

	SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD	Código: MA-GC-F52
	GESTIÓN CONTRACTUAL	Versión: 0
	ESTUDIO DE SECTOR Y MERCADO.	Fecha: 26/11/2018 Página: 1 de 21

ESTUDIO DE SECTOR Y MERCADO

OBJETO

Contratar bajo la modalidad de producción por encargo, el diseño, la preproducción, producción y postproducción del proyecto "*Así suena...*" o como llegue a denominarse, en el marco de la Resolución No. 066 del 20 de enero de 2021 expedida por el Fondo Único de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones. Todo de conformidad con la naturaleza del servicio y con la propuesta presentada por el contratista la cual hace parte integral del contrato.

Agosto 2021

	SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD	Código: MA-GC-F52
	GESTIÓN CONTRACTUAL	Versión: 0
	ESTUDIO DE SECTOR Y MERCADO.	Fecha: 26/11/2018 Página: 2 de 21

CONTENIDO:

1. Descripción de la necesidad.....	3
2.1.1 Aspecto Económico:.....	5
2.2 Análisis de la Demanda:.....	15
2.2.1 ¿Cómo la Entidad en el pasado ha adquirido el servicio a contratar? 15	
2.2.2 ¿Cómo adquieren las otras Entidades Estatales y las Empresas Privadas este servicio?.... Error! Bookmark not defined.	
3. Análisis de la oferta costos y/o precios promedio del mercado.....	19
4. Conclusiones	20

	SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD	Código: MA-GC-F52
	GESTIÓN CONTRACTUAL	Versión: 0
	ESTUDIO DE SECTOR Y MERCADO.	Fecha: 26/11/2018 Página: 3 de 21

1. Descripción de la necesidad.

TEVEANDINA LTDA., es un Canal que presta el servicio de televisión pública regional de conformidad con lo consagrado en la Ley 182 de 1995 y demás normas concordantes, que de acuerdo con sus Estatutos Internos, aprobados mediante el Decreto 878 de 1998 y demás modificaciones, TEVEANDINA LTDA., tiene como objeto social la prestación y explotación del servicio de televisión regional, de conformidad con los fines y principios del servicio de televisión establecidos en la citada Ley así como la prestación otros servicios de telecomunicaciones y de aplicaciones que permitan la convergencia digital.

TEVEANDINA LTDA., desarrolla su actividad contractual enmarcada dentro de los postulados del derecho privado, así como las condiciones normativas indicadas en el artículo 37 de la Ley 182 de 1995, el artículo 14 de la Ley 1150 de 2007 modificado por el artículo 93 de la Ley 1474 de 2011 y su Manual de Contratación vigente adoptado mediante el Acuerdo 008 de 2017 y las normas que lo modifiquen o adicionen.

TEVEANDINA LTDA. al prestar, operar y comercializar el servicio público de televisión regional, actividades de producción, coproducción, programación, emisión y comercialización, y en general todas actividades que conducen al desarrollo del objeto social para el cual fue creada como Empresa Industrial y Comercial del Estado, con sujeción a las normas especiales legales vigentes de derecho privado.

Canal Trece tiene cobertura en catorce departamentos (Amazonas, Arauca, Boyacá, Cundinamarca, Casanare, Caquetá, Guainía, Guaviare, Huila, Meta, Putumayo, Tolima, Vaupés y Vichada), que representan el 44% del territorio nacional, alcanzando el 92% de cobertura a través de televisión por cable, en consecuencia, Canal Trece es el canal regional de mayor alcance en nuestro país, y tiene por objetivo crear, producir y difundir contenidos en televisión y plataformas digitales con el fin de impulsar la expresión y la participación de sus audiencias en la construcción de una ciudadanía crítica que represente sus realidades particulares. Adicionalmente, la Entidad busca reflejar en su programación una amplia gama de posibilidades que incluye perspectivas de diversidad cultural, diversidad geográfica, diversidad étnica y lingüística, biodiversidad, así como diversidad de género.

De otra parte, para el fortalecimiento de la oferta de contenidos de los medios públicos, el MINTIC, en el artículo 21 de la Ley 1978 del 25 de julio de 2019, establece que: "El objeto del Fondo Único de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones es financiar los planes, programas y proyectos para facilitar prioritariamente el acceso universal y el servicio universal de todos los habitantes del territorio nacional a las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, garantizar el fortalecimiento de la televisión pública, la promoción de los contenidos multiplataforma de interés público y cultural, y la apropiación social y productiva de las TIC, así como apoyar las actividades del Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones y la Agencia Nacional Espectro, y el mejoramiento de su capacidad administrativa, técnica y operativa para el cumplimiento de sus funciones".

Por otra parte, de acuerdo con la Resolución 922 de 2020 del Ministerio de las TIC, artículo 15, numeral F, la cual establece: "Ejecutar, a través de convocatorias públicas, como mínimo el 20% de los recursos destinados a la línea de inversión "Contenidos de programación educativa y cultural multiplataforma" del plan de inversión de los operadores públicos regionales de televisión, dando prioridad a los productores de origen y domicilio en la respectiva región." En concordancia, TEVEANDINA LTDA, ha dispuesto el veinte por ciento (20%) de los recursos asignados por el Fondo Único de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones mediante la Resolución No. 066 del 20 de enero de 2021 "por la cual se asignan a TV ANDINA LTDA. recursos para el diseño, desarrollo y producción de contenido de programación educativa y cultural multiplataforma" para ser ejecutados mediante concurso público dando prioridad a los productores de origen y domicilio en la Región Trece TEVEANDINA LTDA, a saber: Amazonas, Arauca, Boyacá, Cundinamarca, Casanare, Caquetá, Guainía, Guaviare, Huila, Meta, Putumayo, Tolima, Vaupés y Vichada, la cual se entenderá de ahora en adelante como Región Trece.

El día 21 de julio de 2021, Teveandina LTDA – Canal Trece lanzó la convocatoria pública número 007 de 2021, la cual buscaba contratar bajo la modalidad de concurso público seis (6) proponentes singulares y/o plurales, domiciliados en la región trece, distribuidos en seis (6) lotes que se agruparon en dos proyectos así: 1.) Proyecto 1. Sembradores (lotes A,B,C,D) y 2.) Proyecto 2. Así suena... (Lotes E y F).

La convocatoria pública 007 de 2021, cerró el día 12 de agosto de 2021 a las 11:00 a.m. Canal Trece recibió un total de diez (10) propuestas. Por un lado, nueve (9) propuestas que aplicaron al proyecto 1. Sembradores (lotes A, B, C y D) y por otro lado, una (1) propuesta que aplicó al proyecto 2. Así suena (lotes E y F). Esto implica que necesariamente queda desierto un lote del Proyecto 2. Así suena (lote F).

	SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD	Código: MA-GC-F52
	GESTIÓN CONTRACTUAL	Versión: 0
	ESTUDIO DE SECTOR Y MERCADO.	Fecha: 26/11/2018 Página: 4 de 21

Dado que se requieren mínimo dos (2) propuestas para el Proyecto 2. Así suena... y actualmente se cuenta con solo una (1) propuesta audiovisual allegada por convocatoria pública 007 de 2021, es de carácter perentorio abrir nuevamente una convocatoria pública con el fin contratar bajo la modalidad de concurso público un (1) proponente singular y/o plural, domiciliado en la Región Trece, que realice el diseño, preproducción, producción y posproducción del proyecto audiovisual Así suena... (Lote F). Lo anterior, dando cumplimiento a la Resolución 922 de 2020 del Ministerio de las TIC, artículo 15, numeral F, citada en este mismo documento.

Por las razones anteriormente expuestas, Canal Trece Teveandina Ltda tiene la necesidad de contratar, mediante concurso público, un (1) proponente que realice el diseño, preproducción, producción y posproducción del proyecto audiovisual Así suena (lote F), el cual se describe en detalle a continuación:

Proyecto- Así suena... (lote F): (o como llegue a denominarse)

Así suena... es una serie documental de cinco (5) capítulos de 24 minutos de duración cada uno. El adjudicatario de este proceso de selección tendrá la misión de ejecutar los cinco (5) capítulos de la serie documental, así como sus respectivos componentes transmedia. Se espera de "Así suena..." una serie documental que encuentre en las experiencias sonoras los mejores pretextos para explorar el área de cobertura de Canal Trece. La serie contará historias basadas en lugares, protagonistas, costumbres y circunstancias diferentes que ocurren alrededor de la experiencia de escucha que existe detrás de un paisaje sonoro, y se convierten en el hilo conductor que narrará la riqueza natural, étnica y/o sociocultural de los territorios.

