ANALISIS DEL SECTOR PARA LA CONTRATACIÓN DE CESIÓN DE DERECHOS DE EMISIÓN DE UN (1) NOTICIERO DE ÁMBITO REGIONAL, SUBREGIONAL

El análisis del sector cubre cuatro áreas:

- **A.** Descripción de la necesidad.
  - I. Necesidad y descripción del proyecto.
  - II. Normatividad relacionada y contexto regulatorio.
- **B.** Estudio de la demanda
- **C.** Estudio de la Oferta
- **D.** Estudio financiero del sector y criterios de evaluación.

A. DESCRIPCIÓN DE LA NECESIDAD

I. NECESIDAD

El Canal Regional de Televisión TELECAFÉ LTDA., es una sociedad entre entidades públicas organizada como Empresa Industrial y Comercial del Estado del orden nacional, cuya misión está enfocada en “Satisfacer con responsabilidad y respeto las necesidades de entretenimiento, educación e información del televidente; así mismo, ofrecer servicios complementarios según las expectativas de nuestros clientes en operación logística, central de medios, marketing digital, entre otros. Todo esto, gracias a un excelente grupo humano que, con ética, compromiso y profesionalismo, produce, transmite, comercializa programas y presta servicios adicionales con altos estándares de calidad, que contribuyen al desarrollo social, cultural y de integración del Eje Cafetero y Colombia, para la satisfacción de nuestros clientes, socios y colaboradores”. Concomitante con esto estableció como visión: “Ser un Canal de televisión líder en producciones de pantalla tradicional y multipantalla, con calidad y estándares internacionales que generen identidad regional, cumpliendo eficaz y eficientemente los propósitos de informar, educar y entretener al usuario”.

TELECAFÉ LTDA. como Canal público de televisión debe cumplir los fines y principios del servicio de televisión contenidos en el artículo 2 de la Ley 182 de 1995, que “son formar, educar, informar veraz y objetivamente y recrear de manera sana”.

Por su parte el artículo 37 ibídem establece: . Régimen de prestación. En cada uno de los niveles territoriales antes señalados, el servicio público de televisión será prestado en libre y leal competencia, de conformidad con las siguientes reglas: (…) 3. Nivel Regional: El servicio público de televisión también será reserva del Estado y será prestado por las organizaciones o Canales Regionales de Televisión existentes al entrar en vigencia la presente Ley y por los nuevos operadores que se constituyan con la previa autorización de la Comisión Nacional de Televisión, mediante la asociación de al menos dos departamentos contiguos, o en su nombre, de entidades descentralizadas del orden departamental o empresas estatales de telecomunicaciones de cualquier orden o bien del Distrito Capital, o

entidades descentralizadas del orden distrital, salvo aquellos que estén funcionando a la fecha de la vigencia de la presente Ley. Los municipios y sus entidades descentralizadas también podrán participar como socios de estos canales. ***(…) Los actos y contratos de los canales regionales de televisión, en materia de producción, programación, comercialización y en general sus actividades comerciales, en cumplimiento de su objeto social se regirán por las normas del derecho privado. Los canales regionales estarán obligados a celebrar licitaciones públicas para la adjudicación de los programas informativos, noticieros y de opinión y el acto de adjudicación siempre se llevará a cabo en audiencia pública***. Estos canales podrán celebrar contratos de asociación bajo la modalidad de riesgo compartido. Los contratos estatales de producción, coproducción y cesión de derechos de emisión que se encuentren en ejecución o estén debidamente adjudicados a la fecha de promulgación de esta Ley, se ejecutarán hasta su terminación de acuerdo con las normas bajo las cuales fueron celebrados. Subrayado y negritas propios.

TELECAFÉ requiere para su parrilla de programación la inclusión de programas informativos en formato “NOTICIEROS”, en donde se den a conocer los hechos que acontecen en los ámbitos local, regional, nacional e internacional. Las noticias que se registren pueden cubrir hechos de la actualidad política, económica, financiera, de orden público, deportivo, educativo, cultural, medio ambiente, vías, tecnología y estado del tiempo, entre otras, que satisfaga las expectativas y necesidades del público televidente.

El noticiero en todo caso deberá garantizar la preponderancia de lo regional y dar participación a las noticias de interés regional, garantizando el cubrimiento de sucesos que ocurran en los departamentos de Caldas, Quindío y Risaralda. Así mismo incluirán las noticas nacionales o internacionales que tengan relevancia para la región.

Las noticias podrán desarrollarse utilizando como género periodístico la entrevista, la crónica, el reportaje, la entrevista de profundidad, la nota editorial y la opinión, entre otros.

El noticiero, se emite en directo, cuenta con la conducción de mínimo 3 o más presentadores quienes tienen a cargo la presentación concisa de la información, dando paso a informes pregrabados o en vivo, cuando estos se emiten desde el lugar donde se originan. En ocasiones especiales, el director del noticiero podrá realizar entrevistas en profundidad, que contribuyan a dar claridad a la audiencia, sobre el hecho tratado. El noticiero podrá contener secciones especializadas en temas previamente definidos.

Adicionalmente, las tarifas de cesión de derechos serán contempladas en el presupuesto para la vigencia 2024 y aprobadas por la Junta Administradora

CARACTERÍSTICAS DE CONTENIDO DE LA PRODUCCIÓN

El programa por contratar corresponde al género **INFORMATIVO,** formato **NOTICIERO**.

El género informativo, se refiere a la forma de aproximarse al objeto de investigación o de análisis, su función es explorar la realidad y de allí extraer información para divulgar noticias, opiniones, sucesos, aportando elementos para la comprensión de los mismos. El formato noticiero plantea la periodicidad y la estructura sobre la cual se debe presentar la información y el tratamiento periodístico que se le deberá dar a la misma, entendiendo que primaran los subgéneros informativos no interpretativos como la noticia y la entrevista sobre los subgéneros más interpretativos como la crónica y el reportaje.

1 Especificaciones: Para garantizar el buen desarrollo del noticiero, EL CONTRATISTA y el equipo periodístico deberá tener en cuenta los siguientes factores:

a) **Temáticas**: El noticiero debe dar a conocer los hechos que acontecen en los ámbitos local, regional, nacional e internacional. Las noticias que se registren pueden cubrir hechos de la actualidad política, económica, financiera, de orden público, deportiva, educativa, cultural, medio ambiente, vías, tecnología y estado del tiempo, entre otras.

b) **Importancia de la región:** El noticiero en todo caso deberá garantizar la preponderancia de lo regional y dar mayor participación a las noticias de interés del Eje Cafetero. Así mismo se incluirá las noticias nacionales o internacionales que tengan relevancia y afecten la región.

c) **Géneros informativos**: Las noticias podrán desarrollarse utilizando como género periodístico la entrevista, la crónica, el reportaje, la entrevista de profundidad, la nota editorial y la opinión, entre otros, cuyo contenido debe responder a la misión de un noticiero como informar, evitando generar contenidos de índole comercial, con tendencias políticas, religiosas o ideológicas y sin atentar contra el buen nombre de instituciones y particulares.

d) **Emisión:** El noticiero, deberá ser emitido en vivo y en directo desde uno de los estudios del Canal, y EL CONTRATISTA dispondrá del equipo técnico de Telecafé para realizar la transmisión. También podrá tener corresponsales en directo desde otros lugares diferentes al estudio, según la importancia del cubrimiento y previa solicitud al Canal.

e) **Talento:** El noticiero deberá contar con la conducción de mínimo 3 o más talentos (presentadores), quienes conservarán una presentación formal tanto en su vestimenta como en su peinado y maquillaje, teniendo en cuenta que son la cara más visible para los televidentes y la representación del noticiero, la productora y el Canal. Tendrán a cargo la presentación concisa de la información. Los INN (redacción de los textos de presentación de las notas periodísticas) deberán contener información introductoria, complementaria y atractiva, no deberán repetir el texto del OFF (redacción que desarrolla el contenido) o FULL de la nota (intervención de las fuentes ante cámara); también darán paso a informes pregrabados o en vivo, cuando estos se emiten desde el lugar en donde se originan.

En ocasiones especiales el director del noticiero podrá realizar entrevistas en profundidad, que contribuyan a dar claridad a la audiencia, sobre el hecho tratado.

f) **Periodistas:** El noticiero deberá contar con mínimo 3 periodistas y EL CONTRATISTA deberá garantizar uno por departamento.

g) **Equipo de reportería**: Disponer de mínimo un (1) equipo de reportería y un editor en Caldas, Quindío y Risaralda que apoyarán el trabajo del periodista (un camárografo y un editor para cada departamento), con el fin de garantizar el cubrimiento oportuno y eficaz de la información. El **recurso técnico** por departamento deberá estar compuesto como mínimo por: 1 Cámara digital de vídeo profesional HD con luz portátil; trípode de cabeza fluida, Kit de luces, Kit de audio: dos (2) micrófonos de solapa, un (1) micrófono Boom, dos (2) micrófonos de mano; equipo y software de edición (recomendado ADOBE CC SUITE).

h) **Secciones**: El noticiero podrá contener secciones especializadas en temas previamente definidos, que se incluirán en la propuesta del presente documento.

i) **Paquete gráfico:** Los cabezotes, cortinillas, makes, barra de generadores, gráficos, promociones y demás, deben plantear una unidad visual, que permita al televidente ver un noticiero agradable y dinámico.

j) El noticiero deberá ceñirse a la propuesta de unidad visual del canal en lo referente a claquetas de advertencia, autopromociones, cortinillas de entrada y salida a comerciales, entre otros.

k) **Pauta comercial**: La publicidad deberá cumplir con los estándares de calidad de TELECAFÉ y de acuerdo a los requerimientos técnicos especificados para el manejo audiovisual de comerciales, wipes, logos, crawll, clasificados, patrocinios, entre otras modalidades de pauta. Se deberá entregar el libreto de pauta al área comercial, (formato facilitado por el canal) en los horarios y medios previamente fijados por TELECAFÉ para este fin y enviar los respectivos comerciales para su revisión e ingesta en el sistema de automatización de pauta publicitaria

l) **Programación**: Los presentadores deberán invitar a seguir viendo TELECAFÉ y anunciar el programa siguiente, de acuerdo a la parrilla de programación.

m) **Duración del programa**: Del programa informativo, formato noticiero, incluido el tiempo destinado a los anuncios comerciales, tendrá como duración unitaria, CINCUENTA Y OCHO (58) MINUTOS por cada emisión, equivalente a veintinueve (29) minutos para el espacio de 1:00 p.m. a 1:30 p.m., y veintinueve (29) minutos para el espacio de 1:30 p.m. a 2:00 p.m.).

n) **Manejo de la información:** El contratista deberá tener en cuenta las siguientes indicaciones para el manejo de la información:

- **Fuentes: Triangulación de fuentes,** con el propósito de garantizar el equilibrio informativo, es necesario consultar varias fuentes o personas implicadas, lo cual permitirá al televidente conocer los puntos de vista frente a un mismo tema.
- **Imágenes de apoyo:** Las notas deberán contar con imágenes coherentes, actualizadas y propias para cada tema**.**
- **Diferencia entre información y publicidad:** durante la emisión del noticiero se debe diferenciar claramente la información de la publicidad y se tendrán en cuenta las siguientes indicaciones:
  - No se incluirá comerciales ni patrocinios antepuestos a notas periodísticas y menos cuando estas desarrollen contenidos relacionados con el comercial emitido.
  - Se podrá hacer patrocinio de sección, pero deberá estar perfectamente diferenciado del contenido informativo.

