Verifica que la estrategia de producción, el presupuesto, el cronograma y los recursos técnicos y humanos sean coherentes con lo expuesto en la formulación creativa en todos sus componentes y etapas. Revisa que se atiendan los requerimientos de producción, tiempos, recursos y flujo de caja establecidos para el proyecto. Verifica que el recurso humano propuesto tenga la experiencia requerida en el formato propuesto.

La evaluación se hará de forma transversal, es decir que la propuesta creativa (Anexos 9 y 10) y la propuesta operativa del proyecto (Anexos 11 y 12) serán evaluadas a partir de los criterios descritos y del análisis integral de las propuestas recibidas.

### **PUNTAJES**

Los criterios ponderables tendrán un valor máximo total de cien (100) puntos, discriminados de la siguiente manera:

CRITERIO DE EVALUACIÓN	PUNTAJE MÁXIMO
Pertinencia	5
Calidad narrativa y audiovisual	40

 <b>Capital</b> <small>SISTEMAS DE COMUNICACIÓN PÚBLICA</small>	<b>ESTUDIOS PREVIOS</b>	<b>CÓDIGO: AGJC-CN-FT-001</b> <b>VERSIÓN: 16</b> <b>FECHA DE APROBACIÓN:</b> <b>19/09/2022</b> <b>RESPONSABLE: CONTRATACIÓN</b>	 <b>ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.</b>
--	-------------------------	---	---

88

Alcance multiplataforma	5
Viabilidad y coherencia	32,5
Estímulo a la industria regional	6
Estímulo a la industria colombiana	10
Incentivo a personas en condición de discapacidad	1
Incentivo Mipymes	0,25
Incentivo emprendimientos y empresas de mujeres	0,25
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>

Será elegida la propuesta por proyecto que obtenga el mayor puntaje de calificación total, en la medida que haya obtenido **al menos 65 puntos** de los 100 posibles y cumpla con los requisitos habilitantes y de experiencia mínima.

Si ningún proponente en el respectivo proyecto a adjudicar obtiene **65 puntos o más** sería causal para declarar desierto el proceso, aun cuando existan propuestas habilitadas.

**Nota:** En caso de que se declare desierto uno o más de los 3 proyectos o lotes de la CP-02-2023, los recursos destinados para el proyecto que se declare desierto podrán usarse para adjudicar contratos a los proponentes ubicados del segundo lugar en adelante de los otros lotes en orden descendente para que ejecuten otro proyecto del mismo lote conforme la propuesta presentada y evaluada en el marco de la convocatoria, siempre y cuando (i) los recursos del proyecto no adjudicado cubran el valor de la propuesta y (ii) su puntaje no sea inferior a 65 puntos. Lo anterior, teniendo en cuenta que todos los proyectos convocados harán parte de una misma franja temática de programación, y resulta viable tener varias producciones sobre esta misma línea editorial. En cualquier caso, el proyecto adjudicado será el que presentó originalmente el proponente.

### **ESTÍMULO A LA INDUSTRIA REGIONAL (MÁXIMO 6 PUNTOS)**

Con el objetivo de fomentar el desarrollo del sector audiovisual bogotano y en virtud de lo expresado en la Resolución 085 de 2020, sección IV. Obligaciones. ARTÍCULO DECIMOSEGUNDO, numeral 5 “Ejecutar a través de convocatorias públicas como mínimo el 20% de los recursos destinados a la línea de inversión en contenido de programación educativa y cultura multiplataforma del plan de inversión, dando prioridad a los productores de origen y domicilio en la respectiva región.”

Se otorgarán 6 puntos para las personas jurídicas con domicilio principal en la ciudad de Bogotá D.C., así como para proponentes plurales integrados por empresas con domicilio principal en la ciudad de Bogotá

 <b>Capital</b> <small>SISTEMA DE CONTRATACIÓN PÚBLICA</small>	<b>ESTUDIOS PREVIOS</b>	<b>CÓDIGO: AGJC-CN-FT-001</b> <b>VERSIÓN: 16</b> <b>FECHA DE APROBACIÓN:</b> <b>19/09/2022</b> <b>RESPONSABLE: CONTRATACIÓN</b>	 <b>ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.</b>
---	-------------------------	---	---

89

D.C. Para los consorcios y uniones temporales constituidas por empresas domiciliadas en la ciudad de Bogotá D.C. y por empresas con domicilio distinto a Bogotá D.C., se otorgarán 3 puntos.

Lo anterior se comprobará con el certificado de existencia y representación legal, en dicho documento se verificará el domicilio principal del proponente singular y/o el domicilio de los integrantes del proponente plural.