¿Qué pasa cuando cerramos los ojos y descubrimos nuestro entorno desde los sonidos que se dan cita en él? ¿Cuántos viajes podemos emprender guiados fundamentalmente por las pistas que entran por nuestros oídos? El formato "Así suena...", que ya se ha convertido en una franquicia para Canal Trece después de series como "Así suena la noche" y "Así suena la comida", esta vez propone una serie documental de cinco capítulos que invitará a descubrir la gran Región Trece (sus gentes, paisajes y costumbres) a partir de un arco narrativo orientado principalmente por los sonidos y la forma en que los mismos dan cuenta de la naturaleza particular de cada territorio. Para efectos de estos cinco capítulos de "Así suena...", para Canal Trece sería ideal, mas no obligatorio, que el universo narrativo del proyecto estuviera ubicado en las subregiones de la Orinoquía y Amazonía (planteando historias en los departamentos de Arauca, Casanare, Vichada, Meta, Amazonas, Putumayo, Caquetá, Guainía, Guaviare o Vaupés). Dentro de lo que es vivir, explorar y narrar un lugar a partir del sonido, se potenciará también la posibilidad de crear unos componentes transmediales que estimulen los sentidos más allá de lo planteado para pantalla de televisión. Como se indicó anteriormente, este proyecto será ejecutado por un (1) proponente quién tendrá a su cargo la producción de cinco (5) capítulos de la serie cuyo universo narrativo se encontrará dentro del área de cobertura de Canal Trece.

Con el proyecto *Así suena...*, Canal Trece hace honor a su apuesta de abrir espacios para la creación por parte de un sector audiovisual joven y joven adulto basado en región, todo esto para seguir consolidando un repertorio de contenidos diverso en géneros y formatos audiovisuales, que atienda necesidades democráticas, sociales y culturales de los ciudadanos, garantizando su libre acceso a la información, la cultura, la educación y el entretenimiento de calidad.

La descripción detallada de los proyectos a desarrollar se presenta en el **ANEXO 1: ESPECIFICACIONES TÉCNICAS**.

2. Análisis del Sector Económico

A continuación, se presenta el análisis correspondiente del sector económico al cual pertenece al objeto del contrato, es decir, el análisis del mercado relativo al proceso de contratación. Para ello, se hace una revisión de los aspectos generales del mercado, cómo y quiénes pueden proveer los servicios de producción para todas las fases requeridas en la ejecución del proyecto "Así suena...", los cuales se encuentran dentro de los recursos otorgados en Resolución 066 del 20 de enero de 2021 del Fondo Único de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, para suplir las necesidades de la entidad; y el contexto de los posibles proveedores desarrollan su actividad.

a. Análisis del mercado

Se analizarán a continuación los siguientes aspectos: Económico, Técnico y Regulatorio.

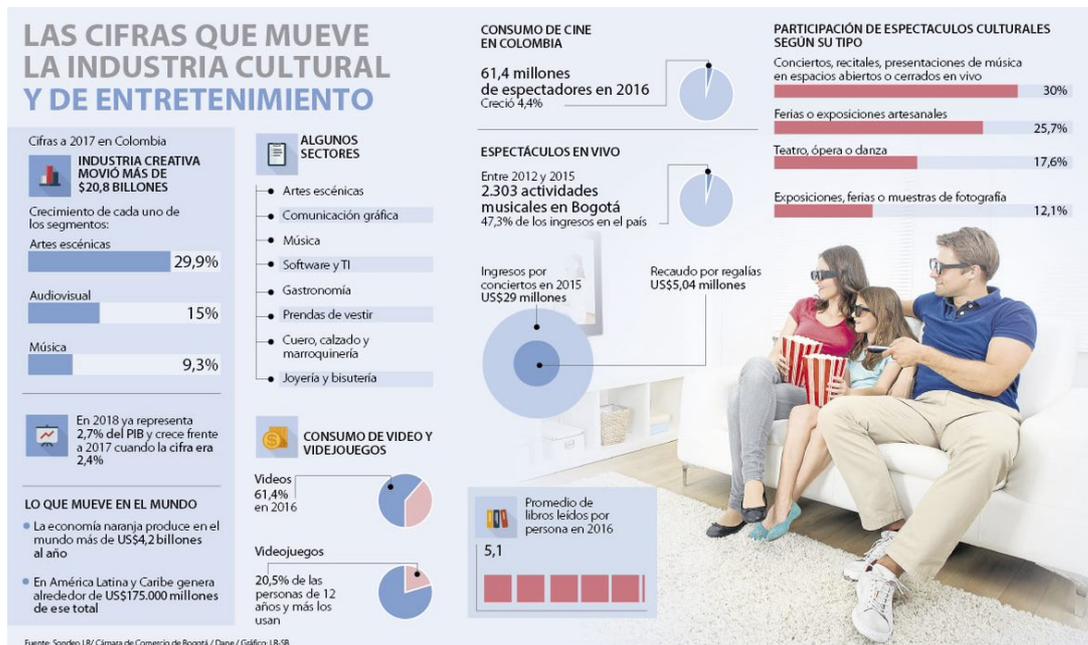
	SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD	Código: MA-GC-F52
	GESTIÓN CONTRACTUAL	Versión: 0
	ESTUDIO DE SECTOR Y MERCADO.	Fecha: 26/11/2018 Página: 5 de 21

2.1.1 Aspecto Económico:

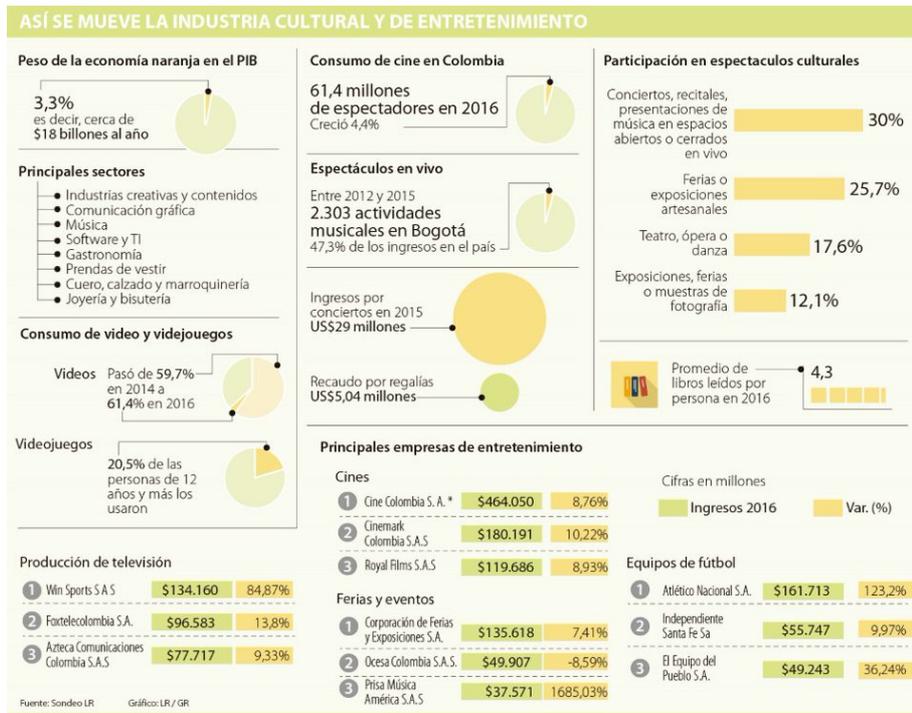
De acuerdo con el BID Banco Interamericano de Desarrollo, se define a la economía naranja como "conjunto de actividades que de modo encadenado permiten que las ideas se transformen en bienes y servicios culturales, cuyo valor está determinado por su contenido de propiedad intelectual" esta permite vincula tres elementos: creatividad, artes y cultura; derechos de propiedad intelectual; y la cadena de valor creativo. Por tanto allí convergen todas las industrias culturales, creativas o de entretenimiento, tales como la arquitectura, artes visuales, escénicas, cine, diseño, editorial, investigación, moda, música, publicidad, audiovisuales, circo, nuevas tecnologías, entre otras.

La industria creativa se ha convertido en un motor importante de desarrollo y economía, mediante la generación de empleo. Según el BID en 2011 "la economía naranja generó US\$4,3 billones, con lo cual se constituye en la cuarta economía del mundo". En cuanto a la generación de empleos, solamente en Estados Unidos la industria del entretenimiento genera siete millones de empleos, cifra que es importante a considerar y según el BID en 2015 generó ingresos por US 124.000 millones y generó empleos a 1,9 millones de personas en Latinoamérica y el Caribe.

El potencial de la economía naranja es enorme y ya se observa en el PIB. Solo en el 2017 movió más de \$20 billones entre la industria musical, productos audiovisuales y artes escénicas, con un crecimiento de los ingresos en 9,3%; 15% y 29,9%, respectivamente, lo que es casi 2,3% del Producto Interno Bruto, un porcentaje igual o superior a otras actividades económicas que reciben más subsidios. En todo el mundo, la economía naranja tiene un valor aproximado a los US\$4,2 billones, en industrias que cada día transforman la manera cómo nos entretenemos o nos informamos. En América Latina, la cifra casi se acerca a los US\$200.000 millones, en donde Colombia es uno de los más representativos.



