

RESOLUCIÓN N° 452
(2 de octubre de 2015)

Por la cual se ordena la apertura del proceso de Invitación Abierta No. 23 de 2015, cuyo objeto consiste en "El contratista se obliga para con RTVC- Canal Señal Colombia, a realizar una caracterización de audiencias, que le permita al canal Señal Colombia conocer el perfil demográfico y psicográfico de sus consumidores actuales frente a los contenidos, plataformas y modos de consumo."

LA SUBGERENTE DE TELEVISIÓN DE RADIO TELEVISIÓN NACIONAL DE COLOMBIA - RTVC

En ejercicio de sus facultades legales, especialmente las conferidas por la Resolución N° 099 del 27 de febrero de 2015, por medio del cual se delegan algunas competencias del Gerente de RTVC y en especial en desarrollo de lo dispuesto en el artículo 11 de la ley 80 de 1993, Ley 1150 de 2007 y demás normas concordantes y

CONSIDERANDO

Que RADIO TELEVISIÓN NACIONAL DE COLOMBIA – RTVC-, es una entidad descentralizada indirecta, del orden nacional, con el carácter de sociedad entre entidades públicas, catalogada como una empresa industrial y comercial del Estado, cuyo objeto es la programación, producción y operación de la red de radio y televisión pública.

Que mediante escritura pública No. 3138 del 28 de octubre de 2004 de la Notaría 34 de Bogotá D.C., se constituyó la Sociedad Radio Televisión Nacional de Colombia RTVC como nuevo gestor del servicio público de televisión, donde uno de los objetos misionales es prestar un servicio eficiente y de alta calidad a través de Televisión y Radio, con el fin de que la población colombiana tengan una cita permanente con la programación emitida a través de cada una de las marcas indicadas fomentando en ellos la participación y recordación de las mismas según su estilo y preferencias, en el mismo sentido, que nuestros seguidores sean los difusores voz a voz de la alta calidad de contenidos y excelente programación que conforman la televisión y radio de RTVC.

Que en este sentido, Canal Señal Colombia, como una de las marcas de RTVC, se ha consolidado durante los últimos años como una alternativa diferente que además de divertir, educa de forma novedosa y moderna mediante conceptos e ideas que marcan la diferencia con la programación tradicional, desde la esencia y perspectiva de una televisión que está orientada al desarrollo cultural y educativo de la población colombiana.

Que bajo el enfoque anterior, Señal Colombia, está en primera línea para enfrentar el reto que afronta el país de darle vigor a lo logrado en materia de infraestructura tecnológica, generando más contenidos de mayor calidad. Por ello, el Canal, requiere profundizar en el conocimiento de su audiencia cautiva con el ánimo de afianzar las acciones de fidelización de ésta, teniendo como objetivo, configurar un enfoque evolutivo de cara a las emergentes y libremente configuradas redes de productores y consumidores culturales, los cuales, gracias a los importantes avances tecnológicos del país, impulsan la innovación y escalamiento de la industria a nuevos escenarios de competitividad.

Que para Señal Colombia es de vital importancia transitar hacia nuevos y más sofisticados escenarios de divulgación que le permitan llevar contenidos educativos y culturales a toda la población colombiana; en este sentido, se ha dado alcance a lo estipulado en el Plan Nacional de Desarrollo 2014-2018, atendiendo a uno de sus grandes objetivos: "Potencializar el uso de la infraestructura TIC, garantizar la cobertura de Internet banda ancha y TV digital para la totalidad del territorio nacional y garantizar su sostenibilidad". Entonces, apuntando al cumplimiento de este propósito, es necesario anotar que, por un lado el Ministerio de Tecnologías de Información y las Comunicaciones avanza en la implementación del proyecto "Televisión Digital Social" (DTHS) que busca llevar gratuitamente y en alta definición la televisión pública, vía satélite, a dos millones de hogares en regiones apartadas que hasta hoy no disfrutaban del servicio consiguiendo así para final de 2016 una cobertura del 100% del servicio en territorio nacional y por otro lado, complementario al DTHS, considerando que desde diciembre de 2014 el país contaba con una cobertura del 65% de la "Televisión Digital Terrestre" (TDT) y que se espera que para el año 2019, ocurra el apagón de la televisión analógica, es indispensable haber logrado una cobertura total .

