



RESOLUCIÓN METROPOLITANA No. S.G

“POR MEDIO DE LA CUAL SE JUSTIFICA UNA CONTRATACIÓN”

LA SECRETARIA GENERAL DEL ÁREA METROPOLITANA DEL VALLE DE ABURRÁ

En uso de las atribuciones que le confiere la Ley 80 de 1993 y 1150 de 2007 y sus Decretos Reglamentarios, la Ley 1625 de 2013, Ley 489 de 1998, los Acuerdos Metropolitanos 010 de 2013 y 024 de 2014, la Resolución Metropolitana No. 000286 de 2015 y,

CONSIDERANDO

1. Que, El Área Metropolitana del Valle de Aburrá está conformada por diez (10) municipios: Barbosa, Girardota, Copacabana, Bello, Medellín, Itagüí, Envigado, Caldas, Sabaneta y La Estrella. Es una entidad administrativa de carácter especial, dotada de personería jurídica, autonomía administrativa y patrimonio propio, creada con el compromiso de consolidar el progreso y el desarrollo armónico de la gran Región Metropolitana; con funciones de planeación, autoridad ambiental y de transporte masivo y público, colectivo e individual, con radio de acción metropolitano, cuyas funciones están establecidas en la Constitución Política, en la Ley 1625 de 2013, en la Ley 99 de 1993, la Ley 388 de 1997 y demás normas complementarias que rigen a las Áreas Metropolitanas.

2. Que, La Entidad tiene como horizonte el Plan Integral de Desarrollo Metropolitano, Proyecto Metrópoli 2008 – 2020; una región articulada, con oportunidades de desarrollo sostenible para todos sus habitantes; altos niveles de calidad de vida, con una ciudadanía responsable y participativa que cree y confía en sus instituciones.

3. Que, El Área Metropolitana del Valle de Aburrá, busca articular la dinámica conducente a generar procesos de modernización y desarrollo social e institucional, permitiendo el posicionamiento de la Entidad en temas misionales a través del proceso comunicacional institucional con el desarrollo de herramientas y actividades que contribuyan a generar identificación, recordación y posicionamiento en la comunidad, y evidenciar el compromiso con los municipios asociados, con el Desarrollo de la Región Metropolitana, para satisfacer sus

necesidades frente a los temas que por ley se le asignaron.

4. Que, es así como en el Plan Gestión 2020-2023 “Futuro Sostenible” en su Línea (EJE ESTRUCTURAL, SINERGIAS TERRITORIALES) en su Programa 22 (Comunicación pública inteligente) en la cual su principal acción es garantizar las condiciones institucionales (alineación de sentido y apropiación de contenidos), la apuesta es por la articulación e integración político-administrativo, enfocados hacia una ciudadanía metropolitana que respalde y participe en la construcción colectiva del territorio que habitamos, esperando lograr que los habitantes del Valle de Aburrá tengan un concepto y discurso claro sobre lo que significa ser un ciudadano metropolitano y su importancia dentro de la planeación y gestión articulada del territorio compartido.

5. Que, a través de la Comunicación Pública y la Movilización Social, en su componente de comunicación corporativa, se pretende seguir fortaleciendo el proceso comunicacional institucional el cual apunte y se enfoque en consolidar el trabajo en pro de lograr una identidad territorial alrededor del Valle de Aburrá. Siendo así, se espera que este proceso propicie y genere una relación soportado en la información institucional que reciben sus habitantes sobre su quehacer en los diferentes escenarios creados y diseñados para ello.

6. Que, más allá del establecimiento de nuevas actividades institucionales, la tarea es potenciar diferentes acciones de forma articulada, de acuerdo con la capacidad institucional para garantizar la validación del habitante metropolitano, con el fin de lograr que se mantenga el interés por la gestión metropolitana y el reconocimiento comunitario, el propósito es aprovechar y potenciar diferentes escenarios a nivel comunicacional y publicitario, en lo local, metropolitano y regional, los cuales serían unos mecanismos adecuados para transformar y traducir la información del Área Metropolitana, que contribuirá a que los habitantes de la Región conozcan las diferentes acciones en las cuales ha intervenido y de esta manera se unan esfuerzos para alcanzar el desarrollo articulado, donde se integren lo ambiental, lo económico, la equidad social y el ordenamiento territorial, para el mejoramiento de la calidad de vida de la población, donde se visualiza una Entidad generadora de calidad de vida a través de la ejecución de proyectos metropolitanos.

