ESTUDIO O ANÁLISIS DEL SECTOR QUE SOPORTA EL PROCESO DE CONTRATACIÓN DEL SERVICIO DE APOYO A LA GESTIÓN EN EL ÁREA DE LAS COMUNICACIONES PARA REALIZAR PROMOCIÓN Y DIVULGACIÓN MEDIANTE LA DIFUSIÓN DE MENSAJES INSTITUCIONALES EN PLATAFORMAS DIGITALES COMO REDES SOCIALES, SOBRE LA GESTIÓN DEL DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO DE HACIENDA; PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA TRIBUTACIÓN, RECUPERACIÓN DE LA CARTERA Y EL RECAUDO DE LA VIGENCIA CORRIENTE DE CALI 2022.

Distrito de Santiago de Cali - Departamento Administrativo de Hacienda

Contenido

I. INTRODUCCIÓN. 2

A. Justificación. 3

B. Objetivo. 5

II. ANÁLISIS ECONÓMICO DEL SECTOR. 5

A. Aspectos generales. 5

1. Económico. 6

1.1. Análisis de Datos: 12

La radio en Colombia: 21

Boletín Técnico Indicadores básicos de tenencia y uso de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones – TIC en hogares y personas de 5 y más años. Versión 2019. 21

1.2. Productos incluidos dentro del sector: 29

1.3. Agentes que componen el sector: 29

2. Técnica. 31

2.1. Denominación del Bien. 31

2.2. Especificaciones técnicas del servicio. 31

3. Regulatorio. 35

2.4. Aspectos Legales. 37

B. Análisis de la oferta. 42

1. Financiero. 43

C. Análisis de la demanda. 44

Procesos de Contratación de la Alcaldía de Santiago de Cali. 45

Procesos de Contratación de otras Entidades Estatales. ..... **¡Error! Marcador no definido.**

a) Modalidad de Contratación. 45

b) Plazo del contrato. 47

c) Experiencia exigida al proveedor. 48

Análisis del riesgo y forma de mitigarlo. 51

III. FUENTES DE INFORMACIÓN..... 53

I. INTRODUCCIÓN.

El Distrito Santiago de Cali está al servicio de los intereses generales de los habitantes, y se desarrolla con fundamento en los principios constitucionales y legales, en especial, en los consagrados en el Decreto Extraordinario No.411.0.20.0516 de 2016 relativos a la buena administración del Estado; el respeto por la juridicidad y el patrimonio público; responsabilidad en el ejercicio de la función pública; el restablecimiento, Ia materialización, la garantía y la protección de los derechos de las personas; Ia profesionalización del servicio público, Ia especialización sectorial y organizacional para la prestación de los servicios y el ejercicio de las competencias a cargo del Distrito de Santiago de Cali y de las autoridades que integran el Distrito, sin perjuicio de Ia aplicación de lo demás principios generales y especiales que rigen la actividad de la Administración Pública y de los servidores públicos.

El Departamento Administrativo de Hacienda, en cumplimiento de los dispuesto en el artículo 2.2.1.1.1.6.1 del Decreto 1082 de 2015, el Distrito de Santiago de Cali en la etapa de planeación de los procesos de contratación, presenta el estudio y/o análisis del sector relativo a la contratación de servicios de apoyo a la gestión en el área de las comunicaciones para realizar promoción y divulgación mediante la difusión de mensajes institucionales en plataformas digitales como redes sociales sobre la gestión del Departamento Administrativo de Hacienda; con el propósito de definir los criterios técnicos, financieros y organizacionales.

De acuerdo con lo estipulado en el numeral 1, del literal E, artículo 29 de la Ley 1551 de 2012, el Alcalde de la ciudad de Santiago de Cali, tiene entre otras, la función de informar sobre el desarrollo de los planes, programas y gestión de la administración, relacionado con las políticas públicas, produciendo mensajes o campañas con dicha información que es emitida a través de los medios de comunicación masivos idóneos, que permitan llegar a toda la comunidad del Distrito de Santiago de Cali, así mismo con la ejecución de estrategias especiales de atención en las diferentes comunas y corregimientos, con el fin de que se apropien de las mismas y participen de manera directa y se estimule el sentido de pertenencia.

Acorde con la mencionada norma este estudio y/o análisis del sector sigue los lineamientos de la Guía de Elaboración de Estudios del Sector expedida por la Agencia Nacional de la Contratación Pública – Colombia Compra Eficiente. Donde este, hace parte de la planeación del Proceso de Contratación y materializa los principios de planeación, de responsabilidad y de transparencia consagrados en la Ley 80 de 1993.

El estudio y/o análisis del sector es necesario en los Procesos de Contratación. La modalidad de selección del Proceso de Contratación no es relevante para determinar la procedencia o no del estudio y/o análisis del sector. Colombia Compra Eficiente establece

algunas recomendaciones para realizar estudios de sector en Procesos de Contratación para las modalidades de contratación directa".

La función 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, el Departamento Administrativo de Hacienda debe conocer claramente cuál es su necesidad y determinar la mejor manera en que el mercado puede satisfacerla.

Durante las vigencias 2016 y 2017, el Distrito de Santiago de Cali obtuvo autorización para celebrar contratos de empréstito, mediante los acuerdos 0407 de diciembre del 2016 y 0415 de mayo 19 de 2017, para financiar proyectos de inversión contemplados en el Plan de Desarrollo "Cali Progresa Contigo" 2016- 2019.

Al Distrito como entidad fundamental de la división político-administrativa del Estado le corresponde prestar los servicios públicos que determine la ley, construir las obras que demande el progreso local, ordenar el desarrollo de su territorio, promover la participación comunitaria, el mejoramiento social y cultural de sus habitantes y cumplir las demás funciones que le asignen la Constitución y las leyes. El artículo 209 de la constitución política determinó que la función administrativa está al servicio de los intereses generales y se desarrolla con fundamento en los principios de igualdad, moralidad, eficacia, economía, celeridad, imparcialidad y publicidad, mediante la descentralización, la delegación y la desconcentración de funciones.

Las autoridades administrativas deben coordinar sus actuaciones para el adecuado cumplimiento de los fines del Estado, mediante la contratación estatal se busca dar cumplimiento a los fines del estado, a la continua y eficiente prestación de los servicios públicos y la efectividad de los derechos e intereses de los administrados que colaboran con ellas en la consecución de dichos fines.

Corresponde a los alcaldes de conformidad con el artículo 315 de la Constitución Política cumplir y hacer cumplir la Constitución y la ley, norma que igualmente es consagrada en el artículo 91 de la Ley 136 de 1994.

Dentro de la competencia de los Alcaldes está la de dirigir la acción administrativa de los municipios y distritos, realizar las obras que demanden el progreso local, asegurar el cumplimiento de las funciones y la prestación de los servicios a su cargo.

La contratación del bien, obra o servicio que se justifica con este estudio, hace parte integral del Plan Anual de Adquisiciones conforme lo establece el artículo 2.2.1.1.1.4.1 del Decreto 1082 de 2015.

A. Justificación.

Adicionalmente el Decreto 411.0.20.0673 del 06 de Diciembre de 2016, "POR EL CUAL SE ADOPTA EL MANUAL ESPECIFICO DE FUNCIONES Y DE COMPETENCIAS LABORALES DE LAS DISTINTAS DENOMINACIONES DE EMPLEO ADSCRITOS A LA

PLANTA DE PERSONAL DE LA ADMINISTRACIÓN CENTRAL DEL MUNICIPIO DE SANTIAGO DE CALI" determina que entre las funciones esenciales de la Subdirección de Impuestos y Rentas se encuentra el desarrollar e implementar estrategias de divulgación de las normas, fallos, disposiciones legales de carácter nacional, departamental y distrital relacionados con los Impuestos y Rentas; además de diseñar y ejecutar estrategias de promoción de la Cultura Tributaria.

Para reforzar este programa, denominado Cultura Tributaria, se ha creado un proyecto de comunicación, el cual además de concientizar a la comunidad, pretende informarla y orientarla al objetivo de hacer sostenible el cumplimiento voluntario de las obligaciones tributarias con base en principios, valores y actitudes congruentes con el deber ciudadano de contribuir a que el estado cumpla con sus fines constitucionales.

Por otra parte, entre las funciones esenciales de la Subdirección de Tesorería se encuentra formular los métodos y procedimientos requeridos para la organización y control del recaudo de los tributos, por esta razón se ha diseñado la estrategia de visita a las comunas que presentan el mayor porcentaje de Cartera Tributaria, con el objetivo de informar a los contribuyentes sobre la etapa procesal del cobro coactivo en la que se encuentra su obligación.

Por ello se requiere de un medio de comunicación como la radio; una herramienta de fácil acceso que llegue a todos los estratos socioeconómicos y que promueva a través de contenido el pago de impuestos, así como los descuentos vigentes y demás actividades implementadas por el Departamento Administrativo de Hacienda en busca de disminuir la cartera e incrementar los ingresos de la ciudad. Se requiere que la información llegue a hombres y mujeres en edad adulta, ubicados en todas las comunas y corregimientos de la jurisdicción de Santiago de Cali, y que pertenezcan a los diferentes estratos socioeconómicos de la ciudad.