- Los presentadores generales o deportivos no deberán hacer menciones comerciales, estas podrán sólo ser presentadas en la sección de entretenimiento.
- No se podrán utilizar elementos de la escenografía, ni de alguna de sus secciones para la publicidad.

- **Calidad técnica:** Las notas deben cumplir con los requerimientos técnicos de audio y video, evitando imágenes movidas, desenfocadas, en contraluz y audio con ruido o solo ambiente.
- **Noticias oficiales:** pese a que las oficinas de prensa generan constante información, es necesario generar contenido propio, lo cual nos aleje un poco de la agenda tradicional de medios, garantizando independencia e incluso profundidad a los temas con la inclusión de diversas fuentes a parte de las oficiales.
- **Noticias judiciales:** por su alto contenido sensible es necesario usar filtros en fotos y videos evitando mostrar cadáveres o personas lastimadas tras accidentes o cualquier otra situación. También se debe evitar mostrar menores de edad relacionados con eventos delincuenciales, accidentes, drogadicción o cualquier situación que vulnere su integridad; víctimas de algún abuso o personas que no quieran ser identificadas.
- **Confirmación de los hechos:** el director y los periodistas del noticiero deberán confirmar y corroborar con las fuentes oficiales o implicadas sobre los hechos, antes de emitirlos.
- **Ortografía:** Es vital que todos los caracteres que se emitan en el noticiero cuenten con excelente ortografía, buen manejo de redacción y gramática.
- **Material externo:** Se debe garantizar que el material suministrado por fuentes o proveedores externos, cumplan con los requerimientos técnicos adecuados.
- **Cortesía de uso de imágenes:** El noticiero debe respetar los derechos de autor, de acuerdo a la normatividad, en el manejo de las imágenes tomadas de otros medios y reconocer los créditos correspondientes, añadiendo la palabra CORTESÍA más el nombre del medio de dónde son tomadas las imágenes.

2. AVANCES Y EXTRAS INFORMATIVOS

Extras: Cuando suceda un hecho de trascendencia y de interés general para la región, la Gerencia o la Coordinación de Producción y Programación de TELECAFÉ podrán autorizar la interrupción de la programación para realizar la emisión de extras o de información noticiosa continua o discontinua, así como transmisiones o informes especiales.

Avances: A lo largo de la emisión habitual de la programación de TELECAFÉ, el NOTICIERO podrá realizar AVANCES o EXTRAS noticiosos.

Se entiende por AVANCE un adelanto de la información que se tratará en el respectivo noticiero. Los avances se emitirán en todos los casos en el intermedio entre un programa y otro. La duración de los avances no podrá ser superior a un minuto.

Los EXTRAS tienen por objeto dar a conocer a la opinión pública un hecho noticioso de última hora y de trascendencia regional y su duración será máximo de 2.30 minutos (dos minutos treinta segundos).

El noticiero tiene la obligación de identificar esta información como AVANCE o como EXTRA a través de graficación (cortinilla, agilizador, separador) y el presentador; además debe responder por el tratamiento de los contenidos.

Los AVANCES informativos serán realizados por el noticiero en el horario comprendido entre su hora de salir al aire y el noticiero inmediatamente anterior. Los extras que se emitan con posterioridad a la emisión del último noticiero, podrán ser solicitados a la gerencia del canal o a la coordinación de producción y programación por el noticiero, hasta el cierre ordinario de la emisión diaria del canal regional.

Los EXTRAS podrán ser emitidos por el noticiero que tengan emisión en ese día, siempre y cuando la noticia a destacar se relacione a la definición de qué trata el presente pliego. Si llegaran dos extras sobre el mismo acontecimiento en horarios cercanos, se dará prioridad al orden de llegada.

3 Manejo informativo en período de elecciones: El tratamiento informativo en épocas electorales estará sujeto a la Ley 130 de 1.994 y demás reglamentaciones sobre la materia que se encuentren vigentes. La información será equitativa, no arbitraria y no se le concederán privilegios a candidato alguno o grupo político.

4. Libertad e independencia periodísticas: TELECAFÉ y el contratista de producción de un programa informativo, formato noticiero bajo las modalidades de cesión de derechos de emisión y riesgo compartido, velarán por el derecho a la libertad de expresión e información, y respetarán el derecho a la libertad de prensa, acatando las disposiciones constitucionales que se transcriben a continuación:

***ARTÍCULO 20**. Se garantiza a toda persona la libertad de expresar y difundir su pensamiento y opiniones, la de informar y recibir información veraz e imparcial, y la de fundar medios masivos de comunicación.*

Estos son libres y tienen responsabilidad social. Se garantiza el derecho a la rectificación en condiciones de equidad. No habrá censura.

***"ARTÍCULO 73.** La actividad periodística gozará de protección para garantizar su libertad e independencia profesional."*

El director y equipo periodístico del informativo, formato noticiero serán legalmente responsables por los perjuicios que puedan ocasionar con su actividad, derivados del manejo y orientación de las noticias, y de la información que se difunda a través del programa.

Para efectos de garantizar la imparcialidad en las informaciones, la dirección, orientación o presentación del programa informativo, formato noticiero objeto de la presente licitación, no podrá estar a cargo de servidores públicos, ni de miembros de las corporaciones de elección popular, ni de quienes desarrollen cualquier forma de proselitismo político a favor de partidos, movimientos o agrupaciones de tal índole.

4.Dinámica del medio

En consideración a la dinámica del medio y a las necesidades de la programación, en aras de procurar la flexibilidad de la misma, previa determinación por las partes de las condiciones a que haya lugar, TELECAFÉ podrá autorizar o efectuar cambios, tales como, la ampliación, disminución o el fraccionamiento del tiempo de duración del programa informativo, formato noticiero, sus horarios de emisión o la reubicación de los programas, sin que hubiere lugar a indemnización alguna: 1) Por disposición del gobierno nacional. 2) Circunstancias de fuerza mayor o caso fortuito. 3) Por acontecimientos de interés público que lo justifiquen. 4) Por situaciones que sean de alta relevancia para la región a criterio de la Gerencia de Telecafé.

5. Requerimiento técnico: La captura de video, registro en campo o grabación, producción, posproducción y edición del material audiovisual, puede realizarse en cualquier formato tipo broadcast o profesional. Las imágenes capturadas con **drone** deben ser a **60fps**.

Los contenidos deben ser entregados a Telecafé con las siguientes especificaciones técnicas:

FORMATO DE LA CASA

PARA EMISION DE CONTENIDO POR TELECAFÉ LTDA

ESPECIFICACIONES VIDEO	
Formato	MXF OP1a
Archivo contenedor de video	.MXF
Códec	XDCam HD50 NTSC
Resolución	1920 x 1080
Barrido	Entrelazado

Relación de aspecto de la imagén	16:9
Cuadros por segundo (FPS)	29.97 fps
Bit rate	50 Mbps

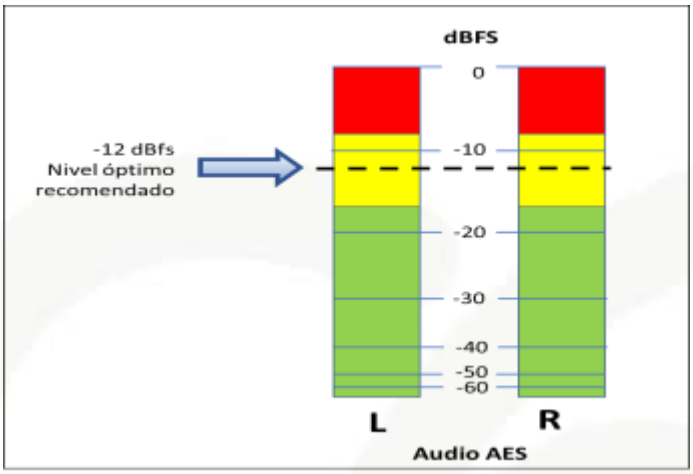
ESPECIFICACIONES AUDIO	
Compresión	SIN compresión.
Bit Depth	24 bits
Sample Rate	48.000 Hz
Canales de audio	2 canales estéreo Los canales mezclados
Nivel de audio	Normalizado a -12 dBFS RMS

En este cuadro se especifica que el nivel de audio debe esta normalizado a -12 dBFS. (Menos doce decibeles). Es decir, el audio no debe sobre pasar este límite.

Los dos canales de audio deben estar mezclados. Es decir, que tanto el canal derecho como el izquierdo deben contener la misma información. Esto es debido a que aún hay muchos operadores de cable comunitario en la región que trabajan con equipos analógicos, y en ese caso normalmente el televidente solo escucha un canal de audio.

Los programas de edición profesional de video como Adobe Premiere o Final Cut cuentan con un vúmetro. Un vúmetro es una escala que nos indica el nivel de señal sonora (en dBFS decibles Full Scale o "decibelios a escala completa") en tiempo real.

Adobe Premiere además cuenta con una opción de limitador de audio, esta herramienta permite nivelar automáticamente los audios de un proyecto de video de forma tal que no sobrepase un tope máximo de volumen (-12 dBFS) y que tampoco llegue más abajo del valor mínimo recomendado (-18 dBFS).



II. NORMATIVIDAD RELACIONADA Y CONTEXTO REGULATORIO.

SERVICIO PÚBLICO DE TELEVISIÓN NATURALEZA

Conforme a lo dispuesto en el artículo 10 de la Ley 182 de 1995, se establece que la televisión se considera un servicio público sujeto a la titularidad, reserva, control y regulación estatal. La prestación de este servicio, de acuerdo con la Constitución Política, se llevará a cabo mediante concesión y puede ser otorgada a entidades públicas mencionadas en dicha ley, así como a particulares y comunidades organizadas.

Desde una perspectiva técnica, la televisión se clasifica como un servicio de telecomunicaciones que ofrece programación dirigida al público en general o a segmentos específicos. Esto abarca la emisión, transmisión, difusión, distribución, radiación y recepción simultánea de señales de audio y video.

Es esencial destacar que este servicio público guarda una conexión intrínseca con la opinión pública y la cultura del país, desempeñando un papel fundamental como instrumento dinamizador en los procesos de información y comunicación audiovisual. La referencia al artículo 365 de la Constitución Política refuerza la idea de que la televisión, como servicio público, está sujeta a la regulación, control y vigilancia por parte del Estado.

FINES Y PRINCIPIOS

El artículo 20 de la citada Ley 182 señala que:

"Los fines del servicio público de televisión son formar, educar, informar veraz y objetivamente y recrear de manera sana. Con el cumplimiento de los mismos se busca satisfacer las finalidades sociales del Estado, promover el respeto de las garantías, deberes y derechos fundamentales y demás libertades, fortalecer la consolidación de la democracia

y la paz y propender por la difusión de los valores humanos y expresiones culturales de carácter nacional, regional y local.

Dichos fines se cumplirán con arreglo a los siguientes principios:

a) La imparcialidad en las informaciones.

b) La separación entre opiniones e informaciones, en concordancia con los artículos 15 y 20 de la Constitución Política.

c) El respeto al pluralismo político, religioso, social y cultural.

d) El respeto a la honra, el buen nombre, la intimidad de las personas y los derechos y libertades que reconoce la Constitución Política.

e) La protección de la juventud, la infancia y la familia.

f) El respeto a los valores de igualdad consagrados en el artículo 13 de la Constitución Política

g) La preeminencia del interés público sobre el privado.

h) La responsabilidad social de los medios de comunicación. "

LIBERTAD DE OPERACIÓN, EXPRESIÓN O DIFUSIÓN

La misma Ley 182 de 1995, en su artículo 29, señala la LIBERTAD DE OPERACIÓN EXPRESIÓN O DIFUSIÓN y establece lo siguiente:

ARTÍCULO 29. Libertad de operación, expresión y difusión. El derecho a operar y explotar medios masivos de televisión debe ser autorizado por el Estado, y depender de las posibilidades del espectro electromagnético, de las necesidades del servicio y de la prestación eficiente y competitiva del mismo.

