ESTUDIO DEL SECTOR

El estudio del sector para la presente contratación se realiza teniendo en cuenta lo contemplado en la "Guía para las Entidades Estatales con Régimen Especial de Contratación" establecido por Colombia Compra Eficiente, el cual establece:

"E. Obligación de realizar el análisis del sector económico y de los oferentes por parte de las Entidades Estatales. Así mismo es necesario continuar con el cumplimiento de El artículo 15 del Decreto 1510 de 2013 " *Artículo 15. Deber de análisis de las Entidades Estatales. La Entidad Estatal debe hacer durante la etapa de planeación el análisis necesario para conocer el sector relativo al objeto del Proceso de Contratación desde la perspectiva legal, comercial, financiera, organizacional, técnica, y de análisis de riesgo. La Entidad Estatal debe dejar constancia de este análisis en los Documentos del Proceso*." Que establece el deber de las Entidades Estatales de analizar el sector, es decir, el mercado relativo al objeto del Proceso de Contratación

Partiendo que la gestión de compras debe estar orientada a satisfacer las necesidades del Distrito de Santiago de Cali y a obtener el mayor valor por el dinero público. Para cumplir con este objetivo, la Oficina de Comunicaciones – secretaria de gobierno, debe conocer claramente cuál es su necesidad y determinar la mejor manera en que el mercado puede satisfacerla. En este orden de ideas, el presente documento exhibe el análisis global para la contratación de *Pauta publicitaria, la cual comprende la divulgación de mensajes institucionales impulsados por la Alcaldía de Santiago de Cali enmarcado en el plan de comunicaciones como estrategia de difusión*.

Introducción

Las Tecnologías de la Información y la Comunicación, también conocidas como TIC; se conciben como el universo de dos conjuntos, representados por las tradicionales Tecnologías de la Comunicación (TC) fundamentadas principalmente por la radio, televisión y telefonía convencional; y por las Tecnologías de la información (TI) caracterizadas por la digitalización de las tecnologías de registros de contenidos es decir la informática, telemática, tecnología de comunicaciones y sus interfaces); adicional a esto son catalogadas como herramientas teórico conceptuales, soportes y canales que procesan, almacenan, sintetizan, recuperan y presentan información de la forma más variada fundamentalmente haciendo uso de las computadora y de la Internet.

Como todos sabemos la tecnología es cambiante y progresiva, hecho que representa un reto para las TIC en un mercado cambiante, siguiendo el acelerado ritmo de los avances científicos y tecnológicos enmarcado en un mercado global que incide directamente en la económica y la cultural de cualquier país; es decir los conocimientos adquiridos hoy no aseguran la perdurabilidad de los mismos volviéndose obsoletos en un periodo de tiempo específico, permitiendo la continua emergencia de nuevas teorías, valores y conceptos que promueven

Este documento es propiedad de la Administración Central del Municipio de Santiago de Cali. Prohibida su alteración o modificación por cualquier medio, sin previa autorización del Alcalde.

continuos cambios en nuestras estructuras económicas, sociales y culturales, que inciden en los aspectos de nuestra vida.

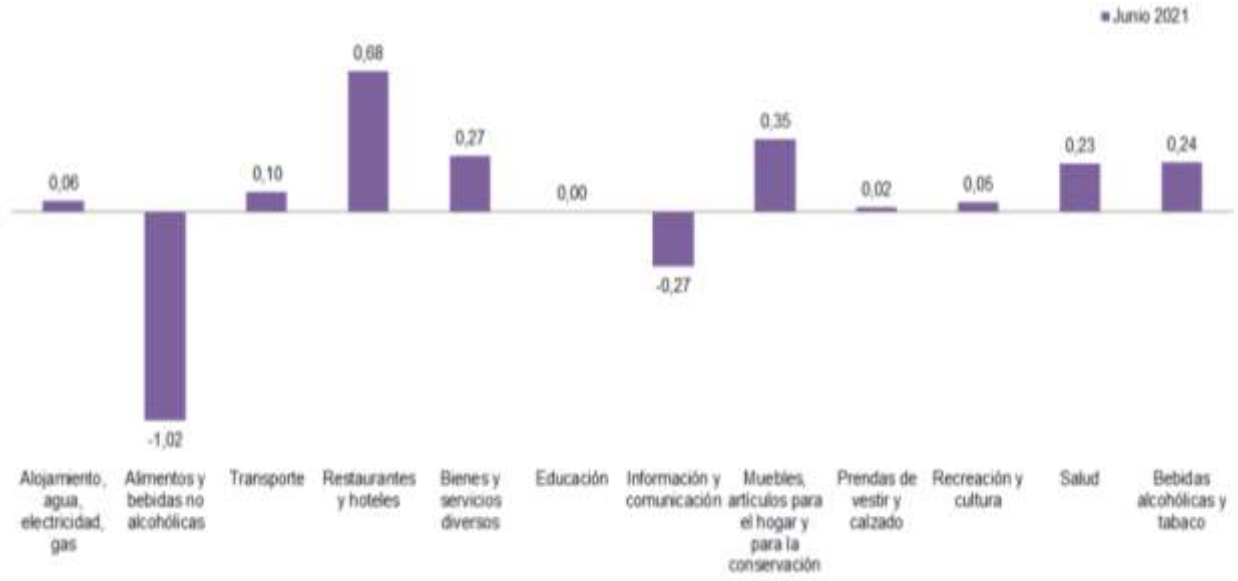
Basado en el criterio anterior; es posible argumentar que las TIC son el pilar de lo que conocemos como vida moderna, en esta se contiene la visión de lo que pretendemos hacer como sociedad y hasta donde podemos llegar; el mantener el balance entre tecnología y capital humano es sin duda alguna el mayor reto que tiene este sector así como el de proteger y custodiar la información de todos los entes, estamentos y población que componen un país.

Economía Nacional

IPC

El comportamiento mensual del IPC total en junio de 2021 (-0,05%) se explicó principalmente por la variación mensual de las divisiones Restaurantes y hoteles y Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles. Las mayores variaciones se presentaron en las divisiones Restaurantes y hoteles (0,68%) y Muebles, artículos para el hogar y para la conservación ordinaria del hogar (0,35%).

Variación mensual del Índice de Precios al Consumidor (IPC)
Por Divisiones
2021 (junio)[1]



[1] Fuente: DANE - IPC

Este documento es propiedad de la Administración Central del Municipio de Santiago de Cali. Prohibida su alteración o modificación por cualquier medio, sin previa autorización del Alcalde.

En junio de 2021 la variación mensual del IPC fue -0,05%, frente a mayo de 2021. La división Alimentos y bebidas no alcohólicas registró una variación mensual de -1,02%, siendo esta la menor variación mensual. En junio de 2021 las mayores disminuciones de precio se reportaron en las subclases: cebolla (-28,49%), tomate (-27,75%) y papas (-27,58%). Los mayores incrementos de precio se registraron en las subclases: azúcar y otros endulzantes (9,71%), huevos (7,77%) y aceites comestibles (6,01%). La división Información y comunicación registró una variación mensual de -0,27%, siendo esta la segunda menor variación mensual.

En junio de 2021 los menores incrementos deprecio se registraron en las subclases: equipos de telefonía móvil, similares y reparación (-0,04%), servicios de comunicación fija y móvil y provisión a internet (-0,28%).

La división Restaurantes y hoteles registró una variación mensual de 0,68%, siendo esta la mayor variación mensual. En junio de 2021 los mayores incrementos de precio se registraron en las subclases: bebidas calientes (1,42%), comidas en establecimientos de servicio a la mesa y autoservicio (0,74%) y comidas preparadas fuera del hogar para consumo inmediato (0,61%). Los menores incrementos de precio se reportaron en las subclases: gastos en discotecas, bares, griles, tabernas, fondas y tiendas dentro y al aire libre (0,29%), servicios de alojamiento en hoteles (0,30%) y gaseosa y otros refrescos en establecimientos de servicio a la mesa y autoservicio (0,41%).
La división Muebles, artículos para el hogar y para la conservación ordinaria del hogar registró una variación mensual de 0,35%, siendo esta la segunda mayor variación mensual.
En junio de 2021 los mayores incrementos de precio se registraron en las subclases: lavadoras, secadoras y lava-vajillas (0,66%), accesorios eléctricos pequeños (0,61%) y muebles (0,54%). Los menores incrementos de precio se reportaron en las subclases: otros artículos de decoración (0,01%), servicio doméstico (0,05%) y cristalería y vajilla artículos, vajillas y utensilios de vidrio (0,18%). En junio de 2021 las menores contribuciones a la variación mensual en las doce divisiones del IPC Total se registraron en las siguientes subclases: papas con -0,14 puntos porcentuales, frutas frescas con -0,09 puntos porcentuales y cebolla con -0,08 puntos porcentuales. Las subclases con las mayores contribuciones fueron: carne de aves con 0,07 puntos porcentuales, huevos con 0,06 puntos porcentuales y carne de res y derivados con 0,05 puntos porcentuales.

Variación año corrido (enero - junio de 2021)

Entre enero y junio de 2021 la variación del IPC Total fue 3,13%. Esta variación fue mayor en 2,01 que la reportada en el mismo periodo del año anterior, cuando fue de 1,12%. El comportamiento año corrido del IPC total en junio de 2021 (3,13%) se explicó principalmente por la variación año corrido de las divisiones Alimentos y bebidas no alcohólicas y Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles.

Este documento es propiedad de la Administración Central del Municipio de Santiago de Cali. Prohibida su alteración o modificación por cualquier medio, sin previa autorización del Alcalde.

La división Alimentos y bebidas no alcohólicas registró una variación año corrido de 9,75%, siendo esta la mayor variación año corrido. En junio de 2021 los mayores incrementos de precio se registraron en las subclases: papas (75,17%), aceites comestibles (27,53%) y zanahoria (25,64%). Las mayores disminuciones de precio se reportaron en las subclases: arracacha, ñame y otros tubérculos (-14,15%), tomate (-5,11%) y plátanos (-5,03%). La división Información y comunicación registró una variación año corrido de -5,56%, siendo esta la menor variación año corrido.

En junio de 2021 los menores incrementos de precio se registraron en las subclases: servicios de comunicación fija y móvil y provisión a internet (-5,36%), equipos de telefonía móvil, similares y reparación (-8,29%). La división Recreación y cultura registró una variación año corrido de -0,24%, siendo esta la segunda menor variación año corrido.

En junio de 2021 las mayores disminuciones de precio se reportaron en las subclases: paquetes turísticos completos (-9,97%), aparatos de procesamiento de información y hardware (-2,14%) y servicios prestados por escenarios deportivos (-0,28%). Los mayores incrementos de precio se registraron en las subclases: equipo para la grabación, recepción y reproducción de imagen y sonido (14,52%), juegos y juguetes infantiles (4,32%) y servicios de veterinaria y de otro tipo para animales domésticos (3,47%).

Marzo 2020 - 2021

		2020		2021	
Divisiones de Gasto	Peso (%)	Variación (%)	Contribución Puntos Porcentuales	Variación (%)	Contribución Puntos Porcentuales
Educación	4,41	4,81	0,22	3,81	0,16
Alimentos y bebidas no alcohólicas	15,05	3,94	0,60	3,07	0,49
Prendas de vestir y calzado	3,98	0,58	0,02	1,86	0,07
Transporte	12,93	0,91	0,12	1,76	0,23
Restaurantes y hoteles	9,43	1,57	0,15	1,75	0,17
TOTAL	100,00	1,67	1,67	1,56	1,56
Muebles, artículos para el hogar y para la conservación ordinaria del hogar	4,19	1,16	0,05	1,51	0,06
Salud	1,71	1,73	0,03	1,17	0,02
Bienes y servicios diversos	5,36	1,49	0,08	1,12	0,06
Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles	33,12	1,08	0,36	1,10	0,36
Bebidas alcohólicas y tabaco	1,70	1,15	0,02	0,97	0,02
Recreación y cultura	3,79	0,35	0,01	-0,53	-0,02
Información y comunicación	4,33	0,31	0,01	-1,09	-0,05

Este documento es propiedad de la Administración Central del Municipio de Santiago de Cali. Prohibida su alteración o modificación por cualquier medio, sin previa autorización del Alcalde.

Los mayores aportes a la variación en lo corrido del año (enero - marzo), se ubicaron en las divisiones de Alimentos y bebidas no alcohólicas, Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles, Transporte y Restaurantes y hoteles, las cuales en conjunto contribuyeron con 1,24 puntos porcentuales a la variación total.

Ahora bien, en el primer trimestre del año 2021, el IPC registró una variación de 1,51% en comparación con marzo de 2020. En el último año, las divisiones Salud (4,38%), Alimentos y bebidas no alcohólicas (3,92%), Restaurantes y hoteles (3,61%), Bebidas alcohólicas y tabaco (2,44%), Transporte (2,21%), Bienes y servicios diversos (2,14%) y por último, Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles (1,84%) se ubicaron por encima del promedio nacional (1,51%). Entre tanto, las divisiones Recreación y cultura (-0,20%), Muebles, artículos para el hogar y para la conservación ordinaria del hogar (-0,61%), Información y comunicación (-1,50%), Prendas de vestir y calzado (-2,71%) y, por último, Educación (-7,91%) se ubicaron por debajo del promedio nacional. Los mayores aportes a la variación anual se registraron en las divisiones de: Alimentos y bebidas no alcohólicas y Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles, las cuales en conjunto contribuyeron con 1,22 puntos porcentuales al acumulado anual de dicha variación.