En desarrollo de esta estrategia informativa, anualmente el Departamento Administrativo de Hacienda con la asesoría de la Oficina de Comunicaciones de la Alcaldía de Cali y a través del Programa de Cultura Tributaria en su componente de comunicación, proyecta y ejecuta un Plan de Medios, donde a través de mensajes institucionales se busca informar sobre temas de carácter tributario y fiscal del orden territorial, como: los plazos para el pago de los diferentes impuestos, descuentos por pronto pago, puntos de atención, entidades financieras autorizadas para el pago y demás temas que impactan de manera positiva los ingresos de la Ciudad de Santiago de Cali a través de la activación del recaudo de impuestos y recuperación de la cartera.

Teniendo en cuenta lo anterior y haciendo uso de herramientas como el Estudio General de Medios – EGM La Administración Distrital a través de la Oficina de Comunicaciones de la Alcaldía, organismo competente para la definición de los medios de comunicación a través de los cuales se invertirán los recursos destinados a la promoción de los temas tributarios, analiza e identifica cuales son los espacios que cuentan con mayor audiencia en la ciudad de Cali y determina las características que estos deben cumplir, por ejemplo:

- Contar con un alto nivel de seguidores para poder llevar el mensaje a la mayor cantidad posible de contribuyentes.
- Contar con seguidores en los diferentes niveles socio económicos de la ciudad.
- Tener impacto en las diferentes comunas del área urbana, así como en el área rural.
- Ser escuchados, vistos y leídos en un mayor porcentaje por un público en edad adulta.

B. Objetivo.

"Prestar servicios de apoyo a la gestión para realizar difusión y divulgación de mensajes institucionales en plataformas digitales como redes sociales de conformidad con la estrategia del plan de medios de la Alcaldía Distrital de Santiago de Cali, empleando medios de comunicación masiva que permitan informar a la ciudadanía sobre la gestión y programas del DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO DE HACIENDA, orientadas al cumplimiento de las obligaciones fiscales, fortalecimiento de la cultura de tributación y recaudo de la vigencia corriente del año 2022."

II. ANÁLISIS ECONÓMICO DEL SECTOR.

La Unidad de Apoyo a la Gestión del Departamento Administrativo de Hacienda, adscrita al Distrito de Santiago de Cali, da cumplimiento a lo establecido en el Decreto 1082 de 2015 en el Artículo 2.2.1.1.1.6.1. En el cual es un deber realizar el estudio y/o análisis del sector de las Entidades Estatales. Donde el Distrito de Santiago de Cali hace durante la etapa de planeación, el análisis necesario para conocer el sector relativo al objeto del proceso de contratación legal, comercial, financiera, organizacional, técnica y de análisis de riesgo. El Departamento Administrativo de Hacienda deja constancia de este análisis en los documentos del proceso" y tomando como orientación la Guía para elaborar estudios o análisis del sector" de Colombia Compra Eficiente, por ende, el Departamento Administrativo de Hacienda, después de identificar la necesidad, definimos e investigamos el sector al cual pertenece el bien o servicio requerido, las condiciones de este para poder identificar los requisitos habilitantes, para lo cual debe tener en cuenta tres grandes áreas:

A. Aspectos generales.

La Unidad de Apoyo a la Gestión del Distrito de Santiago de Cali realiza la respectiva revisión de los aspectos generales del mercado del servicio que sean relevantes en el Proceso de Contratación. Teniendo en cuenta para el efecto, la guía de Colombia Compra Eficiente recomienda para los siguientes contextos, los cuales pueden tener un alcance en

el ámbito local, regional, nacional o internacional, acorde a la modalidad de contratación Directa.

Esta clase incluye:

• La prestación del servicio, orientación y asistencia operacional a empresas y otras organizaciones sobre cuestiones de gestión, como la planificación estratégica y organizacional; temas de decisión de carácter financiero; objetivos y políticas de comercialización; planificación de la producción; políticas, prácticas y planificación de derechos humanos.

• Los servicios que se prestan pueden abarcar orientación y asistencia operativa a las empresas y a la administración pública en materia de: - Las relaciones públicas y comunicaciones. - Las actividades de lobby. - El diseño de métodos o procedimientos contables, programas de contabilidad de costos, procedimientos de control presupuestario. - La prestación de asesoramiento y ayuda a las empresas y las entidades públicas en materia de planificación, organización, dirección y control, información administrativa.

Para analizar los aspectos económicos relevantes de la contratación del servicio de apoyo a la gestión para realizar difusión y divulgación de mensajes institucionales por medio de plataformas digitales como las redes sociales de conformidad con la estrategia del plan de medios de la Alcaldía Distrital de Santiago de Cali, empleando plataformas de medios de comunicación masiva que permitan informar a la ciudadanía sobre la gestión y programas del DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO DE HACIENDA**;** nos remitiremos a la Encuesta Mensual de Servicios (EMS), la cual muestra que en el mes de junio de 2021 el subsector " Actividades de Programación y Transmisión, Agencias de Noticias", al cual pertenece el servicio que el Departamento Administrativo de Hacienda requiere contratar, es uno de los subsectores con variaciones negativas en cuanto a los ingresos nominales y el personal ocupado total, así como también la Encuesta Nacional de Lectura ENLEC 2017 y los Indicadores básicos de tenencia y uso de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones – TIC en hogares y personas de 5 y más años de edad 2019.

1. **Económico.**

El Departamento Administrativo de Hacienda, desde la Subdirección de Tesorería y la Subdirección de Impuestos y Rentas, viene realizando esfuerzos para optimizar los servicios, herramientas tecnológicas, las finanzas, bases de datos, la capacidad técnica, sistematización, la comunicación y modernización en el campus tecnológico, para que el trabajo financiero, administrativo y comunicativo sea optimo y este a la altura de los procesos financieros y de comunicación por la gran cantidad de información que se maneja, como también de las investigaciones y monitorio de las actividades relacionadas con el misionalidad del Departamento Administrativo de Hacienda.

Con la finalidad de contribuir a los fines esenciales del plan de desarrollo de la Alcaldía de Santiago de Cali, el organismo en mención encargado del recaudo, ha introducido en su estrategia las herramientas de la tecnología de información y la comunicación, también

conocidas como TIC; las cuales 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.

La tecnología, como el conjunto de instrumentos, recursos técnicos o procedimientos empleados en un determinado campo o sector, está creciendo un ritmo acelerado y los últimos acontecimientos de pandemia han contribuido a que se triplique su crecimiento, llevando a las economías del mundo a cambiar sus estructuras financieras a nuevos modelos que impactan la cultura de cualquier país. Partiendo de estos hechos podemos argumentar que las que las TIC son el pilar de lo que conocemos como vida moderna y 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 capital que forman parte de un país.

PANORAMA DE LAS TIC´S EN COLOMBIA

Se distinguen dos mecanismos a través los cuales las TIC pueden incrementar la productividad en un país: 1.) cuando son usadas como insumo en el proceso productivo de otros sectores al aumentar la eficiencia e intensidad con que se utilizan tanto el capital como el trabajo; 2.) cuando el sector TIC gana peso dentro de la economía. Esto se debe a que dicho sector tiene una mayor productividad y termina sumando dicha productividad al valor total país.

Estudios realizados en países desarrollados como el de "***Cette, Clear y Bresso en 2015*** "[1]analizan y destacan 3 aspectos fundamentales en el desarrollo económico y como estos van ligados al desarrollo de las TIC y su evolución:

1.) Para países desarrollados la contribución de las TIC en la productividad laboral fue más alta durante el periodo 1994-2004 que en el periodo 1974-1994; esto se debe en gran medida al acelerado crecimiento de las TIC en estos años como oportunidad económica, de la mano con el desarrollo tecnológico y la inclusión del Internet en la sociedad de consumo.

2.) Desde el 2004 la contribución de las TIC al crecimiento de la productividad laboral en los países desarrollados ha disminuido, fenómeno que se puede explicar si analizamos que aún las cifras siguen siendo positiva, la incorporación de las TIC en los procesos productivos es constantes, pero no evolutivas, convirtiéndose en productos marginales hasta tanto no

1 Plan TIC 2018-2022 El Futuro Digital es de Todos – MinTIC

se presente otra gran innovación; que permita revolucionar el sector y por ende generar un cambio positivo y generacional.

3.) Para los países desarrollados, después de la expansión del valor de los activos TIC como porcentaje del PIB, el nivel se ha estabilizado desde el 2000. Estos obedecen a la incorporación de bienes TIC en los procesos productivos; es decir la industria y demás actividades productivas se han sistematizado incluyendo en su infraestructura física y operativa computadores, aparatos electrónicos e internet con el fin de agilizar y optimizar sus actividades diarias, volviendo la presencia de los bienes TIC en dispositivos regulares para los procesos productivos.

Colombia experimentó una expansión de sus servicios de comunicaciones, en particular el Internet, tanto en sus modalidades móvil como en fijo.

TRANSFORMACIÓN DIGITAL DEL ESTADO

A través del cuarto eje, el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones desarrolla su política “El Futuro Digital es de Todos” con el cual se pretende contribuir a la transformación digital del estado y el objetivo de esta iniciativa es lograr un gobierno que entregue servicios de forma integral para el mejoramiento permanente de la calidad de vida de las personas. En este sentido, se impulsa la transformación digital de la administración pública, impactando la vida de los ciudadanos y generando valor público, a partir del mejoramiento de las interacciones digitales del ciudadano con el Estado y la provisión de servicios de confianza y de calidad.

