


	ANÁLISIS DEL SECTOR Y ESTUDIO DE MERCADO	CÓDIGO: AGC-CN-FT-063	 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.
		VERSIÓN: 01	
		FECHA DE APROBACIÓN: 17/03/2025	
		RESPONSABLE: GESTIÓN CONTRACTUAL	

ANEXO 24
ANÁLISIS DEL SECTOR Y ESTUDIO DE MERCADO
“Proyectos audiovisuales UN SAFARI EN NUESTRO PATIO, INFLUENCIA2, BOGOTÁ
DESDE LOS OJOS DE y BARRIGA LLENA CORAZÓN CONTENTO”

TABLA DE CONTENIDO

1. JUSTIFICACIÓN	2
2. OBJETO	6
3. ASPECTOS GENERALES	6
3.1 Aspecto económico.	7
3.1.1 Clasificador de Bienes	7
3.1.2 Variables económicas que afectan el sector.	10
3.2. Aspecto Técnico	17
3.3. Aspecto financiero	18
3.4. Aspecto Legal	18
4. ESTUDIO DE LA OFERTA	19
5. ESTUDIO DE LA DEMANDA	21
5.1 Históricos en la contratación similar al objeto contractual actual en Capital	21
5.2 Históricos en la contratación similar al objeto contractual actual de otras entidades	22
6. Gestión anti-soborno	22
7. DEFINICIÓN DEL PRESUPUESTO	22
8. ANÁLISIS DE RIESGO	23
9. ANEXOS	23

	ANÁLISIS DEL SECTOR Y ESTUDIO DE MERCADO	CÓDIGO: AGC-CN-FT-063	 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.
		VERSIÓN: 01	
		FECHA DE APROBACIÓN: 17/03/2025	
		RESPONSABLE: GESTIÓN CONTRACTUAL	

1. JUSTIFICACIÓN

Canal Capital es una sociedad pública organizada como empresa industrial y comercial del Estado, perteneciente al orden distrital, constituida bajo las leyes colombianas, creada mediante el Acuerdo Distrital 019 de 1995, y legalmente constituida mediante Escritura Pública No. 4854 del 14 de noviembre de 1995 de la Notaría 19 del Círculo de Bogotá.



Como canal público de televisión, tiene por objeto principal la operación, prestación y explotación del servicio de televisión regional establecido en las Leyes 182 de 1995 y 335 de 1996, atendiendo lo dispuesto en el Acuerdo 019 de 1995 y demás normas aplicables.

Así mismo, como prestador del servicio de televisión pública, busca satisfacer las necesidades del Estado como son, entre otras, promover el respeto de las garantías, deberes, derechos fundamentales y demás libertades, fortalecer la consolidación de la democracia, la paz y propender por la difusión de los valores humanos y expresiones culturales de carácter nacional, regional y local, por lo cual su programación se orienta a satisfacer las necesidades educativas, deportivas y culturales de la audiencia, interpretando la pluralidad política, social, cultural y económica de la ciudad capital.

Características editoriales de los contenidos que se producirán por Capital en 2025:

- **Redescubrimiento y apropiación:** Promover la capacidad de asombro al destacar la diversidad de Bogotá como una ciudad urbana, rural y cosmopolita, rica en contrastes culturales, paisajísticos y de entretenimiento, adaptada a diferentes edades, intereses y preferencias.
- **Narrativa transformadora y plural:** Mostrar una visión equilibrada de Bogotá, abordando sus problemas sin romantizar ni enfocar únicamente en la crítica. A través de historias ciudadanas y perspectivas diversas, visibilizar formas de vivir la ciudad con esperanza y color, superando imaginarios negativos.
- **Diversidad cultural y social:** Dar voz a múltiples identidades, incluidos migrantes, minorías y mayorías, personas de distintas edades, géneros y condiciones, para reflejar la riqueza cultural de Bogotá, su identidad y fomentar el orgullo y sentido de pertenencia.
- **Promoción de experiencias locales y globales:** Ofrecer contenidos que conecten a los ciudadanos con espectáculos, festivales y eventos actuales, además de apelar a la memoria colectiva y a historias locales con resonancia global, resaltando procesos inspiradores y transformadores.
- **Conexión e impacto social:** Visibilizar temas de interés cotidiano y dinámicas que fomentan el cuidado colectivo de la ciudad, rompiendo estereotipos y promoviendo la confianza entre habitantes para construir una Bogotá más integrada y habitable.

Por otra parte, la oferta de CANAL CAPITAL se complementa con la oferta de la segunda señal de TDT, destinada a niños, niñas y adolescentes de 6 a 18 años, lanzada al aire en agosto de 2021

	ANÁLISIS DEL SECTOR Y ESTUDIO DE MERCADO	CÓDIGO: AGC-CN-FT-063	 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.
		VERSIÓN: 01	
		FECHA DE APROBACIÓN: 17/03/2025	
		RESPONSABLE: GESTIÓN CONTRACTUAL	

bajo el nombre de Eureka, se centra en la atención de la infancia a través de contenidos divertidos, incluyentes, críticos y de entretenimiento que involucren la participación de los niños y promueven procesos de aprendizaje que alientan el acompañamiento de familias, docentes y adultos aliados para construir un espacio de comunicación y expresión seguro para la infancia.

Eureka comparte las características editoriales de los contenidos que se producen para CAPITAL, sin embargo, al tratarse de un canal temático tiene sus propios ejes editoriales:

- Disfrute de los derechos y compromisos con las responsabilidades de las niñas, niños y adolescentes como ciudadanos.
- Prevención de las violencias contra la infancia para una vida segura y plena.
- Conocimiento y apropiación del medio ambiente, la biodiversidad de la ciudad y comprensión de la sostenibilidad sin fatalismos desde la conciencia y la acción.
- Exploración, descubrimiento y goce de Bogotá urbana y rural que revele espacios para todos, con planes y posibilidades de diversión, ocio, inspiración y aprendizaje a través de la curiosidad y el juego.

Eureka reconoce a los niños, niñas y adolescentes de la Bogotá urbana y rural como agentes capaces de transformar sus entornos. Ellos enriquecen los contenidos del canal al participar como fuentes, protagonistas y cocreadores en el diseño, producción, circulación y evaluación de contenidos audiovisuales y estrategias digitales, así como en experiencias fuera de las pantallas.



Canal Capital y Canal Eureka buscan desarrollar una oferta de contenidos creada y producida bajo los anteriores lineamientos para ver y narrar la ciudad desde la diversidad y la riqueza cultural, social y ambiental, para contribuir a modificar el imaginario negativo que se tiene de Bogotá y desarrollar una narrativa afectiva entre la ciudad y sus habitantes para promover un mayor conocimiento y disfrute de ella.

En 2025 Canal Capital y el canal infantil Eureka, a través de la Dirección Operativa se propone una estrategia para crear, desarrollar, producir, y programar contenidos en distintos formatos y plataformas que se consoliden para responder a los intereses y necesidades de la ciudadanía, así como al potencial creativo del sector audiovisual de Bogotá. De esta manera, busca atender la audiencia fidelizada y el público objetivo por cautivar de diversos grupos etarios y perfiles que habitan Bogotá urbana y rural o que habitan en otros lugares y se interesan por lo que acontece en nuestra ciudad.

Para cumplir con la estrategia descrita anteriormente se crean contenidos propios y se co-crean proyectos con la industria audiovisual local y nacional, a través de mecanismos como convocatorias públicas, convenios o contratos interadministrativos, coproducciones y producciones in house. El área de contenidos de CAPITAL Y EUREKA, además de diseñar y producir contenidos, realiza seguimiento editorial a los contenidos atemporales producidos por encargo, coproducidos o también a las producciones *in house* para audiencias de todas las edades para las distintas plataformas de Capital.

Bajo estos parámetros, en el marco de la Resolución 00012 del 17 de enero de 2025 del Fondo Único de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones – FUTIC, se asignaron recursos para

Si este documento se encuentra impreso no se garantiza su vigencia, por lo tanto es copia No Controlada. La versión vigente reposará en la intranet institucional. Verificar su vigencia en el listado maestro de documentos.

	ANÁLISIS DEL SECTOR Y ESTUDIO DE MERCADO	CÓDIGO: AGC-CN-FT-063	 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.
		VERSIÓN: 01	
		FECHA DE APROBACIÓN: 17/03/2025	
		RESPONSABLE: GESTIÓN CONTRACTUAL	

la financiación del plan de inversión de CAPITAL, con la finalidad de producir contenidos audiovisuales que enriquezcan la programación; la cual, se orienta en general a satisfacer las necesidades educativas y culturales de la audiencia y aquella en la que sean contenidos de origen regional, orientada al desarrollo social y cultural de la respectiva comunidad.