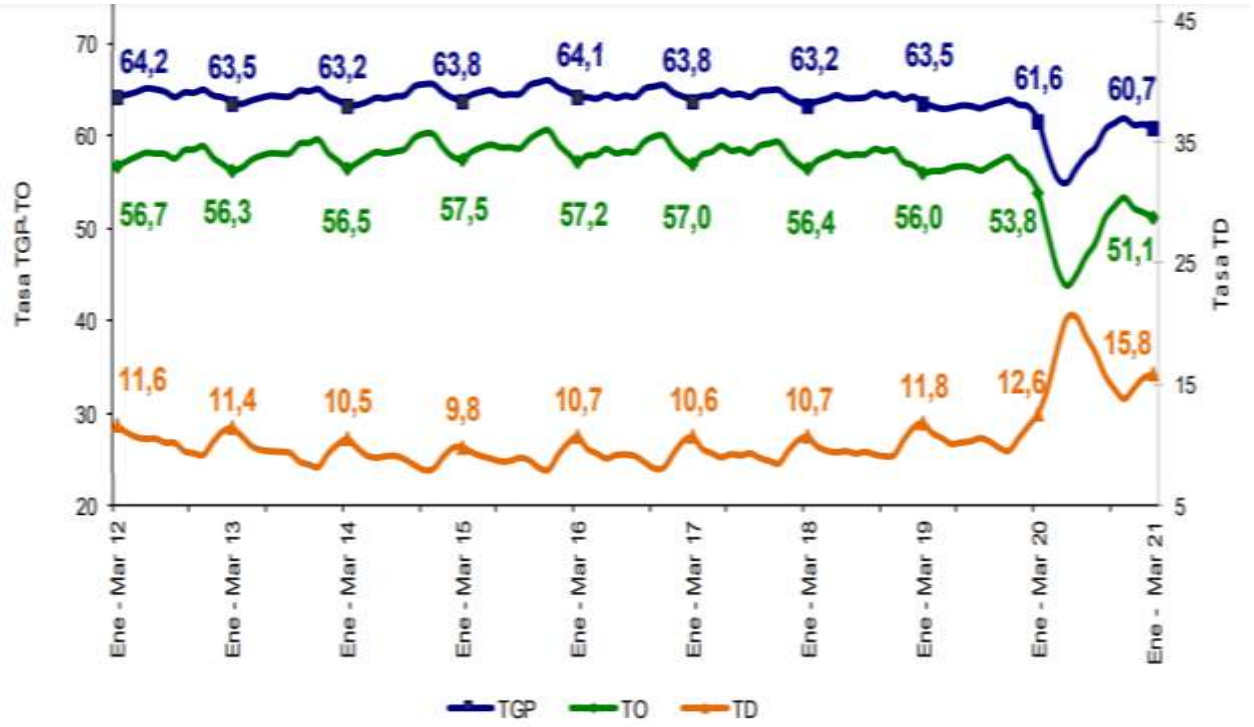
Mercado Laboral

La tasa de desempleo nacional del trimestre enero - marzo 2021 fue 15,8%, presentando un aumento de 3,2 puntos porcentuales frente al trimestre enero - marzo 2020 (12,6%). La tasa global de participación fue 60,7%, lo que significó una disminución de 0,9 puntos porcentuales en comparación con el mismo trimestre de 2020 (61,6%). Finalmente, la tasa de ocupación se ubicó en 51,1%, lo que representó una disminución de 2,7 puntos porcentuales comparado con el trimestre enero – marzo de 2020 (53,8%).

Para el mes de marzo de 2021, la tasa de desempleo fue de 14,2%, lo que representó un aumento de 1,6 puntos porcentuales comparado con el mismo mes del 2020 (12,6%). La tasa global de participación se ubicó en 60,3% y la tasa de ocupación en 51,7%. Para el mismo mes del año anterior estas tasas fueron 59,2% y 51,7%, respectivamente.

Este documento es propiedad de la Administración Central del Municipio de Santiago de Cali. Prohibida su alteración o modificación por cualquier medio, sin previa autorización del Alcalde.

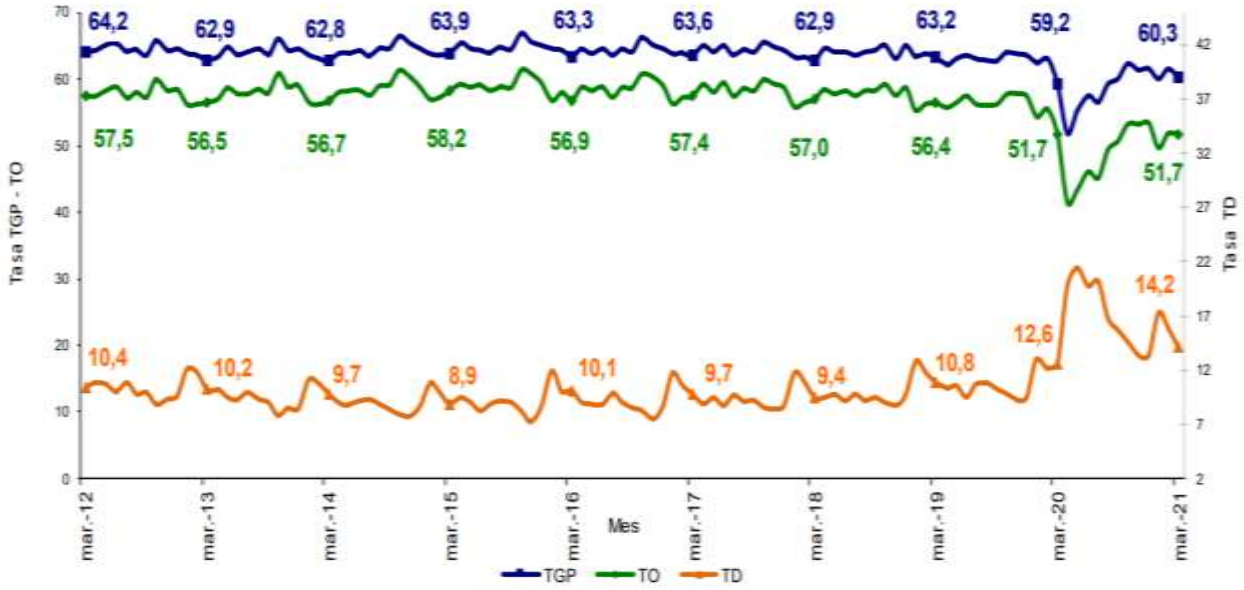
Tasa global de participación, ocupación y desempleo
Total, nacional[2]
Primer Trimestre 2021



[2] Fuente: DANE, mercado laboral 2021

Este documento es propiedad de la Administración Central del Municipio de Santiago de Cali. Prohibida su alteración o modificación por cualquier medio, sin previa autorización del Alcalde.

Tasa global de participación, ocupación y desempleo
Total, nacional[3]
Marzo 2021



En marzo de 2021, la tasa de desempleo en el total de las 13 ciudades y áreas metropolitanas fue 16,8%, lo que significó un aumento de 3,4 puntos porcentuales comparado con marzo de 2020 (13,4%). Entre tanto, la tasa global de participación se ubicó en 64,2%, presentando un aumento de 3,3 puntos porcentuales frente al mismo mes de 2020 (60,9%). Finalmente, la tasa de ocupación se ubicó en 53,4%, en el mismo mes de 2020 esta tasa se ubicó en 52,8%.

PIB

[4]En el primer trimestre de 2021pr, el Producto Interno Bruto, en su serie original, crece 1,1% respecto al mismo periodo de 2020

[3] Fuente: DANE, mercado laboral 2021
[4] Fuente: DANE; Producto Interno Bruto – primer trimestre 2021

Este documento es propiedad de la Administración Central del Municipio de Santiago de Cali. Prohibida su alteración o modificación por cualquier medio, sin previa autorización del Alcalde.

Producto Interno Bruto (PIB)
Tasas de crecimiento en volumen
2014-I-2021pr - I



Fuente: **DANE, Cuentas nacionales**
[1]Series encadenadas de volumen con año de referencia 2015
[P]preliminar

Las actividades económicas que más contribuyen a la dinámica del valor agregado son:

- Industrias manufactureras crece 7,0% (contribuye 0,9 puntos porcentuales a la variación
- Administración pública y defensa; planes de seguridad social de afiliación obligatoria; Educación; Actividades de atención de la salud humana y de servicios sociales crece 3,5% (contribuye 0,5 puntos porcentuales a la variación anual).
- Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca crece 3,3% (contribuye 0,3 puntos porcentuales a la variación anual).

Respecto al trimestre inmediatamente anterior, el Producto Interno Bruto en su serie corregida de efecto estacional y calendario crece 2,9%. Esta variación se explica principalmente por la siguiente dinámica:

- Construcción crece 17,0%.
- Actividades artísticas, de entretenimiento y recreación y otras actividades de servicios; Actividades de los hogares individuales en calidad de empleadores crece 11,1%.
- Explotación de minas y canteras crece 6,8%.

Este documento es propiedad de la Administración Central del Municipio de Santiago de Cali. Prohibida su alteración o modificación por cualquier medio, sin previa autorización del Alcalde.

Comercio al por mayor y al por menor

En el primer trimestre de 2021pr, el valor agregado de comercio al por mayor y al por menor, reparación de vehículos automotores y motocicletas; transporte y almacenamiento; alojamiento y servicios de comida decrece 0,8% en su serie original, respecto al mismo periodo de 2020.
Esta dinámica se explica por los siguientes comportamientos:

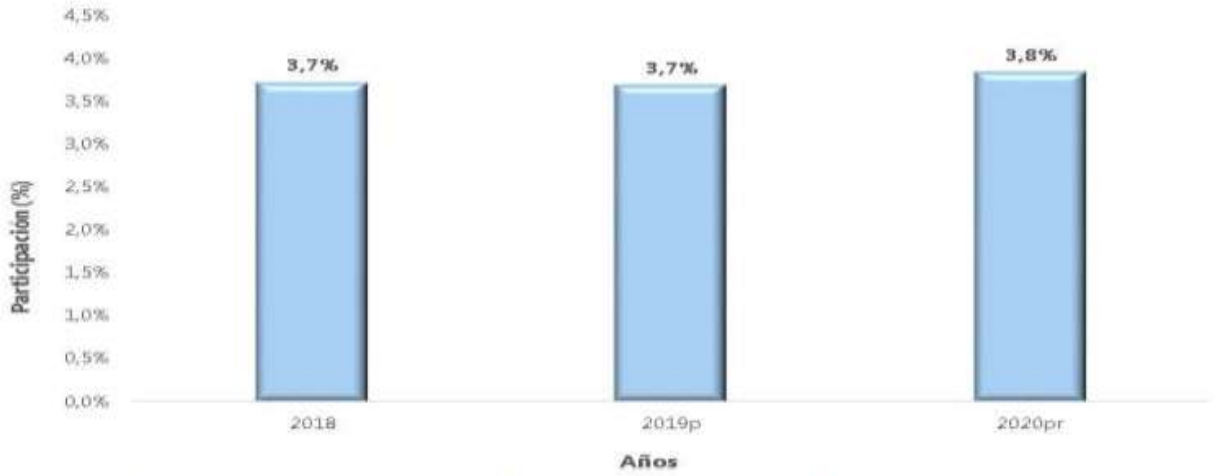
- Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas crece 6,9%.
- Transporte y almacenamiento decrece 11,1%.
- Alojamiento y servicios de comida decrece 7,7%.
- Respecto al trimestre inmediatamente anterior en su serie corregida de efecto estacional y calendario, el valor agregado de comercio al por mayor y al por menor, reparación de vehículos automotores y motocicletas; transporte y almacenamiento; alojamiento y servicios de comida crece en 5,5%, explicado por:
- Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas crece 5,0%.
- Transporte y almacenamiento crece 5,4%.
- Alojamiento y servicios de comida crece 6,5%.

En el año 2020pr el valor agregado del sector TIC ascendió a 35,1 billones de pesos presentando un decrecimiento de 1,1% con respecto a 2019p; mientras que en el año 2019 p el valor agregado fue de 35,5 billones de pesos, con un crecimiento de 6,3% con respecto a 2018. El excedente de explotación bruto e ingreso mixto bruto de la cuenta satélite TIC presentó un decrecimiento de 1,1% para el año 2020pr; mientras que en el año 2019 p presentó un crecimiento de 4,0%.
El sector TIC para el año 2020pr registró una participación de 3,8% con respecto al valor agregado nacional, para el año 2019 p esta participación fue de 3,7% mientras que para el período 2018 – 2020pr en promedio participó con el 3,8% del valor agregado nacional[5].

[5] Fuente: DANE – Ministerio de las Tecnologías de la información y telecomunicaciones, cuenta satélite TIC

Este documento es propiedad de la Administración Central del Municipio de Santiago de Cali. Prohibida su alteración o modificación por cualquier medio, sin previa autorización del Alcalde.

Gráfico 2. Participación del valor agregado del sector TIC en el valor agregado nacional
Valores a precios corrientes
2018-2020pr



Fuente: DANE - Ministerio de Tecnologías de la Información y Comunicaciones. Cuenta Satélite TIC

Comercio al por mayor y al por menor
Tasas de crecimiento en volumen
2021pr[6]

Actividad económica	Tasas de crecimiento	
	Serie original	Serie corregida de efecto estacional y calendario
	Anual	Trimestral
	2021pr -I/ 2020p -I	2021pr - I / 2020pr - IV
Comercio al por mayor y al por menor[1]	6,9	5,0
Transporte y almacenamiento	-11,1	5,4
Alojamiento y servicios de comida	-7,7	6,5
Comercio al por mayor y al por menor[1]	**-0,8**	**5,5**

Fuente: DANE,Cuentas nacionales

Información y comunicaciones

[6] Fuente: DANE,Cuentas nacionales - Pr (preliminar) – p (provisional) - Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas; transporte y almacenamiento; alojamiento y servicios de comida.

Este documento es propiedad de la Administración Central del Municipio de Santiago de Cali. Prohibida su alteración o modificación por cualquier medio, sin previa autorización del Alcalde.