Según un estudio del Foro Económico Mundial en 2016, Colombia es el cuarto país más innovador de 44 en el mundo. También ocupa el décimo lugar en el escalafón global de Capital Humano Emprendedor y, según cifras de Colombia Emprende, es el número uno en América Latina. Por su parte, Confecámaras señala que en el primer semestre de 2016 se crearon 161.745 unidades productivas: 40.160 sociedades y 121.585 personas naturales, un crecimiento de 17% con respecto al año anterior.



En Colombia la última medición de la Cuenta Satélite de Cultura (CSC) definió el valor agregado en 6.238.728 millones de pesos colombianos, en 2016 (DANE, 2017: 1). Los segmentos analizados en este ejercicio fueron: música, artes escénicas, artes visuales, audiovisual, diseño publicitario, creación, libros y publicaciones, educación cultural, así como juegos y juguetes.

De forma provisional, en 2016 el campo cultural creció 0,3% y en el análisis de las variaciones de 2016 con respecto a 2015, los segmentos culturales más dinámicos fueron la educación cultural, con un aumento del 11,6%, y el audiovisual, con un aumento del 0,2% (DANE, 2017: 1). Sobre el sector audio - visual, en 2015, una interpretación oficial aseguraba que "de acuerdo con los resultados de la Cuenta Satélite de Cultura, el valor agregado del sector audiovisual a precios constantes ha experimentado un crecimiento del 109% entre el 2005 y el 2012, con un valor de 1,14 billones de pesos para alcanzar los 2,39 billones de pesos, respectivamente. Este hecho evidencia que el audiovisual es uno de los sectores con mayor actividad y crecimiento, no solo del campo cultural, sino de la economía nacional, gracias al uso y aplicación de nuevas tecnologías para la producción y distribución de contenidos y la implementación de políticas públicas que permiten el fortalecimiento sectorial" (2015: 11). Las exportaciones de las industrias creativas colombianas fueron de 912,35 millones de dólares en los campos de artesanías, audiovisuales, diseño, nuevos medios, artes escénicas, artes visuales y publicidad.

De estos, 452,12 millones de dólares corresponden a bienes creativos (Unctad, 2016: 36). El empleo cultural en Colombia, según la Unesco, para 2014 era de 2,1% (Unesco, 2014). Para la Cepal/OEI (2014), esta cifra significaba el 1%.

De acuerdo con el DANE, en Colombia el aporte de la economía naranja al Valor Agregado Nacional total ha presentado un aumento notable en los últimos años, pasando de 1,9% en 2014 a 3,2% para 2018. El aporte en pesos para 2018 correspondió a 28,4 billones de los cuales 6,33 billones provenían de Industrias

	SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD	Código: MA-GC-F52
	GESTIÓN CONTRACTUAL	Versión: 0
	ESTUDIO DE SECTOR Y MERCADO.	Fecha: 26/11/2018 Página: 7 de 21

Culturales Convencionales (sector editorial, audiovisual, las agencias de noticias y el sector editorial). En materia de empleo para este mismo año, el DANE pudo establecer que hubo 539.932 personas empleadas, de las cuales 72.014 correspondieron a las industrias culturales.

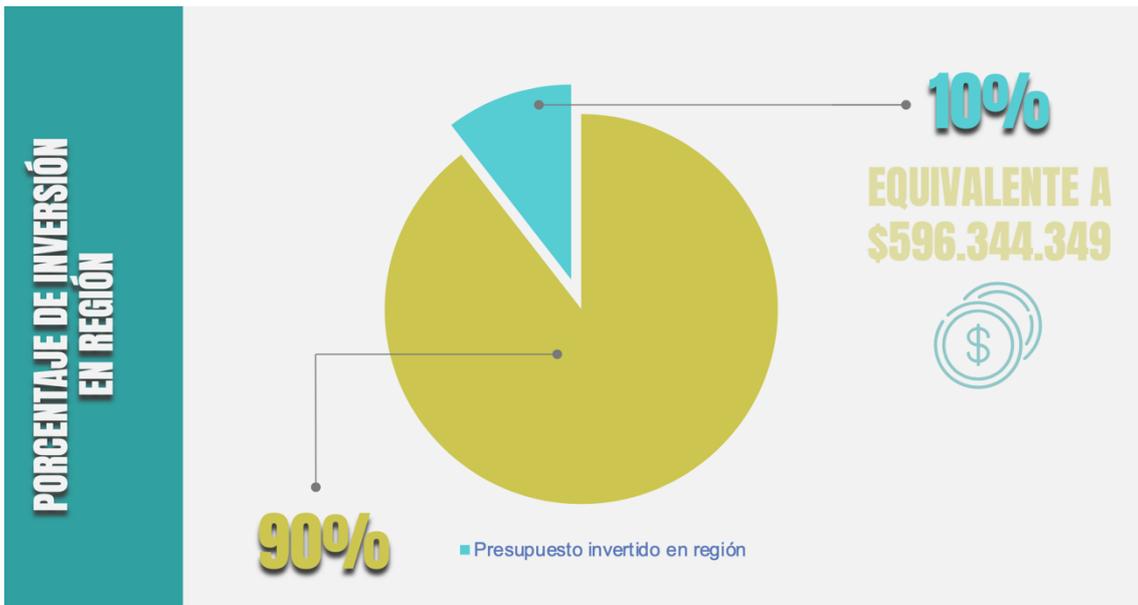
De acuerdo con informes del Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (Mintic), la Economía Naranja representa cerca del 3,3% del Producto Interno Bruto (PIB) colombiano, genera 1,1 millones de empleos y se ubica por encima de sectores como el café o la minería.



En el PIB de 2018 que va en más de \$410,4 billones, las actividades artísticas y de entretenimiento representaron más de \$11,1 billones, lo que significó un aporte en el PIB del país de 2,7%. Comparando con las cifras de esta industria el año pasado, la participación al cierre de este fue de 2,4% lo que significó un crecimiento de tres puntos porcentuales en el primer semestre de 2018, por lo que se prevé que la cifra total supere \$20,8 billones de 2017.

Según datos de la Cámara de Comercio de Bogotá, la capital colombiana concentra el 92% de los servicios creativos del país, el 90% de las productoras audiovisuales y el 73% de las empresas de contenidos digitales.

El 10% restante de las empresas productoras audiovisuales del país se encuentra localizadas fuera de Bogotá, desde el 2020, canal Trece ha concentrado sus esfuerzos en fortalecer el sector audiovisual de la Región Trece, donde este mismo año destino el 10% (\$596.344.349) del total de los recursos destinados a la producción de contenido de pantallas para TV y digital, no solo fortaleciendo el mercado audiovisual sino incrementando en un 29% más, la generación de empleo en el sector.



Fuente: Área de Contenidos – Canal Trece (Enero- Febrero 2021).

El cine, la televisión y la radio son los productos culturales que más consumen los colombianos, de acuerdo con el último estudio del Departamento Administrativo Nacional de Estadística (Dane). estas actividades, sumadas a la lectura de los libros, revistas y otro tipo de publicaciones, alcanzaron un consumo de \$8,7 billones durante 2016; y representan 69,6% de todo el consumo cultural en el territorio nacional (que asciende a \$12,5 billones, según el Dane).



Gráfica: Diario La República. Fuente: Dane 2016.

El siguiente listado recopila las empresas del sector a las cuales se les solicitó cotización:

PROYECTO 1 SEMBRADORES – PROYECTO 2 ASÍ SUENA...	
CORPORACIÓN ARTÍSTICA TIERRA FIRME NIT: 900.377.288-7 - Caquetá	camuz0217@gmail.com
DE LA CRUZ S.A.S NIT: 901.236.420-2 - Meta	diegoefe@zoho.com
COOCREATICA NIT:901.475.255-8 - Huila	cooperativacreatica@gmail.com
FUNDACIÓN MAMBE NIT 828.002.490-9 - Caquetá	fiamcaqueta@gmail.com
BACATA FILMS NIT: 901.286.759-7 - Meta	fel85bog@hotmail.com
BIRDINK S.A.S NIT: 900.951.765-0	birdinksas@gmail.com
UNIVERSIDAD DEL TOLIMA NIT: 890.700.640-7 - Tolima	vdfavendanor@ut.edu.co

2.1.2 Aspecto Técnico:

Para garantizar la satisfacción de la necesidad, es necesario conocer sobre el requerimiento técnico, por ello se define que es la producción, así:

DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO:

1. Ficha del proyecto a realizar:

Proyecto Así suena...

