
	<b>ESTUDIOS PREVIOS</b>	<b>CÓDIGO: AGJC-CN-FT-001</b>	
		<b>VERSIÓN: 12</b>	
		<b>FECHA DE APROBACIÓN: 03/01/2017</b>	
		<b>RESPONSABLE: CONTRATACIÓN</b>	

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

CANAL CAPITAL es una sociedad pública organizada como Empresa Industrial y Comercial del Estado, con carácter de entidad descentralizada indirecta, perteneciente al orden distrital, constituida bajo las leyes colombianas y como el canal regional de la ciudad de Bogotá, fue creado para prestar un servicio de televisión pública de calidad orientando a fortalecer la identidad y el arraigo cultural de esta región del país.

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.

La parrilla de Canal Capital se basa en un proyecto de educación y cultura coherente con la consecución de los objetivos estratégicos institucionales, el cual tiene como principio crear una conciencia colectiva alrededor de los valores ciudadanos como el respeto por la diferencia para garantizar una sociedad incluyente que valore la diversidad en todos sus aspectos.



La Autoridad Nacional de Televisión, asignó recursos del FONDO PARA EL DESARROLLO DE LA TELEVISIÓN Y LOS CONTENIDOS con destino a Canal Capital, para la financiación de proyectos audiovisuales que buscan el posicionamiento de Canal Capital en la oferta audiovisual de la capital colombiana, como un medio que refleja la diversidad cultural de los habitantes de Bogotá, la construcción colectiva de una ciudad posible para todos los que viven en ella y los visitantes, un espacio idóneo para debatir los temas fundamentales que afectan la cotidianidad y futuro de la Capital, así como, una permanente propuesta de diálogo y relacionamiento con las experiencias de otras regiones del país y el mundo que puedan nutrir la construcción de valores permanente de Bogotá.

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

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

Canal Capital busca proyectos de alta calidad, vigentes en el tiempo, sustentados en sólidos procesos de investigación sobre temas de interés local, nacional e internacional, abordados desde narrativas y estéticas contemporáneas, compatibles con las diversas formas de ser ciudadano de este país.

Y es que el Canal le apuesta al diseño, producción y circulación de nuevos formatos audiovisuales que le permitan al espectador el acceso a contenidos que sean reveladores, innovadores y que cuenten historias que trasciendan de lo local a lo universal, haciendo uso no solo de la pantalla de televisión sino también de la web. Esta apuesta vincula necesariamente el entretenimiento como un factor propio de la naturaleza audiovisual para los medios masivos de comunicación, en la perspectiva de causar un gran impacto en la audiencia en términos de atención, discusión, movilización y diversión.

	<b>ESTUDIOS PREVIOS</b>	<b>CÓDIGO: AGJC-CN-FT-001</b>	
		<b>VERSIÓN: 12</b>	
		<b>FECHA DE APROBACIÓN: 03/01/2017</b>	
		<b>RESPONSABLE: CONTRATACIÓN</b>	

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

Ahora bien, teniendo en cuenta lo anterior Canal Capital ha decidido abrir la convocatoria pública es busca de propuestas de realizadores externos a partir de unas condiciones básicas que entrega el Canal como parámetro de desarrollo de propuestas creativas, operativas y pilotos, según se defina en cada caso específico.

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

En esta invitación la convocatoria de Tema Libre da a los productores y realizadores la posibilidad de que sean ellos quienes propongan los contenidos y narrativas que, desde su perspectiva, tengan cabida y complementen la parrilla del Canal, y que atiendan a la audiencia en general.

El diseño, desarrollo y producción de los proyectos responden al interés que tiene Canal Capital de promover campañas de concientización para los bogotanos, con la finalidad de generar proyectos que den cuenta de la importancia de los valores ciudadanos.




Por esta razón, Canal Capital ha decidido abrir la convocatoria con Tema Libre formato serie - Ficción teniendo en cuenta la siguiente información:

**REFERENCIA:** TEMA LIBRE  
**TIPO DE PRODUCTO:** Serie Ficción  
**NUMERO DE CAPITULOS:** Mínimo quince (15)  
**DURACIÓN:** Mínimo treinta (30) segundos, a máximo cuatro (4) minutos cada capítulo  
**PLAZO:** Tres (3) meses  
**TECHO DEL PRESUPUESTO:** \$ 198.000.000 Incluido IVA  
**FORMATO:** Ficción  
**AUDIENCIA:** De acuerdo al contenido

A diferencia de las convocatorias de series temáticas, que corresponden a contenidos específicos relacionados con apuestas de programación de Canal Capital, en esta convocatoria se les da a los productores y realizadores la posibilidad de que sean ellos quienes propongan los contenidos y narrativas que, desde su perspectiva, tengan cabida y complementen la parrilla del Canal.

Dentro de la programación de Canal Capital se buscan propuestas televisivas novedosas, que sean capaces de mostrar diferentes aspectos de la realidad desde puntos de vista poco convencionales, o a través de nuevas exploraciones del lenguaje audiovisual, o en torno a temas poco tratados en la televisión nacional, siempre pensando en ofrecer a los televidentes un producto entretenido y con contenidos de alta calidad.

No obstante, aunque se trate de una idea original, durante el proceso de producción el adjudicatario tendrá acompañamiento y supervisión permanente por parte de Canal Capital, tanto a nivel editorial como en la ejecución del proyecto.

	<b>ESTUDIOS PREVIOS</b>	<b>CÓDIGO: AGJC-CN-FT-001</b>	 
		<b>VERSIÓN: 12</b>	
		<b>FECHA DE APROBACIÓN:</b> <b>03/01/2017</b>	
		<b>RESPONSABLE: CONTRATACIÓN</b>	

Finalmente, la Resolución 2005 de 28 de noviembre de 2017 de la Autoridad Nacional de Televisión, dispuso que los canales públicos de televisión que sean beneficiados con recursos del FONTV, deben comprometer el 20% de esta asignación a la realización de convocatorias públicas, aun cuando la cuantía de la presente contratación es inferior a 500 SMLMV, conforme lo establece el numeral 4.6.1. del Manual de Contratación, Supervisión e Interventoría.

En virtud de lo anterior y siguiendo lo dispuesto por el Manual de Contratación, Supervisión e Interventoría, Canal Capital decide abrir esta convocatoria con la finalidad de satisfacer la necesidad de producción y en cumplimiento por lo dispuesto por la ANTV.

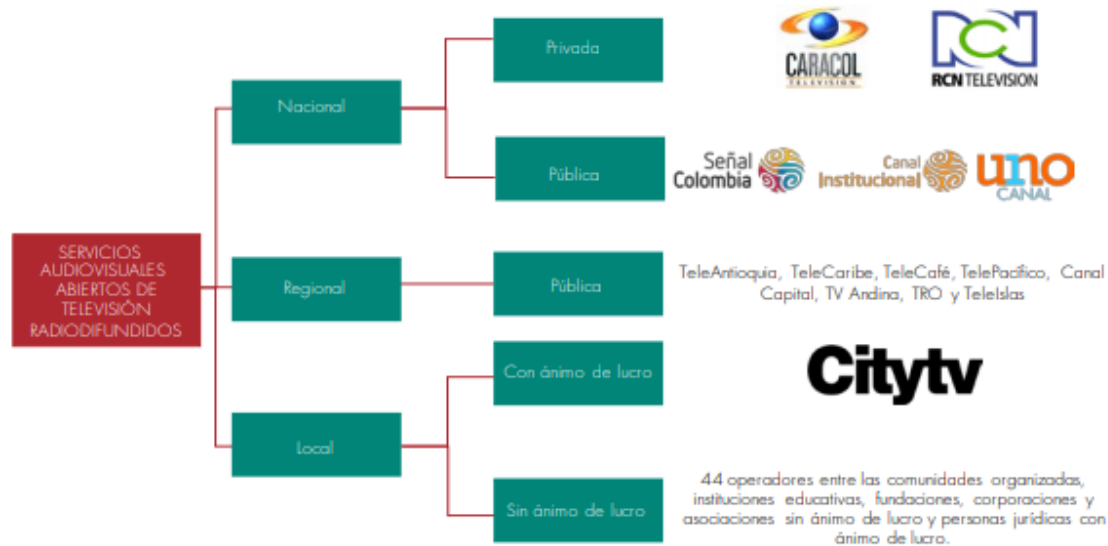
Esta inversión es una oportunidad para el Canal, en razón a los beneficios que se obtendrán al formar parte de proyectos con proyección comercial o de calidad narrativa y audiovisual destacable.




