



## CONTRATACIÓN ADMINISTRATIVA ESTUDIOS PREVIOS DE CONVENIENCIA Y OPORTUNIDAD PARA CONTRATAR EL PROCESO CREATIVO, LA PREPRODUCCIÓN, PRODUCCIÓN Y POSPRODUCCIÓN DE TRES VIDEOS DONDE SE PROMUEVA UNA CULTURA DE RESPETO AL DERECHO DE AUTOR Y LOS DERECHOS CONEXOS.

**Selección Abreviada de Menor Cuantía**  
(Art. 30 Ley 80 de 1993, ley 1150 de 2007, Artículo 59 Decreto 1510 de 2013)

### CONSIDERACIONES GENERALES Y DEFINICION DE LA NECESIDAD ESTATAL QUE SE PRETENDE SATISFACER MEDIANTE LA CONTRATACIÓN.

La Dirección Nacional de Derecho de Autor es una Unidad Administrativa Especial, adscrita al Ministerio del Interior, con personería jurídica, autonomía administrativa y patrimonio independiente.

Tenemos como Misión, fortalecer la debida y adecuada protección de los titulares de derecho de autor y de los derechos conexos contribuyendo al desarrollo de una cultura de respeto hacia éstos.

Es por ello que la DNDA para dar cumplimiento a esta misión y con el objetivo de fortalecer el Sistema de Propiedad Intelectual de Derecho de Autor e Industrias Creativas a Nivel Nacional, formuló un ambicioso Proyecto de Inversión que fue aprobado por el Departamento Nacional de Planeación, mediante la ficha BPIN No. 2011-01100-0222 y el cual se encuentra ubicado dentro de la actividad denominada “realizar piezas audiovisuales con mensajes institucionales para promover el respeto al derecho de autor que puedan transmitirse a través del código cívico ANTV y/o otros modos gratuitos de divulgación y redes sociales”, la cual tiene como alcance el desarrollo de una cultura de respeto al derecho de autor y los derechos conexos, y como producto contempla una campaña de sensibilización para promover el respeto al derecho de autor a través de un medio masivo de comunicación.

Por tal motivo, la Unidad de Divulgación y Prensa requiere contratar los servicios de una agencia de comunicación o publicidad para la realización de tres videos institucionales donde se promueva una cultura de respeto al derecho de autor y los cuales puedan ser posteriormente difundidos a través de los espacios institucionales promovidos por la ANTV:

*El artículo 9 del Acuerdo CNTV 002 de 2011, vigente, define los Espacios institucionales así:*

*“(...) aquellos reservados en todos los canales de televisión abierta por la Comisión Nacional de Televisión para la radiodifusión de*



*contenidos realizados por entidades del Estado, o cuya producción haya sido contratada por éstas con terceros, con el fin de informar a la ciudadanía acerca del ejercicio propio de sus funciones, y destinados a la promoción de la unidad familiar, el civismo, la educación, los derechos humanos, la cultura y, en general, orientados a la divulgación de los fines y principios del Estado.”*  
(Subrayado fuera de texto).

El servicio a contratar por parte de la DNDA, se hace necesario ya que la Entidad no cuenta con los mecanismos ni el personal idóneo para adelantar la preproducción, producción y posproducción de los videos institucionales. Para lo cual atenderá los principios de austeridad en el gasto público establecidos en los Decretos 1737, 2209 de 2008, en el artículo 100 de la Ley 1474 de 2011 y su modificación mediante el artículo 232 del Decreto Ley 19 de 2012, teniendo en cuenta que dicha contratación se encuentra directamente relacionada con las funciones que legalmente le corresponden en esta materia.

Para lo anterior, es oportuno considerar lo dispuesto por el artículo 2 del Decreto No. 4326 expedido el 11 de noviembre de 2011 que establece:

*“No se consideran actividades de divulgación de programas y políticas, ni publicidad oficial, aquellas que realicen las entidades públicas con la finalidad de promover o facilitar el cumplimiento de la Ley en relación con los asuntos de su competencia, la satisfacción del derecho a la información de los ciudadanos o el ejercicio de sus derechos, o aquellas que tiendan simplemente a brindar una información útil a la ciudadanía, como pueden ser entre otras.”*

En este orden de ideas, la DNDA requiere contratar los servicios de una agencia de comunicaciones o publicidad que pueda brindar toda la asesoría creativa y técnica, así como la grabación de los mensajes institucionales.

## 2. ANÁLISIS ECONÓMICO DEL SECTOR

### 2.1 ASPECTOS GENERALES DEL MERCADO

Para los efectos del presente objeto contractual, se tomará de referencia la Industria Audiovisual en Colombia, específicamente el sector de la publicidad, dado que la industria audiovisual es bastante amplia, componiéndose de la realización de películas para cine, así como de videoclips y comerciales para televisión. Este último ítem es el que más encaja en el objeto del contrato, y aunque el objeto del mismo no es publicidad, si cumple la mismas características de realización de una pieza



audiovisual para hacer un comercial de televisión, el cual para este caso en particular, la ANTV los denomina mensajes institucionales, ya que será transmitido a través del código cívico por la ANTV, el cual es un servicio gratuito para las entidades públicas.

La industria publicitaria es considerada como una pieza fundamental para la economía nacional, debido a su creciente desarrollo y capacidad de trascender las fronteras colombianas. Además se convierte en un instrumento fundamental para las empresas que desean hacer uso de estas herramientas audiovisuales para lograr un efectivo reconocimiento de sus productos o servicios.

En Colombia este mercado dinámico posee una gran acogida, ya que esta Industria ha experimentado un creciente incremento y un especial interés de las entidades públicas por difundir sus políticas y servicios a los ciudadanos. Estas piezas comunicativas generan credibilidad y alcance, contribuyendo al posicionamiento de una cultura o razón de ser de las organizaciones.

## 2.2. ASPECTOS ECONÓMICOS

Según el último informe del Portal financiero “Sectorial”<sup>1</sup>, elaborado con información disponible a noviembre de 2013, la inversión en los medios digitales creció 15,32% durante 2012 con \$145.729 MM, frente a \$126.366 MM que se invirtieron en 2011. Así mismo, en la torta publicitaria se evidencia que Internet fue el medio que reportó un mayor crecimiento en la inversión. En cuanto a tendencias de inversión en publicidad para 2013, se estima que existan otras temáticas que serán tendencia como el email-marketing y el gamification. Este último, hace referencia a usar juegos en las aplicaciones móviles.

### Indicadores del sector de la publicidad en Colombia:

<sup>1</sup> [https://www.sectorial.co/index.php?option=com\\_k2&view=item&layout=item&id=113&Itemid=258](https://www.sectorial.co/index.php?option=com_k2&view=item&layout=item&id=113&Itemid=258)

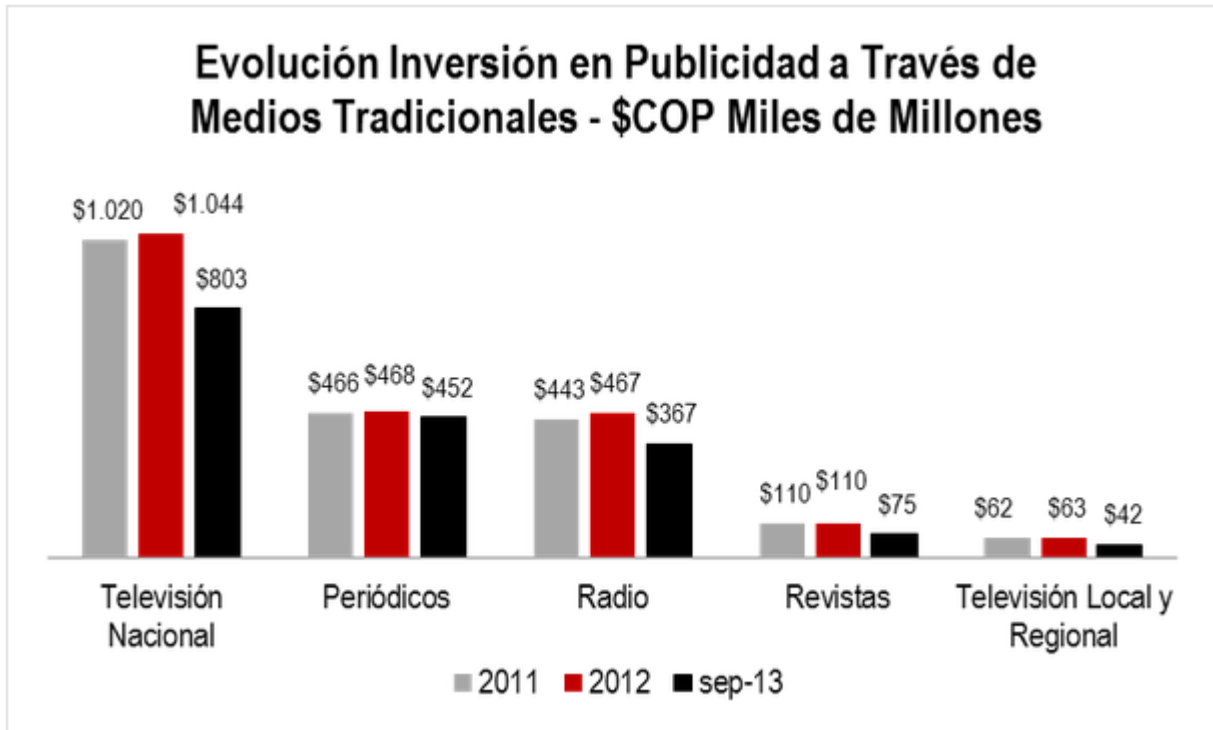


Indicador	2008	2009	2010	2011	2012
<b>Rentabilidad</b>					
Margen Operativo	10,2%	6,4%	8,5%	9,7%	8,0%
Margen Neto	7,9%	9,5%	7,7%	7,1%	6,1%
<b>Liquidez</b>					
Liquidez Corriente (Razón Corriente)	1,3	1,3	1,3	1,3	1,3
Ciclo Operacional	-14	6	2	2	16
<b>Endeudamiento</b>					
Endeudamiento con Valorizaciones	52,4%	52,0%	52,1%	51,5%	55,0%
Endeudamiento sin Valorizaciones	60,1%	58,1%	58,9%	59,0%	62,0%
<i>Los indicadores financieros fueron calculados por Sectorial tomando como base la información de Estados Financieros de un promedio de 232 empresas pertenecientes al sector Publicitario</i>					

En dicho informe, también relacionan las principales 20 compañías que pertenecen al sector de la publicidad. Las empresas se organizan en un ranking de mayor a menor valor en ingresos operacionales y se relacionan cifras e indicadores de sus Estados Financieros a cierre de 2012. Datos en millones de pesos.

Empresa	Estado de Resultados			Balance General		
	Ingresos Operacionales	Resultado Operativo	Resultado Neto	Activo total	Pasivo Total	Patrimonio Total
1 Vision y Marketing S.A.S	\$86.222	\$9.752	\$2.423	\$22.463	\$17.721	\$4.742
5 Marketmedios Comunicaciones S.A	\$66.731	\$16.809	\$891	\$17.864	\$11.617	\$6.246
10 Publicis Groupe Media S.A.	\$40.954	\$14.134	\$2.854	\$94.250	\$90.898	\$3.352
15 Mediaedge Cía Ltda.	\$31.739	\$23.135	\$7.591	\$48.709	\$22.299	\$26.409
20 Optima T.M S.A.	\$21.490	\$3.877	\$640	\$16.472	\$8.972	\$7.500

En la siguiente gráfica suministrada por Asomedios, se puede ver la evolución del sector publicitario a través de medios tradicionales:



## 2.3 PANORAMA INTERNACIONAL DE LA INDUSTRIA DE LA PUBLICIDAD

En Colombia operan desde hace más de treinta años, las más importantes agencias internacionales de publicidad, como McCann Erickson, Leo Burnett, J Walter Thomson, entre otras, y más de treinta agencias locales que trabajan para clientes nacionales e internacionales.

Hoy en día operan alrededor de veinte casas productoras y preproductoras de comerciales, algunas de las cuales se han especializado en producciones para marcas y agencias internacionales.

Se producen en Colombia un promedio de treinta comerciales extranjeros al año y este mercado ha venido creciendo en un 80% cada año desde el 2005. Algunas multinacionales que han hecho sus comerciales en el país en los últimos años son: Visa, Coca-Cola, Pepsi, Frito Lay, Nestle, Sneakers, Budweiser, Amstel, entre muchas otras.

Hay empresas especializadas en alquiler de equipos y de tecnología de punta para la producción y post producción de comerciales de televisión. Asimismo, varias casas



productoras trabajan asociadas con productoras internacionales de los Estados Unidos, México y Argentina.