Otorgada la concesión, el operador o el concesionario de espacios de televisión harán uso de la misma, sin permisos o autorizaciones previas. En todo caso, el servicio estará sujeto a la intervención, dirección, vigilancia y control de la CNTV (hoy ANTV), salvo lo dispuesto por la Constitución y la Ley, es libre la expresión y difusión de los contenidos de la programación y la publicidad en el servicio de televisión, los cuales no serán objeto de censura ni control previo. Sin embargo, los mismos podrán ser clasificados y regulados por parte de la CNTV (hoy ANTV), con miras a promover la calidad, garantizar el cumplimiento de los fines y principios que rigen el servicio público de televisión, proteger a la familia, a los grupos vulnerables de la población, en especial a los niños y jóvenes para garantizar su desarrollo armónico e integral, y fomentar la producción colombiana. En especial, la CNTV (hoy ANTV) expedirá regulaciones tendientes a evitar las prácticas monopolísticas o de exclusividad con los derechos de transmisión de los eventos de interés para la comunidad y podrá clasificarlos como tales, con el fin de que puedan ser transmitidos por todos los operadores del servicio en igualdad de condiciones.

La CNTV (hoy ANTV) reglamentará y velará por el establecimiento o difusión de franjas u horarios en los que deba transmitirse programación apta para niños o de carácter familiar.

Los operadores, concesionarios del servicio de televisión y contratistas de televisión regional, darán cumplimiento a lo dispuesto en la ley sobre derechos de autor. Las autoridades protegerán a sus titulares y atenderán las peticiones o acciones judiciales que éstos les formulen cuando se transgredan o amenacen los mismos.

PARÁGRAFO. Todos los canales nacionales, regionales, zonales o locales deberán anteponer a la transmisión de sus programas un aviso en donde se indique en forma escrita y oral la edad promedio apta para ver dicho programa, anunciando igualmente si contiene o no violencia y a su vez la existencia de escenas sexuales para público adulto, esto con el objeto de brindar un mejor servicio a los televidentes en la orientación de la programación.

SEPARACIÓN ENTRE LA INFORMACIÓN Y LA PUBLICIDAD

La Ley 680 de 2001, consagra la necesidad de SEPARACIÓN ENTRE LA INFORMACIÓN Y LA PUBLICIDAD en los siguientes términos:

"ARTÍCULO 10. Separación de información y publicidad. Para garantizar el derecho constitucional a recibir información veraz e imparcial, y considerando que los medios de comunicación tienen responsabilidad social, el contenido de los programas no podrá estar comprometido directa o indirectamente con terceros que resultaren beneficiarios de dicha publicación a cambio de retribución en dinero o en especie, sin que le sea plena y suficientemente advertido al público. Los programas periodísticos y noticiosos no podrán incluir en sus emisiones clase alguna de publirreportajes o televentas.

Cuando algunos de los socios o accionistas de un operador privado de televisión, de un concesionario de espacios o contratista de canales regionales tengan intereses empresariales o familiares directos en una noticia que vaya a ser difundida, deberá advertir a los televidentes de la existencia de tales intereses."

RESPONSABILIDAD SOCIAL

Adicionalmente a los anteriores preceptos, el contratista y las personas que intervengan en el contenido de un programa informativo, cumplirán con las normas relativas a la responsabilidad social de los medios de comunicación, entre las cuales se citan a título enunciativo, las siguientes.

La Constitución Política, en su artículo 20, sobre libertad de expresión e información, señala que los medios masivos de comunicación son libres y tienen responsabilidad social, garantizándose el derecho a la rectificación en condiciones de equidad y prohibiendo la censura.

La Declaración Universal de Derechos Humanos (Asamblea General de las Naciones Unidas, Resolución 217 A (III), del 10 de diciembre de 1948), en cuanto al derecho a la intimidad (artículo 12), al derecho a la libertad de opinión y de expresión (artículo 19) y a los deberes (artículo 29), preceptúa que el ejercicio de los derechos y el disfrute de las

libertades están sujetos a las limitaciones establecidas por la ley, con el fin de asegurar el reconocimiento y el respeto de los derechos y libertades de los demás, y de satisfacer las justas exigencias de la moral, del orden público y del bienestar general en una sociedad democrática.

La Ley 74 de 1968 (Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos, Parte I), en lo relativo a la protección de la intimidad y la honra (artículo 17) y a la libertad de opinión y de expresión (artículo 19), con la observación en cuanto a que el derecho a la libertad de expresión, entraña deberes y responsabilidades especiales, pudiendo restringirse para asegurar el respeto a los derechos y la reputación de los demás, la protección de la seguridad nacional, el orden público, la salud o la moral públicas.

La Ley 16 de 1972 (Convención Americana de Derechos Humanos, Pacto de San José), que trata sobre la protección de la honra y la dignidad (artículo 11), la libertad de pensamiento y de expresión (artículo 13) y la libertad de opinión (artículo 19), supeditado éste a responsabilidades ulteriores para asegurar el respeto a los derechos y la reputación de los demás, la protección de la seguridad nacional, el orden público, la salud o la moral públicas. También, se indica la correlación entre deberes y derechos (artículo 32), en el sentido en que los derechos de cada persona están limitados por los derechos de los demás, por la seguridad de todos y por las justas exigencias del bien común en una sociedad democrática.

Las disposiciones referentes al derecho de rectificación, señaladas por el artículo 20 de la Constitución Política y por el artículo 30 de la Ley 182 de 1995 (ver Sentencia de la Corte Constitucional C-162 de febrero 23 de 2000). Además, la Ley 16 de 1972, artículo 14, (Convención Americana sobre Derechos Humanos).

El Decreto 2591 de 1991, sobre la procedencia de la acción de tutela (artículo 42-7), en el caso de que se omita la rectificación solicitada.

La Resolución 415 de 1997 del Consejo Nacional Electoral, en lo relativo al derecho de réplica en los medios de comunicación del Estado, conforme lo prevé el artículo 112 de la Constitución Política.

La Ley 1098 del 8 de noviembre de 2006 "Código de la infancia y la Adolescencia"

Las normas sobre protección a la propiedad intelectual y a los derechos de autor contenidas en la Constitución Política (artículo 61), el Código Civil (artículo 671), las Leyes 23 de 1982 y 44 de 1993, el Decreto 1983 de 1991 y la Ley 397 de 1997 (artículos 33 y 34). Como normas supranacionales, se citan la Ley 23 de 1992 (Convenio de Ginebra para la protección de los productores de fonogramas), la Ley 26 de 1992 (Tratado de Ginebra sobre Registro Internacional de Obras Audiovisuales), la Decisión 351 de 1993 de la Comisión del Acuerdo de Cartagena (Derechos de Autor), el Decreto 1042 de 1994 (Convenio de Berna para la protección de obras literarias y artísticas) y la Ley 565 de 2000 (Tratado de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual sobre derechos de autor).

La Ley 130 de 1994, que señala disposiciones para la información electoral, relativas al manejo de las encuestas, la participación equitativa de los candidatos en los medios, las entrevistas durante la época de la campaña y la información sobre los resultados electorales.

La Ley 599 de 2000 0 Código Penal, especialmente, en los artículos sobre la divulgación y empleo de documentos reservados (194); injuria (220); calumnia (221); publicación, reproducción o repetición de injuria o calumnia o imputación a modo impersonal (222); circunstancias agravantes cuando la injuria o la calumnia se cometan utilizando cualquier medio de comunicación social (223).

El Acuerdo 002 de 1995, de la Comisión Nacional de Televisión, CNTV, sobre la comercialización en los Canales Regionales de Televisión, con énfasis en las restricciones para la emisión de anuncios sobre cigarrillos, tabacos y bebidas alcohólicas, reiteradas en la Circular 006 de 2005 y el acuerdo 005 de 2005 y aquellos que los complementen o modifiquen.

El Acuerdo 17 de 1997, de la CNTV, por el cual se reglamentan los contenidos de sexo y violencia en televisión, tanto en los programas, como en los anuncios publicitarios.

El Acuerdo 002 de 2003, al igual que la Circular 02 de 2003, de la CNTV, relativo a la explotación y operación del servicio público de televisión en la modalidad de televisión abierta, el cual aporta las siguientes definiciones y restricciones de los infomerciales.

"Artículo 20. Definiciones. *Para todos los efectos adóptense las siguientes definiciones:*

- *Programa: Es una unidad audiovisual televisiva que tiene como finalidad formar, educar, informar o recrear en forma sana, con una duración definida y que incluye un tiempo limitado para contenidos de publicidad.*
- *Programación: Es la emisión continua de programas de televisión por un canal de televisión durante un día.*
- *Publicidad: Es toda comunicación emitida por encargo dentro de un programa de televisión, cuyo objetivo es dar a conocer las características, cualidades y atributos de un producto, nombre, marca, servicio, concepto o ideología, con el fin de generar presencia, recordación o aceptación, y de persuadir o influir en los hábitos o gustos del televidente. La forma regular de la publicidad en la televisión es principalmente el mensaje comercial.*

Son tipos de publicidad los comerciales, los clasificados, las menciones comerciales, los patrocinios o notas patrocinadas, los reconocimientos, los logotipos (Wipe), los publirreportajes y cualquier otra forma de publicidad, que se emiten durante un programa de televisión de media hora de duración.

- *Infomercial: Es un tipo de publicidad que adopta la forma de un programa de televisión o de una parte de él, cuyo objeto es la demostración de las características, cualidades y atributos de un producto, nombre, marca, servicio, con el fin de inducir a la compra, consumo o utilización de los mismos. Son*

infomerciales, las televentas, los telemercadeos o cualquier otra denominación que se le asigne.

Artículo 30. Infomerciales. *Se prohíbe la emisión de infomerciales sobre uno o varios productos, nombres, marcas o servicios, con duración mayor a tres minutos por cada media hora de programa de televisión, en todos los canales del servicio público de televisión abierta, nacional, regional y local. "*

El artículo 14 de la Ley 1335 de 2009 sobre: "Disposiciones por medio de las cuales se previenen daños a la salud de los menores de edad, la población no fumadora y se estipulan políticas públicas para la prevención del consumo del tabaco y el abandono de la dependencia del tabaco del fumador y sus derivados en la población colombiana".

El Convenio Marco para el Control del Tabaco (CMCT), posteriormente respaldado por la Ley 1109 de 2006, aprobada bajo el título "Por medio de la cual se aprueba el Convenio Marco de la OMS para el control del tabaco", suscrito en Ginebra el veintiuno (21) de mayo de dos mil tres (2003), establece restricciones y prohibiciones en lo que respecta a la publicidad de productos derivados del tabaco.