## 2. ESTUDIO DEL SECTOR

### 2.1. ASPECTOS GENERALES

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

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



	<b>ESTUDIOS PREVIOS</b>	<b>CÓDIGO: AGJC-CN-FT-001</b>	 
		<b>VERSIÓN: 12</b>	
		<b>FECHA DE APROBACIÓN: 03/01/2017</b>	
		<b>RESPONSABLE: CONTRATACIÓN</b>	

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




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

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

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

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

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

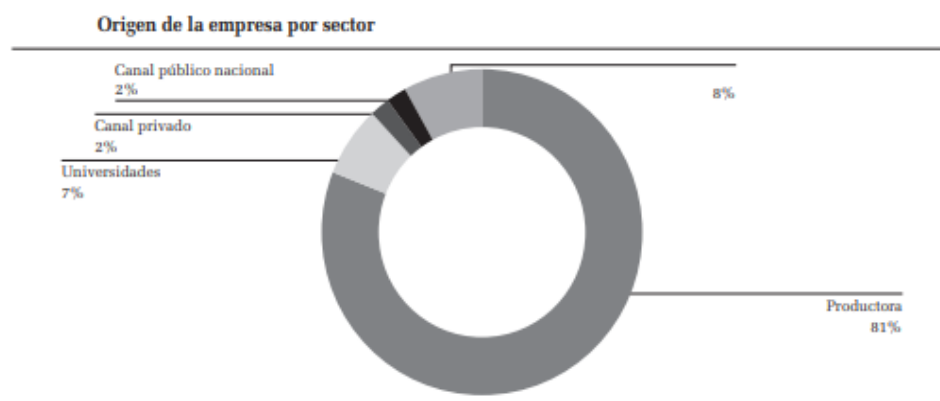
	<b>ESTUDIOS PREVIOS</b>	<b>CÓDIGO: AGJC-CN-FT-001</b>	 
		<b>VERSIÓN: 12</b>	
		<b>FECHA DE APROBACIÓN: 03/01/2017</b>	
		<b>RESPONSABLE: CONTRATACIÓN</b>	




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

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

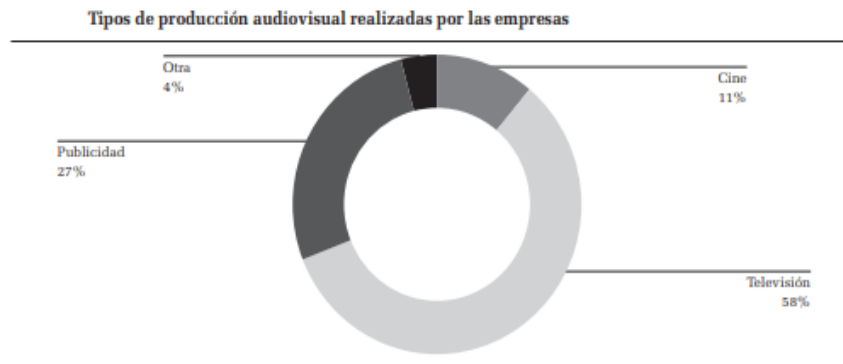
También se encuentran las empresas productoras de los canales privados nacionales y locales, y públicos nacionales y regionales. La principal diferencia entre los canales estriba en su carácter público o privado. Aunque los canales privados y públicos son al mismo tiempo productores y compradores de audiovisual, los canales privados cuentan con estructuras de producción más robustas y con mayores presupuestos para las producciones propias, que se financian a través de la pauta publicitaria. Los canales privados son los mayores empleadores del sector audiovisual (así como de empleos de tiempo completo), son los que tienen el mayor tiempo de constituidos y recientemente no solo producen programas de televisión, sino que también producen para los subsectores de publicidad y cine. En estos canales, a diferencia de las empresas productoras, el personal es contratado no por proyectos, sino de manera más permanente.

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

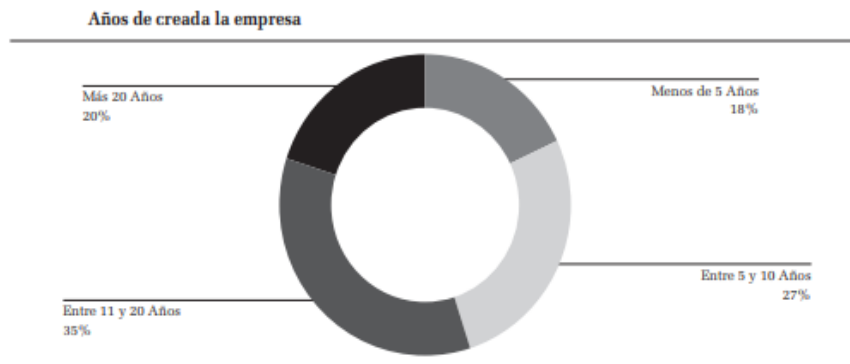


	<b>ESTUDIOS PREVIOS</b>	<b>CÓDIGO: AGJC-CN-FT-001</b>	 
		<b>VERSIÓN: 12</b>	
		<b>FECHA DE APROBACIÓN:</b> <b>03/01/2017</b>	
		<b>RESPONSABLE: CONTRATACIÓN</b>	

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






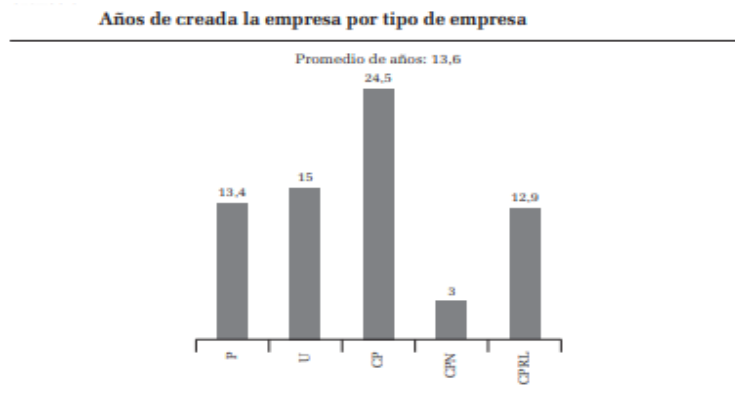
Respecto a los años de creación de las empresas, no se encuentra concentración de las empresas por un rango en particular. Sin embargo, el 35% de las empresas tiene entre 11 y 20 años de constituidas; el 27%, entre 5 y 10 años; el 20%, más de 20 años, y el 18%, menos de 5 años.



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



	<b>ESTUDIOS PREVIOS</b>	<b>CÓDIGO: AGJC-CN-FT-001</b>	 
		<b>VERSIÓN: 12</b>	
		<b>FECHA DE APROBACIÓN: 03/01/2017</b>	
		<b>RESPONSABLE: CONTRATACIÓN</b>	



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




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

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

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

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

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

	<b>ESTUDIOS PREVIOS</b>	<b>CÓDIGO: AGJC-CN-FT-001</b>	 
		<b>VERSIÓN: 12</b>	
		<b>FECHA DE APROBACIÓN: 03/01/2017</b>	
		<b>RESPONSABLE: CONTRATACIÓN</b>	

**Producción audiovisual transmitida por los canales**

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

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




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

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

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

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



	<b>ESTUDIOS PREVIOS</b>	<b>CÓDIGO: AGJC-CN-FT-001</b>	 
		<b>VERSIÓN: 12</b>	
		<b>FECHA DE APROBACIÓN: 03/01/2017</b>	
		<b>RESPONSABLE: CONTRATACIÓN</b>	

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

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

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

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

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

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




Para la convocatoria con la línea Tema Libre - Ficción, se establece un presupuesto de hasta **CIENTO NOVENTA Y OCHO MILLONES DE PESOS M/CTE (\$198.000.000)** incluido IVA y todos los impuestos a que haya lugar.