El mercado publicitario en Colombia es de US \$3 billones y el talento publicitario y de producción de comerciales es altamente calificado y compite eficazmente con casas productoras de otros países.

## 2.4. ANÁLISIS DE LA DEMANDA

### 2.4.1 Adquisiciones previas de la entidad

La Dirección Nacional de Derecho de Autor nunca ha contratado el servicio de realización de videos institucionales, por lo cual no se tienen adquisiciones previas en este apartado.

### 2.4.2 Histórico de compras o adquisiciones de otras Entidades Estatales y otros consumidores del bien o servicio:

Analizando los procesos de contratación que más se acercan a nuestro objeto del contrato por otras Entidades Estatales, se pueden tener presentes los siguientes:

Año	Entidad	Servicios contratados	Presupuesto oficial por pieza audiovisual	Vínculo de la información
2014	Dirección Nacional de Bomberos	Contratar la preproducción, producción y posproducción para una pieza audiovisual de 1 minuto con reducción a 30 segundos, grabado en cine alta digital y gestión del mensaje institucional y/o código cívico ante los diferentes canales de televisión.	\$35.000.000	<a href="https://www.contratos.gov.co/consultas/detalleProceso.do?numConstancia=14-11-2630900">https://www.contratos.gov.co/consultas/detalleProceso.do?numConstancia=14-11-2630900</a>
2013	Contraloría de Bogotá	Contratar la prestación del servicio para la preproducción, producción y posproducción de una pieza comunicacional audiovisual de 30 segundos en formato HD que será entrega en dos originales: una en formato betacam sp y otra en formato dvc pro (25mbps) además de 5 copias en dvd.	\$32,582,467	<a href="file:///C:/Users/narias/Downloads/DEPREV/PROCESO_13-11-1818492_211001021_7716014%20(1).pdf">file:///C:/Users/narias/Downloads/DEPREV/PROCESO_13-11-1818492_211001021_7716014%20(1).pdf</a>
2013	IDEAM	Prestar el servicio de grabación, edición, producción, animación, realización y entrega de archivos finalizados de los videos diarios del pronóstico del tiempo que requiere el Ideam, de conformidad con las especificaciones técnicas establecidas en los pliegos de condiciones y la propuesta económica.	\$22,446,000	<a href="https://www.contratos.gov.co/consultas/detalleProceso.do?numConstancia=13-11-1795375">https://www.contratos.gov.co/consultas/detalleProceso.do?numConstancia=13-11-1795375</a>



Por su parte, la Contraloría General de la República analizó la contratación en publicidad de la Presidencia de la República, 16 Ministerios (entidades adscritas y vinculadas), 2 Departamentos Administrativos, ICBF y Colombia Humanitaria, en los siguientes periodos: 2012 (ene – dic), 2013 (ene – mar).<sup>2</sup>

### Entidades contratantes:

ENTIDAD	VIGENCIA 2012	VIGENCIA 2013	TOTAL
	VALOR	VALOR	VALOR
MINISTERIO DE LAS TECNOLOGIAS DE LA INFORMACION	100.058.041.607	27.756.878.412	127.814.920.019
MINISTERIO DE DEFENSA NACIONAL	54.949.508.289	5.336.939.224	60.286.447.513
MINISTERIO DE AGRICULTURA	46.442.341.229	11.038.184.613	57.480.525.842
MINISTERIO DE INDUSTRIA Y COMERCIO	52.045.203.252	4.650.327.378	56.695.530.630
MINISTERIO DEL TRABAJO	42.540.921.643	10.273.883.696	52.814.805.339
MINISTERIO DE HACIENDA Y CREDITO PUBLICO	23.923.051.169	15.846.215.118	39.769.266.287
MINISTERIO DE MINAS Y ENERGIA	31.552.956.807	3.517.682.290	35.070.639.097
MINISTERIO DE EDUCACION NACIONAL	31.165.562.957	3.089.613.517	34.255.176.474
ICBF	13.799.837.727	7.407.012.432	21.206.850.159
DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO PARA LA PROSPERIDAD SOCIAL	16.379.685.598	3.774.808.513	20.154.494.111
PRESIDENCIA DE LA REPUBLICA	19.514.057.636	498.576.368	20.012.634.004
MINISTERIO DE SALUD	15.774.093.114	1.002.173.932	16.776.267.046
MINISTERIO DE CULTURA	14.611.670.530	2.017.318.546	16.628.989.076
MINISTERIO DE VIVIENDA	10.095.016.995	882.889.635	10.977.906.630
MINISTERIO DE AMBIENTE Y DESARROLLO SOSTENIBLE	5.228.434.553	4.526.847.493	9.755.282.046
MINISTERIO DE RELACIONES EXTERIORES	3.802.249.830	4.341.415.690	8.143.665.520
MINISTERIO DEL INTERIOR	4.640.838.075	3.341.662.302	7.982.500.377
MINISTERIO DE TRANSPORTE	3.959.003.567	1.626.334.938	5.585.338.504
MINISTERIO DE JUSTICIA	3.313.489.595	1.027.875.803	4.341.365.398
DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO DE PLANEACION NACIONAL	1.630.582.239	762.521.604	2.393.103.843
COLOMBIA HUMANITARIA	1.887.509.461	53.061.416	1.940.570.877
COROPORACIONES AUTONOMAS REGIONALES	13.500.000	0	13.500.000
<b>TOTAL</b>	<b>497.327.555.873</b>	<b>112.772.222.920</b>	<b>610.099.778.792</b>

<sup>2</sup> <http://www.contraloriagen.gov.co/documents/10136/78918891/Presentacion-Informe-Ejecutivo-PUBLICIDAD-7-0.pdf/929c39c9-a116-4769-ab09-5cd3edbd680d>

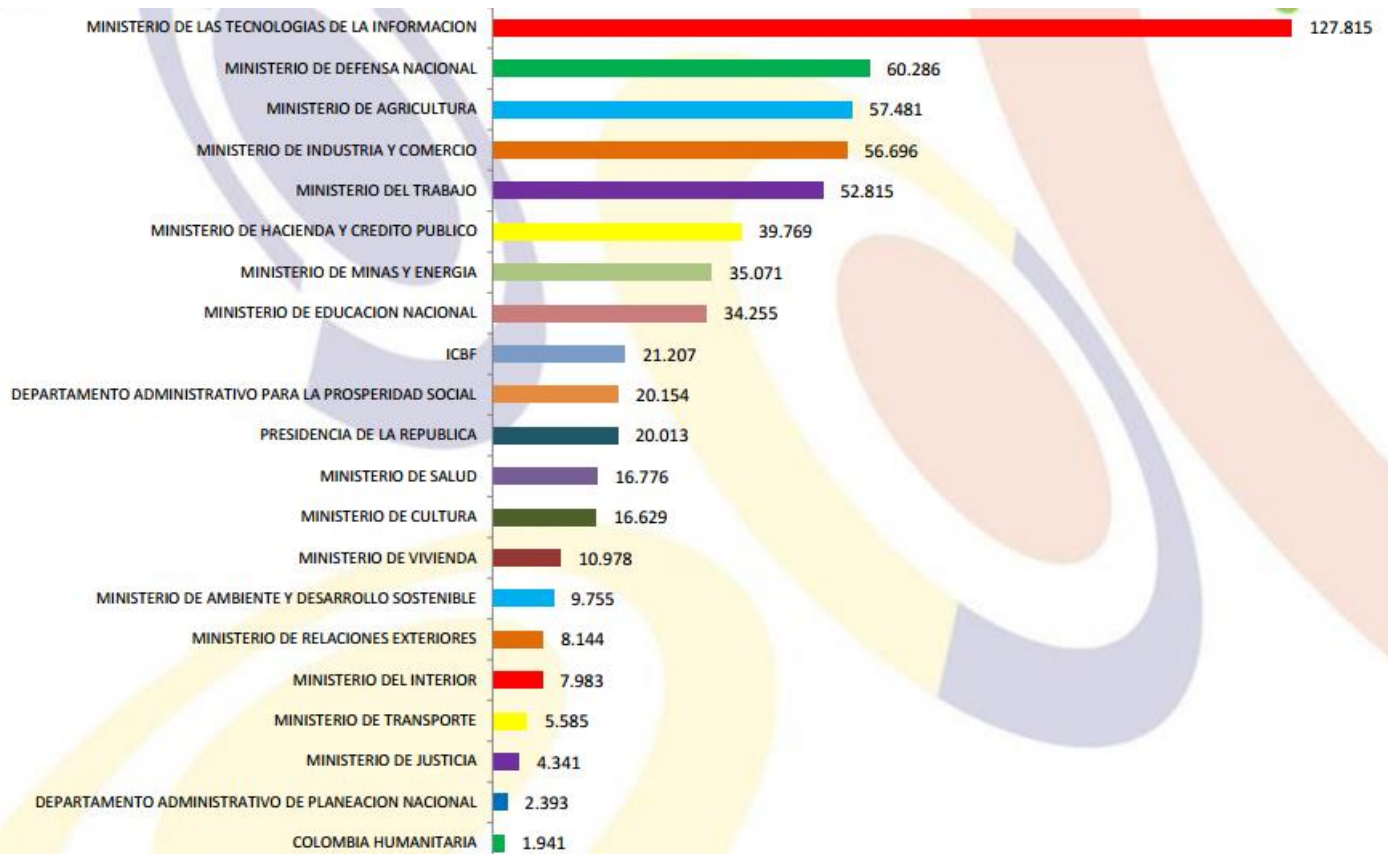


### Modalidad de contratación:

MODALIDAD DE CONTRATACIÓN	MONTO 2012	MONTO 2013	MONTO TOTAL
CONTRATACION DIRECTA	332.047.858.670	96.067.258.319	428.115.116.989
LICITACION PUBLICA	79.614.265.172	4.391.113.630	84.005.378.802
SELECCION ABREVIADA	67.941.411.887	4.084.677.754	72.026.089.641
MINIMA CUANTIA	6.174.515.480	1.248.346.590	7.422.862.070
CONSULTORIA	5.547.651.719	0	5.547.651.719
CONVENIO INTERADMINISTRATIVO	4.503.543.122	4.668.071.882	9.171.615.004
CONCURSO DE MERITOS	1.484.809.823	2.326.254.745	3.811.064.568
<b>TOTAL</b>	<b>497.314.055.873</b>	<b>112.785.722.920</b>	<b>610.099.778.793</b>

7 de cada 10 contratos en publicidad se adjudican de manera directa.

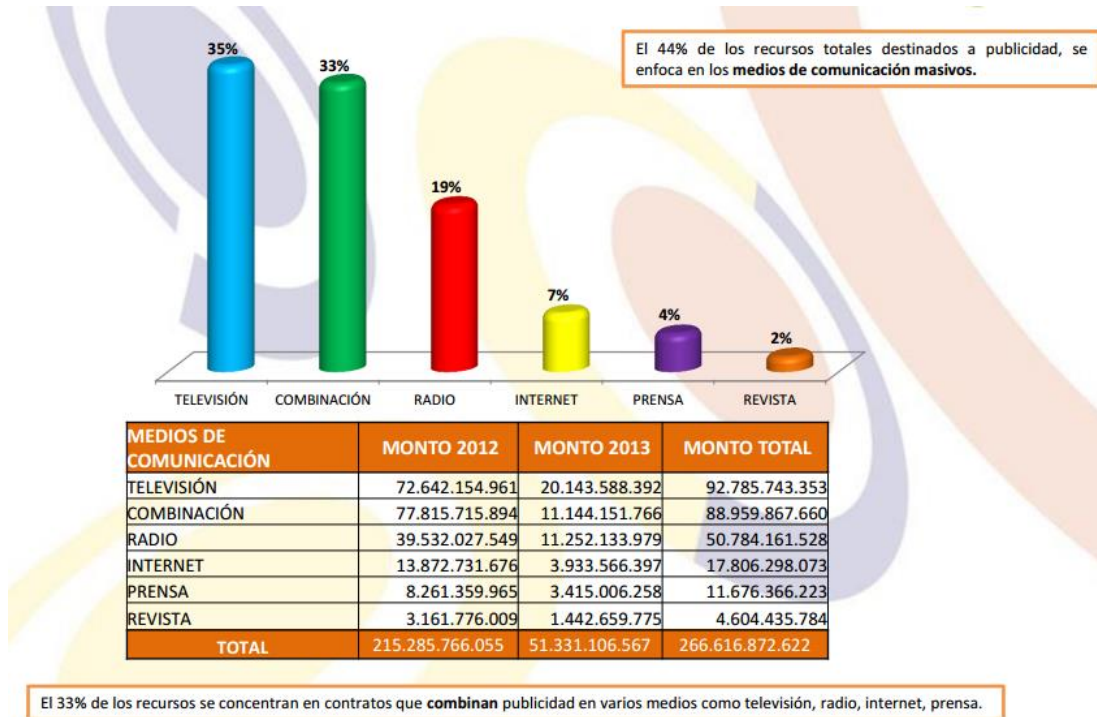
### Top de las entidades que más contratan en publicidad (cifras en millones de pesos):







