
	<b>SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD</b>	<b>Código:</b> MA-GC-F52
	<b>GESTIÓN CONTRACTUAL</b>	<b>Versión:</b> 0
	<b>ESTUDIO DE SECTOR Y MERCADO.</b>	<b>Fecha:</b> 26/11/2018 <b>Página:</b> 1 de 27

## **ESTUDIO DE SECTOR Y MERCADO**

### **OBJETO**


Realizar, bajo la modalidad de producción por encargo el desarrollo, preproducción, producción y posproducción del proyecto de serie sitcom *Gamer, jugando en serio* (o como llegue a denominarse), en el marco de la Resolución 000018 del 21 de enero de 2022 expedida por el Fondo Único de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones. Lo anterior en conformidad con la naturaleza del servicio y con la propuesta presentada por el contratista, la cual forma parte integral del contrato.

**Abril 2022**

	<b>SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD</b>	<b>Código:</b> MA-GC-F52
	<b>GESTIÓN CONTRACTUAL</b>	<b>Versión:</b> 0
	<b>ESTUDIO DE SECTOR Y MERCADO.</b>	<b>Fecha:</b> 26/11/2018
		<b>Página:</b> 2 de 27

## TABLA DE CONTENIDO

<b>1</b>	<b>Descripción de la necesidad</b>	<b>3</b>
<b>2</b>	<b>Análisis del Sector Económico</b>	<b>7</b>
2.1	Análisis del mercado	7
2.1.1	Aspecto Económico	7
2.1.2	Aspecto Técnico	13
2.1.3	Aspecto regulatorio	18
2.2	Análisis de la demanda	19
2.2.1	¿Cómo la Entidad en el pasado ha adquirido el servicio a contratar?	19
2.2.2	Determinación de Indicadores Financieros	23
2.2.3	Análisis de la oferta costos y/o precios promedio del mercado	24
<b>3</b>	<b>Conclusiones</b>	<b>26</b>

	<b>SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD</b>	<b>Código:</b> MA-GC-F52
	<b>GESTIÓN CONTRACTUAL</b>	<b>Versión:</b> 0
	<b>ESTUDIO DE SECTOR Y MERCADO.</b>	<b>Fecha:</b> 26/11/2018 <b>Página:</b> 3 de 27

## **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.

TEVEANDINA LTDA. 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, TEVEANDINA LTDA. 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,

	<b>SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD</b>	<b>Código:</b> MA-GC-F52
	<b>GESTIÓN CONTRACTUAL</b>	<b>Versión:</b> 0
	<b>ESTUDIO DE SECTOR Y MERCADO.</b>	<b>Fecha:</b> 26/11/2018 <b>Página:</b> 4 de 27

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.”

De conformidad con lo anteriormente expuesto, 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. 018 del 21 de enero de 2022 “Por la cual se asignan recursos y se ordena un desembolso para la financiación del plan de inversión para la vigencia 2022 del operador regional de televisión pública CANAL REGIONAL DE TELEVISIÓN TEVEANDINA LTDA”, para ser ejecutados mediante concurso público.

Con el fin de dar cumplimiento a la citada resolución, TEVEANDINA. LTDA tiene la necesidad de contratar un (1) proponente singular y/o plural, bajo la modalidad de concurso público, que realice el desarrollo, preproducción, producción y posproducción del proyecto audiovisual Gamer: Jugando en serio o como llegue a denominarse. De acuerdo con lo anterior, la Entidad busca realizar un (1) proyecto audiovisual, el cual se describe en detalle a continuación:


Nombre: Gamer, Jugando en serio (o como llegue a denominarse).

Género: Ficción.

Formato: Comedia de situación. (Sitcom)

Audiencia: Familiar

Es una serie de ficción de género comedia en formato sitcom de 11 capítulos de 27 minutos de duración cada uno. Esperamos que este proyecto audiovisual responda a unas dinámicas de producción que garanticen la ejecución del presente contrato en un tiempo NO MAYOR a 21


	<b>SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD</b>	<b>Código:</b> MA-GC-F52
	<b>GESTIÓN CONTRACTUAL</b>	<b>Versión:</b> 0
	<b>ESTUDIO DE SECTOR Y MERCADO.</b>	<b>Fecha:</b> 26/11/2018 <b>Página:</b> 5 de 27

semanas, para cumplir con esa meta, se hace indispensable que el oferente establezca la presentación de su oferta dentro de los parámetros narrativos, estéticos y operativos de producción requeridos por TEVEANDINA LTDA, y los cuales se describen a continuación:

- Garantizar que el proyecto audiovisual juegue con las reglas establecidas para el formato sitcom respetando los lineamientos consignados en el ANEXO 1: DESCRIPCIÓN DETALLADA DEL PROYECTO.
- Garantizar la calidad técnica del proyecto audiovisual mediante la captura óptima de audio y de video, así como también, los procesos de finalización. Todo en concordancia con los parámetros requeridos para la emisión en los canales de TEVEANDINA LTDA, estipulados en el ANEXO 2: FICHA DE CONDICIONES TÉCNICAS Y ENTREGABLES.
- Emular el esquema de producción propio del formato sitcom, es decir, se deben contemplar la grabación en interiores con un porcentaje mínimo de exteriores dentro de los que se incluyen planos de ubicación, asimismo, la utilización de uno (1) o dos (2) decorados, dividido en varios sets.
- Diseñar el emplazamiento de tres y/o cuatro cámaras, donde estas se sitúen de tal manera que la distancia al sujeto de acción principal se mantenga constante y el ángulo formado entre el eje de cámara y el eje de acción es similar, es decir, "Criss cross".
- Producir con los recursos técnicos mínimos requeridos por la Entidad, los cuales obedecen a ordenar el uso de una móvil de televisión HD o puesto fijo, que garanticen un centro de producción con switcher para el punch de las imágenes capturadas, las cuales continuarán el proceso de finalización en sala de posproducción, en ningún caso, se espera una grabación a cámara.

Por otra parte, esperamos que el proyecto audiovisual en formato sitcom juegue con las reglas establecidas para el género de la comedia, entre las cuales identificamos las siguientes:

- Diálogos interesantes y con una buena dosis de humor apto para todo público.
- El humor en los guiones deberá generarse sobre la tecnología, los juegos y sobre las diferencias generacionales en el contexto tecnológico. En ningún momento deberá hacerse chistes sobre las regiones, la idiosincrasia o las poblaciones.
- Un número limitado de sets o locaciones reales o incluso un estudio.
- Un número de personajes limitado (que no sea extenso).
- Capítulos autoconclusivos, pero con una cierta cantidad de subtramas que puedan ser desarrolladas durante gran parte de la serie.

