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.

Canal Capital al ser una empresa industrial y comercial del Estado, desarrolla actividades de naturaleza industrial o comercial y de gestión económica conforme a las reglas del derecho privado y tiene a su cargo negociar en forma oportuna y eficiente los recursos financieros que requieren para la operación de sus procesos institucionales.

En virtud de lo anterior, las empresas industriales y comerciales del Estado como Canal Capital, están sujetas, entre otras, al régimen jurídico privado o comercial y al régimen comprendido en el numeral 4 del artículo 94 de la Ley 489 de 1998 el cual determina que los actos, contratos, servidores y las relaciones que estas tengan con terceros se sujetarán a las disposiciones del derecho privado, en especial las propias de las empresas y sociedades previstas en el Código de Comercio y la legislación complementaria.

Ahora bien, la gestión económica para las empresas industriales y comerciales del Estado, comprende dos vías:

- En primer lugar, implica obtener la mayor utilidad posible por la prestación de bienes y servicios a terceros, lo cual incluye la contraprestación por los servicios que se comprometa a realizar, así como aquellos gastos necesarios para la operatividad de la empresa. Por tanto, al estar en competencia con el sector privado debe fijar las condiciones que le permitan competir y obtener la mayor utilidad posible por la actividad que realiza y para obtener recursos adicionales para su funcionamiento.

- En segundo lugar, implica una mayor racionalización del gasto público al momento de adquirir bienes y servicios necesarios para su operación, así como para el cumplimiento de los contratos interadministrativos que celebre.

Así mismo, Capital plantea la transformación de la sociedad hacia un modelo participativo, de cuidado, incluyente, sostenible y consciente, a través del desarrollo y producción de contenidos, estrategias y experiencias relevantes para los ciudadanos en Bogotá D.C. y de la nación en general, a la vez que fomenta el desarrollo del sector audiovisual de la capital y del país y, por tal razón, realiza cada una de las

etapas de producción de los programas que hacen parte de su parrilla de programación, cuidando que tanto el contenido como la propuesta audiovisual tengan los mejores estándares de calidad de acuerdo con los recursos técnicos y tecnológicos adquiridos por el Canal, y en consecuencia, al ser el canal regional de la ciudad de Bogotá, fue creado para prestar un servicio de televisión pública de calidad orientando a fortalecer la identidad y el arraigo cultural de esta región del país.

Al respecto de la prestación de los servicios a través de terceros señalada en los estatutos del Canal, es importante considerar la posición del Consejo de Estado, en cuanto a la esencia de la subcontratación en materia de contratación pública: La sala define la subcontratación como un negocio jurídico que supone la celebración de un contrato accesorio a otro principal, entre un contratista del Estado y un tercero, por medio del cual el tercero sustituye parcial y materialmente al primero, quien conserva la dirección general del proyecto y es el responsable ante la entidad estatal por las obligaciones derivadas del contrato adjudicado. En virtud del principio de relatividad del contrato, la relación jurídica entre el contratista del Estado y el subcontratista sólo produce efectos para las partes, sin que ello limite o restrinja a la entidad estatal en la dirección general para ejercer control y vigilancia de la ejecución del contrato[1].

Para delimitar lo anteriormente descrito, es importante tener la claridad que para efectos del desarrollo de las actividades objeto de la presente contratación, CAPITAL debe ser analizado bajo la perspectiva de un contratista del Estado, quien dentro de las actividades en las que desarrolla su objeto social, puede realizar a través de terceros, el cumplimiento de las obligaciones surgidas con ocasión de la celebración de dicha contratación principal.

En el mismo sentido se ha manifestado el ente rector de la contratación pública en Colombia:

«La normativa del Sistema de Compra Pública no restringe ni regula expresamente la subcontratación, por lo cual los contratistas del Estado pueden subcontratar las actividades a su cargo, pero estos negocios derivados no son oponibles a la Entidad Estatal y por lo tanto el contratista sigue siendo responsable ante la Entidad Estatal por el cumplimiento del contrato, aunque hubiere subcontratado su ejecución».[2]

En el marco de las actividades propias de comercialización de los bienes y servicios que ofrece, Canal Capital suscribió el contrato interadministrativo Nº 513 de 2022 (numeración interna 007-2022) con CANAL REGIONAL DE TELEVISIÓN TEVEANDINA LTDA, cuyo objeto es *"Prestar los servicios de Preproducción, Producción y Postproducción de cinco (5) capítulos del Docu-reality Ruta Colombia o como se llegue a denominarse en el marco de la Resolución No. 1314 de 2022 expedida por el Fondo Único TIC."* el cuál tiene como plazo límite de ejecución el día 31 de diciembre de 2022, por un valor que asciende a la suma de SETECIENTOS MILLONES DE PESOS M/CTE ($700.000.000) IVA incluido.

Con el fin de dar cumplimiento al contrato interadministrativo señalado, se requiere contratar a un (1) único proveedor para realizar, bajo la modalidad de producción por encargo, la preproducción y producción de cinco (5) capítulos del proyecto transmedia RUTA COLOMBIA (o como llegue a denominarse), lo anterior en conformidad con la naturaleza del servicio y con la propuesta presentada por el contratista, la cual forma parte integral del contrato.

[1] Sentencia 1999-00985 de 12 de agosto de 2013 del CE.

[2]https://sintesis.colombiacompra.gov.co/sites/default/files/concepto/2018/4201813000005884_-_regulacion_sobre_la_subcontratacion_cesion_de_contrato/4201813000005884_-_regulacion_sobre_la_subcontratacion_cesion_de_contrato-original.pdf

Así las cosas, se hace necesario para Canal Capital adelantar la presente contratación teniendo en cuenta que:

> (i) requiere contar con servicios de preproducción y producción para la realización de una serie de cinco (5) capítulos de 50 minutos de duración cada uno junto con sus respectivos productos transmedia derivados.
>
> (ii) se prevé que la capacidad instalada del canal en este momento es insuficiente para atender en su totalidad las obligaciones contractuales adquiridas en el contrato interadministrativo Nº 513 de 2022 (numeración interna 007-2022), el cuál tiene como plazo de ejecución contractual el 31 de diciembre de 2022.

Al realizar esta contratación, el canal no solo será más eficiente en la ejecución del contrato interadministrativo suscrito sino en los demás que prevé celebrar como contratista en cumplimiento de sus actividades comerciales, pues: (i) puede atender en debida forma y con la anticipación y rapidez que este tipo de contratos exigen, los requerimientos de bienes o servicios que se le hagan, (ii) el Canal asegura el cumplimiento de obligaciones adquiridas en virtud de la celebración de contratos interadministrativos realizando no solo una mejor gestión como contratista sino manteniendo con esto su buen nombre comercial y misional, (iii) se generan alivios administrativos pues al celebrar este contrato, el Canal se prepara de antemano para atender los requerimientos efectuados y evita la celebración separada, dispersa y reactiva de múltiples contratos derivados o de apoyo para atender aquellos requerimientos que no pueda prestar directamente, (iv) se genera orden y facilidad de seguimiento a la ejecución contractual al contar con un único proveedor en el cual el Canal pueda apoyarse para prestar el servicio al que se compromete, (v) se generan beneficios frente a capacidad de reacción, pues el Canal contrata con aquel que, luego de realizar un extenso estudio de mercado, no solo ofrece los mejores precios sino la solidez financiera, jurídica e idoneidad suficiente para atender las necesidades del Canal.

La descripción detallada del proyecto a desarrollarse se presenta en el **ANEXO 1: ESPECIFICACIONES TÉCNICAS.**

Según lo explicado y, con el fin de suplir las necesidades ya enunciadas, se hace imperativo vincular contractualmente proveedores que cuenten con la capacidad de suministrar los servicios que hacen parte del **ANEXO 1: ESPECIFICACIONES TÉCNICAS**, para prestar los servicios de preproducción y producción de cinco (5) capítulos de la serie docu-reality Ruta Colombia o como llegue a denominarse.

Con la contratación de una casa productora se garantiza el cumplimiento de los requerimientos y necesidades del área de ventas y mercadeo y de la misionalidad del canal y, así mismo, se disminuyen los tiempos de atención a los requerimientos, se mejora la calidad del servicio y se ayuda al posicionamiento de la marca de CAPITAL.

Así las cosas, de conformidad con lo señalado en numeral 4.6.3 del Manual de Contratación de Canal Capital, la presente contratación se adelantará haciendo uso de la causal de contratación directa CONTRATACIÓN DERIVADA DE CONTRATOS Y CONVENIOS INTERADMINISTRATIVOS Y CONTRATOS EN LOS QUE EL CANAL ACTÚE COMO CONTRATISTA, la cual permite seleccionar el contratista de manera directa toda vez que la necesidad primaria se deriva de la celebración de contratos de este tipo.

La anterior contratación, se encuentra en el Plan Anual de Adquisiciones, la cual cuenta con las apropiaciones contempladas en el **CDP No. 1356 del 7 de octubre de 2022** « Servicios prestados a las empresas y servicios de producción ».

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

A continuación, se presenta el análisis correspondiente al sector económico al cual pertenece el objeto del contrato, es decir, el análisis del mercado relativo al proceso de contratación. Para ello, se hace una revisión de los aspectos generales del mercado, ¿cómo? y ¿quiénes? pueden proveer los servicios de producción para las fases requeridas en la ejecución del proyecto *"Ruta Colombia"* y el contexto de los posibles proveedores que desarrollen su actividad, el cuál se encuentran dentro de los recursos asignados mediante contrato interadministrativo Nº 513 de 2022 (numeración interna 007-2022), para suplir las necesidades de la entidad.

a. Aspectos Generales del sector y del mercado.

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 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.

Según cifras de la CCB, tan solo en Bogotá existen más de 10.264 empresas registradas en el sector de las industrias creativas y de contenidos, con alrededor de 48.000 empleos generados, dedicados a actividades de producción, postproducción, distribución y exhibición de películas, videos, programas, anuncios y comerciales de televisión; creación audiovisual y publicidad[3]

La Economía Naranja en Colombia

La industria discográfica[4], cinematográfica, editorial; las producciones musicales y teatrales; la industria de los programas informáticos; la fotografía, el arte comercial, la publicidad, la radio, la televisión, los videojuegos, la arquitectura, el diseño y la moda[5], son algunos de los sectores beneficiados con la Ley Naranja *[Ley 1834 de 2017]*.