Que dado este crecimiento en el mediano plazo en el acceso de los colombianos a la televisión pública, Señal Colombia se enfrenta al reto de cumplir sus expectativas, tanto en cantidad como en calidad de contenidos ofertados; sumado a esta alta incursión del consumo de TV en alta definición (TDT), el país ha sido testigo del explosivo crecimiento de conexiones a internet de banda ancha, que pasaron de 1.8 millones en 2008 a cerca de 5 millones al final de 2014 , configurando así la "autopista" necesaria para la popularización del consumo

Continuación Resolución N° 452 mediante la cual se da apertura al proceso de Invitación Abierta No.23 de 2015

de contenidos vía IP; por consiguiente, se espera que para 2018 el país cuente con más de 7 millones de suscriptores al servicio de banda ancha que en Colombia ya alcanzó el año pasado un promedio de 3Mbps, cercano al de países de la región que lideran las cifras de consumo en plataformas sobre internet como Argentina y Chile.

Que se hace indispensable para la televisión pública nacional, marcar diferencias de valor con la oferta disponible de contenidos televisivos a la que tienen acceso los colombianos, pues desde la perspectiva del consumo de televisión, verbigracia, la oferta de TV paga ha logrado un acceso superior a 8 millones de abonados al servicio en territorio nacional al cierre de 2014, lo que naturalmente incide en la atomización de la audiencia y exige el diseño de estrategias dirigidas a optimizar las ofertas propias de la TV pública.

Que con miras a apoyar los nuevos planes orientados a la conectividad digital, es indispensable avanzar en el cierre de brechas poblacionales y territoriales para el acceso a los servicios audiovisuales de contenidos e información, mediante el contenido producido por Señal Colombia como canal público, aprovechando las posibilidades que la tecnología ofrece para innovar, educar y compartir información; es así como el Estado colombiano ha adquirido un inmenso potencial para desarrollar políticas de innovación social y Señal Colombia está en la tarea de aprovechar la multiplicación de conectividad para llevar su presencia a zonas apartadas, utilizando sus contenidos como punta de lanza estratégica al propósito de construcción de paz territorial, como lo enuncia el Plan Nacional de Desarrollo 2014-2018. Para ello, es necesario que las empresas crezcan rápida, rentable y sostenidamente definidas por procesos de innovación, por lo tanto, el compromiso de Señal Colombia con el fortalecimiento de la industria en la tercerización de sus productos se alinea con este objetivo, pero debe además asumir el reto de insertarse en las transformaciones que se han dado en los últimos años, debido al crecimiento del modelo de TV por suscripción, la conectividad móvil a través de la telefonía celular y el mayor uso de computadores y tabletas, tanto en la vida cotidiana como en la educación; todos estos aspectos han cambiado la forma en la que los colombianos consumen contenidos y se hace necesario para el canal conocer en detalle esta transformación, para poder ofrecer un catálogo amplio y diverso de contenidos que los colombianos quieren y necesitan ver.

Que con datos IBOPE consolidados a 2014, se observa un decrecimiento en el encendido general (TVR -6%) que naturalmente incidió en el promedio de participación (share%) obtenido por los canales de televisión en su pantalla tradicional; y es que los fuertes movimientos en la industria de la televisión en el entorno regional latinoamericano durante 2014 han forzado una redistribución de la audiencia en múltiples pantallas y nos permiten visualizar el futuro del medio en el mediano plazo para la industria nacional. Si bien, el consumo de televisión por suscripción continúa creciendo en Colombia, 86% al final del primer trimestre 2015 según LAMAC, también aumentó la cantidad de plataformas Over The Top (OTT) en la Latinoamérica (75 a septiembre de 2014 en los siete mercados principales; México, Brasil, Argentina, Chile, Colombia, Perú y Venezuela, causando la reacción del mercado colombiano que acogió a cuatro grandes competidores OTT S-VOD (Suscriber Video On Demand) en el periodo: Netflix como mayor competidor global, Clarovideo, Caracol Play y Winsports, quienes con la penetración lograda por la banda ancha y su capacidad, ya cuentan con terreno abonado para crecer sostenidamente.

Igualmente, es importante considerar el auge de la telefonía celular que superó en 2013 el 100% en el país y en 2014 se consolidó el crecimiento de canales 4G de alta velocidad para el consumo de datos por esta vía, permitiendo que se configure un segmento de consumo OTT S-VOD en dispositivos móviles, comportamiento que al tercer trimestre del año pasado ya mostraba un crecimiento del 30% en los consumidores latinoamericanos, según el estudio "Índice Global de Consumo de Video" realizado por el consultor especializado Ooyala.