7. Que, este proceso permitirá desarrollar estrategias y actividades enfocadas a fortalecer la imagen pública de una Entidad Administrativa inscrita dentro de los parámetros de Planificación Integral del Desarrollo, que ofrece todo su esfuerzo técnico y administrativo, es decir en su quehacer Institucional, como contribución a ser más visible la Gestión Metropolitana y al mejoramiento de la calidad de vida de los ciudadanos metropolitanos, por medio de la realización de diferentes puestas o planteamientos comunicacionales y/o publicitarios que den cuenta de los logros institucionales y con ello los ciudadanos tengan una mayor claridad de los diferentes temas relacionados con la gestión de la Entidad en el territorio, los cuales la convierten como protagonista del desarrollo armónico de la Región.

8. Que, estos planteamientos reafirman aún más como el Área Metropolitana del Valle de Aburrá se sigue preocupando por hacer más abierta su labor comunicacional, la necesidad de



comunicar, la conceptualización del tema, a través de que códigos lograr la comprensión de los mensajes, el relacionamiento directo, el reconocimiento y su posicionamiento institucional, ejecutando acciones puntuales a nivel institucional, que a la fecha ponen en evidencia la necesidad de contribuir en incrementar el proceso de comunicación institucional y así garantizar en parte la validación del habitante metropolitano alcanzando en ellos el interés por la gestión metropolitana y un reconocimiento comunitario de los diferentes actores de este territorio.

9. Que, estas visiones obedecen a que en los años 2006 y 2007 se haya realizado un trabajo con rigor académico que dio como resultado la definición de unas Políticas de Comunicación y la materialización de varios Manuales; que en el 2015 se actualizaron, arrojando algunos apartados, entre ellos: -Manual de Comunicación Externa: Manual de Campañas y Manual de Relación con la Prensa. -Manual de Publicaciones. Manual de Eventos y Protocolo.-Manual del Vocero o Portavoz. Política de Crisis.- Manual de publicación para portal Web.- Manual de Estilo Estrategia Digital.- Manual de publicación para futuros micrositios. - Manual de Identidad Institucional – Imagen, elevados a categoría de Resoluciones Metropolitanas. Estos actos administrativos son Políticas y Manuales que se constituyen en claras pautas de actuación acerca de las diferentes cuestiones que atañen la gestión de la comunicación de la Entidad y, establecen maneras de proceder que atañen a todos los actores institucionales involucrados en su ejecución.

10. Que, el Área Metropolitana del Valle de Aburrá requiere desarrollar mecanismos enmarcados dentro de un proceso comunicacional articulado que complementen un tema de interacción comunitaria, que permitan lograr una cercanía con la Comunidad Metropolitana, que, teniendo en cuenta la llegada de los 40 años de servicios de nuestra entidad, sea la oportunidad para transformar un mensaje adecuado de concientización y sensibilización en temas de comunicación corporativa, que el ciudadano se sienta informado y participe, siendo consecuente con el numeral dos (2) del segundo artículo del Acuerdo Metropolitano No. 33 de 2007, el cual, referencia la necesidad de construir “una sociedad incluyente y equitativa”, donde se puedan involucrar todos los actores sociales para la consecución de una Región fortalecida desde lo social. De esta manera, se pueden proyectar y propiciar escenarios que sirvan para inculcar y formar en valores tendientes a la inclusión y la equidad, valores que son susceptibles dentro de la vida de cada ciudadano y que son esenciales para transformar las consciencias colectivas donde predomine el bien general ante el particular el respeto y el trabajo en equipo; virtudes fundamentales para efectos de una sociedad solidaria, incluyente y justa.

11. Que, esta iniciativa contractual, que contribuye al proceso comunicacional institucional y que específicamente hace referencia al diseño, conceptualización e implementación de diferentes actividades y estrategias comunicacionales y/o publicitarias dirigidos a los diferentes públicos de interés, contribuirá directamente a fortalecer la divulgación y la identificación del Área Metropolitana del Valle de Aburrá.

12. Que, el concepto aplicado a una estrategia comunicacional es el mensaje general de una campaña en su conjunto. El planteamiento es seleccionar un concepto que se centre en el hecho y que contribuya a persuadir o movilizar al ciudadano ante cualquier situación. Después



de decidir sobre el concepto, en este caso, la entidad debe estar preparada para disponer cómo va a poner este concepto en uso y desarrollar sus estrategias comunicacionales y publicitarias, y con ellas llegar directamente a los ciudadanos.

