ESTUDIO DEL SECTOR

El estudio del sector para la presente contratación se realiza teniendo en cuenta lo contemplado en la "Guía para la elaboración de estudios del sector" 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 continuos cambios en nuestras estructuras económicas, sociales y culturales, que inciden en los aspectos de nuestra vida.

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.

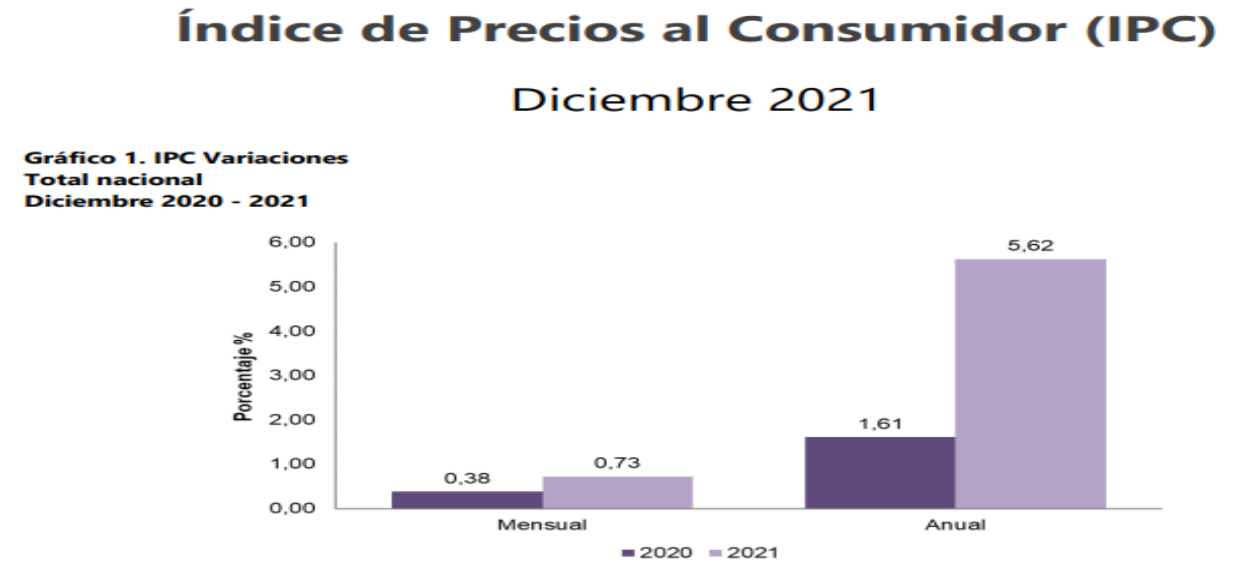
Basado en el criterio anterior; es posible argumentar que las TIC son el pilar de lo que conocemos como vida moderna, en esta se contiene la visión de lo que pretendemos hacer como sociedad y hasta donde podemos llegar; el mantener el balance entre tecnología y capital humano es sin duda alguna el mayor 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

En el mes de diciembre de 2021, el IPC registró una variación anual de 5,62% en comparación con diciembre de 2020. En el último año, las divisiones Alimentos y bebidas no alcohólicas (17,23%), Restaurantes y hoteles (8,83%) y transporte (5,69%) se ubicaron por encima del promedio nacional (5,62%). Entre tanto, las divisiones de bebidas alcohólicas (4,60%), Muebles, artículos para el hogar y para la conservación ordinaria del hogar (4,34%), Bienes y servicios diversos (4,19%), Salud (3,98%), Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles (3,68), Educación (2,76%), Recreación y cultura (1,04%), Prendas de vestir y calzado (-2,60%) y, por último, Información y comunicación (-12,10%) se ubicaron por debajo del promedio nacional.

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



[1] Fuente: DANE - IPC

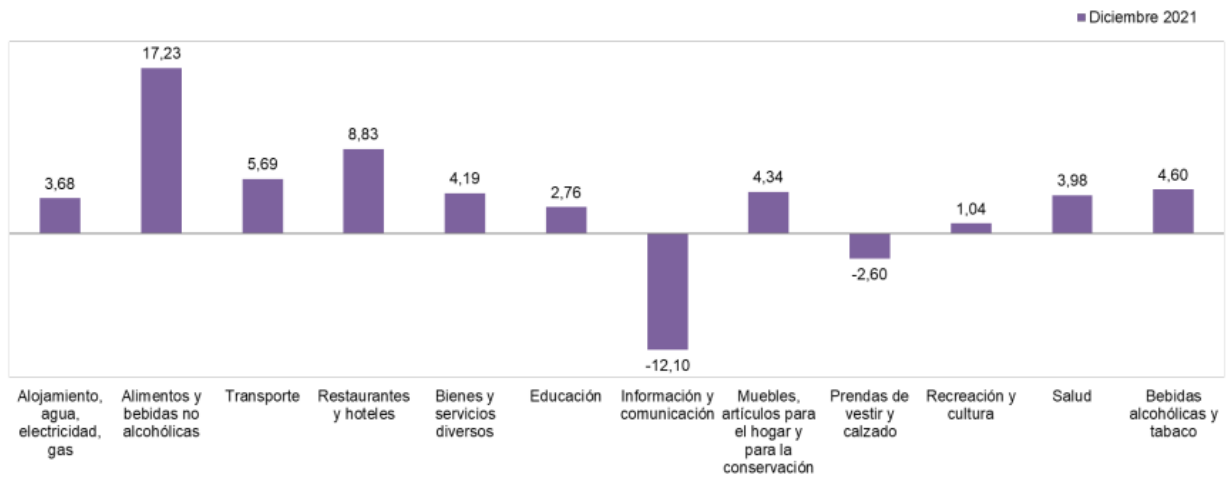
Este documento es propiedad de la Administración Central del Municipio de Santiago de Cali. Prohibida su alteración o modificación por cualquier medio, sin previa autorización del Alcalde.

En diciembre de 2021, en comparación con diciembre de 2020, la variación anual de las subclases que más aportaron al índice total fueron: carne de res y derivados (33,03%), comidas en establecimientos de servicio a la mesa y autoservicio (9,93%), carne de aves (26,35%), electricidad (9,92%), arriendo imputado (2,08%), combustibles para vehículos (11,32%), papas (111,00%), aceites comestibles (47,98), Vehículo particular nuevo y usado (7,79) y frutas frescas (24,29%). Las mayores contribuciones negativas se presentan en: servicios de comunicación fija y móvil y provisión a internet (-12,01%), arroz (-14,38%), prendas de vestir para mujer (-8,47%). inscripciones y matrículas en carreras técnicas, tecnológicas y universitarias (-6,56%) y prendas de vestir para hombre (-4,91%)

Variación año corrido 2021

La división Alimentos y bebidas no alcohólicas registró una variación anual de 17,23%, siendo esta la mayor variación anual. En diciembre de 2021 los mayores incrementos de precio se registraron en las subclases: papas (111,00%), aceites comestibles (47,98%) y carne de res y derivados (33,03%). Las mayores disminuciones de precio se reportaron en las subclases: arracacha, ñame y otros tubérculos (-19,15%), arroz (-14,38%) y cebolla (-3,38%).

Variación anual del Índice de Precios al Consumidor (IPC)
Por divisiones
2021 (diciembre)



La división Restaurantes y hoteles registró una variación anual de 8,83%, siendo esta la segunda mayor variación anual. En diciembre de 2021 los mayores incrementos de precio se registraron en las subclases: comidas en establecimientos de servicio a la mesa y autoservicio, (9,93%) bebidas calientes (9,57%) y comidas preparadas fuera del hogar para consumo inmediato,

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.

(7,97%). Los menores incrementos de precio se reportaron en las subclases: gastos en discotecas (1,95%), Servicios de alojamiento en hoteles (2,40%) y pago por alimentación en comedores (4,32%). La división Información y comunicación registró una variación anual de -12,10%, siendo esta la menor variación anual. En diciembre de 2021 los menores incrementos de precio se registraron en las subclases: equipos de telefonía móvil, similares y reparación (-13,30%) y servicios de comunicación fija y móvil y provisión a internet (-12,01%).

En diciembre de 2021 las mayores contribuciones a la variación anual en las doce divisiones del IPC Total se registraron en las siguientes subclases: carne de res y derivados con 0,64 puntos porcentuales, comidas en establecimientos de servicio a la mesa y autoservicio con 0,64 puntos porcentuales, carne de aves con 0,33 puntos porcentuales y electricidad con 0,30 puntos porcentuales. Las subclases con las menores contribuciones fueron: servicios de comunicación fija y móvil y provisión a internet con -0,47 puntos porcentuales, arroz con -0,16 puntos porcentuales y prendas de vestir para mujer con -0,08 puntos porcentuales.

Mercado Laboral

Variaciones anuales para noviembre de 2021.

Para noviembre de 2021, la tasa de desempleo fue 10,8%, y comparada con el mismo mes de 2020 (13,3%) tuvo una reducción de 2,5 puntos porcentuales. La tasa global de participación fue 60,4%, lo que significó una disminución de 1,0 puntos porcentuales respecto al mismo periodo de 2020 (61,4%). Finalmente, la tasa de ocupación fue 53,9%, lo que representó un aumento de 0,7 puntos porcentuales, comparado con noviembre de 2020 (53,2%, variación estadísticamente significativa).

Población ocupada

En noviembre de 2021, la población ocupada del país fue 21,8 millones de personas, frente a las 21,3 millones del mismo mes en 2020, representando así una variación del 2,5% (estadísticamente significativa). Las 13 ciudades y áreas metropolitanas contribuyeron con 1,1 puntos porcentuales a la variación nacional, dominio en donde se presentó una población ocupada de 10,4 millones de personas, 241 mil personas de más en comparación con noviembre de 2020 (10,2 millones).

• Por dominios Los dominios Otras cabeceras y Centros poblados y rural disperso presentaron un total de 5,6 y 4,6 millones de ocupados, respectivamente, aportando 1,0 p.p. y 0,0 p.p. a la variación nacional. Por su parte, las ciudades de Tunja, Florencia, Popayán, Valledupar, Quibdó, Neiva, Riohacha, Santa Marta, Armenia y Sincelejo registraron 1,1 millones de ocupados y contribuyeron con 0,4 p.p. (variación estadísticamente significativa).

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.

• Por sexo y edad Por sexo, en noviembre de 2021, Colombia tuvo un aumento de 2,5% tanto en mujeres ocupadas como en hombres ocupados en comparación con el mismo mes del año inmediatamente anterior. De acuerdo con el rango de edad, los mayores aumentos de la población ocupada en el total nacional se registraron en las mujeres de 25 a 54 años (146 mil) y en los hombres en el mismo rango de edad (288 mil, variación estadísticamente significativa). En las 13 ciudades y áreas metropolitanas, los hombres entre 25 y 54 años (133 mil) y las mujeres de 55 años y más (81 mil) concentraron los mayores aumentos en los ocupados. Estas variaciones fueron estadísticamente significativas.

• Por nivel educativo Por nivel educativo, la población ocupada del país con educación media contribuyó con 2,1 p.p. a la variación nacional (estadísticamente significativa), aquella con educación básica primaria y secundaria aportó 0,4 p.p.; por el contrario, las personas con ningún nivel educativo lo hicieron con -0,4 p.p. • Por ramas de actividad Desde la perspectiva de las ramas de actividad económica, en el total nacional Comercio y reparación de vehículos tuvo la mayor alza de ocupados en noviembre de 2021 (292 mil), respecto a noviembre de 2020, contribuyendo así con 1,4 p.p. a la variación nacional; al interior de esta rama se destacó Comercio al por menor de alimentos (víveres en general) bebidas y tabaco en establecimientos especializados, al aportar 4,2 p.p. Por el contrario, en Administración pública y defensa, educación y atención de la salud humana el número de ocupados disminuyó en 62 mil personas para contribuir así con -0,3 p.p. a la variación nacional; Administración del Estado y aplicación de la política económica y social de la comunidad aportó -2,7 p.p. al interior de esta rama.