En el primer trimestre de 2021[7]pr, el valor agregado de información y comunicaciones crece 2,6% en su serie original, respecto al mismo periodo de 2020pr. Para la serie corregida de efecto estacional y calendario, el valor agregado crece en 4,9%, respecto al trimestre inmediatamente anterior:

Información y comunicaciones
Tasas de crecimiento en volumen
2021pr– Primer trimestre

Actividad económica	Tasas de crecimiento	
	Serie original	Serie corregida de efecto estacional y calendario
	Anual	Trimestral
	2021^{pr} -I/ 2020^{p} -I	2021^{pr} - I / 2020^{pr} - IV
Información y comunicaciones	**2,6**	**4,9**

Fuente: DANE, Cuentas nacionales

Balanza Comercial

Referente a la Balanza Comercial el DANE reveló los resultados más recientes con corte abril de 2021. En abril de 2021 se registró un déficit en la balanza comercial colombiana de US$1.487,9 millones FOB, mientras que en abril de 2019 se presentó un déficit de US$464,0 millones FOB.

Exportaciones

Las cifras en materia de las ventas externa del país en el mes de abril, suministradas por el Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas (DANE), señalan un crecimiento del 56,3 % en comparación con lo acontecido en la materia en igual mes del año 2020, resultado que se sustenta, sobre todo en las exportaciones de combustibles y productos de las industrias extractivas las cuales crecieron 63,4 %, desempeño que se puede atribuir al gradual levantamiento de las restricciones a la movilidad de las personas en el país y en la mayoría de los destinos foráneos de nuestros productos, hecho que se ve revelado en el producto agregado con un crecimiento del Producto Interno Bruto (PIB) colombiano del 1,1 % durante el primer

[7] Fuente: DANE,Cuentas nacionales – Información y Comunicaciones.

Este documento es propiedad de la Administración Central del Municipio de Santiago de Cali. Prohibida su alteración o modificación por cualquier medio, sin previa autorización del Alcalde.

trimestre del año, tendencia que se ve claramente reflejada en las exportaciones de bienes en los primeros tres meses del presente año, porque en abril cayeron US$411.9 millones frente a marzo, lo que representa una reducción del -12,4 % y del -24,6 % si las comparamos con abril de 2019.

En efecto al considerar la Clasificación Uniforme del Comercio Internacional (CUCI), según grupos de productos (agropecuarios, alimentos y bebidas, combustibles y productos de industrias extractivas, manufacturas y otros sectores), las cifras señalan que las exportaciones colombianas reportaron ingresos por US$2.914,7 millones FOB (Free on board) en abril de 2021 frente al registro exportador de idéntico mes del 2020 en el que alcanzaron los US$1.864,2 millones, valores que en términos porcentuales registran la variación positiva citada al inicio del informe (56,3 %), como observa a continuación[8].

Cuadro 1. Valor FOB de las exportaciones según grupos de productos (CUCI). Miles de dólares. Abril 2021/2020.

Grupos de productos	Abril			Enero-abril		
	2020p	2021p	Variación (%)	2020p	2021p	Variación (%)
	Miles de dólares FOB			Miles de dólares FOB		
Total	**1.864.239**	**2.914.655**	**56,3**	**10.666.366**	**11.848.916**	**11,1**
Agropecuarios, alimentos y bebidas	569.284	778.252	36,7	2.567.563	3.105.356	20,9
Combustibles e industrias extractivas	721.508	1.178.835	63,4	5.291.617	5.173.674	-2,2
Manufacturas	443.733	701.642	58,1	2.191.952	2.622.942	19,7
Otros sectores	129.714	255.926	97,3	615.234	946.944	53,9

FUENTE: DANE, 2021. *P*: Cifras preliminares.

Importaciones

En este renglón del comercio internacional, las compras del país al resto del mundo continuaron con la recuperación observada en marzo, pues la sorpresa que se tuvo en febrero, cuando las importaciones registraron una variación negativas de -1.6 % en relación con febrero de 2020, a pesar de la recuperación de la actividad productiva evidenciada desde mediados de ese 2020, se desvanece en su totalidad pues en la dirección de dicha recuperación se observa un importante crecimiento en el mes de abril, desempeño que también se vio reflejado en los primeros cuatro meses del año. En efecto, su valor CIF (Cost, Insurence and Freight), registró una variación positiva del 51,7 % en dicho mes de este año en relación con el mismo mes del año anterior pues pasó US$3.096,8 millones a US$4.696,7 millones y en su comportamiento año corrido al registrar una variación positiva de 15,9 % (cuadro 3). Este desempeño se sustenta en la reactivación de

[8] Fuente: DIAN- DANE- Exportaciones, p cifras preliminares

Este documento es propiedad de la Administración Central del Municipio de Santiago de Cali. Prohibida su alteración o modificación por cualquier medio, sin previa autorización del Alcalde.

la actividad productiva del país, no obstante, la desaceleración sufrida en enero, jalonando las importaciones, sobre todo de bienes que participan como insumos para la producción que atiende tanto la demanda interna como la demanda que proviene del resto del mundo.
Dentro del comportamiento de las importaciones en el mes de abril de 2021, hay que señalar que su performance se soporta, en el incremento de las compras foráneas de los grupos manufacturas (64,2 %), combustible y productos de la industria extractiva (23,6 %), agropecuarios, alimentos y bebidas (19,5 %), y otros sectores (39,9 %) pero que tiene la menor participación dentro del total de este tipo de compras en abril[9].

Cuadro 1. Valor FOB de las exportaciones según grupos de productos (CUCI).
Miles de dólares. Abril 2021/2020.

Grupos de productos	Abril			Enero-abril		
	2020p	2021p	Variación (%)	2020p	2021p	Variación (%)
	Miles de dólares FOB			Miles de dólares FOB		
Total	**1.864.239**	**2.914.655**	**56,3**	**10.666.366**	**11.848.916**	**11,1**
Agropecuarios, alimentos y bebidas	569.284	778.252	36,7	2.567.563	3.105.356	20,9
Combustibles e industrias extractivas	721.508	1.178.835	63,4	5.291.617	5.173.674	-2,2
Manufacturas	443.733	701.642	58,1	2.191.952	2.622.942	19,7
Otros sectores	129.714	255.926	97,3	615.234	946.944	53,9

FUENTE: DANE, 2021. P: Cifras preliminares.

[9] Fuente: DIAN- DANE- Importaciones, p cifras preliminares

Este documento es propiedad de la Administración Central del Municipio de Santiago de Cali. Prohibida su alteración o modificación por cualquier medio, sin previa autorización del Alcalde.

DANE
INFORMACIÓN PARA TODOS

El futuro es de todos — Gobierno de Colombia

Balanza Comercial

Colombia, balanza comercial mensual.
Total nacional
2007 - 2021ᵖ*

Mes	Millones de dólares FOB		
	Exportaciones	Importaciones	Balanza comercial
ene-19	3.066	4.090	-1.023,8
ene-20	3.419	4.114	-694,5
ene-21	2.607	3.598	-991,0
feb-19	3.183	3.766	-582,4
feb-20	2.944	3.774	-830,6
feb-21	2.941	3.659	-718,5
mar-19	3.345	4.100	-755,0
mar-20	2.439	3.407	-967,7
mar-21	3.387	4.625	-1.238,1
abr-19	3.863	4.327	-464,0
abr-20	1.864	2.914	-1.049,5
abr-21	2.915	4.403	-1.487,9

Fuente: DIAN- DANE (IMPO)
ᵖ provisional
* Corresponde hasta el mes de abril
Actualizado el 22 de junio de 2021

Al analizar las cifras totales por año, encontramos que la economía colombiana ha tenido un repunte satisfactorio teniendo en cuenta todo lo que ha acarreado las cifras negativas que se presentaron en el año 2020 principalmente por causa de la pandemia mundial generada por el COVID-19; en el siguiente gráfico[10] encontramos un comparativo de las cifras totales desde el año 2019 hasta lo que va corrido del año 2021.

[10] Fuente: DIAN- DANE (IMPO) p provisional - * Corresponde hasta el mes de febrero - Actualizado el 19 de abril de 2021

Este documento es propiedad de la Administración Central del Municipio de Santiago de Cali. Prohibida su alteración o modificación por cualquier medio, sin previa autorización del Alcalde.

DANE
INFORMACIÓN PARA TODOS

El futuro es de todos — Gobierno de Colombia

Balanza Comercial

Colombia, balanza comercial anual
1980 - 2021P*

Años	Millones de dólares FOB		
	Exportaciones	**Importaciones**	**Balanza**
2019	39.489	50.271	-10.782
2020	31.056	41.185	-10.130
2021*	11.849	16.284	-4.435

Fuente: DIAN- DANE (IMPO)

P provisional

* Corresponde hasta el mes de abril

Actualizado el 22 de junio de 2021

Como se puede evidenciar, a pesar que la balanza comercial sigue en difícil esta ha venido disminuyendo paulatinamente en los últimos años como podemos apreciar según los datos entregados por el DANE hasta el mes de abril de 2021 el índice se encuentra en -US$4.435 millones, un cifra que podría vislumbrar un panorama positivo para el país ya que la proyección indica que de mantenerse el mismo crecimiento promedio del 3% de las exportaciones, podría cerrar el año con un valor cercano a US$33.731, es decir un incremento del 8% con respecto al cierre del año anterior.

Por otra parte, en el siguiente cuadro encontramos los principales países con los que Colombia tiene vínculos comerciales, los datos presentados están en millones de dólares y en él se puede apreciar con más detalle en donde se debe fortalecer las relaciones comerciales y con cuales países es necesario continuar con una fuerte alianza comercial; así mismo se puede identificar las oportunidades que se tiene como país[11].

[11] Fuente: DIAN- DANE (IMPO) - * Corresponde hasta el mes de febrero - Actualizado el 22 de junio de 2021
Nota: La balanza para la Unión Europea corresponde a los 28 países integrantes actualmente. Se incorporan desde la información de 1995 con el fin de garantizar la comparabilidad de las series estadísticas.

Este documento es propiedad de la Administración Central del Municipio de Santiago de Cali. Prohibida su alteración o modificación por cualquier medio, sin previa autorización del Alcalde.

DANE
INFORMACIÓN PARA TODOS

El futuro es de todos — Gobierno de Colombia

Balanza Comercial

Colombia, balanza comercial según grupos económicos y principales países
1995 - 2021*P

Origen	2019	2020	2021*
Total balanza comercial/1	**-10.781,6**	**-10.129,6**	**-4.435,5**
Grupos comerciales			
Aladi	-451,9	-696,5	0,5
Comunidad Andina	1.324,5	706,7	342,1
MERCOSUR	-2.108,7	-1.365,0	-291,6
Unión Europea	-3.115,5	-1.959,4	-901,8
Principales países			
Estados Unidos	-1.079,7	-992,7	-578,3
Venezuela	154,6	170,0	60,2
Perú	425,7	200,0	114,4
Chile	347,9	204,3	63,3
Ecuador	1.154,9	706,7	315,4
Japón	-704,2	-431,7	-3.772,6
Alemania	-1.626,7	-1.086,8	-347,8
México	-2.344,8	-1.671,6	-752,4
Canadá	-374,8	-273,5	-75,0
Brasil	-1.566,1	-1.053,8	-239,0
China	-5.913,6	-7.053,9	284,8
Resto de países	745,2	1.153,4	491,5

1/La suma de los parciales no es equivalente al total de la balanza comercial
Fuente: DIAN- DANE (IMPO)
Nota: La balanza para la Unión Europea corresponde a los 28 países integrantes actualmente. Se incorporan desde la información de 1995 con el fin de garantizar la comparabilidad de las series estadísticas.
* Corresponde hasta el mes de abril
Actualizado el 22 de junio de 2021

Este documento es propiedad de la Administración Central del Municipio de Santiago de Cali. Prohibida su alteración o modificación por cualquier medio, sin previa autorización del Alcalde.

Exportaciones de Colombia tradicionales
Café, Carbón, Petróleo y sus derivados y Ferroníquel[12]

Colombia, exportaciones de café, carbón, petróleo y sus derivados, ferroníquel y no tradicionales, según valores y toneladas métricas
2020 - 2021 p (Marzo)

MES	Exportaciones tradicionales									Exportaciones no tradicionales	Total exportaciones
	Café		Carbón		Petróleo y sus derivados		Ferroníquel		Total Exportaciones Tradicionales		
	Miles de Dólares FOB	Toneladas Métricas	Miles de Dólares FOB	Toneladas Métricas	Miles de Dólares FOB	Toneladas Métricas	Miles de Dólares FOB	Toneladas Métricas	Miles de Dólares FOB	Miles de Dólares FOB	Miles de Dólares FOB
ene-20	242.392	73.420	826.544	14.007.616	1.217.174	3.154.713	38.790	10.129	2.324.900	1.094.566	3.419.466
feb-20	208.759	61.141	460.774	7.153.941	1.022.315	3.233.681	1.832	551	1.693.680	1.249.946	2.943.626
mar-20	163.185	48.318	322.585	5.931.301	628.250	3.456.976	49.453	13.499	1.163.473	1.275.562	2.439.036
Totales 20	**614.335**	**182.879**	**1.609.903**	**27.092.858**	**2.867.739**	**9.845.370**	**90.075**	**24.179**	**5.182.053**	**3.620.074**	**8.802.127**
ene-21	247.990	66.105	251.118	3.876.853	926.353	2.729.554	33.478	8.224	1.458.940	1.147.875	2.606.815
feb-21	259.823	66.702	444.899	7.382.963	809.022	2.054.908	28.639	6.491	1.542.383	1.398.424	2.940.807
mar-21	266.853	66.732	264.804	3.354.950	1.077.697	2.710.266	29.687	5.688	1.639.041	1.687.588	3.326.629
Totales 21	**774.666**	**199.539**	**960.822**	**14.614.766**	**2.813.072**	**7.494.729**	**91.804**	**20.404**	**4.640.364**	**4.233.887**	**8.874.251**

Fuente: DIAN - DANE (EXPO)
[p] Cifras preliminares.
Actualizado el 30 de abril de 2021

TRM

La tasa de cambio representativa del mercado (TRM) es la cantidad de pesos colombianos por un dólar de los Estados Unidos. La TRM se calcula con base en las operaciones de compra y venta de divisas entre intermediarios financieros que transan en el mercado cambiario colombiano, con cumplimiento el mismo día cuando se realiza la negociación de las divisas. Actualmente la Superintendencia Financiera de Colombia es la que calcula y certifica diariamente la TRM con base en las operaciones registradas el día hábil inmediatamente anterior.