## 2.3. COTIZACIONES

No aplica.

## 2.4. ANÁLISIS DE PRECIOS HISTÓRICOS

Este valor se establece teniendo como referencia histórica que para el año 2018 se realizó la serie de Valores Ciudadanos "Conectados", que incluyó varias líneas de contenido bajo el formato de ficción. Cada línea contó con cápsulas o microrelatos de máximo cuatro (4) minutos de duración y spots de máximo treinta

	<b>ESTUDIOS PREVIOS</b>	<b>CÓDIGO: AGJC-CN-FT-001</b>	 
		<b>VERSIÓN: 12</b>	
		<b>FECHA DE APROBACIÓN: 03/01/2017</b>	
		<b>RESPONSABLE: CONTRATACIÓN</b>	

(30) segundos para la pantalla de televisión apoyados por una estrategia transmedial que aportaba al fortalecimiento del concepto de los valores ciudadanos.

La contratación para cada proyecto se efectuó a través de convocatorias públicas en las que se presentaron proponentes interesados en el desarrollo de contenidos para el desarrollo de cada una de las líneas propuestas. Cada uno de los productos contó con el talento humano, recursos técnicos y logísticos para la ejecución de cada una de las fases de preproducción, producción y postproducción.

El consolidado final del valor total por capítulo de la serie de Valores Ciudadanos "Conectados", en sus líneas de ficción y que se reportó ante la Autoridad Nacional de Televisión - ANTV corresponde a la siguiente tabla y es tenido en cuenta como justificación para esta nueva asignación:

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

En ese orden, realizando un análisis del valor total del presupuesto, versus el número de capítulos mínimos requeridos, se evidencia que el valor unitario inicial por capítulo, sería de TRECE MILLONES DOSCIENTOS MIL PESOS (\$13.200.000) incluido IVA, sin dejar de lado que el oferente podrá proponer, para efectos de obtener mejor calificación, un mayor número de capítulos, lo que implicará una reducción del costo por capítulo, manteniendo la calidad de la producción audiovisual.

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

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

#### 3.1 CONDICIONES LEGALES

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




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

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

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

#### 3.3 NORMATIVA 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,

	<b>ESTUDIOS PREVIOS</b>	<b>CÓDIGO: AGJC-CN-FT-001</b>	 
		<b>VERSIÓN: 12</b>	
		<b>FECHA DE APROBACIÓN: 03/01/2017</b>	
		<b>RESPONSABLE: CONTRATACIÓN</b>	

Artículo 14 de la Ley 1150 de 2007 Ley 1474 de 2011, entre otras de creación constitucional o legal y las que surgieron con posterioridad por virtud de otras leyes artículo 11 y 12 de la Ley 1437 de 2011.

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

**4.1. OBJETO**

Realizar el diseño, preproducción, producción y postproducción de la serie de "Valores Ciudadanos" para la línea Tema Libre - Ficción, en virtud de la Resolución 0005 de 2019 de la ANTV.

**4.2. ALCANCE**

El propósito es producir una serie de alta calidad que cubra la necesidad de contenido de la audiencia de Canal Capital, con temáticas y narrativas acordes con sus intereses. Así mismo esta convocatoria pretende fomentar el desarrollo del sector audiovisual, al abrir la posibilidad a creadores y productores a nivel nacional de hacer realidad ideas y formatos innovadores que se integren a la parrilla del Canal.

Los temas que se aborden en la serie Ficción deberán ser tratados en profundidad, y responder a un desarrollo que transmita al televidente una visión completa, elaborada, sustentada y estructurada como resultado de una investigación adecuada.

**4.3. TIPO DE PRODUCTO**

Serie Ficción, de temática libre, de mínimo quince (15) capítulos, con una duración mínima de treinta (30) segundos, máxima de cuatro (4) minutos cada uno, cuyo tema y enfoque surjan de la creatividad del proponente y que cumpla con las siguientes condiciones:




**Enfoque:** Que sea una propuesta innovadora y coherente donde el tema planteado, la formulación conceptual, la narrativa y el tratamiento audiovisual sean acordes con los gustos e intereses de la audiencia de Canal Capital y que el resultado sea un contenido audiovisual entretenido.

La propuesta debe estar sustentada en una investigación suficiente y acorde con las características del proyecto, que permita identificar el tipo de historias a desarrollar, los personajes a través de los cuales se van a contar las historias, los lugares en donde tendrán lugar, etc., y estar enfocada hacia la narración audiovisual de la propuesta.

La audiencia a la que va dirigida la propuesta debe ser acorde al tema planteado y a la formulación conceptual del proyecto, razón por la que el oferente deberá sustentar las características de la audiencia que quiere cautivar con el proyecto presentado.

Las series con Temática Libre - Ficción, deben ser atemporales, propiciando su emisión y retransmisión varias veces, incluso en otros canales del mundo, puesto que narran historias desde una perspectiva universal y ofrecen puntos de vista novedosos, que exploran nuevas maneras de contar historias e imprimen un sello de originalidad para el Canal.

En ningún caso se reciben programas ya realizados, o que se encuentren grabados en su totalidad, o nuevas temporadas de proyectos que ya se han emitido.

	<b>ESTUDIOS PREVIOS</b>	<b>CÓDIGO: AGJC-CN-FT-001</b>	 
		<b>VERSIÓN: 12</b>	
		<b>FECHA DE APROBACIÓN: 03/01/2017</b>	
		<b>RESPONSABLE: CONTRATACIÓN</b>	

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

##### CONCEPTUALES

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

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

Se debe tener claridad en el formato televisivo escogido para que el desarrollo de la serie tenga coherencia. En su discurso narrativo. Es necesario abstenerse de proponer tratamientos expositivos que solo estén contruidos con base en testimonios e imágenes de apoyo.

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




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

##### NARRATIVOS

El género es Ficción, la propuesta narrativa y formal es libre. Se espera que las ofertas tengan elementos innovadores que hagan atractiva la serie desde lo visual y la estructura, para que ofrezcan un análisis crítico del tema elegido capítulo tras capítulo.

##### DE PRODUCCIÓN

- El diseño de producción de la serie debe plantear un tiempo de ejecución máximo de tres (3) meses. Este debe optimizar los recursos económicos y de tiempo en función del tema elegido, el cubrimiento geográfico, y los recursos audiovisuales necesarios para el desarrollo de cada capítulo.
- El diseño de producción debe definir con claridad las actividades y el flujo de trabajo articulado en cada uno de los procesos.
- El presupuesto debe estar proyectado para garantizar la calidad del producto final. Los pagos a los miembros del equipo de producción deben ser acordes con las tarifas del mercado audiovisual, así como los costos de los equipos de grabación y de posproducción.
- Se debe contemplar en el modelo de producción la revisión, ajustes y aprobación de los capítulos por parte del Canal.
- Las propuestas audiovisuales podrán apoyarse con graficación, animación, sonido ambiente, locución en off, voz testimonial y cualquier recurso narrativo que contribuya al enriquecimiento de los contenidos presentados.
- La estrategia de producción debe definir con claridad el planteamiento y articulación de los diversos procesos, como la investigación, los viajes, la grabación, la consecución y pago de archivo y música, tanto en acciones como en tiempos.
- El grupo de trabajo debe contar con la experiencia para realizar el proyecto que se plantea.
- La serie debe contar con licencias y derechos de imagen y propiedad intelectual para su transmisión en el canal y para su difusión en redes sociales.
- Todo el material de archivo que no sea de propiedad o autorizado por las personas entrevistadas —del que no se tenga autorización de uso de imágenes o audios— debe ser valorizado dentro del presupuesto, se le debe otorgar el debido crédito y debe contar con el correspondiente permiso

	<b>ESTUDIOS PREVIOS</b>	<b>CÓDIGO: AGJC-CN-FT-001</b>	 
		<b>VERSIÓN: 12</b>	
		<b>FECHA DE APROBACIÓN: 03/01/2017</b>	
		<b>RESPONSABLE: CONTRATACIÓN</b>	

para uso y divulgación a través de su reproducción, emisión y transmisión por el Canal Capital, sus páginas web, así como su comunicación, emisión y divulgación pública, a través de los medios existentes o por inventarse, incluidos medios electrónicos digitales, ópticos, de acceso remoto, de datos y en la red de internet y sus plataformas.