NATURALEZA JURÍDICA, TÉCNICA Y CULTURAL

La televisión, considerada un servicio público, está sujeta a la titularidad, reserva, control y regulación por parte del Estado. La prestación de este servicio se llevará a cabo a través de concesiones, que pueden ser otorgadas a las entidades públicas mencionadas en esta ley, así como a particulares y comunidades organizadas, de acuerdo con los términos establecidos en el artículo 365 de la Constitución Política. Dada su condición de norma especial e de interés, se incluyen a continuación los mandatos más relevantes actualmente vigentes de la Ley 14 de 1991:

Artículo 3º.- Principios de la Prestación del Servicio. (…)

En virtud del principio de libertad de expresión, nadie podrá ser molestado a causa de sus ideas y todas las personas tendrán derecho a investigar, recibir y difundir opiniones e informaciones,dentro del marco de la Constitución y la ley. Se impedirá la concentración del poder informativo, asícomo las prácticas monopolistas que tiendan a eliminar la competencia y la igualdad de oportunidades entre todas las empresas que prestan los servicios de comunicación social. Ningunapersona natural o jurídica, ni los socios de éstas, que sean concesionarias de espacios de televisión de Inravisión, podrán contratar directamente o por interpuesta persona o en asociaciónde otra empresa con las organizaciones regionales de televisión. En la misma forma, un contratista en estas organizaciones no puede, directamente o por interpuesta persona, o en asociación con otra empresa, ser concesionario de espacios de televisión de Inravisión.

Los concesionarios del servicio de televisión por suscripción no podrán ser titulares o productores, directamente o por interpuestas personas o en asociación de otra empresa, de más de una concesión del servicio de televisión por suscripción. Las anteriores

limitaciones se extienden a los cónyuges y parientes dentro del cuarto grado de consanguinidad, segundo de afinidad y primero civil. (…)

Artículo 4º.- Obligación de protección al menor. Los concesionarios y los contratistas de los servicios de radiodifusión sonora y de espacios de televisión, están obligados a dar estricto cumplimiento a las disposiciones especiales consagradas en el Código del Menor o Decreto 2737 de 1989, en materia de responsabilidad de los medios de comunicación con los menores.

Artículo 22º.- Definición y naturaleza jurídica. Las organizaciones regionales de televisión tendrán a su cargo la prestación del servicio público de televisión mediante la programación, administración y operación de un canal o cadena regional de televisión, en la frecuencia o las frecuencias adjudicadas por el Ministerio de Comunicaciones, sobre el área de cubrimiento autorizado en el acto de establecimiento de la respectiva organización, o posteriormente. La prestación del servicio regional de televisión se someterá a la presente Ley y a las normas concordantes.

Las organizaciones regionales de televisión son entidades asociativas de derecho público del orden nacional organizadas como empresas industriales y comerciales del Estado, vinculadas al Ministerio de Comunicaciones constituidas mediante la asociación de Inravisión con entidades de derecho público de las diferentes órdenes territoriales debidamente autorizadas para el efecto.

El Gobierno Nacional reglamentará las condiciones generales que deben reunir las regiones para el establecimiento de Organizaciones Regionales de Televisión.

Artículo 23º.- Objeto de las organizaciones regionales de televisión. En desarrollo de su objeto corresponde a las organizaciones regionales de televisión:

a.) Prestar directamente el servicio público de televisión, sin perjuicio del que Inravisión pueda prestar, dentro de los objetivos y fines de la presente Ley, programando, administrando y operando un canal o cadena regional de televisión.

b.) Realizar programas de televisión de carácter preferentemente educativo, cultural y de promoción para el desarrollo integral de la comunidad.

c.) Contratar la producción, coproducción o la cesión de los derechos de emisión de programas de televisión con personas públicas o privadas profesionalmente dedicadas a ello, para la elaboración de la programación regional.

La contratación de programas de televisión para la elaboración de la programación se hará mediante licitación en los términos de la presente ley y las normas concordantes sobre la materia. En todo caso las organizaciones regionales de televisión se reservarán el control sobre los programas que en virtud de contrato produzcan o cedan los contratistas públicos o privados.

d) Emitir la señal de televisión por ella originada sobre el área de cubrimiento debidamente autorizada, en la frecuencia o las frecuencias asignadas y retransmitir la señal

o las señales de Inravisión, en forma encadenada o no de acuerdo con las necesidades del Gobierno Nacional;

e) Prestar con carácter comercial, en régimen de libre y leal competencia, servicios de valor agregado y telemáticos, soportados por los servicios de televisión y de difusión a su cargo;

f) Emitir en forma encadenada con las demás organizaciones regionales de televisión programación regional, bajo la coordinación de Inravisión, dentro de los lineamientos de la presente Ley y los reglamentos que al respecto expida el Gobierno Nacional;

g) Coproducir con otras organizaciones regionales de televisión programas de televisión;

h) Prestar a otras empresas o personas, en forma remunerada, los servicios de estudios, de laboratorios de cinematografía, de grabación fonóptica y magnética y los demás servicios que la entidad esté en capacidad de ofrecer por razón de sus actividades;

i) Comercializar la programación emitida o ceder el derecho de comercializar los programas a los respectivos contratistas de televisión. La comercialización implica la inserción de mensajes publicitarios alusivos a bienes o servicios dentro de los programas, de acuerdo con las reglamentaciones que al respecto dicte el Gobierno Nacional;

j) Colaborar en la formulación de las políticas que para el sector de las telecomunicaciones defina y adopte el Gobierno Nacional;

k) Dictarse sus propios reglamentos de funcionamiento dentro de los lineamientos de la presente ley y de las regulaciones que adopte el Gobierno Nacional;

l) Realizar todas las operaciones lícitas para el desarrollo de su objeto directa o indirectamente, tales como producir, comprar, vender, tomar o dar en arrendamiento toda clase de bienes. Podrá igualmente adquirir derechos de autor.

m) Realizar los demás actos y contratos propios de su naturaleza y consecuentes con sus fines;

n) Prestar directamente o contratar el servicio de transmisión de señales de televisión en las diferentes modalidades tecnológicas, según la reglamentación que expida el Gobierno Nacional.

Artículo 25º.- Dirección y Administración. La Dirección y Administración de las Organizaciones Regionales de Televisión estará a cargo de una junta administradora regional, presidida por el Ministro de Comunicaciones o su delegado, de un Consejo Regional de Televisión y de un gerente nombrado por la junta administradora regional, el cual tendrá el carácter de empleado público.

En los respectivos actos de constitución o en los estatutos se determinará la composición de los Consejos Regionales de Televisión, teniendo como criterio básico la participación adecuada de las entidades territoriales vinculadas a dichas organizaciones y de la

comunidad representada por lo menos con dos miembros elegidos por la Comisión Regional para la Vigilancia de la Televisión.

Las juntas administradoras estarán compuestas por los socios que integran la Organización Regional de Televisión y el Ministro de Comunicaciones.

Artículo 42º.- Contratos de cesión de derechos de emisión, producción y coproducción de programas de televisión. Para la elaboración de su programación las organizaciones regionales de televisión producirán o adquirirán en forma directa programas de televisión o suscribirán contratos para la elaboración de la programación con personas naturales o jurídicas profesionalmente dedicadas a ello y que estuvieren domiciliadas en el área autorizada de cubrimiento de la respectiva organización regional de televisión. Los contratos para la elaboración de la programación serán de tres clases, de acuerdo con el respectivo objeto: contratos de producción, contratos de coproducción y contratos de cesión de derechos de emisión y su finalidad será la consagrada por el artículo 2 de la presente Ley. Estos contratos se regirán por las disposiciones.

del régimen de contratación administrativas del orden nacional que fueren pertinentes, y en particular por las siguientes:

1. Mediante el contrato de producción la organización regional de televisión encarga a una entidad o persona de derecho público o privado, que para los efectos contractuales se denominará productor, la realización de uno o varios programas de televisión por cuenta y riesgo de éste. La propiedad de los programas así contratados será exclusiva de la organización regional de televisión.

2. Mediante el contrato de coproducción se acuerda la realización conjunta, en proporciones pactadas, de uno o varios programas de televisión entre la organización regional de televisión y una entidad o persona de derecho público o privado, que para los efectos contractuales se denominará coproductor. La participación de la organización regional de televisión en la realización del programa no puede limitarse a la simple emisión del mismo. La propiedad de los programas así realizados será conjunta de la organización regional de televisión y del contratista en la misma proporción de su respectiva participación en la realización.

3. Mediante el contrato de cesión de derechos de emisión la organización regional de televisión adquiere el derecho a emitir, por las veces pactadas, uno o varios programas de televisión producidos o adquiridos por una entidad o persona de derecho público o privado, que para los efectos contractuales se denominará cedente de derechos de emisión, sin que se radique en cabeza de organización regional de televisión la propiedad de los programas así contratados.

4. Los Consejos Regionales de Televisión (Hoy: Competencia atribuida a la JAR) adjudicarán los contratos de cesión de derechos de emisión, de producción y de coproducción mediante el procedimiento de la licitación pública previsto en el régimen de contratación administrativa del orden nacional.

5. Se podrá prescindir la licitación pública y contratar en forma directa programas que por sus especiales características técnicas o por titularidad sobre los derechos de transmisión sólo una persona determinada pueda ofrecerlos.

6. Los contratistas de programas de televisión tendrán el derecho de comercializar los programas adjudicados, por el cual deberán pagarle a la organización regional de televisión la tarifa que ésta fije, la cual dependerá de la clasificación del horario de emisión y del origen del programa, entre otros aspectos.

Los contratos para la elaboración de la programación que suscriban las organizaciones regionales de televisión serán contratos administrativos y en ellos deberán pactarse las cláusulas obligatorias consagradas en el artículo 60 del Decreto Extraordinario 222 de 1983 o normas que lo modifiquen o lo complementen. Los contratos se someterán a los principios de modificación, interpretación y terminación unilateral por parte de la administración.

7. Los contratos para la elaboración de la programación deben ejecutarse de conformidad con las leyes y con las reglamentaciones que expidan el Gobierno Nacional y el respectivo Consejo Regional de Televisión.

8. En los contratos para la elaboración de la programación deberá preverse la facultad de las organizaciones regionales de televisión de imponer multas y la suspensión del contrato en caso de incumplimiento de las condiciones de contratación o violación de los reglamentos de programación, que a juicio de la entidad no ameriten la declaratoria de caducidad.

Estas multas serán proporcionales al incumplimiento del contratista y al valor de la tarifa que corresponda al programa en que se cometa la infracción. Las mismas se impondrán mediante resolución motivada por el gerente de la entidad.

El incumplimiento de la finalidad y de los principios del servicio de televisión, conforme lo define el artículo 2o. de la presente Ley dará lugar, en todo caso, a la declaratoria de caducidad del contrato.

9. Cada organización regional de televisión definirá los plazos de ejecución de los contratos de cesión de derechos de emisión. Los plazos de los contratos de producción y coproducción dependerán en cada caso de la naturaleza de los programas producidos o coproducidos en virtud del contrato.

Si antes del vencimiento del plazo de ejecución del contrato de cesión de derechos de emisión éste se terminare por cualquier motivo, podrá la respectiva organización regional de televisión optar por abrir una nueva licitación pública, celebrar contratos de cesión de derechos de emisión en forma directa con empresas debidamente calificadas y clasificadas en el registro de proponentes, celebrar contratos de producción o coproducción (derogado por ser contrario a la Ley 1150 de 2007), o realizar o adquirir directamente los programas. El plazo de ejecución de los nuevos contratos no podrá ser superior al tiempo faltante para la terminación del plazo de ejecución del contrato terminado anticipadamente.

10. El valor de los contratos será el resultado de aplicar las tarifas establecidas para los programas adjudicados a cada contratista, más un valor estimado por los servicios auxiliares que pueda utilizar.