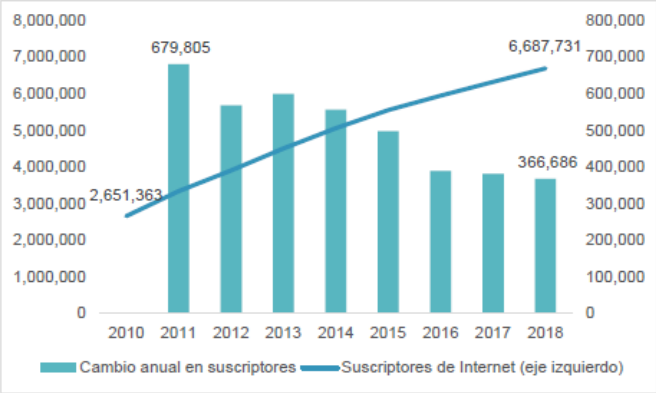
Para el logro de estos propósitos ha desarrollado varios proyectos que pretenden fortalecer el desarrollo, uso y aplicación de la ciencia, la tecnología y la investigación asociada a la creación de ecosistemas de información pública, los cuales sirven de apoyo a la estrategia del plan de comunicaciones.

Colombia experimentó una expansión de sus servicios de comunicaciones, en particular el Internet, tanto en sus modalidades móvil como en fijo.

En la Gráfica 21 se muestra el número total de suscriptores a Internet fijo, usuarios residenciales y comerciales, desde 2010 y el cambio absoluto anual. Como se puede observar, entre 2010 y 2018, el número de suscriptores de conexiones fijas en Colombia creció un 252 %. Sin embargo, el ritmo de crecimiento se frenó en los últimos años. Esta ralentización del crecimiento tiene que ver con una disminución de la inversión en el sector, así como con el hecho que la población va adquiriendo el servicio de acuerdo tanto a su interés como a su capacidad económica y el mercado ya ha servido a quienes tenían la mayor disponibilidad a pagar. Por otro lado, también la velocidad ofertada de las conexiones fijas ha cambiado muy lentamente: en 2016 el 1 % de las conexiones fijas tenían velocidades de descarga mayores a 25 Mbps, y en 2018 dicho porcentaje llegaba al 5 %. (Gráfica 21).[2]

[2] Plan TIC 2018-2022 El Futuro Digital es de Todos – MinTIC

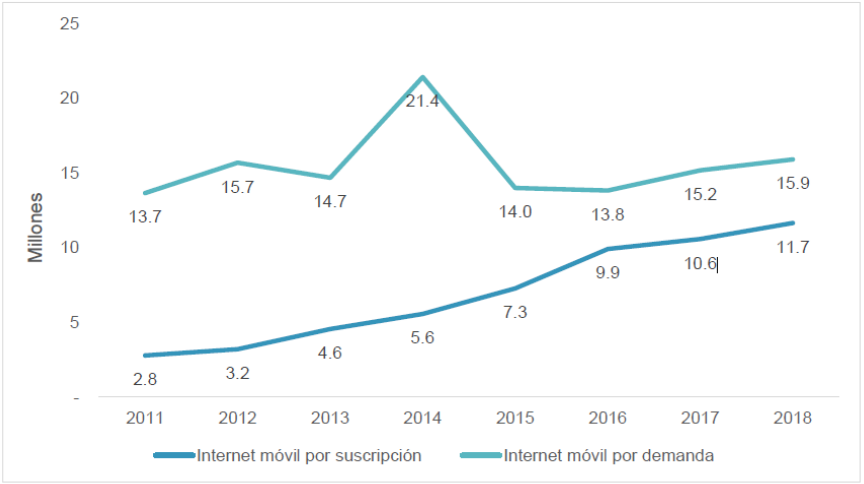
GRÁFICA 21 NÚMERO DE SUSCRIPTORES A INTERNET FIJO EN COLOMBIA



Fuente: (MinTIC, 2018a)

En cuanto al Internet móvil, el total de usuarios se muestra en la Gráfica 24. Con la serie se puede concluir que entre 2011 y 2018 el número de usuarios de Internet por suscripción se triplicó, mientras que el número de usuarios por demanda se ha mantenido alrededor de los 15 millones.

GRÁFICA 24 USUARIOS DE INTERNET MÓVIL



Fuente: (MinTIC, 2018a)

La tecnología 2G, mayoritaria al inicio de este servicio, desde 2015 se mantiene en alrededor de 1,5 millones de usuarios. Esta cifra depende mucho del componente por demanda que para esta tecnología presenta grandes variaciones. Por otro lado, la tecnología 3G que ha sido mayoritaria desde 2013 presenta un proceso de disminución de usuarios que pasan, en su mayoría, a 4G. En 2018 se registra, por primera vez, una mayoría de los usuarios de Internet móvil con tecnología 4G que se dividen entre 7,7 millones en modalidad por demanda y 8,3 millones por suscripción. Sin embargo, para 2018 todavía alrededor del 40% (más de 10 millones) de los usuarios que accedieron a Internet móvil lo hicieron únicamente por 2G o 3G. Este rezago es aún más evidente, teniendo en cuenta

que diversos países en todo el mundo ya están comenzando a ejecutar sus planes de despliegue de 5G.

CRISIS SANITARIA Y EL IMPACTO ECONOMICO DE LA PANDEMIA

Este estudio del sector no es ajeno a la crisis económica a nivel mundial que se presenta por el virus COVID-019, el cual representa un reto para la económica de nuestro país, ya que los impactos económicos de lo que está pasando serán muy altos.

Colombia perdió 170.000 personas que tenían alguna ocupación, cuando en los nueve años anteriores se vincularon más de 4 millones a la estructura laboral nacional.

Para el 2021 el resultado final será positivo, tanto por factores estadísticos como por la evolución que ya empieza a registrarse donde las caídas en los sectores que vienen operando dentro de una nueva realidad, se han moderado. En estas condiciones el crecimiento podría estar alrededor del 5%.

Con estas tasas es importante anotar dos grandes temas. De un lado se demorará al menos dos años en recuperar los niveles de 2019. Pero, más importante aún está el interrogante sobre cuánto tardará el país en retornar a la trayectoria de crecimiento que se había logrado en los últimos años. Allí la respuesta es menos optimista y se podría hacer referencia a 4 o 6 años.

Para el segundo semestre del año 2021, en su más reciente informe 'Perspectivas económicas mundiales' el Banco estimó que el crecimiento de la economía de Colombia estará respaldado por una mejora de condiciones externas y un repunte de las demandas, donde la economía colombiana crecerá 5,9 por ciento este año y no 4,9 por ciento, tras mejorar la proyección que tenía en principio del desempeño del país para este año. No obstante, advirtió que "después de un comienzo lento, cualquier retraso adicional en la vacunación contra el covid-19 sería un lastre para la recuperación".

Este es el segundo organismo multilateral que le mejora la perspectiva de crecimiento a la economía colombiana en los últimos días. La Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (Ocde) señaló que este año el PIB del país crecería hasta un 7,6 por ciento.

Los economistas de entidades como el Citi ven que el país podría crecer a un ritmo del 6,5 por ciento ahora, una mejora de cada dos puntos porcentuales respecto a su proyección inicial. Sobre la región, indicó que la economía de Latinoamérica avanzará un 5,2 por ciento este año, por encima del 3,2 por ciento previsto en enero.

La organización multilateral, con sede en Washington, pronosticó, sin embargo, que el producto interno bruto (PIB) de la región latinoamericana disminuirá un 2,9 por ciento en 2022.[3]

[3] Fuente: https://www.eltiempo.com/economia/sectores/esto-crecera-la-economia-colombiana-en-2021-segun-el-banco-mundial-594396

De conformidad con el informe de marzo 2021, proferido por la Dirección de Investigaciones Económicas, Sectoriales y de Mercados del Grupo Bancolombia, estas son las oportunidades y riesgos que se vislumbran para una recuperación económica:



Si bien la sociedad ha evidenciado una profunda crisis durante el año 2021 debido a la inesperada aparición de un virus, no todo ha sido negativo y la pandemia ha acelerado las tendencias existentes, que cambiarán el mercado de trabajo de los medios de comunicación y de la cultura y sus modelos de negocio, junto con las condiciones de trabajo y los derechos de los trabajadores del sector.

De acuerdo con el Foro Económico Mundial en su artículo “Why the world needs better, not less, globalization”, a pesar del rompimiento de las cadenas de suministro, la globalización no se ha deteriorado, sino que se ha transformado. En esta dirección, ciertos aspectos como la colaboración científica y la conectividad digital se han acelerado de una manera significativa durante este año. Desarrollos tecnológicos atendiendo las nuevas necesidades de los mercados y los consumidores, importantes avances en el campo de la medicina, mejoras en la calidad del aire y, en general, un respiro al medio ambiente fueron otros de los factores positivos que nos trajo la pandemia. Es así como algunos cambios en la forma de trabajar, producir y consumir llegaron para quedarse: los viajes de negocios y el trabajo 100% presencial se reducirán en la medida que se encontraron eficiencias en los encuentros virtuales a la vez que se generan ahorros en términos monetarios y beneficios para el medio ambiente como la reducción de emisiones de CO2; el comercio electrónico ha permitido acceso a nuevas opciones, y ahorros en tiempo para el consumidor, y, en materia de salud nos hemos aprendido a cuidar y a ser más conscientes de la importancia de la salud humana.