En las 13 ciudades y áreas metropolitanas, Administración pública y defensa, educación y atención de la salud humana fue la rama de actividad económica con el mayor aumento de ocupados (78 mil) en noviembre de 2021, por lo que aportó 0,8 p.p. a la variación en este dominio; Establecimientos que combinan diferentes niveles de educación contribuyó con 2,8 p.p. al interior de esa rama. En contraste, Actividades financieras y de seguros vio un descenso en 45 mil personas en el número de ocupados, aportando -0,4 p.p.; en esta rama resaltó la contribución de -9,7 p.p. de Intermediación monetaria

• Por posición ocupacional Según posición ocupacional y a nivel nacional, en noviembre de 2021, los empleados particulares aumentaron en 513 mil ocupados en comparación con el mismo mes del año anterior, lo que motivó una contribución de 2,4 p.p. (variación estadísticamente significativa). En cambio, se registró una caída de 114 mil jornaleros o peones, aportando así -0,5 p.p.

• Cantidad de horas trabajadas por la población ocupada Por último, el 58,6% de la población ocupada a nivel nacional en noviembre de 2021 trabajó más de 40 horas efectivas a la semana, el 29,3% lo hizo entre 21 y 40 horas y el 12,1% trabajó hasta 20 horas. En noviembre de 2020 estas proporciones habían sido 56,8%, 28,8% y 14,4%, 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.

Población ocupada, desocupada e inactiva
Total nacional y total 13 ciudades y áreas metropolitanas[2]
Noviembre 2021

Miles de personas	Total Nacional		
	Noviembre 2021	Noviembre 2020	Variación absoluta
Población ocupada	21.849	21.313	+536*
Población desocupada	2.653	3.273	-620*
Población inactiva	16.045	15.457	+588*

Miles de personas	Total 13 ciudades y áreas metropolitanas		
	Noviembre 2021	Noviembre 2020	Variación absoluta
Población ocupada	10.444	10.203	+241
Población desocupada	1.457	1.856	-399*
Población inactiva	7.100	6.690	+410*

* Variación estadísticamente significativa.
Fuente: DANE, Gran Encuesta Integrada de Hogares (GEIH).

Población inactiva

La población inactiva del país en noviembre de 2021 fue de 16,0 millones de personas. Esto es una variación de 3,8% (+588 mil inactivos, variación estadísticamente significativa) con respecto a lo registrado en noviembre de 2020. Las 13 ciudades y áreas metropolitanas contribuyeron con 2,6 p.p., dado que el total de inactivos allí fue de 7,1 millones de personas (variación estadísticamente significativa).

Así mismo, Centros poblados y rural disperso, con un total de 4,0 millones de inactivos, aportaron 0,8 p.p. a la variación nacional. Otras cabeceras reportaron 4,0 millones de inactivos, con un aporte de 0,4 p.p. En el conjunto de ciudades conformado por Tunja, Florencia, Popayán, Valledupar, Quibdó, Neiva, Riohacha, Santa Marta, Armenia y Sincelejo, se contabilizaron 969 mil inactivos. Según rangos de edad y sexo, la población inactiva de hombres aumentó 2,4% y la de mujeres 4,5%, variación estadísticamente significativa.

La población de 10 a 24 años concentró el mayor aumento de las personas inactivas en el país, 264 mil, en noviembre de 2021, de las cuales 222 mil eran mujeres y 42 mil, hombres. Por último, de las 588 mil personas que entraron a la inactividad en noviembre de 2021, 381 mil estaban dedicadas a estudiar (274 mil mujeres y 107 mil hombres).

[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.

PIB

[3]En el tercer trimestre de 2021pr, el Producto Interno Bruto, en su serie original, crece 13,2% respecto al mismo periodo de 2020pr. Las actividades económicas que más contribuyen a la dinámica del valor agregado son:

- Comercio al por mayor y al por menor; Reparación de vehículos automotores y motocicletas;

- Transporte y almacenamiento; Alojamiento y servicios de comida crece 33,8% (contribuye 5,7 puntos porcentuales a la variación anual).

- Industrias manufactureras crece 18,8% (contribuye 2,4 puntos porcentuales a la variación anual).

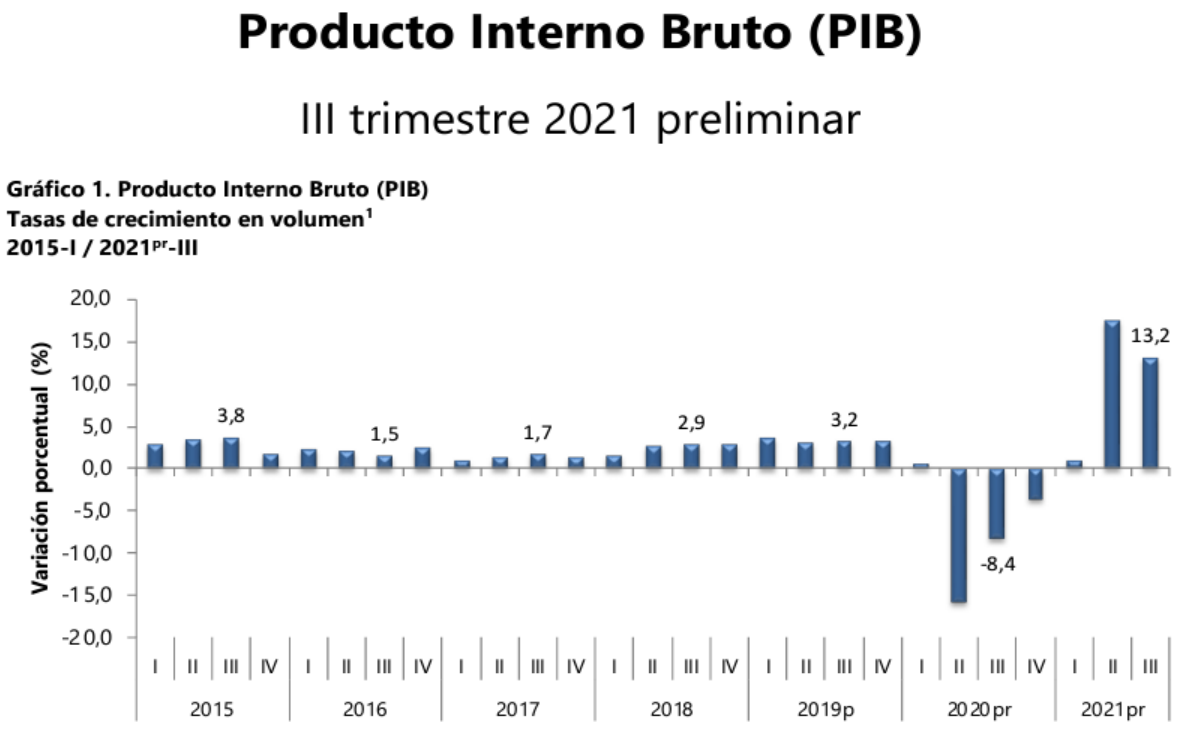
Administración pública y defensa; planes de seguridad social de afiliación obligatoria; Educación; Actividades de atención de la salud humana y de servicios sociales crece 8,0% (contribuye 1,4 puntos porcentuales a la variación anual).
En lo corrido del año 2021pr, respecto al mismo periodo del año anterior, el Producto Interno Bruto presenta un crecimiento 10,3%. Esta variación se explica principalmente por:

Comercio al por mayor y al por menor; Reparación de vehículos automotores y motocicletas; Transporte y almacenamiento; Alojamiento y servicios de comida crece 21,8% (contribuye 3,8 puntos porcentuales a la variación anual).
Industrias manufactureras crece 18,4% (contribuye 2,2 puntos porcentuales a la variación anual).
Administración pública y defensa; planes de seguridad social de afiliación obligatoria; Educación; Actividades de atención de la salud humana y de servicios sociales crece 7,0% (contribuye 1,2 puntos porcentuales a la variación anual).

[3] 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 - III



Comercio al por mayor y al por menor

En el tercer trimestre de 2021pr, el Producto Interno Bruto, en su serie original, crece 13,2% respecto al mismo periodo de 2020pr (ver tabla 1). Las actividades económicas que más contribuyen a la dinámica del valor agregado son:

- Comercio al por mayor y al por menor; Reparación de vehículos automotores y motocicletas; Transporte y almacenamiento; Alojamiento y servicios de comida crece 33,8% (contribuye 5,7 puntos porcentuales a la variación anual).
- Industrias manufactureras crece 18,8% (contribuye 2,4 puntos porcentuales a la variación anual).
- Administración pública y defensa; planes de seguridad social de afiliación obligatoria; Educación; Actividades de atención de la salud humana y de servicios sociales crece 8,0% (contribuye 1,4 puntos porcentuales a la variación anual).

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 lo corrido del año 2021pr, respecto al mismo periodo del año anterior, el Producto Interno Bruto presenta un crecimiento 10,3%. Esta variación se explica principalmente por:

- Comercio al por mayor y al por menor; Reparación de vehículos automotores y motocicletas; Transporte y almacenamiento; Alojamiento y servicios de comida crece 21,8% (contribuye 3,8 puntos porcentuales a la variación anual).
- Industrias manufactureras crece 18,4% (contribuye 2,2 puntos porcentuales a la variación anual).
- Administración pública y defensa; planes de seguridad social de afiliación obligatoria; Educación; Actividades de atención de la salud humana y de servicios sociales crece 7,0% (contribuye 1,2 puntos porcentuales a la variación anual).

Tabla 1. Valor agregado por actividad económica
Tasas de crecimiento en volumen[1]
Tercer trimestre 2021pr

Actividad económica	Tasas de crecimiento (%)		
	Serie original		Serie ajustada por efecto estacional y calendario
	Anual	Año corrido	Trimestral
	2021pr- III / 2020pr-III	2021pr / 2020pr	2021pr - III / 2021pr - II
Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca	1,3	2,3	-1,1
Explotación de minas y canteras	4,1	-2,2	-0,2
Industrias manufactureras	18,8	18,4	13,2
Suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado[2]	7,4	5,0	3,7
Construcción	0,8	2,7	-1,6
Comercio al por mayor y al por menor[3]	33,8	21,8	15,6
Información y comunicaciones	13,2	8,7	3,6
Actividades financieras y de seguros	2,1	3,4	0,8
Actividades inmobiliarias	2,0	2,0	0,5
Actividades profesionales, científicas y técnicas[4]	12,4	9,4	5,3
Administración pública, defensa, educación y salud[5]	8,0	7,0	1,9
Actividades artísticas, de entretenimiento y recreación y otras actividades de servicios[6]	32,0	34,6	-3,7
Valor agregado bruto	**12,8**	**10,0**	**6,0**
Total impuestos menos subvenciones sobre los productos	17,0	13,5	3,0
Producto Interno Bruto	**13,2**	**10,3**	**5,7**

Fuente: DANE, Cuentas nacionales

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.