El valor de las tarifas del derecho de comercialización deberá incluirse en los pliegos de condiciones. Igualmente, deberán indicarse las reglas conforme podrán modificarse esas tarifas a lo largo de la ejecución del contrato.

11. Por lo menos la mitad del tiempo total de la programación que se adjudique a cada contratista corresponderá a programas de origen regional. Los contratistas mantendrán este equilibrio a lo largo de la ejecución del contrato, en los términos que determinen los reglamentos.

12. El respectivo Consejo Regional de Televisión determinará en los pliegos de condiciones el número de horas máximas que se podrá adjudicar a los contratistas. En ningún caso se podrá adjudicar a un mismo contratista más del 20% de las horas de programación semanal ni menos de dos horas semanales. Se exceptúa de esta regla aquellos proponentes que liciten única y exclusivamente por un noticiero." (Texto derogado por ser contrario a la Ley 1150 de 2007. Concordar con Ley 182 de 1995, parcialmente derogada.) la Ley 1978 del 25 de julio de 2.019, "por la cual se moderniza el Sector de las Tecnologías a la Información y las Comunicaciones-TIC, se distribuyen competencias, se crea un regulador único y se dictan disposiciones." En especial se deberán tener en cuenta:

Artículo 3°. Modifíquense los numerales 1, 5 y 7 y agréguense los numerales 9 y

10, al artículo 2° de la Ley 1341 de 2009, que quedarán así:

9. Promoción de los contenidos multiplataforma de interés público. El Estado garantizará la promoción de los contenidos multiplataforma de interés público, a nivel nacional y regional, para contribuir a la participación ciudadana y, en especial, en la promoción de valores cívicos, el reconocimiento de las diversas identidades étnicas, culturales y religiosas, la equidad de género, la inclusión política y social, la integración nacional, el fortalecimiento de la democracia y el acceso al conocimiento, en especial a través de la radiodifusión sonora pública y la televisión pública, así como el uso de nuevos medios públicos mediante mecanismos multiplataforma.

Artículo 5°. Modifíquese el artículo 6° de la Ley 1341 de 2009, el cual quedará así: Artículo 6°. Definición de TIC. Las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (en adelante TIC) son el conjunto de recursos, herramientas, equipos, programas informáticos, aplicaciones, redes y medios que permiten la compilación, procesamiento, almacenamiento, transmisión de información como voz, datos, texto, video e imágenes.

El Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, con el apoyo técnico de la CRC, deberá expedir el glosario de definiciones acordes con los postulados de la UIT y otros organismos internacionales con los cuales sea Colombia firmante de protocolos referidos a estas materias.

Artículo 19. Creación, naturaleza y objeto de la Comisión de Regulación de Comunicaciones. La Comisión de Regulación de Comunicaciones (CRC), es una Unidad Administrativa Especial, del orden nacional, con independencia administrativa, técnica, patrimonial, presupuestal, y con personería jurídica, la cual forma parte del Sector administrativo de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones. La CRC no estará sujeta a control jerárquico o de tutela alguno y sus actos solo son susceptibles de control ante la jurisdicción competente.

Las organizaciones regionales de televisión tendrán a su cargo la prestación del servicio público de televisión mediante la programación, administración y operación de un canal o cadena regional de televisión, en la frecuencia o las frecuencias adjudicadas por el Ministerio de Comunicaciones

Los actos y contratos de los canales regionales de televisión, en materia de producción, programación, comercialización y en general sus actividades comerciales, en cumplimiento de su objeto social se regirán por las normas del derecho privado y mantendrán su autonomía en la creación y emisión de contenidos, en el marco de las disposiciones constitucionales y legales aplicables a la entrada en vigencia de la Ley 1978 del 25 de julio de 2.019, "por la cual se moderniza el Sector de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones TIC, se distribuyen competencias, se crea un regulador único y se dictan otras disposiciones."

El servicio de televisión también será prestado mediante contratos en régimen de concesión o de contratos para la elaboración de programas, los cuales serán otorgados exclusivamente a personas naturales o jurídicas colombianas, reservándose las entidades estatales concedentes la función de emisión y transmisión de las señales de televisión, así como el control posterior de la programación que originan los particulares en virtud de la concesión.

El pliegos de condiciones de la presente convocatoria pública han sido elaborados siguiendo los postulados señalados en la Ley 80 de 1993, Ley 1150 de 2007, el Decreto No. 1082 de 2015 y demás normas que las modifican o complementan De acuerdo con lo establecido en los estudios previos, la modalidad de selección establecida para esta convocatoria corresponde a la licitación pública, conforme a lo normado en el Artículo 42 de la Ley 14 de 1991, Numeral 3° del Artículo 37 de la Ley 182 de 1995, Numeral 1, Artículo 2° de la Ley 1150 de 2007 y Decreto 1082 de

2016.

B. ESTUDIO DE LA DEMANDA

Para la realización del perfilamiento del mercado a nivel general del bien, obra o servicio del presente proceso de contratación, la entidad estatal se apoya en la metodología de Modelo de Abastecimiento Estratégico realizada por la Agencia Nacional de Contratación

Pública – Colombia Compra Eficiente (ANCP-CCE), mediante el uso de las herramientas de visualización para el análisis de la demanda y de la oferta.

De esta manera, en la herramienta de visualización de Colombia Compra Eficiente se filtró por los siguientes ítems:

Categoría 83: Servicios públicos y servicios relacionados con el sector público.

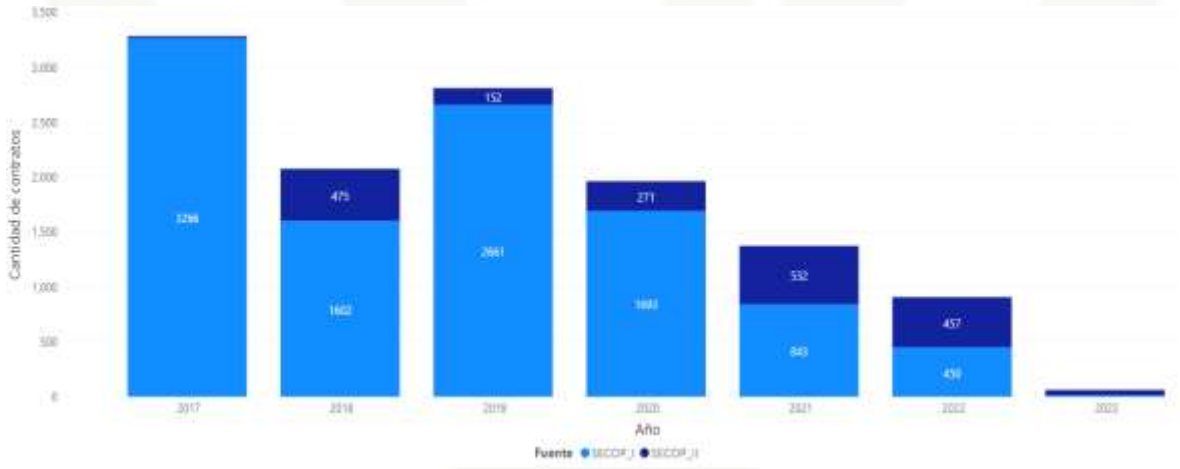
Subcategorías:

8311: Servicios de medios de telecomunicaciones.

831118: Servicios de televisión.

Número de contratos anual por plataforma (SECOP I, SECOP II)

Año	SECOP_I	SECOP_II
2017	3266	20
2018	1602	475
2019	2661	152
2020	1693	271
2021	843	532
2022	450	457
2023	13	49



Para el periodo 2017 – 2022 la mayor cantidad de contratos adelantados se dio en los años 2017 y 2019.

Proveedores con mayor cantidad de contratos demandados:

Proveedores	Valor Total Estimado
PLURAL COMUNICACIONES SAS	$ 108,023,912,690
SOCIEDAD DE TELEVISIÓN DE CALDAS RISARALDA Y QUINDÍO LTDA TELECAFÉ LTDA	$ 52,646,306,866
RADIO TELEVISION NACIONAL DE COLOMBIA.	$ 15,178,194,233
VALENCIA PRODUCCIONES FX SAS	$ 10,150,377,349
COMPAÑIA DE MEDIOS DE INFORMACION SAS	$ 9,752,615,088
RADIO TELEVISIÓN NACIONAL DE COLOMBIA RTVC	$ 8,244,598,865
UNION TEMPORAL CANAL TRECE 2018	$ 8,144,623,257
CORPORACIÓN CANAL UNIVERSITARIO NACIONAL ZOOM	$ 7,810,000,000
SOCIEDAD DE TELEVISION DE ANTIOQUIA LIMITADA TELENANTIOQUIA	$ 7,354,633,488
RADIO TELEVISION NACIONAL DE COLOMBIA RTVC	$ 6,467,202,768



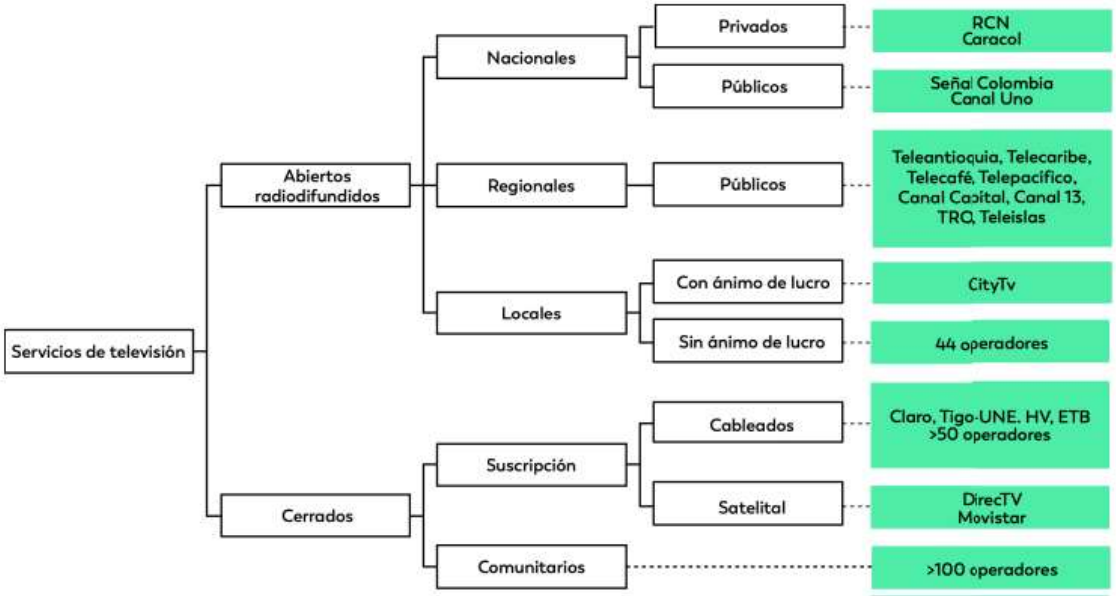
De esta manera según el modelo planteado, las tres entidades que más demandan estos procesos son PRURAL COMUNICACIONES S.A.S (Canal 1); TELECAFE Y RTVC.