En Colombia, la llamada Economía Naranja representa cerca del 3,3 % del Producto Interno Bruto (PIB), genera 1,1 millones de empleos y se ubica por encima de sectores como el café o la minería; todo esto de acuerdo con informes del Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones.

Debido a su auge y a su relevancia en el desarrollo del país, el Congreso de la República aprobó la Ley Naranja, 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 ya 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.
- El Estado trabajará mancomunadamente con el sector privado para proteger los derechos de los creadores.

[3] Cluster de Industrias Creativas y Contenidos, CCB

[4] Informe de la Cámara de Comercio de Bogotá "Colombia incentiva las industrias creativas con la Ley Naranja" Año 2017.

[5] Cifras tomadas del informe Industrias Creativas y Culturales en Bogotá Año 2018, desarrollado por Invest in Bogotá.

- 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"*.

De acuerdo a la información suministrada por El Departamento Administrativo Nacional de Estadística (Dane) las Creaciones funcionales aportaron $13,12 billones al valor agregado bruto total de la Economía Naranja en 2018; las Artes y patrimonio, $7,95 billones; y las Industrias culturales, $7,34 billones. Este valor a precios constantes para el mismo periodo corresponde a $25 billones, con un crecimiento de 3,28% con respecto al año anterior. En tanto, el valor agregado promedio entre 2014 y 2018 por áreas fue: Creaciones funcionales, 44,4%; Artes y patrimonio, 28,3%; e Industrias culturales, 27,3%. ***Fuente:*** *La República, 2019.*

Para el año 2020[6] La Economía Naranja en Colombia, le apostó a un modelo de desarrollo en el que la diversidad cultural y la creatividad se conviertan en pilares que impulsan la transformación social y económica del país, desde las regiones. La decisión de inversión surgió en el Consejo Nacional de Economía Naranja del cual hacen parte siete ministerios (MinCultura, MinComercio, MinTIC, MinTrabajo, MinEducación, MinInterior y MinHacienda) y cinco entidades del Estado: Dane, Findeter, Sena, Dirección Nacional de Derecho de Autor (DNDA) y la Dirección Nacional de Planeación (DNP).

En los primeros 15 meses del Gobierno, la inversión para promover la Economía Naranja superó los $1,4 billones. De acuerdo con el Gobierno Nacional, por primera vez, 31 agencias del Estado articularon su oferta para apoyar procesos de formación artística, emprendimiento cultural y circulación de bienes y servicios culturales y creativos, de los que hacen parte estrategias de inversión como:

- MinTIC e INNpulsa Colombia destinaron más de $8.000 millones para beneficiar a 287 emprendedores de la Economía Naranja, de los cuales 124 participaron en los programas *"Mega y Naranja, Capital Naranja y Aldea Naranja".*

- Colombia Productiva, en alianza con MinTIC, destinaron más de $18.000 millones para el programa de desarrollo y asimilación de tecnologías avanzadas, donde se benefician empresas naranjas.

- MinCultura aumentó en 69% el presupuesto del Programa Nacional de Estímulos. Se destinaron 25.000 millones para convocatorias que promueven la formación, investigación, creación y circulación de bienes y servicios culturales.

Finalmente, en el caso de Bogotá, la ciudad concentra el 92% de los servicios creativos del país, 90% de las productoras audiovisuales, 73% de las empresas de contenidos digitales y 55% de los estudios de videojuegos, entre otros[7].

Dados estos indicadores y la importancia que estas actividades generan en el PIB, la Cámara de Comercio de Bogotá lleva varios años apoyando a los emprendedores y empresarios del sector con una apuesta

[6] Artículo de prensa: "¿Logrará madurar la economía naranja en el 2020? Redacción Diario El País, enero año 2020.

[7] Cifras tomadas del informe Industrias Creativas y Culturales en Bogotá Año 2018, desarrollado por Invest in Bogotá.

integral tendiente a ayudarles a fortalecer estos negocios, a través de clústeres, un portafolio especializado y la creación de plataformas de negocios como la Feria Internacional de Arte de Bogotá (ARTBO), el Bogotá Audiovisual Market (BAM), el Bogotá Music Market (BOmm) y el Bogotá Fashion Week (BFW).

b. Aspecto económico.

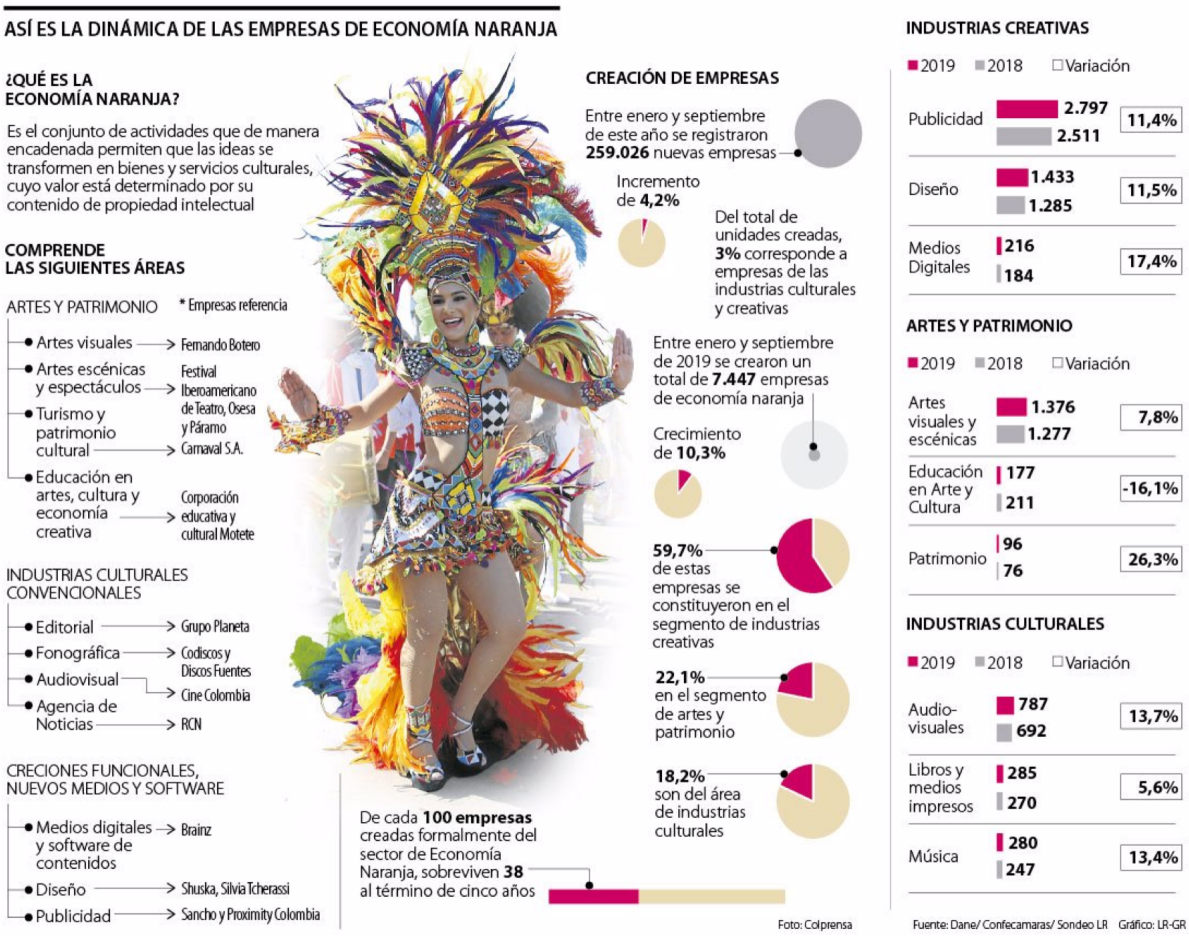
Bogotá cuenta con la presencia de todas las instituciones de nivel gubernamental, lo que permite el acceso a financiamiento, apoyo y acompañamiento para la producción de contenido audiovisual. Esto también hace a Bogotá un centro competitivo en términos de costos, pues permite encontrar todos los servicios 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).
- 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.
- FUNDACIÓN 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.[8]

[8] https://www.filmingbogota.gov.co/la_comision



- 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.
- 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 Derechos 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, respetivamente.

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.

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.

En el año 2021, el BAM Bogotá Audiovisual Market - 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 se realizó la XII edición, con el apoyo del Fondo para el Desarrollo Cinematográfico-FDC, el Instituto Distrital de las Artes-Idartes y el Ministerio de las Tecnologías de Información y Comunicación-MINTIC, compuesto por una programación de 13 actividades, con 20 expertos invitados, más de 1.000 asistentes virtuales y 10 mesas redondas de relacionamiento de negocios y de industria.

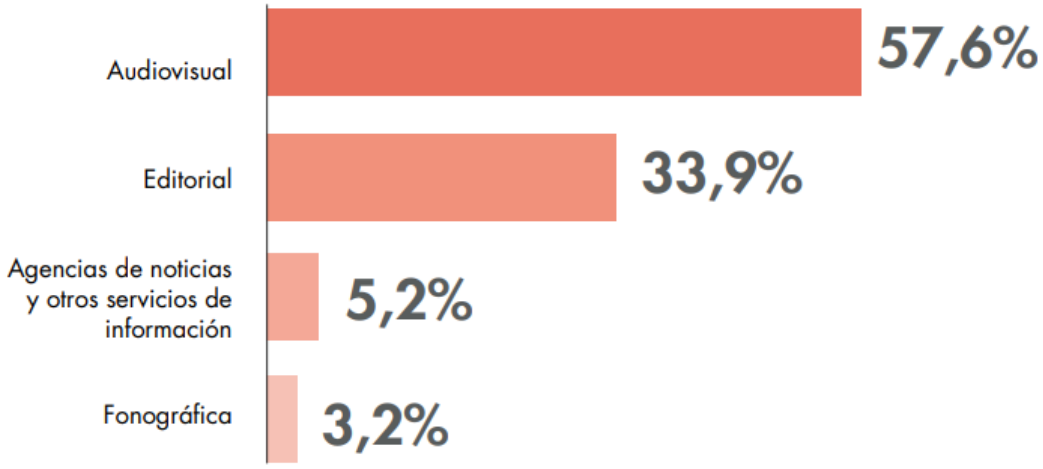
En las ruedas de negocios participaron 938 acreditados de 26 países, 1.917 citas efectivas, con expectativa del negocio sobre $21 millones de dólares según el proveedor Datexco.