## Publicidad en medios masivos:



## Top de los 20 contratistas en publicidad para las entidades del Gobierno:

CO NS.	ID CONTRATISTA	CONTRATISTAS	CANTIDAD 2012	MONTO 2012	CANTIDAD 2013	MONTO 2013	CANTIDAD	MONTO TOTAL
1	86006628	McCANN ERIKSON CORPORATION S.A.	9	71.644.915.818	1	11.947.933.713	10	83.592.849.531
2	90002583	RADIO TELEVISION NACIONAL DE COLOMBIA - RTVC	69	34.953.521.317	25	24.929.435.774	94	59.882.957.091
3	830001113	IMPRENTA NACIONAL DE COLOMBIA	167	37.770.925.941	63	5.030.134.305	230	42.801.060.246
4	830060529	MEDIAEDGE LTDA	15	34.089.599.633	0	0	15	34.089.599.633
5	830005370	CANAL REGIONAL DE TELEVISION TEVEANDINA LTDA	19	18.204.006.014	2	1.542.000.000	21	19.746.006.014
6	830000640	DDB WORLDWIDE COLOMBIA S.A.	5	16.561.912.038	0	0	5	16.561.912.038
7	900568961	Unión Temporal Harold Zea & Massive ACR	1	15.685.111.754	0	0	1	15.685.111.754
8	860044421	COMPañIA DE MEDIOS DE INFORMATICA LIMITADA - CMI TELEVISION	4	8.060.366.476	1	199.419.080	5	8.259.785.556
9	900522681	UNION TEMPORAL INDUCON-SALGARI-LOPEZ	1	6.510.499.380	0	0	1	6.510.499.380
10	890203944	ASOCIACION COLOMBIANA PARA EL AVANCE DE LA CIENCIA - ACAC	1	1.651.000.000	2	4.671.800.000	3	6.322.800.000
11	830104453	MARKETMEDIOS COMUNICACIONES S.A.	10	6.241.433.202	0	0	10	6.241.433.202
12	900035837	BTL RED SAS	1	5.128.725.000	0	0	1	5.128.725.000
13	830144988	COOPERATIVA DE TRABAJO ASOCIADO SERVICIOS PROFESIONALES DE TELEVISIÓN- SEPTV	12	3.035.023.244	1	2.048.902.584	13	5.083.925.828
14	800186585	CORPORACION COLOMBIANA INTERNACIONAL -CCI	1	5.063.071.400	0	0	1	5.063.071.400
15	860014923	CARACOL PRIMERA CADENA RADIAL COLOMBIANA - CARACOL .A.	24	4.892.760.514	1	429.204	25	4.893.189.718
16	890903910	RADIO CADENA NACIONAL S.A. - RCN RADIO.	27	4.694.106.715	1	13.500.000	28	4.707.606.715
17	90	UNION TEMPORAL DISCOINDUERSERVEX	1	4.573.106.662	0	0	1	4.573.106.662
18	830069499	CONSORCIO NACIONAL DE MEDIOS S.A.	2	4.200.000.000	0	0	2	4.200.000.000
19	900563798	Consortio óptima -CPM - Optima TM S.A. - Central Promotora de Medios S.A.	1	4.088.591.016	0	0	1	4.088.591.016
20	900194353	OPEN GROUP BTL LTDA	1	3.981.195.672	0	0	1	3.981.195.672

Fuente: Base de datos Ministerios



## 2.5. ANÁLISIS DE LA OFERTA

Para el análisis de la oferta del sector de la producción audiovisual y publicitaria, se tomó como base el portafolio de producción audiovisual que realizó en el mes de marzo de 2014, la revista especializada en mercadeo y publicidad P&M<sup>3</sup>, conformado por algunas de las principales compañías especializadas en este tipo de servicios dentro de la industria:

### A. Razón social: Akira Cine

Ciudad: Bogotá

Dirección: Carrera 19C No. 86A-43, oficina 203.

Teléfonos: 4767969, 4767967

Página web: [www.akiracine.com](http://www.akiracine.com)

Servicios: Producción de comerciales para cine y televisión, Servicios de producción para clientes internacionales, Área de cine y contenido, Área digital.

### B. Razón social: Colombo Films

Ciudad: Bogotá

Dirección: Calle 94 No. 14-48, oficina 701

Teléfonos: 6109924, 6211391

Página web: [www.colombofilms.tv](http://www.colombofilms.tv)

Servicios: Producción de comercial para televisión, Servicios de producción, Videos musicales, Cortometrajes, Largometrajes, Contenido para televisión.

### C. Razón social: Direktor Films

Ciudad: Bogotá

Dirección: Calle 80 No. 10-43, piso 6

Teléfono: 6102700

Página web: [www.direktorfilms.com](http://www.direktorfilms.com)

Servicios: Producción de comerciales, Representación de directores extranjeros, Servicios de producción, Contenidos para marcas, Contenidos para internet, Producción de cine y televisión.

Servicios: Realización de ideas creativas con innovación, para colaborar con agencias creativas, marcas e individuales en toda la región. Potenciación de grandes conceptos convertidos en piezas memorables con factura internacional. TVC, case studies, brand videos, web films, shorts, documentary.

### D. Razón social: La Octava Productora

Ciudad: Bogotá

Dirección: Carrera 13 No. 77-22, oficina 202.

<sup>3</sup> <http://www.nxtbook.com/ml/PyM/produccionaudiovisual/index.php?startid=2#/8>



Teléfono: 3471367

Página web: [www.laoctava.com.co](http://www.laoctava.com.co)

Servicios: Producción de comerciales, Servicios de producción para realizaciones internacionales en territorio colombiano, Producción de material audiovisual para BTL, Producción de videos musicales, Contenido para internet.

### E. Razón social: The Zoo films

José Fernando Mafla

Productor Ejecutivo

[mafla@thezoofilms.com](mailto:mafla@thezoofilms.com)

Tels. +57 (1) 345 58 00 – +57 (1) 702 02 95

Calle 60A # 3 – 41 +57 310 309 74 76

Ciudad: Bogotá

Producción de comercial para televisión, Servicios de producción, Videos musicales, Cortometrajes, Contenido para televisión.

## 2.6 ASPECTOS LEGALES

Este proceso de contratación obedece a una SELECCIÓN ABREVIADA DE MENOR CUANTIA, prevista en el Artículo 59 del Decreto 1510 del 17 de julio de 2013, por el cual se reglamenta el sistema de compras y contratación pública. Asimismo, también se debe tener presente la siguiente normatividad vigente y en cumplimiento de la cual se hace necesario la realización de estos mensajes institucionales:

### Circular 021 de 2013 de la ANTV:

*“La Autoridad Nacional de Televisión -ANTV-, en ejercicio de sus funciones y facultades en materia de inspección, vigilancia, seguimiento y control, recuerda a todas las Entidades sin Ánimo de Lucro y a todas las Entidades del Estado, del nivel central y de los niveles territoriales, interesadas en la asignación de Espacios Institucionales y de Mensajes Cívicos el deber de dar estricta observancia a las disposiciones previstas en el Acuerdo CNTV 002 de 2011, modificado por el Acuerdo CNTV 003 de 2011, y en la Resolución ANTV 455 de 2013, para lo cual se presenta en este documento la información y los instructivos a tener en cuenta para la solicitud de asignación de Espacios Institucionales y Mensajes Cívicos, así como la implementación de la colilla de la ANTV en dichas solicitudes”.*

Dicho alcance del contrato pretende a su vez dar respuesta al Plan Nacional de Desarrollo 2010-2014 *“Prosperidad para todos”*, específicamente al capítulo III, Crecimiento sostenible y competitividad subíndice A. 2 *“Propiedad intelectual, instrumento de innovación”*, donde se recomienda la implementación de un programa de competencias ciudadanas y de fomento de una cultura de respeto de los derechos al derecho de autor, la propiedad industrial y las demás formas de protección y



aprovechamiento del conocimiento y la creatividad, y que estará orientado a la consolidación de acciones para incrementar la oferta y el consumo lícito de bienes culturales, especialmente en los entornos digitales (Internet).

## 2. ESPECIFICACIONES DEL CONTRATO A CELEBRAR

### 2.1 OBJETO

Contratar el proceso creativo y conceptual, así como la preproducción, producción y posproducción de 3 videos de máximo 40 segundos cada uno en formato HD, donde se promueva una cultura de respeto al derecho de autor y los derechos conexos, y los cuales deberán tener un sistema que garantice el acceso a la población con discapacidad auditiva (Closed Captioning, Subtitulación o Lengua de Señas Colombiana), los cuales deberán cumplir con todas las especificaciones técnicas, formatos de entrega, lineamientos gráficos y normatividad de la ANTV ([Circular Número 21 del 2013](#)) con el propósito de difundirlos a través del Código Cívico, espacio institucional ([Artículo 5 y 9 del Acuerdo CNTV 002 de 2011](#)), con el fin de ejecutar la actividad del proyecto de inversión que se encuentra detallado en la Ficha BPIN 2011011000222, aprobado por el DNP para la vigencia 2014.

### 2.2. Clasificación del Objeto a Contratar en el Clasificador de Bienes y servicios:

De acuerdo con lo establecido en el Decreto 1510 de 2013, se especifica la descripción del objeto a contratar identificado con el Tercer Nivel del Clasificador de Bienes y Servicios:

Segmentos	Familia	Clase	Producto	Nombre
82000000	82130000	82131600	82131600	Fotógrafos y cinematógrafos
82000000	82100000	82101600	82101600	Publicidad difundida
82000000	82100000	82101800	82101800	Servicios de agencia de publicidad

### 2.3 ALCANCE DEL OBJETO

Los siguientes son los requisitos mínimos que deben cumplir los oferentes en relación con la realización de los tres videos institucionales y las actividades que comprende el presente contrato:



FICHA TÉCNICA	
ITEM	ESPECIFICACIONES MÍNIMAS
PROPUESTA	<p>Se realizarán tres piezas audiovisuales para transmitir tres mensajes institucionales de la DNDA y ser difundidos a través de código cívico de la ANTV, así como en sitios web y redes sociales.</p> <p>Cada mensaje institucional tendrá una duración de mínimo 30 segundos y máximo 40 segundos, dentro de los cuales se debe incluir el logo de la Dirección Nacional de Derecho de Autor y la colilla de la ANTV.</p> <p>El contratista deberá presentar mínimo tres (3) propuestas creativas por cada pieza y su respectivo storyboard.</p> <p>Cada pieza audiovisual debe atender a cada uno de los siguientes mensajes:</p> <p><b>Mensajes de cada pieza:</b></p> <p><b>Pieza 1:</b> Dar a conocer qué es la Dirección Nacional de Derecho de Autor y los servicios que brinda.</p> <p><b>Pieza 2:</b> Promover el respeto al derecho de autor y los derechos conexos en internet y de manera física.</p> <p><b>Pieza 3:</b> Mostrar la importancia del derecho de autor como promotor de la economía creativa o más conocida como economía naranja, es decir, la contribución de la creatividad como un elemento integral del desarrollo económico y social de Colombia. (Ver más en <a href="http://publications.iadb.org/handle/11319/3659?locale-attribute=es">http://publications.iadb.org/handle/11319/3659?locale-attribute=es</a>).</p> <p>Dichos mensajes deben ser grabados en HD y se deberán entregar en los siguientes formatos:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>✓ Tres originales en Betacam SP por cada pieza audiovisual.</li><li>✓ Tres originales en formato DvcPro (25Mbps) por cada pieza audiovisual.</li><li>✓ Cinco copias en formato DVD por cada pieza audiovisual. Las cuales deben venir marcadas sobre el disco a color.</li></ul>