C. ESTUDIO DE LA OFERTA

Los Canales regionales son operadores cuyos canales de televisión abierta radiodifundida cubren regiones y su contenido debe ser preferentemente educativo y cultura. Actualmente Colombia cuenta con ocho (8) canales regionales así:

- **Canal Capital:** Bogotá y municipios vecinos.
- **Telecaribe:** Departamentos de la Región Caribe (Atlántico, Bolívar, Magdalena, La Guajira, Sucre, Cesar y Córdoba).
- **Teleantioquia:** Antioquia y Chocó.
- **Telecafé:** Eje Cafetero (Risaralda, Quindío y Caldas).
- **Telepacífico:** Valle del Cauca, Chocó, Nariño y Cauca.
- **Televisión Regional del Oriente TRO**: Santander, Norte de Santander y partes de Arauca y Casanare
- **Teleislas:** San Andrés y Providencia

- **CanalTrece**:(Bogotá, Cundinamarca, Boyacá, Tolima, Huila, Orinoquia y Amazonia).



Clasificación de servicios de televisión - CRC

Los Canales regionales también cuentan en su parrilla de programación con noticieros propios y licitados, que contratan con productores de la región o consorcios con experiencia en la realización de noticieros o programas informativos. Actualmente, los noticieros en los canales regionales son:

CANAL	NOTICIERO	FRECUENCIA	HORARIO	MODALIDAD
TELECAFÉ	**TVA Noticias**	Lunes a viernes	13:00 a 14:00	Licitación
	Telecafé Noticias	Lunes a viernes	20:00 a 21:00	Propio
		Sábados, domingos y festivos	13:00- 20:00	Propio

TELEANTIOQUIA	**Hora 13**	Lunes a viernes	13:00 a 14:00	Licitación
	Teleantioquia noticias -Consejo de redacción	Lunes a viernes	6:00 a 7:00	Propio
	Hora 13	Lunes a viernes	13:00 a 14:00	Licitación
	Teleantioquia noticias emisión central	Lunes a viernes	19:00 a 20:00	Propio
		Sábados	19:00 a 19:30	
		Domingos	19:00 a 20:00	

	Teleantioquia noticias última emisión	Lunes a viernes	23:00 a 23:30	Propio
	Teleantioquia noticias fin de semana	Sábados, domingos y festivos	13:00 a 13:30	Propio
TELEPACIFICO	**Noticiero 90 minutos**	Lunes a viernes	13:00 a 13:30	Licitación
	Noticiero Noti-5	Lunes a viernes	20:35 a 20:35	Licitación
	Telepacífico Noticias	Sábados, domingos y festivos	13:00- 13:45	Propio
	Telepacífico Noticias	Sábados, domingos y festivos	20:00 a 20:30	Propio
TELECARIBE	**Noticiero Televista**	Lunes a viernes	13:00 a 14:00	Licitación
	Noticias Telecaribe subregional	Lunes a viernes	18:30 a 19:00	Propio

	Noticias Telecaribe regional	Lunes a viernes	19:30 a 20:30	Propio
TRO	**Oriente noticias**	Lunes a viernes	6:00 a 7:00 y	Propio
		Lunes a viernes	12:30 a 14:00 y	Propio
		Sábados, domingos y festivos	13:00 a 14:00	
	Oro noticias	Lunes a viernes	19:30 a 20:30	Licitación
		Sábados, domingos y festivos	20:00 a 21:00	
CAPITAL	**Sistema informativo**	Lunes a viernes	06:00 a 9:00 12:00 a 13:00 y 18:00 a 20:30 cada media hora	Propio
TELEISLAS	**Teleislas news**	Lunes a viernes	11:00 a 11:30	Propio
		Lunes a viernes	20:00 a 21:00	Propio
		Sábados, domingos y festivos	20:00 a 20:30	Propio

La Comisión de Regulación de Comunicaciones -CRC- presento el Data Flash 2023-006 sobre contenidos audiovisuales con corte a junio de 2023, evidenciando:

Durante 2022 los programas familiares tuvieron una participación promedio del 79,8% en la programación emitida mensualmente, y habiendo oscilado en un rango 78% - 81%. En cuanto a la participación promedio que tuvieron las demás franjas en 2022, la programación infantil se ubicó en 8,2%, la programación adolescente fue 7,2%, y la franja para adultos se sitúo en 6,2%.

En 2022 se destacó el incremento que, en comparación con 2021, tuvieron las participaciones en la parrilla de programación para el público adolescente (0,8 puntos porcentuales), familiar (0,5 puntos porcentuales) e infantil (0,3 puntos porcentuales), respectivamente. En contraste, entre 2021 y 2022 se redujo la participación de la programación para adultos en 1,6 puntos porcentuales, hecho que pudiera estar asociado al retorno a la presencialidad en oficinas en 2022, tras la superación de la pandemia de la COVID-19.

En la clasificación de la programación por tipo de canal durante 2022 resalta la concentración de la programación familiar en los canales locales y nacionales privados y los de producción propia (por encima del 80% de la parrilla). Así mismo, se observa la mayor participación de la programación para público infantil y adulto en los canales nacionales públicos (19% y 26% respectivamente) y regionales.[1]

Para la realización del perfilamiento del mercado a nivel general del bien, obra o servicio del presente proceso de contratación, la entidad estatal se apoya en la metodología de Modelo de Abastecimiento Estratégico realizada por la Agencia Nacional de Contratación Pública – Colombia Compra Eficiente (ANCP-CCE), mediante el uso de las herramientas de visualización para el análisis de la demanda y de la oferta.

De esta manera, en la herramienta de visualización de Colombia Compra Eficiente se filtró por los siguientes ítems:

Categoría 83: Servicios públicos y servicios relacionados con el sector público.

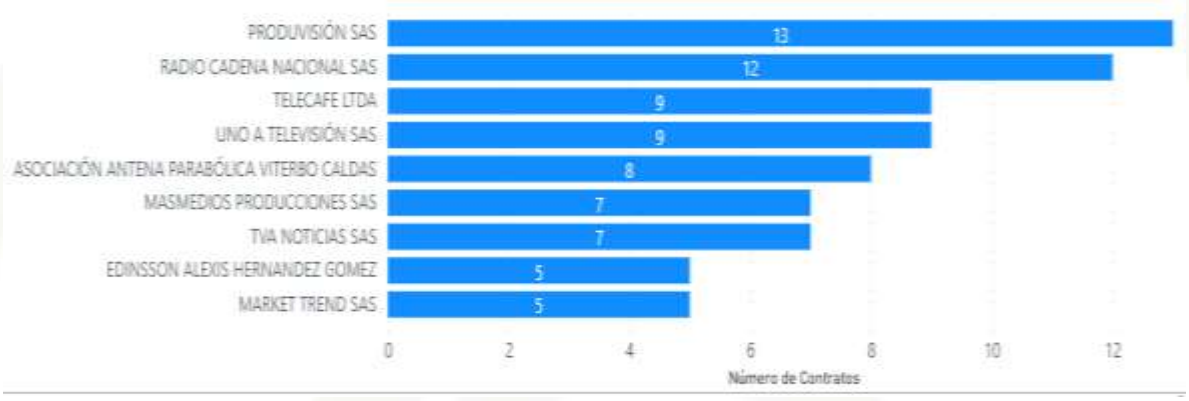
Subcategorías:

8311: Servicios de medios de telecomunicaciones.

[1] COMISION DE REGULACION DE COMUNICACIONES. Data Flash 2023-012 - Reportes TV Abierta | Postdata. Postdata | Más allá de los datos [página web]. (14, julio, 2023). [Consultado el 11, noviembre, 2023]. Disponible en Internet: <https://postdata.gov.co/dataflash/data-flash-2023-012-reportes-tv-abierta>

831118: Servicios de televisión.

Para los Departamentos de Caldas, Quindío y Risaralda los siguientes proveedores son los que han ejecutado la mayor cantidad de contratos:



Proveedor	Número de Contratos
PRODUVISIÓN SAS	13
RADIO CADENA NACIONAL SAS	12
TELECAFE LTDA	9
UNO A TELEVISIÓN SAS	9
ASOCIACIÓN ANTENA PARABÓLICA VITERBO CALDAS	8
MASMEDIOS PRODUCCIONES SAS	7
TVA NOTICIAS SAS	7
EDINSSON ALEXIS HERNANDEZ GOMEZ	5
MARKET TREND SAS	5
ANDRÉS FABIÁN PORTUGUEZ LAGOS	4

D. ESTUDIO FINANCIERO Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN

El análisis financiero del sector se realizó con base en la información financiera y organizacional de cada empresa del sector publicada y registrada en el Registro Único de Proponentes (RUP), que reposa en el Sistema Electrónico de Contratación Pública Colombiano -SECOP II-. Como criterios de inclusión en el conjunto de datos evaluados, se tuvo en cuenta que:

1. dentro de la experiencia certificada por cada empresa en el RUP se relacionaran, en los diferentes procesos de contratación que han participado, la relación de los códigos del Clasificador de Bienes y Servicios UNSPSC que establece el presente proceso de contratación.

2. En el Registro de Cámara de Comercio, el objeto social y las actividades económicas relacionadas se dirigieran a suplir la necesidad de la Entidad Estatal y

a cumplir con el objeto del presente proceso de contratación. La información financiera y organizacional evaluada debía estar a corte de 31 de diciembre de 2022.

El análisis financiero se realizó mediante la obtención de una muestra de (12) doce empresas, lo que demuestra que existe una amplia pluralidad de posibles oferentes garantizando la libre concurrencia, el principio de transparencia y de selección objetiva.

Cabe anotar que el SECOP II es la plataforma oficial del estado colombiano en materia de contratación estatal, de la cual se puede obtener la información de los proveedores de bienes y servicios, de manera ágil, oportuna, veraz y actualizada como fuente fidedigna, la cual puede consultada y verificada por todos los interesados en los procesos contractuales de las administraciones públicas y para el caso que nos ocupa, lo que demuestra que el análisis del sector realizado por la administración departamental refleja la realidad financiera y organizacional del sector.

Para determinar los indicadores de Capacidad Financiera y los indicadores de Capacidad Organizacional se tomó la siguiente información:

	EMPRESA	NIT	INDICE DE LIQUIDEZ	INDICE DE ENDEUDAMIENTO	RAZON DE COBERTURA DE INTERESES	RENTABILIDAD DEL PATRIMONIO	RENTABILIDAD DEL ACTIVO
1	T.V.A.- NOTICIAS S.A.S	900517007-6	7,17	0,12	INDETERMINADO	0,68	0,59
2	TELEVISION REGIONAL DEL ORIENTE LIMITADA CANAL TRO	807000294-6	1,38	0,38	INDETERMINADO	0	0
3	EMPRESA DE TELECOMUNICACIONES DE POPAYAN S A EMTEL E.S.P.	891502163-1	2,42	0,46	253,14	0,07	0,03
4	DIGA TELECOMUNICACIONES S.A.S	900503158-9	1810,43	0,23	91,26	0,09	0,06
5	SOCIEDAD TELEVISION DE ANTIOQUIA LTDA	890.937.233-0	1,85	0,4	INDETERMINADO	0	0
6	CANAL 12 EL NUESTRO SAS	900531409-1	1,91	0,34	21,25	0,61	0,4
7	CANAL CAPITAL	830012587 4	2,35	0,24	INDETERMINADO	0,08	0,06
8	RCN TELEVISION SA	830029703-7	1,55	0,65	0,01	0	0
9	CARACOL TELEVISION SA	860025674-2	2,4	0,43	9,38	0,25	0,14
10	SOCIEDAD DE TELEVISION DE CALDAS RISARALDA Y QUINDIO LTDA	890807724-8	1,48	0,51	INDETERMINADO	0,08	0,03
11	SOCIEDAD DE TELEVISION DE LAS ISLAS LTDA.	827000481-1	1,98	0,22	INDETERMINADO	0,05	0,04
12	SOCIEDAD TELEVISION DEL PACIFICO LIMITADA	890331524 - 7	6,72	0,15	INDETERMINADO	0	0
	PROMEDIO		**153,47**	**0,34**	**75,01**	**0,16**	**0,11**
	MEDIANA		**2,17**	**0,36**	**21,25**	**0,08**	**0,04**

Después de utilizar los métodos estadísticos permitidos por Colombia Compra Eficiente se determina que la unidad de medida más apropiada buscando pluralidad de oferentes es la mediana, la cual no tiene en cuenta los valores máximos y mínimos con el fin de no afectar el indicador analizado y obtener un resultado más efectivo del mercado.