Con el propósito de convocar nuevos sectores del país y garantizar la participación de otras ciudades, la exitosa iniciativa de regiones reunió agentes del sector de Ibagué, Bucaramanga, Leticia, Medellín y Barranquilla.[9]

Audiovisuales

Las áreas determinadas por el Consejo de Economía Naranja son: Artes y Patrimonio, Industrias Culturales y Creaciones Funcionales. El sector audiovisual se encuentra en la segunda categoría, junto con los segmentos editorial, fonográfico, agencias de noticias y otros servicios de información. De acuerdo con el Sexto Reporte de Economía Naranja de 2021, el valor agregado en el área de Industrias Culturales para 2020 fue de $4.3 billones, del cual el segmento audiovisual tiene participación mayoritaria con un 57,6% entre 2014 y 2020, seguido del editorial con un 33,9% y una participación menor de los segmentos noticiosos (5,2%) y fonográfico (3,2%). El aporte del segmento audiovisual al valor agregado del sector cultural y creativo colombiano fue de $2,6 billones en 2020, representando el 12,8%, de acuerdo con las cifras presentadas en el Anuario Estadístico 2020 del Ministerio de Cultura.

Composición del valor agregado según segmentos del área de Industrias Culturales
Promedio 2014 - 2020pr



pr preliminar
Fuente: DANE - Cuenta Satélite de Cultura y Economía Naranja, Bogotá –CSCENB–.

La distribución del sector audiovisual está compuesta por empresas de diversos tamaños y tipos. 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

[9] Cámara de comercio de Bogotá - Informe de gestión al 31 de diciembre 2021

para los canales de televisión privados (publicidad y televisión) y las que producen para canales públicos regionales o nacionales, o para circuitos no masivos.

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

Las empresas productoras privadas que han alcanzado un mayor tamaño suelen dedicar gran parte de su producción a la demanda de programación de los canales privados, nacionales y recientemente a las diferentes plataformas de televisión pagas o gratuitas: estas empresas que han realizado producciones 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, 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.

Proyección de las inversiones en el sector audiovisual[10]

Otro impulso para el sector audiovisual a partir de la creación de la política de Economía Naranja, ha sido

[10]Colombia ha recibido inversiones por más de $1 billón de productoras internacionales, La República, 2022.

la implementación del incentivo de los Certificados de Inversión Audiovisual - CINA, liderado por el Ministerio de Cultura y Proimágenes. Gracias a los certificados de inversión, Colombia ha recibido inversiones que superan más de $1 billón a causa de productoras internacionales que van a llevar a cabo proyectos en Colombia.

Desde la implementación de la política en 2020, 42 proyectos que contemplan películas, series y realities han recibido los Certificados de Inversión Audiovisual, con lo que se ha logrado la cifra histórica reportada por el Gobierno. Este avance de la industria también ha generado más de 5.917 empleos directos en grandes productoras y ha beneficiado otros sectores como el de hotelería, gastronomía, restaurantes y transporte, por los rodajes de las producciones audiovisuales.

Adicionalmente, los certificados de inversión - CINA, pueden ser negociados desde marzo de 2022 en la Bolsa de Valores de Colombia. Es la primera vez que en el país, el sector cultura podrá participar en la BVC, y esto se logró gracias al Decreto 1701 de 2021, lo cual permitió la inscripción automática de los Cina en el Registro Nacional de Valores y Emisores, lo que permitirá que el país atraiga inversión de productoras audiovisuales internacionales. Se proyecta que para 2022, estos proyectos tendrían una inversión de $800.000 millones.

Cultura y Economía Creativa de Bogotá[11]

Para el año 2020 La Economía Naranja en Colombia le apostó a un modelo de desarrollo en el que la diversidad cultural y la creatividad se convirtieran en pilares que impulsan la transformación social y económica del país, desde las regiones. 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.

Bogotá región se destaca por una amplia oferta de locaciones al aire libre y cubiertas, que permiten la diversidad de escenarios para cualquier tipo de producción. El uso del espacio público para filmaciones está regulado por el PUFA (Permiso Unificado para Filmaciones Audiovisuales), que facilita los permisos necesarios de todas las entidades del Distrito. La capital 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.

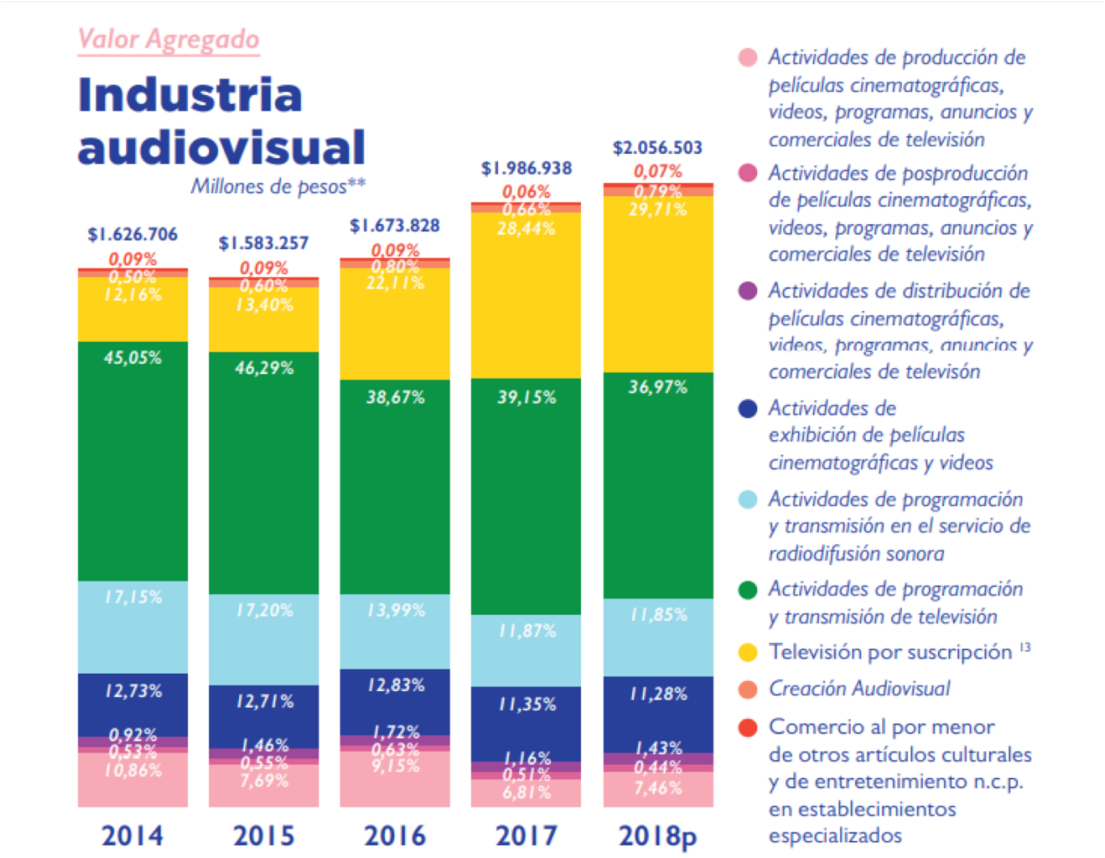
El BAM Bogotá Audiovisual Market - sigue consolidándose como la plataforma de negocios más importante de la industria audiovisual colombiana y le sigue apostando al fortalecimiento de la industria audiovisual que ha mostrado un crecimiento significativo en los últimos años; a nivel mundial ha registrado ingresos de alrededor de USD 105.000 millones, lo que representa un crecimiento promedio de 4.5% entre 2015 y 2019, y a nivel nacional las exportaciones de servicios audiovisuales ascendieron a cerca de USD 50 millones, un crecimiento del 20%.

De otra parte, la Cuenta Satélite de Cultura y Economía Creativa de Bogotá (CSCECB) es un sistema de información económica, continuo, confiable y comparable, focalizado en las actividades culturales y creativas en el Distrito Capital. Esta investigación consolida variables estadísticas en términos de valor agregado (VA), empleo, impuestos, salarios y cotizaciones efectivas de las empresas del sector. De

[11] Investigación Cuenta Satélite de Cultura y Economía Creativa de Bogotá 2014-2018. DANE - Alcaldía de Bogotá - Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte. *Año 2019*.

acuerdo con este documento para el año 2014, los ingresos de la industria audiovisual fueron de $3,38 billones de pesos, mientras que en 2018[12], superaron los $4,34 billones de pesos. En el año 2020, el valor agregado de las Industrias Culturales superó los $2,23 billones de pesos, cifra que representó el 19,6% del valor agregado de la Cultura y Economía Creativa en Bogotá.

El área de Industrias Culturales Convencionales en Bogotá presentó un decrecimiento del 25,9%* en el valor agregado en 2020 por frente al 2019 p, explicado por la caída conjunta en tres (3) de los cuatro (4) segmentos que la conforman: Editorial (-24,5%*); Fonográfica (-13,2%*); y Audiovisual (-31,6%*). Se debe destacar que el único segmento que presentó crecimiento en su valor agregado fue Agencias de noticias y otros servicios de información con un 6,3%*.



Fuente: *Investigación Cuenta Satélite de Cultura y Economía Creativa de Bogotá 2014-2018. DANE - Alcaldía Empresas de producción audiovisual de Bogotá - Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte. 2019.*

[12] Provisional. Investigación Cuenta Satélite de Cultura y Economía Creativa de Bogotá 2014-2018. DANE - Alcaldía de Bogotá - Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte. *Año 2019*.

Según el Observatorio de Desarrollo Económico (ODEB) en su estudio registrado más reciente, a agosto 2017 había 1663 empresas audiovisuales en Bogotá, representando un 15% del total del sector cultural que según la Cámara de Comercio de Bogotá[13] El 86,6 % de estas empresas especializadas en servicios audiovisuales en Bogotá son microempresas.