#### **ESTÍMULO A LA INDUSTRIA COLOMBIANA (ANEXO 13) (MÁXIMO 10 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	10
Ofrece servicios extranjeros sin aplicación del principio de reciprocidad y tienen componente nacional	5
Ofrece servicios extranjeros sin reciprocidad	0

Se tendrán como servicios de origen nacional, aquellos prestados por empresas constituidas de acuerdo a la legislación nacional.

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.

#### **INCENTIVO A PERSONAS EN CONDICIÓN DE DISCAPACIDAD DECRETO 392 DE 2012 (MÁXIMO 1 PUNTO) (ANEXO 15)**

Conforme con lo dispuesto por el Decreto 392 de 2018, "Por el cual se reglamentan los numerales 1 y 8 del artículo 13 de la Ley 1618 de 2013, sobre incentivos en Procesos de Contratación en favor de personas con discapacidad", una vez realizada la calificación al puntaje final a cada propuesta, se adicionará el porcentaje indicado en este numeral, si el proponente acredita la vinculación de trabajadores con discapacidad en su planta de personal, de acuerdo con los requisitos indicados en el artículo primero, así: "(...)1. La persona natural, el representante legal de la persona jurídica o el revisor fiscal, según corresponda, certificará el número total de trabajadores vinculados a la planta de personal del proponente o sus integrantes a la fecha de cierre del proceso de selección. 2 Acreditar el número

 <b>Capital</b> <small>SISTEMAS DE INFORMACIÓN PÚBLICA</small>	<b>ESTUDIOS PREVIOS</b>	<b>CÓDIGO: AGJC-CN-FT-001</b> <b>VERSIÓN: 16</b> <b>FECHA DE APROBACIÓN:</b> <b>19/09/2022</b> <b>RESPONSABLE: CONTRATACIÓN</b>	 <b>ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.</b>
---	-------------------------	---	---

90

mínimo de personas con discapacidad en su planta de personal, de conformidad con lo señalado en el certificado expedido por el Ministerio de Trabajo, el cual deberá estar vigente a la fecha de cierre del proceso de selección. Verificados los anteriores requisitos, se asignará el 1%, a quienes acrediten el número mínimo de trabajadores con discapacidad, señalados a continuación:

Número total de trabajadores de la planta de personal del proponente	Número mínimo de trabajadores con discapacidad exigido
Entre 1 y 30	1
Entre 31 y 100	2
Entre 101 y 150	3
Más de 150	4

**NOTA:** Para efectos de lo señalado en el presente artículo, si la oferta es presentada por un consorcio, unión temporal o promesa de sociedad futura, se tendrá en cuenta la planta de personal del integrante del proponente plural que aporte como mínimo el cuarenta por ciento (40%) de la experiencia requerida para la respectiva contratación”

#### **INCENTIVO MIPYME (MÁXIMO 0,25 PUNTOS) (ANEXO 19)**

De conformidad con el Decreto No. 1860 de 2021, sobre incentivos en Procesos de Contratación a favor de mipymes, se otorgará puntaje máximo de CERO COMA VEINTICINCO PUNTOS (0,25) PUNTOS. En ese orden, se entenderán como Mipyme colombianas las que cumplan con alguna de las siguientes condiciones y se acreditará conforme a lo solicitado en cada numeral:

1. Las personas naturales mediante certificación expedida por ellos y un contador público, adjuntando copia del registro mercantil.
2. Las personas jurídicas mediante certificación expedida por el representante legal y el contador o revisor fiscal, si están obligados a tenerlo, adjuntando copia del certificado de existencia y representación legal expedido por la Cámara de Comercio o por la autoridad competente para expedir dicha certificación.

Para la acreditación deberán observarse los rangos de clasificación empresarial establecidos de conformidad con la Ley 590 de 2000 y el Decreto 1074 de 2015, o las normas que lo modifiquen, sustituyan o complementen.

Para los efectos de este artículo, los criterios de clasificación empresarial son los definidos en el artículo 2.2.1.13.2.2 del Decreto 1074 de 2015, Único Reglamentario del Sector Comercio, Industria y Turismo, o la norma que lo modifique, derogue o sustituya.

Tratándose de proponentes plurales, los puntajes adicionales solo se aplicarán si por lo menos uno de los integrantes acredita la calidad de Mipyme y tiene una participación igual o superior al diez por ciento (10%) en el consorcio o la unión temporal.