Analizando el comportamiento que la TRM ha tenido en los últimos 5 años encontramos que esta ha tenido un comportamiento alcista llegando en promedio a los $3.693 durante el año 2020; en lo corrido del año 2021 el promedio de esta divisa ha estado en $3.683,66, aunque el promedio de la divisa es mejor al promedio del año 2020, cabe destacar que la fluctuación obedece a la incertidumbre de los mercados y a la reactivación económica que están haciendo los países debido a la pandemia que afectó al mundo entero. Ahora bien, para el caso colombiano la incertidumbre es más alta debido a la propuesta de la reforma tributaria, el déficit que el gobierno central argumenta que tiene. Si analizamos esta alza en la economía nacional encontramos que los directamente beneficiados son los exportadores e inversionistas de alto nivel que tienen sus productos en moneda extranjera y/o reciben su retribución comercial en moneda extranjera, además de mercados emergentes que se benefician por el nivel cambiario; para los Importadores de insumos y servicios, comerciantes al por mayor y al detal, productores nacionales que dependen de materia prima importada, tecnología y transporte entre otros el alza se traduce en

[12] Fuente: DIAN - DANE (EXPO) - p Cifras preliminares. - Actualizado el 30 de abril de 2021

Este documento es propiedad de la Administración Central del Municipio de Santiago de Cali. Prohibida su alteración o modificación por cualquier medio, sin previa autorización del Alcalde.

un incremento directamente proporcional a los productos, bienes y servicios gravados con sus respectivos aranceles.

TRM 01-06- 2020 A 30-06-2021[13]



[13] Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia.

Este documento es propiedad de la Administración Central del Municipio de Santiago de Cali. Prohibida su alteración o modificación por cualquier medio, sin previa autorización del Alcalde.

Año - Mes (aaaa -mm)	Promedio mensual	Fin de mes
2021-06	3.693,00	3.756,67
2021-05	3.741,96	3.715,28
2021-04	3.651,85	3.712,89
2021-03	3.617,00	3.736,91
2021-02	3.552,43	3.624,39
2021-01	3.494,53	3.559,46
2020-12	3.468,50	3.432,50
2020-11	3.680,67	3.611,44
2020-10	3.833,06	3.858,56
2020-09	3.749,86	3.878,94
2020-08	3.788,10	3.760,38

Lo cierto es que la volatilidad del dólar pone en aprieto a quienes tienen que depender del mismo para comprar insumos, productos o servicios en el extranjero, pero también abre la oportunidad a empresas que producen bienes o servicios y estos son comercializados en el exterior con esta divisa, hecho que hace que su producto sea más competitivo en el exterior y que a su vez su ingreso tenga un mejor margen de ganancias. Es probable que algunas organizaciones logren aprovechar la coyuntura para captar parte del mercado interno que hoy prefiere contratar sus servicios a empresas extranjeras. Si el dólar continúa su carrera alcista, los consumidores colombianos deben acostumbrarse a precios mayores de los que pagaban hace un año por esta gran volatilidad de la moneda extranjera.

Panorama Actual Herramientas de Gestión en Redes

Social Media es un sistema de plataformas donde la gestión de la información es creada y visualizada por los usuarios mediante la tecnología web 2.0, donde además pueden compartir y transferir textos, fotografías, audio, vídeo. Este conjunto de plataformas y herramientas ha cambiado por completo el modo participativo de los usuarios en la información, su acceso y la forma de difusión; adicional a esto con la creación y masificación de las redes sociales que no son más que comunidades virtuales donde se pueden hacer o encontrar amigos, se comparte diferentes contenidos de información con los usuarios y se utiliza como un medio de expresión y comunicación. Estas, han venido evolucionando hasta tal punto que es extraño que una persona no pertenezca a alguna red social, los diferentes servicios que ofrecen las convierten en una herramienta fundamental en la vida cotidiana de cada uno de sus usuarios; la información que se ofrece es simultánea y a las comunidades virtuales.

Este documento es propiedad de la Administración Central del Municipio de Santiago de Cali. Prohibida su alteración o modificación por cualquier medio, sin previa autorización del Alcalde.

Hablar de social media se ha convertido en un tema que abarca, prácticamente, todo lo que rodea nuestra vida diaria, tanto en lo personal, como en lo empresarial. Colombia se caracteriza por ser un país tecnológico donde las redes sociales, el marketing digital y el e-commerce siempre están de primeros en la lista. Las redes sociales, junto con el marketing digital son estrategias que en la actualidad no pueden tratarse por separado, ya que guardan cercana relación cuando una empresa quiere ser exitosa en Internet; aunado a lograr el posicionamiento correcto de un sitio web dentro de los motores de búsqueda en el mundo virtual.

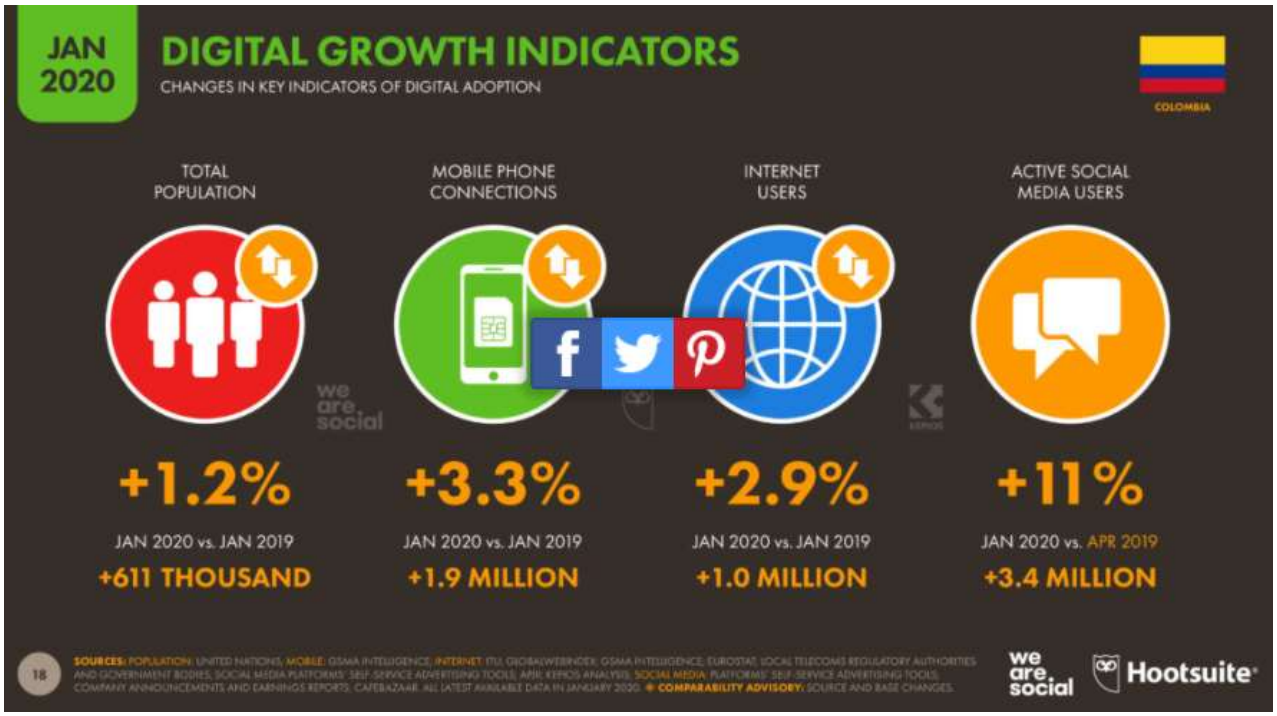
Las tendencias de social media abandonan, en gran medida, modelos anteriores. La madurez de los usuarios de redes sociales, las nuevas generaciones y plataformas, la sofisticación de los canales en cuanto a funcionalidades y formatos publicitarios o el desarrollo de nuevas tecnologías, son los principales motivos que cambiarán sustancialmente el modo de abordar una estrategia de social media marketing el próximo año.

Al margen de las posibilidades tecnológicas y formales, algo está cambiando en el fondo: los contenidos relevantes ganan terreno a los mensajes puramente comerciales y se aprecia un discurso cada vez más humanizado, en el que las marcas toman partido frente a las preocupaciones sociales y actúan en consonancia. Por ello, las tendencias de social media han de contemplar un cambio en el discurso de manera transversal, que dote a las marcas de personalidad y las acerque sensiblemente a los consumidores.

El social media, en la actualidad, es la estrategia más usada del marketing digital en Colombia. Tal afirmación se basa en que 35 millones de usuarios se encuentran pendientes de las redes sociales y eso, a su vez, representa el 69 % de la población colombiana. En este sentido, manejar una estrategia de marketing digital correcta dentro de un sitio web y dentro de las redes sociales es vital. La cifra de los usuarios de internet ha presentado un incremento del 2.9%, lo que representa más de un millón de nuevos usuarios del servicio, mientras que el incremento de usuarios de redes sociales ha sido de un 11%, lo que ha conseguido 3.4 millones de nuevos perfiles[14].

[14] Fuente: https://datareportal.com/reports/digital-2020-colombia

Este documento es propiedad de la Administración Central del Municipio de Santiago de Cali. Prohibida su alteración o modificación por cualquier medio, sin previa autorización del Alcalde.



Ahora bien sabemos que internet es un mundo digital con infinidades de caminos para navegar e informarse, en un contexto digital donde se tienen infinidades de alternativas, se ha identificado las actividades más relevantes socialmente hablando que una persona promedio realiza; al revisar el tiempo promedio que pasan los colombianos en los distintos servicios disponibles, los ciudadanos en promedio de entre 16 y 64 años se ha determinado que pasan utilizando internet alrededor de nueve horas y 10 minutos, mientras que el tiempo que pasan en las redes sociales es de tres horas y 45 minutos; consumen programas televisivos con un tiempo de conexión promedio tres horas y 30 minutos, mientras que escuchan música mediante servicios en línea durante una hora y 24 minutos y juegan en sus consolas de videojuegos un total de 53 minutos[15].

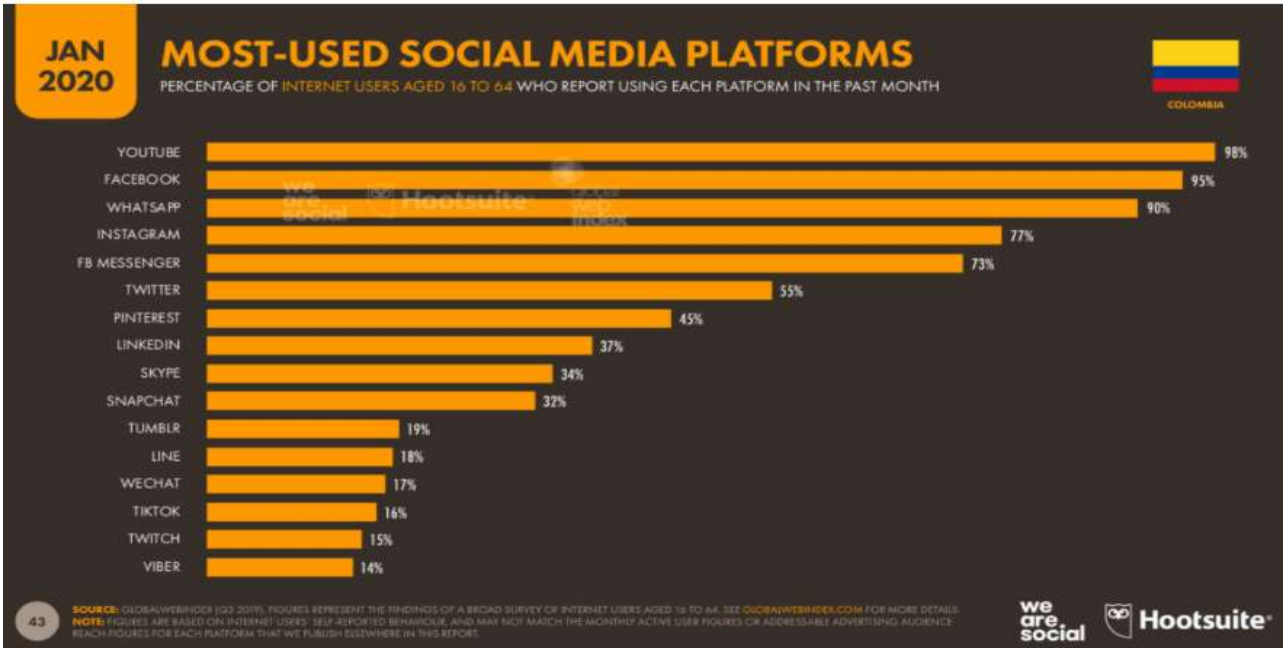
Después de analizar las cifras del consumo del tiempo en el ámbito digital, es relevante identificar el medio más utilizado para acceder a la red; de esta manera pasamos a analizar los datos que arroja el internet móvil, para conocer los usuarios del servicio que acceden al mismo mediante el uso de sus celulares, teniendo que hay un total de 33.39 millones de usuarios de internet móvil, lo que representa un 95% de los usuarios de internet total. Donde hay un 91% que utilizan el internet móvil a través de sus teléfonos inteligentes, mientras que solo un 10% accede a internet

[15] Fuente: https://datareportal.com/reports/digital-2020-colombia

Este documento es propiedad de la Administración Central del Municipio de Santiago de Cali. Prohibida su alteración o modificación por cualquier medio, sin previa autorización del Alcalde.

móvil mediante dispositivos que no son inteligentes y el promedio de tiempo de uso del servicio de internet móvil en los teléfonos celulares es de cuatro horas y 49 minutos[16].