Información y comunicaciones

En el tercer trimestre de 2021pr, el valor agregado de información y comunicaciones crece 13,2% en su serie original, respecto al mismo periodo de 2020pr. Para la serie ajustada de efecto estacional y calendario, el valor agregado crece en 3,6%, respecto al trimestre inmediatamente anterior.

Tabla 8. Información y comunicaciones
Tasas de crecimiento en volumen[1]
Tercer trimestre 2021pr

Actividad económica	Tasas de crecimiento (%)		
	Serie original		Serie ajustada por efecto estacional y calendario
	Anual	Año corrido	Trimestral
	2021pr- III / 2020pr-III	2021pr / 2020pr	2021pr - III / 2021pr - II
Información y comunicaciones	13,2	8,7	3,6

Fuente: DANE, Cuentas nacionales

Comercio al por mayor y al por menor

En el tercer 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 crece 33,8% en su serie original, respecto al mismo periodo de 2020pr. Esta dinámica se explica por los siguientes comportamientos

- Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas crece 16,0%.
- Transporte y almacenamiento crece 32,1%.
- Alojamiento y servicios de comida crece 118,3%.

Respecto al trimestre inmediatamente anterior en su serie ajustada 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 15,6%, explicado por:

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; reparación de vehículos automotores y motocicletas crece 12,9%.
- Transporte y almacenamiento crece 5,2%.
- Alojamiento y servicios de comida crece 25,5%.

Tabla 7. Comercio al por mayor y al por menor[1]
Tasas de crecimiento en volumen[2]
Tercer trimestre 2021[pr]

Actividad económica	Tasas de crecimiento (%)		
	Serie original		Serie ajustada por efecto estacional y calendario
	Anual	Año corrido	Trimestral
	2021[pr]- III / 2020[pr]-III	2021[pr] / 2020[pr]	2021[pr] - III / 2021[pr] - II
Comercio al por mayor y al por menor[3]	16,0	14,7	12,9
Transporte y almacenamiento	32,1	14,3	5,2
Alojamiento y servicios de comida	118,3	61,8	25,5
Comercio al por mayor y al por menor[1]	**33,8**	**21,8**	**15,6**

Fuente: DANE,Cuentas nacionales

Balanza Comercial

La balanza comercial es un indicador económico que se obtiene de los datos sobre exportación e importación de bienes de consumo o, lo que es lo mismo, de pagos al exterior del país y cobros desde dicho exterior.

La balanza comercial forma parte de la balanza por cuenta corriente, junto con la balanza de servicios, balanza de rentas y balanza de transferencias que indican el resultado económico de los negocios con el exterior de un país en todos sus ámbitos y efectuados por residentes y no residentes.

Exportaciones

De acuerdo con la información de exportaciones procesada por el DANE y la DIAN, en noviembre de 2021 las ventas externas del país fueron US$3.987,6 millones FOB y presentaron un aumento de 58,0% en relación con noviembre de 2020; este resultado se debió principalmente al

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.

crecimiento de 117,9% en las ventas externas del grupo de Combustibles. En el mes de referencia, las exportaciones de Combustibles y productos de las industrias extractivas participaron con 49,0% del valor FOB total de las exportaciones; así mismo, Manufacturas con 22,2%, Agropecuarios, alimentos y bebidas 21,5%, y otros sectores con 7,2%. En noviembre de 2021 se exportaron 12,8 millones de barriles de petróleo crudo, lo que representó una caída de 16,9% frente a noviembre de 2020

Por su parte, en noviembre de 2019 las exportaciones colombianas ascendieron a US$2.943,6 millones FOB. Al comparar el onceavo mes de 2021 con el mismo mes de 2019, se registra un aumento de 35,5%; este resultado se debe fundamentalmente al aumento del 25,8% en las ventas externas del grupo de Combustibles y productos de industrias extractivas.
Así mismo, en el periodo enero – noviembre de 2021 se registra un aumento en las ventas externas colombianas de 1,4%, si se compara con el mismo periodo del año 2019. Las exportaciones de Combustibles y productos de las industrias extractivas registraron una disminución de 14,5%. Por su parte, las manufacturas aumentaron en 6,0%, las ventas externas de productos Agropecuarios, alimentos y bebidas aumentaron 26,4% y otros sectores aumentaron 76,9%.

En noviembre de 2021 las exportaciones de Combustibles y productos de las industrias extractivas fueron de US$1.955,1 millones FOB y presentaron un crecimiento de 117,9% frente a noviembre de 2020, este comportamiento se explicó principalmente por el incremento de las ventas de Petróleo, productos derivados del petróleo y productos conexos (75,0%) que aportó 60,0 puntos porcentuales a la variación del grupo.

En noviembre de 2021 las exportaciones del grupo de Manufacturas fueron de US$885,3 millones FOB y presentaron una variación de 34,8%, frente a noviembre de 2020. Este comportamiento se explicó principalmente por el crecimiento en las ventas externas de Productos químicos y productos conexos, n.e.p. (48,2%) que contribuyeron con 17,7 puntos porcentuales a la variación de la agrupación. Las ventas externas de productos Agropecuarios, alimentos y bebidas fueron US$859,1 millones FOB y presentaron un crecimiento de 25,6%, comparado con noviembre de 2020. Este comportamiento se explicó principalmente por el aumento en las exportaciones de Café sin tostar descafeinado o no; cáscara y cascarilla del café (38,8%) que contribuyó con 12,5 puntos porcentuales a la variación del grupo.

En el mes de noviembre de 2021 en comparación con noviembre 2020, el crecimiento de las exportaciones del grupo Otros sectores (0,8%) se explicó fundamentalmente por el aumento en las ventas de oro no monetario que aportó 0,9 puntos porcentuales a la variación del grupo

En el tercer trimestre de 2021pr, las exportaciones crecen 24,0% en su serie original, respecto al mismo periodo de 2020pr . Para la serie ajustada de efecto estacional y calendario, las exportaciones crecen en 11,3%, respecto al trimestre inmediatamente anterior

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.

Tabla 17. Exportaciones
Tasas de crecimiento en volumen[1]
Tercer trimestre 2021pr

Componente del gasto	Tasas de crecimiento (%)		
	Serie original		Serie ajustada por efecto estacional y calendario
	Anual	Año corrido	Trimestral
	2021pr- III / 2020pr-III	2021pr / 2020pr	2021pr - III / 2021pr - II
Exportaciones	**24,0**	**8,8**	**11,3**

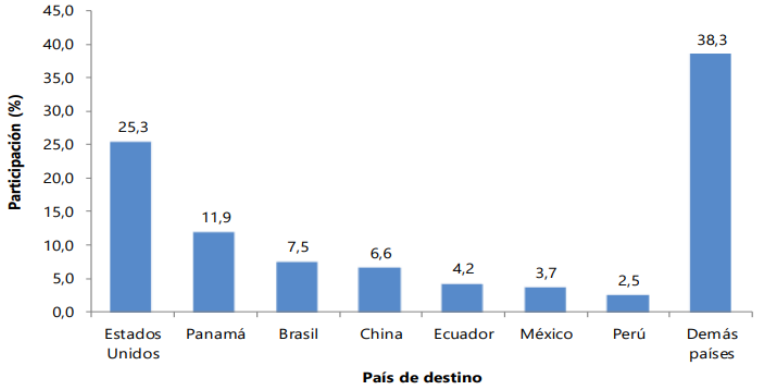
Fuente: DANE, Cuentas nacionales

En julio de 2021, las exportaciones colombianas le representaron al país ingresos por valor de US$3.252,4 millones lo que significa un crecimiento de 27,4% en relación con julio de 2020. Como ha sido casi lo usual, las ventas de combustibles y productos de las industrias extractivas, mantuvieron su dinamismo, aunque en este mes fueron superadas en su variación por las de manufacturas que crecieron 42,4%, y en el tercer lugar se ubicaron las del grupo agropecuarios, alimentos y bebidas cuyo crecimiento fue 17,8% en relación con el mismo mes del año anterior, como se observa en el siguiente cuadro en el que se registra el resultado exportador del país en julio con base en la Clasificación Uniforme del Comercio Internacional CUCI, que desagrega las exportaciones según grupos de productos (agropecuarios, alimentos y bebidas, combustibles y productos de industrias extractivas, manufacturas y otros sectores).[4].

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

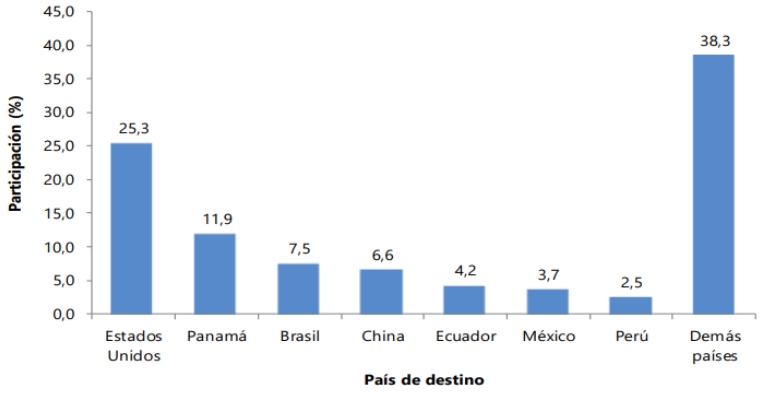
Este documento es propiedad de la Administración Central del Municipio de Santiago de Cali. Prohibida su alteración o modificación por cualquier medio, sin previa autorización del Alcalde.

Gráfico 2. Distribución porcentual del valor FOB de las exportaciones según país de destino. Noviembre 2021ᵖ



En noviembre de 2021 en comparación con noviembre 2020, el crecimiento en las ventas a Panamá y Estados Unidos aportaron 24,6 puntos porcentuales a la variación total de las exportaciones (58,0%). En contraste, las ventas externas a India contribuyeron con -3,8 puntos porcentuales.

Gráfico 2. Distribución porcentual del valor FOB de las exportaciones según país de destino. Noviembre 2021ᵖ



En enero-noviembre de 2021, Estados Unidos fue el principal destino de las exportaciones colombianas, con una participación de 27,1% en el valor total exportado; le siguieron en su orden de participación: China, Panamá, Brasil, India, Ecuador y Turquía.

Finalmente, el repaso de las exportaciones del país durante el año corrido enero-julio, con base en esta clasificación de tradicionales y no tradicionales (20,1%), soporta esta transición, en su

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.

orden, en el desempeño positivo de las exportaciones no tradicionales (25,8%), y las tradicionales que presentan un incremento del 15,2% en los siete primeros meses del año, resultado en el que las ventas de petróleo y sus derivados 35,1%, y las de café (13,7%) exhiben las fuerzas alcistas, pues mientras las de ferroníquel presentan una baja variación (3,5%), las de carbón lo hacen en forma negativa (-16,7%). Por su parte, las del grupo Sin oro ni esmeraldas (24,1%), muestran un buen incremento, aunque con la menor participación.

Las estadísticas de exportaciones son compiladas a partir de la información contenida en la declaración de exportación definitiva. Dicho documento puede ser presentado después del embarque efectivo de la mercancía, generando rezagos entre el embarque y el momento estadístico.
En noviembre de 2021 se declararon ventas al exterior por US$3.987,6 millones FOB, de los cuales US$2.869,3 millones se embarcaron durante el mismo mes, US$752,5 millones en octubre, US$174,4 millones en septiembre, US$123,1 millones en agosto, US$5,6 millones en julio, US$2,0 millones en junio y US$60,8 millones en meses anteriores.

Importaciones

Importaciones En el tercer trimestre de 2021pr, las importaciones crecen 40,1% en su serie original, respecto al mismo periodo de 2020pr. Para la serie ajustada de efecto estacional y calendario, las importaciones crecen en 5,4%, respecto al trimestre inmediatamente anterior.