	<p>✓ Cinco copias en formato MP4 para ser difundidas a través de las redes sociales.</p>
<p><b>ETAPA DE PREPRODUCCIÓN</b></p>	<p>1. Entregar el cronograma de actividades. 2. Construir la línea de los 3 mensajes cuidando el uso del lenguaje, el tono y el estilo. 3. Entregar un texto en donde se explique esa línea conceptual de cada pieza comunicacional institucional. 4. Construir el guion de cada pieza comunicacional. 5. Entregar los textos descriptivos del enfoque de la pieza audiovisual comunicacional.</p> <p>Como mínimo el contratista deberá:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Presentar un mínimo de tres propuestas creativas por cada pieza audiovisual. El contratista deberá diseñar la propuesta gráfica para cada mensaje respetando la unidad de la estrategia comunicativa. De igual manera deberá producir animaciones, si se consideran necesarias para el tratamiento audiovisual y temático de los mensajes.</li> <li>➤ Elaboración de guiones literarios.</li> <li>➤ Elaboración de guiones técnicos.</li> <li>➤ Elaboración de plan de rodaje.</li> <li>➤ Búsqueda de locaciones (si se requiere según propuesta del contratista).</li> <li>➤ Casting de personajes reales (si se requiere según propuesta del contratista).</li> <li>➤ Diseño y producción de escenografía.</li> <li>➤ Personajes ficticios (si se requiere según propuesta del contratista).</li> <li>➤ Obtención de permisos para la grabación en exteriores.</li> <li>➤ Coordinación de pruebas y planeación en general de la infraestructura propia de la filmación.</li> <li>➤ Garantizar el medio de transporte de todo el personal (si se requiere).</li> <li>➤ Realización de un comercial con técnica de composición digital, con imagen 3D y 2 D. (Si se requiere según propuesta del contratista).</li> </ul>



<p><b>ETAPA DE PRODUCCIÓN</b></p>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Maquillar y cuidar la imagen de las personas que aparecerán en cámara.</li><li>2. Capturar en video los mensajes de acuerdo a los guiones propuestos.</li><li>3. Tomar las fotografías requeridas.</li><li>4. Entregar el material grabado para realizar la postproducción.</li><li>5. Como mínimo el contratista deberá realizar: Articulación entre los diferentes equipos, dirección. Fotografía y sonido. Manejo de la relación entre el equipo de filmación y la ciudadanía (si se requiere según propuesta del contratista).</li><li>6. Honorarios de modelos.</li><li>7. Maquillaje.</li><li>8. Transporte Modelos, Personal y Equipos.</li><li>9. Alimentación personal y modelos.</li><li>10. Vestuarista.</li></ol> <p>Para realizar el objeto contractual el interesado debe contar con los siguientes EQUIPOS TÉCNICOS:</p> <ol style="list-style-type: none"><li>11. Cámara y Óptica Cine</li><li>12. Cámara y Óptica HD</li><li>13. Equipo de Luces</li><li>14. Grip</li><li>15. Dolly-Steady-Grúa-Jib-otros tramoya (Si se necesita)</li><li>16. Planta Eléctrica</li><li>17. Steady Cam</li><li>18. Y los demás que requiera para cumplir con el objeto del contrato</li></ol>
<p><b>ETAPA DE POSTPRODUCCIÓN</b></p>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Realizar el retoque de imágenes, ensamble de tomas y gráficos, elaboración de las piezas audiovisuales.</li><li>2. Construcción del contenido según el guion y libreto.</li><li>3. Finalizar la edición de las piezas audiovisuales.</li><li>4. Musicalización.</li></ol> <p>Como mínimo el contratista deberá tener o realizar:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>✓ Equipos de edición alta gama.</li><li>✓ Visualización.</li><li>✓ Guion de edición.</li><li>✓ Animaciones 2D O 3D.</li><li>✓ Estudio de grabación de audio y efectos.</li></ul>



	<ul style="list-style-type: none"><li>✓ Locuciones.</li><li>✓ Edición off line.</li><li>✓ Edición on line.</li><li>✓ Locutor ACL (para cada versión).</li><li>✓ Música Original – pista.</li><li>✓ Diseño de Efectos y Sonorización.</li><li>✓ Sala de audio: toma de voz, masterización y mezcla.</li></ul> <p><b>Nota:</b> La voz profesional será aprobada por el supervisor del contrato, para tal efecto, el contratista presentara en un plazo de dos (2) días hábiles después de la aprobación del libreto o guion final, un reel de hasta dos (2) minutos en CD formato mp3, con la voz o las voces propuestas.</p> <p>El contratista deberá contar con el equipo humano y técnico necesario para garantizar el buen accionar en cada una de las fases de preproducción, producción y postproducción de la pieza comunicacional.</p>
<p><b>CESION DE DERECHOS PATRIMONIALES DE AUTOR</b></p>	<ul style="list-style-type: none"><li>• El cedente (contratista) se compromete a ceder al cesionario (DNDA) los derechos patrimoniales de autor, por medio del cual se transfieren los derechos sobre las obras audiovisuales junto con sus guiones, storyboard, textos, dibujos y todos los productos resultantes de la ejecución del contrato.</li><li>• Registrar el contrato de cesión ante la Dirección Nacional de Derechos de Autor mediante el registro de actos y contratos.</li><li>• Garantizar a través de los términos del contrato de cesión la titularidad de todos los derechos patrimoniales a la DNDA y mantener libre e indemne al cesionario de cualquier daño o perjuicio originado en reclamaciones de terceros relacionadas con la titularidad de los derechos que son cedidos mediante el contrato en los términos del Anexo No. 13.</li><li>• El futuro contratista debe garantizar la transferencia de los derechos aparentes no reconocidos legalmente que puedan surgir de los interpretes que participen en dichas piezas audiovisuales los cuales no podrán hacer oponible su aparente derecho.</li></ul>





## 2.4. EQUIPO DE TRABAJO

El proponente debe allegar dentro de sus propuestas, un organigrama de todas las personas que participarán en la realización de las piezas audiovisuales de la Dirección Nacional de Derecho de Autor.

Del mismo modo el proponente deberá acreditar como mínimo que cuenta con un equipo de trabajo acorde a las siguientes tablas, anexando sus hojas de vida, precisando la especialidad de cada integrante, con la experiencia que se solicita a continuación, los cargos que ocuparán y el porcentaje de dedicación al proyecto y soportes con las siguientes condiciones:

1. Copia del diploma de grado en la profesión correspondiente.
2. Certificados laborales de experiencia que contengan:
  - ✓ Nombre del profesional
  - ✓ Nombre de la empresa contratante
  - ✓ Fechas de inicio (día - mes - año) y terminación (día - mes - año) de la vinculación laboral. En caso de que la vinculación esté vigente, se tendrá en cuenta como fecha de terminación el día de cierre de la licitación.
  - ✓ La certificación deberá ser suscrita por la persona autorizada para expedir dicho documento.
  - ✓ La estructura organizacional propuesta por la agencia o productora deberá asegurar un contacto permanente, fluido y presencial con el supervisor del contrato, permitiendo establecer una sólida y productiva relación de trabajo.

La siguiente tabla muestra los requerimientos mínimos que deben cumplir cada uno de los profesionales del equipo en cuanto a experiencia profesional relacionada con el objeto del contrato respecto de la Agencia de Publicidad o Productora Audiovisual:

Descripción	Funciones	Perfil	Experiencia específica	% de dedicación durante el proceso
Un (1) Director general del proyecto, quien también haría sus veces de director creativo.	Es la persona que dirige la filmación de las piezas audiovisuales, da instrucciones a los actores, decide la puesta de cámara, supervisa todos los factores creativos y las demás funciones necesarias para llevar a buen término el rodaje. Interviene en numerosas labores, principalmente la realización la propuesta creativa, del guion técnico (encuadre, plano, movimientos de cámara, objetivo y angulación), como la selección o casting de los actores y de los demás	Profesional en publicidad, producción audiovisual, mercadeo, comunicación social, cine o carreras afines. Deberá anexas su hoja de vida donde indique su currículum y anexe diplomas y certificados de	10 años de experiencia en el medio.	100% Todas las fases del proyecto



	profesionales, los escenarios naturales en los que se rodará la película, los decorados, o la redacción final del guion.	estudios y/o especializaciones, además deberá anexar sus certificaciones laborales o proyectos que tengan relación con el objeto a contratar.		
Un (1) Asistente de dirección	Es el enlace del director con los jefes de los otros departamentos. (Vestuario, iluminación, etc). Sus funciones son: Crear un desglose del guion, remarcando las necesidades: localizaciones, actores, extras, etc. Con ayuda del desglose del guion, crea un programa o calendario de rodaje. Durante el rodaje su objetivo principal será mantener la película en el presupuesto y horario previamente planeado. Mantiene comunicación con los jefes de los departamentos para asegurar que la filmación ocurra con la menor cantidad de contratiempos posibles. Cita a los actores y técnicos. Organiza que los actores estén en el maquillaje y vestuario adecuado y preparado para cuando sean requeridos en el set. Su equipo se encarga del traslado de los actores hasta el set de rodaje bajo su supervisión.	Formación académica técnico o tecnólogo en publicidad, producción audiovisual, cine o carreras afines. Deberá anexar su hoja de vida donde indique su currículum y anexe diplomas y certificados de estudios, además deberá anexar sus certificaciones laborales.	Con 2 años de experiencia	100%  Todas las fases del proyecto
Dos (2) camarógrafos.	Son los encargados de manejar la cámara y sus ópticas durante el rodaje de los videos. Deben llevar a imágenes el guion técnico, en el que se especifican los planos y la duración de los mismos dentro de una determinada escena.	Deberá anexar su hoja de vida donde indique su currículum y anexe diplomas y certificados de estudios, además deberá anexar sus certificaciones laborales.	Con 3 años de experiencia mínima como camarógrafo o realizador de televisión o productor de cine o televisión.	Debe estar en la fase de producción
Un (1) Director de fotografía.	Es la persona responsable de la creación artística de imágenes para la puesta en escena de las piezas audiovisuales. Asimismo se encarga de tomar decisiones respecto a la iluminación, ópticas, encuadre, composición, texturas, etc., para colaborar en la creación de la imagen de la obra.	Formación académica técnico o tecnólogo en fotografía, producción de televisión, diseño, publicidad, comunicación o afines. Deberá anexar su hoja de vida donde indique su currículum y anexe diplomas y certificados de	Con 1 año de experiencia especifica como fotógrafo comercial.	Debe estar en la fase de producción y posproducción.



		estudios y/o especializaciones, además deberá anexar sus certificaciones laborales.		
Un (1) sonidista.	Planificar, crear, y lograr que los sonidos tengan una línea narrativa propia, grabados, editados, procesados y mezclados.	Formación académica técnico en sonido o realizador de cine o televisión o productor de radio. Deberá anexar su hoja de vida donde indique su currículum y anexe diplomas y certificados de estudios y/o especializaciones, además deberá anexar sus certificaciones laborales.	1 año de experiencia como sonidista para televisión.	La fase de posproducción.
Dos (2) asistentes de cámara.	Organiza, revisa y vela por el buen funcionamiento de la cámara, además de distribuir la profundidad de campo durante el plano.	Formación académica bachiller o técnico o tecnólogo. Deberá anexar su hoja de vida donde indique su currículum y anexe diplomas y certificados de estudios y/o especializaciones, además deberá anexar sus certificaciones laborales.	1 año de experiencia como asistente de cámara o realizador de televisión, o productor de cine o televisión	La fase de producción
Un (1) locutor:	Realizar la voz en off de las piezas audiovisuales, con la debida entonación y puntuación, teniendo presente el guion.	Formación académica locutor o actor o comunicador social o periodista.  1) Anexar hoja de vida donde indique su currículum y anexe diplomas y certificados de estudios y/o especializaciones, 2) Anexar certificaciones laborales 3) Anexar documento expedido por la ACL, "Asociación	Experiencia mínima de 1 año en realización de audiovisuales.	Fase de posproducción



		Colombiana de Locutores”, donde conste que el locutor propuesto está certificado por dicha asociación.		
Un (1) editor	Es el encargado de realizar el orden de las tomas, teniendo presente la duración temporal y el ritmo.	Formación académica en edición, producción de televisión, comunicación social, publicidad o afines.	Experiencia mínima de 1 año en la edición de audiovisuales.	Fase de posproducción

## 2.5. EXPERIENCIA ACREDITADA DEL PROPONENTE

El proponente deberá acreditar su experiencia en contratos similares al objeto de la presente contratación mediante certificaciones de tres (3) empresas y contratos cuya sumatoria sea igual o superior Presupuesto Oficial de la presente contratación, ejecutados durante los cinco (5) años anteriores a la fecha de cierre y fin del plazo para la presentación de las propuestas, en las cuales se deberá demostrar el desarrollo de los componentes de concepto creativo de campañas publicitarias y diseño y producción de piezas audiovisuales.

Las certificaciones deben estar acompañadas de una muestra de los productos representativos en DVD.

Las certificaciones de experiencia deben ser expedidas por la persona jurídica con quien se haya celebrado el contrato, la cual deberá contener como mínimo los siguientes datos:

- ✓ Nombre de la persona jurídica o entidad contratante
- ✓ Nombre del Proponente
- ✓ Número del contrato
- ✓ Valor del contrato
- ✓ Fecha de inicio y de terminación de su ejecución.
- ✓ Objeto del contrato (objeto relacionado al de esta convocatoria).
- ✓ Firma de quien expide la certificación
- ✓ Teléfono de contacto.
- ✓ Que el servicio haya sido prestado durante los últimos tres (3) años anteriores a la fecha de cierre y fin del plazo para la presentación de la propuesta del presente proceso de selección.