En materia económica, se espera que esta transformación incremente los procesos de Fusiones y Adquisiciones (M&A); genere mayor cooperación en el acceso a flujos internacionales en la medida que los países necesiten recursos para combatir la pandemia e implementar paquetes fiscales para apoyar empresas y personas; se espera una aceleración en los procesos de automatización no solamente en el sector industrial sino en el sector servicios; aparecen también nuevas formas de cooperación y conexiones que

crean soluciones innovadoras a los problemas derivados del Covid-19 y acordes a las nuevas necesidades del mundo y, por supuesto, la restructuración de las cadenas de valor y el reshoring serán por mucho tiempo los protagonistas de las estrategias de los países en materia internacional. En este último punto, las economías serán las responsables de mejorar y acelerar en temas de productividad, costo país, sostenibilidad ambiental, competitividad tributaria, condiciones logísticas y de infraestructura que les permitan ser atractivos para nuevas inversiones y para lograr que las grandes empresas que se están pensando relocalizar los vean como una opción favorable. Estos retos definitivamente pueden ser un catalizador para que tengamos economías más desarrolladas, más prósperas, más equitativas y mucho más competitivas.[4]

Diferentes partes del sector, desde las actuaciones en directo hasta la producción de grabaciones, han capitalizado de manera desigual las nuevas tecnologías para hallar nuevas formas de "monetizar" el consumo. Los espectáculos en directo no han podido aprovechar los medios de comunicación digital para mantener su relación privilegiada con su audiencia, mientras que el consumo de música y de contenido audiovisual a pedido ha aumentado más aún, y los servicios de emisión en continuo han sido los más beneficiados y han remplazado en mayor grado las ventas físicas.11 La tecnología también está transformando la manera en que se hace la música, y esto se ha acelerado durante la pandemia. La utilización cambiante de las aplicaciones y plataformas ya está planteando problemas en lo que respecta a los derechos de propiedad intelectual.[5]

Por todo lo anterior, uno de los efectos del coronavirus ha sido el aumento y la tendencia del consumo online y las telecomunicaciones, especialmente en televisiones e internet. Plataformas como Netflix, Disney + y amazon y otras plataformas stremeen han evolucionado, por lo que la audiencia está ávida de información, siendo un desafío para las entidades territoriales estudiar alternativas que permitan cautivar esa audiencia en su tiempo libre y realizar acciones para generar una cultura tributaria que impacte especialmente en el cumplimiento voluntario de las obligaciones fiscales, concientizando a la comunidad caleña que el aumento en el recaudo de los impuestos contribuye a la realización de programas que mejoren su calidad de vida.

1.1. Análisis de Datos:

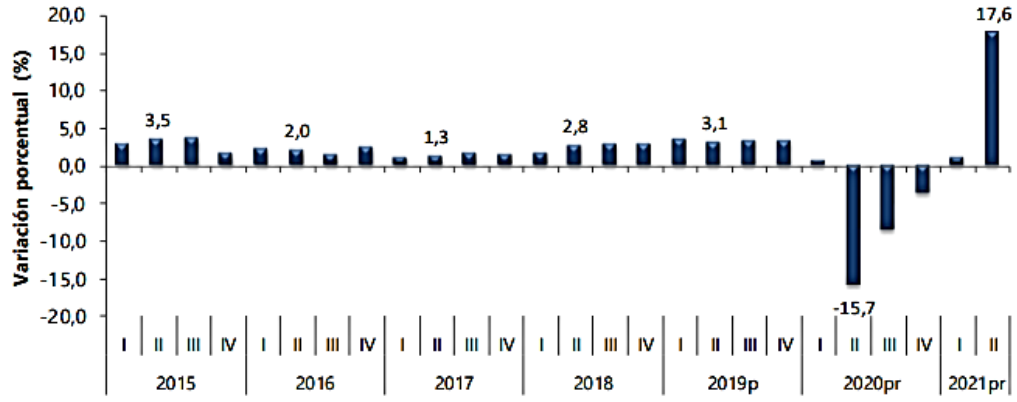
En este ítem, mostramos las últimas estadísticas del Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE).

[4] Informe de Balance 2020 y perspectivas de la ANDI
[5] Nota informativa sectorial de la OIT, Organización Internacional del Trabajo

Producto Interno Bruto (PIB)

II trimestre 2021 preliminar

Gráfico 1. Producto Interno Bruto (PIB)
Tasas de crecimiento en volumen[1]
2015-I / 2021[Pr]-II



Fuente: DANE, Cuentas nacionales
[1]Series encadenadas de volumen con año de referencia 2015
[Pr]preliminar
[p]provisional

En este sentido, se relaciona los resultados para este II trimestre del año 2021, donde el Producto Interno Bruto (PIB), en su serie original[6], crece 17,6% respecto al mismo periodo del año 2020. Ver tabla 1). Las actividades económicas que más contribuyen a la dinámica del valor agregado son:

Producto interno bruto series encadenadas de volumen con año de referencia 2015.

En el segundo trimestre de 2021pr, el Producto Interno Bruto, en su serie original, crece 17,6% 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 40,3% (contribuye 6,1 puntos porcentuales a la variación anual).

- Industrias manufactureras crece 32,5% (contribuye 3,5 puntos porcentuales a la variación anual).

- Actividades artísticas, de entretenimiento y recreación y otras actividades de servicios; Actividades de los hogares individuales en calidad de empleadores; actividades no

[6] Series originales encadenadas del volumen con año de referencia 2015.

diferenciadas de los hogares individuales como productores de bienes y servicios para uso propio crece 83,8% (contribuye 1,9 puntos porcentuales a la variación anual).

Durante el primer semestre de 2021pr, respecto al mismo periodo del año anterior, el Producto Interno Bruto presenta un crecimiento 8,8%. 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 15,7% (contribuye 2,8 puntos porcentuales a la variación anual).

- Industrias manufactureras crece 18,2% (contribuye 2,1 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 6,4% (contribuye 1,1 puntos porcentuales a la variación anual)

Respecto al trimestre inmediatamente anterior, el Producto Interno Bruto en su serie corregida de efecto estacional y calendario decrece 2,4%. Esta variación se explica principalmente por la siguiente dinámica:

- Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas; Transporte y almacenamiento; Alojamiento y servicios de comida decrece 6,7%.

- Industrias manufactureras decrece 5,3%.

- Construcción decrece 3,1%

PIB desde el enfoque de la producción.

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

Actividad económica	Tasas de crecimiento		
	Serie original		Serie corregida de efecto estacional y calendario
	Anual	Año corrido	Trimestral
	2021pr- II / 2020pr-II	2021pr / 2020pr	2021pr - II / 2021pr - I
Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca	3,8	3,8	0,0
Explotación de minas y canteras	7,1	-5,1	0,2
Industrias manufactureras	32,5	18,2	-5,3
Suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado[2]	9,1	3,7	-0,6
Construcción	17,3	3,6	-3,1
Comercio al por mayor y al por menor[3]	40,3	15,7	-6,7
Información y comunicaciones	10,0	6,3	2,6
Actividades financieras y de seguros	3,3	4,1	-0,3
Actividades inmobiliarias	2,1	1,9	0,2
Actividades profesionales, científicas y técnicas[4]	14,4	7,8	0,5
Administración pública, defensa, educación y salud[5]	9,0	6,4	2,4
Actividades artísticas, de entretenimiento y recreación y otras actividades de servicios[6]	83,8	38,5	12,6
Valor agregado bruto	**17,1**	**8,6**	**-2,9**
Total impuestos menos subvenciones sobre los productos	22,1	11,2	1,6
Producto Interno Bruto	**17,6**	**8,8**	**-2,4**

Fuente: DANE, Cuentas nacionales

pr preliminar

[1] Series encadenadas de volumen con año de referencia 2015.

[2] Suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado; distribución de agua; evacuación y tratamiento de aguas residuales, gestión de desechos y actividades de saneamiento ambiental.

[3] Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas; Transporte y almacenamiento; Alojamiento y servicios de comida.

[4] Actividades profesionales, científicas y técnicas; actividades de servicios administrativos y de apoyo.

[5] Administración pública y defensa; planes de seguridad social de afiliación obligatoria; educación; actividades de atención de la salud humana y de servicios sociales.

[6] Actividades artísticas, de entretenimiento y recreación y otras actividades de servicios; actividades de los hogares individuales en calidad de empleadores; actividades no diferenciadas de los hogares individuales como productores de bienes y servicios para uso propio.

Información y comunicaciones.