	<b>SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD</b>	<b>Código:</b> MA-GC-F52
	<b>GESTIÓN CONTRACTUAL</b>	<b>Versión:</b> 0
	<b>ESTUDIO DE SECTOR Y MERCADO.</b>	<b>Fecha:</b> 26/11/2018 <b>Página:</b> 6 de 27

Desde una óptica jovial, desenfadada y contemporánea, buscamos evidenciar los conflictos intergeneracionales sobre el uso de las nuevas tecnologías, las preferencias de identidad y vocación profesional.


El juego tiene una gran relación con el desarrollo de diferentes capacidades intelectuales y emocionales. Ayuda a comprender la importancia de valores como el saber convivir, la empatía, la solidaridad y el compromiso. Nos brinda las primeras sensaciones de alegría, es el escenario en el que entendemos la importancia de respetar las reglas y los pactos como condición de igualdad, y nos enseña maneras de manejar la frustración.

No obstante, un juego se entiende como una actividad física o intelectual que se hace en los tiempos libres y que por supuesto no trae el pan a la mesa o paga las cuentas. Entonces, ¿cómo pasa un juego de ser solo ocio a ser un deporte?, ¿cómo se pasa de ser un jugador cualquiera a ser un jugador profesional?

Durante los años sesenta del siglo pasado, una pequeña tecnología de entretenimiento daba sus primeros pasos de forma tímida. Muy pocas personas pensaban que luego se convertiría en una gran industria de billones de dólares y que generaría una gran cantidad de empleos en todo el planeta.

Los videojuegos han evolucionado desde entonces. En la década de los ochenta, con sus reconocidos 8 bits, la guerra de consolas entre Sega y Nintendo, el paso del 2D al 3D, la gran inversión en el mercado de empresas como Sony o Microsoft, y actualmente, con la llegada de dos nuevos y definitivos aliados: el internet y los celulares.

La llamada cultura geek y los videojuegos han tomado protagonismo en la sociedad conforme avanza la tecnología de estos últimos. Los videojuegos se han convertido en un fenómeno de masas en el mundo del entretenimiento y que gana cada vez más popularidad. Durante los últimos años hemos sido testigos del increíble auge de los gamers y su comunidad. Un gamer no es una persona común que juega para divertirse. Es un jugador que busca dominar los juegos más complejos para romper récords, explotar todos los aspectos ocultos de los videojuegos y dominar a sus rivales para conseguir victorias. Los gamers forman una comunidad que crece a diario gracias al internet y a redes sociales especializadas que permiten a los jugadores transmitir en vivo y conectarse con millones de personas en diferentes partes del mundo.

	<b>SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD</b>	<b>Código:</b> MA-GC-F52
	<b>GESTIÓN CONTRACTUAL</b>	<b>Versión:</b> 0
	<b>ESTUDIO DE SECTOR Y MERCADO.</b>	<b>Fecha:</b> 26/11/2018 <b>Página:</b> 7 de 27

Con este proyecto audiovisual, TEVEANDINA LTDA hace honor a su apuesta de abrir espacios para la creación, por parte del sector audiovisual, 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 del proyecto a desarrollarse se presenta en el **ANEXO 1: DESCRIPCIÓN DETALLADA DEL PROYECTO.**

## **2 Análisis del Sector Económico**

A continuación, se presenta el análisis correspondiente del sector económico al cual pertenece el objeto del contrato, es decir, el análisis del mercado relativo al proceso de contratación. Para ello, se hace una revisión de los aspectos generales del mercado, ¿cómo? y ¿quiénes? pueden proveer los servicios de producción para todas las fases requeridas en la ejecución del proyecto "**Gamer, jugando en serio**" y el contexto de los posibles proveedores que desarrollen su actividad, el cuál se encuentran dentro de los recursos otorgados en la Resolución 018 del 21 de enero de 2022 del Fondo Único de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, para suplir las necesidades de la entidad.


### **2.1 Análisis del mercado**

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

#### **2.1.1 Aspecto Económico**

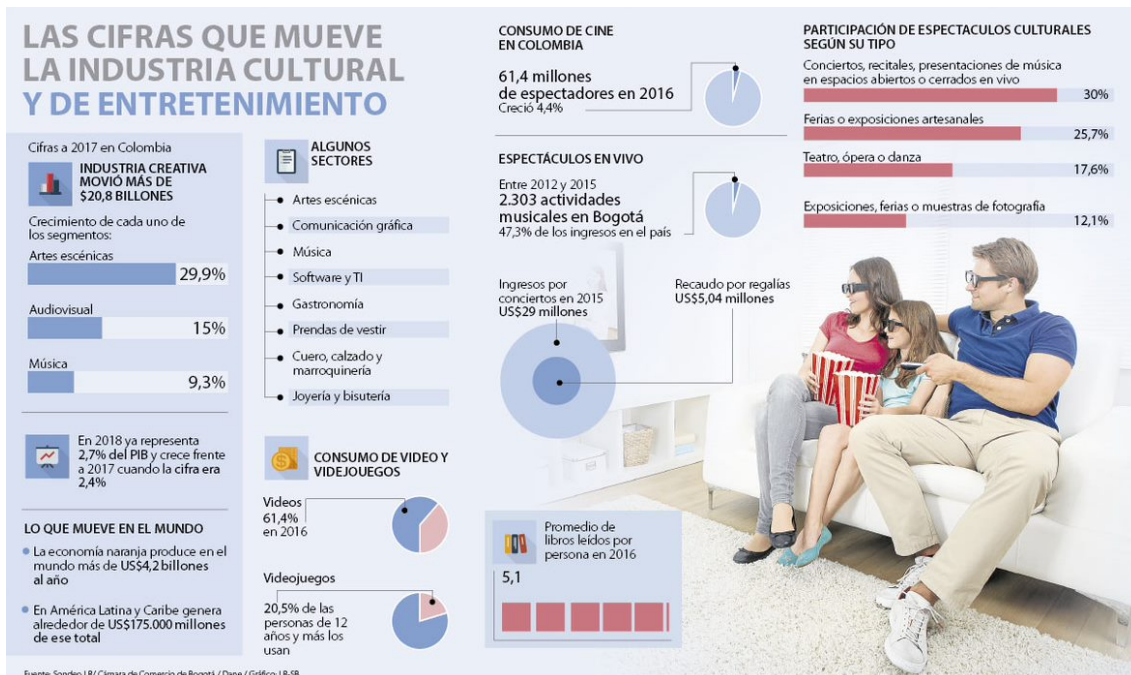
De acuerdo con el BID *Banco Interamericano de Desarrollo*, se define a la economía naranja como "*conjunto de actividades que de modo encadenado permiten que las ideas se transformen en bienes y servicios culturales, cuyo valor está determinado por su contenido de propiedad intelectual*" esta permite vincular 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,*