Se recomienda solicitar los siguientes indicadores de Capacidad Financiera e indicadores de Capacidad Organizacional para el presente proceso.

INDICADOR		VALOR INDICADOR
CAPACIDAD FINANCIERA	Liquidez	2.17
	Nivel de Endeudamiento	0,36
	Razón de Cobertura de Intereses (RCI)	21.25
CAPACIDAD ORGANIZACIONAL	Rentabilidad del Patrimonio (ROE)	0,08
	Rentabilidad del Activo (ROA)	0,04

1. INDICADORES HABILITANTES DE CAPACIDAD FINANCIERA

Los indicadores de capacidad financiera buscan establecer unas condiciones mínimas que reflejan la salud financiera de los proponentes a través de los indicadores de liquidez, endeudamiento y la razón de cobertura de intereses de sus empresas. Estas condiciones muestran la aptitud del proponente para cumplir oportuna y cabalmente el objeto del contrato.

a) LIQUIDEZ: es la capacidad financiera que tiene el proponente para cubrir las obligaciones a corto plazo con terceros, mediante la conversión en efectivo de sus bienes o derechos que son a corto plazo (Activo Corriente). A mayor índice de liquidez, menor es la probabilidad de que el proponente incumpla sus obligaciones de corto plazo.

Liquidez= (Activo Corriente / Pasivo Corriente) ≥ (mayor o igual) (2.17)

b) ENDEUDAMIENTO: es el porcentaje de obligaciones con terceros que tiene el proponente. A mayor índice de endeudamiento, mayor es la probabilidad del proponente de no poder cumplir con sus pasivos.

Nivel de Endeudamiento = (Pasivo Total / Activo Total) ≤ (menor o igual) a (0.36)

c) **RAZÓN DE COBERTURA DE INTERESES:** es el número de veces que el proponente cuenta para cumplir con los gastos intereses. A mayor cobertura de intereses, menor es la probabilidad de que el proponente incumpla sus obligaciones financieras.

RCI = (Utilidad Operacional/ Gastos de Intereses) ≥ (mayor o igual) (21.25)

Los indicadores de capacidad financiera como los de capacidad organizacional, obedecen al análisis de sector, al tipo de proceso, al presupuesto, entre otros aspectos financieros que se realizaron previamente para la elaboración del proceso precontractual, con el propósito que los oferentes se ajusten a dichas condiciones y puedan cumplir a cabalidad con el objeto contractual.

Nota: ***Nota:*** *Si el proponente no cuenta con obligaciones financieras, es imposible calcular la Razón de cobertura de intereses, por lo anterior, de darse esta situación, el proponente resultará habilitado, Lo anterior se sustenta en que, para el cálculo del indicador, el denominador de la fórmula son los gastos financieros, al realizarse el cálculo con el denominador cero (0), el resultado será INDETERMINADO.*

En caso de ser proponente plural, todos los indicadores de capacidad financiera se calcularán con base en la ponderación de los componentes de los indicadores de cada uno de los integrantes del Consorcio o Unión Temporal teniendo en cuenta el porcentaje de participación de cada integrante del Consorcio o Unión Temporal (de acuerdo con el manual de Colombia Compra Eficiente M-DVRHPC-05).

INDICADORES HABILITANTES DE CAPACIDAD ORGANIZACIONAL

Son instrumentos que permiten establecer la capacidad de gestión de las organizaciones en el desarrollo de un programa o proyecto. El Decreto 1082 de 2015 definió los indicadores de rentabilidad para medir la capacidad organizacional de un proponente, teniendo en cuenta que, está bien organizado cuando es rentable. Para la determinación de estos indicadores en el proceso se utilizan los indicadores de: Rentabilidad Operativa del Activo (ROA) y Rentabilidad del Patrimonio (ROE).

a) **ROE (RETURN ON EQUITY O RENTABILIDAD SOBRE PATRIMONIO):** es la capacidad de generación de utilidad operacional por cada peso invertido en el patrimonio. A mayor rentabilidad sobre patrimonio, mayor es la utilidad de los accionistas. Se calcula de la siguiente manera.

ROE= (Utilidad Operacional/Patrimonio) ≥ (mayor o igual) (0.08)

b) **ROA (RENTABILIDAD SOBRE ACTIVOS):** determina la capacidad de generación de utilidad operacional por cada peso invertido en el activo, este valor debe ser menor que el ROE. Se calcula de la siguiente manera

ROA= (Utilidad Operacional/Activo Total) ≥ (mayor o igual) (0.04).

APLICACIÓN DE LOS DECRETOS 399 Y 579 DE 2021

De acuerdo al parágrafo transitorio 1 del artículo 2.2.1.1.1.5.6. del Decreto 1082 de 2015, adicionado por el Decreto 399 del 13 de abril de 2021 y sustituido por el Decreto 579 del 31 de mayo de 2021, la entidad evaluará los requisitos e indicadores de la capacidad financiera y organizacional correspondientes a los últimos tres (3) años fiscales anteriores a la inscripción o renovación, dependiendo de la antigüedad del proponente. Si el proponente no tiene la antigüedad suficiente para aportar la información financiera correspondiente a los tres (3) años descritos en el inciso anterior, podrá acreditar dicha información desde su primer cierre fiscal. En todo caso la información debe encontrarse en el RUP vigente y en firme, es decir que quien desee participar en el proceso deberá aportar el RUP actualizado en el que se pueda verificar la información necesaria para participar correspondiente a las vigencias 2020, 2021 y 2022. En todo caso debe estar la información 2022 ya que el RUP debe estar actualizado.

Para evaluar los requisitos e indicadores de la capacidad financiera (índice de liquidez, índice de endeudamiento y razón de cobertura de intereses) y los requisitos e indicadores de capacidad organizacional (rentabilidad del patrimonio y rentabilidad del activo), se tendrá en cuenta el mejor año fiscal que refleje el registro, es decir que, atendiendo a la interpretación dada por Colombia Compra Eficiente en su concepto C–288 de 2021, "Por «mejor año fiscal» se interpreta la información relativa al año apreciada en su conjunto, o sea, de manera integral, que permita al proponente cumplir los requisitos habilitantes de capacidad financiera y organizacional (…) Atendiendo a la teleología del Decreto 399 de 2021, por «mejor año» debe entenderse aquel en el que, analizados conjuntamente todos los indicadores de capacidad financiera y organizacional, el proponente cumpla con dichos requisitos habilitantes".

Por tal razón, no se analizarán indicadores de diferentes años, sino que el proponente debe cumplir, en una sola de las tres vigencias, con todos los indicadores requeridos en el proceso.

Para el caso de los proponentes plurales (consorcios o uniones temporales), se debe indicar claramente, por escrito, el año fiscal que desea hacer valer cada integrante para calcular el indicador del proponente. Este año debe corresponder a 2020, 2021 y 2022

EVALUACIÓN ASPECTOS TÉCNICOS

Se evaluarán la (s) Propuesta (s) mediante la aplicación del siguiente puntaje:

La calificación de las ofertas se hará con base en los siguientes parámetros, para un valor de **140 puntos**:

Componente de calidad	135 Puntos
Componente de Industria Nacional	4 Puntos
Apoyo personal con discapacidad	1 Puntos
TOTAL	**140 Puntos**

Componente de CALIDAD, Este criterio se evaluará así:.

FACTORES DE EVALUACIÓN	**PUNTAJES MÁXIMOS DE CALIFICACIÓN**		
TALENTO PERIODÍSTICO Y DE PRODUCCIÓN		**70**	
Director (uno)	20		
Jefe de Redacción (uno)	10		
Periodistas (mínimo tres)	15		
Presentadores (mínimo tres)	15		
Productor (1)	5		

Corresponsales y / o agencias de noticias	5		
PILOTO		**65**	
Criterio informativo	25		
Estructura y realización	20		
Calidad técnica	20		
TOTAL	**135**		

➢ **TALENTO PERIODÍSTICO Y DE PRODUCCIÓN, MÁXIMO 50 PUNTOS**

Se califica con base en la información suministrada en el **FORMATO 3** y los anexos solicitados.

CERTIFICADOS: El proponente deberá presentar los certificados de experiencia laboral firmados del director, jefe de redacción, periodistas, presentadores, productor y corresponsales donde conste la experiencia de cada uno en producción, realización audiovisual y periodismo. Los certificados deben contener la siguiente información: cargo desempeñado, duración del periodo laboral; nombre de la empresa o medio en la que laboró, funciones desempeñadas; valor (si aplica); nombre y firma de quien certifica. Estos no serán subsanables.

- **DIRECTOR, (1). 20 PUNTOS**

PREGRADO	**PUNTOS**
Con título profesional	3
Especialización	5
Maestría	10

En caso de tener ambos títulos, se puntuará el mayor.

EXPERIENCIA RELACIONADA CON EL CARGO O EJERCICIO PERIODÍSTICO, MÁXIMO 10 PUNTOS:

AÑOS	PUNTOS
Más de 10 años	10
Menos de 10 años	5

- **JEFE DE REDACCIÓN, (1) MÁXIMO 10 PUNTOS**

PREGRADO	PUNTOS
Con título profesional	2
Especialización	3
Maestría	5

En caso de tener ambos títulos, se puntuará el mayor.

EXPERIENCIA RELACIONADA CON EL CARGO O EJERCICIO PERIODÍSTICO EN TELEVISIÓN, MÁXIMO 5 PUNTOS:

AÑOS	PUNTOS
Más de 10 años	5
Menos de 10 años	2

- **PERIODISTAS, (3). PUNTAJE: 15 PUNTOS**

El puntaje total de los **PERIODISTAS**, se obtiene de **SUMAR** el resultado de la calificación de cada uno de los **TRES (3)** relacionados como talentos del noticiero.

Si en la ejecución del contrato se presenta un número mayor a tres (3) periodistas, se entenderá que éstos son un valor agregado. En caso de necesitarse reemplazar uno de los periodistas calificados, el puntaje del nuevo talento tendrá que ser igual o superior.

ESTUDIOS: 2 PUNTOS:

PREGRADO	PUNTOS
Con título profesional	1
Especialización o Maestría	2

En caso de tener ambos títulos, se puntuará el mayor.

EXPERIENCIA RELACIONADA CON EL CARGO O EJERCICIO PERIODÍSTICO EN TELEVISIÓN, MÁXIMO 3 PUNTOS:

AÑOS	PUNTOS
Más de 10 años	3
Menos de 10 años	2

- **PRESENTADORES, (3) MÁXIMO: 15 PUNTOS**

El puntaje total de los presentadores, se obtiene de sumar el resultado de la calificación de cada uno de los tres (3) relacionados como talentos del noticiero.

Si en la ejecución del contrato se presenta un número mayor a tres (3) presentadores, se entenderá que éstos son un valor agregado. En todo caso, si se reemplaza el presentador calificado, su puntaje tendrá que ser igual o superior.