Tabla 18. Importaciones
Tasas de crecimiento en volumen[1]
Tercer trimestre 2021pr

Componente del gasto	Tasas de crecimiento (%)		
	Serie original		Serie ajustada por efecto estacional y calendario
	Anual	Año corrido	Trimestral
	2021pr- III / 2020pr-III	2021pr / 2020pr	2021pr - III / 2021pr - II
Importaciones	40,1	26,1	5,4

Fuente: DANE, Cuentas nacionales

De acuerdo con las declaraciones de importación registradas ante la DIAN en octubre de 2021, las importaciones fueron US$5.809,9 millones CIF y presentaron un aumento de 56,8% con relación al mismo mes de 2020. Este comportamiento obedeció principalmente al aumento de 48,7% en el grupo de Manufacturas. En octubre de 2021, las importaciones de Manufacturas participaron con 74,7% del valor CIF total de las importaciones, seguido por productos

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.

Agropecuarios, alimentos y bebidas con 16,1%, Combustibles y productos de las industrias extractivas con 8,8% y otros sectores 0,4%.

Por su parte, en octubre 2019 las importaciones colombianas ascendieron a US$4.333,3 millones CIF. Al comparar el décimo mes de 2021 con el mismo mes de 2019, se registra un aumento de 34,1%; este resultado se debe fundamentalmente al aumento de 24,6% en las compras externas del grupo de Manufacturas. Así mismo, en el periodo enero – octubre 2021 se registra un aumento en las compras externas de Colombia de 10,2%, si se compara con el mismo periodo de 2019.

Las importaciones de productos Agropecuarios, alimentos y bebidas aumentaron 23,2% y de Manufacturas en 11,2%, por su parte Combustibles y productos de las industrias extractivas registraron una disminución de 14,7% y otros sectores un aumento de 32,4%

Cuadro 2. Valor CIF de las importaciones, variación, contribución y participación según grupos de productos (OMC)
Octubre (2021/2019)p

Grupos de productos (OMC)	Octubre[p]					Enero-Octubre[p]				
	2019	2021	Variación (%)	Contribución a la variación (pp)	Participación 2021 (%)	2019	2021	Variación (%)	Contribución a la variación (pp)	Participación 2021 (%)
	Millones de dólares CIF					Millones de dólares CIF				
Total	**4.333,3**	**5.809,9**	**34,1**	34,1		**43.867,0**	**48.345,8**	**10,2**	10,2	
Agropecuarios, alimentos y bebidas[1]	592,0	934,5	57,8	7,9	16,1	5.886,4	7.251,2	23,2	3,1	15,0
Combustibles y prod. de industrias extractivas[2]	250,7	511,6	104,1	6,0	8,8	4.415,9	3.765,3	-14,7	-1,5	7,8
Manufacturas[3]	3.484,7	4.340,8	24,6	19,8	74,7	33.510,7	37.257,9	11,2	8,5	77,1
Otros sectores[4]	5,9	23,0	289,0	0,4	0,4	53,9	71,4	32,4	0,0	0,1

Fuente: DIAN – DANE (IMPO)

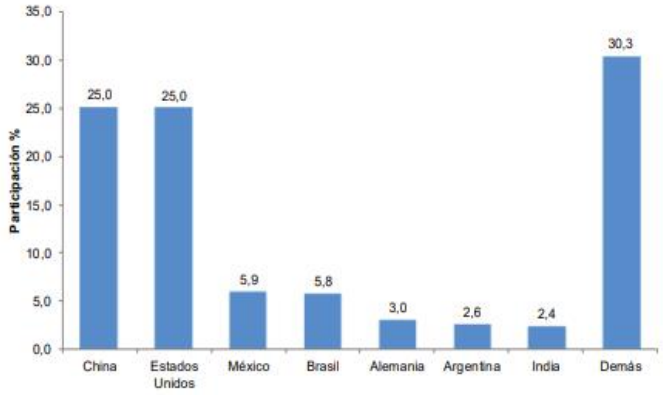
En octubre de 2021, las importaciones de Manufacturas fueron US$4.340,8 millones CIF y presentaron un aumento de 48,7% frente a octubre de 2020, como resultado de las mayores compras de Productos químicos y productos conexos (69,7%) y de Artículos manufacturados, clasificados principalmente según el material (93,4%), que aportaron en conjunto 33 puntos porcentuales a la variación del grupo.

En octubre de 2021 las importaciones del grupo de Combustibles y productos de las industrias extractivas fueron de US$511,6 millones CIF y presentaron un aumento de 192,1%, en comparación con octubre de 2020; los productos que más contribuyeron al aumento fueron Petróleo, productos derivados del petróleo y productos conexos (334,3%), que aportaron 174,8 puntos porcentuales a la variación total del grupo. En octubre de 2021, las compras externas del grupo Agropecuarios, alimentos y bebidas fueron US$934,5 millones CIF y presentaron un aumento de 54,7% en comparación con octubre de 2020; este resultado se explicó por las mayores importaciones de Productos alimenticios y animales vivos (55,5%), que aportaron 42,1 puntos porcentuales a la variación del grupo.

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.

Las importaciones de Colombia originarias de China participaron con 25,0% del total de las importaciones; le siguieron las compras externas desde Estados Unidos, México, Brasil, Alemania, Argentina e India.

Gráfico 2. Distribución porcentual del valor CIF de las importaciones según países de origen Octubre 2021P



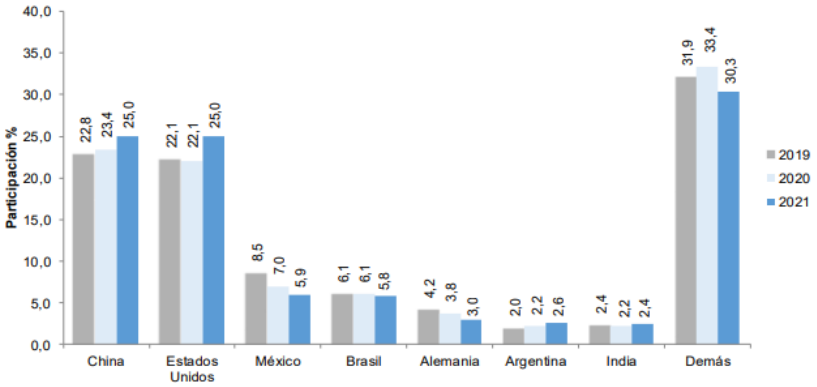
Fuente: DIAN - DANE (IMPO)

En octubre de 2021 en comparación con octubre de 2020, la contribución más importante se presentó en las compras originarias en Estados Unidos (77,6%) y China (67,6%) al aportar en conjunto 32,9 puntos porcentuales a la variación total del mes. En contraste, las importaciones desde Francia (-10,8%) aportaron 0,3 puntos porcentuales negativos a dicha variación.

El aumento en las importaciones originarias de Estados Unidos en octubre de 2021 en comparación con octubre de 2020 se explicó por las mayores compras de Gasolinas para motores y otros aceites ligeros (224,0%).

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 3. Distribución porcentual del valor CIF de las importaciones según países de origen Octubre 2019-2021[P]



Fuente: DIAN - DANE (IMPO)
[P]: Cifra preliminar

De acuerdo con las declaraciones de importación, las mercancías de origen China participaron con 24,1% del total registrado en el periodo enero-octubre 2021; seguido por las originarias de Estados Unidos, México, Brasil, Alemania, India y Argentina

En el periodo enero-octubre 2021 los países de origen que contribuyeron principalmente al aumento de las importaciones colombianas fueron: China (39,4%) y Estados Unidos (24,9%), con una contribución conjunta de 15,6 puntos porcentuales, mientras que las importaciones desde Argelia (-91,7%) contribuyeron con 0,1 puntos porcentuales negativos.

En el periodo enero-octubre 2021 en comparación con el mismo periodo de 2020, el aumento en las compras externas originarias de China se explicó principalmente por las mayores importaciones de Glucósidos. Por su parte en el periodo enero-octubre 2021 en comparación con el mismo periodo 2020, la disminución de las importaciones de origen Argelia se explicó por las menores compras externas Abonos minerales o químicos nitrogenados (-91,9%).

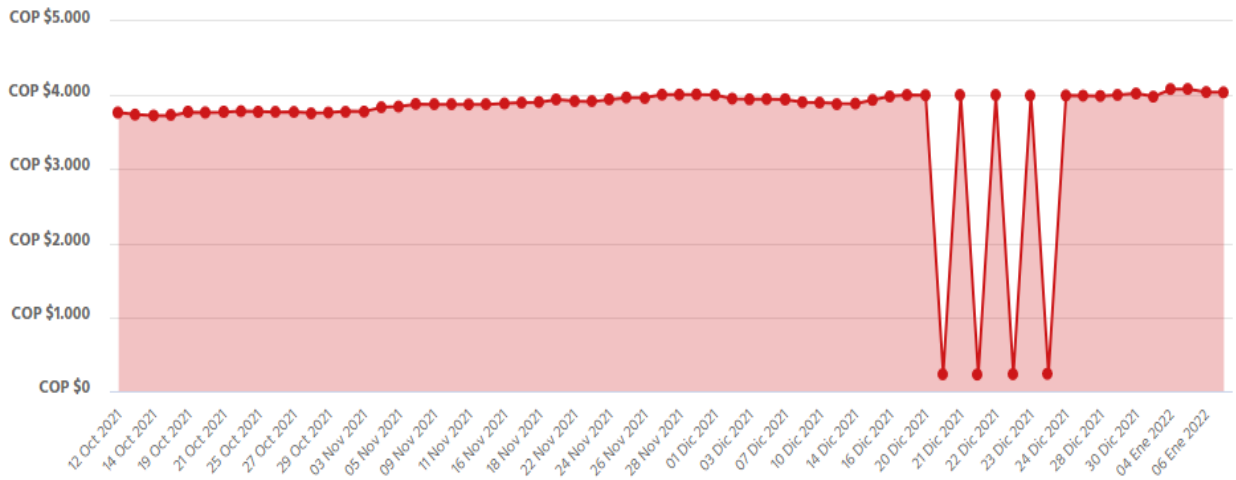
TRM

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.

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.

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 el año 2021 fue de $3.743 en promedio y en lo corrido del año 2021 ha tenido una alza significativa pasando los $4.000, aunque el promedio de la divisa es mejor al promedio del año 2020 y 2021, 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 al déficit que el gobierno central argumenta que tiene, el desabastecimiento global de insumos para producción, control de plagas y empaques entre otros. 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 un incremento directamente proporcional a los productos, bienes y servicios gravados con sus respectivos aranceles.

TRM CUARTO TRIMESTRE 2021 Y ENERO 2022[5]



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

[5] 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.

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.

MESES[6]	PROMEDIO TRM X MES	
Enero	$	3.491,32
Febrero	$	3.554,50
Marzo	$	3.612,77
Abril	$	3.650,78
Mayo	$	3.735,67
Junio	$	3.685,04
Julio	$	3.829,42
Agosto	$	3.881,18
Septiembre	$	3.821,54
Octubre	$	3.773,38
Noviembre	$	3.902,90
Diciembre	$	3.963,13
PROMEDIO AÑO	**$**	**3.743,09**

Panorama Actual De La Radio

La radio ha acompañado a los colombianos en los buenos y malos acontecimientos del país desde el comienzo del siglo XX. Las primeras ondas de radio en Colombia se propagaron a comienzos de 1920. Fue a través de Algunas familias adineradas como se introdujeron en el año 1923 los primeros receptores y transmisores de baja potencia dando inicio a una radio precaria y rudimentaria; en 1929 el entonces presidente Miguel Abadía Méndez, fue el gestor de la primera radiodifusora del país; la HJN que posteriormente se renombró como La Radiodifusora Nacional. Entre los años 1930 y 1940 la radio colombiana se fortaleció, amplió su difusión a gran parte del territorio nacional y consolidó temas como el político, el histórico y el económico. Luego de una

[6] Fuente: https://www.capitalcolombia.com/ - tabulación propia.