No se tendrán en cuenta certificaciones de contratos a los que se les haya impuesto sanciones.



## 2.6. PRODUCTOS A ENTREGAR

Los productos que el contratista debe entregar según las fases son los contemplados en el punto 2.3 Ficha técnica y los siguientes, de acuerdo a cada fase del proceso.

### 2.6.1 FASE DE PREPRODUCCIÓN:

- ✓ **Cronograma o plan de rodaje:** Es el documento que comprende las fechas de producción, los escenarios naturales donde se realizan las tomas y los protagonistas de los testimonios y la metodología con que se produce.
- ✓ **Guiones y/o escaletas:** Es el mensaje concreto que comprende diálogos, planos, y estructuras audiovisuales del mensaje. **Escaletas:** estructura detallada paso a paso de las posibles imágenes y la secuencia lógica de la línea de mensaje.
- ✓ **Storyboard:** Es el guion gráfico o conjunto de ilustraciones mostradas en secuencia con el objetivo de servir de guía para entender los mensajes audiovisuales.
- ✓ **COPY:** Mensajes eslogan que acompañan la idea central.
- ✓ **REEL:** de hasta dos (2) minutos en CD formato mp3, con la voz o las voces propuestas.

### 2.6.2. FASE POSPRODUCCIÓN:

- ✓ Tres originales en Betacam SP por cada pieza audiovisual.
- ✓ Tres originales en formato DvcPro (25Mbps) por cada pieza audiovisual.
- ✓ Cinco copias en formato DVD por cada pieza audiovisual. Las cuales deben venir marcadas sobre el disco a color.
- ✓ Cinco copias en formato MP4 para ser difundidas a través de las redes sociales.

### 2.6.3. CONTRATOS DE CESIÓN DE DERECHOS.

EL CONTRATISTA debe hacer entrega de los contratos de cesión de derechos patrimoniales de autor, por medio del cual se transfieren los derechos sobre las obras audiovisuales junto con sus guiones, storyboard, textos, dibujos y todos los productos resultantes de la ejecución del contrato que sea objeto de cesión, los cuales deben estar debidamente registrados



ante la Dirección Nacional de Derechos de Autor mediante el registro de actos y contratos. Adicionalmente, el cedente debe garantizar que mantendrá libre e indemne al cesionario de cualquier daño o perjuicio originado en reclamaciones de terceros relacionadas con la titularidad de los derechos en los términos del Anexo No. 13 del Pliego de Condiciones

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

La selección del contratista se realizará mediante la modalidad de SELECCIÓN ABREVIADA DE MENOR CUANTÍA de acuerdo con Artículo 2, numeral 2, literal b) de la ley 1150 de 2007, Artículos 59 y 152 del Decreto 1510 de 2013, teniendo en cuenta que por su cuantía y objeto se ajusta a lo dispuesto en la citada Ley.

## **3. MODALIDAD DE SELECCIÓN – FUNDAMENTO JURÍDICO**

Las adquisiciones de bienes, servicios y obras que se pretendan contratar y que no excedan los 280 SMLMV se deberán adelantar por el procedimiento de selección abreviada tal y como lo establece el numeral 2º del Artículo 2º de la Ley 1150 de 2007, el cual señala: *“La selección abreviada corresponde a la modalidad de selección objetiva prevista para aquellos casos en que por las características del objeto a contratar, las circunstancias de la contratación o la cuantía o destinación del bien, obra o servicio, puedan adelantarse procesos simplificados para garantizar la eficiencia de la gestión contractual.”*

Teniendo en cuenta la naturaleza jurídica del contrato a celebrar, sus prestaciones y la cuantía del mismo que asciende a la suma de 155.8 SMLMV, el cual no supera la cuantía tope del proceso de selección abreviada de menor cuantía pues esta será de hasta 280 SMLMV, lo cual se ajusta al presupuesto aprobado y a la necesidad de la Entidad.

Por lo anterior, el presente proceso de selección se adelantará bajo la modalidad de SELECCIÓN ABREVIADA DE MENOR CUANTÍA, en virtud de lo establecido en el literal b) del numeral 2º del Artículo 2º de la Ley 1150 de 2007, en concordancia con el artículo 59 del Decreto 1510 de 2013.

Por último, en materia de publicidad del proceso de selección se debe observar y cumplir lo dispuesto por el Artículo 19 del Decreto Reglamentario 1510 de 2013, referente a la publicación en el PUC de los documentos del proceso y los actos administrativos del proceso de contratación dentro de los tres días siguientes a su expedición.



Los conflictos que surgieron entre LA DIRECCIÓN NACIONAL DE DERECHO DE AUTOR y los proponentes con ocasión del presente proceso de selección, serán resueltos de conformidad con la legislación colombiana.

## **NORMATIVIDAD APLICABLE**

- A) LEY 80 DE 1993,
- B) LEY 1150 DE 2007
- C) DECRETO 4170 DE 2011
- D) DECRETO LEY 19 DE 2012
- E) LEY 1508 DE 2012
- F) DECRETO 1397 DE 2012
- G) DECRETO 1467 DE 2012, MODIFICADO POR EL DECRETO 100 DE 2013.
- H) DECRETO 1510 DE 2013
- I) DECRETO 4326 DE 2011
- J) CIRCULAR NÚMERO 21 DEL 2013
- K) ACUERDO CNTV 002 DE 2011

## **4. CESIÓN DE LOS DERECHOS DE AUTOR**

Los proponentes entienden y aceptan que el propósito del contrato es que los derechos patrimoniales de todas las obras protegidas por el derecho de autor que se creen en desarrollo del mismo, sean de propiedad de la Dirección Nacional de Derecho de Autor sin limitaciones de tiempo, territorio y medio de reproducción o comunicación. Así como los derechos de imagen de los actores o modelos que participen en los videos institucionales.

En consecuencia, los proponentes se obligan a obtener, de parte de todas las personas naturales que participen en la creación de las mencionadas obras, la firma y reconocimiento de contenido ante Notario Público, o las legalizaciones que sean aplicables bajo la legislación de otros países, de los documentos de cesión de derechos patrimoniales de autor de cada una de las obras, a favor de la Dirección Nacional de Derecho de Autor, así como los permisos u autorizaciones necesarias para la utilización ilimitada de las obras, a satisfacción de esta entidad.

## **5. ANÁLISIS TÉCNICO Y ECONÓMICO QUE SOPORTA EL VALOR DEL CONTRATO**

Para realizar el análisis que soporta el valor estimado del contrato que se pretende realizar, se tomaron como referencia el sondeo de precios de mercado y el histórico de compras o adquisiciones de otras entidades estatales y otros consumidores del bien o servicio. Lo anterior permite reducir costos en la contratación de la administración, garantizando los principios de igualdad, moralidad, eficacia,



economía, celeridad, imparcialidad, publicidad, eficiencia, equidad, transparencia, responsabilidad y control social.

## 5.1 Variables para calcular el presupuesto

El análisis que soporta el valor estimado del contrato, se realizó teniendo en cuenta el estudio de mercado realizado con base en los requerimientos de la entidad, así como otros ítems:

- Lugar de ejecución.
- Costos indirectos: Los que tengan relación con el objeto del contrato los tendrá en cuenta el contratista dentro de su propuesta.
- Impuestos como IVA, ICA, RETEFUENTE y otros considerados acorde con el objeto contractual.

El resultado del análisis de antecedentes, estudio de mercado y consulta de precios, es el siguiente:

## 5.2. Estudio de mercado:

EMPRESA	Valor incluido IVA
Tiempo de Cine	\$90.000.000
Feeling Publicidad	\$80.470.000
Covisual.com	\$118.000.000
<b>Promedio</b>	<b>\$96.156.666</b>

Con base en el sondeo anterior, se puede establecer razonablemente que el costo promedio del presente proceso es de **NOVENTA Y SEIS MILLONES CIENTO CINCUENTA Y SEIS MIL SEISCIENTOS SESENTA Y SEIS PESOS (\$96.156.666) incluido el IVA**, y todos los demás impuestos, tasas y contribuciones a que hubiere lugar. Por lo anterior, se fija el presupuesto oficial en la suma de **NOVENTA Y SEIS MILLONES DE PESOS (\$96'000.000.00) incluido el IVA**.

## 6. PRESUPUESTO ESTIMADO

Luego de valorar las necesidades de la Entidad para la realización de las piezas audiovisuales, producto de la ejecución del proyecto de inversión aprobado para la vigencia 2014 por el DNP y la realización de estudios de mercado, se estableció como presupuesto oficial estimado la suma de **NOVENTA Y SEIS MILLONES DE PESOS (\$96'000.000.00) incluido el IVA** y todos los demás impuestos tasas y contribuciones a que hubiere lugar, el cual se encuentra respaldado con el Certificado de Disponibilidad Presupuestal No. 10414 del 12 de junio de 2014.





## 6.1 FORMA DE PAGO

Con sujeción a las apropiaciones presupuestales, al Programa Anual Mensualizado de Caja, a la situación de fondos por parte de la Dirección General de Crédito Público y del Tesoro Nacional y al correspondiente trámite administrativo, la DIRECCION pagará al CONTRATISTA el valor que se suscriba en el contrato de acuerdo con el desarrollo de las etapas previstas para la ejecución del objeto, previa presentación del respectivo informe de avance suscrito por parte del contratista, así:

1. Un primer pago del 50%, una vez aprobado los conceptos creativos de cada pieza audiovisual con su respectivo storyboard de cada una de las piezas.
1. El otro 50% restante a la entrega final del proyecto que debe incluir:
  - Contratos de cesión de derechos patrimoniales de autor, por medio del cual se transfieren los derechos sobre las obras audiovisuales junto con sus guiones, storyboard, textos, dibujos y todos los productos resultantes de la ejecución del contrato que sea objeto de cesión los cuales deben estar debidamente registrados ante la Dirección Nacional de Derechos de Autor mediante el registro de actos y contratos.
  - El Cedente debe garantizar a través de los términos del contrato de cesión la titularidad de todos los derechos patrimoniales a la DNDA y deberá mantener libre e indemne al cesionario de cualquier daño o perjuicio originado en reclamaciones de terceros relacionadas con la titularidad de los derechos que son cedidos mediante el contrato en los términos del Anexo No. 13.

Los pagos se realizarán dentro de los treinta (30) días hábiles siguientes a la fecha de radicación de la factura, acompañada de la certificación que al efecto expida el supervisor del contrato sobre el cumplimiento del mismo, debe anexar el storyboard de cada uno de las piezas con el visto bueno del supervisor del contrato por parte de la DNDA, la certificación del pago de obligaciones asumidas por parte del CONTRATISTA por concepto de salud, pensiones, riesgos profesionales, y aportes a Cajas de Compensación Familiar, ICBF y SENA, mediante certificación expedida por el Revisor Fiscal cuando éste exista o por el Representante Legal (Artículo 50 Ley 789 de 2002). Cuando se trate de consorcios o uniones temporales, cada uno de los miembros integrantes que sean personas jurídicas deberán aportar el certificado aquí exigido, a más de lo reglamentado para el efecto en el Decreto 129 de 2010.



La no presentación oportuna de estos documentos implica el incumplimiento de las obligaciones a cargo del contratista y exonera a la DNDA del pago de intereses moratorios. En todo caso, el pago quedará sujeto a la aprobación final a satisfacción del servicio prestado en ese periodo.

El contratista deberá llevar un estricto control de los servicios prestados. La entidad no responderá por el valor de los servicios que el contratista haya prestado en exceso del valor del contrato.

Cuando la DNDA no pague al CONTRATISTA la suma pactada, dentro de los términos estipulados en el presente contrato y teniendo en cuenta la fecha en que la Entidad cuente con la disponibilidad del PAC, ésta reconocerá al CONTRATISTA como intereses de mora el incremento mensual promedio del Índice de Precios al Consumidor certificado por el DANE entre el 1º de enero y el 31 de diciembre del año anterior.

## **6.2. PLAZO Y LUGAR DE EJECUCIÓN.**

El plazo de ejecución del contrato será por el término de tres (3) meses contados a partir de la suscripción del acta de inicio entre el supervisor y el contratista, previo cumplimiento de los requisitos de perfeccionamiento y ejecución del contrato, sin exceder del 31 de diciembre de 2014.

El lugar de ejecución será en la ciudad de Bogotá, en las locaciones aprobadas por el supervisor para la grabación de las piezas audiovisuales.

## **7. MONTO DE LOS COSTOS PARA LA ENTIDAD ASOCIADOS A LA REALIZACIÓN DEL PROCESO DE SELECCIÓN Y EJECUCIÓN DEL CONTRATO.**

### **7.1. Costos asociados al proceso de selección**

Todos los costos asociados a la presentación de la propuesta estarán a cargo del oferente.