	<b>SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD</b>	<b>Código:</b> MA-GC-F52
	<b>GESTIÓN CONTRACTUAL</b>	<b>Versión:</b> 0
	<b>ESTUDIO DE SECTOR Y MERCADO.</b>	<b>Fecha:</b> 26/11/2018 <b>Página:</b> 8 de 27

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



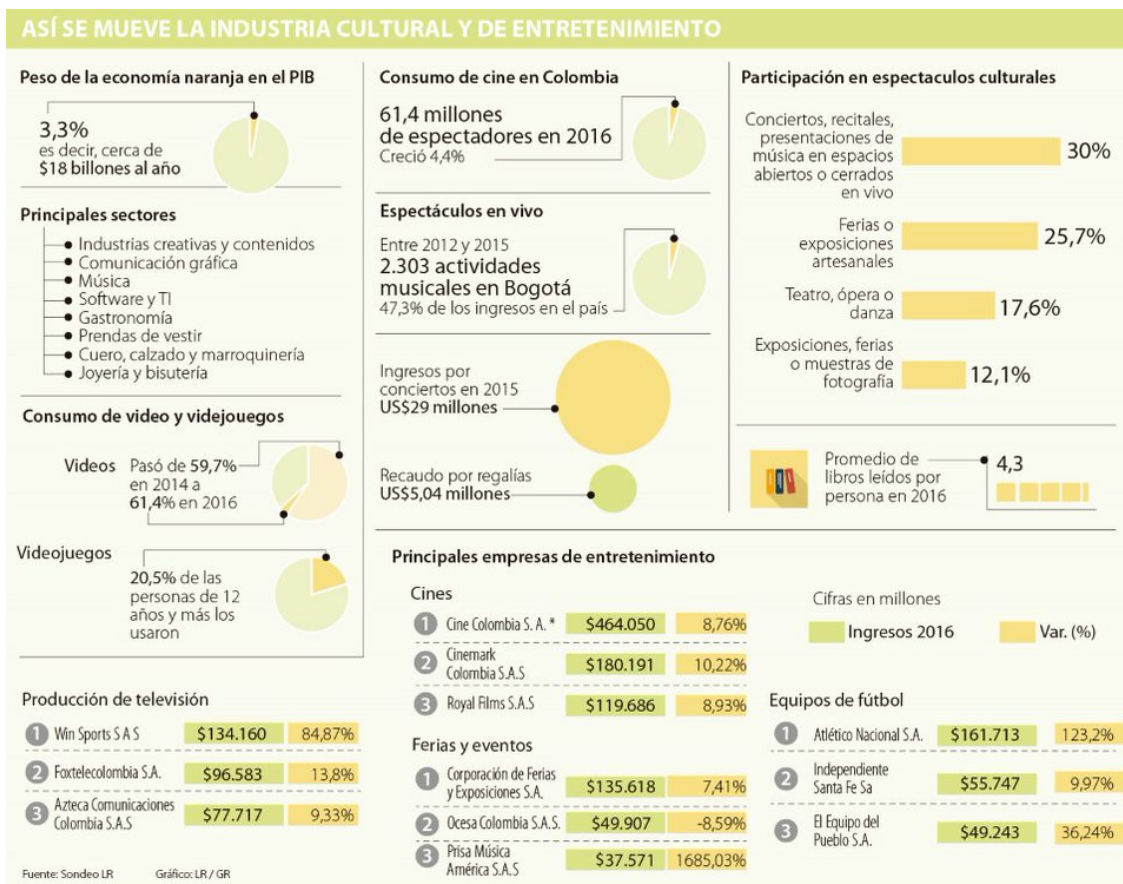
	<b>SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD</b>	<b>Código:</b> MA-GC-F52
	<b>GESTIÓN CONTRACTUAL</b>	<b>Versión:</b> 0
	<b>ESTUDIO DE SECTOR Y MERCADO.</b>	<b>Fecha:</b> 26/11/2018 <b>Página:</b> 9 de 27

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%.

	<b>SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD</b>	<b>Código:</b> MA-GC-F52
	<b>GESTIÓN CONTRACTUAL</b>	<b>Versión:</b> 0
	<b>ESTUDIO DE SECTOR Y MERCADO.</b>	<b>Fecha:</b> 26/11/2018 <b>Página:</b> 10 de 27

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 Culturales Convencionales (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.


	<b>SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD</b>	<b>Código:</b> MA-GC-F52
	<b>GESTIÓN CONTRACTUAL</b>	<b>Versión:</b> 0
	<b>ESTUDIO DE SECTOR Y MERCADO.</b>	<b>Fecha:</b> 26/11/2018 <b>Página:</b> 11 de 27