- La música empleada puede ser original o adquirida a través de librería musical. En caso de ser original, debe contar el registro de derechos de autor del compositor, así como la autorización para su uso en el proyecto. Si, por el contrario, la música es de librería musical, es indispensable determinar previamente cuáles derechos deben pagarse y a qué monto ascienden. En ambos casos, las cifras deben incluirse en el presupuesto del proyecto.
- En ningún caso se reciben programas ya realizados o que se encuentren grabados en su totalidad, o nuevas temporadas de proyectos que ya se han emitido.
- Cada programa deberá contener una propuesta transmedia que incluya la articulación tanto de la pantalla principal de Canal Capital en señal abierta, como en redes sociales y que promueva la participación de los usuarios.
- A la finalización de cada proyecto, se deberá entregar un reel, de máximo 1 minuto que refleje la temática desarrollada en cada uno de los productos.

#### 4.5. NÚMERO DE PIEZAS

- ✓ Mínimo quince (15) capítulos, con una duración de mínimo treinta (30) segundos, máximo cuatro (4) minutos cada capítulo.
- ✓ Estrategia transmedia con contenido expandido, diferente a la de pantalla tv y digital (La cantidad, formatos, duraciones y demás características pertinentes para la estrategia de la campaña deben ser establecidas por el proponente y deben ser realizables dentro del tiempo y presupuesto establecido en la presente convocatoria)
- ✓ Estrategia para promoción.

NOTA: Para todos los efectos, el Anexo Técnico contempla la totalidad de requerimientos técnicos exigibles en el marco de la ejecución del proyecto y el mismo hace parte integral del presente documento.




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

Clasificación UNSPSC	Segmento	Familia	Clase	Producto
Servicios Audiovisuales	80000000	80160000	80161500	80161507

#### 6. OBLIGACIONES DEL CONTRATISTA

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

- 1) Realizar el diseño, preproducción, producción y postproducción de mínimo quince (15) capítulos, con una duración de mínimo treinta (30) segundos, y máximo cuatro (4) minutos cada uno y el contenido transmedia del proyecto.
- 2) Cumplir con el cronograma de trabajo presentado para la ejecución de la propuesta en cada una de sus fases de preproducción, producción y postproducción.
- 3) Cumplir con los estándares de calidad exigidos en los pliegos de condiciones.
- 4) Realizar en forma inmediata los cambios de personal cuando Canal Capital lo solicite a través del supervisor del contrato.

	<b>ESTUDIOS PREVIOS</b>	<b>CÓDIGO: AGJC-CN-FT-001</b>	 
		<b>VERSIÓN: 12</b>	
		<b>FECHA DE APROBACIÓN: 03/01/2017</b>	
		<b>RESPONSABLE: CONTRATACIÓN</b>	

- 5) Diseñar y producir, previa aprobación de Canal Capital, el paquete gráfico del programa que deberá estar conformado por varias piezas y detallado en la propuesta creativa (propuesta escrita).
- 6) Contar con música que podrá ser original o adquirida a través de librería musical para el proyecto. En cualquiera de los dos casos, ésta deberá tener los derechos de uso respectivos para su emisión en pantalla y las diferentes plataformas transmedia.
- 7) Responder por cualquier reclamación que en materia de derechos de autor o conexos efectúe un tercero, exonerando de responsabilidad a Canal Capital.
- 8) Entregar a Canal Capital los másteres según estándares técnicos del canal y materiales complementarios como libro de producción y postproducción de todos los capítulos, piezas transmedia y documentación de entrega final previamente acordada.
- 9) Asumir los gastos de logística y demás necesarios para la producción de los capítulos y todos los contenidos de la propuesta.
- 10) Entregar todos los productos comunicativos transmedia planteados en la propuesta creativa de acuerdo a los parámetros técnicos y de contenido previamente acordados con Canal Capital.
- 11) Atender las observaciones, solicitudes y sugerencias, así como aplicar los ajustes que formule Canal Capital a través de su supervisor o quien el Canal delegue, durante la ejecución del presente contrato.
- 12) Asistir a las reuniones programadas referentes al desarrollo del proyecto.
- 13) Obtener, previo a su utilización, por parte de los titulares de derechos de autor o conexos, o de sus representantes, la autorización <sup>(SEP)</sup> por el uso y explotación de obras musicales, imágenes, libretos, fonogramas, obras fotográficas y audiovisuales, voces, entrevistas y en general, cualquier producción protegida por el derecho de autor o conexos y pagar los derechos que se causen.
- 14) Respetar las directrices, circulares y demás documentos que profieran la Gerencia, la Secretaría General o la Dirección Operativa referente a los procedimientos administrativos y operativos en desarrollo de la misión del Canal.
- 15) Realizar los ajustes al concepto creativo durante la ejecución del contrato, sin que esto cause mayor erogación.

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




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

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

### **8.1. PLAZO DE EJECUCIÓN:**

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



	<b>ESTUDIOS PREVIOS</b>	<b>CÓDIGO: AGJC-CN-FT-001</b>	 
		<b>VERSIÓN: 12</b>	
		<b>FECHA DE APROBACIÓN: 03/01/2017</b>	
		<b>RESPONSABLE: CONTRATACIÓN</b>	

## 8.2. LUGAR DE EJECUCIÓN

Bogotá D.C.

## 8.3 VALOR DEL CONTRATO – PRESUPUESTO OFICIAL

El valor total del contrato con la línea Tema Libre -Ficción es hasta por la suma de **CIENTO NOVENTA Y OCHO MILLONES DE PESOS M/CTE (\$198.000.000)** incluido IVA y todos los impuestos a que haya lugar.

La presente contratación está amparada con el Certificado de Disponibilidad Presupuestal No. 1496 del 31 de julio de 2019, Código Presupuestal: 3-4-1-15-03-25-0010-155. Concepto: Televisión pública para la cultura ciudadana, la educación y la información.

## 8.4. FORMA DE PAGO

Canal Capital se compromete a pagar la suma de hasta **CIENTO NOVENTA Y OCHO MILLONES DE PESOS M/CTE (\$198.000.000)** incluido IVA y todos los impuestos a que haya lugar, en tres (3) desembolsos distribuidos de la siguiente manera:

**PRIMER PAGO:** El cuarenta por ciento (40%) del valor total del contrato IVA incluido, contra entrega de:




- Ajuste y entrega de la formulación de propuesta creativa y operativa.
- Diseño de producción (cronograma de trabajo de toda la propuesta, organigrama, presupuesto).
- Directorio y hojas de vida del recurso humano de los líderes del equipo.
- Descripción de recursos técnicos, casting de actores seleccionados, presentación de locaciones principales
- Propuesta de conceptualización del proyecto (arte, vestuario, fotografía, graficación)
- Libretos, planes de rodaje y fichas de investigación completas de todos los capítulos.
- Listado de entregas de productos transmedia diferentes a pantalla actualizado y aprobado por la supervisión del contrato.
- Registro de derechos de autor, registro de cesión de derechos patrimoniales de la totalidad de los capítulos propuestos, a favor de Canal Capital

**SEGUNDO PAGO:** El treinta por ciento (30%) del valor total del contrato IVA incluido, contra entrega de:

- Los primeros diez (10) capítulos aprobados técnica y conceptualmente por Canal Capital.
- Productos transmedia diferentes a pantalla, pactados y de acuerdo al cronograma aprobado.
- Fichas técnicas de los diez (10) primeros capítulos.
- Paquete gráfico de todos los productos audiovisuales y transmedia diferentes a pantalla
- Para el caso de música original, entrega de certificado de registro de derechos autor de compositor; si es música de librería, el documento que soporte la compra de las pistas utilizadas.