Los contenidos que se van a producir este año exploran temáticas como: dilemas digitales en la era contemporánea, la influencia de Bogotá urbana y rural en la obra de distintos creadores y artistas, las plazas de mercado y la gastronomía local y la fauna que habita nuestra ciudad desde la mirada de los niños y niñas. Buscamos el diseño, producción y postproducción de proyectos temáticos en formatos audiovisuales innovadores para múltiples plataformas que exploren en las temáticas mencionadas y aprovechen diversas formas y dispositivos de narración disponibles.

En virtud de lo anterior, y siguiendo lo dispuesto por el Manual de Contratación, en su artículo 30 CONVOCATORIA PÚBLICA, CAPITAL propone la apertura de un proceso precontractual bajo esta modalidad a fin de satisfacer esta necesidad de producción y también, dar cumplimiento a lo dispuesto en la Resolución 00012 del Fondo Único de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones - FUTIC del 17 de enero de 2025 *"Por la cual se aprueba el plan de inversión para la vigencia 2025, se asignan recursos para su financiación y se ordena una transferencia y su desembolso al operador regional de televisión pública" CANAL CAPITAL* y de la Resolución 03556 del Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones del 18 de septiembre de 2024, en relación a que la ejecución del veinte por ciento (20%) de la asignación de los recursos, se realice a través de la realización de convocatorias públicas

Esta convocatoria pretende fomentar el desarrollo del sector audiovisual y en virtud de lo expresado en la Resolución normativa 03556 - 2024, en la Parte I, Aspectos Generales, Artículo 12, literal b. Fomento a la Industria (FI): *"Mide la participación de las personas jurídicas relacionadas con el sector audiovisual que hacen parte de la cadena de producción en los procesos de creación y transmisión de contenido para el operador público regional del servicio público de televisión."*

"Igualmente, corresponderá al número de personas jurídicas, debidamente constituidas en Colombia, y personas naturales, que ejecutan hasta el ochenta por ciento (80%) de las líneas de contenido, precisando que el veinte por ciento (20%) restante de los recursos asignados deberán ser ejecutados mediante esquemas de convocatorias." Abriendo la posibilidad a personas jurídicas, consorcios y uniones temporales de hacer realidad ideas y formatos innovadores, que se integren a la parrilla de CAPITAL mediante la producción de proyectos, que corresponden a contenidos editoriales específicos relacionados con los ejes temáticos del canal. Así mismo en el literal f del artículo 20 del Capítulo 3 - la resolución establece la obligación de *"Ejecutar, a través de convocatorias públicas, como mínimo el veinte por ciento (20%) de los recursos destinados a la línea de inversión "Contenidos de programación educativa y cultural multiplataforma" del plan de inversión de los operadores regionales de televisión pública."*



Los proyectos que hacen parte del proceso de selección son:

	ANÁLISIS DEL SECTOR Y ESTUDIO DE MERCADO	CÓDIGO: AGC-CN-FT-063	 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.
		VERSIÓN: 01	
		FECHA DE APROBACIÓN: 17/03/2025	
		RESPONSABLE: GESTIÓN CONTRACTUAL	

PROYECTO	No de CAPÍTULOS	DURACIÓN	VALOR TOTAL (Incluido IVA)	PLAZO DE EJECUCIÓN	PÚBLICO OBJETIVO
1. UN SAFARI EN NUESTRO PATIO	Dieciséis (16) microprogramas + ocho (8) videocast + dos (1) especiales recopilatorios.	Microprogramas doce (12) minutos c/u. Videocast de veinticuatro (24) minutos c/u. Especiales de cincuenta (50) minutos c/u.	\$ 610.000.000	5 meses	Infantil 7 a 12
2. INFLUENCIA2	Quince (15) microprogramas + quince (15) batallas de ideas.	Microprogramas diez (10) minutos c/u. Batalla de ideas cuarenta (40) minutos c/u.	\$ 610.000.000	5 meses	Familiar
3. BOGOTÁ DESDE LOS OJOS DE	Diez (10) documentales + ocho (8) videocast + tres (3) especiales.	Documentales veinticuatro (24) minutos. Videocasts veinticuatro (24) minutos c/u. Especiales veinticuatro (24) minutos c/u.	\$ 610.000.000	5 meses	Jóvenes y Adultos
4. BARRIGA LLENA CORAZÓN CONTENTO	Doce (12) docu-retos + seis (6) videocast + dos (2) especiales.	Docu-retos veinticuatro (24) minutos. Videocasts veinticuatro (24) minutos c/u. Especiales veinticuatro (24) minutos c/u.	\$ 610.000.000	5 meses	Jóvenes y adultos

Nota: Cada proponente, individualmente considerado, podrá aspirar únicamente a la adjudicación de un (1) proyecto, de los cuatro (4) previstos en el presente proceso de selección. Lo anterior

Si este documento se encuentra impreso no se garantiza su vigencia, por lo tanto es copia No Controlada. La versión vigente reposará en la intranet institucional. Verificar su vigencia en el listado maestro de documentos.

	ANÁLISIS DEL SECTOR Y ESTUDIO DE MERCADO	CÓDIGO: AGC-CN-FT-063	 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.
		VERSIÓN: 01	
		FECHA DE APROBACIÓN: 17/03/2025	
		RESPONSABLE: GESTIÓN CONTRACTUAL	

indica que un mismo proponente no podrá participar a título singular, ni en unión temporal o consorcio, ni por interpuesta persona, en más de uno de los proyectos aquí requeridos.

Finalmente, se indica que esta contratación se encuentra contemplada en el Plan Anual de Adquisición realizado para el año 2025.

2. OBJETO

Contratar bajo la modalidad de producción por encargo, el diseño, preproducción, producción y posproducción para los proyectos audiovisuales UN SAFARI EN NUESTRO PATIO, INFLUENCIA2, BOGOTÁ DESDE LOS OJOS DE y BARRIGA LLENA CORAZÓN CONTENTO o cómo llegaren a denominarse, en cumplimiento de los objetivos y gestión de Canal Capital en el marco de la Resolución 00012 del 17 de enero de 2025 del Fondo Único de las Tecnologías de la Información y las comunicaciones (FUTIC).



3. ASPECTOS GENERALES

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

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

Las empresas productoras privadas que han alcanzado un mayor tamaño suelen dedicar gran parte de su producción a la demanda de programación de los canales privados, nacionales y recientemente a las diferentes plataformas de televisión pagas o gratuitas: estas empresas que han realizado producciones técnicamente complejas y novedosas han sido adquiridas por canales internacionales.

En cuanto a la estructura de la empresa, esta cuenta permanentemente con unas cabezas encargadas de la producción y la administración. La dirección está en manos de equipos donde se combinan los talentos administrativos, creativos y técnicos, pero que se especializan en labores administrativas. De manera temporal, de acuerdo con los proyectos, se arman y contratan los equipos creativos y técnicos necesarios para llevarlos a cabo. Desde el director, pasando por el equipo técnico, hasta llegar a los actores, que se contratan por el periodo que duren las producciones. Las contrataciones de personal creativo-directivo (actores, directores) se realizan de

	ANÁLISIS DEL SECTOR Y ESTUDIO DE MERCADO	CÓDIGO: AGC-CN-FT-063	 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.
		VERSIÓN: 01	
		FECHA DE APROBACIÓN: 17/03/2025	
		RESPONSABLE: GESTIÓN CONTRACTUAL	

manera personal con la empresa o por administraciones delegadas; mientras los técnicos suelen contratarse a través de operadores logísticos o una empresa cooperativa. El vínculo para cada producción puede ser de varios meses, en el caso de las producciones de televisión. En otras ocasiones se contratan “especialistas” por fuera de las cooperativas proveedoras de técnicos, a través de las casas de alquiler de equipos, cuando se requieren equipos especiales que no los poseen las unidades móviles.

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

Según cifras de la Cámara de Comercio de Bogotá - CCB, tan solo en Bogotá existen más de 27.284 empresas registradas en el sector de las industrias creativas y de contenidos de las cuales 4.438 son nuevas, con alrededor de 131.349 nuevos empleos generados, dedicados a actividades de producción, postproducción, distribución y exhibición de películas, videos, programas, anuncios y comerciales de televisión; creación audiovisual y publicidad 4 .¹

Teniendo en cuenta el crecimiento de las industrias creativas en la cual se unen empresas para el apoyo a la industria creativa con la idea de fortalecer la infraestructura, su responsabilidad social y modelos de negocio sostenibles como el sector logístico el cual ha presentado también ha presentado un crecimiento impulsado por la dinámica exportadora del país y la firma de Tratados de Libre Comercio.