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.

reorganización empresarial en la que se administró la parte de producción, técnica, operadores, guionistas y locutores, se empezaron a agregar más horas de transmisión con el lanzamiento de programas en vivo, de humor, de música y hasta de cubrimientos especiales como clásicos deportivos y carreras de caballos, por medio de equipos de señal FM que permitían un mayor alcance.

El cubrimiento de noticias también se hizo presente, lo que se llamó en su momento Radioperiodismo, un estilo de periodismo que consistía en enviar reporteros al lugar de los hechos y luego ellos vía telefónica transmitían lo sucedido hasta la emisora y desde allí retransmitían la señal para los oyentes. Con algunas modificaciones y mejoras, esa manera de informar sigue vigente en la radio. Con la aparición de Caracol Radio, RCN y Todelar se acentuó la competencia en el medio radial, una lucha por la expansión y la difusión de intereses comerciales y de opinión. Pero al mismo tiempo se estaría gestando otro fenómeno que años más tarde pasaría a ser el primero: la televisión. La consolidación de la televisión afectó directamente al radio, debido a que aproximadamente desde la década de los 1980 varios programas radiales como las radionovelas, los programas de opinión y entretenimiento fueron remplazadas por los nuevos espacios creados con el ánimo de incentivar la televisión.

Mientras Noruega se convierte en el primer país del mundo en abandonar la frecuencia modulada (FM) por un estándar digital, Colombia por su lado fortalece la presencia de emisoras en todo el territorio y en todos los formatos. El avance tecnológico a pasos agigantados ha revolucionado los medios de comunicación tradicionales, algunos como los periódicos han recurrido a las páginas web para hacer la transición al mundo digital. En el caso de la radio en Colombia, desde sus inicios han adoptado los mejores equipos de difusión de señal, gracias a eso en la totalidad del territorio se puede escuchar alguna emisora, hasta en los sitios más recónditos de la geografía nacional como las selvas amazónicas. Prueba de ello es que, en la desafortunada época de los secuestros, el único medio de comunicación que conectaba a los secuestrados con sus familiares era la radio. En la actualidad la radio se reinventa para seguir vigente en la vida de los colombianos y no quedarse rezagado frente a los otros medios.

No obstante, la radio en Colombia siempre ha sido muy fuerte y ha dado muestras de innovación y diversidad. Tanto las grandes como las medianas y pequeñas emisoras han variado su programación y han establecido un sello propio que las diferencia de las demás; algunas enfocadas en noticias y opinión, otras en deportes y por supuesto, las musicales, que desde el inicio han sido pioneras en audiencia. El servicio público de radio en Colombia ha tenido un crecimiento exponencial en las últimas décadas, al día de hoy 1.596 emisoras transmiten su señal por medio del espectro radioeléctrico de las bandas

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.

FM y AM, repartidas en 1.243 para F.M y 353 en AM. Según la Subdirección de Radiodifusión Sonora del Min TIC, la radio es el medio con más alcance y difusión del país, 48,3 millones de colombianos, que corresponden al 99,1 % de la población nacional pueden oír radio.

Las 1.596 emisoras del país se dividen así: 667 emisoras comerciales; 626 emisoras comunitarias y 303 son emisoras de interés público, consideradas canales de comunicación entre el Estado y los ciudadanos de zonas más apartadas, con contenidos educativos, culturales, que promueven la defensa de los derechos constitucionales, la protección del patrimonio cultural, entre otros temas.

En cuanto a la modernización, el gobierno nacional, en cabeza del Ministerio de las TIC, busca fomentar y fortalecer la presencia de la radio en los territorios más apartados. Una de las primeras acciones fue suscribir un acuerdo con la Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT) con el fin modernizar los Planes nacionales técnicos de radiodifusión sonora para FM y AM; además de definir la estrategia tecnológica para la futura radio en Colombia. Otro reto importante que se le avecina a la radio en Colombia es la inclusión de nuevas voces como parte del acuerdo de paz. Estas serán emisoras comunitarias que buscarán divulgar y hacer pedagogía del posconflicto en regiones apartadas de centros urbanos. Un tema que ha causado mucha polémica pero que busca crear un equilibrio de opiniones, generar inclusión y fortalecer la comunicación en zonas rurales del territorio nacional.

Ya sea para oír noticias, un programa cultural, música o un partido de fútbol, la radio seguirá presente en la vida cotidiana de los colombianos y seguramente encontrará la forma de acomodarse a los avances tecnológicos de la actualidad. Por medio del clásico radio de pilas, de una aplicación celular o de una página web, la radio se reinventa y se consolida como uno de los principales medios de comunicación de Colombia[7].

En tiempos del coronavirus, la peor crisis de la humanidad desde la Segunda Guerra Mundial, mantenerse bien informado en casa –en medio del aislamiento preventivo– resulta ser algo sumamente fundamental. Al respecto, en la historia de los medios de comunicación la radio ha tenido un papel preponderante en los objetivos de informar, educar y entretener. Y prueba de ellos es el importante aumento en el consumo que ha tenido la radio en las últimas semanas, cuando empezó en Colombia la cuarentena para mitigar el impacto del coronavirus.

[7] Fuente: https://www.semana.com/tecnologia/articulo/colombia-un-pais-de-radio/516027/

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.

Una encuesta del Centro Nacional de Consultoría señaló que la audiencia de la radio en tiempos de COVID-19 ha tenido importantes cambios, al comparar el mismo periodo de 2019. Los oyentes acumulados de la radio en última semana crecieron frente a la misma medida del año pasado. Y es que durante el periodo analizado el 83 % de los colombianos escuchó la radio en la semana. Esto representa un 5 % en crecimiento de oyentes frente a las cifras de la misma semana del año inmediatamente anterior.

Además, las cifras demuestran que más de 20 millones de colombianos entre los 12 y 69 años prendieron sus equipos AM/FM, utilizaron sus computadores o activaron en sus dispositivos móviles para oír la radio. Así las cosas, la radio mantiene su importancia en el día a día de la vida de los colombianos al reflejar que en 2019 –en el periodo medido– se tuvo una audiencia de 72.4 % y este año un 73 %. Y es que tres de cada cuatro colombianos han escuchado la radio diariamente desde la llegada del coronavirus al país. Al respecto, la audiencia ha crecido significativamente en seis de las nueve franjas analizadas, con claridad entre las 8 am y las 5 pm.

Frente a los dispositivos conectados a internet, la radio ha crecido en esta época de manera importante. En comparación al año 2019, el incremento en el consumo de radio en dispositivos conectados a internet es del 17 %. Y adicionalmente, se ha dado un incremento de un 7 % de consumo de radio en dispositivos receptores de AM/FM. Y los datos sobre el consumo de radio en Colombia van más allá. En la primera encuesta realizada por Datexco durante la Cuarentena, indicó que en Bogotá, Medellín y Cali un 61,6% han acudido a la radio para estar informados.

Adicionalmente, el 61.1% de los encuestados manifestó escuchar radio entre 1 y 3 horas al día, y el 38.9% lo hace entre 3 y 4 horas diarias. Igualmente, el 96% de ellos, indicaron que la radio es el medio de comunicación que les permite estar más informados sobre la actualidad del país, siendo un medio que los distrae y divierte (92%), entretiene (94%) y ofrece compañía (86%). Por último, los encuestados manifiestan su preferencia en un 80 % por la inmediatez de la información, seguido de un contenido confiable en un 69%. Finalmente, el 56% indican que la radio los ha unido en familia.

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

Boletín Técnico

Indicadores básicos de tenencia y uso de Tecnologías de la Información y Comunicación – TIC en hogares y personas de 5 y más años de edad

2018

Tabla 6. Proporción de personas de 5 y más años de edad que escucharon la señal de radio dentro del hogar, según actividad de uso
Total nacional y por departamentos
2018

DEPARTAMENTO	Entretenimiento (%)	Noticias (%)	Información de interés comunitario (%)	Educación y aprendizaje (%)	Otra (%)
Total Nacional	**89,7**	**59,3**	**16,0**	**4,0**	**0,4**
Amazonas	73,1	87,1	48,3	14,7	0,4
Antioquia	93,3	46,8	12,4	1,4	0,5
Arauca	74,4	77,6	27,3	8,1	1,2
Atlántico	87,5	62,8	6,8	1,0	0,2
Bogotá, D.C.	90,7	64,4	19,4	6,6	0,3
Bolívar	90,8	43,4	8,6	2,7	0,4
Boyacá	88,6	63,8	26,8	0,6	0,2
Caldas	92,7	40,8	7,7	2,2	0,2
Caquetá	79,9	78,8	24,8	7,3	0,3
Casanare	87,1	81,5	33,6	9,1	0,2
Cauca	90,4	54,5	15,4	1,7	0,1
Cesar	79,7	77,0	9,5	0,8	0,3
Chocó	81,5	85,1	44,4	20,2	1,9
Córdoba	92,3	74,1	17,4	1,3	0,1
Cundinamarca	92,4	50,4	13,5	1,0	0,3
Guainía	80,0	68,3	54,2	9,3	3,1
Guaviare	85,5	77,0	29,9	4,8	0,2
Huila	89,3	78,0	33,7	16,0	0,2
La Guajira	73,3	73,9	5,1	1,3	0,1
Magdalena	82,0	72,2	10,2	1,2	0,8
Meta	83,2	71,5	13,9	0,7	0,1
Nariño	89,9	62,8	23,3	3,3	0,4
Norte de Santander	91,0	62,3	17,8	1,8	0,5
Putumayo	93,2	68,5	38,7	5,2	0,2
Quindío	90,0	53,3	5,0	1,1	0,3
Risaralda	93,5	43,5	3,2	2,1	0,4
San Andrés	79,4	69,7	32,6	0,3	0,1
Santander	89,4	55,7	16,7	3,8	0,2
Sucre	90,7	63,4	11,2	1,5	0,2
Tolima	85,1	70,1	24,8	3,4	0,5
Valle del Cauca	89,8	52,9	10,6	7,5	0,7
Vaupés	55,5	76,4	36,0	14,4	0,2
Vichada	95,2	49,6	28,6	9,1	1,0

Fuente: DANE, Encuesta de Calidad de Vida - ECV.
Nota 1: Una persona puede realizar varias actividades al escuchar la señal de radio, por lo que las opciones de respuesta no son excluyentes.
Nota 2: La base de cálculo de este indicador es el número total de personas que escucharon radio dentro del hogar bajo cada una de las coberturas geográficas que se presentan.

El tamaño de muestra de los Indicadores básicos de tenencia y uso de Tecnologías de la Información y Comunicación – TIC en hogares para el 2018 extrae la información de 89.522 hogares con encuestas completas arrojando una cobertura del 98,6%. En resumen la gráfica muestra a la radio que aunque Colombia es uno de los países de Suramérica que tiene la mejor infraestructura radial, el 89,7% utiliza la radio para entretenimiento, el 59.3% la utiliza para estar informado mediante escucha de noticias y tan solo el 4% la utiliza para educación.