El análisis, evaluación de la oferta, visitas a las instalaciones del oferente y adjudicación, estarán a cargo del contratante.

### **7.2. Costos asociados a la ejecución del contrato**

Todos los costos asociados a la ejecución del contrato como la supervisión y exigencia en el cumplimiento del mismo estarán a cargo del Contratante.



Todos los costos asociados a la ejecución del contrato como los costos que se generen por visitas de verificación y supervisión del personal a cargo del contratista, ajustes del servicio y las demás que estén vinculadas con el cumplimiento del objeto contractual estarán a cargo del Contratista.

## **8. OBLIGACIONES**

### **8.1 OBLIGACIONES GENERALES DEL CONTRATISTA**

Además de las condiciones técnicas establecidas en el numeral dos (2) de los presentes estudios sobre el alcance del objeto, el CONTRATISTA deberá cumplir a cabalidad y en forma oportuna las siguientes obligaciones:

- a. Obrar con lealtad, responsabilidad y buena fe durante la ejecución del contrato.
- b. Cumplir con el objeto y obligaciones del contrato, presentando los informes sobre el cumplimiento de éste al supervisor del contrato.
- c. Tener en cuenta las observaciones y recomendaciones que formule el supervisor del contrato y el Director General con el fin de que el servicio se realice a entera satisfacción de la Entidad.
- d. Pagar los impuestos si a ello hubiere lugar.
- e. Hacer todas las recomendaciones que considere necesarias en relación con el desarrollo y ejecución del contrato.
- f. Obrar con lealtad y buena fe en el desarrollo del contrato, evitando dilaciones innecesarias.
- g. No ofrecer ni dar sobornos ni ninguna otra forma de halago a ningún funcionario público, en relación con su propuesta, con el proceso de contratación, ni con la ejecución del contrato que pueda celebrarse como resultado de su propuesta.
- h. No efectuar acuerdos, o realizar actos o conductas que tengan por objeto o como efecto la colusión en el presente proceso de contratación.
- i. Dar cumplimiento al artículo 50 de la Ley 789 de 2002 y al artículo 23 de la Ley 1150 de 2007.
- j. Mantener indemne a la entidad frente a reclamaciones judiciales y extrajudiciales por los daños y perjuicios que se deriven de los actos, omisiones o hechos ocasionados por las personas que sean sub-contratistas o dependan del contratista.
- k. Satisfacer las demás obligaciones a su cargo que se deriven de la naturaleza del contrato y de las exigencias legales.
- m) Suministrar todos los recursos técnicos y el apoyo logístico que se requiera para llevar a cabo el desarrollo del contrato.



- n) No ceder ni subcontratar el presente contrato, sin la autorización previa y escrita de la Dirección Nacional de Derecho de Autor, so pena de las sanciones a lugar.
- o) Garantizar la calidad de sus servicios
- p) Mantener estricta reserva y confidencialidad sobre la información que conozca por causa o con ocasión del contrato.
- q) Constituir las garantías requeridas por la entidad
- r) Las demás contenidas en la Ley 80 de 1993, Ley 1150 de 2007, y normas concordantes vigentes que sean aplicables, y aquellas obligaciones que se desprendan de la naturaleza contractual.

## **8.2 OBLIGACIONES ESPECÍFICAS DEL CONTRATISTA**

### **8.2.1. Respetto de las piezas audiovisuales**

- a) Realizar tres piezas audiovisuales para transmitir tres mensajes institucionales de la DNDA conforme las propuestas creativas presentadas en el storyboard, dichas piezas audiovisuales deben tener como objetivo difundir los siguientes mensajes: Pieza 1: Dar a conocer qué es la Dirección Nacional de Derecho de Autor y los servicios que brinda, Pieza 2: Promover el respeto al derecho de autor y los derechos conexos en internet y de manera física y Pieza 3: Mostrar la importancia del derecho de autor como promotor de la economía creativa o más conocida como economía naranja, es decir, la contribución de la creatividad como un elemento integral del desarrollo económico y social de Colombia.
- b) Garantizar que cada mensaje institucional tenga una duración de mínimo treinta (30) segundos y máximo cuarenta (40) segundos, dentro de los cuales se debe incluir el logo de la Dirección Nacional de Derecho de Autor y la colilla de la ANTV.
- c) Entregar las piezas audiovisuales grabados en HD
- d) Entregar (3) tres originales en Betacam SP por cada pieza audiovisual
- e) Entregar (3) tres originales en formato DvcPro (25Mbps) por cada pieza audiovisual.
- f) Entregar (5) cinco copias en formato MP4 para ser difundidas a través de las redes sociales.

### **8.2.2. Respetto de la Etapa de Pre-Producción**

- a) Entregar el cronograma de actividades
- b) Construir la línea de los tres (3) mensajes cuidando el uso del lenguaje, el tono y el estilo.
- c) Entregar un texto en donde se explique esa línea conceptual de cada pieza comunicacional institucional.



- d) Construir el guion de cada pieza comunicacional
- e) Entregar los textos descriptivos del enfoque de la pieza audiovisual comunicacional.
- f) Presentar un mínimo de (3) tres propuestas creativas por cada pieza audiovisual
- g) Diseñar y presentar la propuesta gráfica para cada mensaje institucional respetando la unidad de estrategia comunicativa. De igual manera deberá producir animaciones, si se consideran necesarias para el tratamiento audiovisual y temático de los mensajes.
- h) Elaborar y entregar a la DNDA los guiones literarios
- i) Elaborar y entregar a la DNDA los guiones técnicos
- j) Elaborar y entregar a la DNDA el plan de rodaje
- k) Buscar las locaciones adecuadas conforme a la propuesta presentada y aprobada por la DNDA
- l) Realizar el casting de los personajes reales conforme a la propuesta presentada y aprobada por la DNDA
- m) Diseñar y producir la escenografía necesaria para la realización de la propuesta creativa.
- n) Diseñar y producir los personajes ficticios de ser necesario para la realización de la propuesta
- o) Obtener los permisos para la grabación en exteriores conforme a la propuesta presentada y aprobada por la DNDA
- p) Coordinar las pruebas y planear la infraestructura propia y necesaria para la filmación de las piezas audiovisuales
- q) Garantizar el medio de transporte del personal requerido para la producción de las piezas audiovisuales
- r) Realizar las piezas audiovisuales con técnica de composición digital, con imagen 3D y 2D si así se requiere para la realización de la propuesta presentada y aprobada por al DNDA

### **8.2.3. Respeto de la Etapa de Producción**

- a) Maquillar y cuidar la imagen de las personas que aparecerán en cámara según la propuesta creativa
- b) Capturar en video los mensajes de acuerdo a los guiones propuestos y aprobados por la DNDA
- c) Tomar las fotografías necesarias y requeridas para la producción de las piezas audiovisuales
- d) Entregar el materias grabado conforme a los formatos y medios requeridos por la Entidad para la Etapa de Posproducción
- e) Realizar la articulación entre los equipos, dirección, fotografía y sonido si se requiere para la realización de la propuesta presentada



- f) Manejar la relación entre el equipo de filmación y la ciudadanía en caso de requerirse para la realización de la propuesta presentada y aprobada por la DNDA
- g) Pagar los honorarios y demás pagos a reconocer a los intérpretes de las piezas audiovisuales
- h) Garantizar el transporte a modelos, personal y equipos necesarios para la realización de la propuesta creativa
- i) Proporcionar la alimentación a personal e intérpretes
- j) Proporcionar el vestuario y demás elementos necesarios para la realización de las piezas audiovisuales
- k) Contar con los siguientes equipos técnicos: Cámara y Óptica Cine, Cámara y Óptica HD, Equipo de Luces, Grip, Dolly-Steady-Grúa-Jib-otros tramoya (Si se necesita), Planta Eléctrica, Steady Cam y los demás que requiera para cumplir con el objeto del contrato

#### **8.2.4. Respeto de la Etapa de Postproducción**

- a) Realizar el retoque de imágenes, ensamble de tomar y gráficos para la elaboración de las piezas audiovisuales
- b) Construir el contenido según el guion y el libreto
- c) Realizar la edición de las piezas audiovisuales
- d) Musicalizar las piezas audiovisuales
- e) Contar con los equipos de edición de alta gama, visualización, guion de edición, animaciones 2D o 3D, estudio de grabación de audio y efectos, locuciones, edición off line, edición on line, locutor ACL para cada versión, música original y pista, diseño de efectos y sonorización, sala de audio con toma de voz, masterización y mezcla.
- f) Presentar la voz profesional al supervisor del contrato para su aprobación. El contratista contará con dos (2) días hábiles después de la aprobación del libreto o guion final, el reel de hasta dos (2) minutos en CD formato mp3 con la voz o las voces propuestas
- g) Contar con el equipo humano y técnico necesario para garantizar el buen accionar en las etapas de preproducción, producción y posproducción de la pieza comunicacional

#### **8.2.5. Respeto de la cesión de derechos patrimoniales de autor**

- a) El cedente (contratista) se compromete a ceder al cesionario (DNDA) los derechos patrimoniales de autor, por medio del cual se transfieren los derechos sobre las obras audiovisuales junto con sus guiones, storyboard, textos, dibujos y todos los productos resultantes de la ejecución del contrato.



b) Registrar el contrato de cesión ante la Dirección Nacional de Derechos de Autor mediante el registro de actos y contratos.

c) Garantizar a través de los términos del contrato de cesión la titularidad de todos los derechos patrimoniales a la DNDA y mantener libre e indemne al cesionario de cualquier daño o perjuicio originado en reclamaciones de terceros relacionadas con la titularidad de los derechos que son cedidos mediante el contrato en los términos del Anexo No. 13.

### **8.3. OBLIGACIONES DE LA DIRECCION**

En desarrollo del objeto de este contrato, LA DIRECCIÓN contrae las siguientes obligaciones:

- 1) Suministrar información necesaria, completa y oportuna para desarrollar el objeto del contrato.
- 2) Señalar en forma clara y expresa las pautas que debe seguir EL CONTRATISTA en sus actuaciones y los objetivos que debe perseguir;
- 3) Tener lista y disponible la información mínimo en un 100% que será sometido a los procesos objeto del contrato.
- 4) Dar respuesta oportuna a las solicitudes del CONTRATISTA, definir las situaciones necesarias para la ejecución y adelantar los trámites a que haya lugar por su parte para garantizar la debida ejecución;
- 5) Tramitar los pagos de oficio en los términos acordados en este contrato, con base en certificaciones de prestación efectiva del servicio.
- 6) Prestar la debida, adecuada y oportuna ayuda al CONTRATISTA en los temas que este requiera para la ejecución del objeto del contrato.

### **10. INVITACION A MIPYMES Y PROCEDIMIENTO DEL PROCESO DE CONTRATACION**

De conformidad con lo dispuesto en el Capítulo II del Título IV del Decreto 1510 de 2013, y realizada la conversión del dólar a moneda Nacional según la tasa cambiaria válida a la fecha de convocatoria del presente proceso de selección, se tiene que el presupuesto oficial correspondiente a NOVENTA Y SEIS MILLONES DE PESOS (\$96'000.000.00) incluido el IVA,, tasas e impuestos, es inferior a la suma de CIENTO VEINTICINCO MIL DOLARES (US 125.000), en



consecuencia es procedente dar a aplicación a lo dispuesto en el Capítulo II del Título IV del Decreto 1510 de 2013, respecto a la convocatoria de MIPYMES.

De conformidad con lo anterior y con lo dispuesto en el artículo 152 numeral 2) del Decreto 1510 del 2013, se cita a las MIPYMES, que tengan interés en participar en el presente proceso de convocatoria limitada para lo cual deberán enviar manifestación de interés de participar a la DNDA. La mencionada manifestación deberá ser presentada por lo menos un (1) día hábil antes de la apertura del proceso de contratación, término señalado en el Cronograma del pliego de condiciones, manifestación que además deberá contener el cumplimiento de su condición de MIPYME; hecho éste que se acreditará con la certificación expedida por el Contador o Revisor Fiscal, según sea el caso, el cual conste que la Mipyme tiene el tamaño empresarial establecido conforme con la ley y deberá acompañarse el certificado expedido por la Cámara de Comercio o por la autoridad que sea competente para acreditar su domicilio y antigüedad de conformidad con el Artículo 152 primer inciso del Decreto 1510 de 2013, la cual debe tener como mínimo un (1) año de existencia a la fecha de la presente convocatoria.

En la presente convocatoria, podrán participar Uniones Temporales o Consorcios, los cuales solo podrán estar integrados únicamente por MIPYME; contando para el efecto cada Consorcio o Unión como una (1) sola MIPYME; cumpliendo cada una de los integrantes con los requisitos del Decreto 1510 de 2013 y deberán estar inscritos en el RUT.