3.1 Aspecto económico.

3.1.1 Clasificador de Bienes



Para el presente estudio, en cumplimiento del objeto de la presente contratación, se realiza según la Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las actividades económicas²:

AGRUPACIÓN	CÓDIGO	DESCRIPCIÓN
Sección	J	Información y comunicaciones
División	59	Actividades cinematográficas, de vídeo y producción de programas de televisión, grabación de sonido y edición de música
Grupo	591	Actividades de producción de películas cinematográficas, video

¹ <https://www.ccb.org.co/servicios/fortalecemos-tu-sector/industrias-creativas-culturales-y-graficas>

² https://www.dane.gov.co/files/nomenclaturas/CIIU_Rev4ac.pdf

Si este documento se encuentra impreso no se garantiza su vigencia, por lo tanto es copia No Controlada. La versión vigente reposará en la intranet institucional. Verificar su vigencia en el listado maestro de documentos.



	ANÁLISIS DEL SECTOR Y ESTUDIO DE MERCADO	CÓDIGO: AGC-CN-FT-063	 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.
		VERSIÓN: 01	
		FECHA DE APROBACIÓN: 17/03/2025	
		RESPONSABLE: GESTIÓN CONTRACTUAL	

		y producción de programas, anuncios y comerciales de televisión
Clase	5911	Actividades de producción de películas cinematográficas, videos, programas, anuncios y comerciales de televisión

Como se menciona anteriormente el marco económico que incentiva este estudio de sector es el de las Actividades de producción de películas cinematográficas, videos, programas, anuncios y comerciales de televisión, que está constituido por las agremiaciones en las cuales se centra regulaciones y conocimiento sobre el mercado; algunas que se pueden encontrar son:

Bogotá cuenta con la presencia de todas las instituciones de nivel gubernamental, lo que permite el acceso a financiamiento, apoyo y acompañamiento para la producción de contenido audiovisual. Esto también hace a Bogotá un centro competitivo en términos de costos, pues permite encontrar todos los servicios en un mismo lugar. Dentro del marco económico, el sector audiovisual en Colombia está constituido por las siguientes entidades:

- ❖ **MINTIC:** Ministerio de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones de Colombia, que es la entidad que se encarga de diseñar, adoptar y promover las políticas, planes, programas y proyectos del sector de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones.
- ❖ **MINISTERIO DE CULTURA (futuro Ministerio de las Culturas, las Artes y Los Saberes):** lidera la formulación de la política integral de la economía creativa en el Gobierno Nacional y desarrolla programas y proyectos en los términos señalados en la ley. Al Ministerio de Cultura le corresponde liderar el proceso de coordinación intersectorial para fortalecer las instituciones públicas, privadas y mixtas, orientadas a la promoción, defensa, divulgación y desarrollo de las actividades culturales y creativas y promover adecuadamente el potencial de la economía cultural y creativa.
- ❖ **DIRECCIÓN DE AUDIOVISUALES, CINE Y MEDIOS INTERACTIVOS DEL MINISTERIO DE CULTURA:** La Dirección de Cinematografía del Ministerio de Cultura se encarga de fomentar la creación y fortalecer la industria cinematográfica propia y estable en Colombia. El Ministerio de Cultura lleva a cabo estas tareas en articulación con el Fondo Mixto de Promoción Cinematográfica Proimágenes Colombia y la Fundación Patrimonio Fílmico Colombiano.
- ❖ **FUNDACIÓN PATRIMONIO FÍLMICO COLOMBIANO:** La Fundación Patrimonio Fílmico Colombiano gestiona la preservación y conservación del Archivo Nacional Audiovisual.
- ❖ **PROIMAGENES COLOMBIA.** Es una corporación civil sin ánimo de lucro creada bajo la Ley 397 de 1997 (Ley General de Cultura) que busca consolidar y solidificar el sector cinematográfico colombiano, convirtiéndose en un escenario privilegiado para la concertación de políticas públicas y sectoriales, y para la articulación de reglas del juego que concreten e impulsen la industria cinematográfica del país.
- ❖ **DIRECCIÓN DE COMUNICACIONES:** La Dirección de Comunicaciones del Ministerio de Cultura busca fortalecer a los creadores de contenidos para que desarrollen, produzcan y circulen en los medios de comunicación mensajes de calidad, incluyentes y pertinentes, que contribuyan a una cultura democrática y al reconocimiento de nuestra riqueza cultural. Entre estos creadores se incluye a realizadores de televisión cultural, productores de contenidos digitales, radialistas comunitarios y de emisoras de interés público, canales regionales, comunitarios y locales sin ánimo de lucro, realizadores independientes,

	ANÁLISIS DEL SECTOR Y ESTUDIO DE MERCADO	CÓDIGO: AGC-CN-FT-063	 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.
		VERSIÓN: 01	
		FECHA DE APROBACIÓN: 17/03/2025	
		RESPONSABLE: GESTIÓN CONTRACTUAL	

periodistas culturales y en general todos aquellos que trabajan en la creación de cultura desde la comunicación.

- ❖ **COMISIÓN DE REGULACIÓN DE COMUNICACIONES, CRC** (anteriormente la CRT, Comisión de Regulación de Telecomunicaciones) es un ente regulatorio que promueve la competencia y regula el mercado de las redes y los servicios de comunicaciones en Colombia.



A nivel Distrital, podemos enunciar a:

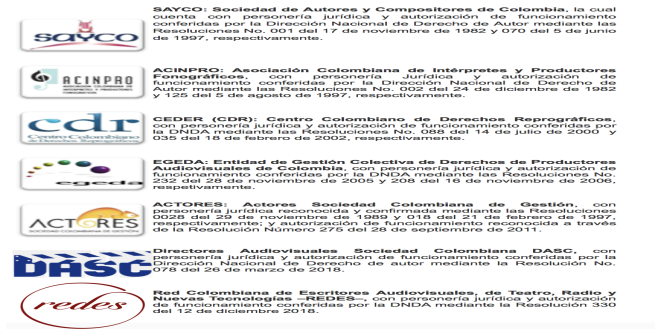
- ❖ **INSTITUTO DISTRITAL DE LAS ARTES – IDARTES:** Gestor de las prácticas artísticas en Bogotá, está comprometido con aumentar la confianza de los artistas, gestores y ciudadanía en el sector de las artes en Bogotá.
- ❖ **CFB - COMISIÓN FÍLMICA DE BOGOTÁ:** Es un programa de la Gerencia de Artes Audiovisuales del Instituto Distrital de las Artes - Idartes de la Alcaldía de Bogotá que trabaja en la promoción de la ciudad como destino fílmico para lograr ser epicentro del audiovisual en Latinoamérica, facilita y orienta la realización de las producciones audiovisuales en la ciudad, ofrece el talento humano que compone la industria audiovisual local y fortalece las industrias audiovisuales a través de programas de cualificación, estímulos y otras estrategias para la organización del sector. Es el gestor del aprovechamiento económico del espacio público encargado de regular y verificar las filmaciones audiovisuales en la ciudad de Bogotá a través del PUFA (Permiso Unificado para Filmaciones Audiovisuales), que facilita los permisos necesarios de todas las entidades del Distrito.³

Organizaciones privadas / Administración especial:

- ❖ **ASOMEDIOS:** La Asociación Nacional de Medios de Comunicación es una corporación de carácter gremial civil, sin ánimo de lucro, que tiene por objeto representar los intereses, necesidades y aspiraciones de sus afiliados, y ejercer su representación ante los poderes públicos, ante otras organizaciones gremiales y en general ante personas y entidades públicas y privadas nacionales e internacionales.
- ❖ **CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ:** Es una institución privada sin fines de lucro que se encarga de administrar los registros mercantiles de las empresas y sociedades que se crean en Bogotá. Otorga formalidad a la actividad económica y crea alianzas para la formación de empresas.
- ❖ **DIRECCIÓN NACIONAL DE DERECHOS DE AUTOR:** Es un organismo del Estado Colombiano, que posee la estructura jurídica de una Unidad Administrativa Especial adscrita al Ministerio del Interior y es el órgano institucional que se encarga del diseño, dirección, administración y ejecución de las políticas gubernamentales en materia de derecho de autor y derechos conexos. En tal calidad posee el llamado institucional de fortalecer la debida y adecuada protección de los diversos titulares del derecho de autor y los derechos conexos, contribuyendo a la formación, desarrollo y sustentación de una cultura nacional de respeto por los derechos de los diversos autores y titulares de las obras literarias y artísticas.
- ❖ En la actualidad existen las siguientes siete (7) Sociedades de Gestión Colectiva:

³ <https://filmingbogota.gov.co/la-comision>

	ANÁLISIS DEL SECTOR Y ESTUDIO DE MERCADO	CÓDIGO: AGC-CN-FT-063	 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.
		VERSIÓN: 01	
		FECHA DE APROBACIÓN: 17/03/2025	
		RESPONSABLE: GESTIÓN CONTRACTUAL	



Por otro lado, Bogotá cuenta con una de las plataformas de negocios más importante de la industria audiovisual colombiana y que anualmente convoca a todos actores del sector audiovisual, privados y públicos: Bogotá Audiovisual Market - BAM. El encuentro es organizado por La Cámara de Comercio de Bogotá en asocio con Proimágenes Colombia, con el apoyo del Fondo para el Desarrollo Cinematográfico-FDC, el Instituto Distrital de las Artes-Idartes y el Ministerio de las Tecnologías de Información y Comunicación-MINTIC entre otros.

Finalmente, y como actor que cobra importancia cada vez más para el sector audiovisual, está la producción desde la academia. Bogotá presentó la mayor oferta educativa para el segmento Audiovisual con un 32,7% en 2022, seguido por Antioquia con un 16,3% y el Valle del Cauca con un 10,9%. (DANE. 2023). En la actualidad 16 centros educativos a nivel profesional, técnico y tecnológico (Snies. 2024) forman en programas relacionados con la producción audiovisual. Estos centros también cuentan, en algunos casos, con festivales de cine universitario, que llevan a dinamizar los mercados tanto de la producción como de la circulación de contenidos producidos desde las escuelas de formación en la capital.

3.1.2 Variables económicas que afectan el sector.

Algunos indicadores económicos, que podemos observar para identificar las variables que afectan o incentivan el sector de Producción de películas y programas de televisión como se relacionan a continuación; el comportamiento del IPC, el PIB, la tasa de desempleo, los ingresos nominales y el personal ocupado y salarios entre otras, estas variables afectan a un país de manera genérica, es de gran importancia aportar con la contratación el movimiento de diferentes sectores del mercado, además aportar información para las variables y estadísticas económicas del país.

Sector del DANE Producción de películas cinematográficas y programas de televisión (EMS)	
<i>De acuerdo con el boletín técnico emitido por el DANE de fecha 14 de febrero de 2025” En enero de 2025, los servicios de producción de películas cinematográficas y programas de televisión registraron un crecimiento de 17,8% en los ingresos nominales, el personal ocupado presentó</i>	

Si este documento se encuentra impreso no se garantiza su vigencia, por lo tanto es copia No Controlada. La versión vigente reposará en la intranet institucional. Verificar su vigencia en el listado maestro de documentos.

una variación positiva de 0,1% y los salarios registraron un incremento de 15,0%, en comparación con enero de 2024.”⁴

De acuerdo con la estadística anterior, se puede observar que tanto los ingresos nominales, como el personal ocupado y los salarios se encuentra en crecimiento en comparación con el mismo periodo del año anterior, generando así un aporte positivo a dichas variables analizadas en el sector de producción de películas cinematográficas, videos, programas, anuncios y comerciales de televisión.

Tabla 7. Variación anual y contribución de los ingresos nominales por tipo, personal ocupado total y salarios por tipo de contratación
Producción de películas cinematográficas y programas de televisión
Total nacional
Enero 2025⁵

Índice (ene 2022-ene 2025)	Variable	Variación anual (%)	Contribución a la variación anual (PP)
Ingresos totales nominales			
	Ingresos totales nominales	17,8	
	Ingresos por servicios prestados	14,5	9,6
	Ingresos por venta de mercancías	19,0	5,1
	Otros ingresos no operacionales	42,0	3,1
Personal ocupado total*			
	Personal ocupado total*	0,1	
	Permanente	0,9	0,6
	Temporal directo	11,4	2,3
	Agencias	-15,1	-2,8
Salarios personal ocupado sin agencias			
	Salarios personal ocupado sin agencias	15,0	
	Salarios personal permanente	14,6	7,9
	Salarios temporal directo	22,9	7,1

Fuente: DANE, EMS

Tabla 7. Variación anual y contribución de los ingresos nominales por tipo, personal ocupado total y salarios por tipo de contratación
Producción de películas cinematográficas y programas de televisión
Total nacional
Enero 2025⁵

Índice (ene 2022-ene 2025)	Variable	Variación anual (%)	Contribución a la variación anual (PP)
Ingresos totales nominales			
	Ingresos totales nominales	17,8	
	Ingresos por servicios prestados	14,5	9,6
	Ingresos por venta de mercancías	19,0	5,1
	Otros ingresos no operacionales	42,0	3,1
Personal ocupado total*			
	Personal ocupado total*	0,1	
	Permanente	0,9	0,6
	Temporal directo	11,4	2,3
	Agencias	-15,1	-2,8
Salarios personal ocupado sin agencias			
	Salarios personal ocupado sin agencias	15,0	
	Salarios personal permanente	14,6	7,9
	Salarios temporal directo	22,9	7,1

Fuente: DANE, EMS

INDICE DE PRECIOS AL CONSUMIDOR(IPC)

Según el informe mensual del DANE de fecha 14 de marzo de 2025“En el mes de enero de 2025, el IPC registró una variación de 0,94% en comparación con diciembre de 2024, cuatro divisiones se ubicaron por encima del promedio nacional (0,94%): Restaurantes y hoteles (1,90%), Transporte (1,71%), Alimentos y bebidas no alcohólicas (1,62%) y por último, Salud (1,04%). Por debajo se ubicaron: Muebles, artículos para el hogar y para la conservación ordinaria del hogar (0,70%), Bebidas alcohólicas y tabaco (0,64%), Bienes y servicios diversos (0,54%), Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles (0,39%), Educación (0,00%), Prendas de vestir y calzado (-0,15%), Recreación y cultura (-0,18%) y por último, Información y comunicación (-0,19%)⁵.

En cuanto al comportamiento del sector que atañe al objeto de este proceso, podemos clasificarla

Índice de Precios al Consumidor (IPC)

Variación anual y mensual
Total nacional
2024 - 2025 (enero)

IPC	enero			
	Variación mensual		Variación anual	
	2024	2025	2024	2025
IPC total	0,92	0,94	8,35	5,22

Cuadro 1. IPC Variación y contribución mensual
Según divisiones de gasto
Enero 2024 - 2025

Divisiones de Gasto	Peso (%)	Variación (%)	2024		2025	
			Contribución Puntos Porcentuales	Variación (%)	Contribución Puntos Porcentuales	Variación (%)
Restaurantes y hoteles	9,43	1,72	0,16	1,90	0,21	
Transporte	12,83	1,98	0,27	1,71	0,23	
Alimentos y bebidas no alcohólicas	16,05	0,48	0,08	1,62	0,30	
Salud	1,71	1,10	0,02	1,04	0,02	
TOTAL	100,00	0,92	0,92	0,94	0,94	
Muebles, artículos para el hogar y para la conservación ordinaria del hogar	4,19	0,69	0,03	0,70	0,03	
Bebidas alcohólicas y tabaco	1,70	1,11	0,02	0,64	0,01	
Bienes y servicios diversos	5,36	0,97	0,05	0,54	0,03	
Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles	33,12	0,84	0,26	0,39	0,12	
Educación	4,41	0,00	0,00	0,00	0,00	
Prendas de vestir y calzado	3,98	0,30	0,01	-0,15	0,00	
Recreación y cultura	3,79	-0,21	-0,01	-0,18	-0,01	
Información y comunicación	4,33	-0,12	0,00	-0,19	-0,01	

Fuente: DANE, IPC

⁴ <https://www.dane.gov.co/files/operaciones/EMS/bol-EMS-ene2025.pdf>

⁵ <https://www.dane.gov.co/files/operaciones/IPC/ene2025/bol-IPC-ene2025.pdf>

dentro del grupo de bienes y servicios diversos, la cual presenta una variación del 0,54%, con este tipo de contratación se busca generar un aporte positivo al sector.