13. Que, este proceso ayudará de una forma creativa diferente e impactante a que el ciudadano metropolitano comprenda las actuaciones del Área Metropolitana del Valle de Aburrá logradas en sus 40 años de servicio, evidenciando el impacto alcance y el bienestar que trae la ejecución de los proyectos metropolitanos, logrando con ello llegar a todos los públicos de interés tales como: las Administraciones Municipales que conforman el Área Metropolitana del Valle de Aburrá, directivos y funcionarios; como también a públicos privados, la sociedad en general, local y departamental, buscando una adhesión voluntaria y comprometida en la construcción de territorio, mediante el trabajo mancomunado, transparente y responsable.

14. Que, teniendo en cuenta lo anterior, el Área Metropolitana del Valle de Aburrá propicia la generación de temas puntuales los cuales están inmersos en las funciones misionales y que por las necesidades comunicacionales se requieren desarrollar conceptos y diseños que contribuyan estratégicamente a una mejor y más adecuada divulgación para alcanzar mayor participación de la ciudadanía, con el fin de que esta puesta permita la interacción con diferentes actores sociales en los asuntos relacionados con el ambiente, con la planeación, con la movilidad y a nivel corporativo, todos ellos a desarrollar en el territorio, los cuales enriquecen procesos que apuntan masiva y colectivamente a proponer acciones de mejora en las distintas problemáticas que se viven.

15. Que, dada la pretensión institucional, este proceso contribuirá a que la Entidad cumpla con los propósitos en cada uno de los ámbitos de la Comunicación Pública, Organizacional e Informativa, de la movilización social y conociendo, el cometido Institucional, alcanzar el desarrollo armónico en sus municipios adscritos a través de la ejecución de proyectos metropolitanos que impacten en el territorio, siendo así, es indispensable complementar y articular las diferentes acciones estratégicas requeridas para fortalecer el proceso comunicacional institucional con actividades tales como: conceptualización y operación de eventos, presentación de estrategias y su desarrollo, entre otras acciones, todas ellas en marco de los 40 años de servicios del Área Metropolitana del Valle de Aburrá, las cuales se traducen en acciones para visibilizar los proyectos y la gestión del Área Metropolitana del Valle de Aburrá en su territorio.

16. Que, el Área Metropolitana del Valle de Aburrá le apuesta al desarrollo de tácticas, que con su dinámica contribuyen a fortalecer la imagen pública de una Entidad Administrativa inscrita dentro de los parámetros de planificación integral de desarrollo, que enfoca todo su esfuerzo técnico y administrativo, en su quehacer institucional, como una contribución a la Gestión Metropolitana y a mejorar la calidad de vida de los ciudadanos metropolitanos.

17. Que, en este caso específico, las necesidades comunicacionales que cubrirá el presente Contrato para el Área Metropolitana del Valle de Aburrá tienen que ver con el proceso de visibilizar la llegada de los 40 años de servicios de la entidad y generar una divulgación de la



Gestión Metropolitana.

18. Que, los servicios a contratar a través de este proceso, tendrán como alcance brindar toda la asesoría y acompañamiento requerido para la planeación, diseño, conceptualización y desarrollo de eventos, campañas y estrategias comunicacionales y publicitarias, relacionadas todas con los 40 años de servicios de la Entidad, apuntando a que la Institución sea reconocida por su quehacer misional

19. Que, lo anterior, dado que este año, la entidad cumple 40 años, y uno de los propósitos corporativos es la revisión de su historia con la mirada puesta en el futuro. Esto implica una consciencia en el concepto de tiempo, pero también de espacio, de territorio, de reflexionar sobre el impacto que las personas tienen en el ambiente y el impacto que este tiene en ellas.