Las empresas del sector audiovisual que participan en las invitaciones a cotizar este tipo de bienes y servicios como una producción por encargo e incluso administración delegada, son empresas que tienen características especiales como su tiempo de constitución, su experiencia en contratación y sobre todo en el sector público y además la capacidad financiera y de trabajo con la que debe contar.

Fuente: *Estudios Económicos de Alianza Valores*

c. Aspecto Técnico.

Ver **ANEXO 1: ESPECIFICACIONES TÉCNICAS**

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.

Los contratos de producción por encargo es una modalidad de contratación, propia del derecho de autor, que surge como consecuencia de la celebración de un contrato de prestación de servicios entre una parte llamada contratista, quien se obliga a la elaboración de una obra según las instrucciones y especificaciones designadas por el contratante para cubrir sus necesidades de programación y de esta forma, cumpla con los fines del servicio de televisión.

e. Análisis de la demanda

Nº DE CONTRATO	MODALIDAD DE CONTRATACIÓN	OFERENTE	OBJETO CONTRACTUAL	VALOR DEL CONTRATO
176-2022	Contratación régimen especial	EYWA FILMS S.A.S	Contrato de producción por encargo para la preproducción, producción, postproducción del proyecto ancestros de la región o como	**$458.957.200**

[13] Industrias creativas y culturales, articulo web investinbogota.org Enero 20 de 2021

			llegara a denominarse	
1893-2021	proceso de selección régimen especial	AUDIOENLACE PRODUCCIONES S.A.S	prestar los servicios para la postproducción de (12) doce capítulos para una serie animada requerida para el proyecto de la Agencia Nacional De Seguridad Vial, en el marco del contrato suscrito con CENTURY MEDIA S.A.S que busca incentivar la seguridad vial en niños, niñas y adolescentes del país	**$84.000.000**
412-2021	convocatoria pública	FILMAWA SAS	Contratar bajo la modalidad de producción por encargo, el diseño, preproducción, producción y posproducción para el proyecto audiovisual - serie temática de ficción MICROFICCIONES NUEVAS REALIDADES o como llegare a denominarse, propuesto para la línea de Ciudadanía, Cultura y Educación en cumplimiento de los objetivos y gestión de Canal Capital con recursos de la Resolución 059 del 20 de enero de 2021.	**$520.000.000**
411-2021	convocatoria pública	CONSORCIO TAYFER CABEZA, integrada por CABEZA RODANTE PRODUCCIONES SAS y TAYFER DE COLOMBIA LTDA	Contratar bajo la modalidad de producción por encargo, el diseño, preproducción, producción y posproducción para los proyectos audiovisuales MICROFICCIONES NUEVAS REALIDADES, NO FICCIÓN INFANTIL AMIGOS COMO SOMOS, NO FICCIÓN INFANTIL LA	**$519.969.429**

			ALEGRÍA DE CONVIVIR, DOCUREALITY TRANSFORMACIONES, ANIMACIÓN DOCUMENTAL TECHO DE CRISTAL y FICCIÓN ANIMADA LOS ANIMALES o como 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 del plan de inversión y contenidos multiplataforma 2021 financiados por FUTIC"	

Este análisis permite inferir que otra entidades realizaron ejecuciones que en promedio son contratos por valor de $395.250.000, sin embargo no es comparable en costos teniendo en cuenta que cada proyecto contiene necesidades diferentes y los valores aumentan o disminuyen de acuerdo con los requerimientos técnicos, no obstante este servicio es requerido y contratos como se evidencia en el cuadro anterior.

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

El valor estimado de la contratación será hasta por la suma de **DOSCIENTOS VEINTICINCO MILLONES NOVECIENTOS OCHENTA Y UN MIL PESOS M/CTE ($225.981.000)**. **IVA INCLUIDO** y todos los demás impuestos a los que haya lugar.

El anterior valor corresponde al CDP No. 1356 del 7 de octubre de 2022 *« Servicios prestados a las empresas y servicios de producción »*

El valor descrito se fundamenta en la atención de las necesidades de TEVEANDINA LTDA, citadas en el objeto del presente contrato y en cumplimiento de las obligaciones del mismo.

a. Solicitud de cotizaciones

Con el fin de suplir la necesidad de los servicios requeridos en el ANEXO 1: ESPECIFICACIONES TÉCNICAS y en cumplimiento del contrato interadministrativo suscrito con TEVEANDINA Nº 513 de 2022 (numeración interna 007-2022) actualmente suscrito, el área de proyectos estratégicos realizó un solicitud de cotización e inició un estudio de mercado a partir de las mismas, para lo cual se surtieron las siguientes etapas:

I. A través de correo electrónico del día 3 de octubre de 2022, se solicitaron cotizaciones a once (11) eventuales proveedores, que cumplen con el objeto social al que hace referencia la presente

contratación, a las casas productoras se les remitió formato único a cotizar y se les indicó que debían indicar claramente los ítems a cotizar contenidos en el requerimiento *"SOLICITUD DE COTIZACIÓN Y ANEXO 1 ESPECIFICACIONES TÉCNICAS"*. Los proveedores a quienes se invitó a cotizar fueron:

	RAZÓN SOCIAL	NIT	CORREO ELECTRÓNICO
1	TRAFFIC STUDIO LTDA	830.106.304- 1	gabriela.b@trf-s.com
2	RHAYUELA FILMS S.A.S	830.004.673- 6	ana@rhayuela.com
3	ECHANDO GLOBOS S.A.S	900.762.297- 4	administracion@echandoglobos.com
4	COLOMBIANA DE TELEVISIÓN S.A	860.034.318- 3	manuel.riveros@colombiana.tv
5	TELESERVICIOS L & L S.A.S	860.524.918- 5	ivanlopez@teleservicios.tv
6	CABEZA RODANTE PRODUCCIONES S.A.S	901.016.927-0	tatiana.prieto@cabezarodante.com
7	MIRANDA PRODUCCIONES S.A.S	900.171.494- 2	mariaverosas@hotmail.com
8	CAMARA DIGITAL S.A.S	900.428.286- 2	isabel@camaradigital.tv
9	RAMA FILMS S.A.S	900.460.295- 3	produccionejecutiva@ramafilms.com
10	RAFAEL POVEDA TELEVISIÓN S.A.S	830.114.498- 5	contratosylicitacionesrptv@gmail.com
11	ERIK MORRIS PRODUCCIONES S.A.S	900.827.412- 6	emproducciones.sas@gmail.com

II. Dentro de la solicitud de cotización remitida a las once (11) casas productoras, se les presentó una tabla presupuestal que discriminaba los bienes y/o servicios necesarios para el cumplimiento del objeto contractual, la cuál está dividida en un total de 5 grupos y 34 ítems, los cuales hacen referencia a suplir las necesidades de preproducción y producción, del proyecto objeto de contratación.

DETALLE DE LA COTIZACIÓN SERVICIOS DE PRE PRODUCCIÓN Y PRODUCCIÓN			
ITEM	**REQUERIMIENTO**	**CANT**	**UNIDAD DE MEDIDA**
1	**PERSONAL EQUIPO DE PRE Y PRODUCCIÓN (2 UNIDADES DE TRABAJO)**		

1	PRODUCTOR DE CAMPO UNIDAD 1	2	MES
2	PRODUCTOR DE CAMPO UNIDAD 2	2	MES
3	ASISTENTE DE PRODUCCIÓN U1	1	MES
4	ASISTENTE DE PRODUCCIÓN U2	1	MES
5	REALIZADOR- CÁMARA U1	1	MES
6	REALIZADOR- CÁMARA U2	1	MES
7	DP -CÁMARA U1	1	MES
8	DP -CÁMARA U2	1	MES
9	ASISTENTE DE CÁMARA U1	1	MES
10	ASISTENTE DE CÁMARA U2	1	MES
11	FOTO FIJA /REALIZADOR DIGITAL U 1	1	MES
12	FOTO FIJA /REALIZADOR DIGITAL U 2	1	MES
13	SONIDISTA U1	1	MES
14	SONIDISTA U2	1	MES
15	EMBAJADOR	5	CAPÍTULO
16	ANFITRIÓN	5	CAPÍTULO

2	**EQUIPAMIENTO TÉCNICO**		
17	ALQUILER CÁMARA	4	PROYECTO
18	ALQUILER ÓPTICA Y ACCESORIOS	4	PROYECTO
19	ALQUILER ILUMINACIÓN REQUERIDA	2	PROYECTO
20	DRONE	2	PROYECTO
21	GO PRO	2	PROYECTO
22	DISCOS DUROS 2TB	5	UNIDAD
23	EXPENDABLES (FOTOGRAFÍA Y SONIDO)	2	PROYECTO
3	**LOCACIONES**		
24	ALQUILER LOCACIONES (Ingresos a sitios turísticos).	5	CAPÍTULO
25	PERMISOS PUFA	1	PROYECTO
4	**LOGÍSTICA**		
26	TIQUETES AÉREOS Embajadores de otras regiones.	5	CAPÍTULO
27	GASTOS LOGÍSTICOS SHOW RUNNER (Costos de viaje SOLO capítulo 1).	1	PROYECTO
28	CAJA MENOR	5	CAPÍTULO
29	TRANSPORTE TERRESTRE	1	PROYECTO

30	ALOJAMIENTO	1	PROYECTO
31	ALIMENTACIÓN E HIDRATACIÓN	1	PROYECTO
32	COMUNICACIONES/RADIOS	1	PROYECTO
33	BIOSEGURIDAD	1	PROYECTO
5	**ENTREGABLES**		
34	MATERIAL EN BRUTO (clips enumerados, organizados por capítulo con Script, con el fin de agilizar procesos de posproducción)	5	CAPÍTULO

III. El día 3 de octubre se recibe cinco (5) preguntas sobre la solicitud de cotización remitida, por parte de ANA TARAZONA (RHAYUELA FILMS), se le da respuesta con miras a aclarar dudas referentes a los bienes y/o servicios requeridos para cumplimiento del objeto contractual.

IV. Entre los días 3 y 4 de octubre se recibe un total de seis (6) cotizaciones por parte de las siguientes casas productoras, cabe recordar que la fecha límite para recibir cotizaciones era el día 4 de octubre.