PIB Participación

El Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE) presentó los resultados del cuarto trimestre del 2024 de fecha 17 de febrero de 2025: *“Para el año 2024pr, el valor agregado de las actividades artísticas, de entretenimiento y recreación y otras actividades de servicios; actividades de los hogares individuales en calidad de empleadores; actividades no diferenciadas de los hogares individuales como productores de bienes y servicios para uso propio crece 8,1%, respecto al año 2023*

-Actividades artísticas, de entretenimiento y recreación y otras actividades de servicios crece 8,5%. ”⁶

Esta estadística muestra que el PIB está realizando impacto positivo en la economía para el sector de Actividades artísticas, de entretenimiento y recreación y otras actividades de servicios, al presentar una variación positiva, se pretende con la presente contratación fomentar y mantener el crecimiento del sector.

Tabla 13. Actividades artísticas, de entretenimiento y recreación y otras actividades de servicios¹
Tasas de crecimiento en volumen²
Cuarto trimestre 2024^{pr}

Actividad económica	Tasas de crecimiento (%)		
	Serie original		Serie ajustada por efecto estacional y calendario
	Año total	Anual	Trimestral
	2024 ^{pr} / 2023 ^p	2024 ^{pr} -IV / 2023 ^p -IV	2024 ^{pr} -IV / 2024 ^{pr} -III
Actividades artísticas, de entretenimiento y recreación y otras actividades de servicios	8,5	5,2	-2,8
Actividades de los hogares individuales en calidad de empleadores ³	6,0	7,3	3,9
Actividades artísticas, de entretenimiento y recreación y otras actividades ¹	8,1	5,5	-0,4

Fuente: DANE, PIB_T

Tasa de desempleo

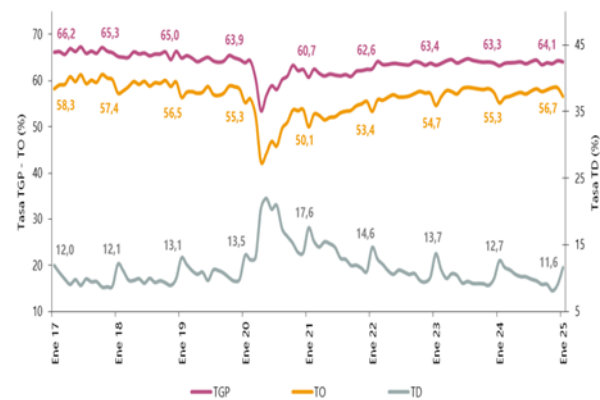
⁶ <https://www.dane.gov.co/files/operaciones/PIB/bol-PIB-IVtrim2024.pdf>

Si este documento se encuentra impreso no se garantiza su vigencia, por lo tanto es copia No Controlada. La versión vigente reposará en la intranet institucional. Verificar su vigencia en el listado maestro de documentos.

Según el boletín mensual de fecha 28 de febrero de 2025 "Para el mes de enero de 2025, la tasa de desocupación del total nacional fue 11,6%, lo que representó una disminución de 1,0 puntos porcentuales respecto al mismo mes de 2024 (12,7%). La tasa global de participación se ubicó en 64,1%, mientras que en enero de 2024 fue 63,3%. Finalmente, la tasa de ocupación fue 56,7%, lo que representó un aumento de 1,4 puntos porcentuales respecto al mismo mes del año anterior (55,3%)".⁷

De acuerdo con las cifras económicas analizadas con anterioridad se impactaría de manera positiva el mercado laboral, al realizar este tipo de contratación.

Gráfico 2. Tasa global de participación (TGP), Tasa de ocupación (TO) y Tasa de desocupación (TD)
Total nacional
Enero (2017 - 2025)



Fuente: DANE, GEIH.

VARIACIÓN SALARIO MÍNIMO MENSUAL LEGAL VIGENTE SMMLV

Para el año 2025 el incremento salarial se fijó en un 9,5% ,pasando de \$1.300.000 a \$1.425.000.⁸ dicho incremento se estableció por Decreto expedido por el Gobierno Nacional. Se muestra el histórico de los últimos 5 años del aumento del salario mínimo.

Información sobre la serie

Documentos metodológicos

Notas aclaratorias y fe de erratas

Salario mínimo legal anual.

Información disponible a partir del 1 de julio de 1984.

Año	Decreto gobierno nacional	Salario mínimo diario (COP)	Salario mensual (COP)	Variación porcentual anual (%)
2025	1572 de diciembre 24 de 2024	47.480,00	1.423.800	9,80
2024	2292 de diciembre 29 de 2023	43.333,33	1.300.000	12,07
2023	2613 de diciembre 28 de 2022	38.666,67	1.180.000	16,00
2022	1724 de diciembre 15 de 2021	33.333,33	1.000.000	10,07
2021	1765 de diciembre 29 de 2020	30.284,20	908.526	9,80

CONSUMO DE PRODUCTOS CULTURALES – AUDIOVISUALES



El último Boletín Técnico Encuesta de Consumo Cultural (ECC), corresponde al año 2020, de este se rescata que El evento, presentación o espectáculo al que más asistieron las personas de 12 años y más fueron los conciertos, recitales, eventos, presentaciones o espectáculos de música en vivo, en espacios abiertos o cerrados (20,6%), seguida por la asistencia a ferias o exposiciones artesanales (17,0%), teatro, ópera o danza (11,8%) y exposiciones, ferias o muestras de fotografía, pintura, grabado, dibujo, escultura o artes gráficas (7,1%).

Los conciertos, recitales, presentaciones o espectáculos de música en vivo fueron los eventos a los que los hombres y mujeres más asistieron con 21,6% y 19,6%, respectivamente. La actividad cultural a la que más asistieron las personas de 12 años y más, fue la visita a parques, reservas naturales o zoológicos (22,7%), seguida por la asistencia a fiestas municipales o departamentales

⁷ <https://www.dane.gov.co/files/operaciones/GEIH/bol-GEIH-ene2025.pdf>

⁸ <https://www.banrep.gov.co/es/estadisticas/salarios>

Si este documento se encuentra impreso no se garantiza su vigencia, por lo tanto es copia No Controlada. La versión vigente reposará en la intranet institucional. Verificar su vigencia en el listado maestro de documentos.

	ANÁLISIS DEL SECTOR Y ESTUDIO DE MERCADO	CÓDIGO: AGC-CN-FT-063	 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.
		VERSIÓN: 01	
		FECHA DE APROBACIÓN: 17/03/2025	
		RESPONSABLE: GESTIÓN CONTRACTUAL	

(17,7), parques temáticos o de diversiones (14,1%) y carnavales, fiestas o eventos nacionales (12,1%).

Eventos, presentaciones y espectáculos culturales	Total		Hombres		Mujeres	
	Porcentaje	IC±	Porcentaje	IC±	Porcentaje	IC±
Conciertos, recitales, eventos, presentaciones o espectáculos de música en vivo, en espacios abiertos o cerrados	20,6	1,1	21,6	1,3	19,6	1,3
Ferias o exposiciones artesanales	17,0	1,2	15,0	1,3	18,8	1,4
Teatro, ópera o danza	11,8	0,8	11,2	1,0	12,3	0,9
Exposiciones, ferias o muestras de fotografía, pintura, grabado, dibujo, escultura o artes gráficas	7,1	0,6	7,1	0,8	7,1	0,7

Fuente: DANE, ECC-2020.

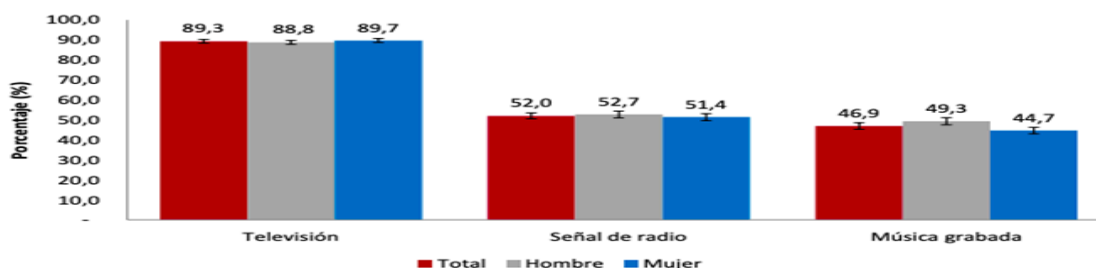
Población de referencia: total de personas de 12 años y más 31.630 (en miles).

Nota: Los porcentajes del gráfico no suman 100%, porque son respuestas incluyentes.

Los porcentajes del gráfico corresponden a las personas de 12 años y más que sí asistieron a eventos, presentaciones y espectáculos.