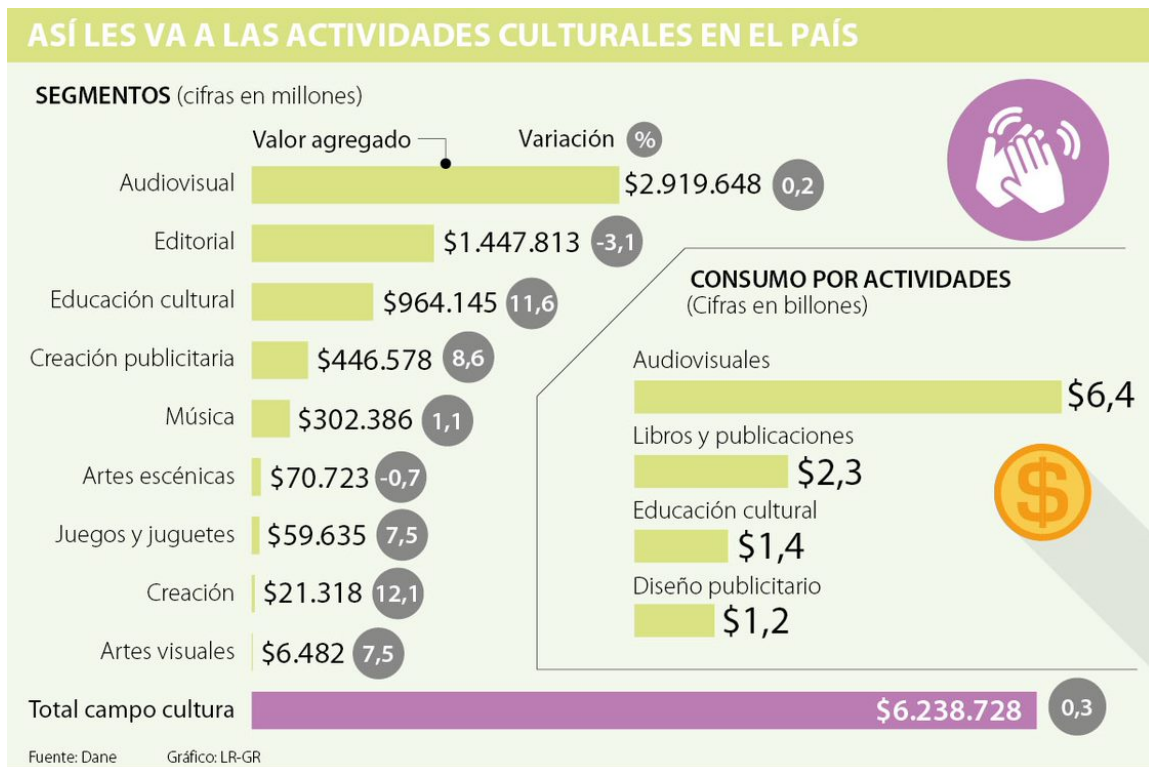


En el PIB de 2018 que va en más de \$410,4 billones, las actividades artísticas y de entretenimiento representaron más de \$11,1 billones, lo que significó un aporte en el PIB del país de 2,7%. Comparando con las cifras de esta industria el año pasado, la participación al cierre de este fue de 2,4% lo 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 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).


	<b>SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD</b>	<b>Código:</b> MA-GC-F52
	<b>GESTIÓN CONTRACTUAL</b>	<b>Versión:</b> 0
	<b>ESTUDIO DE SECTOR Y MERCADO.</b>	<b>Fecha:</b> 26/11/2018 <b>Página:</b> 12 de 27



Gráfica: Diario La República. Fuente: Dane 2016.

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

<b>SOLICITUDES DE COTIZACIÓN – PROYECTO: GAMER, JUGANDO EN SERIO</b>	
<b>64 A FILMS</b> NIT: 900.336.421-5 – Bogotá D.C	<a href="mailto:diego@64afilms.com">diego@64afilms.com</a> <a href="mailto:nancy@64afilms.com">nancy@64afilms.com</a>
<b>ASUNTOS PUBLICITARIOS</b> NIT: 900.020.028-6 - Bogotá D.C	<a href="mailto:asuntos.publicitarios.cine@gmail.com">asuntos.publicitarios.cine@gmail.com</a>
<b>DRAMAX S.A.S</b> NIT: 900.370.852-1 – Bogotá D.C	<a href="mailto:oscarguarin@dramax.com.co">oscarguarin@dramax.com.co</a> <a href="mailto:veronica@dramax.com.co">veronica@dramax.com.co</a>
<b>DYNAMO PRODUCCIONES S.A</b> NIT: 900.081.133-2 Bogotá D.C	<a href="mailto:adriana.aparicio@dynamo.net">adriana.aparicio@dynamo.net</a> <a href="mailto:sofia.merizalde@dynamo.net">sofia.merizalde@dynamo.net</a>
<b>FILMAWA S.A.S</b> NIT: 900.842.171-9 – Bogotá D.C	<a href="mailto:produccion@filmawa.com">produccion@filmawa.com</a>
<b>LA CONTRABANDA S.A.S</b> NIT: 901.172.030-7	<a href="mailto:lacontrabandafilms@gmail.com">lacontrabandafilms@gmail.com</a>

	<b>SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD</b>	<b>Código:</b> MA-GC-F52
	<b>GESTIÓN CONTRACTUAL</b>	<b>Versión:</b> 0
	<b>ESTUDIO DE SECTOR Y MERCADO.</b>	<b>Fecha:</b> 26/11/2018 <b>Página:</b> 13 de 27

<b>RHAYUELA FILMS S.A</b> NIT: 830.004.673-6	<a href="mailto:jader@rhayuela.com">jader@rhayuela.com</a> <a href="mailto:ana@rhayuela.com">ana@rhayuela.com</a>
---	--

### 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:

Nombre del proyecto	Gamer. Jugando en serio (o como llegué a denominarse)
Número de capítulos propuestos	11 capítulos
Duración de cada capítulo	27 minutos
Audiencia objetivo	Familiar (18 a 40 años)
Género de narración	Comedia de situación
Formato de producción	Ficción
Formato técnico de realización	FULL HD (1920 x 1080)

### 2. Introducción

Canal Trece es el canal público juvenil de Amazonas, Arauca, Bogotá, Boyacá Cundinamarca, Casanare, Caquetá, Guainía, Guaviare, Huila, Meta, Putumayo, Tolima y Vichada. El canal crea, produce y difunde contenidos en televisión y plataformas digitales con el fin de impulsar la expresión y la participación de los jóvenes de la región y construir una ciudadanía crítica que represente sus realidades particulares. Como medio de comunicación público, Canal Trece asume el compromiso de elaborar un conjunto equilibrado de contenidos que respondan a 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 nuestros contenidos, buscamos ofrecer una amplia gama de posibilidades, que incluyen perspectivas de diversidad cultural, geográfica, étnica y lingüística, así como de biodiversidad y diversidad de género. También pretendemos exponer puntos de vista plurales y contribuir a la

	<b>SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD</b>	<b>Código:</b> MA-GC-F52
	<b>GESTIÓN CONTRACTUAL</b>	<b>Versión:</b> 0
	<b>ESTUDIO DE SECTOR Y MERCADO.</b>	<b>Fecha:</b> 26/11/2018 <b>Página:</b> 14 de 27

comprensión de lo diferente como una riqueza y una oportunidad. Nuestros contenidos representan todo esto con una mirada veraz y ecuánime, no exotista ni centralista, por medio de distintas pantallas y con un gran concepto de marca.


Canal Trece es un canal público regional para el cual la expresión y la participación de la audiencia joven son una prioridad. Disponemos de una ventana de contenidos, en la que se identifican, dialogan y participan los jóvenes, y con la cual se promueve una mirada crítica e incluyente de la ciudadanía. Para el presente proyecto es importante preguntarse sobre las prácticas culturales contemporáneas que nos plantea la tecnología y su alcance territorial y poblacional. ¿Qué contrastes y similitudes pueden darse entre jóvenes urbanos y rurales que jueguen de manera profesional videojuegos? ¿Cuáles son las situaciones, malentendidos y confusiones que se dan entre generaciones cuando de tecnología se trata?

El presente proyecto es una serie de ficción sobre el universo de los videojuegos, los jugadores y las relaciones intergeneracionales que se tejen al respecto. Consideramos que la idea de representar un personaje que juegue de manera profesional videojuegos, con sus conflictos y aprendizajes, tiene un alto potencial para generar contenidos de calidad, en el que la audiencia puede encontrar un horizonte para divertirse y reflexionar sobre lo que somos como sociedad en este enorme mosaico de culturas, lenguas y costumbres que es nuestro territorio.