Que producir contenidos para las diferentes plataformas es una tendencia global entre los principales competidores de la industria de la televisión quienes continúan apostando por su pantalla principal, escalando contenidos al segmento OTT como complementario a su oferta, entre tanto se ajustan las condiciones técnicas para la que parece será una migración definitiva a la distribución vía IP. Así, para Señal Colombia, producir contenidos, tanto específicos para la pantalla tradicional (en su emisión TDT, con las posibilidades inherentes al sistema), como convergentes, dirigidos a diferentes pantallas, le apuntan a crear un ecosistema que permita su expansión y estimule su competitividad para avanzar en el cumplimiento del propósito de promover la generación de conocimiento e innovación en el sentido más amplio entre los colombianos, especialmente cuando el ciudadano colombiano pasa de ser un espectador pasivo a un "prosumidor", es decir un consumidor mediático activo, que adquiere la capacidad para intervenir en las historias, transformarlas y ajustarlas a su gusto y necesidad, potenciando su repercusión en lo que otros ciudadanos ven.

Que Señal Colombia debe acompañar y fortalecer los procesos de comunicación, territorio y los procesos culturales con enfoque diferencial a través de una oferta más cercana a los intereses de los colombianos, integrando a su estrategia la capacidad técnica lograda por el Gobierno Nacional y el alcance de las nuevas



Continuación Resolución N° **452** mediante la cual se da apertura al proceso de Invitación Abierta No.23 de 2015

formas de consumo mediático en los consumidores nacionales, razón por la cual es indispensable profundizar en el conocimiento de las condiciones de vida de sus espectadores actuales para dar continuidad a las acciones de fidelización de estos.

Que en un ambiente competitivo dinámico, transformado por los nuevos hábitos de consumo mediáticos promovidos por la tecnología, se hace indispensable el conocimiento profundo de la audiencia objetivo para trazar líneas estratégicas que permitan sostener al público cautivo como base para ampliar el impacto a nuevos grupos de audiencia y garantizar la perdurabilidad y relevancia de la televisión pública contemporánea.

Que dados los movimientos constantes en las estrategias competitivas de los diferentes actores mediáticos soportadas principalmente en los avances tecnológicos y en aras de conocer las razones que han causado migración de televidentes hacia otras pantallas, es de vital importancia contar con cifras actualizadas de estudios anteriores realizados por Señal Colombia, el último en el año 2012, como punto de partida que evidencie el estado actual del entorno en el que incide la televisión pública nacional.

Que según el boletín de comunicación e información de la UNESCO No. 10 de junio de 2012, sobre la importancia de los medios de radiodifusión pública en un Estado y la labor fundamental que estos cumplen de llevar información imparcial, de carácter cultural y educativo en la que los ciudadanos puedan ejercer sus derechos a la información, la opinión y la libertad de expresión; la radiodifusión pública se caracteriza por cumplir un servicio público, cumpliendo con la finalidad para lo que fueron creadas como entidad del Estado, con una cobertura geográfica amplia, nutriendo su parrilla de programación con contenidos diversos ricos en cultura, educación e identidad nacional, sin fines comerciales, enfrentando el desafío de competir con los medios de radiodifusión privados que pueden manejar contenidos completamente diferentes incluyendo la comercialización de espacios y el lucro económico; sin embargo, la radiodifusión pública debe contar con mecanismos para evaluar su desempeño y comportamiento frente a los medios de carácter privado, toda vez que de cierta manera mantienen un carácter competitivo frente a estos y necesitan mantenerse a la vanguardia para mantener y aumentar su audiencia bajo sus políticas y lineamientos como un medio de carácter público.

Que consecuentemente, este estudio de la UNESCO recomienda que cuando se realizan los estudios que evalúan el desempeño de un medio público frente a su audiencia, debe tenerse en cuenta indicadores ya sean de perspectiva o de corte transversal como la cobertura geográfica, la diversidad cultural, la interacción con la audiencia y el grado de satisfacción de la misma, entre muchos otros, que permiten establecer cómo percibe, reconoce y se identifica la audiencia con el sistema de radiodifusión pública del país y los contenidos emitidos por esta, permitiendo reconocer los pro y los contra a través de cada indicador, con el fin de generar contenidos que contribuyan i) a la fidelización de la audiencia y ii) un sentimiento de identidad respecto del sistema de radiodifusión pública nacional.