En relación puntual al consumo audiovisual, El 33,0% de las personas de 12 años y más asistieron a cine, los hombres con un 33,2% y las mujeres con un 32,8%. En cuanto a la asistencia a cine por regiones, Bogotá presentó el mayor porcentaje (45,7%), seguida por la región Central (34,0%), Oriental (31,8%), Pacífica (29,2%), Caribe (23,5%) y Amazonía/Orinoquía (22,1%).

Con relación a otros audiovisuales, del total de personas encuestadas, el 89,3% respondió que sí realizan consumo de televisión. Por sexo, el consumo de televisión fue de 89,7% para las mujeres y de 88,8% para los hombres. Los porcentajes de consumo de señal de radio y música grabada para el total de personas encuestadas, corresponden a 52,0% y 46,9%, respectivamente. Por sexo, no hay diferencias significativas en el consumo de señal de radio (52,7% para los hombres y 51,4% para las mujeres), mientras que en música grabada los hombres presentan un mayor consumo con 49,3%, frente al 44,7% de las mujeres.⁹





Fuente: DANE, ECC-2020.

Población de referencia: total de personas de 12 años y más 31.630 (miles).

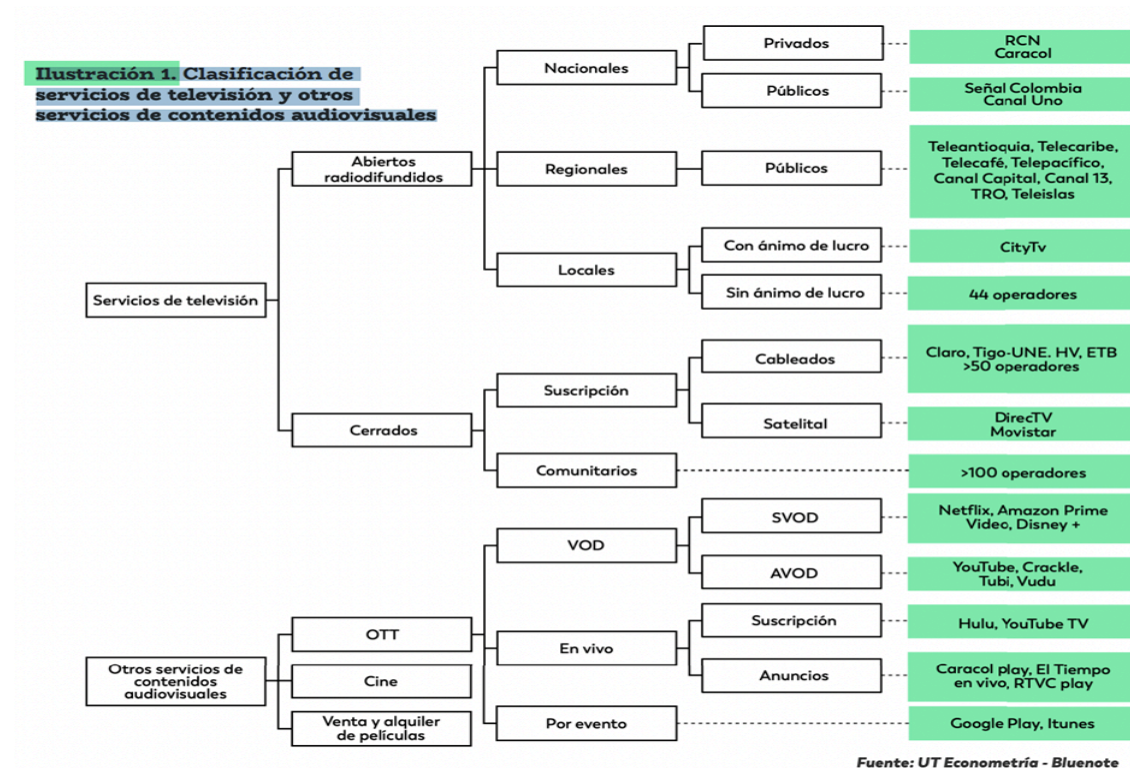
Nota: Los porcentajes del gráfico corresponden a las personas de 12 años y más que sí consumieron estos audiovisuales.

⁹ <https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/eccultural/boletin-tecnico-ecc-2020.pdf>



	ANÁLISIS DEL SECTOR Y ESTUDIO DE MERCADO	CÓDIGO: AGC-CN-FT-063	 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.
		VERSIÓN: 01	
		FECHA DE APROBACIÓN: 17/03/2025	
		RESPONSABLE: GESTIÓN CONTRACTUAL	

SECTOR AUDIOVISUAL EN COLOMBIA

En Colombia el sector audiovisual se clasifica en servicios de televisión abierta y cerrada como también servicios de contenidos en otras plataformas:



Para el caso del servicio de televisión abierta radiodifundida, esta puede ser prestada por actores privados o públicos. Se caracterizan porque su principal fuente de ingresos es la publicidad o los recursos de financiación de la TV pública. Para el caso de la televisión cerrada, el contenido puede ser difundido por operadores con un interés comunitario y asociativo (comunitarios) o para usuarios autorizados para su recepción (suscripción). Respecto de los otros servicios de contenidos audiovisuales, es importante señalar que, los servicios de video por demanda no se constituyen en servicios de televisión de acuerdo con la clasificación legal y pueden ser de diversos tipos: por suscripción, pago por evento o de acceso gratuito.

	ANÁLISIS DEL SECTOR Y ESTUDIO DE MERCADO	CÓDIGO: AGC-CN-FT-063	 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.
		VERSIÓN: 01	
		FECHA DE APROBACIÓN: 17/03/2025	
		RESPONSABLE: GESTIÓN CONTRACTUAL	

En materia legal, la Ley 182 de 1995 clasificó el servicio público de televisión como aquella que puede prestarse a través del espectro (televisión abierta radiodifundida), o a través de medios cerrados (suscripción o comunitarios). En esta última clasificación entran tanto los operadores de cable, como satelitales e IPTV. Bajo esta modalidad de provisión de servicios de comunicación audiovisual, los operadores se financian principalmente con el pago (la "suscripción") que realizan los usuarios del servicio.¹⁰



Estudio de percepción e identificación de hábitos de consumo audiovisual entre audiencias, Canal Capital 2024

En el año 2024 la Dirección del Observatorio y Gestión del Conocimiento Cultural, de la Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte, elaboró un estudio de percepción e identificación de hábitos de consumo audiovisual entre audiencias de la ciudad de Bogotá¹¹, para identificar los hábitos de consumo de contenidos audiovisuales para crear mecanismos de apropiación y oportunidades de nuevas audiencias para Canal Capital. Este estudio arrojó las siguientes conclusiones:

- Entre quienes conocen Canal Capital (64,5%), destaca que la mayoría dice ver el Canal "esporádicamente" (71,6%) y otra parte dice no verlo "nunca" (15,1%). Ahora, entre quienes dicen ver el Canal esporádicamente, sobresale el uso de la televisión para este fin (88,3%).
- Al preguntar por la primera palabra que se le ocurre cuando piensa en Canal Capital, se encontró que la palabra más recurrente es "Noticia", seguida de "Información", seguida de "Ciudad".
- Otros atributos con que se relaciona el Canal son "diversidad", "deportes", "arte", "enseñanza".
- Entre quienes conocen el Canal, 49,3% está de acuerdo o totalmente de acuerdo en que "Canal Capital permite democratizar el acceso a los eventos culturales de la ciudad".
- Se preguntó si considera que dentro de la programación de Canal Capital se incluyen las diversidades poblacionales de Bogotá (comunidades indígenas, comunidades afrodescendientes, comunidades campesinas, disidencias sexuales, movimientos urbanos, etc). en cuyas respuestas se logró evidenciar que el 51,6% está de acuerdo.
- Entre quienes conocen el Canal, 49,1% está de acuerdo o totalmente de acuerdo en que "Canal Capital da cuenta de la vida cultural de Bogotá, sus barrios y cotidianidad".
- De los 7 días de la semana, se suele ver el Canal con mayor frecuencia en las noches. Mientras tanto, los días que más se ve el Canal en las mañanas son los Martes (23,5%) y Domingos (25,6%).
- El 59.3% ve televisión en compañía y 40.6% lo ve a solas.
- Entre las plataformas con mayor grado de conocimiento y uso por parte de las personas encuestadas son Netflix (46,7%); Amazon Prime Video (27%), Claro Play (24,4%) y Win Sports Premium (21,3%) y en el caso de las redes sociales, Youtube cuenta con un 60.8%. Facebook 62.4%, Instagram un 48.9%, Tik Tok un 42.4% y X 23.8%
- Entre los canales que se acercan más a los intereses y preferencias de las personas encuestadas, Canal Capital refleja un 5,7% de afinidad.