Asistimos a un momento de la historia en el que las nuevas generaciones reescriben las diferencias entre las prácticas laborales y las de ocio. El uso de los ordenadores y los celulares se ha popularizado y con esto, se han instalado en la vida de los ciudadanos y las ciudadanas maneras nuevas y diferentes de recreación, de ocio, y así mismo, de nuevos campos laborales de profesionalización del juego. Quizás en algún momento jugar videojuegos se consideró una perdedera de tiempo, pero ahora se trata como un deporte que implica grandes ingresos para quien logra ascender como profesional en este universo.

Este proyecto busca abordar en clave de comedia las historias y anécdotas de jóvenes jugadores de videojuegos en la región trece. Buscamos un contenido televisivo que contribuya a construir mejores y más asertivas maneras de comunicarnos entre generaciones, que promueva la sana competencia y que fomente el juego como un primer escenario en el que la audiencia pueda entender el sentido de las reglas, los pactos y la diversión.

### **3. Justificación**

	<b>SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD</b>	<b>Código:</b> MA-GC-F52
	<b>GESTIÓN CONTRACTUAL</b>	<b>Versión:</b> 0
	<b>ESTUDIO DE SECTOR Y MERCADO.</b>	<b>Fecha:</b> 26/11/2018 <b>Página:</b> 15 de 27

El juego tiene una gran relación con el desarrollo de diferentes capacidades intelectuales y emocionales. Ayuda a comprender la importancia de valores como el saber convivir, la empatía, la solidaridad y el compromiso. Nos brinda las primeras sensaciones de alegría, es el escenario en el que entendemos la importancia de respetar las reglas y los pactos como condición de igualdad, y nos enseña maneras de manejar la frustración.


No obstante, un juego se entiende como una actividad física o intelectual que se hace en los tiempos libres y que por supuesto no trae el pan a la mesa o paga las cuentas. Entonces, ¿cómo pasa un juego de ser solo ocio a ser un deporte?, ¿cómo se pasa de ser un jugador cualquiera a ser un jugador profesional?

Durante los años sesenta del siglo pasado, una pequeña tecnología de entretenimiento daba sus primeros pasos de forma tímida. Muy pocas personas pensaban que luego se convertiría en una gran industria de billones de dólares y que generaría una gran cantidad de empleos en todo el planeta.

Los videojuegos han evolucionado desde entonces. En la década de los ochenta, con sus reconocidos 8 bits, la guerra de consolas entre Sega y Nintendo, el paso del 2D al 3D, la gran inversión en el mercado de empresas como Sony o Microsoft, y actualmente, con la llegada de dos nuevos y definitivos aliados: el internet y los celulares.

La llamada cultura geek y los videojuegos han tomado protagonismo en la sociedad conforme avanza la tecnología de estos últimos. Los videojuegos se han convertido en un fenómeno de masas en el mundo del entretenimiento y que gana cada vez más popularidad. Durante los últimos años hemos sido testigos del increíble auge de los gamers y su comunidad. Un gamer no es una persona común que juega para divertirse. Es un jugador que busca dominar los juegos más complejos para romper récords, explotar todos los aspectos ocultos de los videojuegos y dominar a sus rivales para conseguir victorias. Los gamers forman una comunidad que crece a diario gracias al internet y a redes sociales especializadas que permiten a los jugadores transmitir en vivo y conectarse con millones de personas en diferentes partes del mundo.

#### **4. Enfoque**

	<b>SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD</b>	<b>Código:</b> MA-GC-F52
	<b>GESTIÓN CONTRACTUAL</b>	<b>Versión:</b> 0
	<b>ESTUDIO DE SECTOR Y MERCADO.</b>	<b>Fecha:</b> 26/11/2018 <b>Página:</b> 16 de 27

El proyecto Gamer: jugando en serio es concebido como una serie de ficción. Tiene como eje central una serie de ficción de género comedia de 11 capítulos de 27 minutos de duración cada uno. Esperamos que el formato juegue con las reglas establecidas para el género sitcom, entre las cuales identificamos las siguientes:

- Diálogos interesantes y con una buena dosis de humor apto para todo público.
- Un número limitado de sets o locaciones reales o incluso un estudio.
- Un número de personajes limitado (que no sea extenso).
- Capítulos autoconclusivos, pero con una cierta cantidad de subtramas que puedan ser desarrolladas durante gran parte de la serie.

Desde una óptica jovial, desenfadada y contemporánea, buscamos evidenciar los conflictos intergeneracionales sobre el uso de las nuevas tecnologías, las preferencias de identidad y vocación profesional.

## **5. Perfil de los protagonistas**

Buscamos personajes que se sientan reales y que pertenezcan a la región trece. En ningún caso deben ridiculizarse costumbres, hábitos, personas, poblaciones o acentos regionales dentro del desarrollo de los personajes. Queremos que el público se sienta identificado y valorado en su identidad y diversidad cultural.


## **6. Especificaciones técnicas**

A continuación, se enlistan los entregables que debe presentar el adjudicatario del proceso. Todo el material relacionado debe venir en las condiciones técnicas previstas en el anexo 2, "*Ficha de condiciones técnicas y entregables*", y guardado en dos (2) discos duros de 2 TB.

### **A. Contenido audiovisual**

1. Once (11) capítulos para TV (máster) de veintisiete (27) min cada uno
2. Un (1) capítulo subtulado al inglés para TV (Máster) de 27 min
3. Capítulos con closed caption
4. Carpetas de pista internacional por capítulo
5. Cabezote de la serie y el paquete gráfico general (logo de la serie, mosca, fuentes tipográficas para créditos)



	<b>SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD</b>	<b>Código:</b> MA-GC-F52
	<b>GESTIÓN CONTRACTUAL</b>	<b>Versión:</b> 0
	<b>ESTUDIO DE SECTOR Y MERCADO.</b>	<b>Fecha:</b> 26/11/2018
		<b>Página:</b> 17 de 27

6. Un (1) tráiler por capítulo de máximo un (1) minuto de duración
7. Un (1) teaser de toda la serie con una duración de 30 segundos
8. Un (1) teaser de toda la serie con una duración de 30 segundos subtulado al inglés
9. Diseño de afiche promocional en digital tamaño pliego para impresión
10. Galería fotográfica


## **B. Música y audios**

1. Tracks de audios usados en la serie en extensión .WAV.
2. Documento relación del uso de tracks de audio y/o obras protegidas (cue sheet).
3. Carpeta de derechos de audio donde se relacionen las licencias de uso y los documentos de paz y salvo con la Asociación Colombiana de Editoras de Música (ACODEM).