20. Que, ese llamado a la cooperación institucional y la integración de actores hoy se hace más virtuosa entre las instancias, colectivos y comunidades físicas y virtuales que buscan participar, expresarse, cualificarse, innovar a través de las alianzas públicas, con altos intereses en el positivo impacto sobre la calidad de vida y responsabilidad en cuanto a la sostenibilidad. Articulaciones necesarias sobre las que es oportuno intervenir y muy productivo mirarlas y reflexionarlas en una ruta sensible de aprendizaje

21. Que, por lo anterior y teniendo en cuenta la dimensión del proyecto, lo que significa para una entidad pública arribar a los 40 años de servicios, se hace necesario lograr sinergias con instituciones reconocidas en el territorio por su labor, las cuales pueden ofrecer sus servicios teniendo en cuenta su experticia y compromiso social con la ciudad metropolitana

22. Que, en este orden de ideas el Área Metropolitana del Valle de Aburrá busca aliarse estratégicamente con el canal Telemedellín con el objetivo de proyectar el desarrollo de diferentes actividades en marco de los 40 años de servicios de nuestra entidad, y seguir generando con ello identificación, recordación y posicionamiento a nivel institucional.

23. Que, la proyección y materialización de este escenario es una oportuna mediación entre las nuevas dimensiones digitales e inteligentes del territorio con lo que va a ser su futuro; es decir, solo con el hilo que conecte el arte y la crítica social será capaz de llevar el esfuerzo institucional a una compenetración con lo público. El desarrollo estratégico del arte, la tecnología tiene como premisa la inclusión y participación de los elementos naturales que vuelvan al Área Metropolitana cercana, en términos de verdad, reflexividad y ciencia, mediado por la forma, el color, la textura, la humedad, el olor, las temperaturas, los estados y las nuevas interacciones en tiempos del distanciamiento social. Allí el arte cumple una función mediadora para reubicar estos territorios

24. Que, los elementos físicos y virtuales en los que habita y construye el concepto de lo metropolitano, caracterizan el Valle de Aburrá como un espacio de múltiples inteligencias, donde el arte media los datos como puntos de contacto y diálogo intergeneracional, intersectorial e interdisciplinario, una plataforma híbrida de diálogos del Valle de Aburrá. El



producto serán referentes identificables y nuevos espacios en lo artístico y simbólico, a partir de datos para configurar datos sensibles que puedan intervenir en la realidad metropolitana, su ambiente, movilidad y ejercicios de planificación participativa.

25. Que, a través de la más completa revisión de aspectos sociales y ambientales, en paisaje, aire, agua, vegetación y composiciones complejas del territorio que han sido miradas de muchas maneras y que se presentan como oportunidad única para que el Área Metropolitana recoja en arte, tecnología y sentido esta propuesta de construir juntos el futuro metropolitano.

26. Que, el proyecto de los 40 años del Área Metropolitana del Valle de Aburrá es un encuentro para el Futuro Sostenible, es un llamado permanente a la participación donde el arte tiene lecturas que pueden servir para despertar un momento especial de ciudadanía que vive, por la contingencia, la nostalgia del territorio, y se exige una reconfiguración de prioridades; es el momento de gestionar una apropiación y comprensión de lo metropolitano.

27. Que, con el fin de ilustrar este aliado estratégico como lo es TELEMEDELLÍN, se resalta que el canal fue creado el 13 de agosto de 1996 mediante la escritura pública No. 2176, como una asociación sin ánimo de lucro entre entidades públicas del orden municipal y cuenta con señal al aire desde el 7 de diciembre de 1997. Es uno de los 23 canales locales sin ánimo de lucro de Colombia, regido por el Acuerdo No. 024 de la Comisión Nacional de Televisión.

28. Que, desde el año inmediatamente anterior, el canal TELEMEDELLÍN llegó a la parrilla del cable operador más reconocido en el mundo, Directv, con este logro se demuestra el gran crecimiento que ha tenido el canal en los últimos años. Estar en la parrilla de programación de este reconocido cable operador refleja crecimiento y oportunidad para estar más informados.

29. Que, uno de sus objetivos es convertirse en un apoyo para el desarrollo científico, del conocimiento, tecnológico y económico de Medellín y del Valle de Aburrá, mediante el estímulo a la creatividad, al ingenio, a la organización individual, comunal e institucional, a la ejecución de proyectos, a la creación de empresas, a la generación de empleo, a la modernización y a la internacionalización. Uno de sus apartados es trascender en la comunicación pública, situación que coincide en las políticas que el Área Metropolitana del Valle de Aburrá tiene. A partir del 2008 cuenta con señal satelital, es decir, sus contenidos, se convierten en mensajes de territorio a nivel internacional.

30. Que, existe una estrecha relación entre el Área Metropolitana del Valle de Aburrá y TELEMEDELLÍN, toda vez que la entidad metropolitana es una de las empresas socias del canal local y en el momento hace parte de su Junta Directiva.