OFERENTE	NIT	CORREO ELECTRÓNICO	FECHA DE ENTREGA
ECHANDO GLOBOS	900.762.297- 4	administracion@echandoglobos.com	3 de octubre
CAMARA DIGITAL S.A.S	900.428.286- 2	isabel@camaradigital.tv	4 de octubre
ERIK MORRIS PRODUCCIONES S.A.S	900.827.412- 6	emproducciones.sas@gmail.com	4 de octubre
RHAYUELA FILMS S.A.S	830.004.673- 6	ana@rhayuela.com	4 de octubre
CABEZA RODANTE PRODUCCIONES S.A.S	901016927-0	info@cabezarodante.com	4 de octubre
RAMA FILMS S.A.S	900.460.295- 3	produccionejecutiva@ramafilms.com	4 de octubre

V. Con las ofertas allegadas a la Entidad, se procede a hacer el análisis de mercado, al tratarse de bienes y/o servicios enmarcados en las etapas de preproducción y producción, se realiza un análisis comparativo por el total de la oferta, si bien, se desagregaron 34 items, esta medida lo

que pretendía era garantizar a todos los oferentes igualdad de condiciones, así las cosas, el análisis busca a partir del global de la oferta determinar la más conveniente, es decir, la oferta de menor valor, por consiguiente, dicho análisis arrojó los siguientes resultados:

OFERENTE	NIT	VALOR OFERTADO	VALIDEZ DE LA OFERTA
ECHANDO GLOBOS	900.762.297- 4	$240.499.000	180 días
CAMARA DIGITAL S.A.S	900.428.286- 2	$252.399.000	60 días
ERIK MORRIS PRODUCCIONES S.A.S	900.827.412- 6	$248.591.000	30 días
RHAYUELA FILMS S.A.S	830.004.673- 6	$687.891.400	30 días
CABEZA RODANTE PRODUCCIONES S.A.S	**901016927-0**	**$225.981.000**	**60 días**
RAMA FILMS S.A.S	900.460.295- 3	$485.639.000	60 días

VI. **Conclusiones:** De acuerdo a lo estipulado en el Manual de contratación de la Entidad vigente a la fecha, en el numeral 4.7 PROCEDIMIENTO PARA LA CONTRATACIÓN DIRECTA, apartado *"c) El factor de escogencia principal será el menor valor, siempre y cuando se satisfagan las necesidades que se persiguen con la contratación"*, bajo ese entendido la oferta más favorable para la Entidad, es la allegada por la casa productora CABEZA RODANTE PRODUCCIONES S.A.S, por un valor de **DOSCIENTOS VEINTICINCO MILLONES NOVECIENTOS OCHENTA Y UN MIL PESOS M/CTE ($225.981.000) IVA INCLUIDO**.

b. Consulta de bases de datos especializadas

Se consultó la base de datos especializada SECOP en la cual se identificaron los siguientes procesos bajo la modalidad de administración delegada dentro de las clasificaciones UNSPSC (80161500, 80161507, 83121700, 83121701).

Las bases de datos especializadas nos permiten establecer que es frecuente que este tipo de contratación supla necesidades en otras empresas del sector similares a las que van a ser requeridas por CAPITAL, es decir, a las asociadas con la producción audiovisual en general.

Link archivo:
https://docs.google.com/spreadsheets/d/1qMk9w2bJSrxOqHiwPcVolOHCU79mKx1ObjxGmMp32Io/edit#gid=780852659

b. Análisis de consumos y precios históricos

Nº DE CONTRATO	MODALIDAD DE CONTRATACIÓN	OBJETO CONTRACTUAL	AÑO DE EJECUCIÓN	VALOR DEL CONTRATO
411-2021	PRODUCCIÓN POR ENCARGO	[contratar] bajo la modalidad de producción por encargo, el diseño, preproducción, producción y posproducción para el proyecto audiovisual - serie temática documental de inclusión y diversidad ["Amigos como somos"] o como llegare a denominarse, propuesto para la línea de Ciudadanía, Cultura y Educación en cumplimiento de los objetivos y gestión de [Canal Capital] con recursos de la Resolución 059 del 20 de enero de 2021.	2021	$462.564.900 IVA INCLUIDO
552-2020	PRODUCCIÓN POR ENCARGO	[contratar] bajo la modalidad de producción por encargo, el diseño, preproducción, producción y posproducción para el proyecto audiovisual - serie temática de no ficción ["El mundo no es, ni será lo que solía ser"] o como llegare a denominarse, propuesto para la línea de Ciudadanía, Cultura y Educación, con ocasión de la emergencia sanitaria y las medidas de cuarentena obligatoria establecidas por el gobierno nacional y, en cumplimiento de los objetivos y gestión de Canal Capital y aquellas disposiciones que las modifiquen.	2020	$519.969.429 IVA INCLUIDO
682-2020	PRODUCCIÓN POR ENCARGO	[contratar] bajo la modalidad de producción por encargo, el diseño, preproducción, producción y postproducción para el proyecto audiovisual - serie temática de no ficción [Puesta en Rosa – Temporada 2] 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 del FUTIC 498 de 2020.	2020	$149.472.000
587-2019	PRODUCCIÓN POR ENCARGO	[realizar] el diseño, preproducción, producción y posproducción de la serie de [Valores ciudadanos] para cada uno de los grupos minoritarios que se proponen en esta convocatoria; en virtud de la resolución 0005 de 2019 de la Autoridad Nacional de Televisión (ANTV).	2019	$89.988.990

Este análisis permite inferir que si bien la entidad ha hecho contrataciones con objetos similares en vigencias pasadas, estos no son comparables entre sí por que cada uno de los proyectos tiene requerimientos técnicos diferentes, lo cual hace que los costos varíen entre uno y otro para atender las necesidades de cada uno de ellos, no obstante se mantienen dentro de los precios del mercado.

c. Por determinación de los precios pactados por otras entidades oficiales para los mismos bienes o servicios

N/A

d. Contratación directa

Se trata de una contratación directa, para lo cual se tuvo en en cuenta varios factores así:

1. El objeto del proceso de contratación, relacionado al cumpliento de un contrato interadministrativo suscrito por Capital
2. La contratación se dará con el proveedor que ofrece menor valor en el proceso de cotización y que satisface las necesidades técnicas del Canal, de esta forma se garantiza la racionalización de los recursos públicos.
3. El presupuesto oficial, el cual es menor a 300 smmlv
4. las condiciones del bien o servicio a adquirir, la cual se relaciona con la producción por encargo de piezas audiovisuales y
5. las ventajas que representa para la entidad contratarlo con el aspirante correspondiente, así como la forma de entrega de los bienes o servicios, las cantidades contratadas, la forma de pago, y en general las demás condiciones previstas por las partes y descritas en el presente estudio previo.

e. Oferta para la prestación de servicios profesionales y/o de apoyo a la gestión

N/A

f. 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

PE-88 Prestar servicios de preproducción y producción del proyecto transmedia RUTA POR COLOMBIA o como llegué a denominarse.

4.2. ALCANCE

Realizar, bajo la modalidad de producción por encargo, la preproducción y producción de un proyecto transmedia, incluida la serie docu-reality RUTA POR COLOMBIA (o como llegue a denominarse) y sus productos derivados, para cumplir con las obligaciones del Contrato Interadministrativo Nº 513 de 2022 (numeración interna 007-2022) suscrito con CANAL REGIONAL DE TELEVISIÓN TEVEANDINA LTDA. Lo anterior de conformidad con la naturaleza del servicio y con la propuesta presentada por el contratista, la cual forma parte integral del contrato.

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 TV.	83000000	83120000	83121700	83121701
Servicios audiovisuales	80000000	80160000	80161500	80161507

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

El plazo de ejecución será hasta el 15 de diciembre de 2022, previo cumplimiento de los requisitos de perfeccionamiento y ejecución.

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

El valor del presente contrato para el proyecto transmedia RUTA POR COLOMBIA (o como llegue a denominarse) es de hasta **DOSCIENTOS VEINTICINCO MILLONES NOVECIENTOS OCHENTA Y UN MIL PESOS M/CTE ($225.981.000)**. **IVA INCLUIDO** y todos los demás impuestos a los que haya lugar, de la siguiente forma:

I. **Un primer pago,** del 20% del valor total del proyecto, equivalente a la suma de **CUARENTA Y CINCO MILLONES CIENTO NOVENTA Y SEIS MIL DOSCIENTOS PESOS M/CTE ($45.196.200) IVA INCLUIDO** y demás retenciones a que haya lugar, previa presentación de los siguientes entregables debidamente aprobados por el supervisor asignado:

1. Cronograma de pre producción, producción, donde se evidencien las entregas escalonadas de material para postproducción.
2. Carpeta de Preproducción previamente aprobada en junta de preproducción con el equipo de contenidos de Canal Capital.
3. Planes de Rodaje por capítulo.
4. Contratos del personal técnico requerido para el cumplimiento del objeto contractual.

II. **Un segundo pago,** del 40% del valor total del proyecto, equivalente a la suma de **NOVENTA MILLONES TRESCIENTOS NOVENTA Y DOS MIL CUATROCIENTOS PESOS M/CTE ($90.392.400) IVA INCLUIDO** y demás retenciones a que haya lugar, previa presentación de los siguientes entregables debidamente aprobados por el supervisor asignado:

1. Material en bruto de audio y video, de los capítulos 1 y 2 con sus respectivos *scripts* en un documento en excel. El material debe venir en un disco duro por capítulo.
2. Material en bruto de los videos 360º de los sitios turísticos de los capítulos 1 y 2.
3. Wildtracks de los sitios turísticos de los capítulos 1 y 2.
4. Galería Fotográfica alojada en disco duro. Carpeta Fotografías:
   - Un paquete de diez (10) fotografías por cada capítulo de locaciones exteriores del destino turístico en alta resolución.
   - Un paquete de quince (15) fotografías por capítulo de los personajes, en alta resolución, (mínimo cinco (5) del protagonista interactuando con el anfitrión).
   - Ocho (8) fotografías por capítulo, en alta resolución, del recorrido que debe hacerse para llegar al destino turístico de cada capítulo.
5. Tres (3) videos (material en bruto) por capítulo. Este material debe ser protagonizado por el embajador de cada capítulo. Debe dar cuenta de momentos especiales de la experiencia. Estos videos deben ser entregados en relación de aspecto 16:9 y 2:3 (horizontal y vertical).
6. Un listado de cinco puntos de georeferenciación de los lugares de grabación extraídos de la plataforma Google Maps.
7. Material bruto de un (1) video de hasta un (5) minutos en formato vertical con el perfil del embajador del capítulo. (capítulos 1 y 2).
8. Autorizaciones de uso de obra u imagen. Del equipo realizador y los personajes de los capítulos 1 y 2. Organizado en una carpeta del disco duro.
9. Permisos PUFA (si aplica).