## **C. Libro de producción**

Debe contener los siguientes elementos:

1. Ficha técnica del proyecto
2. Ficha técnica del proyecto en inglés
3. Formulación del proyecto
4. Ficha de investigación general
5. Ficha de investigación por capítulo
6. Escaletas por capítulo
7. Guion por capítulo
8. Modelo de producción (cronograma, presupuesto, organigrama y equipos técnicos)
9. Propuesta de casting
10. Propuesta de sonido
11. Propuesta de fotografía y arte
12. Perfiles de base del equipo
13. Bases de datos del equipo
14. Relación de derechos por capítulo (autorizaciones de entrevistados [release], personajes, imagen, música y archivos)
15. Transcripciones de todos los capítulos en español
16. Transcripción de un capítulo en inglés


	<b>SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD</b>	<b>Código:</b> MA-GC-F52
	<b>GESTIÓN CONTRACTUAL</b>	<b>Versión:</b> 0
	<b>ESTUDIO DE SECTOR Y MERCADO.</b>	<b>Fecha:</b> 26/11/2018 <b>Página:</b> 18 de 27

### 2.1.3 Aspecto regulatorio

Analizado el objeto del presente proceso, *"Realizar, bajo la modalidad de producción por encargo el desarrollo, preproducción, producción y posproducción del proyecto de serie sitcom Gamer, jugando en serio (o como llegue a denominarse), en el marco de la Resolución 000018 del 21 de enero de 2022 expedida por el Fondo Único de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones. Lo anterior en conformidad con la naturaleza del servicio y con la propuesta presentada por el contratista, la cual forma 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.

	<b>SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD</b>	<b>Código:</b> MA-GC-F52
	<b>GESTIÓN CONTRACTUAL</b>	<b>Versión:</b> 0
	<b>ESTUDIO DE SECTOR Y MERCADO.</b>	<b>Fecha:</b> 26/11/2018 <b>Página:</b> 19 de 27

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 proyectos de producción por encargo adjudicados mediante la modalidad de concurso público en TEVEANDINA LTDA.:


<b>NÚMERO DE CONTRATO</b>	<b>CLASE DE CONTRATO</b>	<b>ENTIDAD</b>	<b>OBJETO CONTRATO</b>	<b>VALOR CONTRATO</b>
639 de 2021	Producción por encargo – Concurso Público 008 de 2021	Cabeza Rodante S.A.S	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.	\$310.824.500
598 de 2021	Producción por encargo – Concurso Público 007 de 2021.	Prime Producciones S.A.S	Contratar bajo la modalidad de producción por encargo, el diseño, la preproducción, producción y postproducción del proyecto "Así suena..." o como lleguen 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.	\$310.881.408

	<b>SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD</b>	<b>Código: MA-GC-F52</b>
	<b>GESTIÓN CONTRACTUAL</b>	<b>Versión: 0</b>
	<b>ESTUDIO DE SECTOR Y MERCADO.</b>	<b>Fecha: 26/11/2018</b>
		<b>Página: 20 de 27</b>


603 de 2021	Producción por encargo – Concurso Público 007 de 2021	La Red tina S.A.S	Contratar bajo la modalidad de producción por encargo, el diseño, la preproducción, producción y postproducción del proyecto “Sembradores” o como lleguen 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.	\$124.350.215
604 de 2021	Producción por encargo – Concurso Público 007 de 2021	Cabeza Rodante S.A.S	Contratar bajo la modalidad de producción por encargo, el diseño, la preproducción, producción y postproducción del proyecto “Sembradores” o como lleguen 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.	\$124.293.283
609 de 2021	Producción por encargo – Concurso Público 007 de 2021	Hiper Next Media S.A.S	Contratar bajo la modalidad de producción por encargo, el diseño, la preproducción, producción y postproducción del proyecto “Sembradores” o como lleguen 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.	\$124.150.320
610 de 2021	Producción por encargo –	Buena vida Films S.A.S	Contratar bajo la modalidad de producción por encargo, el diseño, la preproducción,	\$124.352.096

	<b>SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD</b>		<b>Código:</b> MA-GC-F52
	<b>GESTIÓN CONTRACTUAL</b>		<b>Versión:</b> 0
	<b>ESTUDIO DE SECTOR Y MERCADO.</b>		<b>Fecha:</b> 26/11/2018 <b>Página:</b> 21 de 27

	Concurso Público 007 de 2021		producción y postproducción del proyecto "Sembradores" o como lleguen 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.	
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 Público 004 de 2020	Echando Globos S.A.S	Contratar bajo la modalidad de producción por encargo, el diseño, la preproducción, producción y posproducción 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.	\$419.874.840
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	\$1,146,557,000

	<b>SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD</b>		<b>Código:</b> MA-GC-F52
	<b>GESTIÓN CONTRACTUAL</b>		<b>Versión:</b> 0
	<b>ESTUDIO DE SECTOR Y MERCADO.</b>		<b>Fecha:</b> 26/11/2018 <b>Página:</b> 22 de 27

			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.	
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	Concurso Público 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 presentada por el productor, la cual hace parte del presente contrato	\$450,000,000

	<b>SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD</b>	<b>Código:</b> MA-GC-F52
	<b>GESTIÓN CONTRACTUAL</b>	<b>Versión:</b> 0
	<b>ESTUDIO DE SECTOR Y MERCADO.</b>	<b>Fecha:</b> 26/11/2018 <b>Página:</b> 23 de 27


233 de 2019	Concurso Público 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
-------------	---	----------------	--	---------------

*Fuente: Tabla Elaborada por Canal Regional de Televisión – Teveandina LTDA.*

## 2.2.2 Determinación de Indicadores Financieros

Con el fin de determinar los indicadores financieros y organizacionales que garanticen la ejecución financiera del proyecto, se tomó la información de los estados financieros de empresas referenciadas por producción de contenidos de Teveandina, que se encuentran en la capacidad de Realizar, bajo la modalidad de producción por encargo el desarrollo, preproducción, producción y posproducción del proyecto de serie sitcom Gamer, jugando en serio (o como llegue a denominarse), en el marco de la Resolución 000018 del 21 de enero de 2022 expedida por el Fondo Único de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones.