INTRODUCCIÓN:

Canal Trece es el canal público juvenil de Amazonas, Arauca, Boyacá, Cundinamarca, Casanare, Caquetá, Guainía, Guaviare, Huila, Meta, Putumayo, Tolima, Vaupés y Vichada; que crea, produce y difunde

	SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD	Código: MA-GC-F52
	GESTIÓN CONTRACTUAL	Versión: 0
	ESTUDIO DE SECTOR Y MERCADO.	Fecha: 26/11/2018 Página: 10 de 21

contenidos en televisión y plataformas digitales con el fin de impulsar la expresión y la participación de los jóvenes de la región para la construcción de una ciudadanía crítica que represente sus realidades particulares. Al ser un medio de comunicación público, Canal Trece asume el compromiso de elaborar un conjunto equilibrado de contenidos a través de varios géneros audiovisuales, para atender necesidades democráticas, sociales y culturales de los ciudadanos, garantizando su libre acceso a la información, la cultura, la educación y el entretenimiento de calidad.

Desde sus contenidos, Canal Trece busca reflejar perspectivas de diversidad cultural, geográfica, étnica y lingüística, así como biodiversidad y diversidad de género. También pretende exponer puntos de vista plurales y contribuir a la comprensión de lo diferente como una riqueza y una oportunidad; todo esto representado desde una mirada veraz y ecuánime, no exotista ni centralista, que pretende ofrecer una experiencia a través de distintas pantallas expresando un gran concepto de marca.

En su condición de medio de comunicación regional, una de las prioridades de Canal Trece es visibilizar los 14 departamentos de su zona de influencia destacando su diversidad étnica y cultural, gracias a elementos visuales y sonoros que den cuenta de la riqueza de cada territorio. Por supuesto, cumplir con el anterior objetivo sería imposible sin explorar a fondo las regiones, poniendo los pies en el campo y adelantando recorridos que permitan encontrar esos sonidos que son inseparables de los lugares, tradiciones e identidad desde una mirada juvenil.

¿Qué pasa cuando cerramos los ojos y descubrimos nuestro entorno desde los sonidos que se dan cita en él? ¿Cuántos viajes podemos emprender guiados fundamentalmente por las pistas que entran por nuestros oídos? El formato "Así suena...", que ya se ha convertido en una franquicia para Canal Trece después de series como "Así suena la noche" y "Así suena la comida", esta vez indagará por propuestas surgidas al interior de Universidades e Instituciones de Educación Superior de carácter público y/o privado, con sede en los catorce departamentos del área de cobertura de Canal Trece, y que tengan programas de pregrado asociados con comunicación, medios audiovisuales y disciplinas similares, o en su defecto que cuenten con centros de medios o laboratorios de producción audiovisual que brinden apoyo y seguimiento al equipo de producción conformado por estudiantes de últimos semestres. A partir de ellas se construirá una serie documental de diez capítulos (cinco a cargo de cada persona jurídica seleccionada) que invitará a descubrir la gran Región Trece (sus gentes, paisajes y costumbres), a partir de un arco narrativo orientado principalmente por los sonidos y la forma en que los mismos dan cuenta de la naturaleza particular de cada territorio. Para efectos del proyecto "Así suena...", el área de cobertura de Canal Trece se segmentará en dos grandes sectores, buscando que cada proponente seleccionado se encargue del desarrollo de cinco capítulos que ocurran en cada una de estas subregiones:

- **Altiplano cundiboyacense y Antiguo Tolima grande** (cinco capítulos de la serie deben tomar como universo narrativo y geográfico el área conformada por los departamentos de Cundinamarca, Boyacá, Tolima y Huila).
- **Orinoquía y Amazonía** (cinco capítulos de la serie deben tomar como universo narrativo y geográfico el área conformada por los departamentos de Arauca, Casanare, Vichada, Meta, Amazonas, Putumayo, Caquetá, Guainía, Guaviare, Vaupés).

A continuación, presentamos la descripción detallada del proyecto a desarrollar y las bases de la convocatoria.

1. FICHA DEL PROYECTO A REALIZAR

Número de entregables para cada Universidad y/o Institución de Educación Superior seleccionada:

Cinco (5) capítulos para TV, cada uno de veinticuatro (24) minutos.

Un (1) teaser general de serie de un (1) minuto de duración.

Un (1) trailer general de serie de máximo dos (2) minutos de duración.

Una (1) estrategia transmedia.

Una (1) propuesta de plan de medios.

Un (1) paquete con la música utilizada en los cinco capítulos a cargo de cada Universidad o Instituto de Educación Superior seleccionado.

Un (1) paquete de diez (10) fotos del proceso de creación de los cinco capítulos a cargo de cada Universidad o Instituto de Educación Superior seleccionado.

	SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD	Código: MA-GC-F52
	GESTIÓN CONTRACTUAL	Versión: 0
	ESTUDIO DE SECTOR Y MERCADO.	Fecha: 26/11/2018 Página: 11 de 21

Plazo de ejecución: Hasta el 20 de diciembre de 2021, contado a partir de la fecha de suscripción del acta de inicio del contrato, previo cumplimiento de los requisitos de perfeccionamiento y de ejecución del contrato.

La ejecución del presente contrato podrá desarrollarse en cualquier parte del territorio nacional privilegiando los catorce departamentos del área de cobertura de Canal Trece, atendiendo recomendaciones y protocolos de bioseguridad y las correspondientes autorizaciones de acceso a cada locación.

Sin embargo, se entenderá como domicilio contractual la ciudad de Bogotá D.C

Género: No ficción

Formato: Serie Documental Unitaria

Audiencia: Familiar. Aunque en la escogencia de protagonistas de la serie se privilegiarán aquellos perfiles más cercanos al rango de edad de la audiencia principal de Canal Trece (18 a 40), se aceptan perfiles amplios en la medida en que retraten y den cuenta de un universo narrativo apto para toda la familia.

Nombre: Así suena... (título en construcción)

2. JUSTIFICACIÓN:

Existe una clara diferencia entre oír y escuchar: lo primero es un proceso instintivo de percepción acústica, pero lo segundo habla de la facultad que desarrollamos los seres humanos de prestarle atención y otorgarle sentido a las personas y lugares que conocemos. Escuchar demanda sentir, percibir, pero también reflexionar. Las experiencias sonoras van más allá de la música, pues integran la vida misma y la manera en que la percibimos. Partiendo de esa base, podemos asumir que escuchar es algo que se aprende por el camino. Al ser una experiencia personal de apropiación de las realidades, requiere de una disposición; pero también de una oferta sonora que despierte el interés empático por conectar con otras realidades.

Anteriormente nos hemos preguntado: *¿A qué suena la noche? ¿A qué suena la comida?* Ese par de cuestionamientos desembocaron en interesantes recorridos por las regiones de influencia de Canal Trece, todos amparados en la curiosidad y en el sentido del asombro que produce la experiencia audiovisual surgida a partir de las vivencias sonoras, siendo la pantalla televisiva aquel telón donde se dibujan los paisajes y territorios. Siguiendo esa línea de pensamiento, y buscando dar espacios de exploración no solo visuales sino sonoros, creemos que en el sonido hay un hilo narrativo muy versátil y potente al momento de orientar relatos de región que ahora nos lleva a abrir nuevos interrogantes sobre a qué suena la vida misma y todos sus distintos elementos de interés.

¿A qué suenan ciertas especies de animales en lugares emblemáticos del área de cobertura de Canal Trece? ¿A qué suenan un río o una cascada y qué experiencias se pueden vivir y narrar a partir de los mismos? ¿A qué suenan los humanos cuando trabajan, cuando duermen, cuando se divierten? A partir de ese establecimiento se pretende explorar el resto de factores relacionados para descubrir todo el contexto geográfico, paisajístico, físico y sociocultural que hace posible que ocurran esos sonidos y pongan de relieve lo que realmente simbolizan los mismos, todo en aras de demostrar que en los sonidos cotidianos se aloja gran parte de la idiosincrasia y la historia de nuestros pueblos, siendo elementos que revelan incluso nuestra propia condición humana.

3. SINOPSIS:

“Así suena...” es una serie documental que, episodio tras episodio, encontrará en las experiencias sonoras los mejores pretextos para explorar el área de cobertura de Canal Trece. La serie contará historias basadas en lugares, protagonistas, costumbres y circunstancias diferentes que ocurren alrededor de la experiencia de escucha que existe detrás de un paisaje sonoro, la cual va de la mano de cada historia en particular y se convierten en el hilo conductor que narrará la riqueza natural, étnica y/o sociocultural de la misma. El elemento diferencial es que serán creadores en región, estudiantes de Universidades e Instituciones de Educación Superior, quienes propongan esos paisajes sonoros representativos de sus territorios. Dentro de lo que es vivir, explorar y narrar un lugar a partir del sonido, se potencia también la posibilidad de crear unos componentes transmediales que estimulen los sentidos más allá de lo planteado para pantalla de televisión.

	SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD	Código: MA-GC-F52
	GESTIÓN CONTRACTUAL	Versión: 0
	ESTUDIO DE SECTOR Y MERCADO.	Fecha: 26/11/2018 Página: 12 de 21

4. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

"Así suena..." tiene como eje central una serie documental unitaria de 10 capítulos de 24 minutos de duración cada uno (las dos Universidades o Institutos de Educación Superior seleccionados estarán a cargo respectivamente del desarrollo y producción de cinco episodios), en la que se recorrerán diferentes puntos del área de cobertura de Canal Trece mostrando paisajes, diversidad cultural y las tradiciones regionales usando como detonante los sonidos locales. El propósito es que las variantes de esos recorridos propuestos en cada capítulo terminen completando el paisaje de cómo suena la gran Región Trece.

La estructura tipo de los capítulos de la serie empieza por identificar un conjunto de sonidos singulares que es posible detectar en una región determinada, siempre asociados a algún elemento distintivo de dicho lugar, para partir de allí y permitirle a la audiencia la exploración y experiencia cercana a cada uno de los territorios, gracias a los elementos sonoros que lo conforman. La experiencia de lo sonoro puede incluir la música, por supuesto, pero también los sonidos de la cotidianidad, de los lugares e incluso los rituales que tienen lugar en cada universo narrativo. En este marco, Canal Trece busca personajes con los cuales su audiencia principal de jóvenes y jóvenes adultos pueda identificarse y generar un vínculo emocional, y por eso mismo es especialmente interesante narrar sus realidades desde una perspectiva más vivencial que expositiva, donde los afectos y la relación con el entorno son el denominador común.

5. PREMISA

Los sonidos dictan otras maneras de ver, recorrer y sentir los lugares y las culturas.

6. ENFOQUE

Los hechos se revelarán a partir de la vivencia directa de los personajes en relación con la experiencia que se busca retratar. La aproximación a cada uno de los protagonistas busca que, a través de la relación que tiene con el paisaje sonoro de su región se dibuje, desde lo local, un relato potencialmente universal. Al recorrer nuestra región de influencia para rastrear a qué suena cada lugar o cada experiencia, se espera encontrar ejes narrativos y diferentes puntos de vista sobre la gran Región Trece y la conexión emotiva que generan los protagonistas con sus territorios.

En lo explícito, la serie propone conocer los paisajes de cada región a partir del sonido; en el subtexto es una invitación a que las audiencias del canal se sientan invitadas a explorar y vivir esos lugares de otra manera.

7. PERFIL DE LOS PROTAGONISTAS

Se espera que la serie esté protagonizada por personajes de distintas edades y procedencia, que presenten algún tipo de relación (laboral, servicial, emocional, física o emotiva) con la región e intenten revelarla desde los sonidos asociados a ella. . Más allá de sus ocupaciones, se buscan perfiles diversos, contrastantes, donde puede haber miembros de diferentes etnias, extranjeros, locales, personas en condición de discapacidad, entre otros que se consideren necesarios y se perciban interesantes y potentes a partir de la investigación desarrollada para el proyecto. Desde la otra orilla, la investigación también puede partir de historias de lugares, prácticas ornamentales, fabricación de elementos y demás contextos que ofrezcan sonidos particulares que se puedan relacionar con la región y las historias de vida de los personajes.

8. TEMA

Las temáticas para cada uno de los capítulos propuestos por las universidades y/o Instituciones de Educación Superior son de libre elección. Se espera que correspondan a aspectos representativos de las subregiones o departamentos seleccionados dentro del área de cobertura de Canal Trece, y que, en aras de narrar historias, permitan la exploración de lugares, paisajes y culturas locales.

9. PROPUESTA TRANSMEDIA

	SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD	Código: MA-GC-F52
	GESTIÓN CONTRACTUAL	Versión: 0
	ESTUDIO DE SECTOR Y MERCADO.	Fecha: 26/11/2018 Página: 13 de 21

Entendemos por propuesta transmedia una estrategia que amplíe el concepto central de la miniserie documental por medio del diseño de un universo narrativo, que enriquezca la experiencia del televidente con productos para diversas pantallas, que ofrezcan nuevo contenido en cada una de ellas y que además en medio de dicha diversidad de productos, logre mantener unidad como diferentes partes de un todo.

“Así suena...” es un proyecto audiovisual que busca que las propuestas de estrategia transmedia se consoliden teniendo en cuenta dos grandes objetivos:

1. Productos que se deriven de manera orgánica de la narrativa de cada capítulo documental, es decir que habiten orgánicamente en el documental y a su vez planteen una existencia independiente del mismo.
2. Productos en los que se evidencie la participación de la comunidad retratada a manera de prosumidores¹, es decir, de productores y consumidores de contenido. Esto con el fin de poner a la audiencia en el centro de la propuesta y con ello permitir que hagan y narren sus propias historias.

10. CONSIDERACIONES A TENER EN CUENTA:

Conceptuales y/o narrativas:

- Si bien se trata de un proyecto documental, protagonizado por personajes reales, se busca que la serie no pierda un abordaje dramático, es decir, que se entiendan los objetivos de los protagonistas todo motivado por la necesidad de revelar a la audiencia otras maneras de vivir o describir un determinado lugar o experiencia a partir de los sonidos asociados a las mismas.,.
- Todos los componentes del proyecto, desde la serie hasta las piezas para circulación transmedia, deben manejar una perspectiva de storytelling. La conexión con la audiencia debe construirse desde los personajes, las emociones y sus historias, antes que desde la entrega fría de información.
- Aunque cada capítulo de la serie debe tener un arco independiente, la coherencia conceptual, narrativa y estética de la propuesta como un todo debe preservarse en sus componentes.
- En el componente para televisión se recomienda tener una estructura narrativa estándar, que le aporte unidad al conjunto de capítulos y a su vez responda al desarrollo de unos bloques conceptuales según el marco temático propuesto.
- Ahondar en la dimensión interna de los personajes no contradice la intención de mostrar la biodiversidad y riqueza paisajística, turística y cultural de las regiones que aparecen en la serie. Por el contrario, se trata de descubrir estos lugares desde la mirada y la experiencia de personajes con los cuales se busca que la audiencia se identifique, haciendo énfasis en lo que se puede narrar a partir de las experiencias y paisajes sonoros que se abren ante los protagonistas.
- Cuando sea necesario dar información de contexto, se puede acudir a recursos gráficos o a la propia voz de los personajes que figuran en cada capítulo. Finalmente, el sonido es el rey, y su uso creativo siempre será una potente manera de resolver los escollos.
- En las producciones de Canal Trece se valora que existan conexiones orgánicas y coherentes entre la región, la ciudad y el mundo. Se trata de comunicarle a la audiencia que hay fenómenos aparentemente locales que son expresión de realidades a nivel global, y que muchas veces las problemáticas macro producen efectos a nivel de región. Esto, sumado a la posibilidad de identificarse con los protagonistas de las historias, es una apuesta por la construcción de historias universales.
- La búsqueda transmedial debe ser una prioridad. Es decir, encontrar caminos creativos y narrativos para conectar las diferentes pantallas de Canal Trece, tanto televisivas como digitales, para así enriquecer la convivencia de los contenidos en un ecosistema que permita potencializar la experiencia de explorar, ver y vivir la región a través de sus propios sonidos. El énfasis de este proyecto en las experiencias sonoras abre de por sí interesantes posibilidades en cuanto al diseño y desarrollo de componentes transmedia.
- La estructura narrativa de la propuesta determinará si cada capítulo aborda una sola historia en detalle, o alterna entre dos o tres historias que favorezcan contrastes y comparaciones. Esto depende del arco propuesto y del modelo de producción.

¹ El prosumidor es aquel consumidor, o en nuestro caso el espectador, que a su vez produce contenidos.

	SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD	Código: MA-GC-F52
	GESTIÓN CONTRACTUAL	Versión: 0
	ESTUDIO DE SECTOR Y MERCADO.	Fecha: 26/11/2018 Página: 14 de 21

De producción:

- El diseño de producción debe contemplar un tiempo de ejecución máximo hasta el 30 de noviembre de 2021. Allí se deben optimizar los recursos (económicos y de tiempo) en función del cumplimiento de los objetivos del proyecto. Dadas las limitaciones que seguramente seguirán teniendo los desplazamientos a diferentes regiones del país por causa del COVID-19, para el desarrollo del proyecto es imprescindible que cada Universidad o Instituto de Educación Superior seleccionado produzca los capítulos en departamentos o subregiones cercanas a la ubicación de sus sedes o a las que por lo menos haya facilidades de acceso. Por ello cada proponente debe seleccionar la subregión Altiplano cundiboyacense-Antiguo Tolima grande o la subregión Orinoquía-Amazonía como universo para los cinco capítulos de su propuesta.
- Se permite un modelo operativo que incluya más de una unidad de producción siempre y cuando se garantice la coherencia estética y narrativa de los capítulos de la serie para TV.
- El canal designará una mesa delegada conformada por supervisor y apoyos a la supervisión, quienes adelantarán el seguimiento al proyecto en sus diferentes procesos de preproducción, producción y posproducción y revisarán las entregas (parciales y final) de los materiales audiovisuales y documentación correspondiente.
- En el flujo de trabajo y el cronograma es indispensable considerar tiempos para juntas creativas y de producción con la mesa delegada del Canal, así como tiempos para realizar los ajustes producto de estas reuniones y las revisiones de las diferentes entregas de materiales audiovisuales.
- El diseño de producción debe considerar que hasta que el primer capítulo (Capítulo piloto) no esté aprobado por parte del canal, no se podrá continuar con las grabaciones de los siguientes capítulos, por lo tanto, se sugiere que el primer capítulo se realice en una zona que permita optimizar los recursos del proyecto, con el fin de contar con el acompañamiento que el canal requiera durante los procesos iniciales de producción y posproducción.
- Es fundamental que el equipo de trabajo propuesto por la casa productora cumpla con el perfil solicitado por el canal en los casos determinados. TEVEANDINA LTDA tiene la potestad de aprobarlo y/o solicitar un cambio de perfil de ser necesario.
- La serie completa debe ser entregada 15 días hábiles previos a la fecha estipulada de finalización del contrato; a partir de ese momento comenzará la etapa de revisión final de entregables.
- Es necesario contemplar el valor de adquisición de material de archivo de ser necesario. Así mismo, se deben contemplar los derechos fonográficos y de sincronización de la música comercial utilizada en el proyecto tanto para tv como para digital recaudada por ACODEM (Asociación colombiana de editoras de música) y demás derechos que puedan aplicar. En todos los casos, el productor o casa productora deberá entregar a Canal Trece el formato de modelo de autorización o release oficial del Canal con derechos de emisión y publicación para todas sus plataformas y usos en Colombia y el exterior, así como para los medios públicos del país.
- El presupuesto debe contar con licencias, derechos de imagen y propiedad intelectual para su transmisión en el Canal y su plataforma digital y redes sociales de manera ilimitada universal y a perpetuidad.

En ningún caso se aceptarán propuestas que no tengan contemplados todos estos parámetros en su diseño de producción.

11. PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL EN MEDIO DE LA EMERGENCIA SANITARIA

La realidad que está viviendo el país exige tener en cuenta la emergencia sanitaria en la producción de todos los componentes del proyecto. Por lo anterior, el proponente deberá presentar junto con su oferta un protocolo de producción para prevenir posibles contagios tanto en su equipo humano como en las personas del común con las que eventualmente entren en contacto. Este protocolo debe, como mínimo, respetar las normativas vigentes incluidas en la resolución 223 de 2021 del Ministerio de Salud y Protección social: https://www.minsalud.gov.co/Normatividad_Nuevo/Resoluci%C3%B3n%20No.%20223%20de%2021.pdf

A manera de ejemplo, se anexa un documento (ANEXO 05) que puede servir como punto de partida para que cada casa proponente presente un protocolo propio de bioseguridad. Este protocolo, además de cumplir la normativa vigente, debe adecuarse a las necesidades del proyecto y debe ser de obligatorio cumplimiento.

2.1.3 Aspecto Regulatorio:

	SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD	Código: MA-GC-F52
	GESTIÓN CONTRACTUAL	Versión: 0
	ESTUDIO DE SECTOR Y MERCADO.	Fecha: 26/11/2018 Página: 15 de 21

Analizado el objeto del presente proceso, "Contratar bajo la modalidad de producción por encargo, el diseño, la preproducción, producción y postproducción del proyecto "Así suena..." o como llegue a denominarse, en el marco de la resolución No. 066 del 20 de enero de 2021 del Fondo Único de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones. Todo de Conformidad con la naturaleza del servicio y con la propuesta presentada por el contratista la cual hace parte integral del contrato." y la necesidad planteada por la parte técnica del canal, atendiendo a que la Entidad actúa como una Empresa Industrial y Comercial del Estado, el marco legal y de conformidad con lo establecido en el Manual de Contratación, Acuerdo No. 008 de 2017, el proceso que se adelantará mediante CONCURSO PÚBLICO y del contrato que se derive de su adjudicación, está conformado por la Constitución Política, las disposiciones legales, reglamentarias y regulatorias vigentes, en particular por lo dispuesto en el art. 37 de la Ley 182 de 1995, art. 13 y 14 de la Ley 1150 de 2007, el art. 93 de la Ley 1474 de 2011, así mismo como los principios de la función pública, la gestión fiscal y selección objetiva, las disposiciones cambiarias, y las demás normas concordantes que rijan o lleguen a regir los aspectos del presente proceso de selección.

De otro lado, en el presente proceso podrán participar personas jurídicas, públicas y privadas, nacionales o extranjeras, que a la fecha de presentación de la cotización tengan una actividad directamente relacionada con el objeto del presente proceso, a las cuales se les verificará la capacidad jurídica para asumir las obligaciones derivadas del contrato en relación directa con el objeto social de las empresas proponentes y la aptitud jurídica de sus representantes, de otro lado, se deberá dar cumplimiento del pago de aportes parafiscales en los términos del Art. 50 de la Ley 789 de 2002 y la inexistencia de causales de inhabilidad o incompatibilidad legal para contratar con el Estado.

El objeto contractual comercialmente está permitido y regulado por el Código de Civil y/o de Comercio, por cuanto se establecen características especiales para el cumplimiento del objeto del presente proceso de selección y son servicios que se encuentran en el mercado regulado por las normas de comercio colombiano. TEVEANDINA LTDA., tiene la capacidad jurídica para adquirir estos servicios y está en capacidad de contraer derechos y obligaciones, además de poderlos hacer exigibles dentro del proceso.

Analizado el objeto del presente proceso, legalmente es viable, ya que el objeto que sustenta el desarrollo del proceso contractual es de carácter lícito, y desarrolla los preceptos que incorporan los artículos 1518 y 1519 del Código Civil.

2.2 Análisis de la Demanda:

Se analizarán a continuación los siguientes aspectos:

2.2.1. ¿Cómo la Entidad en el pasado ha adquirido el servicio a contratar?

A continuación, se relacionan los contratos celebrados por la entidad, para (describir servicio) de Teveandina Ltda.:

NÚMERO DE CONTRATO	CLASE DE CONTRATO	ENTIDAD	OBJETO CONTRATO	VALOR CONTRATO
584 de 2020	Producción por encargo – Concurso Público 004 de 2020	Cabeza Rodante S.A.S	Contratar bajo la modalidad de producción por encargo, el diseño, la preproducción, producción y postproducción del proyecto "Mas que mascotas" o como llegue a denominarse, en el marco de la Resolución 090 del 31 de enero de 2020 del Fondo Único de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones. Todo de Conformidad con la naturaleza del servicio y con la propuesta presentada por el contratista la cual hace parte integral del contrato.	\$379.288.944
585 de 2020	Producción por encargo – Concurso	Echando Globos S.A.S	Contratar bajo la modalidad de producción por encargo, el diseño, la preproducción, producción y	\$419.874.840

	SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD	Código: MA-GC-F52
	GESTIÓN CONTRACTUAL	Versión: 0
	ESTUDIO DE SECTOR Y MERCADO.	Fecha: 26/11/2018 Página: 16 de 21

	Público 004 de 2020		postproducción del proyecto "Fue mi hermano" o como llegue a denominarse, en el marco de la Resolución 090 del 31 de enero de 2020 del Fondo Único de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones. Todo de conformidad con la naturaleza del servicio y con la propuesta presentada por el contratista la cual hace parte integral del contrato.	
393 de 2019	producción por encargo - Concurso Público No 002 de 2019	Fresa Producciones SAS	Realizar bajo la modalidad de producción por encargo, el diseño, la preproducción, producción y postproducción del reality show "escuela de música" o como llegue a denominarse; compuesto por 24 capítulos de 24 minutos de duración. El cual se encuentra dentro de los recursos otorgados por el mintic a través del contrato interadministrativo No. 000495 de 2019. Todo de conformidad con la naturaleza del servicio y con la propuesta presentada por el contratista la cual hace parte integral del contrato.	\$1,146,557,000
231 de 2019	producción por encargo - No 002 de 2019 - ANTV / resolución 007 de 2019	Prime Producciones S.A.	Realizar bajo la modalidad de producción por encargo, el diseño, investigación, preproducción y postproducción del proyecto "serie documental la historia no contada de la independencia (bicentenario de la campaña libertadora" o como llegue a denominarse; de acuerdo con los requerimientos conceptuales, técnicos establecidos en los documentos base del proyecto. Lo anterior en el marco de la resolución 007 de 2019, de la ANTV. todo de conformidad con el concurso publico No. 002 de 2019 de Teveandina Ltda., la naturaleza del servicio y con la propuesta presentada por el productor, la cual hace parte del presente contrato.	\$490,746,077
234 de 2019	No 002 de 2019 - ANTV / Resolución 007 de 2019	Quinto Color	Realizar bajo la modalidad de producción por encargo, el diseño, investigación, preproducción y postproducción del proyecto "serie documental Arte y memoria" o como llegue a denominarse; de acuerdo con los requerimientos conceptuales, técnicos establecidos en los documentos base del proyecto. Lo anterior en el marco de la resolución 007 de 2019, de la ANTV. todo de conformidad con el concurso publico No. 002 de 2019 de Teveandina Ltda., la naturaleza del servicio y con la propuesta	\$450,000,000