En Colombia; el uso de redes sociales ocupa el 98 % de las actividades realizadas por los usuarios dentro de sus dispositivos inteligentes y está directamente ligada a redes como Facebook, Instagram, Twitter y YouTube. De hecho, las redes sociales en nuestro país están tan activas que, si una persona, marca o empresa realiza una campaña de ADS en Facebook, por ejemplo, "podrá alcanzar a 32 millones de personas en Colombia, de los cuales el 97,8 % acceden a la aplicación (Facebook) mediante dispositivos móviles". Las redes que los colombianos prefieren y que son las más consultadas son: Youtube con 98%, Facebook con 78% e Instagram 29% de los usuarios activos. Un vistazo más amplio se presenta en la siguiente gráfica:



El[17] 80% de las personas entre 18 y 55 años tienen redes sociales. Por eso, la escucha activa es esencial para saber qué dicen de nuestra marca y el social listening se ha convertido en la mejor herramienta para monitorizar todos los comentarios sobre nosotros. Al ver el impacto que tienen las redes sociales en el comportamiento de quienes las usan continuamente, encontramos otra rama del mundo digital que es muy amplia y que solo para efectos de este análisis se tocará una de las tantas maneras que ofrece el mundo digital para monitorear o escuchar lo que se habla en

[16] Fuente: https://datareportal.com/reports/digital-2020-colombia
[17] Fuente: Social Listening: qué es y qué beneficios aporta a una empresa - https://www.iebschool.com/blog/social-listening-redes-sociales/

Este documento es propiedad de la Administración Central del Municipio de Santiago de Cali. Prohibida su alteración o modificación por cualquier medio, sin previa autorización del Alcalde.

redes de un tema específico; estamos hablando de Social Media Listening; que no es más que una técnica que permite a empresas y marcas conocer todo aquello que se dice o se comenta en redes sociales sobre la propia marca. Para ello se utilizan herramientas de monitorización, que es la forma de hacer un seguimiento detallado de lo que dicen de nosotros fuera de nuestro "entorno digital".

Su función principal es medir la efectividad y la frecuencia de las menciones, publicaciones o temas relevantes para una entidad, en los distintos medios sociales y evaluar el impacto de las mismas sobre las acciones generadas por las organizaciones; además; esta técnica también permite conocer qué dicen los usuarios que frecuentan las redes sociales, como se ve reflejadas positiva o negativamente las campañas informativas, permite cuantificar el grado de aceptación de la información posteada e incluso permite identificar cuantas veces se ha replicado la información, cuantos comentarios reales se han hecho y cuantos de estos comentarios han impactado positiva o negativamente el post. Para sumergirse en el social listening, es necesario explorar el universo de las redes sociales partiendo desde lo simple hasta llegar a lo más profundo de las opiniones, apreciaciones, reseñas, movimientos etc. Si bien es un proceso complejo y dispendioso, las nuevas tecnologías cuentan con desarrollo de softwares licenciados que permiten hacer la búsqueda basados en criterios y parámetros que se pueden adaptar fácilmente a la necesidad precisa y explicita que se requiera; no se trata de encontrar la información y buscar responder o contrarrestar lo que se vaya encontrando, por el contrario, esta herramienta promueve mantener una postura ecuánime como observador del proceso y recoger la mayor cantidad de información que se pueda; clarificando el panorama y permitiendo identificar posibles amenazas, noticias falsas, software o robots que despliegan información falsa, opciones de mejora y puntos fuertes.

Otros beneficios que se obtienen por implementar esta clase de sistemas son:

- Conocer la opinión de los ciudadanos sobre los planes, programas y proyectos de la administración pública.
- Entender al ciudadano: Podemos analizar que piensa sobre las acciones desplegadas por la administración y su impacto.
- Derecho de acceso a la información pública, rendición de cuentas: Un sistema de alertas nos ayudará a identificar y obtener información en tiempo real, para detectar cualquier información engañosa que quiera desinformar la ciudadanía, para de esta manera anticiparnos a realizar las acciones comunicativas que tiendan a brindar información veraz a la misma.
- Transparencia - Medidas anticorrupción: Si lanzamos una determina acción, offline u online, podemos ver qué grado de aceptación ha tenido entre los ciudadanos y el alcance que ha tenido dentro y fuera de nuestra comunidad, así como permitirá gestionar las denuncias ciudadanas por corrupción u otros inconvenientes que se llegaren a presentar para el desarrollo efectivo de los planes, programas y proyectos.

Este documento es propiedad de la Administración Central del Municipio de Santiago de Cali. Prohibida su alteración o modificación por cualquier medio, sin previa autorización del Alcalde.

- Fortalecimiento de la capacidad institucional: Si hacemos un rastreo a tiempo real podemos identificar rápidamente cualquier malentendido o problema que tengan los ciudadanos con el acceso a los servicios brindados por la administración pública. Detectarlo a tiempo es clave para evitar que la ciudadanía se prive de los beneficios a los cuales podrían acceder.
- Detectar fallas en nuestros servicios: Gracias a las opiniones de los ciudadanos en redes sociales podremos detectar errores y posibles mejoras a incorporar en nuestros servicios.
- Mejorar las estrategias de comunicación a partir de toda la gestión de redes sociales.

Si bien los beneficios van desde el análisis de datos, pasando por estadísticas reales de los procesos que se gestionan; llegando a la detección de contenido malintencionado o de dudosa procedencia; las herramientas de escucha abren la puerta para el seguimiento de un tema puntual en el gran mundo de las redes sociales e internet; buscando capturar información que permita tener una base clara y real, cuantificable del universo digital.

Marco legal de las TIC en Colombia

Después de analizar los componentes del sector TIC y de tener una idea más clara sobre los servicios que puede ofrecer tomando como referencia los aspectos que componen el sector, entraremos a revisar los agentes regulatorios que fomentan el equilibrio y la competencia igualitaria para el sector, además de velar por los derechos del consumidor entre otros.

En Colombia las normas reglamentarias nacionales aluden a las redes, sistemas y servicios de telecomunicaciones, dejando en un marco independiente las tecnologías y su mantenimiento, partiendo del principio que estas no forman parte directa de incidencias privadas o públicas que inclinen o jueguen a favor de alguno de estos entes o de sus mercados; es decir en sí mismas son neutrales y pueden ser aptas para la configuración de las redes y la prestación de los servicios de telecomunicaciones. Colombia mantiene una política de neutralidad tecnológica, donde la regulación es independiente de la tecnología de acuerdo a lo establecido en la ley 1341 de 2009, que regula todo lo relacionado con las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC).

De otra parte, en lo que atañe específicamente al sector de las Tecnologías de la información y las Comunicaciones (TIC), la Ley 1341 de 2009, define el marco general para la formulación de las políticas públicas que regirán dicho sector, en su artículo 2 establece que la investigación, el fomento, la promoción y el desarrollo de las TIC son una política de Estado que involucra a todos los sectores y niveles de la administración pública y de la sociedad, a fin de contribuir al desarrollo educativo, cultural, económico, social y político e incrementar la productividad, la competitividad, el respeto a los Derechos Humanos inherentes y la inclusión social. Asimismo, la Ley 1341 al listar en su artículo 4 las facultades de intervención del Gobierno en el sector TIC, para incentivar y promover el desarrollo de la industria de tecnologías de la información y las comunicaciones y contribuir al crecimiento económico, la competitividad, la generación de empleo y las exportaciones.

Este documento es propiedad de la Administración Central del Municipio de Santiago de Cali. Prohibida su alteración o modificación por cualquier medio, sin previa autorización del Alcalde.

Así mismo la Ley 1341 del 30 de julio de 2009 - "Por la cual se definen Principios y conceptos sobre la sociedad de la información y la organización de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones -TIC-, se crea la Agencia Nacional del Espectro y se dictan otras disposiciones" para facilitar acceso de todos los habitantes del territorio nacional a las TIC, para lo cual, entre otras actividades se le autoriza a financiar planes, programas y proyectos para promover la investigación, el desarrollo y la innovación de las Tecnologías de Información y las Comunicaciones dando prioridad al desarrollo de contenidos.

La Comisión de Regulación de Comunicaciones (CRC) ha implementado una serie de medidas regulatorias orientadas a la protección de los usuarios de los servicios de comunicaciones, entre las que se encuentran: la eliminación de cláusulas de permanencia para servicios de comunicaciones móviles, el modelo de contrato único, el Régimen de Protección de Usuarios de servicios de comunicaciones y postales, la implementación y operación de la Portabilidad Numérica Móvil y la Compensación Automática, entre otras.

Para el presente estudio y soportando el marco jurídico normativo nacional; a continuación, se relacionan en orden cronológico leyes, normas y /o decretos más importantes que fundamentan este análisis:

- Ley 23 de 1982 - Sobre derechos de autor; arts. 31 a 44
- Ley 46 de 1985 - Por medio de la cual se aprueban el "convenio de telecomunicaciones", firmado en nairobi el 6 de noviembre de 1982 y el "reglamento de radiocomunicaciones de la unión internacional de telecomunicaciones", adoptado en ginebra el 6 de diciembre de 1979
- Ley 72 de 1989 - Por la cual se definen nuevos conceptos y principios sobre la organización de las telecomunicaciones en Colombia y sobre el régimen de concesión de los servicios y se confieren unas facultades extraordinarias al presidente de la república
- Ley 94 de 1993 - Por la cual se fomenta el desarrollo de la radio experimentación a nivel aficionado y la nación se asocia al sexagésimo aniversario de la fundación de la liga colombiana de radioaficionados.
- Ley 527 de 1999 - Por medio de la cual se define y reglamenta el acceso y uso de los mensajes de datos, del comercio electrónico y de las firmas digitales, y se establecen las entidades de certificación y se dictan otras disposiciones.
- Ley 680 de 2001 - Por la cual se reforman las leyes 14 de 1991, 182 de 1995, 335 de 1996 y se dictan otras disposiciones en materia de televisión.
- LEY 1065 de 2006 - Por la cual se define la administración de registros de nombres de dominio .co y se dictan otras disposiciones; Art. 2o
- Ley 1221 de 2008 - Por la cual se establecen normas para promover y regular el teletrabajo y se dictan otras disposiciones
- Ley 1369 de 2009 - Por medio de la cual se establece el régimen de los servicios postales y se dictan otras disposiciones

Este documento es propiedad de la Administración Central del Municipio de Santiago de Cali. Prohibida su alteración o modificación por cualquier medio, sin previa autorización del Alcalde.

- Ley 1341 de 2009 - Por la cual se definen principios y conceptos sobre la sociedad de la información y la organización de las tecnologías de la información y las comunicaciones -tic-, se crea la agencia nacional de espectro y se dictan otras disposiciones
- Ley 1273 de 2009 - Por medio de la cual se modifica el código penal, se crea un nuevo bien jurídico tutelado - denominado "de la protección de la información y de los datos"- y se preservan integralmente los sistemas que utilicen las tecnologías de la información y las comunicaciones, entre otras disposiciones
- Ley 1507 de 2012 - Por la cual se establece la distribución de competencias entre las entidades del estado en materia de televisión y se dictan otras disposiciones.
- Ley 1978 de 2019 - Por la cual se moderniza el sector de las tecnologías de la información y las comunicaciones (tic), se distribuyen competencias, se crea un regulador único y se dictan otras disposiciones
- LEY 1955 de 2019 - Por el cual se expide el Plan Nacional de Desarrollo 2018-2022 "Pacto por Colombia, Pacto por la Equidad"; Art. 147
- Resoluciones 325, 326, 327, 328, 329, 330, 331, 332 y 333 del 20 de febrero de 2020; Ministerio de Comunicaciones.

Marco legal de las redes sociales:

En el siguiente cuadro encontrara un listado de las diferentes normas que aplican para a las redes sociales en Colombia con una breve descripción de su aplicación para este servicio[18]:

Norma	Título Norma	Aplicación en redes sociales
Ley 23 de 1982	Sobre derechos de autor	Para la protección de las obras y sus derechos patrimoniales y morales
LEY ESTATUTARIA 1581 DE 2012	Por la cual se dictan disposiciones generales para la protección de datos personales.	Principios para el tratamiento de datos personales • Principio de legalidad en materia de Tratamiento de datos • Principio de finalidad • Principio de libertad • Principio de veracidad o calidad • Principio de transparencia • Principio de acceso y circulación restringida • Principio de seguridad • Principio de confidencialidad

[18] Fuente: http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/constitucion_politica_1991.html

Este documento es propiedad de la Administración Central del Municipio de Santiago de Cali. Prohibida su alteración o modificación por cualquier medio, sin previa autorización del Alcalde.