NIT	Tercero	K Trabajo	Liquidez	Endeudamiento	Patrimonio	Cobertura de Intereses	Rentabilidad Patrimonio	Rentabilidad Activo
900020028	ASUNTOS PUBLICITARIOS	121,632,245	2.39	41%	126,061,893	1.44	7%	4%
901172030	LA CONTRABANDA S.A.S	209,200,022	25.44	4%	217,670,862	25.43	61%	59%
901016927	CABEZA RODANTE PRODUCCIONES S.A.S	596,380,062	3.94	33%	691,191,072	3.41	13%	8%
830143621	LABERINTO CINE Y TELEVISIÓN S.A.S	663,105,717	4.08	23%	711,193,994	3.30	2%	1%
901361684	LUMINANTE FILMS S.A.S	71,395,001	2.02	33%	155,878,624	2.23	45%	30%
830004673	RHAYUELA FILMS S.A	482,251,816	1.23	60%	1,410,228,785	0.67	5%	2%

	<b>SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD</b>	<b>Código:</b> MA-GC-F52
	<b>GESTIÓN CONTRACTUAL</b>	<b>Versión:</b> 0
	<b>ESTUDIO DE SECTOR Y MERCADO.</b>	<b>Fecha:</b> 26/11/2018 <b>Página:</b> 24 de 27

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


<b>Indicador</b>	<b>Requerimiento</b>
K Trabajo	40% o > al valor del proyecto
Liquidez	1.2 o Mayor
Endeudamiento	60% o <
Patrimonio	40% o > al valor del proyecto
Rentabilidad Patrimonio	3% o mayor
Rentabilidad Activo	2% o mayor

### **2.2.3 Análisis de la oferta costos y/o precios promedio del mercado**

Para el cálculo del presupuesto oficial en el presente proceso se realizó un estudio del mercado en el mes de marzo de 2022, donde se emitieron 7 invitaciones a cotizar para contratar el servicio asociado al objeto contractual *"Realizar, bajo la modalidad de producción por encargo, el desarrollo, preproducción, producción y posproducción del proyecto de serie sitcom Gamer, jugando en serio (o como llegue a denominarse), con los recursos otorgados por el Fondo Único de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones a través de la Resolución 000018 del 21 de enero de 2022. Lo anterior en conformidad con la naturaleza del servicio y con la propuesta presentada por el contratista, la cual forma parte integral del contrato"*, por medio de correo electrónico, recibiendo 4 propuestas con las cuales se efectuó el siguiente análisis.

Dentro de la solicitud de cotización remitida a las 7 casas productoras, se les presento una tabla presupuestal que discriminaba los productos y/o servicios necesarios para el cumplimiento del objeto contractual, la cuál esta dividida en un total de 16 items. Para determinar los costos promedio del mercado.




	<b>SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD</b>	<b>Código: MA-GC-F52</b>
	<b>GESTIÓN CONTRACTUAL</b>	<b>Versión: 0</b>
	<b>ESTUDIO DE SECTOR Y MERCADO.</b>	<b>Fecha: 26/11/2018</b>
		<b>Página: 25 de 27</b>

Cabe destacar que en los rubros que contemplan los costos de gestión de producción e Imprevistos, en cada cotización es variable, no obstante, están dentro de los porcentajes máximos y mínimos exigidos por la Entidad (Gestión de producción Máx 10% - Imprevistos Mínimo 8%).

<b>TABLA COMPARATIVA PRECIOS DEL MERCADO 2022</b>						
<b>ITEM</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CANT</b>	<b>ASUNTOS PUBLICITARIOS</b>	<b>DRAMAX</b>	<b>LA CONTRABANDA</b>	<b>RHAYUELA</b>
1	Capítulos para TV de 27 min, según especificaciones técnicas.	11	\$ 609.159.664	\$ 1.001.000.000	\$ 626.722.689	\$ 735.102.005
2	Capítulo Subtitulado al ingles para TV de 27 min, según especificaciones técnicas.	1	\$ 2.100.840	\$ 1.300.000	\$ 1.680.672	\$ 2.800.000
3	Capítulos para TV de 27 min, según especificaciones técnicas con sistema Closed Caption.	11	\$ 7.394.958	\$ 7.700.000	\$ 1.386.555	\$ 8.800.000
4	Cabezote de la serie (Max. 1 min)	1	\$ 2.941.176	\$ 3.000.000	\$ 1.680.672	\$ 2.500.000
5	Paquete gráfico general (logo de la serie, mosca, fuentes tipográficas para créditos).	1	\$ 5.042.017	\$ 6.000.000	\$ 4.201.681	\$ 6.600.000
6	Tráiler por capítulo de un máximo un minuto de duración.	11	\$ 6.470.588	\$ 5.500.000	\$ 1.848.739	\$ 11.000.000
7	Teaser de toda la serie con una duración de 30 segundos.	1	\$ 756.303	\$ 500.000	\$ 840.336	\$ 1.800.000
8	Teaser de toda la serie con una duración de 30 segundos, subtitulado al inglés.	1	\$ 168.067	\$ 300.000	\$ 1.680.672	\$ 800.000
9	Diseño de afiche promocional en digital tamaño pliego para impresión.	1	\$ 1.260.504	\$ -	\$ 1.680.672	\$ 1.500.000
10	Paquete de cinco (5) fotografías por cada capítulo de locaciones.	1	\$ 1.008.403	\$ 4.500.000	\$ 1.008.403	\$ 16.350.000
11	Paquete de quince (15) fotografías por capítulo, de los personajes en alta resolución (mínimo cinco (5) del protagonista).	11	\$ 4.159.664	\$ -	\$ 1.109.244	\$ -
12	Paquete de diez (10) fotogramas de la línea de tiempo por cada capítulo, en alta resolución, para fines promocionales.	11	\$ 1.848.739	\$ 550.000	\$ 1.109.244	\$ 1.650.000
13	Carpeta que incluya Bandas Internacionales por Capítulo, según Anexo técnico.	11	\$ 2.773.109	\$ 2.750.000	\$ 22.184.874	\$ 2.200.000
14	Once (11) videoblogs del personaje protagónico de la serie de máximo 2 minutos, uno por capítulo.	11	\$ 6.470.588	\$ 8.250.000	\$ 2.957.983	\$ 11.000.000
15	Entregables (libro de producción, cadena Legal)	1	\$ 5.210.084	\$ 2.500.000	\$ -	\$ 2.500.000
16	Disco duro de 2TB (Donde se almacenarán los productos enlistados)	1	\$ 705.714	\$ 700.000	\$ 436.975	\$ 1.600.000
<b>SUBTOTAL PROYECTO:</b>			\$ 657.470.418	\$ 1.044.550.000	\$ 670.529.412	\$ 806.202.005
<b>GESTIÓN DE PRODUCCIÓN ( %):</b>			\$ 65.747.042	\$ 104.455.000	\$ 67.052.941	\$ 80.620.201
<b>IMPREVISTOS ( %):</b>			\$ 52.597.633	\$ 52.227.500	\$ 53.642.353	\$ 64.496.160
<b>TOTAL PROYECTO:</b>			\$ 775.815.093	\$ 1.201.232.500	\$ 791.224.706	\$ 951.318.366
<b>IVA (19%)</b>			\$ 147.404.868	\$ 228.234.175	\$ 150.332.694	\$ 180.750.490
<b>GRAN TOTAL:</b>			\$ 923.219.961	\$ 1.429.466.675	\$ 941.557.400	\$ 1.132.068.855

Tabla 1: Fuente Canal Regional Teveandina LTDA.