En el segundo trimestre de 2021pr, el valor agregado de información y comunicaciones crece 10,0% en su serie original, respecto al mismo periodo de 2020pr. Para la serie corregida de efecto estacional y calendario, el valor agregado crece en 2,6%, respecto al trimestre inmediatamente anterior:

Tasas de crecimiento en volumen[1]
2021[pr]– Segundo trimestre

Actividad económica	Tasas de crecimiento		
	Serie original		Serie corregida de efecto estacional y calendario
	Anual	Año corrido	Trimestral
	2021[pr]- II / 2020[pr]-II	2021[pr] / 2020[pr]	2021[pr] - II / 2021[pr] - I
Información y comunicaciones	**10,0**	**6,3**	**2,6**

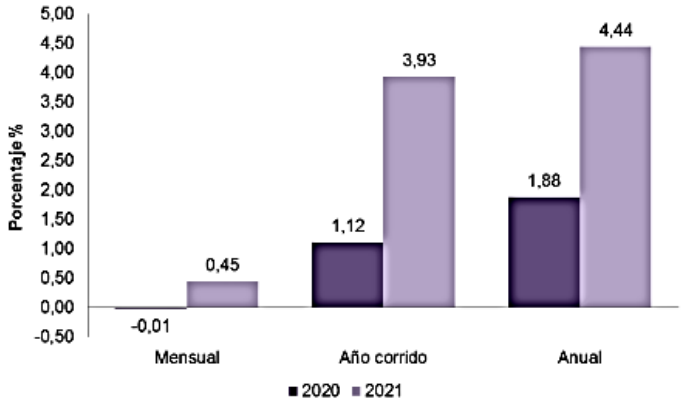
Fuente: DANE, Cuentas nacionales
[pr]preliminar
[1]Series encadenadas de volumen con año de referencia 2015.

Índice del precio al consumidor.

Uno de los indicadores importantes para este estudio o análisis del sector, es el Índice de Precio al Consumidor IPC, el cual no lo suministra el Boletín técnico del IPC de agosto del 2021. Información elaborada por el Departamento Administrativo Nacional de Estadística - DANE.

A continuación, se muestra en la gráfica 1 el comportamiento del IPC en el mes de agosto del presente año.

Total nacional
Agosto 2020 - 2021



Fuente: DANE, IPC.

Resultados del mes de agosto 2021.

- *Comportamiento de la variación mensual del IPC según divisiones y subclases.*

Variación y contribución mensual por divisiones de gasto en el mes de agosto de 2021, el IPC registró una variación de 0,45% en comparación con julio de 2021, tres divisiones se ubicaron por encima del promedio nacional (0,45%): Alimentos y bebidas no alcohólicas (1,08%), Restaurantes y hoteles (0,99%) y por último, Educación (0,62%). Por debajo se ubicaron: Transporte (0,34%), Muebles, artículos para el hogar y para la conservación ordinaria del hogar (0,30%), Bienes y servicios diversos (0,29%), Salud (0,25%), Bebidas alcohólicas y tabaco (0,22%), Recreación y cultura (0,19%), Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles (0,19%), Prendas de vestir y calzado (0,07%) y por último, Información y comunicación (-0,18%).

Según divisiones de gasto
Agosto 2020 - 2021

		2020		2021	
Divisiones de Gasto	Peso (%)	Variación (%)	Contribución Puntos Porcentuales	Variación (%)	Contribución Puntos Porcentuales
Alimentos y bebidas no alcohólicas	15,05	-0,45	-0,07	1,08	0,18
Restaurantes y hoteles	9,43	0,18	0,02	0,99	0,10
Educación	4,41	-3,48	-0,16	0,62	0,03
TOTAL	100,00	-0,01	-0,01	0,45	0,45
Transporte	12,93	0,27	0,03	0,34	0,04
Muebles, artículos para el hogar y para la conservación ordinaria del hogar	4,19	-0,05	0,00	0,30	0,01
Bienes y servicios diversos	5,36	0,49	0,03	0,29	0,02
Salud	1,71	0,70	0,01	0,25	0,00
Bebidas alcohólicas y tabaco	1,70	0,32	0,01	0,22	0,00
Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles	33,12	0,07	0,02	0,19	0,06
Recreación y cultura	3,79	0,17	0,01	0,19	0,01
Prendas de vestir y calzado	3,98	-1,00	-0,04	0,07	0,00
Información y comunicación	4,33	3,60	0,14	-0,18	-0,01

Fuente: DANE, IPC
Nota: La diferencia en la suma de las variables obedece al sistema de aproximación en el nivel de dígitos trabajados en el índice.

Los mayores aportes a la variación mensual del IPC (0,45%), se ubicaron en las divisiones de: Alimentos y bebidas no alcohólicas, Restaurantes y hoteles, Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles y Transporte, las cuales aportaron 0,38 puntos porcentuales a la variación total.

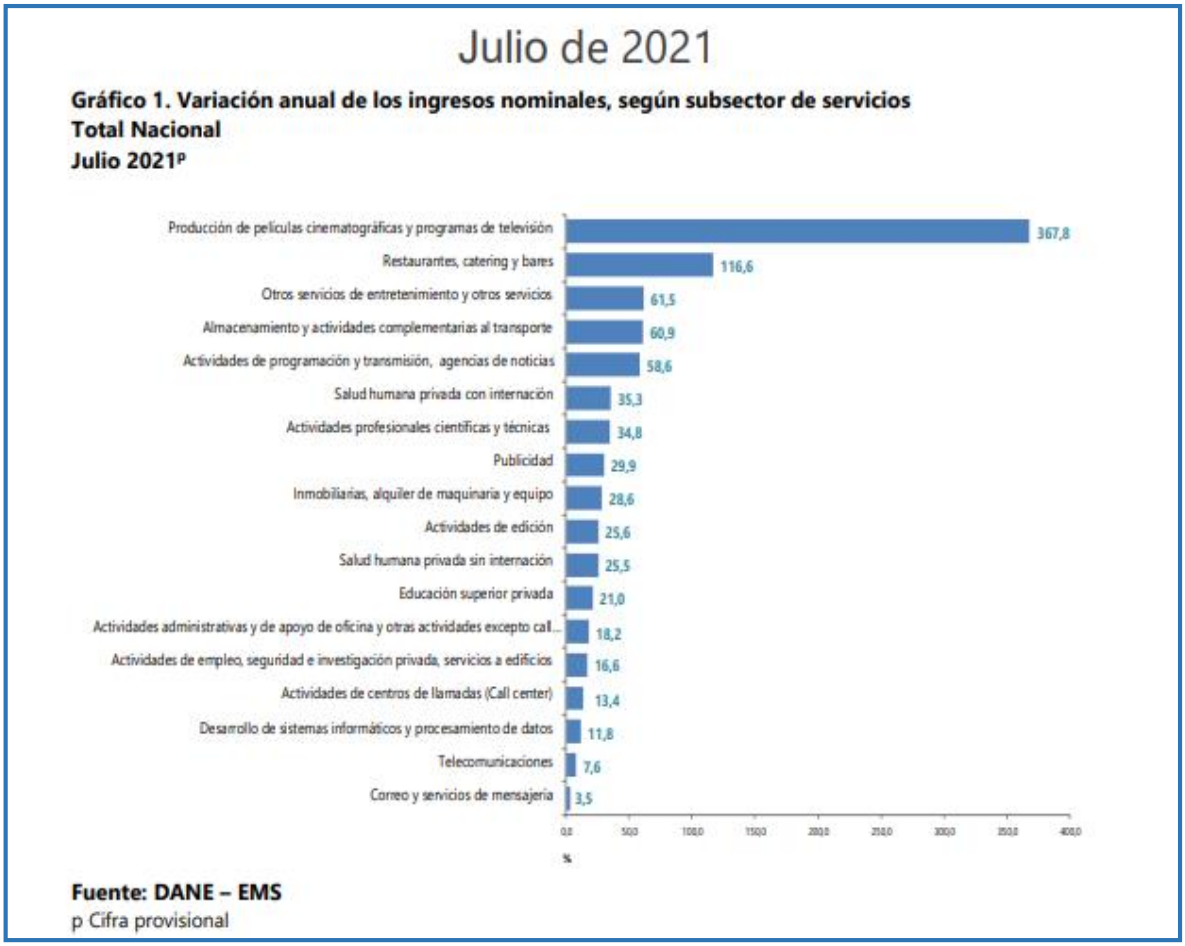
Encuesta Mensual de Servicio (EMS).

La Encuesta Mensual de Servicios es una operación estadística por medio de la cual el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE) obtiene la información de las variables principales del sector servicios para el análisis de su evolución en el corto plazo.

En el proceso permanente de mejoramiento y actualización de las estadísticas económicas y con el propósito de responder a estándares nacionales e internacionales, tanto metodológicos como de clasificación, a partir del mes estadístico enero de 2020 se dan a conocer al público los resultados del rediseño de la Encuesta Mensual de Servicios que contempla varias mejoras metodológicas como la inclusión de resultados de la variable

variación de los salarios promedio por subsector de servicios y tipo de contratación, además del paso a un muestreo probabilístico basado en un marco mejorado que incrementó la cobertura al implementar menores parámetros de inclusión.

También se entregan resultados bajo una nueva desagregación pasando de 15 a 18 subsectores de servicios; dentro de los nuevos subsectores se encuentra la división 58 "Actividades de edición" que en la versión 3.0 de la CIIU estaba clasificada como actividades de manufactura y en la versión 4.0 de la CIIU pasó a clasificarse como una actividad de servicios.



Evolución general de los subsectores de servicios.

Variación anual de los ingresos nominales y contribución por tipo de ingresos, según subsector de servicios (julio 2021 / julio 2020).

En julio de 2021, todos los subsectores de servicios presentaron variación positiva en los ingresos totales, en comparación con julio de 2020.