31. Que, en su portafolio, los servicios de una agencia y central de medios de



TELEMEDELLÍN, ofrece los diferentes servicios con el fin de complementar el desarrollo de estrategias de comunicación integrales, algunas de ellas son: - **Marketing Digital:** - Asesoría.-Conceptualización y ejecución de estrategias. **Central de Medios:** -Asesoría. Diseño de estrategias de comunicación y compra de pauta en medios.- **Productos Audiovisuales:**-Producción y realización de piezas audiovisuales con carácter publicitario o para estrategias comunicacionales.-Realización y producción de microprogramas, promos, spots y filminutos de carácter público. -Desarrollo de estrategias de mercado a partir de conceptos audiovisuales.-Dirección, producción, acompañamiento y realización de fotografías para diferentes campañas, piezas gráficas y digitales.-Desarrollo, producción y emisión de programas institucionales -Cubrimiento de eventos -Servicio de streaming.- Producción y transmisiones de espacios o programas en vivo. -Operación logística de eventos.

32. Que, con el objetivo de satisfacer estas necesidades de una manera rápida, oportuna y permanente, se requiere contar con una Entidad aliada que comparta con el Área Metropolitana del Valle de Aburrá una coherencia en sus propósitos misionales, para así garantizar el cumplimiento oportuno de las diferentes actividades que se proyectan realizar por intermedio de este proceso.

33. Que, se pretende que se ejecute a través de TELEMEDELLÍN, el cual es una Asociación sin ánimo de lucro entre entidades públicas del orden municipal: Alcaldía de Medellín, Área Metropolitana del Valle de Aburrá, INDER, EEVV y el ITM, creada el 13 de agosto de 1996 y con señal al aire desde el 7 de diciembre de 1997; dentro de su objeto se contempla la prestación del servicio público de Televisión Local, igualmente puede prestar otros servicios de Telecomunicaciones y Comunicaciones, actividades que deben permitir que la Asociación sea un medio para el cumplimiento de varios cometidos entre los que se encuentra: - "... Trabajar por la educación y la cultura ciudadana, en todas las actividades relacionadas con el objeto de las entidades públicas asociadas, colaborando a través de la educación y la información, con la búsqueda de la eficacia en la prestación de los servicios públicos a cargo de éstas...".

34. Que, desde años anteriores el Canal Metropolitano como Empresa Pública trabaja en concordancia con el sector público en la conservación del ambiente del Territorio y en ese orden de ideas, incursiona en la prestación de servicios complementarios a procesos comunicacionales, los cuales se pueden prestar de manera directa e integralmente, más aún, cuando se tratan de temas de ciudad, situación que se convierte en un importante referente para la comunidad metropolitana con el fin de contribuir con un trabajo profesional y articulado a dar a conocer diferentes prácticas en pro del cuidado y preservación del ambiente, inculcando con ello nuevos hábitos y costumbres en los ciudadanos.

35. Que, uno de los objetivos del Canal, es convertirse en un apoyo para el desarrollo científico, del conocimiento tecnológico y económico de Medellín y del Valle de Aburrá, mediante el estímulo a la creatividad al ingenio, a la organización individual, comunal e institucional, a la ejecución de proyectos y creación de empresas, a la generación de empleo,



a la modernización y a la internacionalización.

36. Que, algunas de las ventajas competitivas que ofrece TELEMEDELLÍN, a los procesos de las empresas contratantes son: **Como Entidad Pública**:-Es una Entidad Pública del Municipio de Medellín y por lo tanto conoce los intereses y necesidades de comunicación de la ciudad, el canal está sintonizado con el lenguaje y los mensajes de la comunicación pública.- **Desde el punto de vista administrativo**:-El canal cuenta una dependencia denominada Agencia y Central de Medios, la cual tiene entre sus funciones, crear y ejecutar estrategias de comunicación, diseño de piezas, creación de contenidos multiplataforma y compra de pauta publicitaria, sus servicios han logrado llegar a una experiencia de veinte años en comunicación pública, también realiza actividades de Marketing Digital y Productos Audiovisuales, operación logística y Transmisiones en vivo. **En planificación de medios**:- Ofrecen medios de comunicación local, regional, nacional e internacional. Además, pauta en medios concesionarios y comunitarios. -Planificación estratégica, asesoría y plan de inversión en los medios sin costo alguno. -Investigación de medios según las necesidades que surjan en el desarrollo del convenio.- Ofrecen mejores precios, porque adquieren descuentos comerciales gracias a la negociación por volumen. **Como medio de comunicación**:-Apoyo en la difusión de mensajes en los programas del Canal, siempre que su contenido sea adecuado para el espacio televisivo.-Free press en Noticias TELEMEDELLÍN. -Multiplicación de los mensajes en las redes sociales del canal. **Como Agencia y Central de Medios, brinda los siguientes servicios**:- Asesoría comunicacional en endomarketing, comunicación externa y pública.-- Central de medios.-- Desarrollo de estrategias de posicionamiento y reputación en el medio.-- Elaboración de artes finales.-- Conceptualización de estrategias de comunicación.