## **10.1 AVISO INFORMACION SELECCIÓN ABREVIADA**

De conformidad con lo establecido en el artículo 19 del Decreto 1510 de 2013, la DNDA publica el aviso de información de la selección abreviada de menor cuantía a través de las páginas [www.derechodeautor.gov.co](http://www.derechodeautor.gov.co) y [www.contratos.gov.co](http://www.contratos.gov.co).

## **10.2 PUBLICIDAD DEL PROCEDIMIENTO EN EL SECOP**

De conformidad con el Artículo 19 del Decreto 1510 de 2012, la DNDA garantiza la publicidad de todos los procedimientos y actos asociados al presente proceso de contratación a través del Sistema Electrónico para la Contratación Pública (Secop) [www.contratos.gov.co](http://www.contratos.gov.co)

## **11. JUSTIFICACIÓN DE LOS FACTORES DE SELECCIÓN QUE PERMITEN IDENTIFICAR LA OFERTA MAS FAVORABLE**

La Dirección Nacional de Derecho de Autor, previo análisis comparativo de las ofertas que se ciñan a los requisitos establecidos en el pliego de condiciones,





seleccionará el ofrecimiento más favorable a la Entidad y a los fines que ella busca, aplicando los mismos criterios para todas, lo que permite asegurar una selección objetiva y la escogencia del ofrecimiento más favorable para la entidad, teniendo en cuenta para el efecto lo dispuesto por el artículo 5 de la ley 1150 de 2007.

En primera instancia, serán objeto de verificación de cumplimiento como requisitos habilitantes para la participación en el proceso de selección y no otorgara puntaje alguno a los proponentes: CAPACIDAD JURIDICA, CAPACIDAD FINANCIERA, CAPACIDAD TÉCNICA (Experiencia y Requisitos técnicos mínimos) Y CAPACIDAD ORGANIZACIONAL. La verificación de tales factores será CUMPLE/ NO CUMPLE y habilitarán a los proponentes para participar en la segunda fase del proceso.

## 11.1 REQUISITOS TÉCNICOS HABILITANTES

### 11.1.1 EXPERIENCIA ESPECÍFICA DEL PROPONENTE

1) Se considerará habilitado el proponente que haya reportado ante el **RUP** experiencia en la ejecución total de máximo tres (3) contratos ejecutados en los últimos cinco (5) años anteriores a la fecha de cierre del presente proceso cuyo objeto se encuentre identificado en el Clasificador de Bienes y Servicios conforme a los siguientes códigos: a) mínimo en un código que tenga relación con fotografía o cinematografía y/o publicidad (82131600 y/o 82101600 y/o 82101800)

Se tendrá como válido el presente requisito habilitante si de la verificación que se haga del certificado **RUP** que aporte el proponente se acredita su cumplimiento en máximo tres (3) o más contratos reportados que cumplan individualmente o en conjunto la condición requerida para la cuantía (100%) del presupuesto oficial y actividad según la clasificación UNSPC.

En caso que los contratos reportados a través del **RUP** que acreditan la experiencia tengan algún tipo de multa o sanción, no serán tenidos en cuenta por parte de la Dirección Nacional de Derecho de Autor.

82131600

82101600

82101800

Fotógrafos y  
cinematógrafos

Publicidad difundida

Servicios de agencia  
de publicidad



2) En caso de no encontrarse la información de experiencia en la certificación **RUP** se permitirá la acreditación de este requisito anexando máximo TRES (3) certificaciones de contratos que hayan sido ejecutados y terminados en Colombia en los cinco (5) años anteriores a la fecha de cierre del presente proceso, cuyo objeto sea igual o similar al del presente proceso y cuya sumatoria sea igual o superior al presupuesto oficial del presente proceso expresado en SMLMV. Cuando el proponente no ha podido obtener las certificaciones mediante las cuales pretende acreditar la experiencia se permitirá su acreditación presentando: a) copia del respectivo o respectivos contratos, b) Mediante actas de liquidación debidamente suscritas por las partes con la información de los requisitos exigidos en las condiciones exigidas para la experiencia acreditada y que se establezca en el pliego de condiciones.

Las certificaciones de experiencia deberán reunir los siguientes requisitos:

- a. Nombre o razón social del contratante.
- b. Nombre o razón social del contratista.
- c. Objeto del contrato.
- d. Fecha de iniciación del contrato.
- e. Fecha de terminación del contrato

### 11.1.2. EQUIPO HUMANO MINIMO REQUERIDO

ITEM	CARGO	PERFIL PROFESIONAL	EXPERIENCIA
1	Un (1) Director general del proyecto, quien también haría sus veces de director creativo.	Profesional en publicidad, producción audiovisual, mercadeo, comunicación social, cine o carreras afines. Deberá anexar su hoja de vida donde indique su currículum y anexe diplomas y certificados de estudios y/o especializaciones, además deberá anexar sus certificaciones laborales o proyectos que tengan relación con el objeto a contratar.	10 años de experiencia en el medio.
2.	Un (1) Asistente de dirección	Formación académica técnico o tecnólogo en publicidad, producción audiovisual, cine o carreras afines. Deberá anexar su hoja de vida donde indique su currículum y anexe diplomas y certificados de estudios, además deberá anexar sus certificaciones laborales.	Con 2 años de experiencia.
3.	Dos (2) camarógrafos.	Deberá anexar su hoja de vida donde indique su currículum y anexe diplomas y certificados de estudios, además deberá	Con 3 años de experiencia mínima como camarógrafo o



		anexar sus certificaciones laborales.	realizador de televisión o productor de cine o televisión.
4.	Un (1) Director de fotografía.	Formación académica técnico o tecnólogo en fotografía, producción de televisión, diseño, publicidad, comunicación o afines. Deberá anexar su hoja de vida donde indique su currículum y anexe diplomas y certificados de estudios y/o especializaciones, además deberá anexar sus certificaciones laborales.	Con 1 año de experiencia específica como fotógrafo comercial.
5.	Un (1) sonidista.	Formación académica técnico en sonido o realizador de cine o televisión o productor de radio. Deberá anexar su hoja de vida donde indique su currículum y anexe diplomas y certificados de estudios y/o especializaciones, además deberá anexar sus certificaciones laborales.	1 año de experiencia como sonidista para televisión.
6.	Un (1) asistente de dirección.	Formación académica comunicador social, publicista o productor audiovisual. Deberá anexar su hoja de vida donde indique su currículum y anexe diplomas y certificados de estudios y/o especialización, además deberá anexar sus certificaciones laborales.	1 año de experiencia específica en realización de televisión.
7.	Dos (2) asistentes de cámara.	Formación académica bachiller o técnico o tecnólogo. Deberá anexar su hoja de vida donde indique su currículum y anexe diplomas y certificados de estudios y/o especializaciones, además deberá anexar sus certificaciones laborales.	1 año de experiencia como asistente de cámara o realizador de televisión, o productor de cine o televisión
8.	Un (1) locutor:	Formación académica locutor o actor o comunicador social o periodista. Deberá anexar su hoja de vida donde indique su currículum y anexe diplomas y certificados de estudios y/o especializaciones, además deberá anexar sus certificaciones laborales. Debe estar certificado por la ACL "Asociación Colombiana de Locutores"	Experiencia mínima de 1 año en realización de audiovisuales.
9.	Un (1) editor	Formación académica en edición, producción de televisión, comunicación social, publicidad o afines.	Experiencia mínima de 1 año en la edición de audiovisuales.

## 11.2 PROCESO DE EVALUACIÓN DE LAS PROPUESTAS



La evaluación de las propuestas se efectuará a través de un estudio jurídico, financiero, económico y técnico, el cual se realizará dentro de la fecha establecida para el efecto en el cronograma que se establezca para el presente proceso.

Tal procedimiento, comprenderá una verificación inicial respecto del cumplimiento en los requisitos habilitantes (capacidad jurídica, capacidad financiera, condiciones de experiencia, capacidad técnica, capacidad organizacional) cuyo resultado será HABILITADO O INHABILITADO.

### 11.2.1. EVALUACIÓN TÉCNICA DE LAS PROPUESTAS ELEGIBLES.

Una vez la DNDA haya determinado que la (s) propuesta (s) cumplan los requisitos habilitantes, se catalogará como HABILITADA y se procederá a su evaluación y comparación.

La oferta más favorable para la entidad será aquella que obtenga el mayor puntaje de acuerdo con la evaluación de los criterios establecidos en el pliego de condiciones, por tanto, la ponderación de los factores de evaluación de las propuestas se hará con base en un máximo de mil (1000) puntos distribuidos de la siguiente forma:

FACTOR PUNTAJE	
Apoyo a la industria nacional	100 puntos
<b>Propuesta creativa</b>  ✓ Impacto : 100 puntos ✓ Recordación del mensaje: 100 puntos ✓ Copy: 100 puntos ✓ Originalidad y creatividad: 100 puntos ✓ Guion:100 puntos  <b>NOTA:</b> Esta evaluación se realizara a través del Comité Directivo de la Entidad, quienes valorarán la propuesta que más afinidad tenga con la misión y visión de la Entidad.	500 puntos
Story board	100 puntos



Locutor (debe cumplir mínimo con las mismas condiciones del recurso humano obligatorio).	100 puntos
Evaluación económica	200 puntos
Total puntaje	1.000 puntos

### 11.2.2. APOYO A LA INDUSTRIA NACIONAL

De conformidad con lo establecido en el artículo 2 de la ley 816 de 2003, para la calificación de este aspecto se asignará un puntaje máximo de cien (100) puntos. Este artículo establece que *“...dentro de los criterios de calificación de las propuestas, un puntaje comprendido entre el diez (10) y el veinte por ciento (20%), para estimular la industria colombiana cuando los proponentes oferten bienes o servicios nacionales.*

*Tratándose de bienes o servicios extranjeros, la entidad contratante establecerá un puntaje comprendido entre el cinco (5) y el quince por ciento (15%), para incentivar la incorporación de componente colombiano de bienes y servicios profesionales, técnicos y operativos.*

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

De igual manera, conforme con lo establecido en el párrafo del artículo 1 de la Ley 816 de 2003, modificado por el artículo 51 del Decreto 19 de 2012, se otorgará tratamiento de servicio de origen nacional a aquellos servicios originarios de los países con los que Colombia ha negociado trato nacional en materia de compras estatales y de aquellos países en los cuales a las ofertas de bienes y servicios colombianos se les conceda el mismo tratamiento otorgado a sus bienes y servicios nacionales.

Adicionalmente, en el artículo 151, Título 2 del decreto 1510 de 2013 se señala que *“La Entidad Estatal debe establecer en los pliegos de condiciones para la contratación, dentro de los criterios de calificación de las propuestas, los incentivos para los bienes, servicios y oferentes nacionales o aquellos considerados nacionales con ocasión de la existencia de trato nacional.”*

Con base en lo anterior, los puntajes que se asignarán en cada uno de los casos serán:

<b>Protección a la Industria Nacional Puntaje máximo</b>
--



Servicios prestados por el oferente cuya empresa se haya constituido de acuerdo con la legislación nacional por personas naturales de Colombia o por residentes en Colombia de acuerdo con la legislación nacional o aplica principio de reciprocidad o hacen parte de un TLC en materia de compras estatales.	100
Servicios prestados por el oferente cuya empresa se haya constituido de acuerdo con la legislación nacional por personas naturales de Colombia o por residentes en Colombia y personas extranjeras de acuerdo con la legislación nacional sin aplicación principio de reciprocidad ni TLC.	80
Servicios prestados por el oferente cuya empresa se haya constituido por personas extranjeras de acuerdo con la legislación nacional o extranjera	60

### 11.2.3 EVALUACIÓN ECONÓMICA 200 PUNTOS

Este factor corresponde al precio ofertado por el proponente para la ejecución total del objeto contractual, e incluye todos los impuestos, tasas, contribuciones, costos directos e indirectos y gastos de toda índole en que los proponentes puedan incurrir para la presentación de su oferta, suscripción, legalización, ejecución y liquidación del contrato resultante de este proceso de selección, que estarán a cargo del proponente o contratista. El factor económico será evaluado teniendo en cuenta que recibirá 200 PUNTOS quien ofrezca el menor precio del total de la oferta para el objeto a contratar. Las demás ofertas obtendrán un puntaje proporcional descendente, de acuerdo con el resultado que se obtenga al practicar una regla de tres inversa, es decir, a mayor precio menor puntaje.

El oferente debe presentar la propuesta económica de acuerdo con lo establecido en el pliego de condiciones, exclusivamente en pesos colombianos, discriminando únicamente el I.V.A., y sin decimales.