Tabla 1. Variación anual de los ingresos y contribución por tipo de ingresos, según subsector de servicios
Julio 2021ᵖ / julio 2020

Clasificación CIIU Rev. 4 A.C.			Ingresos nominales	Ingresos por servicios	Venta de Mercancías	Otros Ingresos
Sección	División	Descripción	Variación (%)	Contribución (PP)		
H	División 52	Almacenamiento y actividades complementarias al transporte	60,9	57,0	0,4	3,4
H	División 53	Correo y servicios de mensajería	3,5	2,2	0,0	1,3
I	División 56	Restaurantes, catering y bares	116,6	114,2	1,7	0,8
J	División 58	Actividades de edición	25,6	23,3	1,5	0,8
J	División 59, excepto Clase 5920	Producción de películas cinematográficas y programas de televisión	367,8	184,2	177,2	6,4
J	División 60 y Clase 6391	Actividades de programación y transmisión, agencias de noticias	58,6	55,2	0,0	3,3
J	División 61	Telecomunicaciones	7,6	5,1	2,4	0,1
J	División 62, División 63, excepto Clase 6391	Desarrollo de sistemas informáticos y procesamiento de datos	11,8	13,5	-1,9	0,2
LN	Sección L. División 68 Sección N. Divisiones 7710, 7729 y 7730	Inmobiliarias, alquiler de maquinaria y equipo	28,6	25,6	0,0	3,0
M	Divisiones 69, 70, 71, 72, Clase 7320, División 74	Actividades profesionales científicas y técnicas	34,8	34,6	0,2	-0,1
M	Clase 7310	Publicidad	29,9	30,2	0,0	-0,3
N	Divisiones 78, 80 y 81, excepto Clase 8130	Actividades de empleo, seguridad e investigación privada, servicios a edificios	16,6	16,5	0,1	0,0
N	Clase 8220	Actividades de centros de llamadas (Call center)	13,4	13,4	0,0	0,0
N	División 82 excepto Clase 8220	Actividades administrativas y de apoyo de oficina y otras actividades, excepto call center	18,2	17,0	0,8	0,5
P	Grupo 854	Educación superior privada	21,0	17,0	0,2	3,8
Q	Clase 8610	Salud humana privada con internación	35,3	35,5	0,0	-0,1
Q	División 86 excepto Clase 8610	Salud humana privada sin internación	25,5	24,5	0,8	0,1
S	Divisiones 90, 92, 93, 95 y 96	Otros servicios de entretenimiento y otros servicios	61,5	57,0	0,9	3,6

Fuente: DANE – EMS
p Cifra provisional
(PP) Puntos porcentuales
Nota: por aproximación decimal, se puede presentar diferencia en la suma de las contribuciones frente a la variación total.

Variación anual del personal ocupado total y contribución por tipo de contratación, según subsector de servicios (Julio 2021 / julio 2020).

En julio de 2021, dieciséis de los dieciocho subsectores de servicios presentaron variación positiva en el personal ocupado total, en comparación con julio de 2020.

Tabla 2. Variación anual del personal ocupado total y contribución por categoría de contratación, según subsector de servicios
Julio 2021ᵖ / julio 2020

Clasificación CIIU Rev. 4 A.C.			Personal ocupado total*	Permanente	Temporal directo	Agencias	Misión** Hora cátedra***
Sección	División	Descripción	Variación (%)	Contribución (PP)			
H	División 52	Almacenamiento y actividades complementarias al transporte	3,2	0,2	1,0	2,0	- -
H	División 53	Correo y servicios de mensajería	5,2	-0,9	8,0	-1,8	- -
I	División 56	Restaurantes, catering y bares	7,1	-0,8	3,7	4,3	- -
J	División 58	Actividades de edición	-8,0	-7,4	-0,7	0,0	- -
J	División 59, excepto Clase 5920	Producción de películas cinematográficas y programas de televisión	-11,1	-11,3	-13,4	13,6	- -
J	División 60 y Clase 6391	Actividades de programación y transmisión, agencias de noticias	6,5	-1,0	0,0	7,5	- -
J	División 61	Telecomunicaciones	7,0	4,8	1,8	0,4	- -
J	División 62, División 63, excepto Clase 6391	Desarrollo de sistemas informáticos y procesamiento de datos	12,6	11,4	0,9	0,3	- -
LN	Sección L. División 68 Sección N. Divisiones 7710, 7729 y 7730	Inmobiliarias, alquiler de maquinaria y equipo	2,4	1,3	0,4	0,7	- -
M	Divisiones 69, 70, 71, 72, Clase 7320, División 74	Actividades profesionales científicas y técnicas	7,6	-0,1	7,4	0,3	- -
M	Clase 7310	Publicidad	1,1	1,1	-0,6	0,6	- -
N	Divisiones 78, 80 y 81, excepto Clase 8130	Actividades de empleo, seguridad e investigación privada, servicios a edificios	8,6	-0,3	0,2	0,3	8,4
N	Clase 8220	Actividades de centros de llamadas (Call center)	14,6	12,4	2,4	-0,2	- -
N	División 82 excepto Clase 8220	Actividades administrativas y de apoyo de oficina y otras actividades, excepto call center	1,3	-5,8	5,4	1,8	- -
P	Grupo 854	Educación superior privada	1,2	-1,0	1,2	0,3	0,6
Q	Clase 8610	Salud humana privada con internación	9,0	2,3	5,7	0,9	- -
Q	División 86 excepto Clase 8610	Salud humana privada sin internación	7,1	0,7	2,6	3,8	- -
S	Divisiones 90, 92, 93, 95 y 96	Otros servicios de entretenimiento y otros servicios	6,0	-2,5	5,8	2,7	- -

Fuente: DANE – EMS
p Cifra provisional
(PP) Puntos porcentuales
* Incluye personal permanente, personal temporal directo y personal temporal contratado a través de agencias de suministro de personal.
** Personal en misión aplica para la sección N, divisiones 78, 80 y 81, excepto Clase 8130.
*** Personal hora cátedra aplica para la sección P - grupo 854 .
Nota: por aproximación decimal, se puede presentar diferencia en la suma de las contribuciones frente a la variación total.

Variación anual de los salarios y contribución por tipo de contratación, según subsector de servicios (Julio 2021 / julio 2020).

En julio de 2021, diecisiete de los dieciocho subsectores de servicios presentaron variación positiva en los salarios, en comparación con julio de 2020.

Tabla 3. Variación anual de los salarios y contribución por categoría de contratación, según subsector de servicios
Julio 2021ᵖ / julio 2020

Clasificación CIIU Rev. 4 A.C.			Personal ocupado sin agencias*	Permanente	Temporal directo	Misión** Hora cátedra***
Sección	División	Descripción	Variación (%)	Contribución (PP)		
H	División 52	Almacenamiento y actividades complementarias al transporte	14,0	10,1	3,9	--
H	División 53	Correo y servicios de mensajería	6,1	-1,9	8,0	--
I	División 56	Restaurantes, catering y bares	23,9	12,9	11,0	--
J	División 58	Actividades de edición	6,2	4,9	1,3	--
J	División 59, excepto Clase 5920	Producción de películas cinematográficas y programas de televisión	165,9	120,9	45,0	--
J	División 60 y Clase 6391	Actividades de programación y transmisión, agencias de noticias	11,1	9,8	1,3	--
J	División 61	Telecomunicaciones	-1,7	-2,6	0,9	--
J	División 62, División 63, excepto Clase 6391	Desarrollo de sistemas informáticos y procesamiento de datos	10,9	11,1	-0,3	--
LN	Sección L. División 68 Sección N. Divisiones 7710, 7729 y 7730	Inmobiliarias, alquiler de maquinaria y equipo	9,4	8,6	0,8	--
M	Divisiones 69, 70, 71, 72, Clase 7320, División 74	Actividades profesionales científicas y técnicas	5,3	-1,3	6,6	--
M	Clase 7310	Publicidad	10,5	5,4	5,2	--
N	Divisiones 78, 80 y 81, excepto Clase 8130	Actividades de empleo, seguridad e investigación privada, servicios a edificios	6,2	-0,4	-0,6	7,2
N	Clase 8220	Actividades de centros de llamadas (Call center)	6,6	7,5	-0,9	--
N	División 82 excepto Clase 8220	Actividades administrativas y de apoyo de oficina y otras actividades, excepto call center	9,0	2,0	7,0	--
P	Grupo 854	Educación superior privada	2,5	-0,1	0,7	1,9
Q	Clase 8610	Salud humana privada con internación	4,4	-0,7	5,0	--
Q	División 86 excepto Clase 8610	Salud humana privada sin internación	10,1	7,7	2,3	--
S	Divisiones 90, 92, 93, 95 y 96	Otros servicios de entretenimiento y otros servicios	27,1	15,7	11,5	--

Fuente: DANE – EMS
p Cifra provisional
(PP) Puntos porcentuales
* Hace referencia a la variación de los salarios promedio del personal ocupado total excluyendo al personal contratado a través de agencias de suministro de personal.
** Personal en misión aplica para la sección N, divisiones 78, 80 y 81, excepto Clase 8130.
*** Personal hora cátedra aplica para la sección P - grupo 854 .
Nota: por aproximación decimal, se puede presentar diferencia en la suma de las contribuciones frente a la variación total.