Que el canal Señal Colombia requiere una investigación que a través del uso de herramientas como encuestas, entrevistas y focus group, entre otras, retome los datos aportados por la investigación anterior y aporte información sobre la evolución del comportamiento de sus audiencias que le permita profundizar en el conocimiento de su base de televidentes actuales y entender las amenazas del mercado actual, teniendo como objetivo adoptar las medidas y estrategias necesarias para mejorar y complementar el desarrollo de contenidos, los cuales fidelicen al público colombiano con la pantalla de Señal Colombia.

Que el Canal Señal Colombia espera como resultado de esta investigación, en cuanto a su audiencia cautiva, identificar y conocer en profundidad los rasgos de identidad que le caracterizan, percepción de los usuarios sobre la marca, preferencia de contenidos televisivos y convergentes y nuevos hábitos de consumo que en primera fase de contratación nutrirán la estrategia de fidelización del Canal a largo plazo e incidirán en el diseño de etapas posteriores que complementen la información obtenida..

Que en razón a lo anterior, mediante Resolución 286 del 30 de julio de 2014, RTVC adoptó el Manual de Contratación para regular la actividad contractual de la entidad con base en su régimen especial, el cual en el CAPÍTULO III. MODALIDADES DE SELECCIÓN DEL CONTRATISTA PARA LA CONTRATACIÓN MISIONAL Numeral 1. DE LAS MODALIDADES DE SELECCIÓN PARA LA CONTRATACIÓN MISIONAL se establecieron entre otras la modalidad de selección de contratistas, Numeral 1.1. INVITACIÓN ABIERTA, la cual se realizará en los siguientes eventos:

“(...)

Adicionalmente se acudirá a esta modalidad para cualquier contratación en aquellos eventos en los que por diferentes circunstancias resulte necesario adelantar el proceso de

Continuación Resolución N° 452 mediante la cual se da apertura al proceso de Invitación Abierta No.23 de 2015

selección de contratistas mediando convocatoria pública o en los casos que se requiera contar con diferentes opciones en el mercado y pluralidad de ofertas para seleccionar la oferta más favorable mediante factores objetivos.
(...)”

Que de acuerdo con la justificación expuesta en la definición técnica para satisfacer la necesidad, procede la modalidad de invitación abierta.

Que al presente proceso de selección también le son aplicables las demás normas concordantes con la materia que rijan o lleguen a regir los aspectos del mismo. En lo que no se encuentra particularmente regulado en el Manual de Contratación Interno de RTVC se aplican las normas civiles, comerciales y a falta de éstas las contenidas en el Estatuto General de Contratación Pública.

Que en el Comité de Contratación de Radio Televisión Nacional de Colombia en sesión del 30 de septiembre de 2015, aprobó los estudios previos de la Invitación Abierta N° 23 de 2015.

Que mediante estudio previo radicado en la Coordinación de Procesos de Selección de la Oficina Asesora Jurídica, se solicitó adelantar el trámite del proceso de selección por medio del cual se procede a “Contratar los servicios de fabricación, instalación y adecuación de los avisos institucionales de RTVC Sistema de Medios Públicos, para las fachadas del edificio de la entidad, con los logos de la marca de la entidad”.

El presupuesto oficial para la presente contratación asciende a la suma de **DOSCIENTOS MILLONES DE PESOS M/CTE (\$200.000.000) INCLUIDO IVA**, y de conformidad con las consideraciones antes enunciadas, así como por tratarse de la contratación de actividades misionales, la modalidad a utilizar corresponde a la invitación abierta.

Que la Jefe de Análisis Financiero y Presupuesto de Radio Televisión Nacional de Colombia, expidió el Certificado de Disponibilidad Presupuestal No. 2515 del 2 de octubre de 2015.

Que de acuerdo a lo dispuesto en el Capítulo XII del Título I del Manual de Contratación de **RTVC**, para la evaluación de las propuestas, la entidad designara un comité asesor, conformado por servidores públicos o por particulares contratados para el efecto.