Norma	Título Norma	Aplicación en redes sociales
Ley 23 de 1982	Sobre derechos de autor	Para la protección de las obras y sus derechos patrimoniales y morales
Ley 1273 de 2009	Por medio de la cual se modifica el Código Penal, se crea un nuevo bien jurídico tutelado -denominado "de la protección de la información y de los datos"- y se preservan integralmente los sistemas que utilicen las tecnologías de la información y las comunicaciones, entre otras disposiciones	• De los atentados contra la confidencialidad, la integridad y la disponibilidad de los datos y de los sistemas informáticos • De los atentados informáticos y otras infracciones
Decreto 4948 de 2009	Por el cual se reglamenta la habilitación general para la provisión de redes y servicios de telecomunicaciones y el registro de TIC	• Establece que la inscripción en el registro de TIC, por parte de los proveedores de los servicios de radiodifusión sonora, se sujetará a la reglamentación especial establecida para esta clase de servicios. • Dicha reglamentación especial está contenida en la Resolución 415 de 2010 en los artículos 98 a 101. • Según esta reglamentación especial Son aplicables a los proveedores de los servicios de radiodifusión sonora las normas sobre procedimiento, reformas y cancelación del registro a que hace referencia la reglamentación general sobre el registro de proveedores de redes y servicios de telecomunicaciones.

Este documento es propiedad de la Administración Central del Municipio de Santiago de Cali. Prohibida su alteración o modificación por cualquier medio, sin previa autorización del Alcalde.

Normatividad Aplicable para Derechos de Autor:



A nivel **Constitucional**; (entre otros) el artículo 61 que acoge a toda la reglamentación de la Propiedad Intelectual y la Decisión 351 de 1993 de Régimen Común sobre Derechos de Autor y Derechos Conexos.

A nivel de **Leyes**; (entre otras) la Ley 23 de 1982 correspondiente al Régimen general de derechos de Autor, la Ley 44 de 1993 que modifica y adiciona la Ley 23 de 1982 y Modifica la Ley 29 de 1944. Ley 599 de 2000 o Código Penal Colombiano, artículo 28 Ley 57 de 1887 o Código Civil, Ley 141 de 1961 o Código Sustantivo del Trabajo, Ley 1493 de 2011. Ley 545 de 1999 Sobre interpretación o ejecución y fonogramas (WPPT). Ley 565 de Febrero 2 de 2000 con el que se aprueba el tratado de la OMPI sobre Derechos de Autor (WCT).

Ley 26 de Diciembre 21 de 1992 sobre el cuál se aprueba el tratado sobre el registro internacional de obras audiovisuales (Ley declarada exequible por la Corte Constitucional[19].

A nivel de **Decretos**; (Entre otros) todos aquellos que generan la reglamentación de las leyes vigentes en Propiedad Intelectual, como 1258 de 2012 sobre las artes escénicas, Decreto 3942 de 2010 que reglamenta las Leyes 23 y 44, Decreto 1162 de 2010 por el que se organiza el sistema administrativo Nacional de Propiedad Intelectual y se crea la comisión intersectorial de Propiedad Intelectual, Decreto 4835 de 2008 por el cual se modifica la estructura de la Dirección Nacional de Derecho de Autor y se dictan otras disposiciones, Decreto 1360 de 1989 de Normatividad relativa a los Derechos de Autor y Decreto 460 de 1995 que reglamenta el Registro Nacional de Derecho de Autor y se regula el Depósito Legal y en materia de contratación estatal se encuentra regulado en los artículos 2.2.1.1.1.3.1., y 2.2.1.2.1.4.8 del Decreto 1082 de 2015.

A nivel de **Tratados Multilaterales**; (Entre otros) el Convenio de Berna, el Tratado

[19] Sentencia C-489 de Octubre de 1993. Magistrado ponente Antonio Barrera Carbonell.

Este documento es propiedad de la Administración Central del Municipio de Santiago de Cali. Prohibida su alteración o modificación por cualquier medio, sin previa autorización del Alcalde.

Internacional para Obras Audiovisuales, la Convención sobre propiedad Literaria y Artística. Tratado de los ADPIC, supeditado a la Constitución de la UNESCO y en los Principios Universales de los derechos Humanos. Convención Universal del derecho de Autor, Convención de Roma de 1961. Tratado OMPI sobre interpretación o ejecución de fonogramas (Aprobado por la Ley 545 de 1999). Tratado de la OMPI sobre Derecho de Autor de 1996 (Aprobado por la Ley 565 de 2000).

A nivel de **Tratados Bilaterales**; los tratados entre Colombia y Alemania, Colombia y Estado Unidos, Colombia y Canadá, Colombia y Francia, Colombia y España.

Los Derechos de Autor en las plataformas virtuales[20]:

Los Derechos de Autor en la red, están representados en una serie de obras tal y como se encuadran en la Gráfica a continuación:



Obras en la RED

- **Nombre de Dominio**: Considerado un tipo de marca de los signos distintivos (remitirse a la sección de marcas en "otros signos distintivos").

[20] https://www.utadeo.edu.co/files/collections/documents/field_attached_file/moduloii_2.pdf, rescatado el 26 de marzo de 2020.

Este documento es propiedad de la Administración Central del Municipio de Santiago de Cali. Prohibida su alteración o modificación por cualquier medio, sin previa autorización del Alcalde.

- **Páginas WEB:** Obras de alta creatividad, formadas por códigos que en su conjunto logran una composición de diseño, involucrando figuras, colores, imágenes, etc.
- ***Software:*** *Es un tipo de lenguaje, que pertenece a la clasificación de las obras literarias. Decisión 351 de 1993, artículo 4, literal l.*
- **Bases de datos de compilación:** Divididas en inclusión de obras, en cuyo caso se considerarían obras derivadas y la de datos que no necesariamente está protegida por los derechos de autor.
- **Imágenes y videos:** Figura trabajada mediante un "convertidor ADC, que guarda cada lectura de voltaje como un píxel representando zonas, a lo largo de una línea que contiene un número de píxel por pulgada" y "Traducción de información mediante procesadores de información digital DSP"[21].
- **Imágenes en la realidad virtual (VR)**: No pueden ser trabajados como una película en tercera dimensión (3-D). Esta división trabaja con lenguaje VRML o de modelación de realidad virtual que es "*Un lenguaje de modelación es una descripción matemática de formas geométricas*"[16], éstos no están contemplados como tales en la decisión 351 de 1993 ni en la Ley 23 de 1982, aunque se asimilarían a lo dispuesto en su artículo 2 en el que la protección de los derechos de autor recae en "cualquier otro medio conocido o por conocer".

Descripción De La Necesidad

Atendiendo las responsabilidades de la Oficina de Comunicaciones y la importancia que tiene para el gobierno local, se hace necesario desarrollar estrategias e iniciativas que permitan visibilizar la gestión de la Alcaldía de cara a los ciudadanos, por ello la Oficina de Comunicaciones continúa con la estrategia de mantener una adecuada comunicación desde el carácter institucional y gubernamental en función de las iniciativas que impulsa la Alcaldía Distrital de Santiago de Cali, orientadas desde el Plan de Desarrollo Cali Unida por la Vida 2020 – 2023, sus dimensiones y los proyectos que se ejecutarán en el marco de este.

En este escenario se ha identificado una necesidad puntual de emplear un software que sea una herramienta de gestión unificada y centralizada para el seguimiento, medición y control de los contenidos de las redes sociales de la Alcaldía de Santiago de Cali en desarrollo de las actividades del proyecto denominado: "IMPLEMENTACIÓN DE ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL CLARA Y TRANSPARENTE EN SANTIAGO DE CALI" con ficha BP-26003011.; encaminadas al fortalecimiento de la gestión pública.

Esta herramienta nos permitirá navegar en el universo digital logrando identificar noticias falsas o que pretendan desinformar a la ciudadanía, así como entender el tono de los mensajes y a partir de allí podrá la administración generar alertas tempranas tomando decisiones en aras de mejorar la comunicación para mantener a la ciudadanía bien informada.

[21] WHITE. Ron. *Cómo funcionan las computadoras*. Prentice Hall. Págs. 119 y 143

Este documento es propiedad de la Administración Central del Municipio de Santiago de Cali. Prohibida su alteración o modificación por cualquier medio, sin previa autorización del Alcalde.

Para realizar la escogencia del proveedor idóneo es preciso analizar las opciones comerciales, su alcance, precio, respaldo local, garantía y valores agregados contenidos en el siguiente cuadro:

Tipo de criterio:	Criterio:
Tipo de Herramienta	Software intuitivo, licenciado, con soporte y/o acompañamiento técnico para su implementación y uso.
Valor de la Propuesta	Valor anual: teniendo en cuenta que se trata de una licencia de uso, se cancelará un valor unitario fijo sin incrementos por fluctuaciones de la TRM
Trayectoria	Organización con experiencia demostrada en el mercado.
Valores Agregados	Acompañamiento permanente, garantía extendida, capacitación y certificación al personal por su implementación, manejo y uso.

Luego de evaluar el mercado la Oficina de Comunicaciones concluye que requiere emplear un software especializado como herramienta de gestión unificada y centralizada para el seguimiento, medición y control de los contenidos de las redes sociales de la Alcaldía de Santiago de Cali; basado en las siguientes actividades:

Descripción de la actividad
• Acceso al panel del sofware para 5 usuarios del equipo digital de Alcaldía: Este panel permite manejar las redes sociales Facebook, Instagram, Twitter y YouTube, lo cual incluye aprobación de contenido, publicación y programación (con fecha y hora exacta) de contenidos, contestar mensajes internos y comentarios realizados dentro de las publicaciones. • Crear reportes de métricas con análisis cualitativos de forma ilimitada e inmediata cada vez que se requiera. Esto puede ser mediante cada una de las redes sociales, o todas al mismo tiempo. Incluso, por segmentación de fechas específicas o temáticas necesarias. Además, se exportan en el formato de su preferencia: CVS, XLSX, PDF o PPT. • Conectar hasta 35 cuentas de Facebook, Instagram, Twitter y YouTube. • Uso de hasta 5 URL personalizados para acortar enlaces extensos, los cuales se pueden utilizar ilimitadas veces durante cada mes, entregando reportes de clics y desde dónde vino cada clic (país, qué red social, cuántos clics en total). • Análisis de palabras claves mediante social listening, los cuales incluye un rastreo de comentarios publicados en todas las redes sociales antes mencionadas, generando informes cualitativos de sentimiento y percepción, además de alcances de cada palabra clave, con hasta un año de antigüedad. • Capacitaciones al equipo requerido de la Oficina de Comunicaciones con hasta 60 minutos de entrenamiento en vivo mensual, para el máximo aprovechamiento de la plataforma. Y con hasta 3 horas de capacitación al equipo en la herramienta de social listening. • Soporte premium 24/7 en español para resolver dudas y problemas que puedan tener utilizando la aplicación. • 5 certificaciones para los 5 usuarios del equipo de la Alcaldía para garantizar que conocen del uso de la plataforma y la social listening.

Este documento es propiedad de la Administración Central del Municipio de Santiago de Cali. Prohibida su alteración o modificación por cualquier medio, sin previa autorización del Alcalde.

La persona u organización elegida deberá contar con experiencia y/o trayectoria reconocida en el mercado y un buen portafolio de servicios; atributos adecuados que muestran la capacidad de apoyar las necesidades que requiere la Oficina de Comunicaciones y su estrategia.

Principales diferencias entre Social Monitoring (monitoreo de medios) y Social Listening (Escucha social).

No es secreto para nadie que en esta revolución tecnológica los datos adquieren cada vez más valor, para que podamos entender lo que sucede en el mundo 2.0 podemos acudir al social listening y el social monitoring, a pesar que una se complementa con la otra; estas representan dos estrategias diferentes. El social monitoring busca identificar y responder a menciones de los usuarios a las marcas en las redes sociales que pueden impactar la reputación de manera positiva o negativa. El social listening, recopila los datos de las menciones sociales y conversaciones más amplias de esos usuarios, para poder obtener insights relevantes que permiten tomar mejores decisiones que beneficien a los usuarios y las entidades.

Lo primero que se debe hacer para ejecutar estas estrategias correctamente es entender qué es lo que hace que cada una sea única. A continuación, se relacionan las principales diferencias entre estas con el propósito de identificar las diferencias marcadas y la forma de actuar de cada una de estas.

Social Listening	Social Monitoring
Da seguimiento a las menciones y reacciones que la Entidad recibe en diferentes plataformas sociales	Te muestra un panorama general de las tendencias más importantes en redes sociales
Mide el impacto (cualitativo y cuantitativo) de todos los mensajes y publicaciones realizados en redes.	Monitorea menciones acerca de productos y/o servicios, influencias y otras páginas de interés para los usuarios.
Genera insights importantes que le permiten desarrollar contenido de valor para los Seguidores de este tipo de contenido.	Te da insights específicos de la Entidad o industria en el entorno digital.
Muestra de forma general el sentimiento y la percepción de los usuarios acerca de la Entidad	Evalúa el impacto mediático de sucesos políticos y sociales en diversas plataformas
Identifica y clasifica a los seguidores de información a finque se pueda realizar una estrategia de mayor impacto.	Ayuda a predecir eventos que puedan impactar a la Entidad mediante el monitoreo de páginas de noticias o líderes de opinión.
Proporciona una mirada de 360° a la reputación de la Entidad que facilita la gestión.	Revela información valiosa para evitar crisis futuras de la Entidad

Este documento es propiedad de la Administración Central del Municipio de Santiago de Cali. Prohibida su alteración o modificación por cualquier medio, sin previa autorización del Alcalde.

Señala las debilidades y áreas de oportunidad en la comunicación de la organización	Permite encontrar el canal adecuado para los mensajes o estrategias
Permite analizar el discurso de Entidad para saber si es sólido y está alineado con sus valores a través de inteligencia artificial.	Ayuda a localizar a los principales influenciadores o detractores relacionados con la organización
Permite mejorar y atender de forma inmediata la relación con los seguidores	Permite tratar temas de interés para los seguidores
Muestra resultados en tiempo real de las tendencias y sucesos más importantes de la red para actuar con rapidez.	Muestra resultados de interacciones y tendencias relevantes para la organización

En Resumen

Mientras el social listening se centra en seguir y medir el desempeño de la entidad en el espacio digital (percepción de los seguidores, menciones de la entidad, el impacto de los mensajes, etc.), el social Monitoring toma en cuenta los aspectos más generales que suceden en la red, pero que de alguna manera impactan en la Entidad, como factores políticos, sociales, tendencias, temas de conversación entre otros.