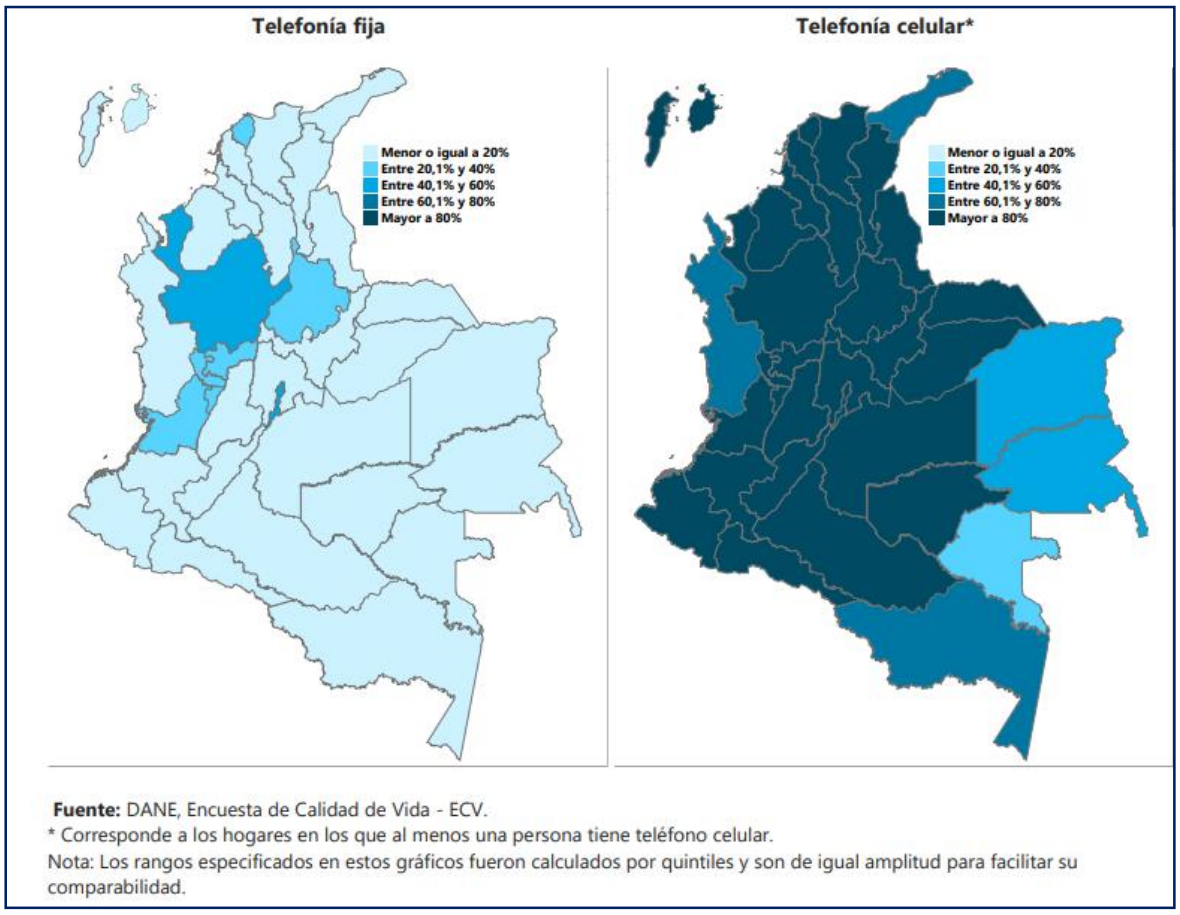
La Redes Sociales en Colombia:

Boletín Técnico Indicadores básicos de tenencia y uso de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones – TIC en hogares y personas de 5 y más años. Versión 2019.

INDICADORES BÁSICOS DE USO DE TIC POR PERSONAS DE 5 Y MÁS AÑOS. TOTAL, NACIONAL, 33 DEPARTAMENTOS, CABECERA Y CENTROS POBLADOS Y RURAL DISPERSO.

Hogares que poseen servicio de telefonía fija y teléfono celular:

Gráfico 4. Proporción de hogares con telefonía fija y telefonía celular
Total, Departamental 2019



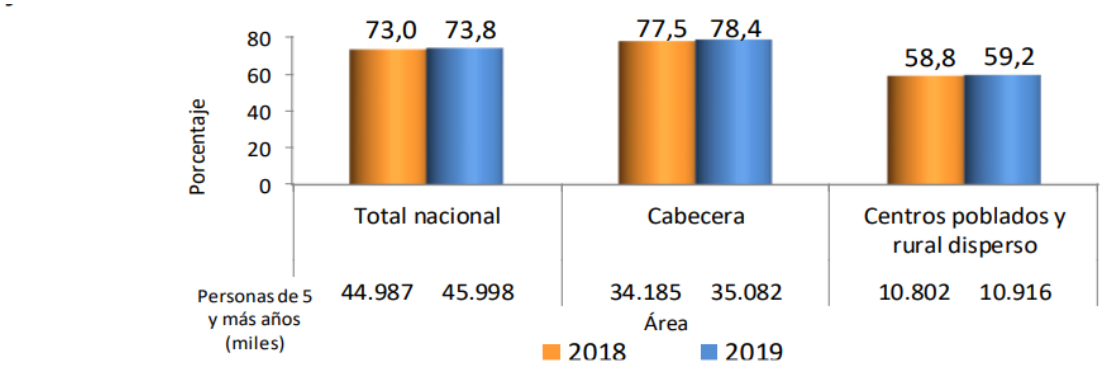
Fuente: DANE, Encuesta de Calidad de Vida - ECV.
* Corresponde a los hogares en los que al menos una persona tiene teléfono celular.
Nota: Los rangos especificados en estos gráficos fueron calculados por quintiles y son de igual amplitud para facilitar su comparabilidad.

En 2019 para el total nacional, en el 95,2% de los hogares al menos una persona poseía teléfono celular; 97,5% en las cabeceras y 87,6% en centros poblados y rural disperso. Por otra parte, el 25,2% de los hogares poseía teléfono fijo para el total nacional, 32,5% en las cabeceras y 1,8% en centros poblados y rural disperso.

Personas de 5 y más años que poseen teléfono celular:

En 2019 para el total nacional, el 73,8% de las personas de 5 y más años reportaron poseer teléfono celular; mientras que para 2018 fue del 73,0%.

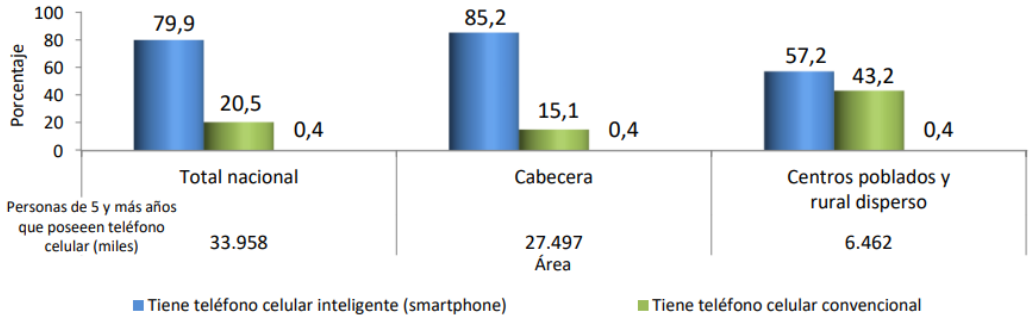
Gráfico 5. Proporción de personas de 5 y más años que poseen teléfono celular Total nacional, Cabecera y Centros poblados y rural disperso 2018 y 2019.



Fuente: DANE, Encuesta de Calidad de Vida – ECV.

Durante el mismo periodo de análisis, para el total nacional de las personas de 5 y más años que poseen teléfono celular, el 79,9% reportaron poseer teléfono celular inteligente (smartphone), 20,5% teléfono celular convencional y 0,4% poseían ambos

Gráfico 6. Proporción de las personas de 5 y más años que poseen teléfono celular, según dispositivo Total nacional, Cabecera y Centros poblados y rural disperso. 2019.



Fuente: DANE, Encuesta de Calidad de Vida – ECV.
Nota: Una persona puede tener los dos tipos de teléfono celular, por lo que las opciones de respuesta no son excluyentes.