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.

Como se expresó al inicio, con estos porcentajes podemos ver las oportunidades que tiene el sector TIC para fortalecerse y desarrollarse en los mercados donde los índices de cobertura son bajos; así como fortalecer y mantener el nivel de confiabilidad de sus usuarios.

Colombia ha mejorado en varios indicadores, superando en algunos el puntaje promedio para el continente. Ha mejorado en acceso a las TIC, uso y en desarrollo de competencias para uso de las tecnologías de la información; la meta es llegar a un nivel de desarrollo digital que se destaque entre los primeros lugares de la región, un desarrollo que debe reflejarse macroeconómicamente en el crecimiento del PIB, y en lo cotidiano en una mejor calidad de vida para la población a partir del disfrute de los beneficios y la importancia de las TIC.

Para seguir avanzando en la región, Colombia requiere mejorar en las dimensiones infraestructura, inversión, capital humano y políticas institucionales. Las tecnologías están siendo condicionadas por la evolución y la forma de acceder a los contenidos, servicios y aplicaciones, a medida que se extiende la banda ancha y los usuarios se adaptan, se producen unos cambios en los servicios. A raíz de este fenómeno cambiante a nivel mundial y tratando de superar los limitantes históricos referente a los servicios tecnológicos en cuanto a ancho de banda, confidencialidad de la información, sobrecargas en los sistemas, saturación de servidores entre otras, las empresas y entidades pasaron a utilizar las TIC como un nuevo canal de difusión de los productos y servicios aportando a sus usuarios una ubicuidad de acceso. Aparecieron un segundo grupo de servicios TIC como el comercio electrónico, la banca en línea, el acceso a contenidos informativos y de ocio y el acceso a la administración pública[8].

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).

[8] Fuente: Autor; Guide to Measuring the Information Society (2011). OECD; Clasificación Central de Productos – CPC Vers. 2 A.C . DANE; CRC (2010). Análisis del sector TIC en Colombia: Evolución y Desafíos; RAÚL KATZ (2015). El ecosistema y la economía digital en América Latina

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.

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.

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 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.

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 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 1369 de 2009 - Por medio de la cual se establece el régimen de los servicios postales y se dictan otras disposiciones
- 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 1887 de 2018 - Por la cual se crea la semana nacional del blog y otros contenidos creativos digitales y se dictan otras disposiciones; arts. 7o., 8o.
- 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. 14
- Resoluciones 325, 326, 327, 328, 329, 330, 331, 332 y 333 del 20 de febrero de 2020; Ministerio de Comunicaciones.

Marco legal del servicio de Radiofusión sonora en Colombia:

La Radiodifusión Sonora es un servicio que se rige en Colombia por normas que lo regulan para garantizar su prestación conforme a unos principios y fines definidos y normas que regulan el uso del espectro radioeléctrico en el que se soporta la transmisión del servicio con criterios de calidad y eficiencia.

En el siguiente cuadro encontrara un listado de las diferentes normas que aplican para la prestación del Servicio de Radiodifusión Sonora en Colombia con una breve descripción de su aplicación para este servicio[9]:

Norma	Título Norma	Aplicación en Radiodifusión Sonora
Ley 1341 de 2009	Por la cual se definen Principios y conceptos sobre la sociedad de la información y la organización de las	Establece:

[9] https://www.mintic.gov.co/portal/inicio/Sistemas-MINTIC/Sector-de-Radiodifusion-Sonora/Radiodifusion-Sonora/9307:Marco-legal

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 Radiodifusión Sonora
	Tecnologías de la Información y las Comunicaciones -TIC-, se crea la Agencia Nacional del Espectro y se dictan otras disposiciones	• Lineamientos generales para la prestación de los servicios de Radiodifusión Sonora • **Obligación de pago de contraprestaciones por concesión y por uso del espectro del Servicio de Radiodifusión Sonora.** • Obligación de registro TIC de Radiodifusión Sonora • Funciones del Ministerio TIC (Política, Reglamentación, planes técnicos e inspección vigilancia y control del Servicio de Radiodifusión Sonora). • Funciones de Agencia Nacional del Espectro (Vigilancia y control del Espectro radioeléctrico) • Principios de la radiodifusión Sonora. • Condiciones, clasificación y procedimiento para la prestación del servicio de Radiodifusión Sonora • **Obligación de Licencia para transmisión de Programas informativos o periodísticos**. • Condiciones para cesión y transferencia de derechos de concesión, arrendamiento de emisoras. • Régimen de infracciones y sanciones.
Resolución 415 de 2010	Por la cual se expide el Reglamento del Servicio de Radiodifusión Sonora y se dictan otras disposiciones	Esta es la norma principal que rige el Servicio de Radiodifusión Sonora en Colombia. Su contenido es el siguiente:

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 Radiodifusión Sonora
		TITULO I. DISPOSICIONES GENERALES Definición, finalidad, principios. Termino prorroga y terminación de la concesión. Clasificación del Servicio de Radiodifusión Sonora De la programación y pautas publicitarias **TITULO II DEL PLAN GENERAL DE RADIODIFUSIÓN SONORA** Definición y alcance del plan Actualización de los planes técnicos de radiodifusión Sonora Procedimientos para la actualización de los planes técnicos nacionales de radiodifusión Sonora. Parámetros técnicos esenciales Parámetros no esenciales Enlaces radioeléctricos Transmisiones remotas Transmisiones enlazadas y ocasionales **TITULO III SERVICIO DE RADIODIFUSIÓN SONORA COMERCIAL** Consideraciones particulares Cadenas radiales Procedimiento para otorgar la concesión **TITULO IV SERVICIO DE RADIODIFUSIÓN SONORA DE INTERÉS PÚBLICO**

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 Radiodifusión Sonora
		Consideraciones particulares Consideraciones técnicas Otorgamiento de la concesión **TITULO V RADIODIFUSIÓN SONORA COMUNITARIA** Fines y características del servicio Junta de programación Otorgamiento de la concesión **TITULO VI DE LAS CONTRAPRESTACIONES** **TITULO VII DISPOSICIONES ESPECIALES** **TITULO VIII VIGILANCIA Y CONTROL** **TITULO IX DISPOSICIONES FINALES**
Decretos y Resoluciones Actualización Plan Técnico AM y FM	Por la cual se adoptan medidas en materia de ordenación técnica del espectro radioeléctrico atribuido a la Radiodifusión Sonora en Amplitud Modulada (A. M.) y Frecuencia Modulada (F. M.)	Decretos y Resoluciones mediante los cuales se actualiza el Plan Técnico de Radiodifusión Sonora AM y FM. Para detalles de estas normas consulte la sección 'Plan Técnico Nacional' de este mismo sitio web.
Decreto 4350 de 2009	Por el cual se establece el régimen unificado de contraprestaciones, por concepto de concesiones, autorizaciones y permisos en materia de servicios de radiodifusión sonora y se dictan otras disposiciones	Este decreto tiene por objeto establecer el régimen unificado de las contraprestaciones por concepto de concesiones, autorizaciones, permisos, licencias y registros que se otorguen en materia de servicios de radiodifusión sonora, así como los trámites para su liquidación, cobro, recaudo y pago. • Establece los derechos y obligaciones de los concesionarios frente a la

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 Radiodifusión Sonora
		obligación del pago de contraprestaciones. • Contraprestaciones por la concesión. Para los concesionarios comerciales establece además pago inicial adicional. • Contraprestaciones por otorgamiento del derecho de uso del espectro. • Contraprestación por el uso de frecuencias radioeléctricas para enlaces punto a punto. • Contraprestación por el registro de Cadenas de Radiodifusión Sonora. • Liquidación, plazos y pagos de contraprestaciones. • Inspección vigilancia y control. • Sanciones por incumplimiento del régimen unificado de contraprestaciones.
Decreto 4995 de 2009	Por el cual se modifica el Decreto 4350 de 2009	• Se modificó el artículo 6 del decreto 4350 de 2009 agregando el cobro de contraprestación al momento de la prórroga de la concesión.
Decreto 195 de 2005	Por el cual se adopta límites de exposición de las personas a campos electromagnéticos, se adecuan procedimientos para la instalación de estaciones radioeléctricas y se dictan otras disposiciones.	A partir de esta norma junto con la Resolución 1645 de 2005 el concesionario de radiodifusión sonora tiene la obligación de realizar mediciones de emisiones radioeléctricas, garantizar que no se superen los límites establecidos de exposición a las personas, mitigar dichas emisiones de ser necesario y presentar la Declaración de Conformidad de Emisiones Radioeléctricas DCER y los informes de mediciones que los sustenten.

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 Radiodifusión Sonora
		Esta norma establece: • Las definiciones relacionadas con la exposición a las emisiones radioeléctricas. • Los límites máximos de exposición a aplicar por parte de los prestadores de servicios de telecomunicaciones • Obligación y plazos para presentar la Declaración de conformidad de Emisiones Radioeléctricas DCER. • Requisitos de quienes realicen mediciones de emisiones radioeléctricas. • Condiciones de las mediciones y su reporte. • Requisitos para la instalación de estaciones radioeléctricas en telecomunicaciones.
Resolución 1645 de 2005	Por la cual se Reglamenta el Decreto 195 de 2005	Esta norma complementa la obligación del concesionario de radio de realizar mediciones de emisiones radioeléctricas establecida en el decreto 195 de 2005. • Adopta los modelos de categorías de accesibilidad de las fuentes de radioeléctricas. • Define las fuentes radioeléctricas inherentemente conformes. • Define el formato de Declaración de Conformidad de Emisión Radioeléctrica. • Establece la metodología de medición para evaluar la conformidad de las Estaciones Radioeléctricas • Establece el procedimiento de ayuda para reducir el porcentaje de

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 Radiodifusión Sonora
		radiación mediante técnicas de mitigación, en el caso de la superación de los límites máximos de exposición. • Define los parámetros para evaluar la conformidad de las estaciones radioeléctricas.
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.

En relación al servicio de radio fusión, el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones otorga las concesiones para la prestación del Servicio de Radiodifusión Sonora Comercial, mediante contrato, previa a la realización del procedimiento de selección objetiva, en los términos establecidos en el Estatuto General de Contratación y atendiendo los principios de transparencia, economía, responsabilidad y los demás postulados que rigen la función administrativa, con sujeción al plan técnico nacional dentro del cual se enmarque la tecnología de transmisión de la emisora para la prestación del servicio, las disposiciones de la resolución y las normas que las modifiquen, sustituyan o reglamenten[10].

[10] https://www.mintic.gov.co/portal/inicio/Sistemas-MINTIC/Sector-de-Radiodifusion-Sonora/Radio-Comercial/8580:Como-obtener-una-Emisora-Comercial

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.

Descripción De La Necesidad

Atendiendo las responsabilidades de la Oficina de comunicaciones y lo 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 continua 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 plataformas de medios de comunicación masiva para la promoción de campañas y gestiones de la Alcaldía de Santiago de Cali en la modalidad de radio, en el marco del proyecto denominado: “Implementación de estrategia de comunicación institucional clara y transparente en Santiago de Cali” con ficha bp-26003011. Los servicios se extienden a la disposición del espacio físico y de transmisión. En este marco las actividades a contratar son las siguientes:

Descripción del producto	Cantidad de piezas	Valor unitario neto	Valor total neto
Publicación de mensajes institucionales de 20 segundos en programación musical: • Salsa los días lunes, martes, miércoles y viernes de 7:00 pm a 10:00 p.m. • Bolero los días jueves de 7:00 pm a 10:00 p.m. • Música variada los días sábados de 2:00 a 6:00 pm	288	$ 10.416	$ 2.999.808

Luego de evaluar el mercado la Oficina de comunicaciones requiere contratar el servicio de una radiofusora que tenga un sonido de alta definición y que a su vez este le permita llegar a todo el Valle del Cauca; adicional a esto en necesario que cuente con un espacio acreditado y establecido, cuya emisión se encuentre en los rangos horarios señalados anteriormente; permitiendo llagar al nicho del mercado que quiere estar enterado de las noticias de la región; audiencia de hombres y mujeres entre el rango de 18 a 60 años de edad y que se encuentren en los estratos socio económicos 2, 3 y 4.