III. **Un tercer pago,** del 40% del valor total del proyecto, equivalente a la suma de **NOVENTA MILLONES TRESCIENTOS NOVENTA Y DOS MIL CUATROCIENTOS PESOS M/CTE ($90.392.400) IVA INCLUIDO** y demás retenciones a que haya lugar, previa presentación de los siguientes entregables debidamente aprobados por el supervisor asignado:

1. Material en bruto de audio y video, de los capítulos 3, 4 y 5 con sus respectivos *scripts* en un documento en excel. El material debe venir en un disco duro por capítulo.
2. Material en bruto de los videos 360º de los sitios turísticos de los capítulos 3, 4 y 5.
3. Wildtracks de los sitios turísticos de los capítulos 3, 4 y 5.
4. Galería Fotográfica alojada en disco duro. Carpeta Fotografías:
   - Un paquete de diez (10) fotografías por cada capítulo de locaciones exteriores del destino turístico en alta resolución.
   - Un paquete de quince (15) fotografías por capítulo de los personajes, en alta resolución, (mínimo cinco (5) del protagonista interactuando con el anfitrión).
   - Ocho (8) fotografías por capítulo, en alta resolución, del recorrido que debe hacerse para llegar al destino turístico de cada capítulo.
5. Tres (3) videos (material en bruto) por capítulo. Este material debe ser protagonizado por el embajador de cada capítulo. Debe dar cuenta de momentos

especiales de la experiencia. Estos videos deben ser entregados en relación de aspecto 16:9 y 2:3 (horizontal y vertical).

6. Un listado de cinco puntos de georeferenciación de los lugares de grabación extraídos de la plataforma Google Maps.
7. Material bruto de un (1) video de hasta un (5) minutos en formato vertical con el perfil del embajador del capítulo. (capítulos 3, 4 y 5).
8. Autorizaciones de uso de obra u imagen. Del equipo realizador y los personajes de los capítulos 3, 4 y 5. Organizado en una carpeta del disco duro.
9. Permisos PUFA (si aplica).

NOTA 1: Los pagos se realizarán previa certificación de cumplimiento a satisfacción por parte del supervisor del contrato. Para el último pago se deberá aportar la certificación de cierre contractual por parte del supervisor. Los pagos se efectuarán dentro de los quince (15) días siguientes al cumplimiento de los anteriores requisitos. CANAL CAPITAL hará las retenciones a que haya lugar sobre el pago, de acuerdo con las disposiciones legales vigentes**.**

NOTA 2: CIERRE DE VIGENCIA FISCAL. Los pagos a causar en el mes de diciembre, si aplica, se realizarán de conformidad con las fechas establecidas por CANAL CAPITAL, a través de la Subdirección Financiera para el cierre de la respectiva vigencia.

7. LUGAR DE EJECUCIÓN

La ejecución contractual será en Bogotá región y Cundinamarca, sin embargo si la necesidad del servicio lo requiere, se podrá extender a departamentos aledaños, para los demás efectos legales el domicilio contractual, será la ciudad de Bogotá D.C.

8. OBLIGACIONES DEL CONTRATISTA

1. Preproducir y producir cinco (5) capítulos con una duración de (50) cincuenta minutos, de la serie Docureality "Ruta por Colombia" o como se denomine en el futuro, junto con sus respectivos productos transmediales siguiendo la línea editorial del área de proyectos estratégicos.
2. Ejecutar adecuada y oportunamente el proyecto objeto del contrato, de acuerdo con los términos y lineamientos descritos en el ***ANEXO 1: ESPECIFICACIONES TÉCNICAS*** y conforme al documento *Formulación general del proyecto* suministrado por el área de proyectos estratégicos.
3. Cumplir con todas y cada una de las disposiciones de acuerdo con la lista de entregables proporcionada y preestablecida con el supervisor o con quien éste designe para tal fin.
4. Cumplir con el cronograma de trabajo establecido por la Entidad para la ejecución del proyecto en cada una de sus fases de preproducción y producción.
5. Cumplir con los estándares de calidad exigidos por CANAL CAPITAL para la producción de la serie "Ruta por Colombia" o como se denomine en el futuro, junto con sus respectivos productos transmediales.
6. Vincular contractualmente al equipo de producción a los realizadores aprobados previamente por el supervisor o a quién éste designe.
7. Asumir los gastos de transporte, seguros, logística y demás del personal contratado, subcontratado, embajadores y anfitriones para la realización de la serie "Ruta Colombia" o como

llegue a denominarse en el futuro, necesarios para el óptimo cumplimiento del objeto del contrato, en la preproducción y producción de los contenidos.

8. Garantizar el pago de un (1) SMMLV a cada uno de los cinco embajadores en un tiempo no mayor a 15 días.
9. Asumir los gastos de transporte, seguros, logística y demás, necesarios para el cumplimiento del objeto contractual, del director general para la realización del capítulo piloto de la serie.
10. Garantizar un diseño de producción eficiente, mediante la implementación de dos unidades de trabajo conformadas por Productor de Campo, Realizador/Cámara, Camarógrafo, Sonidista, Asistente de producción, Asistente técnico, Foto fija/realizador digital.
11. Entregar a la supervisión el material en bruto de cada uno de los capítulos en las condiciones técnicas (Ver: ***ANEXO 1: ESPECIFICACIONES TÉCNICAS***) y de acuerdo al cronograma suministrado por la Entidad.
12. Entregar a la supervisión el material en bruto de cada uno de los productos transmedia derivados de los capítulos, en las condiciones técnicas (Ver: ***ANEXO 1: ESPECIFICACIONES TÉCNICAS***) y en los tiempos establecidos en el cronograma suministrado por la Entidad.
13. Atender las observaciones, solicitudes y sugerencias, así como implementar los parámetros estéticos y narrativos que se formulen a través del supervisor o quien éste delegue para tal fin
14. Asistir a las reuniones programadas referentes al desarrollo y ejecución del proyecto.
15. Gestionar, obtener y entregar autorizaciones *(releases)* correspondientes en materia de uso de imagen que se puedan generar durante la producción de los diferentes capítulos y productos transmedia derivados en el formato propio de la Entidad, cumpliendo además con las normas en protección de datos personales.
16. Gestionar, obtener las cesiones y/o autorizaciones que se requieran para el desarrollo de la producción durante cualquiera de sus etapas, tales como el Permiso Unificado para las Filmaciones Audiovisuales -PUFA- en la ciudad de Bogotá o su equivalente en el territorio de cobertura.
17. Reconocer que por medio del presente contrato el contratista cede a CANAL CAPITAL, todos los derechos patrimoniales sobre las creaciones intelectuales creadas en virtud del mismo, sin limitación alguna, en todos los países del mundo, por todo el término de protección legal y para todas las plataformas y/o medios existentes o por existir.
18. Presentar la factura o cuenta de cobro, según corresponda, con la periodicidad acordada en la respectiva cláusula de forma de pago, de acuerdo con los procedimientos establecidos. En el evento de no hacerlo, EL CONTRATISTA acepta asumir el valor por la eventual sanción de corrección, retenciones o intereses que tal omisión genere en contra de CANAL CAPITAL, y de EL CONTRATISTA en la proporción que corresponda, de acuerdo con las disposiciones contables y tributarias aplicables.
19. Pagar a los proveedores de bienes y/o servicios contratados de acuerdo con los términos establecidos en concordancia con el cumplimiento del objeto del contrato. Las condiciones comerciales que se pacten con los proveedores son de su responsabilidad y por ningún motivo podrán trasladar las mismas a CANA CAPITAL, ni condicionar el cumplimiento de las obligaciones pactadas a las condiciones de pago establecidas por un proveedor, como es el caso de pagos anticipados a proveedores. Por ningún motivo EL CONTRATISTA podrá condicionar o amparar su responsabilidad frente al pago de proveedores, con el momento de realización del pago por parte del Canal.
20. Realizar las demás actividades que resulten necesarias y esenciales para el cumplimiento del objeto contractual.

9. CONDICIONES TÉCNICAS EXIGIDAS

Nombre del proyecto	**RUTA POR COLOMBIA***
Número de capítulos	5 Capítulos
Duración de cada capítulo	50 minutos
Audiencia objetivo	Joven (18 – 24 años) y Adulto joven (25-39 años)
Género de narración	Docureality
Formato de producción	No Ficción
Formato técnico de realización	FULL HD (1920 x 1080)

***Nombre de referencia y/o en construcción.**

1. CONTEXTUALIZACIÓN DEL PROYECTO:

A. IDEA CENTRAL DEL PROYECTO.

Ruta por Colombia (o como llegue a denominarse) es un proyecto transmedia que tiene como eje central una serie docureality de 40 capítulos (cinco por cada canal regional) cuyo objetivo es integrar las regiones de Colombia por medio del turismo sostenible. Gracias a la unión de los ocho canales regionales que conforman la televisión pública, haremos posible el proyecto audiovisual más grande sobre turismo sostenible que se haya producido en la televisión pública colombiana.

Cuarenta colombianos viajarán a una región de Colombia, distinta de su lugar de origen, y a través de su mirada descubriremos el mismo número de destinos turísticos sostenibles, uno por cada capítulo. Los ciudadanos que participen en esta serie serán seleccionados a través de una convocatoria pública que invite a inscribirse en una plataforma en la que sea posible compartir las motivaciones para emprender este viaje. Cada canal escogerá cinco participantes, quienes serán los embajadores de su región en otro territorio del país. De la mano de los embajadores y del anfitrión en cada destino, veremos las maravillas patrimoniales, gastronómicas, biológicas y culturales que se ocultan en cada rincón de Colombia. Después de ver cada capítulo, sabremos que además de un viaje físico, el personaje habrá hecho un viaje interior que le dará herramientas para conocerse a sí mismo y a su cultura a través de otro colombiano y otro territorio. Al final de la serie, confirmaremos que, pese a las diferencias de acentos, colores y ritmos, son más las razones que nos unen como seres humanos y como colombianos.