			presentada por el productor, la cual hace parte del presente contrato	
233 de 2019	No 002 de 2019 - ANTV / Resolución 007 de 2019	Echando Globos	Realizar bajo la modalidad de producción por encargo, el diseño, investigación, preproducción y postproducción del proyecto "serie documental infantil la ciencia de la música" o como llegue a denominarse; de acuerdo con los requerimientos conceptuales, técnicos establecidos en los documentos base del proyecto. Lo anterior en el marco de la resolución 007 de 2019, de la ANTV. todo de conformidad con el concurso público No. 002 de 2019 de Teveandina Ltda., la naturaleza del servicio y con la propuesta presentada por el productor, la cual hace parte del presente contrato	\$420,000,000
309 de 2018	CONCURSO PÚBLICO 002 DE 2018	Rhayuela	Realizar bajo la modalidad de producción por encargo, el diseño, investigación, preproducción, producción postproducción del proyecto "SERIE INFANTIL, SOBRE LOS INSTRUMENTOS MÚSICALES EN LA REGION DE INPACTO EN CANAL TRECE", o como llegue a denominarse, de acuerdo con los requerimientos conceptuales y técnicos establecidos en los documentos base del proyecto. Lo anterior en el marco de la Resolución No. 0009 de 2018, de la Autoridad Nacional de Televisión. Todo de conformidad con el concurso público No. 02 de 2018 de Teveandina Ltda., la naturaliza del servicio y con la propuesta presentada por el productor, la cual hace parte del presente contrato.	\$449,990,170
347 de 2018	RESOLUCIÓN NO. 0825 DE 2018 DE LA ANTV	Dramax SAS	Anuar esfuerzos entre LOS COPRODUCTORES para realizar el diseño, investigación, preproducción, producción y posproducción de la serie de ficción "Reportera X" en virtud de la Resolución No. 0825 de 2018 expedida por la ANTV. Todo de conformidad con la naturaleza del objeto y con la propuesta presentada por el coproductor.	\$854,070,000
502 de 2018	RESOLUCIÓN NO. 0825 DE 2018 DE LA ANTV	360 Grados en Escena LTDA	Anuar esfuerzos en LOS COPRODUCTORES para realizar el diseño, investigación, preproducción y posproducción de la serie de ficción "CARMENTE TU CORAZÓN SERA MIO" y productos de convergencia relacionados con la misma en el arco de la Resolución No. 1348 de 2017 expedida por la	\$628,257,100

	SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD	Código: MA-GC-F52
	GESTIÓN CONTRACTUAL	Versión: 0
	ESTUDIO DE SECTOR Y MERCADO.	Fecha: 26/11/2018 Página: 18 de 21

			ANTV. Todo de conformidad en la naturaleza del servicio y con la propuesta presentada por el productor, la cual hace parte del contrato.	
307 de 2018	CONCURSO PÚBLICO 002 DE 2018	Dieciséis 9 Films SAS	Realizar bajo la modalidad de producción por encargo, el diseño, investigación, preproducción, producción postproducción del proyecto "SERIE DOCUMENTAL PERFILES MUSICALES DE LA REGIÓN DE IMPACTO DE CANAL TRECE", o como llegue a denominarse, de acuerdo con los requerimientos conceptuales y técnicos establecidos en los documentos base del proyecto. Lo anterior en el marco de la Resolución No. 0009 de 2018, de la Autoridad Nacional de Televisión. Todo de conformidad con el concurso público No. 02 de 2018 de Teveandina Ltda., la naturaliza del servicio y con la propuesta presentada por el productor, la cual hace parte del presente contrato.	\$449,990,170
308 de 2018	OFERTA POR CONCURSO PÚBLICO 002 DE 2018	TAYFER DE COLOMBIA LTDA	Realizar bajo la modalidad de producción por encargo, el diseño, investigación, preproducción, producción postproducción del proyecto "SERIE SOBRE LA VIDA Y CONSTUMBRE NOCTURNAS DE LA REGIÓN DE IMPACTO DE CANAL TRECE", o como llegue a denominarse, de acuerdo con los requerimientos conceptuales y técnicos establecidos en los documentos base del proyecto. Lo anterior en el marco de la Resolución No. 0009 de 2018, de la Autoridad Nacional de Televisión. Todo de conformidad con el concurso público No. 02 de 2018 de Teveandina Ltda., la naturaliza del servicio y con la propuesta presentada por el productor, la cual hace parte del presente contrato.	\$449,990,170
504 de 2017	OFERTA POR INVITACIÓN NO. 004 DE 2017	Virtual Televisión Ltda.	El productor se obliga con Teveandina Ltda., a realizar el diseño, investigación, preproducción, producción y postproducción de un documental unitario y clips para web con la temática de "Música en la región de influencia de Canal trece". Todo de conformidad con la naturaleza del servicio, los términos de referencia del proceso de ofertas por invitación No. 004 de 2017, y con la propuesta presentada por el	\$80,000,000

	SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD	Código: MA-GC-F52
	GESTIÓN CONTRACTUAL	Versión: 0
	ESTUDIO DE SECTOR Y MERCADO.	Fecha: 26/11/2018 Página: 19 de 21

			productor, la cual hace parte del presente contrato.	
418 de 2017	OFERTA POR INVITACIÓN NO. 003 DE 2017	16/9 Films	El productor se obliga con TEVEANDINA LTDA. A realizar el diseño, investigación preproducción, producción y postproducción de una serie documental con el tema de "Costumbres y Practicas Poco Convencionales de la Región". Todo de conformidad con la naturaleza del servicio, los términos de referencia del proceso ofertados por invitación N° 003 de 2017 y con la propuesta presentada por el contratista, la cual hace parte del presente contrato.	\$389,858,702
461 de 2017	OFERTA POR INVITACIÓN 002 DE 2017	Suma Producciones Ltda.	El Productor se compromete a la realización de un (1) documental unitario. Tema nueva Música Colombiana.	\$79,552,800

Fuente: Tabla elaborada por Canal Regional de Televisión – Teveandina Ltda.

2.2.2. DETERMINACION INDICADORES FINANCIEROS

Con el fin de determinar los indicadores financieros y organizacionales que garanticen la ejecución financiera de los proyectos, se tomó la información de los estados financieros referenciados por el área de contenidos de la entidad e incluidos en el estudio de mercado, presentando se la siguiente información:

NIT	Tercero	K Trabajo	Liquidez	Endeudamiento	Patrimonio	Rentabilidad Patrimonio	Rentabilidad Activo
901.172.030	LA CONTRABANDA SAS	79.484.491	13,84	6%	89.202.451	21%	19%
900.276.409	BUENA VIDA FILMS SAS	109.679.000	3,32	12%	344.679.000	13%	12%
900.115.263	FRESA PRODUCCIONES Y COMUNICACIONES SAS	314.586.846	1,98	43%	733.636.942	9%	5%
901.016.927	CABEZA RODANTE PRODUCCIONES SAS	596.380.062	3,94	33%	691.191.073	19%	13%
900.428.286	CAMARA DIGITAL SAS	1.341.665.447	2,74	34%	1.658.352.336	30%	20%
900.062.666	PRIME PRODUCCIONES SA	1.556.050.750	16,12	11%	2.104.652.985	3%	2%

De acuerdo con lo anterior y teniendo en cuenta además otras variables como la cuantía del contrato, tipo de servicio y diversidad de oferentes, se recomiendan los siguientes indicadores financieros y organizacionales:

Indicador	Requerimiento
K Trabajo	20% o Mayor al valor del proyecto
Liquidez	1.5 o Mayor
Endeudamiento	45% o inferior
Patrimonio	25% o Mayor al valor del proyecto
Rentabilidad Patrimonio	2% o Mayor
Rentabilidad Activo	2% o mMayor

3. Análisis de la oferta costos y/o precios promedio del mercado

Para el cálculo del presupuesto oficial en el presente proceso, primero se realizó una caracterización del sector audiovisual en la Región Trece, con el fin de conocer la dinámica económica de las empresas que domicilian allí, este proceso se realizó entre los meses de febrero y marzo, el cuál arrojó varios hallazgos,

	SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD							Código: MA-GC-F52	
	GESTIÓN CONTRACTUAL							Versión: 0	
	ESTUDIO DE SECTOR Y MERCADO.							Fecha: 26/11/2018	
								Página: 20 de 21	

entre los cuales podemos rescatar que los indicadores económicos en región están por debajo del promedio de las convocatorias que ha publicado el canal, por esta razón se ha loteado cada uno de los proyectos componentes de la presente convocatoria, con el fin de aumentar las posibilidades de participación desde la región.