37. Que, siendo así, se evidencia que TELEMEDELLÍN, cuenta con la idoneidad para ejecutar este Contrato y su estructura administrativa facilita el cumplimiento de las actividades a desarrollar dentro del alcance del objeto contratado.

38. Que, en razón a lo antes expuesto, es conveniente y necesario adelantar el proceso de Contratación Directa bajo la modalidad de Contrato Interadministrativo Específico de Administración Delegada con TELEMEDELLÍN, para la “PLANEACIÓN, DISEÑO, CONCEPTUALIZACIÓN, PRODUCCION Y REALIZACION DE ESTRATEGIAS Y EVENTOS EN MARCO DE LOS 40 AÑOS DEL ÁREA METROPOLITANA DEL VALLE DE ABURRÁ” y con ello continuar a través de un servicio estratégico e integral, complementando el proceso comunicacional institucional e implementando diferentes actividades dirigidas a los públicos de interés que se involucran en temas de desarrollo de la Región.

39. Que, Este proyecto de los 40 años apunta, a obtener un encuentro para el futuro sostenible es un llamado permanente a la participación donde el arte tiene lecturas que sirven para la gobernabilidad en un momento especial donde la ciudadanía vive, por la contingencia, la nostalgia del territorio, y se exige una reconfiguración de prioridades; es el momento de gestionar una apropiación y comprensión de lo metropolitano.



40. Que, partiendo desde el mensaje “Conectados punto a punto”, se plantea este proyecto con un inteligente y emotivo mensaje dirigido a la ciudad metropolitana, que actúe como una invitación y un llamado a la acción de sus habitantes que permita convertirlos en protagonistas y parte activa del proceso de construcción del futuro del Valle de Aburrá.

41. Que, esta propuesta está proyectada como una plataforma híbrida de diálogos del Valle de Aburrá desarrollada desde una conciencia del futuro; una que permita conectar, construir, habitar, pensar y vivir juntos en el presente compuesto por el resultado histórico, reinterpretado desde el arte y la tecnología para provocar un nuevo hecho, un nuevo sentido: EL FUTURO QUE SE CREA CON OTROS, al tiempo que reconoce una base de 40 años metropolitanos a conciencia.

42. Que, para promocionar la integración creativa alrededor de la propiocepción, relacionada con los problemas que amenazan la sostenibilidad; donde cada quien es un factor de impacto, determinante de acciones, transmisor natural y factor de aprendizaje en estrecha relación con la esfera metropolitana (rural/urbana)..

43. Que, el soporte conceptual del presente proyecto es la sostenibilidad del Valle de Aburrá a partir del reconocimiento de las ciudadanías metropolitanas. Los sectores de trabajo de la entidad (movilidad, medio ambiente, planeación, seguridad, salud y otros), serán referentes para tres campos y siete estrategias, así: **-LA TECNOLOGÍA:** como producto, vía posibilitadora y elemento de interacción para las reconfiguraciones de las relaciones de los elementos y las especies, desde un parámetro moral del cuidado de la vida y el equilibrio. La estrategia fundamental es el Observatorio de lo invisible que se diseña, conceptualiza y siembra como una cápsula viva, inteligente, itinerante y que evidencia sobre conocimientos y aprendizajes de los 40 años del Área Metropolitana del Valle de Aburrá, cuestionando propositivamente el estado de la metrópoli.- **EL ARTE:** es el campo de la apropiación, la reinterpretación y la postura, que busca incentivar la creación artística a favor de los nuevos relatos metropolitanos. La estrategia será la convocatoria de artistas metropolitanos, en una invitación para hacer la conexión entre el territorio inteligente desde las intervenciones urbanas efímeras, artísticas, simbólicas a partir de los datos abiertos, para configurar datos sensibles que intervengan en la realidad metropolitana, su ambiente, movilidad y ejercicios de planificación participativa. La literatura, la música, lo audiovisual brindarán amplios y novedosos canales de lectura, intervención, reflexión y consciencia con la red de sentido que une todo el sistema. **LA CONCIENCIA:** como un ejercicio de contacto con la gente, la construcción de referentes, sus sueños, sus afectaciones y vivencias entorno a lo que se comparte, lo común, lo que une. La estrategia de comunicación busca dibujar a través de un concepto de campaña el marco para recopilar y difundir los aprendizajes institucionales como contenidos importantes para sensibilizar a la ciudadanía metropolitana con su territorio y dimensiones del desarrollo.