**TERCER PAGO:** El treinta por ciento (30%) restante, contra entrega de los capítulos restantes finalizados y aprobados por técnica y conceptualmente por Canal Capital, fichas técnicas de los mismos, libro de producción completo y un reel de un (1) minuto

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

	<b>ESTUDIOS PREVIOS</b>	<b>CÓDIGO: AGJC-CN-FT-001</b>	 
		<b>VERSIÓN: 12</b>	
		<b>FECHA DE APROBACIÓN: 03/01/2017</b>	
		<b>RESPONSABLE: CONTRATACIÓN</b>	

## 9. SUPERVISIÓN Y/ O INTERVENTORÍA

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

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

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

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

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

De conformidad con lo establecido en el numeral 4.1.2.1.2 del Manual de Contratación, Supervisión e Interventoría, la capacidad jurídica, las condiciones técnicas y la capacidad financiera de los proponentes serán objeto de verificación de cumplimiento como requisitos habilitantes para la participación en el proceso de selección y no otorgarán puntaje.

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

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



### 11.1 REQUISITOS HABILITANTES

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

### CAPACIDAD JURÍDICA

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

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

	<b>ESTUDIOS PREVIOS</b>	<b>CÓDIGO: AGJC-CN-FT-001</b>	
		<b>VERSIÓN: 12</b>	
		<b>FECHA DE APROBACIÓN: 03/01/2017</b>	
		<b>RESPONSABLE: CONTRATACIÓN</b>	

de presentación de la oferta y posterior suscripción del contrato, deberá allegarse la autorización correspondiente del órgano directo que lo faculta.

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

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

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

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

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

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



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

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

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

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

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

	<b>ESTUDIOS PREVIOS</b>	<b>CÓDIGO: AGJC-CN-FT-001</b>	
		<b>VERSIÓN: 12</b>	
		<b>FECHA DE APROBACIÓN: 03/01/2017</b>	
		<b>RESPONSABLE: CONTRATACIÓN</b>	

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

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

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

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

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

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

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

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




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

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

## **DOCUMENTO DE IDENTIFICACIÓN**

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

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

	<b>ESTUDIOS PREVIOS</b>	<b>CÓDIGO: AGJC-CN-FT-001</b>	 
		<b>VERSIÓN: 12</b>	
		<b>FECHA DE APROBACIÓN: 03/01/2017</b>	
		<b>RESPONSABLE: CONTRATACIÓN</b>	

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

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

## **APODERADO PARA OFERENTES EXTRANJEROS**

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

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

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




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

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

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

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

En el evento de resultar favorecido con la adjudicación un proponente extranjero sin domicilio ni sucursal en Colombia, para efectos de poder ejecutar el contrato deberá previamente constituir una sucursal en

	<b>ESTUDIOS PREVIOS</b>	<b>CÓDIGO: AGJC-CN-FT-001</b>	 
		<b>VERSIÓN: 12</b>	
		<b>FECHA DE APROBACIÓN: 03/01/2017</b>	
		<b>RESPONSABLE: CONTRATACIÓN</b>	

Colombia en los términos del Código de Comercio, de acuerdo con lo señalado en los artículos 471 y 474 del citado Código.

En cumplimiento de lo dispuesto en el artículo 874 del Código de Comercio, en concordancia con el Artículo 28 de la Ley 9 de 1991, el artículo 3 del Decreto 1735 de 1993 y la Resolución No. 8 de 2000, modificada por la Resolución 6 de 2006, emanada del Banco de la República, el valor en pesos colombianos del contrato o contratos celebrados en moneda distinta será el de la fecha de su suscripción o firma, de acuerdo con la tasa de cambio oficial que indique el Banco de la República.

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

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

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

<b>BENEFICIARIO</b>	CANAL CAPITAL, NIT 830.012.587-4
<b>AFIANZADO Y TOMADOR</b>	El afianzado es el proponente. Si es jurídica el nombre deberá indicarse como aparece en el Certificado de Existencia y Representación Legal. Si el proponente es un consorcio o unión temporal la garantía debe ser tomada a nombre del consorcio o unión temporal y el de cada uno de sus integrantes, así como su porcentaje de participación.
<b>VIGENCIA</b>	Noventa (90) días calendario contados a partir de la fecha de presentación de la propuesta.
<b>VALOR ASEGURADO</b>	Diez por ciento (10%) del valor del presupuesto oficial. Las cifras del valor de la póliza deben expresarse en pesos, sin utilizar decimales, para lo cual se aproximará al múltiplo de mil superior inmediato.
<b>OBJETO</b>	Amparar la seriedad de los ofrecimientos hechos por el proponente en la Convocatoria Publica No. 07 de 2019 cuyo objeto es: "Realizar el diseño, preproducción, producción y postproducción de la serie de "Valores Ciudadanos" para la línea Tema Libre – Ficción, en virtud de la Resolución 0005 de 2019 de la ANTV."
<b>FIRMA</b>	Suscrita por la aseguradora y el proponente tomador.




En todo caso, la garantía de la propuesta debe estar vigente hasta el perfeccionamiento y legalización del contrato resultante del presente proceso de selección. Esta garantía la hará efectiva el CANAL CAPITAL.

Una vez firmado y legalizado el contrato, CANAL CAPITAL devolverá el original de la garantía de seriedad presentada con las propuestas, a los proponentes que así lo soliciten.

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

El proponente persona jurídica o persona natural con personal a cargo, deberá presentar una certificación, expedida por el Revisor Fiscal, de acuerdo con los requerimientos de Ley, o por el Representante Legal, bajo la gravedad del juramento, cuando no se requiera Revisor Fiscal, en la que conste el pago de los aportes de sus empleados a los sistemas de salud, riesgos profesionales, pensiones y aportes a las Cajas



	<b>ESTUDIOS PREVIOS</b>	<b>CÓDIGO: AGJC-CN-FT-001</b>	 
		<b>VERSIÓN: 12</b>	
		<b>FECHA DE APROBACIÓN: 03/01/2017</b>	
		<b>RESPONSABLE: CONTRATACIÓN</b>	

de Compensación Familiar, Instituto Colombiano de Bienestar Familiar y Servicio Nacional de Aprendizaje. Dicho documento deberá certificar que, a la fecha de cierre del presente proceso de selección, ha realizado el pago de los aportes correspondientes a la nómina de los últimos seis (6) meses, contados a partir de la fecha del cierre del proceso de selección, en los cuales se haya causado la obligación de efectuar dichos pagos.