 <b>Capital</b> <small>SISTEMAS DE INFORMACIÓN PÚBLICA</small>	<b>ESTUDIOS PREVIOS</b>	<b>CÓDIGO: AGJC-CN-FT-001</b> <b>VERSIÓN: 16</b> <b>FECHA DE APROBACIÓN:</b> <b>19/09/2022</b> <b>RESPONSABLE: CONTRATACIÓN</b>	 <b>ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.</b>
---	-------------------------	---	---

91

Respecto a los incentivos contractuales para las mipymes, las certificaciones de que trata el presente artículo deben expedirse bajo la gravedad de juramento con una fecha de máximo treinta (30) días calendario anteriores a la prevista para el cierre de la presente convocatoria.

**Nota:** La acreditación será diligenciada en el ANEXO 19

#### **INCENTIVO EMPRENDIMIENTO Y EMPRESA DE MUJERES (MÁXIMO 0,25 PUNTOS) (ANEXO 20)**

De conformidad con el Decreto No. 1860 de 2021, sobre incentivos en Procesos de Contratación a favor de los emprendimientos y empresas de mujeres, se otorgará puntaje máximo de CERO COMA VEINTICINCO PUNTOS (0,25) PUNTOS. En ese orden, se entenderán como emprendimientos y empresas de mujeres aquellas que cumplan con alguna de las siguientes condiciones y se acreditará conforme a lo solicitado en cada numeral:

1. Cuando más del cincuenta por ciento (50%) de las acciones, partes de interés o cuotas de participación de la persona jurídica pertenezcan a mujeres y los derechos de propiedad hayan pertenecido a estas durante al menos el último año anterior a la fecha de cierre del Proceso de Selección. Esta circunstancia se acreditará mediante certificación expedida por el representante legal y el revisor fiscal, cuando exista de acuerdo con los requerimientos de ley, o el contador, donde conste la distribución de los derechos en la sociedad y el tiempo en el que las mujeres han mantenido su participación.
2. Cuando por lo menos el cincuenta por ciento (50%) de los empleos del nivel directivo de la persona jurídica sean ejercidos por mujeres y éstas hayan estado vinculadas laboralmente a la empresa durante al menos el último año anterior a la fecha de cierre del Proceso de Selección en el mismo cargo u otro del mismo nivel.

Se entenderá como empleos del nivel directivo aquellos cuyas funciones están relacionadas con la dirección de áreas misionales de la empresa y la toma de decisiones a nivel estratégico. En este sentido, serán cargos de nivel directivo los que dentro de la organización de la empresa se encuentran ubicados en un nivel de mando o los que por su jerarquía desempeñan cargos encaminados al cumplimiento de funciones orientadas a representar al empleador.}

Esta circunstancia se acreditará mediante certificación expedida por el representante legal y el revisor fiscal, cuando exista de acuerdo con los requerimientos de ley, o el contador, donde se señale de manera detallada todas las personas que conforman los cargos de nivel directivo del proponente, el número de mujeres y el tiempo de vinculación.

La certificación deberá relacionar el nombre completo y el número de documento de identidad de cada una de las personas que conforman el nivel directivo del proponente. Como soporte, se anexará copia de los respectivos documentos de identidad, copia de los contratos de trabajo o certificación laboral con las funciones, así como el certificado de aportes a seguridad social del último año en el que se demuestren los pagos realizados por el empleador.

3. Cuando la persona natural sea una mujer y haya ejercido actividades comerciales a través de un establecimiento de comercio durante al menos el último año anterior a la fecha de cierre del proceso de selección. Esta circunstancia se acreditará mediante la copia de cédula de ciudadanía, la cédula de extranjería o el pasaporte, así como la copia del registro mercantil.

 <b>Capital</b> <small>SISTEMAS DE INFORMACIÓN PÚBLICA</small>	<b>ESTUDIOS PREVIOS</b>	<b>CÓDIGO: AGJC-CN-FT-001</b> <b>VERSIÓN: 16</b> <b>FECHA DE APROBACIÓN:</b> <b>19/09/2022</b> <b>RESPONSABLE: CONTRATACIÓN</b>	 <b>ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.</b>
---	-------------------------	---	---

92

4. Para las asociaciones y cooperativas, cuando más del cincuenta por ciento (50%) de los asociados sean mujeres y la participación haya correspondido a estas durante al menos el último año anterior a la fecha de cierre del Proceso de Selección. Esta circunstancia se acreditará mediante certificación expedida por el representante legal.