	Agencia de medios del sur S.A.S. (Huila)	Max Francisco Leiva Rivera (Huila)	Harold Vanegas (Putumayo)	Genairo Ayerbe (Huila)	Corporación artística Tierra Firme (Cauquetá)	Fundación Cine Docta Ignorantia (Cauquetá)	El doble poder S.A.S (Boyacá)	Fundación para el Desarrollo del Cine Regional - Fundarcine (Tolima)	Hecho en Lienzo S.A.S (Meta)	Andante Producciones S.A.S (Meta)	Bird Ink S.A.S (Casanare)	
	NIT 900,422,434	7,687,304	80,852,824	12,235,939	900,377,288	828,002,490	901,165,754	900,320,024	901,416,676	901,459,531	900,951,765	
Inf. Financiera	Activo Corriente	826,529,962	39,910,000	32,975,000	41,075,000	18,272,000	38,585,303	21,854,982	30,000,000	-	2,670,000	1,850,000
	Total Activo	965,237,016	100,734,000	97,225,000	105,925,000	41,707,000	63,241,303	31,854,982	72,700,000	666,000,000	20,000,000	44,638,000
	Pasivo Corriente	224,721,484	4,200,000	7,500,000	7,500,000	8,068,000	4,000,000	-	-	-	-	888,000
	Total Pasivo	224,721,484	4,200,000	7,500,000	7,500,000	8,068,000	21,533,396	-	-	-	-	888,000
	Patrimonio	740,515,532	96,534,000	89,725,000	97,825,000	33,639,000	41,707,907	31,854,982	72,700,000	666,000,000	20,000,000	43,750,000
	Ingresos	1,298,995,785	40,124,000	39,724,000	39,975,000	102,836,000	105,000,000	11,700,000	-	-	-	10,000,000
	Utilidad operacional	182,722,679	28,828,700	30,369,000	29,957,000	28,383,000	9,676,047	4,318,028	-	-	-	8,400,000
	K Trabajo	601,808,478	26,710,000	25,475,000	33,575,000	10,204,000	34,585,303	21,854,982	30,000,000	-	2,670,000	962,000
	Liquidez	3.68	7.36	4.40	5.48	2.26	9.65	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	2.08
	Endeudamiento	23%	4%	8%	7%	19%	34%	#DIV/0!	0%	0%	0%	2%
Patrimonio	740,515,532	96,534,000	89,725,000	97,825,000	33,639,000	41,707,907	31,854,982	72,700,000	666,000,000	20,000,000	43,750,000	
Rentabilidad Activo	19%	29%	31%	28.4%	68.1%	15.3%	13.6%	No determinable	No determinable	No determinable	0.0%	18.8%
Rentabilidad Patrimonio	25%	30%	34%	30.6%	84.4%	23.2%	13.6%	No determinable	No determinable	No determinable	0.0%	19.2%

Fuente: Área de Contenidos – Tabla de análisis capacidad financiera en Región.

Posteriormente durante los meses de abril y mayo se realizó el respectivo estudio de sector y mercado en donde no solo se incluyeron casa productoras de audiovisual en región, sino que se contempló la idea de incluir Universidades, Entidades de Educación superior, Centros de Medios y Laboratorios Audiovisuales con el fin de tener una radiografía más amplia en cuanto a la demografía de los potenciales proponentes que eventualmente diseñará y ejecutarán el objeto contractual, sino también encontrar información socioeconómica del sector audiovisual en la Región Trece.

Para cumplir con ese objetivo la metodología usada fue mediante invitación y solicitud de cotización para contratar el servicio "Contratar bajo la modalidad de producción por encargo, el diseño, la preproducción, producción y postproducción del proyecto "Así suena..." o como llegue a denominarse, en el marco de la resolución No. 066 del 20 de enero de 2021 del Fondo Único de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones. Todo de Conformidad con la naturaleza del servicio y con la propuesta presentada por el contratista la cual hace parte integral del contrato."

Teniendo en cuenta que "Así suena..." tienen la misma naturaleza de serie documental unitaria de 24 min, se han recibido siete (7) propuestas con las cuales se efectuó el siguiente cuadro comparativo de precios:

CASA PRODUCTORA	CAPITULOS	MINUTOS	MINUTOS TOTALES	VALOR TOTAL	VALOR CAPITULO	VALOR MINUTO
CORPORACIÓN ARTÍSTICA TIERRA FIRME	2	24	192	\$ 103.293.190	\$ 51.646.595	\$ 2.151.941
DE LA CRUZ S.A.S				\$ 121.017.050	\$ 60.508.525	\$ 2.521.189
COOCREATICA				\$ 137.463.326	\$ 68.731.663	\$ 2.863.819
FUNDACIÓN MAMBE				\$ 124.290.178	\$ 62.145.089	\$ 2.589.379
BACATA FILMS				\$ 119.249.900	\$ 59.624.950	\$ 2.484.373
BIRDINK S.A.S				\$ 124.224.100	\$ 62.112.050	\$ 2.588.002
UNIVERSIDAD DEL TOLIMA	5	24	240	\$ 319.788.700	\$ 63.957.740	\$ 2.664.906
TOTAL VALOR PROMEDIO				\$ 149.903.778	\$ 61.246.659	\$ 2.551.944

2. Conclusiones

Para el proyecto "Así suena...", considerando que cuenta con las mismas características de formato y duración que 'Sembradores', proyecto adjudicado mediante concurso público 007-2021, el estudio de mercado se realizó a partir de siete (7) cotizaciones, para lo cual se tomaron los valores de cada cotización recibida y se obtuvo el promedio cuyo valor minuto asciende a la suma de hasta **DOS MILLONES QUINIENTOS CINCUENTA Y UN MIL NOVECIENTOS CUARENTA Y CUATRO PESOS M/CTE (\$2.551.944)**, y que el presupuesto oficial con el que se cuenta en la Entidad asciende a la suma valor

	SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD	Código: MA-GC-F52
	GESTIÓN CONTRACTUAL	Versión: 0
	ESTUDIO DE SECTOR Y MERCADO.	Fecha: 26/11/2018 Página: 21 de 21

minuto de hasta **DOS MILLONES QUINIENTOS NOVENTA MIL SEISCIENTOS OCHENTA Y DOS PESOS M/CTE (\$2.590.682)**, siendo el primero un valor inferior en **TREINTA Y OCHO MIL SETECIENTOS TREINTA Y OCHO PESOS M/CTE (\$38.738)** al promedio aludido, se procederá a establecer como presupuesto oficial el valor total de la disponibilidad presupuestal con la que cuenta la Entidad, es decir la suma de hasta **TRESCIENTOS DIEZ MILLONES OCHOCIENTOS OCHENTA Y UN MIL NOVECIENTOS CINCUENTA PESOS M/CTE (\$310.881.950) IVA INCLUIDO**. considerando que la cuantía total del proyecto a contratar hace que la cifra que eventualmente haría falta para igualar el valor promedio aludido no sea significativa dentro del proceso de selección y sea posible de esta forma adelantar el proceso de selección del contratista con el presupuesto oficial existente.

Proyecto 2. ASÍ SUENA...						
CANAL TRECE	CAPITULOS	MINUTOS	MINUTOS TOTALES	VALOR TOTAL	VALOR CAPITULO	VALOR MINUTO
	5	24	120	\$310.881.840	\$62.176.368	\$2.590.682

PRESUPUESTO OFICIAL ESTIMADO PARA EL PROYECTO AUDIOVISUAL ASÍ SUENA...

TRESCIENTOS DIEZ MILLONES OCHOCIENTOS OCHENTA Y UN MIL NOVECIENTOS CINCUENTA PESOS M/CTE (\$310.881.950) INCLUIDO IVA

Este proyecto esta diseñado con el ánimo de incentivar la economía regional, democratizar la participación y ampliar las oportunidades de los creadores de la Región Trece como: centros de producción audiovisual de universidades, facultades de medios audiovisuales e instituciones de educación superior, casas productoras, uniones temporales y/o consorcios, es decir cualquier tipo de proponente singular y/o plural que tenga dentro de su objeto social la producción audiovisual, con domicilio en la Región Trece, en la misma y que cumpla con todos y cada uno de los requisitos de la presente convocatoria pública.



RODRIGO HOLGUÍN ALFARO.

Líder de contenido.

Contratista.

Elaboró y Revisó:

Ixayana Ramírez Cristancho - Abogada (Contratista) - Aspectos Jurídicos.

Juan Camilo Jiménez Garzón – Productora de Contenido (Contratista) – Aspectos Técnicos. 

Leidy Alexandra Infante Camargo – Coordinador Presupuesto y Contabilidad – Aspectos Financiero 

Aprobó:

Rodrigo Holguín Alfaro – Líder de Contenidos (Contratista) – Aspectos Técnicos. 