¹⁰ Estudio sobre la industria de contenidos audiovisuales y pluralismo informativo en Colombia abril 2021 - Comisión de regulación de Comunicaciones

¹¹

	ANÁLISIS DEL SECTOR Y ESTUDIO DE MERCADO	CÓDIGO: AGC-CN-FT-063	 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.
		VERSIÓN: 01	
		FECHA DE APROBACIÓN: 17/03/2025	
		RESPONSABLE: GESTIÓN CONTRACTUAL	

- En la preferencia de contenidos del canal:





- La preferencia por los contenidos informativos o noticiosos contrasta con el nivel de confianza o credibilidad que sienten las personas frente a este tipo de contenidos según el canal de televisión.

3.2. Aspecto Técnico

De acuerdo con la necesidad requerida, buscamos el diseño, producción y postproducción de proyectos temáticos en formatos audiovisuales innovadores para múltiples plataformas que exploren en las temáticas mencionadas y aprovechen diversas formas y dispositivos de narración disponibles.

Esta convocatoria pretende fomentar el desarrollo del sector audiovisual bogotano mediante la producción de los siguientes proyectos:

PROYECTO	No de CAPÍTULOS	DURACIÓN	VALOR TOTAL (Incluido IVA)	PLAZO DE EJECUCIÓN	PÚBLICO OBJETIVO
1. UN SAFARI EN NUESTRO PATIO	Dieciséis (16) microprogramas + diez (10) videocast + un (1) especial recopilatorio.	Microprogramas doce (12) minutos c/u. Videocast de veinticuatro (24) minutos c/u. Especial de cincuenta y	\$ 610.000.000	5 meses	Infantil 7 a 12

	ANÁLISIS DEL SECTOR Y ESTUDIO DE MERCADO	CÓDIGO: AGC-CN-FT-063	 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.
		VERSIÓN: 01	
		FECHA DE APROBACIÓN: 17/03/2025	
		RESPONSABLE: GESTIÓN CONTRACTUAL	

		dos (52) minutos.			
2. INFLUENCIA2	Quince (15) microprogramas + quince (15) batallas de ideas.	Microprogramas diez (10) minutos c/u. Batalla de ideas cuarenta (40) minutos c/u.	\$ 610.000.000	5 meses	Familiar
3. BOGOTÁ DESDE LOS OJOS DE	Diez (10) documentales + ocho (8) videocast + tres (3) especiales.	Documentales veinticuatro (24) minutos. Videocasts veinticuatro (24) minutos c/u. Especiales veinticuatro (24) minutos c/u.	\$ 610.000.000	5 meses	Jóvenes y Adultos
4. BARRIGA LLENA CORAZÓN CONTENTO	Doce (12) documentales + seis (6) videocast + dos (2) especiales.	Documentales veinticuatro (24) minutos. Videocasts veinticuatro (24) minutos c/u. Especiales veinticuatro (24) minutos c/u.	\$ 610.000.000	5 meses	Jóvenes y adultos



3.3. Aspecto financiero

El análisis de los indicadores financieros para la presente contratación, se verán reflejados en el documento Estudio previo.

3.4. Aspecto Legal

NATURALEZA Y MARCO JURÍDICO DE CANAL CAPITAL: Capital es una sociedad pública y organizada como Empresa Industrial y Comercial del Estado, con carácter de entidad descentralizada indirecta, perteneciente al Orden Distrital, constituida bajo las leyes colombianas y vinculada a la Secretaría de Cultura Recreación y Deporte, que ejerce actividad de prestación y explotación del servicio de televisión regional, desarrollando su gestión de conformidad con los

Si este documento se encuentra impreso no se garantiza su vigencia, por lo tanto es copia No Controlada. La versión vigente reposará en la intranet institucional. Verificar su vigencia en el listado maestro de documentos.

	ANÁLISIS DEL SECTOR Y ESTUDIO DE MERCADO	CÓDIGO: AGC-CN-FT-063	 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.
		VERSIÓN: 01	
		FECHA DE APROBACIÓN: 17/03/2025	
		RESPONSABLE: GESTIÓN CONTRACTUAL	

finés y principios del servicio de televisión establecidos en la Ley 182 de 1995, al igual que el régimen de derecho privado, de acuerdo con el artículo 14 de la Ley 1150 de 2007, modificado por el artículo 93 de la Ley 1474 de 2011.

Así mismo, considerando la naturaleza de la entidad y de los recursos que esta gestiona, de acuerdo con el artículo 13 de la Ley 1150 de 2007, la actividad contractual del CANAL CAPITAL estará regida por los principios de la función administrativa y de la gestión fiscal que tratan los artículos 209 y 267 de la Constitución Política de Colombia, que rigen la función pública, la gestión fiscal, así como las del derecho privado y que le sean aplicables de acuerdo con su naturaleza jurídica y régimen legal, particularmente los definidos por la Ley 80 de 1993, y las disposiciones que rigen la gestión con recursos públicos.

A todos los procesos de contratación que CANAL CAPITAL adelante le es aplicable el régimen de inhabilidades e incompatibilidades señalado en el numeral 1º del artículo 8 de la Ley 80 de 1993, modificada por la Ley 1474 de 2011, y todas aquellas disposiciones constitucionales y legales que conforman el régimen de inhabilidades e incompatibilidades de la función pública.

Adicionalmente, se rige por las normas especiales en materia de contratación que reglamentan la prestación de servicios de telecomunicaciones y del servicio público de televisión, tal como lo establece el numeral 3 del artículo 37 de la Ley 182 de 1995, así como, las normas civiles y comerciales que se aplican en desarrollo del objeto social de la entidad.

La contratación que adelante CANAL CAPITAL se registrará por lo previsto en el presente Manual de Contratación y a falta de regulación expresa en éste, se registrará por las disposiciones comerciales y civiles que puedan resultarles aplicables, de acuerdo con la naturaleza jurídica de la Empresa, salvo las excepciones legales.



4. ESTUDIO DE LA OFERTA

Para este punto, se realizará el análisis teniendo en cuenta lo estimado en el Manual de contratación en el Artículo 15 literal c) Análisis de consumos y precios históricos, lo cual obedece a lo establecido en la cartilla de Colombia Compra Eficiente en el numeral 1.3.4 estudio de mercado, como se muestra a continuación:

El estudio de mercado está soportado en el análisis de precios históricos realizado por el área técnica (Dirección Operativa), que permite la comparación de valores de proyectos audiovisuales con similares condiciones de producción, ejecutados a través de los canales públicos regionales y nacionales. Adicionalmente, para hacerlos comparables en términos de medida, se establece un rango del valor del minuto audiovisual de series similares, según su género, se aplica la fórmula de media aritmética simple, lo que nos deja una cifra de referencia, que permite análisis y comparación frente a los valores por minuto de cada uno de los proyectos objeto de esta convocatoria. Es importante tener en cuenta que un proyecto nunca es igual a otro, por lo cual en cada análisis de precios históricos se busca encontrar la mayor cantidad de rasgos distintivos afines entre varios proyectos y el que vamos a producir para encontrar el promedio.

- Proyectos audiovisuales - series temáticas de no ficción híbrido: UN SAFARI EN

Si este documento se encuentra impreso no se garantiza su vigencia, por lo tanto es copia No Controlada. La versión vigente reposará en la intranet institucional. Verificar su vigencia en el listado maestro de documentos.

	ANÁLISIS DEL SECTOR Y ESTUDIO DE MERCADO	CÓDIGO: AGC-CN-FT-063	 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.
		VERSIÓN: 01	
		FECHA DE APROBACIÓN: 17/03/2025	
		RESPONSABLE: GESTIÓN CONTRACTUAL	

NUESTRO PATIO, BOGOTÁ DESDE LOS OJOS DE y BARRIGA LLENA CORAZÓN CONTENTO o como llegaren a denominarse.