Respecto a los incentivos contractuales para los emprendimientos y empresas de mujeres, las certificaciones de que trata el presente artículo deben expedirse bajo la gravedad de juramento con una fecha de máximo treinta (30) días calendario anteriores a la prevista para el cierre de la presente convocatoria.

**Nota:** La acreditación será diligenciada en el ANEXO 20

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

N/A

**14. ANÁLISIS DE RIESGO Y LA FORMA DE MITIGARLO (Numeral 3.1.16 del Manual de Contratación)**

En documento anexo se encuentra la matriz donde 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.

**15. LAS GARANTÍAS QUE LA ENTIDAD ESTATAL CONTEMPLA EXIGIR EN EL PROCESO DE CONTRATACIÓN (Numeral 3.1.17 del Manual de Contratación)**

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

GARANTÍA	AMPARO	CUANTÍA	VIGENCIA
Cumplimiento	Seriedad de la Oferta	10% del presupuesto oficial del proyecto al que se presenta oferta	Mínimo 90 días a partir de la presentación de la oferta

**15.2. PARA GARANTIZAR EL RIESGO DE INCUMPLIMIENTO EN LA ETAPA CONTRACTUAL Y POS CONTRACTUAL**

GARANTÍA	AMPARO	OBJETO DEL CONTRATO	VIGENCIA
		OBRAS	
Cumplimiento	Cumplimiento	20% del valor del contrato	Plazo del contrato y 6 meses más.
	Calidad del bien o servicio	20% del valor del contrato	Plazo del contrato y un (1) año más.

 SISTEMAS DE INFRAESTRUCTURA PÚBLICA	<b>ESTUDIOS PREVIOS</b>	<b>CÓDIGO: AGJC-CN-FT-001</b> <b>VERSIÓN: 16</b> <b>FECHA DE APROBACIÓN:</b> <b>19/09/2022</b> <b>RESPONSABLE: CONTRATACIÓN</b>	 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.
--	-------------------------	---	---

93

GARANTÍA	AMPARO	OBJETO DEL	VIGENCIA
		CONTRATO	
	Pago de salarios, prestaciones sociales e indemnizaciones	5% del valor del contrato	Plazo del contrato y 3 años más

### 15.3. PARA GARANTIZAR EL RIESGO ASOCIADO A LA RESPONSABILIDAD CIVIL EXTRACONTRACTUAL

GARANTÍA	AMPARO	CUANTÍA	VIGENCIA
<b>Responsabilidad Civil Extracontractual</b>	Indemnización por daños a terceros derivada de la ejecución del contrato	Doscientos (200) SMLMV	Por el plazo del contrato

**NOTA 1:** La póliza deberá contener **no solo** el amparo básico de predios, labores y operaciones sino además los siguientes: actos de contratistas y subcontratistas, amparo patronal, y vehículos propios y no propios. De igual forma CAPITAL Y EL CONTRATISTA deberán tener la calidad de asegurado respecto de los daños producidos por EL CONTRATISTA con ocasión de la ejecución del contrato amparado, y deberán ser beneficiarios tanto CAPITAL como los terceros que puedan resultar afectados.

**NOTA 2:** En todo caso la entidad se reserva el derecho de exigir garantías adicionales a las enunciadas dependiendo de las condiciones particulares de cada contrato.

## 16. ANEXOS

Se adjuntan al presente estudio los anexos correspondientes.

## 17. RESPONSABLES

DEPENDENCIAS QUE PROYECTAN	
<b>Director o Jefe de la dependencia, Coordinador o profesional del área</b> Jerson Jussef Parra Ramírez	
<b>Director operativo</b> <b>Código 300</b>	
<b>Subdirección Financiera</b> Orlando Barbosa <b>Código 210</b>	
<b>Profesional que proyecta área técnica</b> Marcela Benavides Estévez	
<b>Erika Salazar Berdugo</b> <b>Contratista área Dirección Operativa</b>	

 <b>Capital</b> <small>SISTEMAS DE INFORMACIÓN PÚBLICA</small>	<b>ESTUDIOS PREVIOS</b>	<b>CÓDIGO: AGJC-CN-FT-001</b> <b>VERSIÓN: 16</b> <b>FECHA DE APROBACIÓN:</b> <b>19/09/2022</b> <b>RESPONSABLE: CONTRATACIÓN</b>	 <b>ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.</b>
---	-------------------------	---	---

94

María Teresa Gómez Higuera <b>Abogada Asesora - Dirección Operativa</b>	
<b>Profesional que revisa área jurídica</b> Edwin Rolando Sánchez Porras	
Fecha de elaboración: 17/04/2023	