Durante la ejecución del contrato los presentadores no podrán serlo en otro canal de televisión ni en más de tres (3) programas que se emitan a través de TELECAFÉ, incluido el noticiero**.**

ESTUDIOS: 2 PUNTOS:

PREGRADO	PUNTOS
Con título profesional	1
Especialización o maestría	2

EXPERIENCIA RELACIONADA CON EL CARGO O EJERCICIO PERIODÍSTICO EN TELEVISIÓN, MÁXIMO 3 PUNTOS:

AÑOS	PUNTOS
Más de 5 años	3
Menos de 5 años	1

- **PRODUCTOR, (1) MÁXIMO 5 PUNTOS**

ESTUDIOS DE PREGRADO, 2 PUNTOS:

PREGRADO	PUNTOS
Con título profesional	1
Especialización o maestría	2

EXPERIENCIA RELACIONADA CON EL CARGO, MÁXIMO 3 PUNTOS:

AÑOS	PUNTOS
Más de 10 años	3
Menos de 10 años	1

- **CORRESPONSALES: MÁXIMO 5 PUNTOS**

PREGRADO	PUNTOS
1 corresponsal con experiencia en el ejercicio periodístico	1
2 corresponsales con experiencia en el ejercicio periodístico	3
3 corresponsales con experiencia en el ejercicio periodístico	5

TELECAFÉ verificará que el contratista cumpla con la vinculación de los talentos

periodísticos y de producción. Si requiere cambios, deberá garantizar el reemplazo con un perfil igual o superior al propuesto.

En cualquier tiempo durante la ejecución, TELECAFÉ verificará que el contratista cumpla con los talentos periodísticos y de producción. Si requiere cambios, deberá garantizar el reemplazo con un perfil igual o superior al propuesto. Su incumplimiento será causal de caducidad o de terminación unilateral del contrato (artículos 18 y 17-1, de la ley 80 de 1993), y hará exigible la garantía única**.**

➢ **PILOTO Y MANUAL DE ESTILO. MÁXIMO 65 PUNTOS**

Se califica teniendo en cuenta los siguientes parámetros:

CRITERIO INFORMATIVO, EN COHERENCIA CON EL MANUAL DE ESTILO

MÁXIMO 25 PUNTOS

Tratamiento que se da a los contenidos y al desarrollo periodístico de las noticias o informes especiales. Se califica considerando lo siguiente:

- **INVESTIGACIÓN:** capacidad para contextualizar y encontrar diversos perfiles y fuentes de la información. **MÁXIMO 5 PUNTOS.**

- **PLURALIDAD:** Inclusión de diversos actores que se ven impactados por el hecho noticioso. **MÁXIMO 5 PUNTOS.**

- **NARRATIVA PERIODÍSTICA:** capacidad para comunicar de manera clara, coherente y precisa. Criterio de titulación. **MÁXIMO 5 PUNTOS.**

- **NARRATIVA AUDIOVISUAL:** capacidad para contar con imágenes y sonidos. **MÁXIMO 5 PUNTOS.**

- **ENFOQUE REGIONAL:** relación de la información con los intereses de la región. **MÁXIMO 5 PUNTOS**

Cada uno de los factores se califica con los **GRADOS DE CALIDAD**, que se relacionan a continuación:

CALIDAD	PUNTOS
Bueno	5
Aceptable	3
Insuficiente	1

ESTRUCTURA Y REALIZACIÓN EN COHERENCIA CON EL MANUAL DE ESTILO MÁXIMO 20 PUNTOS

Organización del noticiero, según criterios de actualidad y coherencia, así como la presentación de los diferentes bloques y notas, considerando lo siguiente:

- **CONTINUIDAD:** organización de la información de acuerdo con la actualidad y los temas. **MÁXIMO 5 PUNTOS.**

- **CREATIVIDAD:** capacidad para generar recursos narrativos que enganchen al televidente durante la emisión. **MÁXIMO 5 PUNTOS.**

- **PRESENTACIÓN:** credibilidad, seguridad y desempeño. **MÁXIMO 5 PUNTOS.**

- **TRATAMIENTO AUDIOVISUAL:** creatividad para manejar los diferentes componentes del lenguaje audiovisual (imagen, iluminación, sonido, musicalización, graficación). Acorde **MÁXIMO 5 PUNTOS.**

Cada uno de estos factores se califica con los **GRADOS DE CALIDAD**, que se relacionan a continuación:

CALIDAD	PUNTOS
Bueno	5
Aceptable	3
Insuficiente	1

CALIDAD TÉCNICA, EN COHERENCIA CON EL MANUAL DE ESTILO.

MÁXIMO 20 PUNTOS

Calidad y uso de los recursos empleados en la elaboración de las notas o informes y del informativo mismo. Es la calidad técnica, considerando lo siguiente:

- **CALIDAD DEL VIDEO, MÁXIMO 5 PUNTOS.**
- **CALIDAD DEL SONIDO, MÁXIMO 5 PUNTOS.**
- **CALIDAD DE ILUMINACIÓN, MÁXIMO 5 PUNTOS**
- **CALIDAD DE LA EDICIÓN, MÁXIMO 5 PUNTOS.**

Cada uno de estos factores se califica con los **GRADOS DE CALIDAD**, que se relacionan a continuación:

CALIDAD	PUNTOS
Bueno	5
Aceptable	3
Insuficiente	1

Serán elegibles las propuestas que se estimen más favorables, que estén ajustadas al pliego de condiciones y obtengan una **CALIFICACIÓN IGUAL O SUPERIOR A SETENTA PUNTOS (70) PUNTOS,** siempre que dentro de este puntaje se alcance el **MÍNIMO DE TREINTA Y SEIS (36) PUNTOS PARA EL TALENTO Y UN MÍNIMO DE TREINTA Y CUATRO (34) PUNTOS PARA EL PILOTO**.

CRITERIOS DE DESEMPATE

Teniendo en cuenta que en la presente licitación no se presenta el compromiso de recursos públicos por parte de la entidad; a continuación, se establecen algunos criterios de desempate, en caso de empate en el puntaje total de dos o más ofertas en el presente proceso se tendrán en cuenta los siguientes criterios, lo cuales son preferentes en estricto orden:

1. Preferir la oferta de bienes o servicios nacionales frente a la oferta de bienes o servicios extranjeros.

2. Preferir la oferta presentada por una Mipyme o cooperativas o asociaciones mutuales; o un proponente plural constituido por Mipymes, cooperativas o asociaciones mutuales

3. Preferir la propuesta de la mujer cabeza de familia, mujeres víctimas de la violencia intrafamiliar o de la persona jurídica en la cual participe o participen mayoritariamente; o, la de un proponente plural constituido por mujeres cabeza de familia, mujeres víctimas de violencia intrafamiliar y/o personas jurídicas en las cuales participe o participen mayoritariamente.

4. Preferir la oferta presentada por el proponente plural constituido por micro y/o pequeñas empresas, cooperativas o asociaciones mutuales.

5. Realizar sortero mediante balotas.

RECHAZO DE LAS PROPUESTAS

Son causales de rechazo o descalificación de la propuesta:

- Por incumplimiento de los factores de verificación
- La omisión de los requisitos señalados como esenciales para el proponente.
- No constituir la garantía de seriedad de la oferta.
- La falta de respuesta o la atención por fuera del plazo señalado, de la aclaración o presentación de documentos solicitados al proponente durante la evaluación.
- El hecho de contener la propuesta, documento o información falsa o inexacta que sirva de base para la adjudicación.
- Ocultar las inhabilidades, impedimentos, incompatibilidades, incapacidades o prohibiciones para contratar o cuando sobrevenga alguna en el desarrollo del proceso licitatorio.
- Interferir, influenciar o procurar información del procedimiento, de manera indebida.

- Cuando las condiciones ofrecidas por el Proponente no cumplan como lo mínimo establecido en los presentes términos de referencia

- No encontrarse a paz y salvo con la entidad, salvo la existencia de acuerdo de pago.

- Cualquiera de estas causales, constituye motivo suficiente para que TELECAFÉ se abstenga de considerar la propuesta y la rechace, haciendo efectiva la garantía de seriedad de la oferta según el caso; o para descalificar y declarar la caducidad en el evento que se hubiera realizado la adjudicación y hacer efectiva la garantía única del contrato

RIESGOS

Se realizó la evaluación y matriz de riesgos según lo establecido por Colombia Compra Eficiente en su Manual de Administración de Riesgos para el Proceso de Contratación dirigido a los partícipes del sistema de compras y contratación pública. El artículo 4 de la Ley 1150 de 2007 establece que la Entidad Estatal debe "incluir la estimación, tipificación y asignación de los riesgos previsibles involucrados en la contratación" en los pliegos de condiciones o su equivalente. El Decreto Ley 4170 de 2011 establece dentro del objetivo de Colombia Compra Eficiente optimizar los recursos públicos en el sistema de compras y contratación pública para lo cual es indispensable el manejo del riesgo en el sistema y no solamente el riesgo del equilibrio económico del contrato. (anexo 2)

En el desarrollo de estos objetos contractuales, el contratista debe haber previsto la totalidad de la estructura de costos de manera que el contrato se ejecute dentro de las condiciones ofrecidas, de igual forma dado el tipo de contratación, es muy remoto que sucedan hechos que puedan afectar el equilibrio económico del contrato, razón por la cual se considera que no opera este numeral en esta clase de contratación; no obstante, se requiere la constitución de las siguientes garantías:

1. 1 Seriedad de la Oferta: Constituida mediante póliza expedida por una compañía de seguros legalmente autorizada para funcionar en Colombia o garantía bancaria, a favor de la entidad oficial TELECAFE, con la cual se garantice que cumplirá con las estipulaciones y especificaciones de su propuesta, especialmente la obligación de celebrar el contrato en caso de ser adjudicatario, en los términos señalados por el pliego.

En caso de consorcio o unión temporal, la garantía debe ser tomada por todas las personas que lo integran.

La vigencia de la garantía debe ser tomada a la fecha de presentación de la propuesta, y por ciento veinte (120) días más.

En el evento de prorrogarse los plazos de cierre, adjudicación o firma del contrato la vigencia de la garantía debe ampliarse por iguales términos.

La cuantía de la garantía será equivalente al 10% del valor del contrato, y debe adjuntarse el recibo de pago

2. Cumplimiento: Por el VEINTE POR CIENTO (**20%)** del valor del contrato, por el término del mismo y ocho (8) meses más.

En todo caso la garantía de cumplimiento deberá mantenerse vigente hasta que se logre la liquidación del contrato.

3. Salarios y Prestaciones Sociales legales e indemnizaciones laborales. Por el VEINTE POR CIENTO (**20%)** del valor del contrato, por el término del mismo y tres (3) años más.

4. Responsabilidad Civil Extracontractual: El valor de la poliza deberá ser por 200 SMLMV y una vigencia igual al del contrato y (4) meses más**.**

Para constancia, se firma en la ciudad de Manizales a los catorce (14) días del mes de noviembre de dos mil veintitrés (2023).

MARTÍN FERNANDO MONTOYA GARCÍA
Gerente (e) - TELECAFÉ LTDA

JOSE SAMUEL MORALES PELAEZ
Coordinador del Área Administrativa y Financiera

Elaboró: Ricardo Alán González Londoño – Abogado Contratista.

Aprobó Andrés Mauricio Camayo Villegas – Abogado de Gerencia