Tipo de criterio:	Criterio:
Tipo de Emisora	Emisora (s) en dial FM; con impacto en público mayor de 18 años
Tipo de población:	Se busca impactar el sector rural y urbano en los estratos socio económicos 2, 3 y 4.
Población a impactar:	Hombres y mujeres entre las edades de 18 a 60 años.

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 organización elegida deberá contar con experiencia y/o una gran trayectoria 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.

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 ha 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[11]

Número de proceso	Entidad	Objeto contractual	Valor	Modalidad de selección	Proveedor	Plazo del contrato
4151.0.26.1.097-2014	VALLE DEL CAUCA - ALCALDÍA MUNICIPIO DE CALI	PRESTACION DE SERVICIOS PROFESIONALES Y DE APOYO A LA GESTION, EN EL AREA DE LA COMUNICACION, TRANSMITIENDO 66 CUÑAS DURANTE 15 DIAS EN EL PROGRAMA Q´HUBO EN LA CADENAL RADIAL CARACOL PARA INFORMAR A LA COMUNIDAD CALEÑA A A QUELLOS QUE SUSCRIBIERON EL ACUERDO DE PAGO ANTES DEL JUNIO 2010, DONDE EFECTUARON EL 50% DE SU CONTRIBUCION INICIAL, SE LES INFORMA QUE DEBEN REALIZAR SU COMPROMISO DE PAGO DEL 50% RESTANTE DE LA CONTRIBUCION DE VALORIZACION POR BENEFICIO GENERAL 21 MEGAOBRAS	$ 5.052.960	Contratación Directa (Ley 1150 de 2007)	CARACOL S.A.	15 Días
4151.0.26.1.381-2015	VALLE DEL CAUCA - ALCALDÍA MUNICIPIO DE CALI	PRESTACION DE SERVICIOS PROFESIONALES EN EL AREA DE LA COMUNICACION TRANSMITIENDO CUÑAS RADIALES EN EL PROGRAMA RADIO CALIDAD TRANSMITIDO POR LA CADENA RADIAL RCN LOS MESES DE ABRIL, MAYO, SEPTIEMBRE Y OCTUBRE DEL PRESENTE AÑO, EN DESARROLLO DEL PROYECTO DENOMINADO "ESTUDIOS, DISEÑOS CONSTRUCCION DE OBRAS, SISTEMA DE VALORIZACIONPOR BENEFICIO GENERAL	$ 20.524.204	Contratación Directa (Ley 1150 de 2007)	RADIO CADENA NACIONAL RCN	6 Meses
41310426	VALLE DEL CAUCA - ALCALDÍA MUNICIPIO DE CALI	PRESTACION DE SERVICIOS PROFESIONALES Y DE APOYO A LA GESTION , EN EL AREA DE LA COMUNICACION,PARA REALIZAR PROMOCION Y DIVULGACION MEDIANTE CUÑAS RADIALES DE 20 SEGUNDOS, MOTIVANDO A LOS CONTRIBUYENTES AL PAGO DE LOS IMPUESTO PREDIAL UNIFICADO E INDUSTRIA Y COMERCIO	$ 33.911.273	Contratación Directa (Ley 1150 de 2007)	CARACOL PRIMERA CADENA RADIAL COLOMBIANA-CARACOL.S.A	2 Meses
41310436	VALLE DEL CAUCA - ALCALDÍA MUNICIPIO DE CALI	PRESTACION DE SERVICIOS PROFESIONALES Y DE APOYO A LA GESTION,EN EL AREA DE LA COMUNICACION,PARA REALIZAR PROMOCION Y DIVULGACION MEDIANTE CUÑAS RADIALES DE 20 SG,MOTIVANDO A LOS CONTRIBUYENTES AL PAGO DE LOS IMPUESTOS PREDIAL UNIFICADO E INDUSTRIA Y COMERCIO	$ 12,011,826	Contratación Directa (Ley 1150 de 2007)	ORGANIZACION RADIAL OLIMPICA S.A	53 Días
4111.0.26.1.313-2012	VALLE DEL CAUCA - ALCALDÍA MUNICIPIO DE CALI	prestación de servicios profesionales y de apoyo a la gestión en el area de la comunicación para solcializar a través de la emisora olimpica estereo 104.5 fm de lunes a domingos, las actividades campañas y eventos para los ciudadanos de santiago de cali	$ 10,000,000	Contratación Directa (Ley 1150 de 2007)	ORGANIZACION RADIAL OLIMPICA S.A	1 Mes
4111.0.26.1.149	VALLE DEL CAUCA - ALCALDÍA MUNICIPIO DE CALI	Prestación de Servicios Profesionales y de Apoyo a la Gestión en el área de la publicidad, para que a través de una emisora que tenga amplio reating dentro de la comunidad, se divulgue e informe sobre la Campaña de ¿CULTURA TRIBUTARIA¿ adelantada por la Administración Municipal, durante los días 29 y 30 de marzo. Alcance del Objeto. Para el desarrollo del presente objeto el Contratista deberá: a) Socializar los Mensajes Institucionales de Cultura Tributaria que adelanta la Administración, a través de la siguiente Emisora: OLIMPICA STEREO, Dial 104.5 FM., Quince (15) mensajes institucionales, duración 30¿.	$ 10,000,000	Contratación Directa (Ley 1150 de 2007)	ORGANIZACION RADIAL OLIMPICA S.A	2 Días

Al revisar la información del cuadro anterior; podemos evidenciar que la modalidad de contratación para la emisión de mensajes institucionales en emisoras radiales; está lineada por la contratación directa; 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 del servicio a contratar y su alcance; es decir se define la cadena radial y su impacto

[11] 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.

sobre los radioescuchas que se pretenden impactar y/o en la entrega del mensaje a difundir, que está intimamente ligado a la estrategia administrativa que se quiere comunicar.

Otro aspecto relevante es el hecho que los espacios ya sean periodisticos, de entretenimiento o informativos entre otros que conforman la parrilla de emisión no cuentan con un estandar global; cada cadena radial tiene diversidad de programas cuyo objeto es fidelizar su público con una variada programación impactando diferentes audiencias; hecho que permite identificar los picos de audiencias y la diferenciación de espacios, que se traduce en apertura de espacios porpicios para emitir un mensaje puntual en un horario específico para un público concreto.

Procesos de Contratación de otras Entidades Estatales[12]

Número de proceso	Entidad	Objeto contractual	Valor	Modalidad de selección	Proveedor	Plazo del contrato
CD-035-19	ESCUELA NACIONAL DEL DEPORTE	Prestación de servicios de pauta publicitaria, a través del programa radial "EL CORRILLO DE MAO" para la difusión y divulgación de la gestión de la Entidad y su portafolio de servicios, así como los diferentes programas académicos ofertados por la Institución Universitaria Escuela Nacional del Deporte.	$ 23,000,000	Contratación Directa (Ley 1150 de 2007)	ACERTAR PUBLICIDAD SAS	205 Días
31-2015	VALLE DEL CAUCA - CONTRALORÍA MUNICIPAL DE SANTIAGO DE CALI	CONTRATAR EL SERVICIO DE DIFUSIÓN DE INFORMACIÓN DE ACTIVIDADES QUE ADELANTA LA CONTRALORÍA GENERAL DE SANTIAGO DE CALI A TRAVÉS DE RADIO Y TELEVISIÓN.	$ 18,000,000	Contratación Mínima Cuantía	TIEMPOS Y ESPACIOS S.A.S	27 Días
GN1133-2020	NARIÑO - GOBERNACIÓN	CONTRATISTA SE OBLIGA PARA CON EL DEPARTAMENTO A ADMINISTRAR PLAN DE MEDIOS PARA LA EMISION DE PAUTA PUBLICITARIA DIRIGIDA A LA PREVENCION Y SENCIBILIZACION DE INFECCION POR CORONAVIRUS COVID 19 CONSTRUCCION DEL PLAN DE DESARROLLO DEPARTAMENTAL 2020-2023 Y EL PAGO DE IMPUESTO VEHICULAR EN CUMPLIMIENTOS DE SU MISION INSTITUCIONAL EN MEDIOS RADIALES, TELEVISIVOS, ESCRITOS, DIGITALES Y OTROS MEDIOS ALTERNATIVOS DE DIFUSION	$ 135,000,000	Contratación Directa (Ley 1150 de 2007)	EMPRESA EDITORA DE NARIÑO EDINAR	48 Días
DJC-CD-08.03.02-266-2019	VALLE DEL CAUCA - INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA ANTONIO JOSÉ CAMACHO - CALI	PRESTACIÓN DE SERVICIO DE PAUTAS RADIALES PUBLICITARIAS PARA DIFUNDIR LOS PROGRAMAS ACADÉMICOS QUE OFRECE LA INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA ANTONIO JOSÉ CAMACHO – UNIAJC.	$ 40,655,133	Contratación Directa (Ley 1150 de 2007)	CARACOL PRIMERA CADENA RADIAL COLOMBIANA S.A	175 Días
0298-01	SANTANDER - INSTITUTO DE CULTURA Y TURISMO DE BUCARAMANGA	Prestar los servicios de apoyo a la gest& para la emision radial de pautas publicitarias y divulgación de las diferentes actividades artísticas y culturales a realizarse en el marco de Convenio Interadministrativo No 236 de 2017, celebrado con el Municipio de Bucaramanga.	$ 4,763,770	Contratación Directa (Ley 1150 de 2007)	CARACOL PRIMERA CADENA RADIAL COLOMBIANA S.A,	2 Meses

Conforme a lo publicado por las diferentes entidades de contratación estatal se encuentra que varias entidades han contratado servicios similares que permiten suplir la necesidad de informar y difundir el mensaje explícito a su público objetivo; las modalidades de selección varían de acuerdo con las necesidades, tiempos de ejecución y presupuesto. Para este caso en particular donde las particularidades propias del servicio y el enfoque segmentan los medios de

[12] 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.

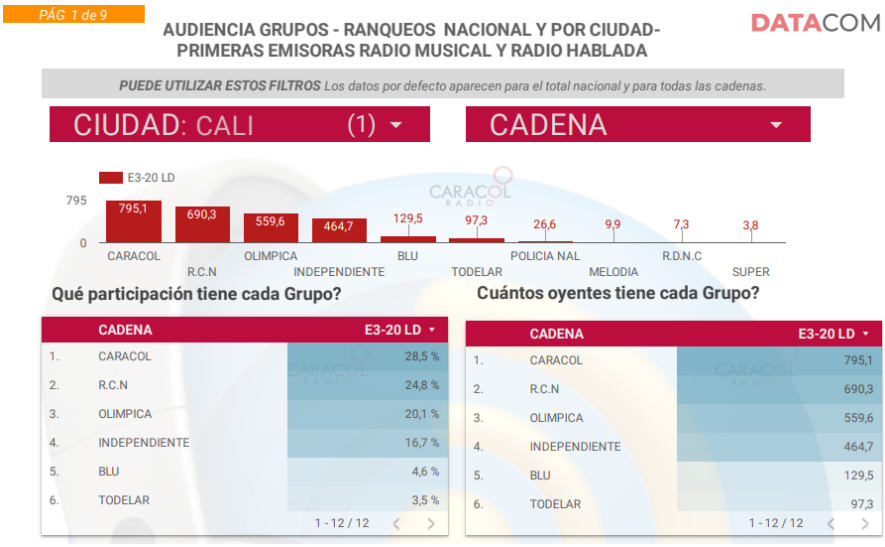
comunicación; la contratación directa cobra un factor relevante como proceso eficaz para direccionar la metodología en la que se pretende incursionar debido a la naturaleza del servicio y el objeto tan puntual cuyo resultado depende estrictamente del medio de comunicación que a su vez esta direccionado al público objetivo que se quiere impactar o está íntimamente ligado a la franja o nivel de dispersión de la comunicación.