44. Que, la publicación sistematizará aprendizajes estratégicos de este proyecto con el aprendizaje institucional de los 40 años recogido por las entrevistas, referentes y preguntas que se le hacen a la ciudadanía para que reflexionen y construyan el sentido de consciencia



sobre la condición metropolitana en construcción.

45. Que, Este Contrato Interadministrativo tiene como alcance brindar toda la asesoría y acompañamiento requerido para la planeación, diseño, conceptualización, producción y operación logística de diferentes actividades y eventos públicos en el marco de la celebración de los 40 años del Área Metropolitana del Valle de Aburrá.

46. Que el convenio a celebrar se desarrollará de acuerdo a lo dispuesto en la Constitución Política, el artículo 95 la Ley 489 de 1998, la Ley 80 de 1993, el artículo 2 de la Ley 1150 de 2007 y el artículo 2.2.1.2.1.4.4 del Decreto 1082 de 2015.

47. Que así mismo el Decreto reglamentario 1082 de 2015, establece con relación a los Contratos Interadministrativos, en el artículo 2.2.1.2.1.4.4. que la modalidad de selección para la contratación entre Entidades Estatales es la contratación directa; y en consecuencia le es aplicable lo establecido en el artículo 2.2.1.2.1.4.1 en el sentido de señalar en un acto administrativo la justificación para contratar bajo la modalidad de contratación directa, que deberá contener la causal que invoca para contratar directamente, el objeto del contrato, el presupuesto para la contratación y las condiciones que exigirá al contratista y el lugar en el cual los interesados pueden consultar los estudios y documentos previos.

48. Que así mismo la ley 1474 en su artículo 92 establece que Contratos interadministrativos, siempre que las obligaciones derivadas del mismo tengan relación directa con el objeto de la entidad ejecutora señalado en la ley o en sus reglamentos. Se exceptúan los contratos de obra, suministro, prestación de servicios de evaluación de conformidad respecto de las normas o reglamentos técnicos, encargos fiduciarios y fiducia pública cuando las instituciones de educación superior públicas o las Sociedades de Economía Mixta con participación mayoritaria del Estado, o las personas jurídicas sin ánimo de lucro conformadas por la asociación de entidades públicas, o las federaciones de entidades territoriales sean las ejecutoras. Estos contratos podrán ser ejecutados por las mismas, siempre que participen en procesos de licitación pública o contratación abreviada de acuerdo con lo dispuesto por los numerales 1 y 2 del presente artículo”

49. Que con las disposiciones normativas antes señaladas, y en atención a la naturaleza jurídica de los entes que intervienen, resulta procedente celebrar el Contrato Interadministrativo de Administración Delegada No. 1015 de 2020 con el ASOCIACION CANAL LOCAL DE TELEVISION DE MEDELLIN "TELEMEDELLIN con Nit 811006762-3 Representado legalmente por MABEL ROCIO LOPEZ SEGURA identificada con Cédula de Ciudadanía No.