Dentro de las cotizaciones allegadas a la Entidad, se realizó un análisis comparativo de precios de mercado por ítem entre los oferentes (Tabla 1), en este primer vistazo, se identifican datos

	<b>SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD</b>	<b>Código:</b> MA-GC-F52
	<b>GESTIÓN CONTRACTUAL</b>	<b>Versión:</b> 0
	<b>ESTUDIO DE SECTOR Y MERCADO.</b>	<b>Fecha:</b> 26/11/2018
		<b>Página:</b> 26 de 27

atípicos<sup>1</sup> en los datos de la muestra obtenida para el presente estudio. Para entender el comportamiento de los datos que componen la muestra, la Entidad determinará el valor promedio del proyecto en cuestión, mediante la implementación de la medida estadística denominada *Mediana*, que según la *Guía para la Elaboración de Estudios de Sector*<sup>2</sup> de Colombia compra eficiente, A diferencia de la media, la mediana no es afectada por la presencia de datos atípicos.

<b>B. MEDIANA VALOR PROYECTO 2022</b>					
<b>CASA PRODUCTORA</b>	<b>SUB TOTAL PROYECTO</b>	<b>GESTIÓN DE PRODUCCIÓN</b>	<b>IMPREVISTOS</b>	<b>IVA</b>	<b>VALOR TOTAL PROYECTO</b>
ASUNTOS PUBLICITARIOS	\$ 657.470.418	\$ 65.747.042	\$ 52.597.633	\$ 147.404.868	\$ 923.219.961
LA CONTRABANDA S.A.S	\$ 670.529.412	\$ 67.052.941	\$ 53.642.353	\$ 150.332.694	\$ 941.557.400
RHAYUELA S.A	\$ 806.202.005	\$ 80.620.201	\$ 64.496.160	\$ 180.750.490	\$ 1.132.068.855
DRAMAX S.A.S	\$ 1.044.550.000	\$ 104.455.000	\$ 52.227.500	\$ 228.234.175	\$ 1.429.466.675
<b>VALOR MEDIANA:</b>	<b>\$ 738.365.708</b>	<b>VALOR MEDIANA PROYECTO:</b>			<b>\$ 1.036.813.128</b>

Tabla 2: Fuente Canal Regional Teveandina LTDA.


Este análisis de precios del sector, permite evaluar las posibilidades, exigencias y expectativas del mercado en la oferta de un servicio, en este caso, la producción del proyecto transmedial ***Gamer, jugando en serio (11x27')*** con su respectivos insumos transmediales permite determinar que el valor mediana del mismo en el mercado actual puede ascender hasta los **MIL TREINTA SEIS MILLONES OCHOCIENTOS TRECE MIL CIENTO VEINTI OCHO PESOS M/CTE (\$ 1.036.813.128)**. incluido IVA.

### 3 Conclusiones

Considerando que el estudio de sector y de mercado se realizó a partir de 4 cotizaciones, para lo cual se tomaron los valores de cada cotización recibida y se obtuvo la mediana cuyo valor del proyecto asciende a la suma de hasta **MIL TREINTA SEIS MILLONES OCHOCIENTOS TRECE**

<sup>1</sup> Un dato atípico es aquel numéricamente distante de la mayoría de los datos de la muestra.

<sup>2</sup> Anexo 1: Conceptos Estadísticos, apartado II Análisis Estadístico, numeral B (Pág. 14).

	<b>SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD</b>	<b>Código:</b> MA-GC-F52
	<b>GESTIÓN CONTRACTUAL</b>	<b>Versión:</b> 0
	<b>ESTUDIO DE SECTOR Y MERCADO.</b>	<b>Fecha:</b> 26/11/2018 <b>Página:</b> 27 de 27

**MIL CIENTO VEINTI OCHO PESOS M/CTE (\$ 1.036.813.128).** incluido IVA, y que el presupuesto oficial con el que se cuenta en la Entidad asciende a la suma de hasta **NOVECIENTOS CUARENTA Y UN MILLONES DOSCIENTOS TREINTA Y CINCO MIL PESOS M/CTE (\$941.235.000)**, siendo el primero un valor superior en **NOVENTA Y CINCO MILLONES QUINIENTOS SETENTA Y OCHO MIL CIENTO VEINTIOCHO PESOS M/CTE (\$95.578.128)** a la mediana aludida, 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 **NOVECIENTOS CUARENTA Y UN MILLONES DOSCIENTOS TREINTA Y CINCO MIL PESOS M/CTE (\$941.235.000)**, incluido IVA.

Teniendo en cuenta que, la cuantía total disponible para la contratación de los servicios, objeto del presente estudio, evidencia una discrepancia porcentual del 10% por debajo del valor de la mediana aludido por el análisis estadístico, se hace indispensable que para adelantar el proceso de selección del adjudicatario y mediante inclusión en las reglas de participación del futuro concurso público, se modifique el porcentaje de la gestión de producción, pasando del 10% al 8% máximo, esto en concordancia con la propuesta presentada por algunos de los oferentes de la muestra, de igual manera se hace relevante modificar el porcentaje de los imprevistos del proyecto, pasando del 8% al 5% como mínimo.




Por otro lado, para garantizar que el presupuesto oficial disponible (\$941.235.000), incluido IVA, de la presente convocatoria se ajuste al valor arrojado por el *Análisis de la oferta costos y/o precios promedio del mercado*, se hace indispensable que los productos transmedia no se incluyan dentro del requerimiento del presente concurso público, asegurando de esta forma adelantar el proceso de selección del contratista con el presupuesto oficial existente.



**LUISA FERNANDA RAMÍREZ NARANJO.**

Líder de contenidos

Contratista.

Elaboró: Juan Camilo Jiménez Garzón- Productor de contenidos (Contratista) - Aspectos Técnicos.   
 Elaboró: Eliana Milena Sanabria Gómez - Coordinadora de presupuesto y contabilidad – Aspectos Financieros.   
 Revisó y Aprobó: Eliana Milena Sanabria Gómez - Coordinadora de presupuesto y contabilidad – Aspectos Financieros.   
 Revisó y Aprobó: Luisa Fernanda Ramírez Naranjo – Líder de contenidos (Contratista) – Aspectos Técnicos. 