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

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

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

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

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

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

### **COMPROMISO DE TRANSPARENCIA**




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

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

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

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

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

	<b>ESTUDIOS PREVIOS</b>	<b>CÓDIGO: AGJC-CN-FT-001</b>	 
		<b>VERSIÓN: 12</b>	
		<b>FECHA DE APROBACIÓN: 03/01/2017</b>	
		<b>RESPONSABLE: CONTRATACIÓN</b>	

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

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

### **11.1.1. CAPACIDAD FINANCIERA**

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

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

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

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

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

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



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

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

### **INDICADOR**

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

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

	<b>ESTUDIOS PREVIOS</b>	<b>CÓDIGO: AGJC-CN-FT-001</b>	
		<b>VERSIÓN: 12</b>	
		<b>FECHA DE APROBACIÓN: 03/01/2017</b>	
		<b>RESPONSABLE: CONTRATACIÓN</b>	

**a. Capital de Trabajo:**

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

**b. Solvencia:**

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

**c. Nivel de Endeudamiento:**

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

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

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

**11.1.2. CAPACIDAD TÉCNICA**




Los proponentes deberán cumplir con todos los requerimientos técnicos establecidos en el Anexo No. 7 Especificaciones Técnicas. Para lo cual los proponentes deberán adjuntar con su propuesta el anexo mencionado debidamente suscrito por el proponente o apoderado debidamente facultado. Debe ser firmado por el proponente cuando es persona natural o, si es persona jurídica o si la oferta se presenta bajo la modalidad de consorcio o unión temporal, por el representante legal indicando su nombre y documento de identidad.

**11.1.3. EXPERIENCIA DEL PROPONENTE**

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

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

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

	<b>ESTUDIOS PREVIOS</b>	<b>CÓDIGO: AGJC-CN-FT-001</b>	 
		<b>VERSIÓN: 12</b>	
		<b>FECHA DE APROBACIÓN: 03/01/2017</b>	
		<b>RESPONSABLE: CONTRATACIÓN</b>	

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

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

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

Los proyectos certificados deberán sumar, de manera individual o acumulada, el valor del cien por ciento (100%) presupuesto oficial expresado en SMLMV, esto es 239 SMLMV. Para lo anterior, se tendrá en cuenta el valor de cada contrato aportado para acreditar la experiencia expresado en SMLMV a la fecha de terminación del mismo.

En caso de presentar la propuesta en Consorcio o Unión Temporal, al menos uno (1) de los miembros deberá acreditar, por sí solo, el setenta por ciento (70%) de la experiencia en SMLMV, esto es 167 SMLMV.




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

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

## **REGLAS APLICABLES A LA EXPERIENCIA**

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

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

	<b>ESTUDIOS PREVIOS</b>	<b>CÓDIGO: AGJC-CN-FT-001</b>	 
		<b>VERSIÓN: 12</b>	
		<b>FECHA DE APROBACIÓN: 03/01/2017</b>	
		<b>RESPONSABLE: CONTRATACIÓN</b>	

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

### **12.1 METODOLOGÍA**

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

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

### **12.2 FACTORES DE EVALUACIÓN DE LAS OFERTAS**




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

#### **12.2.1 CRITERIOS A EVALUAR**

El proponente deberá tener en cuenta que Canal Capital busca contenidos innovadores que se adapten a los nuevos escenarios de consumo y que respondan a la demanda de las "nuevas audiencias" con necesidad de interactuar, interpelar y co-crear. Contenidos competitivos a nivel internacional, que se viralicen a través de cualquier plataforma sin perder su esencia de formación en valores. Deben proponerse formatos disruptivos, historias universales y atemporales, experiencias audiovisuales en lugar de contenidos planos, contenidos con vocación de generar movilización en la audiencia. Los contenidos deben alejarse del imaginario institucional y deben concentrarse en la generación de impacto, comunicando de forma clara y directa el llamado a la acción. Por lo que Canal Capital espera formatos diferentes a talk shows, magazines, realities, transmisión de eventos, programas de opinión y/o de entrevistas.

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

<b>FORMULACIÓN DEL PROYECTO</b>	<b>PUNTAJE</b>
Idea Central de la propuesta	110
Estructura Narrativa	110
Enfoque	70
Investigación de contenidos	100
Story line de los capítulos	50
Tratamiento audiovisual de los capítulos	80
Guiones de los capítulos	50
<b>DESCRIPCIÓN DEL DESARROLLO TRANSMEDIA</b>	
Idea central contenido transmedia	80
Tratamiento transmedia	100
<b>DISEÑO DE PRODUCCIÓN</b>	100
<b>PUNTAJE TOTAL</b>	<b>850</b>

	<b>ESTUDIOS PREVIOS</b>	<b>CÓDIGO: AGJC-CN-FT-001</b>	 
		<b>VERSIÓN: 12</b>	
		<b>FECHA DE APROBACIÓN: 03/01/2017</b>	
		<b>RESPONSABLE: CONTRATACIÓN</b>	

**Notas:**

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

Además de la calificación de los criterios generales, el proponente podrá obtener un puntaje adicional, cuando éste ofrezca un mayor número de capítulos a realizar al mínimo requerido de quince (15) capítulos Temática Libre - Ficción, así:

CAPÍTULOS ADICIONALES	PUNTAJE
16 – 17 capítulos	10
18 – 19 capítulos	20
20 capítulos en adelante	30

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

**12.2.2.1. PROYECTO GENERAL**

**IDEA CENTRAL (MÁXIMO 110 PUNTOS)**

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

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

Debe resumir integralmente el proyecto, formato específico, género, temática, narrativa y objetivo de comunicación enfocado hacia su propuesta. Recuerde que deben proponerse formatos disruptivos, historias universales y atemporales, experiencias audiovisuales en lugar de contenidos planos, contenidos con vocación de generar movilización en la audiencia. El proyecto debe sorprender por su capacidad para divertir y educar al mismo tiempo, dando un sello de originalidad para el canal.

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




**ESTRUCTURA NARRATIVA (MÁXIMO 110 PUNTOS)**

La estructura narrativa debe ser específica y coherente de manera que permita identificar cuáles son dos (2) de los subtemas que se desarrollarán dentro de la propuesta. Además, debe identificar cuál es el gancho, pregunta central o call to action que articulará todas las piezas de la propuesta (audiovisuales y transmédicas), y las plataformas en las que éstas circularán.

Recuerde que la estructura de la propuesta debe adaptarse a los nuevos escenarios de consumo y que respondan a la demanda de las “nuevas audiencias” con necesidad de interactuar, interpelar y co-crear.

Las piezas transmédicas deben ser sostenibles a través de las plataformas propias del canal, garantizando su circulación durante al menos 6 meses.



	<b>ESTUDIOS PREVIOS</b>	<b>CÓDIGO: AGJC-CN-FT-001</b>	 
		<b>VERSIÓN: 12</b>	
		<b>FECHA DE APROBACIÓN: 03/01/2017</b>	
		<b>RESPONSABLE: CONTRATACIÓN</b>	

### **ENFOQUE (MÁXIMO 70 PUNTOS)**

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

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

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

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

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

Se evaluará el marco conceptual que propongan para el desarrollo de los contenidos, evidenciando conocimiento del tema principal y los subtemas tanto en términos generales, como en cuanto a las especificidades que sustenten el enfoque propuesto.

Debe establecer y delimitar un universo temático adecuado, suficiente y pertinente para la audiencia objetivo.

Los componentes de la investigación deben estar suficientemente desarrollados y útiles para la propuesta narrativa, audiovisual y transmedial.

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

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

### **STORY LINE DE LOS CAPÍTULOOS (MÁXIMO 50 PUNTOS)**




Permite prever que el desarrollo de la historia será coherente con el formato de los capítulos y como se desarrollarán los subtemas de la propuesta.

### **TRATAMIENTO AUDIOVISUAL DE LOS CAPÍTULOOS (MÁXIMO 80 PUNTOS)**

El diseño audiovisual expone con claridad la forma en que se hará el registro visual: óptica, movimientos de cámara, iluminación, etc.

El diseño audiovisual expone con claridad la forma en que se hará el registro sonoro: registro, música, efectos.

El diseño audiovisual expone con claridad la forma en que será tratada la edición de las piezas: ritmo, créditos, gráficas, composiciones.