43.728.601; cuyo objeto será “PLANEACIÓN, DISEÑO, CONCEPTUALIZACIÓN, PRODUCCION Y REALIZACION DE ESTRATEGIAS Y EVENTOS EN MARCO DE LOS 40 AÑOS DEL ÁREA METROPOLITANA DEL VALLE DE ABURRÁ”; por un valor de MIL SETECIENTOS DOS MILLONES TRESCIENTOS CINCUENTA MIL CIENTO SETENTA PESOS M.L. (\$1.702.350.170) IVA INCLUIDO. DISTRIBUIDOS ASÍ: MIL QUINIENTOS CINCUENTA Y CUATRO MILLONES NOVECIENTOS DOCE MIL DOSCIENTOS SETENTA Y CUATRO PESOS M.L. (\$1.554.912.174) POR CONCEPTO DE RECURSOS A ADMINISTRAR INCLUIDO EL GRAVAMEN A LOS MOVIMIENTOS FINANCIEROS. SEIS MILLONES CIENTO NOVENTA Y CUATRO MIL OCHOCIENTOS SETENTA PESOS M.L. (\$6.194.870) POR CONCEPTO DE GASTOS MOVIMIENTOS FINANCIEROS.- CIENTO CUARENTA Y SIETE MILLONES CUATROCIENTOS TREINTA Y SIETE MIL OCHOCIENTOS NOVENTA Y SEIS PESOS M.L. (\$147.437.896) CORRESPONDIENTES AL 8 % DE REMUNERACIÓN PACTADA A TÍTULO DE HONORARIOS POR ADMINISTRACIÓN IVA INCLUIDO, y un plazo de 55 DÍAS (CINCUENTA Y CINCO) DE EJECUCIÓN, SIN EXCEDER EL 18 DE DICIEMBRE DE 2020.

50 .Que los estudios y documentos previos que soportan el contrato Interadministrativo, podrán consultarse en la sede administrativa del Área Metropolitana del Valle de Aburrá.

Que en consideración a lo anterior

RESUELVE

ARTÍCULO PRIMERO: Justificar la contratación Directa con ASOCIACION CANAL LOCAL DE TELEVISION DE MEDELLIN "TELEMEDELLIN con Nit 811006762-3 Representado legalmente por MABEL ROCIO LOPEZ SEGURA identificada con Cédula de Ciudadanía No. 43.728.601; cuyo objeto será “PLANEACIÓN, DISEÑO, CONCEPTUALIZACIÓN, PRODUCCION Y REALIZACION DE ESTRATEGIAS Y EVENTOS EN MARCO DE LOS 40 AÑOS DEL ÁREA METROPOLITANA DEL VALLE DE ABURRÁ”; por un valor de MIL SETECIENTOS DOS MILLONES TRESCIENTOS CINCUENTA MIL CIENTO SETENTA PESOS M.L. (\$1.702.350.170) IVA INCLUIDO. DISTRIBUIDOS ASÍ: MIL QUINIENTOS CINCUENTA Y CUATRO MILLONES NOVECIENTOS DOCE MIL DOSCIENTOS SETENTA Y CUATRO PESOS M.L. (\$1.554.912.174) POR CONCEPTO DE RECURSOS A ADMINISTRAR INCLUIDO EL GRAVAMEN A LOS MOVIMIENTOS FINANCIEROS. SEIS MILLONES CIENTO NOVENTA Y CUATRO MIL OCHOCIENTOS SETENTA PESOS M.L. (\$6.194.870) POR CONCEPTO DE GASTOS MOVIMIENTOS FINANCIEROS.- CIENTO CUARENTA Y SIETE MILLONES CUATROCIENTOS TREINTA Y SIETE MIL OCHOCIENTOS NOVENTA Y SEIS PESOS M.L. (\$147.437.896) CORRESPONDIENTES AL 8 % DE REMUNERACIÓN PACTADA A TÍTULO DE HONORARIOS POR ADMINISTRACIÓN IVA INCLUIDO, y un plazo de 55 DÍAS (CINCUENTA Y CINCO) DE EJECUCIÓN, SIN

EXCEDER EL 18 DE DICIEMBRE DE 2020.

ARTÍCULO SEGUNDO: Publíquese la presente Resolución en Sistema Electrónico para la Contratación Pública -SECOP- que administra la Agencia Nacional de Contratación Pública - Colombia Compra Eficiente, y en la página Web del Área Metropolitana del Valle de Aburrá de conformidad con lo dispuesto en la ley 712 de 2014.

PUBLÍQUESE Y CÚMPLASE



CARMEN ELVIRA ZAPATA RINCON
Secretario General

Firmado electrónicamente según decreto 491 de 2020



LINA MARCELA ISAZA MARIN
Asesor Jurídica Administrativa

Firmado electrónicamente según decreto 491 de 2020



GLORIA MARIA POSADA JIMENEZ
Profesional Universitario

Firmado electrónicamente según decreto 491 de 2020



Futuro sostenible

f t i y @areametropol
www.metropol.gov.co

(57-4) 385 60 00

Carrera 53 N° 40A - 31
Medellín-Antioquia Colombia