### 11.2.4 EVALUACIÓN PROPUESTA CREATIVA 500 PUNTOS

Para evaluar la propuesta creativa se le asignará un porcentaje importante a la parte creativa, debido a que el componente principal del contrato es la creatividad en sí misma que contenga cada pieza gráfica, ese es el factor diferenciador entre una propuesta y otra, por lo cual no siempre lo más económico puede resultar ser lo más creativo, de ahí que se tendrán como factores de calificación, los siguientes:



- ✓ Impacto : 100 puntos
- ✓ Recordación del mensaje : 100 puntos
- ✓ Copy: 100 puntos
- ✓ Originalidad y creatividad: 100 puntos
- ✓ Guion:100 puntos

Para esta evaluación, a través de Comité Asesor y Evaluador, se hará uso de un instrumento técnico de calificación que se pondrá a disposición de funcionarios en los niveles ejecutivo y directivo de la DNDA y aleatoriamente algunos niveles profesional, a quienes se entregará la propuesta creativa recibida de cada uno de los proponentes interesados, para su análisis y asignación de puntaje en escala de 1 a 100 acorde con cada criterio señalado anteriormente.

Una vez consolidados y asignados los puntajes, se continuará con la evaluación de conformidad con los criterios establecidos en el pliego de condiciones.

## **12.TIPIFICACIÓN, ESTIMACIÓN Y ASIGNACIÓN DE LOS RIESGOS PREVISIBLES INVOLUCRADOS EN LA CONTRATACIÓN (Ver matriz de Riesgos anexa).**

En desarrollo de lo señalado en el artículo 4 de la Ley 1150 de 2007, el artículo 1 y numeral 9 del artículo 12 del Decreto–Ley 4170 de 2011, el Documento CONPES 3714, el Decreto 1510 de 2013, y artículo 25, numerales 7 y 12 de la ley 80 de 1993, y con el fin de valorar el alcance del objeto contractual requerido por la entidad, como sustento y justificación de los factores de selección adoptados para el presente proceso licitatorio, se procede a realizar el análisis de riesgos de la contratación, su tipificación, estimación y asignación.

Se precisa que salvo las situaciones específicamente mencionados en el presente numeral y como principio general, EL CONTRATISTA como experto de negocio y como especialista, asumirá los efectos económicos de todos aquellos sucesos previsibles y de normal ocurrencia para las actividades que son objeto de la presente contratación. Por lo tanto, deberá asumir los riesgos asociados a su tipo de actividad ordinaria que sean previsibles, así mismo, asumirá aquellos riesgos propios de su actividad empresarial y de persona natural o jurídica que tiene que cumplir con determinadas cargas y deberes frente al Estado y la sociedad. En consecuencia, solo procederán reclamaciones por hechos o circunstancias imprevisibles no asignadas al contratista en la presente distribución de riesgos de la contratación. La Dirección Nacional de Derecho de Autor no estará obligada a efectuar reconocimiento económico alguno ni a ofrecer garantía que permita eliminar, prevenir o mitigar los efectos de los riesgos asumidos por el contratista.



Sólo en el evento que se demuestre por parte del contratista pérdida por la ocurrencia de situaciones imprevistas que no sean imputables a él, y se acepte tal situación por la entidad, se procederá al restablecimiento del equilibrio de la ecuación económica del contrato.

En atención a la anterior normatividad, en el presente estudio previo se tuvieron en cuenta las indicaciones establecidas en el Manual para la identificación y cobertura del Riesgo en los procesos de contratación emitido por Colombia Compra Eficiente y se siguieron los siguientes pasos para establecer los riesgos:

1. Se estableció el contexto en el cual se adelanta el proceso, es decir, se identificaron los riesgos comunes a los procesos de contratación en la DNDA.
2. Se identificaron y clasificaron los riesgos del proceso de contratación, así:
  - Clase: General y específico
  - Fuente: Interno y Externo
  - Etapa: Planeación, Selección, Contratación y Ejecución

Tipo: Riesgos Económicos, Riesgos Sociales o Políticos, Riesgos Operacionales, Riesgos Financieros, Riesgos Regulatorios, Riesgos de la Naturaleza, Técnicos, entre otros.

3. Se evaluaron y calificaron los riesgos identificados estableciendo el impacto de los mismos frente al logro de los objetivos del proceso de contratación y su probabilidad de ocurrencia.

Esta evaluación permitió asignar a cada riesgo una calificación en términos de impacto y de probabilidad, lo cual permitió establecer la valoración de los riesgos identificados y las acciones que se deben efectuar.

4. Asignar y tratar los riesgos: se estableció un orden de prioridades de acuerdo al objeto contractual y su alcance con el fin de evitar el riesgo, transferirlo, aceptarlo, reducir la probabilidad y las consecuencias.

5. Monitorear y revisar la gestión de los riesgos: Se realizó un análisis de cada uno de los riesgos incluidos en la matriz anexa proponiendo un plan de tratamiento los cuales serán revisados constantemente durante la ejecución del contrato y de ser necesario se deben hacer ajustes al plan de tratamiento de acuerdo con las circunstancias que se presenten durante la ejecución del contrato.





Este monitoreo deberá garantizar que los controles son eficaces y eficientes, obtener información adicional para mejorar la valoración del riesgo, analizar y aprender a partir de los eventos, cambios, éxitos y fracasos, detectar cambios en el contexto externo e interno que exijan revisión de los tratamientos del riesgo e identificar nuevos riesgos que puedan surgir.

No obstante lo anterior, hasta la fecha límite prevista en el cronograma del proceso para la solicitud de aclaraciones, los posibles oferentes o interesados en participar en el proceso deberán manifestar a la entidad, teniendo en cuenta el conocimiento que tienen como expertos en su actividad ordinaria, la existencia de posibles riesgos asociados a la ejecución del contrato que puedan afectar el equilibrio económico del mismo, de conformidad con lo expresado por el artículo 863 del Código de Comercio, según el cual, las partes deberán proceder de buena fe exenta de culpa en el período precontractual, so pena de indemnizar los perjuicios que se causen.

En consecuencia, la Entidad no aceptará reclamaciones relacionadas con circunstancias previsibles por el contratista que afecten dicho equilibrio económico y que no hayan sido manifestadas por el mismo, en dicha audiencia o en tal plazo.

**NOTA:** Debe entenderse que los mecanismos contenidos en el contrato, permiten mantener las condiciones económicas y financieras existentes al momento de la presentación de la propuesta por parte del contratista y consecuentemente, están diseñados para restablecer y mantener la ecuación del equilibrio contractual, en los términos señalados en la Ley 80 de 1993.

#### **14. MECANISMO DE COBERTURA DEL RIESGO:**

De conformidad con lo establecido en el Título III Capítulo 1 del decreto 1510 de 2013, el proponente adjudicatario se obliga a constituir a su costa y a favor de la Dirección Nacional de Derecho de Autor, una garantía única que avalará el cumplimiento de las obligaciones surgidas del contrato y los demás riesgos asociados, la cual consistirá en una póliza expedida por una compañía de seguros legalmente autorizada para funcionar en Colombia, constituida a partir de la fecha de suscripción del contrato y que contenga los siguientes amparos:

- a) Cumplimiento:** por un valor correspondiente al veinte por ciento (20%) del valor del contrato, con una vigencia igual al plazo de ejecución del mismo contados a partir de la fecha de suscripción del contrato, y cuatro meses más.



- b) Salarios y prestaciones sociales:** por un valor correspondiente al cinco por ciento (5%) del valor del contrato, con una vigencia igual al plazo de ejecución del contrato y tres (3) años más, contados a partir de la fecha de firma del contrato.
- c) Calidad del servicio:** por un valor correspondiente al veinte por ciento (20%) del valor del contrato, con una vigencia igual al plazo de ejecución del contrato y cuatro meses más contados a partir de la terminación del contrato.

## 15. SUPERVISIÓN

La supervisión del contrato resultante del presente proceso designado por el Director General, será: La Coordinadora de la Unidad de Divulgación y Prensa o quien haga sus veces.

## 16. INDICACIÓN SI LA CONTRATACIÓN ESTÁ COBIJADA POR UN ACUERDO INTERNACIONAL O UN TRATADO DE LIBRE COMERCIO VIGENTE PARA EL ESTADO COLOMBIANO.

En cumplimiento a lo estipulado en el artículo 148 del Decreto 1510 de 2013 la DNDA, establece si el servicio objeto del presente proceso de selección se encuentra cobijados por los acuerdos y tratados internacionales que vinculen al estado colombiano, para lo cual se verificó:

- a) Si la cuantía del proceso se somete al capítulo de compras públicas  
b) Si la Entidad se encuentra cobijada bajo el capítulo de compras públicas  
c) Si los bienes y servicios a contratar no se encuentran excluidos del capítulo de compras.

ACUERDOS INTERNACIONALES COMERCIALES VIGENTES O TRATADOS DE LIBRE COMERCIO	EXCEPCION APLICABLE AL PROCESO DE CONTRATACIÓN	LA ENTIDAD ESTATAL SE ENCUENTRA INCLUIDA EN LA COBERTURA DEL CAPITULO DE COMPRAS PUBLICAS
1. TLC ESTADOS UNIDOS	SI. NO SE SOMETE AL CAPITULO DE COMPRAS PUBLICAS PUESTO QUE SE TRATA DE UNA SELECCIÓN ABREVIADA CON CONVOCATORIA LIMITADA PARA MIPYMES LO CUAL CONSTITUYE UNA EXCEPCION CONFORME AL ANEXO A4 NUMERAL 14 DEL "MANUAL PARA EL MANEJO DE LOS ACUERDOS COMERCIALES EN PROCESOS DE CONTRATACION" ELABORADO POR COLOMBIA COMPRA EFICIENTE.	VER ANEXO 4 LISTA DE EXCEPCIONES A LA APLICACIÓN DE ACUERDOS COMERCIALES
2. TLC COLOMBIA-CHILE		VER ANEXO 4 LISTA DE EXCEPCIONES A LA APLICACIÓN DE ACUERDOS COMERCIALES
3. TLC COLOMBIA- EL		VER ANEXO 4 LISTA DE



SALVADOR, GUATEMALA Y HONDURAS	DURANTE EL PROCESO DE NO RESULTAR LIMITADO A MIPYMES EL PROCESO, DE IGUAL MANERA ES UNA EXCEPCIÓN CONFORME AL ANEXO A4 QUE RELACIONA LAS ACTIVIDADES EXCEPTUADAS.	EXCEPCIONES A LA APLICACIÓN DE ACUERDOS COMERCIALES
4. TLC COLOMBIA-MEXICO		VER ANEXO 4 LISTA DE EXCEPCIONES A LA APLICACIÓN DE ACUERDOS COMERCIALES
5. COMUNIDAD ANDINA (CUMPLIMIENTO LEY 816 DE 2003 "PROTECCIÓN A LA INDUSTRIA NACIONAL")		NO APLICA PUESTO QUE NO SE HA NEGOCIADO UN ACUERDO ESPECIFICO EN EL TEMA DE COMPRAS PUBLICAS
6. TLC COLOMBIA-UE-PERU		VER ANEXO 4 LISTA DE EXCEPCIONES A LA APLICACIÓN DE ACUERDOS COMERCIALES
7. TLC COLOMBIA-ISLANDIA, NORUEGA, SUIZA Y LIECHSTEIN		VER ANEXO 4 LISTA DE EXCEPCIONES A LA APLICACIÓN DE ACUERDOS COMERCIALES
8. TLC COLOMBIA-CANADÁ		VER ANEXO 4 LISTA DE EXCEPCIONES A LA APLICACIÓN DE ACUERDOS COMERCIALES

De acuerdo a la verificación realizada sobre los TRATADOS DE LIBRE COMERCIO, ACUERDOS INTERNACIONALES VIGENTES PARA EL ESTADO COLOMBIANO y la excepción consistente en la modalidad de contratación de selección abreviada con convocatoria limitada a MIPYMES, el presente proceso no se somete al capítulo de compras públicas. En caso en que el proceso no sea limitado a la participación de MIPYMES de igual manera no se aplicará el capítulo mencionado, puesto que el objeto contractual constituye una excepción conforme el citado anexo 4 del "Manual para el manejo de los Acuerdos Comerciales en procesos de contratación", elaborado por Colombia Compra Eficiente.

El presente estudio previo se expide a los doce (12) días del mes de junio de 2014.

### DOCUMENTO ORIGINAL FIRMADO POR EL SUSCRITO

**NATALIA ARIAS PUERTA**  
COORDINADORA DE LA UNIDAD  
DE DIVULGACIÓN Y PRENSA

Anexo: Matriz de Riesgos  
Cotizaciones del estudio de mercado  
CDP 10414 del 12 de junio de 2014