Los destinos que visitaremos en cada capítulo formarán parte de la zona de influencia de cada canal regional y tendrán la particularidad de que representan iniciativas de turismo sostenible, es decir,

destinos que se preocupan por la preservación y conservación en los entornos naturales y culturales para la permanencia de estos en el tiempo. Actualmente, Colombia tiene varios municipios de sello sostenible con múltiples iniciativas individuales (hoteles, parques, guías, etc,) enmarcadas en estas características.
De ninguna manera esta serie será solamente sobre las múltiples culturas y destinos turísticos que existen en Colombia. Por el contrario, en cada capítulo buscamos proponer espacios de diálogo e interculturalidad, es decir, encuentros con la diferencia, con los saberes del otro, con el colombiano con quien compartimos patria, pero del que solemos sentirnos distantes. Sabemos que al final de este encuentro descubriremos lo que nos hace únicos, pero también lo que compartimos y nos subyace a todos. Esta serie será un escenario de representación social para acércanos entre regiones y tejer historias de fraternidad y unión.

B. STORY LINE

Ruta por Colombia, concebido como un gran proyecto transmedia, tiene como eje central una serie docureality de 40 capítulos, que cuenta las historias de viaje de diversos ciudadanos colombianos, quienes serán los encargados de descubrir los destinos turísticos sostenibles más relevantes de las distintas regiones de Colombia. Cada capítulo será una oportunidad para conocer los paisajes más deslumbrantes de nuestra geografía, pero también para el encuentro entre dos personas, dos culturas y dos visiones de mundo, que en muchos casos pueden ser dispares y aparentemente contradictorias, pero que en el fondo tienen mucho en común y transmiten la idea de que las razones que nos unen como colombianos son más fuertes que nuestras diferencias. La serie será un mosaico de paisajes (mares, ríos, lagunas, montañas, valles, etc.), pero también de rostros (mujeres, jóvenes, afros, indígenas, mestizos, campesinos, comunidades LGBTIQ+, etc). Así es como, por medio de Ruta Colombia, viviremos un viaje a lo largo y ancho del territorio físico colombiano, pero también a través del territorio humano, social y vivencial de nuestros protagonistas, con sus deseos, motivaciones y transformaciones.

C. SINOPSIS GENERAL

RUTA POR COLOMBIA es el primer *docu-reality* de viajes en donde el verdadero talento es amar el país. Cuarenta colombianos (*Embajadores*) viven una aventura que los llevará a diferentes destinos ecoturísticos, en donde conocerán paisajes y lugares a partir del encuentro con anfitriones de diferentes regiones que los recibirán y los pondrán a prueba. RUTA POR COLOMBIA es un proyecto que une diferentes formas de ser colombiano mediante el turismo sostenible.

2. SERVICIOS REQUERIDOS PARA LA EJECUCIÓN DEL PROYECTO:

CANAL CAPITAL requiere contratar los servicios de preproducción y producción de cinco (5) capítulos de 50 minutos cada uno y sus respectivos componentes transmediales, atendiendo a las consideraciones narrativas, estéticas y de producción impartidas por el área de proyectos estratégicos.

A. INSIGHTS:

El EMBAJADOR tendrá un viaje que será una experiencia para conectarse con otras formas de ser colombiano. Su función es representar a su región, mientras descubre un destino de turismo sostenible y realiza actividades que propone el anfitrión.

El ANFITRIÓN hará las veces de guía con el EMBAJADOR. Su función es mostrar el destino de turismo sostenible y proponer, o ser vocero, de las actividades que se van a desarrollar.

EL ANFITRIÓN Y EL EMBAJADOR tendrán una experiencia que muestra las diferencias entre ellos, pero también aquello que los une.

EL TURISMO SOSTENIBLE: Es el escenario de este encuentro. El lugar en donde los protagonistas serán más colombianos que nunca.

> *Definición: Turismo sostenible es aquel que tiene plenamente en cuenta las repercusiones actuales y futuras, económicas, sociales y medioambientales para satisfacer las necesidades de los visitantes, de la industria, del entorno y de las comunidades anfitrionas.*

PERSONAJES PERIFÉRICOS: son las personas que rodean el encuentro entre el anfitrión y el embajador. Podrán interactuar y hacer parte de la historia. Pero los protagonistas siempre serán los embajadores anfitriones.

NUESTRA AUDIENCIA recibirá el mensaje de que podemos ser diferentes pero podemos convivir.

B. CONSIDERACIONES ESTÉTICAS Y NARRATIVAS:

GENERALIDADES
Lenguaje audiovisual dinámico, lleno de acciones, con paisajes exuberantes, gente alegre, prácticas sostenibles, tradiciones poderosas, pero también conflictos personales, dificultades y trabajos de mucho esfuerzo.

Una cámara (2) acompaña en la cotidianidad al embajador y al anfitrión, quienes progresivamente, a través de las actividades, se van metiendo en el mundo de la sostenibilidad y la conservación, pero también en el de las relaciones humanas y la colombianidad.

Un elemento importante: a diferencia del reality tradicional, que tiene un presentador, en RUTA POR COLOMBIA la voz del embajador y del anfitrión serán las voces que guíen el relato. De ahí la importancia del confesionario y las entrevistas en caliente.

FOTOGRAFÍA Y CÁMARA
Estilo documental con uso de iluminación natural. Solo se utilizará luz artificial para reforzar los espacios con luz crítica.

Se hará uso de dos cámaras para cubrir las secuencias desde dos perspectivas, una cámara con el embajador y otra con el anfitrión. Es importante, para la comunicación, estarse moviendo y lograr variedad en las capturas.

Se respetarán los claroscuros de la realidad, cuidando de no sobreexponer o subexponer.

Cada actividad debe quedar registrada desde 3 puntos: PG planos generales, PM y PP planos medios y primeros planos, y PPP y PD planos detalle. Los planos deben ser largos, con duraciones de mínimo 1 minuto.

Uso de lentes zoom para mayor versatilidad y rapidez. Una cámara zoom angular y otra zoom tele.

Uso de lentes prime para entrevistas y situaciones de poca luz.

Opcional el uso de slow motion para acciones rápidas cuando se requiera.

Tomas estabilizadas, cámara en mano, en trípode, monopod o en estabilizador si están en movimiento. Evitar la cámara que tiembla.

TOMAS AÉREAS (DRONE)
Paisajes generales al amanecer y atardecer (mínimo 3 por capítulo).

Tomas de los recorridos o tracking shots de jeeps, lanchas, tuk tuks, motos, caballos. Los recorridos se hacen desde diferentes puntos de vista (laterales, traseros, frontales y cenitales).

Tomas con movimiento lento de acercamiento cenital y lateral a locaciones o proyectos sostenibles.

Tomas paralelas de los proyectos turísticos.

Tilt Ups que revelen paisajes o los proyectos turísticos.

RECOMENDACIONES

- Para las tomas de drone, se recomienda usar las horas del atardecer y el amanecer.
- Planos de más de 30 segundos sostenidos sin cambios de velocidad ni movimientos bruscos.

PRESENTACIÓN EMBAJADOR
El embajador, mediante un video selfie tipo vlogger de Youtube que puede ser realizado con celular o GoPro, cuenta su emoción por haber sido seleccionado. A través de su voz en off y con material de archivo que los mismos participantes proveerán (fotos y videos), contará quién es. Una cámara estilo documental lo sigue en su recorrido hacia el aeropuerto para tomar el avión que lo llevará a su destino.

PRESENTACIÓN ANFITRIÓN
La entrevista del anfitrión será tipo confesionario en su lugar de turismo sostenible y se hará bajo los parámetros que se explican más adelante. Mientras escuchamos su voz en off, vemos su proyecto con tomas aéreas que le muestran al espectador el lugar al que llegará el embajador. Una cámara estilo documental lo acompaña en sus recorridos diarios.

EL TERRITORIO - PROYECTO SOSTENIBLE
Tomas aéreas nos ubican y nos muestran los desplazamientos y recorridos. Vemos el paisaje, el transporte que lleva al embajador y vemos también al embajador, el paisaje desde el carro. Momento para entrevista en caliente del embajador.

¿Qué sientes de estar por primera vez en este lugar? ¿Qué expectativas tienes? Alguna pregunta curiosa que le cause una duda.

ENCUENTROS Y ACTIVIDADES
Estos encuentros y actividades se deben registrar en forma documental y con dos cámaras. Los personajes deben estar debidamente microfoneados y una cámara debe estar con cada uno.

Estos encuentros se realizarán en criss cross sobre la misma línea de eje, de manera que se pueda tener la reacción de ambos. Una de las cámaras puede ser más dinámica y moverse para lograr un PG de la escena en algún momento. Es importante la captura de gestos y que se pueda hacer una breve pregunta en caliente a los dos personajes.

EL REGALO
En un PG vemos a los dos en una comida o ceremonia de cierre. Escuchamos sus experiencias mientras la cámara se acerca para tener sus reflexiones en primer plano. Esta escena debe cubrirse como una actividad, dos cámaras en criss cross en la misma línea de eje y personajes bien microfoneados. Por medio de un glow & blur transition vamos a los *flashbacks*, que son imágenes de momentos específicos vividos durante la experiencia. Estas imágenes tendrán glow y darán un ambiente de ensoñación.

LOS RECORRIDOS
Los personajes debidamente microfoneados recorren el lugar. Acá es importante el b-roll que hagamos del sitio para retratar el paisaje y también para usar estas imágenes mientras escuchamos más acerca de la sostenibilidad. El uso de Gimbal se recomienda para estos seguimientos. Para darle dinamismo a esta escena, hacer los recorridos con diferentes tipos de plano.

CONFESIONARIO
Lugar con iluminación y sonido controlado. El sitio puede ser un exterior o un interior, dependiendo de las facilidades que dé la locación. Preferiblemente a dos cámaras, una fija en PM y la otra más dinámica en PP y PPP. También se puede hacer a una cámara por requerimientos de la producción.

C. CONSIDERACIONES DE PRODUCCIÓN:

DESARROLLO E INVESTIGACIÓN
La Entidad será responsable de suministrar al contratista la investigación, bases de datos, escaletas y toda aquella información requerida para las etapas de preproducción y producción de la serie objeto de la presente contratación. En ningún caso, el contratista deberá asumir costos de convocatoria y/o casting de embajadores y anfitriones.