Estudio de la Oferta

Aunque el mecanismo mediante el cual se accede a los medios de comunicación masiva ha cambiado con el paso del tiempo, es evidente que las centrales de la información siguen teniendo un papel preponderante para el público en general. El nivel de confianza que los colombianos encuentran en los medios de comunicación incide en el consumo diario de los mismo; los oyentes, televidentes o lectores consideran que el contenido emitido a través de las diferentes plataformas tiene un carácter alto de credibilidad y en respuesta confían en lo que se dice, muestra o escribe en los mismos.

La radio en Colombia siempre ha sido muy fuerte y ha dado muestras de innovación y diversidad. Tanto las grandes como las medianas y pequeñas emisoras han variado su programación y han establecido un sello propio que las diferencia de las demás; algunas enfocadas en noticias y opinión, otras en deportes y por supuesto, las musicales, que desde el inicio han sido pioneras en audiencia. Así entonces y como resultado de este análisis se puede inferir qué es importante incluir una parrilla de programación de mensajes a través de los medios de comunicación, basándose en una estrategia concebida como el estudio de los factores de la comunicación que pretende llegar a un público objetivo cuyo mensaje se apalanca en dar a conocer las acciones que lidera la Administración Municipal. Partiendo de los múltiples mecanismos que hoy en día se tienen para dar a conocer un mensaje o información puntual, la planeación estratégica de la oficina de comunicaciones enmarcada en el plan de medios, opta por hacer la difusión a través de la radio como medio masivo de comunicación; pretendiendo llegar a muchas más personas, penetrando a todos los estratos socioeconómicos; al mismo tiempo que se ha identificado el grupo objetivo con el cuál se pretende trabajar, iniciamos la exploración para encontrar el proveedor que nos permita cumplir con la ejecución de la estrategia mencionada; para tal fin nos hemos apoyado en el Estudio General de Medios, presentado por el ECAR que nos revela el ranking de las emisoras con mayor cantidad de oyentes en la ciudad de Cali, lo que nos permite realizar una selección objetiva de los medios en los cuales ubicar los mensajes construidos desde la Alcaldía de Santiago de Cali.

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.





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.

Visitantes Únicos Multiplataforma
Comscore - Septiembre 2020

	Medio	Audiencia total
1.	LA FM	4.836
2.	CARACOL RADIO	3.813
3.	BLU RADIO	3.647
4.	R.C.N.RADIO	3.613
5.	W RADIO	2.901
6.	LA KALLE	1.544
7.	VIBRA BOGOTA 104.9 FM	1.109
8.	LA MEGA	647
9.	TROPICANA	559
10.	BESAME FM	485
11.	RADIOACKTIVA	432
12.	CANDELA ESTEREO	401
13.	POLICIA	397

1 - 19 / 19

Tráficos Web
Omniture, Streaming Triton y Redes a Octubre 2020

				Indicadores / Valor			
Emisora	Páginas vistas	Sesiones	Usuarios Úni...	Twitter	Facebook	Instagram	Youtube
W RADIO	15,0 M	7,0 M	5,2 M	4,1 M	1,3 M	466,8 mil	186,0 mil
TROPICANA	2,8 M	3,2 M	1,1 M	296,7 mil	1,1 M	511,8 mil	23,5 mil
RADIOACKTIVA	2,1 M	1,6 M	892,0 mil	2,0 M	620,2 mil	294,7 mil	29,6 mil
OXIGENO	767,0 mil	1,1 M	342,5 mil	473,3 mil	671,6 mil	345,7 mil	29,3 mil
LOS 40	874,3 mil	447,9 mil	365,7 mil	757,3 mil	540,2 mil	163,4 mil	47,6 mil
CARACOL RADIO	30,8 M	6,0 M	9,1 M	5,8 M	1,2 M	679,6 mil	119,0 mil
BESAME FM	2,3 M	2,6 M	1,1 M	49,5 mil	133,7 mil	85,1 mil	5,6 mil

PASTO	28	25	27
ARMENIA	24	26	24
POPAYAN	24	24	24
Total	**3.176**	**2.850**	**3.083**

1 - 19 / 19

En algunos casos, el criterio de selección se fundamenta en las zonas donde se concentra la audiencia de cadena radial, emisora o programa en particular, teniendo en cuenta que en gran medida el objetivo es llegar a todas las comunas y todos los niveles

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.

socioeconómicos de la ciudad. En este mismo contexto es importante hacer claridad que la contratación directa de los medios de comunicación se encuentra soportada en el artículo 33 de la ley 80 de 1993 "*El establecimiento de una red de telecomunicaciones, para uso particular y exclusivo, a fin de satisfacer necesidades privadas de telecomunicaciones, y sin conexión a las redes conmutadas del Estado o a otras redes privadas de telecomunicaciones. Para todos los efectos legales las actividades de telecomunicaciones se asimilan a servicios privados."* (…) Condición de exclusividad que los mismo ostentan, otorgada por la autorización que el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC) a una empresa en particular para la explotación de una frecuencia específica del espectro electromagnético. *"… el espectro radioeléctrico se trata del medio por el cual se transmiten las frecuencias de ondas de radio electromagnéticas que permiten las telecomunicaciones (radio, televisión, Internet, telefonía móvil, televisión digital terrestre, etc.), la administración y explotación de la frecuencia; sin desligarse de las regulaciones, estándares y límites que puede exigir los gobiernos de cada país"*. Conceptualizando esto en preciso enunciar la Banda VHF: También es utilizada por las compañías de telefonía móvil y terrestre y las emisoras radiales, además de los sistemas de radio de onda corta (aficionados) y los sistemas de telefonía móvil en aparatos voladores; es una banda mucho más potente que puede llegar a tener un alcance considerable, incluso, a nivel internacional. (Concepto tomado de los lineamientos del Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC).

Por lo anteriormente expuesto, para la selección del medio a vincular, no es conveniente utilizar criterios como precio y/o calidad, pues si bien el servicio podría clasificarse en el mismo grupo, tipo de radio y amplitud de la frecuencia entre otros factores que presenta el mercado global, para la evaluación y escogencia del proveedor es determinante la audiencia a la que van dirigidos los mensajes y teniendo en cuenta que los servicios de radio son concesionados cobra importancia la contratación directa.

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.

Matriz de riesgo

Clase	Fuente	Etapa	Tipo	Descripción (Qué puede pasar y cómo puede ocurrir)	Consecuencia de la ocurrencia del evento	Probabilidad	Impacto	Calificación Total	Prioridad	¿A quién se le asigna?	Tratamiento/controles a ser implementados	Impacto después del tratamiento			¿Afecta el equilibrio económico del contrato?	Persona responsable por implementar el tratamiento	Fecha estimada en que se inicia el tratamiento	Fecha estimada en que se completa el tratamiento	Monitoreo y revisión		
												Probabilidad	Impacto	Calificación Total					¿Cómo se realiza el monitoreo?	Periodicidad	¿Cuándo?
Jurídicos y/o legales y/o documentales	Interno	Ejecución	Operacional	Incumplimiento parcial, total o tardío del Contrato por parte del Contratista	Atraso en el cronograma de actividades de supervisión o entrega defectuosa de los productos y/o servicios	Posible	Mayor	Alto	Alta	Contratista	Inicio de aplicación de sanciones	Posible	Mayor	Alto	NO	Supervisor	Inmediato	De acuerdo al plazo establecido para la aplicación de la sanción	Citaciones, comunicaciones	diario	Revisión del material entregado o al momento de hacer seguimiento de las actividades pactadas.
				No contar los conocimientos requeridos, equipos y materiales para la ejecución del contrato	Atraso en el cronograma de actividades de supervisión o entrega defectuosa de los productos y/o servicios	Posible	Mayor	Alto	Alta	Contratista	Inicio de aplicación de sanciones	Posible	Mayor	Alto	NO	Supervisor	Inmediato	De acuerdo al plazo establecido para la aplicación de la sanción	Citaciones, comunicaciones	diario	Al hacer seguimiento al contrato.
				Pago inoportuno por parte del Contratista en relación con salarios, prestaciones sociales y demás beneficios a que tengan derecho	Suspensión actividades	Posible	Mayor	Alto	Alta	Contratista	Inicio de aplicación de sanciones	Posible	Mayor	Alto	SI	Supervisor	Inmediato	De acuerdo a lo estipulado en el contrato	Citaciones, comunicaciones	mensual	Al momento de pasar las cuentas o los avances de gestión
Jurídicos y/o legales y/o documentales	Externo	Ejecución	Regulatorio	Reforma tributaria	Aumento en la base para tributar	Posible	Mayor	Alto	Alta	Contratista	Reclamación extrajudicial y/o judicial	Posible	Mayor	Alto	SI	Supervisor	Inmediato	De conformidad con el Estatuto General de Contratación y Ley 1437 de 2011.	Citaciones, comunicaciones	diario	Informes del supervisor
				Menoscabo patrimonial o individual ocasionado por la imposición de normas (leyes,decretos,resoluciones) por razones de interés público o general, y que deben ser acatadas por el contratista, implicando mayores costos por ejemplo mayores prestaciones sociales.	Aumento en los costos del contrato	Posible	Mayor	Alto	Alta	Contratista	Reclamación extrajudicial y/o judicial	Posible	Mayor	Alto	SI	Supervisor	Inmediato	De conformidad con el Estatuto General de Contratación y Ley 1437 de 2011.	Citaciones, comunicaciones	diario	Informes del supervisor

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.

Conclusiones

Del análisis del sector se infieren las siguientes conclusiones:

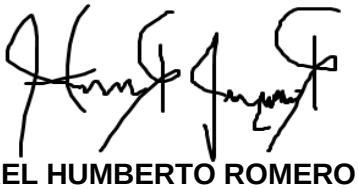
- ✓ Con base en el análisis realizado, se puede concluir que es conveniente realizar la contratación del servicio que supla la necesidad expuesta en este documento bajo la modalidad de contratación directa; debido a que el mercado actual existe una relativa homogeneidad en las ofertas y sus alcances, pero estas no atacan los nichos de mercado y población objetivo que pretende el mensaje impartir para generar la aceptación y recordación deseada.

- ✓ De acuerdo con el requerimiento puntual que se expresa en este documento, se requiere contratar una entidad idónea y con amplia experiencia y trayectoria en el mercado, que tenga disponibilidad dentro de su parrilla de programación espacios que generen valor en horas donde la audiencia a la que se quiere llegar esté conectada; que permita tener una flexibilidad en cuanto a tiempos y espacios.

- ✓ 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 en la invitación y debe cumplir con los parámetros financieros básicos.

- ✓ 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 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.