Con el fin de establecer que el presupuesto fijado para los proyectos enunciados propuesto por el área de contenidos de Canal Capital se encuentre dentro de los precios del mercado, se presentan los siguientes referentes:

ANÁLISIS DE PRECIOS HISTÓRICOS SERIE DE NO FICCIÓN HÍBRIDO									
Nombre del Proyecto	Operador	Año	Capítulos	Duración Minutos	Total de Minutos Contenido	Vr Total	Vr capítulo	Vr minuto	Vr minuto 2025
REINVENTARSE	Canal Capital	2,020	12	24	288	462,564,900	38,547,075	1,606,128	2,241,603
DISTRITO EUREKA	Canal Capital	2,024	20	52	1,040	1,009,000,000	50,450,000	970,192	1,020,642
BOGOTARIO	Canal Capital	2,024	20	5 Y 60	580	426,000,000	21,300,000	734,483	772,676
PROMEDIO VALOR MINUTO - SERIE NO FICCIÓN HÍBRIDO - TV PÚBLICA									1,344,974

El estudio de mercado realizado tuvo en cuenta la proyección del valor minuto de tres (3) producciones realizadas dentro de los últimos 6 años, de no ficción híbrido, cuyo promedio del valor minuto es \$1.344.974.

En ese orden se procede al análisis mencionado anteriormente, teniendo en cuenta el presupuesto total por proyecto asignado por MintIC para la presente convocatoria (\$610.000.000) divididos en la cantidad de minutos totales de cada serie: UN SAFARI EN NUESTRO PATIO valor minuto \$1.260.331, BOGOTÁ DESDE LOS OJOS DE valor minuto \$1.210.317 y BARRIGA LLENA CORAZÓN CONTENTO valor minuto \$1.270.833, nos arroja que en los proyectos a realizar, el valor minuto determinado efectivamente se ubica dentro de los precios del mercado.



NOTA: El valor costo de producción por minuto fue actualizado para cada caso, con el IPC desde el año de producción hasta el año 2025.

- **Proyecto audiovisual - serie temática de ficción híbrido: INFLUENCIA2, o como llegare a denominarse.**

Por otro lado, para establecer que el presupuesto fijado para el proyecto enunciado, propuesto por el área de contenidos de Canal Capital, se encuentre dentro de los precios del mercado, se presentan los siguientes referentes:

ANÁLISIS DE PRECIOS HISTÓRICOS SERIE DE FICCIÓN HÍBRIDO									
Nombre del Proyecto	Operador	Año	Capítulos	Duración Minutos	Total de Minutos Contenido	Vr Total	Vr capítulo	Vr minuto	Vr minuto 2025
CUIDADANOS	Canal Capital	2,021	VARIABLE	VARIABLE	643	439,500,000	VARIABLE	683,515	938,836
DISTRITO EUREKA	Canal Capital	2,024	20	52	1,040	1,009,000,000	50,450,000	970,192	1,020,642

Si este documento se encuentra impreso no se garantiza su vigencia, por lo tanto es copia No Controlada. La versión vigente reposará en la intranet institucional. Verificar su vigencia en el listado maestro de documentos.

	ANÁLISIS DEL SECTOR Y ESTUDIO DE MERCADO	CÓDIGO: AGC-CN-FT-063	 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.
		VERSIÓN: 01	
		FECHA DE APROBACIÓN: 17/03/2025	
		RESPONSABLE: GESTIÓN CONTRACTUAL	

BOGOTARIO	Canal Capital	2,024	20	5 Y 60	580	426,000,000	21,300,000	734,483	772,676
PROMEDIO VALOR MINUTO - SERIE DE FICCIÓN HÍBRIDO - TV PÚBLICA									910,718

El estudio de mercado realizado tuvo en cuenta la proyección del valor minuto de tres (3) producciones realizadas dentro de los últimos 5 años, de ficción y no ficción híbrido, cuyo promedio del valor minuto es \$910.718.

En ese orden se procede al análisis mencionado anteriormente, teniendo en cuenta el presupuesto total del proyecto asignado por MinTIC para la presente convocatoria (\$610.000.000) divididos en la cantidad de minutos totales de la serie: INFLUENCIA2 valor minuto \$813.333, nos arroja que en el proyecto a realizar, el valor minuto determinado efectivamente se ubica dentro de los precios del mercado.

NOTA: El valor costo de producción por minuto fue actualizado para cada caso, con el IPC desde el año de producción hasta el año 2025.

Con base en el resultado del análisis, se valida que es viable el ejercicio según las diferentes variables del estudio de mercado, evidenciando que los valores proyectados se encuentran dentro del rango de las producciones de Capital con características y requerimientos similares, atendiendo a las necesidades del canal, acorde a los presupuestos dispuestos por FUTIC, donde los futuros contratistas podrán proponer a la hora de la oferta y se lleve a cabo una evaluación integral por parte de Capital, que corresponda al valor total del proyecto y plazo definido.

5. ESTUDIO DE LA DEMANDA



5.1 Históricos en la contratación similar al objeto contractual actual en Capital

En los últimos años CAPITAL ha realizado convocatorias públicas para las producciones por encargo de los proyectos diseñados por el área de contenidos de CAPITAL, siguiendo las especificaciones técnicas de cada uno de los contenidos en su: Formato, género, número de capítulos, duración y valor a contratar.

Por medio de esta modalidad, se han convocado a las empresas del sector audiovisual a participar y tras el proceso de evaluación se adjudican los proyectos para la prestación del servicio, garantizando la transparencia y variedad de oferentes para cada uno de los procesos llevados a cabo.

Durante los años 2020, 2021, 2022, 2023 y 2024 se han celebrado veinticuatro (24) contratos de producción por encargo, que han permitido a CAPITAL cumplir con sus objetivos relacionados a los contenidos de su programación.

CONVOCATORÍA PÚBLICA	PROYECTOS DE PRODUCCIÓN POR ENCARGO
----------------------	-------------------------------------

	ANÁLISIS DEL SECTOR Y ESTUDIO DE MERCADO	CÓDIGO: AGC-CN-FT-063	 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.
		VERSIÓN: 01	
		FECHA DE APROBACIÓN: 17/03/2025	
		RESPONSABLE: GESTIÓN CONTRACTUAL	

CP 01 - 2020	6
CP 02 - 2020	2
CP 03 - 2020	2
CP 02 - 2021	4
CP 02 - 2022	5
CP 02 - 2023	2
CP 03 - 2023	1
CP 03 - 2024	2
8 CONVOCATORIAS PÚBLICAS -Total	24

Es así como en CAPITAL se han convocado empresas del sector audiovisual a participar mediante proceso de selección competitivo, garantizando así la transparencia y variedad de oferentes para cada uno de los procesos llevados a cabo.

5.2 Históricos en la contratación similar al objeto contractual actual de otras entidades

Teniendo en cuenta que se tienen Contratos de referencia al interior de la Entidad, se considera que para el presente análisis no es necesario la consulta en otras entidades.



6. Gestión anti-soborno

La gestión anti soborno en el marco del proceso contractual se realizará conforme los lineamientos establecidos por Canal Capital en la Política Integral de Transparencia y Acceso a la Información, Lucha contra la Corrupción y Gestión Anti Soborno.

7. DEFINICIÓN DEL PRESUPUESTO

Para esta convocatoria pública, el área encargada de la necesidad estima un presupuesto de hasta DOS MIL CUATROCIENTOS CUARENTA MILLONES DE PESOS (\$2.440.000.000) M/CTE incluido IVA y todos los impuestos a que haya lugar, discriminados de la siguiente manera:

PROYECTO	VALOR TOTAL (Incluido IVA)
----------	----------------------------

	ANÁLISIS DEL SECTOR Y ESTUDIO DE MERCADO	CÓDIGO: AGC-CN-FT-063	 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.
		VERSIÓN: 01	
		FECHA DE APROBACIÓN: 17/03/2025	
		RESPONSABLE: GESTIÓN CONTRACTUAL	

1. UN SAFARI EN NUESTRO PATIO	\$ 610.000.000
2. INFLUENCIA2	\$ 610.000.000
3. BOGOTÁ DESDE LOS OJOS DE	\$ 610.000.000
4. BARRIGA LLENA CORAZÓN CONTENTO	\$ 610.000.000
TOTAL	\$2.440.000.000


8. ANÁLISIS DE RIESGO

Los riesgos considerados para la contratación se encuentran definidos en el Anexo documento denominado: **MATRIZ DE RIESGOS**, el cual hace parte integral del proceso.

9. ANEXOS

Los mismos que están incluidos en la carpeta contractual como parte integral del proceso

Firma:

Responsable	Nombre y Cargo	Firma
Profesional análisis del sector Secretaría general	Contratista- Jenny Marisol Barahona Gutiérrez	
Responsable del área técnica	Contratista- Marcela Benavides Estévez - Profesional para la estructuración de contenidos	