ESTUDIO DE LA DEMANDA

La información de la demanda permite a la Secretaría de Gobierno - Oficina de Comunicaciones recopilar información histórica sobre la forma cómo se han contratado bienes o servicios similares, así como conocer las experiencias y recopilar información sobre las buenas prácticas que implementa tanto el Municipio de Santiago de Cali, como otras entidades estatales y organizaciones para su contratación.

Con el propósito de facilitar y fortalecer la contratación y de acuerdo con lo requerido por la entidad, según las tendencias actuales del mercado; a continuación, se relacionan los contratos suscritos por el Municipio de Santiago de Cali; así como otras entidades referentes para el presente proceso:

Este documento es propiedad de la Administración Central del Municipio de Santiago de Cali. Prohibida su alteración o modificación por cualquier medio, sin previa autorización del Alcalde.

Procesos de Contratación del Municipio de Santiago de Cali[22]

PROCESO	ENTIDAD	OBJETO CONTRATO	VALOR	MODELO DE CONTRATACIÓN	PROVEEDOR	TIEMPO EJECUCIÓN
4131.1409-2013	VALLE DEL CAUCA - ALCALDÍA MUNICIPIO DE CALI	LICENCIAMIENTO DE USO DE SOFTWARE	$ 817,917,334	Contratación Directa (Ley 1150 de 2007)	SAP COLOMBIA S.A.S	10 Días
4133.010.26.1.1282-2019	VALLE DEL CAUCA - ALCALDÍA MUNICIPIO DE CALI	Adquirir UNA (1) licencia del software MATLAB en su última versión, para generar el procesamiento de la información de las mediciones de las estaciones de ruido ambiental del Sistema de Vigilancia de Calidad del Aire de Santiago de Cali - SVCASC, dentro de las actividades del proyecto denominado: "MEJORAMIENTO DE LA RED DE MONITOREO DE RUIDO AMBIENTAL PARA SANTIAGO DE CAL!" con ficha BP-21043913.	$ 10,766,525	Contratación Directa (Ley 1150 de 2007)	COMPONENTES ELECTRÓNICAS LTDA	30 Días
4132.010.26.1.635	VALLE DEL CAUCA - ALCALDÍA MUNICIPIO DE CALI	Adquirir una (1) licencia de PTV VISUM(escala grande, nivel avanzado), con los módulos de transporte público y transporte privado, y manejo del software para siete (7) integrantes del equipo de planificación de la movilidad y del territorio del DAPM; con el fin de adquirir herramientas informáticas para el fortalecimiento técnico en el manejo de software de simulación macroscópica en transporte en la subdirección de planificación del territorio para la planificación estratégica del tránsito y el transporte, con el fin de analizar, evaluar y tomar decisiones sobre los proyectos de transporte público y privado de la ciudad, en el marco del proyecto denominado: "actualización del plan integral de movilidad urbana de Santiago de Cali con ficha BP no.17046058".	$ 230,000,000	Contratación Directa (Ley 1150 de 2007)	DIEGO ARMANDO VARGAS SALAZAR	10 Días
4133.010.26.1.956-2018	VALLE DEL CAUCA - ALCALDÍA MUNICIPIO DE CALI	Adquisición, instalación y configuración de lél licencia elel software ArcGIS, como sistema de información geográfica en la presente vigencia fiscal 2018, para fortalecer las actividades del proyecto denominado: "RECUPERACION AMBIENTAL y PAISAJISTA DE SEPARADORES VIALES, PARQUES Y ZONAS VERDES EN SANTIAGO DE CALI" , con ficha SP 21043922 y " FORTALECIMIENTO DEL SISTEMA DE CONTROL Y VIGILANCIA DEL RECURSO HIDRICO EN SANTIAGO DE CallEN SANTIAGO DE CALI", con ficha E3P 21043903.	$ 56,842,567	Contratación Directa (Ley 1150 de 2007)	ESRI COLOMBIA SAS	15 Días
4131.010.26.1.0807	VALLE DEL CAUCA - ALCALDÍA MUNICIPIO DE CALI	Adquisición, entrega, instalación y asistencia técnica de una (1) licencia del software DATA QUALITY 10.0.1 a perpetuidad y en titularidad para un servidor en producción y desarrollo con capacidad de 2 CPU - Cores para la Alcaldía de Santiago de Cal i- Departamento Administrativo de Hacienda Municipal.	$ 324,041,760	Contratación Directa (Ley 1150 de 2007)	GATI CONSULTORES S.A.S.	12 Meses
4132.010.32.1.531	VALLE DEL CAUCA - ALCALDÍA MUNICIPIO DE CALI	Adquirir una (1) licencia de PTV Visswalk 9 avanzado con el modulo de asignación dinámica, simulación, mesoscópica y Viswalk 9, y curso de capacitación basica y avanzada sobre el manejo del software para tres integrantes del equipo del Plan Integral de Movilidad Urbana, con el fin de analizar, evaluar y tomar decisiones sobre propuestas de proyectos de infraestructura vial o de renovación urbana los cuales generan unos efectos en la dinámica de viajes de la Ciudad, en el marco del proyecto "Actualización del plan integral de movilidad urbana de Santiago de Cali identificado con la ficha BP Nº 17046058	$90,000,000	Contratación Directa (Ley 1150 de 2007)	DIEGO ARMANDO VARGAS SALAZAR	3 Meses

[22] Fuente: Secop

Este documento es propiedad de la Administración Central del Municipio de Santiago de Cali. Prohibida su alteración o modificación por cualquier medio, sin previa autorización del Alcalde.

Al revisar la información del cuadro anterior; podemos evidenciar que la modalidad de contratación más utilizada que soporta juridicamente el proceso objeto de este estudio está alineada por la contratación directa bajo la subcausal del proveedor único; ahora bien, al analizar cuales son las posibles causas de este tipo de contratación debemos apoyarnos en los objetos de los contratos enunciados, donde se especifíca el propósito puntual del servicio a contratar, su alcance y relevancia; es decir corresponde a servicios muy especificos que han sido desarrollados por un proveedor que cuenta con los derechos particulares sobre un software que es de su propiedad o cuenta con la calidad de proveedor único por tener la representación exclusiva del propietario del software en Colombia.

Procesos de Contratación de otras Entidades Estatales[23]

PROCESO	ENTIDAD	OBJETO CONTRATO	VALOR	MODELO DE CONTRATACIÓN	PROVEEDOR	TIEMPO EJECUCIÓN
556-16	ANTIOQUIA - ASOCIACIÓN CANAL LOCAL DE TELEVISIÓN DE MEDELLÍN - TELEMEDELLIN -	LICENCIAMIENTO DE USO DEL SOFTWARE TRACX PARA MONITOREO DE REDES SOCIALES Y SITIOS WEB PARA LA ESTRATEGIA DIGITAL DE LA ALCALDÍA DE MEDELLÍN SEGÚN CONVENIO 4600064473 FIRMADO ENTRE TELEMEDELLÍN Y LA ALCALDÍA DE MEDELLÍN	$ 29,580,000	Contratación Directa (Ley 1150 de 2007)	CBW AGENCIA S.A.S	223 Días
CPS IUE 154-2020	ANTIOQUIA - INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO	Se requiere contratar el servicio del licenciamiento e instancias en la plataforma de AWS (Amazon Web Server) para el servicio de virtualización de contenidos para las IE oficiales del municipio de Envigado.	$40,008,712	Contratación Directa (Ley 1150 de 2007)	EXPERIMENTALY S.A.S	122 Días
1289-2019	RTVC	El contratista se obliga con RTVC a otorgar la licencia de uso de las herramientas Hoosuite y Bradwatch que hacen parte del sistema de medición que integran las estadisticas de la presecia en Redes Sociales de conformidad con las estipulaciones del anexo técnico.	$250.520.000	Contratación Directa (Ley 1150 de 2007)	MERCAR INTERNET LTDA.	30 Días
06-241-2018	ANTIOQUIA - ALCALDÍA MUNICIPIO DE RIONEGRO	ADQUISICIÓN DE LICENCIAMIENTO ON PREMISE DE LICENCIAS MANAGER Y STAFF ILIMITADAS DEL SOFTWARE SE SUITE + SOPORTE POR UN AÑO PLATINUM Y APOYO A LOS PROCESOS TÉCNICOS DE IMPLANTACIÓN DEL SOFTWARE EN LA ADMINISTRACIÓN MUNICIPAL BPMS	$ 329,640,000	Contratación Directa (Ley 1150 de 2007)	ASQ DE COLOMBIA S.A.S	4 Meses

Conforme a lo publicado por las diferentes entidades de contratación estatal se encuentra que varias entidades han contratado servicios similares que permiten emplear un software específico para las actividades de social listening como herramienta de gestión unificada y centralizada para el seguimiento, medición y control de los contenidos de las redes sociales; para este caso en específico donde las particularidades propias del servicio y el enfoque segmentan los proveedores debido a su idoneidad para suplir tan puntual requerimiento; la contratación directa

[23] Fuente: Secop

Este documento es propiedad de la Administración Central del Municipio de Santiago de Cali. Prohibida su alteración o modificación por cualquier medio, sin previa autorización del Alcalde.

cobra un factor relevante como proceso eficaz para direccionar la metodología en la que se pretende incursionar.

ESTUDIO DE LA OFERTA

Las redes sociales son estructuras formadas en Internet por personas u organizaciones que se conectan a partir de intereses o valores comunes. A través de ellas, se crean relaciones entre individuos o empresas de forma rápida, sin jerarquía o límites físicos.

Hoy en día las redes sociales se han convertido en espacios para la interacción cultural, espacios de opinión, debate, espacios donde puedes encontrar personas con tus mismos gustos o que compartes cosas afines, un espacio para denunciar y/o expresar las inconformidades; pero también se ha convertido en el acercamiento de las grandes marcas con su público objetivo, con su cliente final, permitiendo clarificar conceptos, gustos, tendencias entre otras; las organizaciones que han evolucionado junto con sus clientes a través de este mundo digital han cambiado su forma de ver el negocio, su cliente y hasta su entorno; hecho positivo que permite generar mayores ingresos y aportes a la economía.

Partiendo del principio que las entidades ya sean públicas o privadas están experimentando ese cambio generacional que permite capturar mucha más información y permite identificar nuevos gustos dentro de un mercado ya globalizado y sistematizado; la Oficina de Comunicaciones de la alcaldía de Santiago de Cali concluye que es necesario realizar un seguimiento más estrecho a los diferentes caminos virtuales que las redes sociales recorren diariamente manejando distinta información que pueden afectar de manera directa o indirecta la gestión que adelanta la Alcaldía de Santiago de Cali; emplear el software Hootsuite y social listening como herramienta de gestión unificada y centralizada para el seguimiento, medición y control de los contenidos de las redes sociales es una solución rápida e idónea que permite identificar falsas noticias, publicaciones mal intencionadas así como, amenazas contra los bienes públicos.

La Oficina de Comunicaciones como complemento de seguimiento idóneo al plan de medios, opta por incursionar en la gestión de sus redes a través de un software robusto que permita obtener información en tiempo real de la aceptación de las campañas emitidas, identificar el grado de eficacia de las campañas, visualizar las tendencias de los internautas en temas públicos y contrarrestar rápidamente las posibles noticias o comentarios maliciosos que pretenden desinformar a la ciudadanía.

Para este caso en especial, el criterio de selección se fundamenta en la necesidad de contar con una herramienta digital (software especializado y robusto) que permita gestionar las redes sociales, los generadores de contenido y audiencia en general de una manera más profesional y directa; para tal fin, este documento encuentra que la oferta de software especializado acompañado de herramientas encaminadas al social listening es reducido y al explorar la proveeduría local, regional y nacional encuentra que son pocos los oferentes que tienen un producto altamente competitivo a nivel nacional e internacional.

Este documento es propiedad de la Administración Central del Municipio de Santiago de Cali. Prohibida su alteración o modificación por cualquier medio, sin previa autorización del Alcalde.

Para tener una idea más aterrizada sobre los servicios que ofrece el mercado actual, las actividades, los precios y alcances de las herramientas; a continuación, se relaciona cuadro comparativo de las ofertas comerciales que encontramos en el mercado.