	<b>ESTUDIOS PREVIOS</b>	<b>CÓDIGO: AGJC-CN-FT-001</b>	 
		<b>VERSIÓN: 12</b>	
		<b>FECHA DE APROBACIÓN: 03/01/2017</b>	
		<b>RESPONSABLE: CONTRATACIÓN</b>	

El tratamiento audiovisual debe evocar una narrativa publicitaria toda vez que se requieren mensajes de impacto, claridad, contundencia y alta circulación y recordación en la audiencia.

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

- La duración de los guiones no debe superar el tiempo propuesto para la línea de Tema Libre (ver: **ESPECIFICACIONES MÍNIMAS PARA LA CONTRATACIÓN**). Se evaluará la correspondencia entre los guiones y el Tag Line de los capítulos, así como el ingenio con que logren generar impacto y posicionamiento del call to action.
- El guion plantea una situación y no un relato, un gag, como unidad mínima más de situación que de acción.
- Se identifica claramente el gancho en los primeros diez segundos de la pieza, es impactante.
- La pieza posibilita la prolongación del contenido por cuenta del espectador que habrá entendido la premisa y al mismo tiempo podrá ampliar su sentido.

### **DESCRIPCIÓN DEL DESARROLLO TRANSMEDIA**

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

Desglose y descripción de elementos transmedia integrados a la idea central de la formulación del proyecto.

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

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

Se valora que cada pieza transmedia sea medio de expansión de la historia planteada y apoye la difusión, especialmente digital, de todos los contenidos que componen el relato.

Se identifica claramente el tipo de expansión de la pieza transmedial, (promoción, contenidos y/o estética). Se identifica claramente que el proponente hace de la cultura, la diversidad y la tecnología temas transversales a todo el contenido.



Se identifica claramente en la descripción de cada pieza transmedial, qué objetivo preciso y particular tiene dentro de toda la estrategia y dentro de la estructura narrativa del proyecto, y cómo expande el contenido de manera particular.

Se identifica clara y justificadamente la audiencia objetivo y cómo el mensaje está enfocado y presentado a ésta.

Se identifica claramente cuál es o son las plataformas de difusión previstas y qué tipo de interacciones con otras piezas y otras audiencias quiere suscitar.

Se identifica claramente el tiempo de sostenibilidad que tiene la pieza transmedial en la plataforma y que corresponda a lo establecido en la convocatoria.

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

	<b>ESTUDIOS PREVIOS</b>	<b>CÓDIGO: AGJC-CN-FT-001</b>	
		<b>VERSIÓN: 12</b>	
		<b>FECHA DE APROBACIÓN: 03/01/2017</b>	
		<b>RESPONSABLE: CONTRATACIÓN</b>	

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

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

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

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

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

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

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

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




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

### a. Cronograma

Deberá evidenciar que el desarrollo de la propuesta tiene en cuenta los tiempos de ejecución contemplando todas las fases del proyecto (preproducción, producción y postproducción de los capítulos y del contenido transmmedia), aprobaciones del canal dentro de las fases, flujo de caja y estrategia de difusión de toda la propuesta.

### b. Presupuesto:

- Se deberá presentar en el Anexo No. 8 - Presupuesto, para tal efecto, se entiende costeadada la totalidad de los bienes y servicios señalados en el anexo (sin modificar las especificaciones del mismo), con el diligenciamiento de los requisitos técnicos y las actividades determinadas.
- Se identificará que la proyección presupuestal detallada esté acorde con los precios del mercado, así como que esté acorde con los tiempos y condiciones establecidas en la presente convocatoria.
- Los precios que se ofrezcan deberán incluir la realización de todas las obligaciones inherentes a la ejecución del contrato resultante de la oferta, incluyendo gastos generales, costo de las garantías a entregar, beneficio o utilidad del contratista, transporte, almacenamiento, salarios, fletes, impre-vistos, seguros o impuestos. Los valores propuestos deberán contemplar todos los costos directos e indirectos en los cuales incurra el proponente para la correcta ejecución del objeto de la presente contratación.
- De igual manera, el proponente al entregar la propuesta económica, acepta que ha realizado el análisis de su modelo financiero teniendo en cuenta el costo de cada uno de los servicios y que

	<b>ESTUDIOS PREVIOS</b>	<b>CÓDIGO: AGJC-CN-FT-001</b>	 
		<b>VERSIÓN: 12</b>	
		<b>FECHA DE APROBACIÓN: 03/01/2017</b>	
		<b>RESPONSABLE: CONTRATACIÓN</b>	

estarán a su cargo todos los impuestos, tasas, contribuciones establecidos por las diferentes autoridades nacionales, territoriales y departamentales.

- De conformidad con lo establecido en el Estatuto Tributario, la propuesta deberá incluir el valor del IVA, en caso de que haya lugar.
- El proponente seleccionado debe tener en cuenta que, si en el desarrollo del contrato su régimen del impuesto de ventas cambia de simplificado a común, deberá asumir el impuesto a las ventas que tenga obligación de facturar.
- Cuando el oferente no aclare lo relacionado con los impuestos, se considerarán incluidos y a quien se le adjudique no se le reconocerá el valor adicional de este concepto. En caso de que el proponente no indique el impuesto a las ventas (IVA) y haya lugar a éste, se entenderá que éste se encuentra incluido en el valor global (IVA PRESUNTO).
- El comité evaluador efectuará la verificación aritmética de las propuestas presentadas y que las mismas cumplan con lo señalado en el anexo y en caso de error aritmético serán corregidas. Con base en la corrección se tomará el valor de la oferta.
- Será total responsabilidad del proponente la verificación de la sumatoria del presupuesto presentado. En caso de errores y omisiones en que incurra al formular la propuesta económica deberá asumir los mayores costos o pérdida que se deriven de los mismos.
- La propuesta se presentará en pesos colombianos, que es la moneda oficial, conforme lo descrito a la ley 31 de 1992. Con el fin de dar cumplimiento a la Resolución 222 del 5 de julio de 2006 de la Contaduría General de la Nación para la presentación de la oferta económica en el Anexo No. 8
  - Presupuesto no se deben utilizar centavos. Por lo tanto, el valor total de la propuesta económica deberá presentarse en números enteros.

### **Reglas de la propuesta económica**

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




#### c. Organigrama

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

### **12.2.3 REQUISITOS PARA OBTENER PUNTAJE**

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

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

	<b>ESTUDIOS PREVIOS</b>	<b>CÓDIGO: AGJC-CN-FT-001</b>	 
		<b>VERSIÓN: 12</b>	
		<b>FECHA DE APROBACIÓN: 03/01/2017</b>	
		<b>RESPONSABLE: CONTRATACIÓN</b>	

### 12.2.4 ESTÍMULO A LA INDUSTRIA COLOMBIANA (MÁXIMO 100 PUNTOS)

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

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

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

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

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

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




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

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

#### MATRIZ DE RIESGO

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

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

	<b>ESTUDIOS PREVIOS</b>	<b>CÓDIGO: AGJC-CN-FT-001</b>	 
		<b>VERSIÓN: 12</b>	
		<b>FECHA DE APROBACIÓN: 03/01/2017</b>	
		<b>RESPONSABLE: CONTRATACIÓN</b>	

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

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

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

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

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



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

N	CLASE	ÁREA	ETAPA	TIPO	DESCRIPCIÓN (QUÉ PUEDE PASAR Y SI ES POSIBLE, CÓMO PUEDE PASAR)	CONSECUENCIA DE LA OCURRENCIA DEL EVENTO	PRIORIDAD	TRATAMIENTO CONTROLES A SER IMPLEMENTADOS	IMPACTO DESPUÉS DEL TRATAMIENTO	CONTROL Y MONITOREO		Resultado Final
										CÓMO	CUÁNDO	
1	Específico	Interno	precontractual	legales	La modalidad de contratación es adecuada para el bien servicio u obra necesitado.	Demandas contenciosas administrativas, que busquen la nulidad del proceso de selección.	Riesgo bajo	Para mitigar su ocurrencia se debe hacer un estudio en contexto del objeto a contratar, las obligaciones y las entregas del contratista, entre la dependencia solicitante y la oficina asesora jurídica.	ALTO	Elaboración de los estudios previos, con acompañamiento de la Oficina Asesora jurídica.	Durante la elaboración de estudios previos.	Si aplica para la presente modalidad de contratación