El contratista deberá ponerse en contacto con embajadores, anfitriones, lugares turísticos, así como, gestionar permisos y autorizaciones para la grabación de cada uno de los capítulos que el área de proyectos estratégicos ha determinado para el desarrollo de la serie objeto de la presente contratación.

MODELO DE PRODUCCIÓN
El contratista deberá garantizar dos (2) unidades de grabación, cada una conformada por el siguiente personal, el cuál será evaluado y aprobado por el área de proyectos estratégicos antes de la contratación del mismo:

1. Realizador / Cámara
2. D.P / Cámara
3. Productor de Campo

4. Sonidista
5. Asistente de producción
6. Asistente Técnico
7. Foto fija / Realizador digital

Cada unidad de grabación deberá contar como mínimo con el siguiente equipamiento técnico para garantizar las consideraciones estéticas y narrativas expuestas anteriormente:

1. Dos (2) cámaras principales que garanticen los parámetros técnicos y de calidad exigidos por la entidad.
2. Una (1) cámara go pro.
3. Un (1) drone
4. Un (1) kit Led de iluminación
5. Ópticas y accesorios requeridos para cumplir con las consideraciones estéticas del proyecto.
6. Una (1) cámara fotográfica para foto fija.
7. Una (1) cámara 360º para la producción de material transmedia.
8. Equipo de sonido requerido para cumplir con las consideraciones narrativas y estéticas del proyecto.

El plan de grabación del proyecto debe dar cuenta de un modelo escalonado a dos unidades, con el fin de garantizar el suministro constante de material en bruto a la Entidad, quién realizará los procesos de postproducción de la serie objeto del contrato.

El material en bruto deberá entregarse a la entidad en un disco duro, debidamente marcado y organizado en relación al script, de cada uno de los capítulos, en un tiempo no mayor a cinco (5) días después de finalizado el rodaje y en los parámetros técnicos exigidos para el tratamiento tanto de los tracks de video como de audio.

EMBAJADORES Y ANFITRIONES
El contratista deberá incluir dentro de su estructura de costos, todos aquellos gastos derivados de la participación del embajador en el proyecto, es decir, gastos de transporte (aéreos y terrestres), alimentación y alojamiento durante las grabaciones de los capítulos, de igual manera, se deberá contar con un seguro de viaje y/o póliza que cubra tanto a embajadores como anfitriones, durante el tiempo de grabación, ante cualquier accidente relacionado con la producción del capítulo.

El contratista deberá pagar la suma de un (1) SMMLV a cada embajador y anfitrión que participen en la serie objeto del presente contrato.

ENTREGABLES
El contratista deberá entregar los insumos, autorizaciones de uso de imagen, fotografías, tracks de video y audio, productos transmedia y cualquier otro producto relacionado con el objeto contractual, en las condiciones y parámetros técnicos establecidos por el área de proyectos estratégicos.

CONDICIONES TÉCNICAS DE GRABACIÓN
Corresponde a los parámetros técnicos y de calidad que se requieren en emisión:

CÓDEC DE EXPORTE PARA EL SERVIDOR (audio y video):

Video:
Material FID
Contenedor: .MOV
Codec: XDCAM 42 2 a 50MB/S (1080160)
Resolución: 1920 X 1080i, 29,97 fps
Niveles de video: máximos al 110%, y mínimos al 90% según monitor de forma de onda.
Niveles de pedestal en O para nivel de negros, nunca superior a 7.5 IRES.
La saturación de croma en 100 IRES.
NTSC max 100ire y minimo 7.5 ir e de pedestal
Nivel de audio: -12 dBfs
Frecuencia de muestreo: 48 KHz
Sound Setting: Linear PCM monodual , sample size 24 bits

Audio:
Mezcla full canal 1 monodual
Mezcla full canal 2 monodual

10. IDENTIFICACIÓN DEL CONTRATO A CELEBRAR

La presente contratación se enmarca dentro de la contratación directa, Contrato de Producción por Encargo.

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

La supervisión estará a cargo de la **PROFESIONAL 01 DE VENTAS Y MERCADEO**, o quien haga sus veces, quien tendrá a cargo las funciones establecidas en la ley, el manual de supervisión e interventoría adoptado por la Resolución 115 de 2022 de Canal Capital y demás normas o reglamentos que regulen la materia, para lo cual deberá tener presente las siguientes consideraciones:

a. Conocer los antecedentes de la contratación.
b. Velar por el cumplimiento de las obligaciones del contrato.
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)

Teniendo en cuenta la justificación del presente proceso de contratación se aplica la modalidad de selección por contratación directa de conformidad con el numeral 4.6.3. CONTRATACIÓN DERIVADA DE CONTRATOS Y CONVENIOS INTERADMINISTRATIVOS Y CONTRATOS EN LOS QUE EL CANAL ACTÚE COMO CONTRATISTA, la cual señala:

Esta causal de contratación procederá cuando se haga necesario contratar una administración delegada, una bolsa logística, la prestación de servicios profesionales y de apoyo a la gestión, u otra contratación que se requiera para atender las obligaciones del Canal en el marco del convenio o contrato respectivo, en los siguientes eventos:

(i) con ocasión del cumplimiento misional u objeto social del canal para responder a la necesidad de un cliente.
(ii) con ocasión de un proyecto estratégico para el cumplimiento de los fines misionales o el desarrollo del objeto social del canal.
(iii) para el posicionamiento de marca del contratante. Para determinar dicha contratación se debe:

a) Asegurar el cumplimiento de una obligación adquirida por CANAL CAPITAL en virtud de un contrato o convenio interadministrativo o en los que el canal actúe como contratista.

b) Tener en cuenta la especialidad del servicio a contratar.

c) Verificar los beneficios de mercado que se obtienen al realizar este tipo de contratación y/o asegurar la contratación que mejor responda a las necesidades del contratante del canal.

d) Explicar que esta contratación responde a criterios de necesidad e inmediatez para la ejecución del contrato o convenio interadministrativo.

e) De ser necesario se deberá incluir si el contratante del canal hizo parte en la selección del contratista.

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

Se dará aplicación a lo establecido en el numeral 3.1.13. y el literal d del numeral 3.1.15. , del Manual de Contratación de CAPITAL adoptado mediante la Resolución No. 125 del 27 de julio de 2022 que determina:

"3.1.13. La escogencia de los contratistas se hará atendiendo el deber de selección objetiva. En cumplimiento de este deber se seleccionará al contratista atendiendo criterios claros y objetivos tales como: el precio, el plazo, cumplimiento de contratos anteriores, calidad, experiencia, idoneidad, formación, creatividad, recursividad, pertinencia, innovación, cumplimiento de normas técnicas, entre otros, los cuales permitirán determinar la oferta más favorable para la entidad.

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:

(...)

d) En la contratación directa el factor de selección del contratista se realizará por regla general por la acreditación de experiencia e idoneidad del futuro contratista y el valor del contrato. En todo caso, para la aplicación de las causales de contratación directa de que trata el presente manual, se deberá justificar el factor de selección de conformidad con la causal en que se enmarca dicha contratación.

(...)".

Así las cosas, CAPITAL consideró, los siguientes factores para determinar la oferta más favorable:

Según lo estipulado en el Manual de contratación de la Entidad vigente a la fecha, en el numeral 4.7 PROCEDIMIENTO PARA LA CONTRATACIÓN DIRECTA, apartado *"c) El factor de escogencia principal será el menor valor, siempre y cuando se satisfagan las necesidades que se persiguen con la contratación"*, bajo ese entendido la oferta más favorable para la Entidad, es la allegada por la casa productora CABEZA RODANTE PRODUCCIONES S.A.S, la cual asciende a un valor de **DOSCIENTOS VEINTICINCO MILLONES NOVECIENTOS OCHENTA Y UN MIL PESOS M/CTE ($225.981.000) IVA INCLUIDO.**

Por otra parte, se solicitó al proponente acreditar mínimo tres (3) certificaciones de contratos finalizados y ejecutados en un 100% y/o actas de liquidación, cuyos objetos sean o estén relacionados con prestar servicios de preproducción, producción y posproducción, que guarden relación directa con: *experiencias audiovisuales.*

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

N/A

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

N/A

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

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

Se adjunta la matriz de riesgo correspondiente a la tipología contractual.

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

N/A

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

Riesgo	Porcentaje	Sobre el Valor	Vigencia
Cumplimiento	20 %	Del contrato	Igual al plazo de ejecución del contrato y seis (6) meses más.
Calidad del Servicio	20 %	Del contrato	Igual al plazo de ejecución del contrato y seis (6) meses más.
Calidad y correcto funcionamiento de los bienes	20 %	del contrato	Igual al plazo de ejecución del contrato y un (1) año más.
Pago de Salarios, Prestaciones Sociales e Indemnizaciones laborales.	5 %	Del contrato	Igual al plazo de ejecución del contrato y tres (3) años más.

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

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

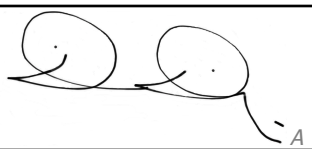
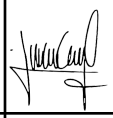
NOTA 1: La póliza deberá contener **no solo** el amparo básico de predios, labores y operaciones sino además los siguientes: actos de contratistas y subcontratistas, amparo patronal, y vehículos propios y no propios. De igual forma CAPITAL Y EL CONTRATISTA deberán tener la calidad de asegurado respecto 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 adjunta al presente estudio el formato AGJC-CN-FT-028 - LISTADO DE DOCUMENTOS PARA CONTRATAR.

17. RESPONSABLES

DEPENDENCIAS QUE PROYECTAN	
ROCIO CAPADOR RIAÑO *PROFESIONAL 01 DE VENTAS Y MERCADEO*	
DIANA DIAZ SOTO *LÍDER DE PROYECTOS ESTRATÉGICOS*	
Profesional que proyecta área técnica JUAN CAMILO JIMÉNEZ GARZÓN PRODUCTOR EJECUTIVO	
Profesional que proyecta área jurídica *ANA CAROLINA BRITO R.*	
Fecha de elaboración: *06/10/2022*	