En consecuencia la Subgerente de Televisión de RTVC,

RESUELVE:

ARTÍCULO PRIMERO: Ordenar la apertura del Proceso de Invitación Abierta N° 23 de 2015, cuyo consiste en “El contratista se obliga para con RTVC- Canal Señal Colombia, a realizar una caracterización de audiencias, que le permita al canal Señal Colombia conocer el perfil demográfico y psicográfico de sus consumidores actuales frente a los contenidos, plataformas y modos de consumo”.

ARTÍCULO SEGUNDO: Establecer como presupuesto oficial la suma de **DOSCIENTOS MILLONES DE PESOS M/CTE (\$200.000.000) INCLUIDO IVA**, según Certificado de Disponibilidad Presupuestal N° 2515 del 2 de octubre de 2015.

ARTÍCULO TERCERO: Establecer el siguiente cronograma, sin perjuicio de las modificaciones que pueda tener con ocasión de las adendas que llegaren a expedirse:

ACTIVIDAD	FECHA Y HORA (DD- MM-YY)	LUGAR
Publicación acto de Apertura, Estudio de Conveniencia y Oportunidad, Reglas de Participación e invitación a presentar propuesta.	2 de octubre de 2015	www.rtv.gov.co
Plazo máximo para presentar observaciones a las Reglas de Participación	9 de octubre de 2015 hasta las 5:30 p.m	Correo Electrónico licitacionesyconcursos@rtvc.gov.co o por escrito radicado en Radio Televisión Nacional de Colombia – RTVC ubicada en la Carrera 45 No. 26-33 de la ciudad de



Continuación Resolución N° 452 mediante la cual se da apertura al proceso de Invitación Abierta No.23 de 2015

		Bogotá.
Respuesta observaciones a las Reglas de Participación	14 de octubre de 2015	www.rtv.gov.co
Plazo límite para expedir adendas	15 de octubre de 2015	www.rtv.gov.co
Audiencia de cierre y entrega de propuestas	16 de octubre de 2015 3:00 p.m.	Carrera 45 No. 26-33 de la ciudad de Bogotá.
Verificación de requisitos habilitantes y evaluación de propuestas	Del 19 al 22 de octubre de 2015	COMITÉ EVALUADOR
Publicación consolidación del informe de evaluación	23 de octubre de 2015	www.rtv.gov.co
Traslado del informe de evaluación y oportunidad para presentar observaciones al informe de evaluación	Del 26 al 28 de octubre de 2015	
Publicación de respuestas a observaciones al informe de evaluación y resolución de adjudicación o declaratoria de desierto	Hasta el 30 de octubre de 2015	www.rtv.gov.co

ARTÍCULO CUARTO: El documento de reglas de participación, los estudios y documentos previos podrán ser consultados físicamente en la Coordinación de Procesos de Selección de la Oficina Asesora Jurídica ubicada en el tercer piso de las instalaciones de Radio Televisión Nacional de Colombia, en horario 8:00 a.m. a 1:00 p.m. y de 2:00 p.m. a 5:30 p.m. Así mismo, estos documentos podrán consultarse electrónicamente en la página web de RTVC www.rtv.gov.co

ARTÍCULO QUINTO: Designar como comité asesor evaluador a la Oficina Asesora Jurídica en lo que respecta a la verificación jurídica, la Coordinación del Canal Señal Colombia para la verificación y evaluación técnica y la Oficina de Análisis Financiero y Presupuesto para la verificación financiera y económica. Dicho comité será el responsable de realizar la evaluación de las propuestas y recomendar al ordenador de gasto la adjudicación del proceso o su declaratoria de desierto.

ARTÍCULO SEXTO: Convocatoria para las veedurías ciudadanas: Durante el término de publicación del documento de reglas de participación cualquier persona interesada, y en especial las Veedurías Ciudadanas, podrán formular observaciones a su contenido y participar activamente en todas las diligencias que se adelanten con ocasión del proceso de selección.

ARTÍCULO SÉPTIMO: El presente acto administrativo rige a partir de su expedición.

Dada en Bogotá D. C., a los 02 días del mes de octubre de 2015

PUBLÍQUESE Y CÚMPLASE


ADRIANA LÓPEZ CORREA
Subgerente de Televisión de RTVC

Aprobó: Ofir Mercedes Duque Bravo / Jefe Oficina Asesora Jurídica
Revisó: Nury del Pilar Vera Vargas / Coordinadora de Procesos de Selección
Proyectó: Andrea Coronado Soler / Abogada Procesos de Selección.