° N	CLASE	ÁREA	ETAPA	TIPO	DESCRIPCIÓN (QUÉ PUEDE PASAR Y SI ES POSIBLE, CÓMO PUEDE PASAR)	CONSECUENCIA DE LA OCURRENCIA DEL EVENTO	PRIORIDAD	TRATAMIENTO CONTROLES A SER IMPLEMENTADOS	IMPACTO DESPUÉS DEL TRATAMIENTO	CONTROL Y MONITOREO		Resultado Final
										CÓMO	CUÁNDO	
2	Específico	Interno y externo	Precontractual- Estudios previos	Financieros –Económicos, operacional, legales y negocios	Los requisitos habilitantes no son los apropiados para el Proceso de Contratación y no es posible encontrar proponentes que los cumplan incluyendo los Riesgos relacionados con la habilidad para determinar requisitos habilitantes consistentes con el Proceso de Contratación y con el sector económico en el que actúan los posibles oferentes.	Que se declare desierto el proceso de selección	Riesgo bajo	Hacer un adecuado estudio del sector	ALTO	El área solicitante debe, hacer una consulta de los posibles oferentes, para analizar el sector.	Elaboración de los estudios previos.	No aplica para la presente modalidad de contratación
3	Específico	Interno y externo	Precontractual- Estudios previos	Financieros –Económicos, operacional, legales y negocios	El valor del contrato no corresponde a los precios del mercado.	Que se declare desierto el proceso de selección	Riesgo bajo	Hacer un adecuado estudio del sector	ALTO	El área solicitante debe, hacer una consulta de los posibles oferentes, para analizar el sector.	Elaboración de los estudios previos.	No aplica para la presente modalidad de contratación
4	Específico	Interno y externo	Precontractual- Estudios previos	Financieros –Económicos, operacional, legales y negocios	La descripción del bien o servicio requerido no es claro.	Que se declare desierto el proceso de selección	Riesgo bajo	Redactar claramente los objetos contractuales, guardando coherencia técnica y jurídica.	ALTO	El área solicitante debe, hacer una descripción concreta y suficiente del bien o servicio a contratar.	Elaboración de los estudios previos.	Si aplica para la presente modalidad de contratación

° N	CLASE	ÁREA	ETAPA	TIPO	DESCRIPCIÓN (QUÉ PUEDE PASAR Y SI ES POSIBLE, CÓMO PUEDE PASAR)	CONSECUENCIA DE LA OCURRENCIA DEL EVENTO	PRIORIDAD	TRATAMIENTO CONTROLES A SER IMPLEMENTADOS	IMPACTO DESPUÉS DEL TRATAMIENTO	CONTROL Y MONITOREO		Resultado Final
										CÓMO	CUÁNDO	
5	Específico	Interno y externo	Precontractual- Estudios previos	Financieros –Económicos, operacional, legales y negocios	El Proceso de Contratación cuenta con las condiciones que garantizan la transparencia, equidad y competencia entre los proponentes.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. No se garantiza la participación plural de oferentes.</li> <li>2. Que se declare desierto el proceso de selección.</li> <li>3. Que se presenten demandas, en contra de la entidad.</li> </ol>	Riesgo bajo	Hacer un adecuado estudio del sector. Establecer requisitos habilitantes, acuerdos con el sector, que permita la participación plural de oferentes.	ALTO	El área solicitante debe, hacer una consulta amplia de los posibles oferentes, para fijar los requisitos habilitantes.	Elaboración de los estudios previos.	No aplica para la presente modalidad de contratación
6	Específico	Interno y externo	Precontractual- Estudios previos	Financieros –Económicos, operacional, legales y negocios	El estudio de mercado no permite identificar los aspectos de oferta y demanda del mercado Respectivo.	Que se declare desierto el proceso de selección	Riesgo bajo	Hacer un adecuado estudio del sector.	ALTO	El área solicitante debe, hacer una consulta de los aspectos de la oferta y la demanda del mercado respectivo.	Elaboración de los estudios previos.	No aplica para la presente modalidad de contratación
7	Específico	Interno y externo	Precontractual- Estudios previos	Financieros –Económicos, operacional, legales y negocios	El diseño del Proceso de Contratación permite satisfacer las necesidades de la Entidad Estatal, cumplir su misión y si es coherente, con el cumplimiento de sus objetivos y metas.	Que no se cumplan con las metas trazadas en el POA de la entidad y en otros instrumentos de planificación.	Riesgo bajo	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Priorizar las reales necesidades misionales del IDEAM.</li> </ol>	ALTO	El área debe justificar, con base en los planes, proyectos y programas del IDEAM, sus necesidades de contratación.	Elaboración de los diferentes planes del IDEAM (POA, Planes operativos, de contratación etc.)	Si aplica para la presente modalidad de contratación

	<b>ESTUDIOS PREVIOS</b>	<b>CÓDIGO: AGJC-CN-FT-001</b>	 <b>BOGOTÁ MEJOR PARA TODOS</b>
		<b>VERSIÓN: 12</b>	
		<b>FECHA DE APROBACIÓN:</b> <b>03/01/2017</b>	
		<b>RESPONSABLE: CONTRATACIÓN</b>	




° N	CLASE	ÁREA	ETAPA	TIPO	DESCRIPCIÓN (QUÉ PUEDE PASAR Y SI ES POSIBLE, CÓMO PUEDE PASAR)	CONSECUENCIA DE LA OCURRENCIA DEL EVENTO	PRIORIDAD	TRATAMIENTO CONTROLES A SER IMPLEMENTADOS	IMPACTO DESPUÉS DEL TRATAMIENTO	CONTROL Y MONITOREO		Resultado Final
										CÓMO	CUÁNDO	
8	Específico	Interno y externo	Precontractual- Selección	Financieros –Económicos, operacional, legales y negocios	Falta de capacidad de la Entidad Estatal para promover y adelantar la selección del contratista, incluyendo el riesgo de seleccionar aquellos que no cumplan con la totalidad de los requisitos Habilitantes o se encuentren incurso en alguna inhabilidad o incompatibilidad.	Que no se contrate conforme a las normas de contratación estatal.	Riesgo Mediano	Los miembros del comité evaluador deben, verificar minuciosamente el cumplimiento de cada uno de los requisitos habilitantes solicitados.	ALTO	Haciendo una evaluación cuidadosa de todos los documentos presentados por los oferentes.	En la evaluación de la propuesta.	No aplica para la presente modalidad de contratación
9	Específico	Interno y externo	Precontractual- Selección	Financieros –Económicos	Riesgo de ofertas artificialmente bajas.	Incumplimiento del objeto contractual.	Riesgo Mediano	Los miembros del comité evaluador deben, verificar minuciosamente el valor de la oferta.	ALTO	Haciendo una evaluación cuidadosa del valor de la oferta.	En la evaluación de la propuesta.	No aplica para la presente modalidad de contratación

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

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

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

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

	<b>ESTUDIOS PREVIOS</b>	<b>CÓDIGO: AGJC-CN-FT-001</b>	 
		<b>VERSIÓN: 12</b>	
		<b>FECHA DE APROBACIÓN: 03/01/2017</b>	
		<b>RESPONSABLE: CONTRATACIÓN</b>	

**B. PARA GARANTIZAR LOS PERJUICIOS DE NATURALEZA CONTRACTUAL O EXTRA-CONTRACTUAL**

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

**15. ANEXOS**

- Certificado de Disponibilidad Presupuestal – CDP.
- Certificaciones de experiencia.
- Todos aquellos documentos en los cuales se soporta la futura contratación.

**16. RESPONSABLES**

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