	PROVEEDOR	PROVEEDOR	PROVEEDOR	PROVEEDOR	PROVEEDOR
	TOOLDATA	QUANTICO	MERCAR INTERNET LTDA. – SIGLA INTERLAT GROUP	AGORA PULSE	ATRIBUS
Ubicación	Colombia	Perú, México y Argentina	Canadá, USA, Francia, Colombia, México, Italia	Brasil, USA	Bogotá, México, España
planes	Plan Bronce: 10,000 publicaciones x USD$500 Plan Plata: 50,000 publicaciones x USD$1,000 Plan Oro: 100,000 publicaciones x USD$1,500 Plan Platino: 200,000 Publicaciones x USD$2,000	Plan básico desde USD $ 6.000 anuales	Professional: USD$ 19 mes Equipo: USD$ 99 mes Platinum: USD$ 1.350 mes	Pro: USD$79 mes Premium: USD$159 mes Personalidado: por definir	Monitoring: 3,600 € año Profiles: 600 € año Lite: 99€ mes
extras	✓ Usuarios de acceso al sistema ilimitados ✓ Keywords de búsqueda ilimitados ✓ Informes automáticos y alertas ilimitados ✓ Análisis de sentimiento automático ✓ Segmentación (Tags) automatizadas ilimitadas ✓ Descarga de datos en .csv, .xlsx y .json ✓ Acceso API ✓ Capacitación inicial y soporte ✓ Monitoreo de redes sociales, medios digitales y reviews de apps	✓ Gestiona tu reputación de marca ✓ Detecta menciones de marca (Social Listening) ✓ Encuentra clientes potenciales ✓ Monitorea a sus competidores ✓ Identifica influenciadores en tu industria ✓ Reportes de brand sentiment ✓ Dashboards personalizados y en tiempo real	✓ Cuentas de redes sociales ✓ Mensajes programados ✓ Autoprogramación ✓ Calendario de publicaciones ✓ Data histórico por un año ✓ Programación masiva ✓ Aprobaciones de mensajes ✓ Planificación y Gestión de campañas publicitarias ✓ Informes de productividad del equipo ✓ Conexión de las herramientas existentes a Hootsuite mediante aplicaciones Premium ✓ Escucha social ✓ 35 perfiles en redes sociales ✓ Aplicaciones de contenido ✓ Capacitación de personal con certificación ✓ Panel de acceso para proyección y aprobación de contenido ✓ Crear reporte de métricas con análisis cuantitativos de forma ilimitada ✓ Creación y personalización métricas en tus cuentas	✓ Contenido programado ✓ Etiquetas de contenido ✓ Calendario unificado ✓ Programación en bloque ✓ Asignar y aprobar contenido ✓ CRM Social ✓ Comentarios en anuncios ✓ Escucha social ✓ Actividad en tiempo real ✓ Power reports y Informe de equipo ✓ Flujos de trabajo ✓ Tiempo de respuesta ✓ Additional users	✓ Monitoriza en tiempo real redes sociales, blogs, medios digitales, foros y webs ✓ Ideal para agencias y marcas ✓ Analiza búsquedas y keywords ✓ Informes personalizados ✓ Panel de crisis de comunicación ✓ Mapa de relaciones ✓ Soporte personalizado ✓ Y más…

Si bien existen muchas herramientas robustas con funciones avanzadas y software especializado para actividades puntuales o que consolidan procesos para facilitar su uso; en el cuadro de referencia anterior podemos evidenciar que existe varias propuestas atractivas en el mercado, cuyos precios son variables debido a que dependen en gran medida a las actividades propias de quien requiere el servicio; es ahí donde los elementos diferenciadores se direccionan al respaldo, garantía, soporte técnico y valores agregados que generan confianza y una sana relación. El acompañamiento permanente tiene un peso relevante debido a que en una implementación existen varios factores que pueden demorar los procesos de adaptación y aprendizaje, así mismo algunas marcas no cuentan con el respaldo técnico físico y dejan todo al concepto on-line; en ese orden de ideas y visualizando el alcance de la herramienta, la facilidad de implementación, el

Este documento es propiedad de la Administración Central del Municipio de Santiago de Cali. Prohibida su alteración o modificación por cualquier medio, sin previa autorización del Alcalde.

acompañamiento permanente y la capacitación certificada escogemos al software de Hootsuite, proveedor MERCAR INTERNET LTDA. – SIGLA INTERLAT GROUP principalmente porque se ajusta a las necesidades requerida, permitiendo obtener información de la audiencia en tiempo real, es permite analizar millones de conversaciones en línea en tiempo real o si es necesario permite centrar la búsqueda según los parámetros que se establezcan para su fin como por ejemplo información por tema, palabra clave, fecha, datos demográficos y ubicación. Adicional a esto permite identificar líderes de opinión y comprender la percepción que tienen los ciudadanos de la Alcaldía. Con el software de Hootsuite también se puede evaluar el rendimiento y presentar resultados de forma resumida al equipo de Medios Digitales de la Alcaldía, pues agrupa todas las estadísticas de redes sociales en un solo aplicativo lo que permite una mejor y rápida comprensión de los datos y agiliza la toma de decisiones. Otro punto relevante que se desprende el punto anterior es que, al implementar esta herramienta, el análisis de datos permite reaccionar más rápido y adecuadamente ante las publicaciones y solicitudes realizadas por la comunidad referente a un tema particular; así mismo como permite medir la efectividad de las repuestas y las campañas.

Otro aspecto relevante y contundente de esta herramienta es la posibilidad de mejorar la atención de PQRS en redes sociales, pues permite llevar un seguimiento del tiempo que tarda el equipo en responder, mide la efectividad de la resolución de estas y el grado de satisfacción de los ciudadanos.

Matriz de riesgo

No	Clase	Fuente	Etapa	Tipo	Descripción (Qué puede pasar y cómo puede ocurrir)	Consecuencia de la ocurrencia del evento	(1) Probabilidad	(2) Impacto	(3)=(1)+(2) Valoración del Riesgo	Categoría	¿A quién se le asigna?	Tratamiento/ Controles a ser implementados	Impacto después del tratamiento (1) Probabilidad	Impacto después del tratamiento (2) Impacto	Impacto después del tratamiento (3)=(1)+(2) Valoración del Riesgo	Impacto después del tratamiento Categoría	¿Afecta la ejecución del Contrato?	Persona Responsable por implementar tratamiento	Fecha estimada en que se completa tratamiento	Monitoreo y Revisión ¿Cómo se realiza el monitoreo?	Monitoreo y Revisión Periodicidad ¿Cuándo?
1	General	Interno	Planeación	Económicos	Presupuesto destinado al proceso de contratación insuficiente para cubrir la necesidad requerida	Retrasos en el proceso de contratación y en el cumplimiento de las metas de la entidad	(2) Improbable	(3) Moderado	5	(5) Riesgo Medio	Entidad Contratante	Realizar consultas de bases de datos históricas con información de costos similares al objeto a contratar,	(1) Raro	(1) Insignificante	2	(2) Riesgo Bajo	No	Responsables Precontractuales	Antes de suscribir el Contrato	Revisando los estudios previos antes de su firma y publicación	Inmediato en cada proceso de contratación
2	General	Externo	Planeación	Económicos	Cambios normativos y/o tributarios	Actualización normativa y cambio de especificaciones técnicas y de regulaciones monetarias	(1) Raro	(4) Mayor	5	(5) Riesgo Medio	Contratante / Contratista	Contemplar costos en la oferta y Solicitar seguros si el valor y la condición lo amerita	(1) Raro	(1) Insignificante	2	(2) Riesgo Bajo	No	Contratante / Contratista	Agosto de 2021	Revisando los estudios previos antes de su firma y publicación	Inmediato en cada proceso de contratación
3	Especifico	Interno	Planeación	Operacionales	Ampliación del Plazo de Entrega y/o servicios pactados.	Incumplimiento en los tiempos de ejecución o en los servicios contratados	(3) Moderado	(3) Moderado	6	(6) Riego Alto	Contratista	Solicitar Incluir pólizas de cumplimiento basados en la propuesta aceptada y los tiempos pactados	(3) Posible	(2) Menor	5	(5) Riesgo Medio	Si	Contratista	Antes de suscribir el Contrato	El supervisor debe verificar que el contratista cumpla con los tiempos pactados y la totalidad del servicio contratado	En la ejecución del plazo contractual

Este documento es propiedad de la Administración Central del Municipio de Santiago de Cali. Prohibida su alteración o modificación por cualquier medio, sin previa autorización del Alcalde.

No	Clase	Fuente	Etapa	Tipo	Descripción (Qué puede pasar y cómo puede ocurrir)	Consecuencia de la ocurrencia del evento	(1) Probabilidad	(2) Impacto	(3)=(1)+(2) Valoración del Riesgo	Categoría	¿A quién se le asigna?	Tratamiento/ Controles a ser implementados	Impacto después del tratamiento (1) Probabilidad	Impacto después del tratamiento (2) Impacto	Impacto después del tratamiento (3)=(1)+(2) Valoración del Riesgo	Impacto después del tratamiento Categoría	¿Afecta la ejecución del Contrato?	Persona Responsable por implementar tratamiento	Fecha estimada en que se completa tratamiento	Monitoreo y Revisión ¿Cómo se realiza el monitoreo?	Monitoreo y Revisión Periodicidad ¿Cuándo?
4	General	Externo	Planeación	Económicos	Contratiempos Tecnológicos que impiden el desarrollo de las actividades	Atraso en las actividades contratadas.	(4) Probable	(4) Mayor	8	(8) Riesgo Extremo	Contratista	Revisar los parámetros básicos tecnológicos para el correcto funcionamiento de los equipos y el personal.	(3) Posible	(2) Menor	5	(5) Riesgo Medio	Si	Contratante / Contratista	Ejecución del contrato y duración de la licencia	Revisando los requerimientos técnicos básicos y fundamentales	Diario.
5	General	Externo	Ejecución	Operacionales	Baja calidad en el servicio y/o en la herramienta contratada	Exigencia de Calidad y garantía por el tiempo de ejecución.	(3) Moderado	(4) Mayor	7	(6) Riego Alto	Contratista	Certificar la correcta implementación del software y la herramienta de social listening. Poliza de calidad del servicio durante el término de la licencia	(3) Posible	(2) Menor	5	(5) Riesgo Medio	Si	Profesionales de apoyo a la Gestión – periodo de ejecución	Ejecución del contrato y duración de la licencia	El supervisor debe verificar la calidad del servicio en el momento previo y posterior a la ejecución.	Diario
6	General	Externo	Ejecución	Operacionales	Incumplimiento en los valores agregados estipulados.	Afectación a la póliza de cumplimento	(4) Probable	(4) Mayor	8	(8) Riesgo Extremo	Contratista	Seguimiento continuo al proceso de implementación y ejecución de las actividades contratadas	(3) Posible	(2) Menor	5	(5) Riesgo Medio	Si	Profesionales de apoyo a la supervisión Los responsables en el manejo de la plataforma	Ejecución del contrato y duración de la licencia	El supervisor debe hacer la investigación previa y notificar al contratista	Cuando se requieran los valores agregados
7	General	Externo	Ejecución	Operacionales	Demora en tiempos de respuesta: Los tiempos de respuesta del proveedor a las necesidades/requerimientos de servicio no se ajustan a los acuerdos de nivel de servicio esperados.	Interrupción del servicio	(1) Raro	(4) Mayor	5	(5) Riesgo Medio	Contratante / Contratista	* Inclusión de tiempos de respuesta en las Especificaciones Técnicas * Exigencia de póliza de cumplimiento	(1) Raro	(1) Insignificante	2	(2) Riesgo Bajo	No	Profesionales de apoyo a la supervisión Los responsables en el manejo de la plataforma	Ejecución del contrato y duración de la licencia	El supervisor debe hacer la investigación previa y notificar al contratista	Cuando se requieran los valores agregados
8	General	Externo	Ejecución	Operacionales	Manejo inadecuado de información confidencial de la empresa por parte del contratista: Manipulación indebida o pérdida de información sensible de la entidad, por parte del contratista.	* Publicación indebida de información confidencial * Uso de la información por la competencia * Daños a la imagen corporativa	(3) Moderado	(4) Mayor	7	(6) Riego Alto	Contratista	* Garantizar mediante cláusula contractual que el contratista asegure su confidencialidad * Exigencia de póliza de cumplimiento	(3) Posible	(2) Menor	5	(5) Riesgo Medio	Si	Contratante / Contratista	Ejecución del contrato y duración de la licencia	Cuando se tenga conocimiento de la divulgación de la información confidencial	Diario

Conclusiones

Del análisis del sector se infieren las siguientes conclusiones:

Este documento es propiedad de la Administración Central del Municipio de Santiago de Cali. Prohibida su alteración o modificación por cualquier medio, sin previa autorización del Alcalde.

- ✓ Con base en el análisis realizado, se puede concluir que es conveniente realizar la contratación que supla la necesidad expuesta en este documento bajo la modalidad de contratación directa único proveedor; debido a que en el mercado actual las personas que ofrecen el servicio tienen softwares licenciados siendo proveedores únicos y teniendo en cuenta además que la escogencia del contratista se basa en la extensión de los servicios ofrecidos, por lo anterior, no existe una relativa homogeneidad en las ofertas y sus alcances, por lo que la entidad debe elegir la oferta que se adapte mejor a sus necesidades.

- ✓ De acuerdo con el requerimiento expuesto, se requiere contratar una entidad idónea, con amplia experiencia y trayectoria en el mercado, que cuente con un software desarrollado y robusto que permita suplir la totalidad de las expectativas y que adicional a esto permita capacitar y certificar el conocimiento impartido.

- ✓ Para efectos de contratación y adjudicación el oferente debe estar ceñido al proceso de contratación vigente, debe tener al día la totalidad de documentación solicitada.

- ✓ Para el desarrollo de este proceso se recomienda tener en cuenta tanto los requerimientos jurídicos como los relacionados a la experiencia y la acreditación de la calidad de proveedor único.

- ✓ Se recomienda generar garantías que respalden el proceso las cuales se describen a continuación:

Garantía	Monto asegurado	Vigencia
Cumplimiento	El 20 % del valor total del contrato	Por el término de vigencia de las licencias y seis meses más
Calidad del servicio	El 20% del valor total del contrato	Por el término de vigencia de las licencias y seis meses más

- ✓ Se sugiere el acompañamiento permanente de un supervisor quien deberá estar atento a las emisiones y al cumplimiento del valor que el oferente otorgue u ofrezca.



RAFAEL HUMBERTO ROMERO DÍAZ
Contratista

Elaboró: Rafael Humberto Romero Díaz, Contratista
Revisó: Diana Marcela Pérez, Contratista

Este documento es propiedad de la Administración Central del Municipio de Santiago de Cali. Prohibida su alteración o modificación por cualquier medio, sin previa autorización del Alcalde.