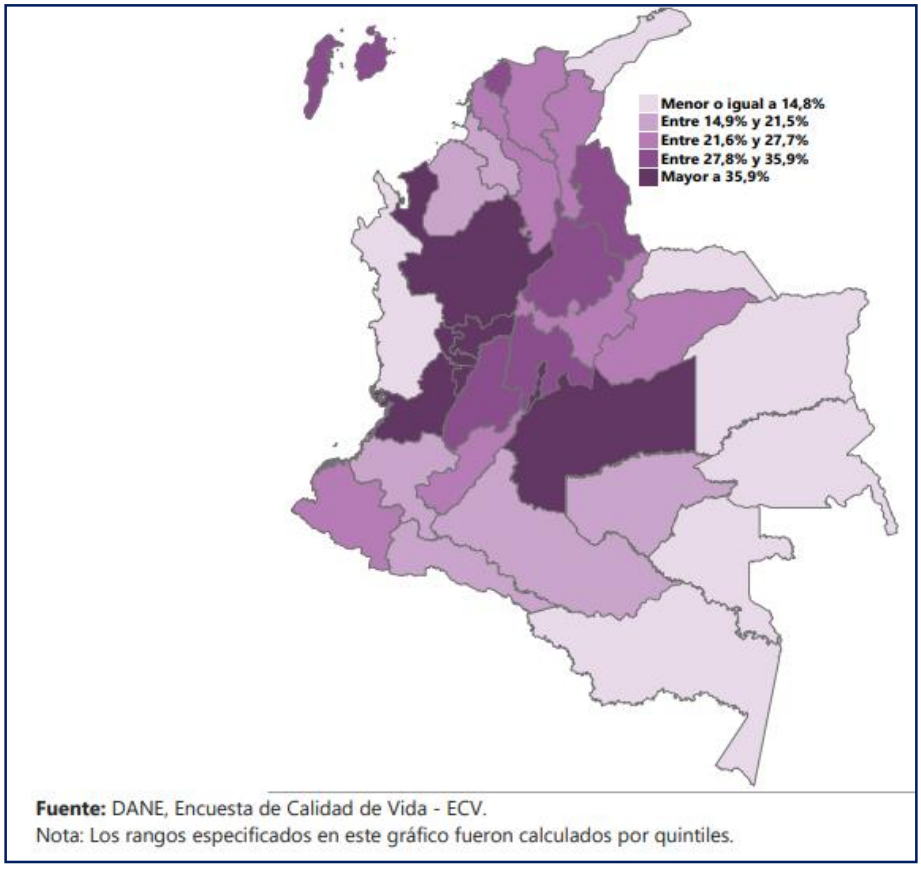
Tabla 2. Proporción de personas de 5 y más años que poseen teléfono celular, y según dispositivo Total nacional y por departamentos 2019.

DEPARTAMENTO	Teléfono celular (%)	Teléfono celular inteligente (smartphone) (%)	Teléfono celular convencional (%)
Total Nacional	**73,8**	**79,9**	**20,5**
Amazonas	37,1	63,5	36,1
Antioquia	78,9	86,9	13,4
Arauca	64,7	73,0	27,4
Atlántico	68,9	81,5	18,6
Bogotá D.C.	86,0	89,9	10,2
Bolívar	60,6	71,7	28,5
Boyacá	77,5	64,2	35,9
Caldas	81,4	76,5	23,6
Caquetá	63,7	69,6	30,5
Casanare	74,6	76,9	23,3
Cauca	65,0	69,1	31,2
Cesar	62,8	73,8	26,7
Chocó	43,4	73,9	26,7
Córdoba	62,8	63,9	36,7
Cundinamarca	78,9	76,6	23,7
Guainía	33,6	84,0	16,7
Guaviare	64,8	77,1	23,5
Huila	70,6	69,3	31,3
La Guajira	46,0	60,7	39,7
Magdalena	59,6	70,8	30,1
Meta	77,8	82,4	18,0
Nariño	69,1	64,7	35,9
Norte de Santander	68,2	78,1	22,2
Putumayo	59,6	64,6	35,9
Quindío	83,6	84,1	16,3
Risaralda	82,8	84,9	15,4
San Andrés	76,7	87,8	12,2
Santander	76,4	78,8	21,5
Sucre	59,9	63,3	37,9
Tolima	77,0	72,9	27,8
Valle del Cauca	78,1	87,2	13,5
Vaupés	19,1	68,7	32,8
Vichada	25,6	65,9	34,6

Fuente: DANE, Encuesta de Calidad de Vida - ECV.
Nota 1: Una persona puede tener los dos tipos de teléfono celular, por lo que las opciones de respuesta no son excluyentes.
Nota 2: La base de cálculo de la tenencia de teléfono celular por cada dispositivo es el total de personas que poseen teléfono celular bajo cada una de las coberturas geográficas que se presentan.

Hogares que poseen computador:

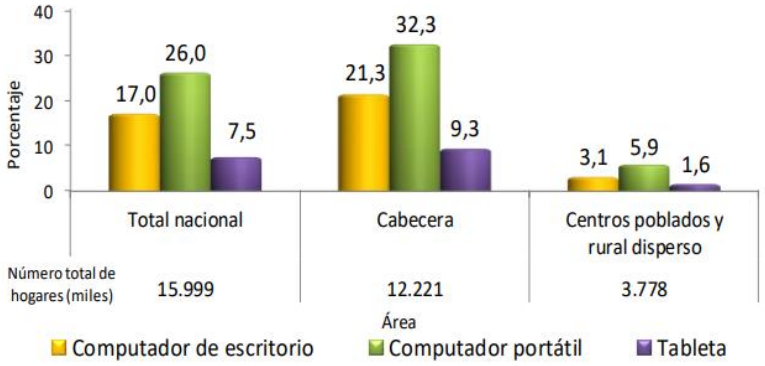
Gráfico 7. Proporción de hogares que poseen computador de escritorio, portátil o tableta Total departamental 2019.



Fuente: DANE, Encuesta de Calidad de Vida - ECV.
Nota: Los rangos especificados en este gráfico fueron calculados por quintiles.

En 2019 para el total nacional, el 37,3% de los hogares poseía computador de escritorio, portátil o tableta; 46,0% en las cabeceras y 9,0% en centros poblados y rural disperso. Los departamentos de Antioquia, Bogotá D.C., Quindío, Risaralda y Valle del Cauca tienen una proporción de hogares con computador de escritorio, portátil o tableta mayor al 40,0%. El computador portátil registró mayor proporción tanto en total nacional (26,0%) como en cabecera (32,3%) y en centros poblados y rural disperso (5,9%), respecto al computador de escritorio y tableta.

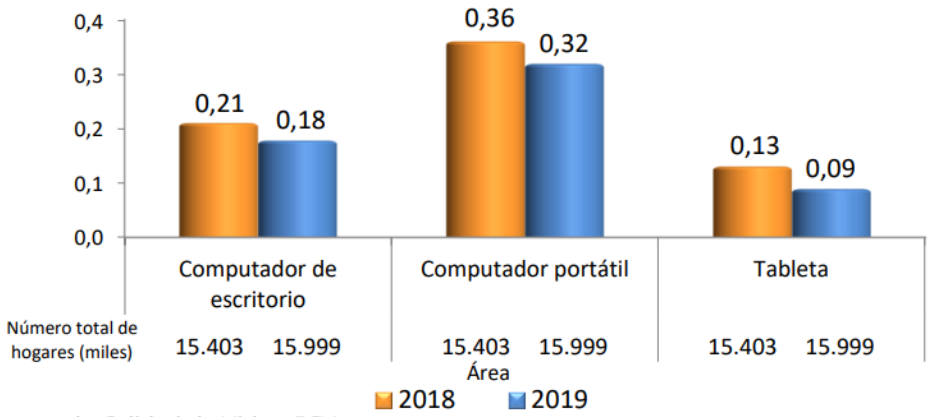
Gráfico 8. Proporción de hogares que poseen computador, según tipo de dispositivo Total nacional 2019.



Fuente: DANE, Encuesta de Calidad de Vida – ECV.
Nota: Una persona puede tener los varios tipos de computador, por lo que las opciones de respuesta no son excluyentes.

En 2019, el promedio de computadores de escritorio por hogar para el total nacional fue de 0,18. Por su parte, el promedio de computadores portátiles y tabletas por hogar fueron de 0,32 y 0,09 respectivamente.

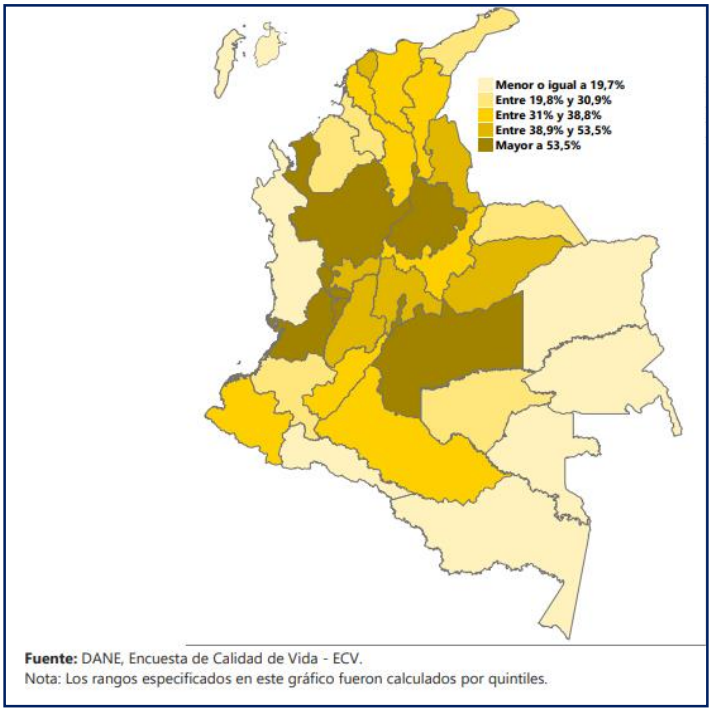
Gráfico 9. Promedio de equipos TIC por hogar, según tipo de dispositivo Total nacional 2018 y 2019.



Fuente: DANE, Encuesta de Calidad de Vida - ECV.

Hogares que poseen conexión a Internet:

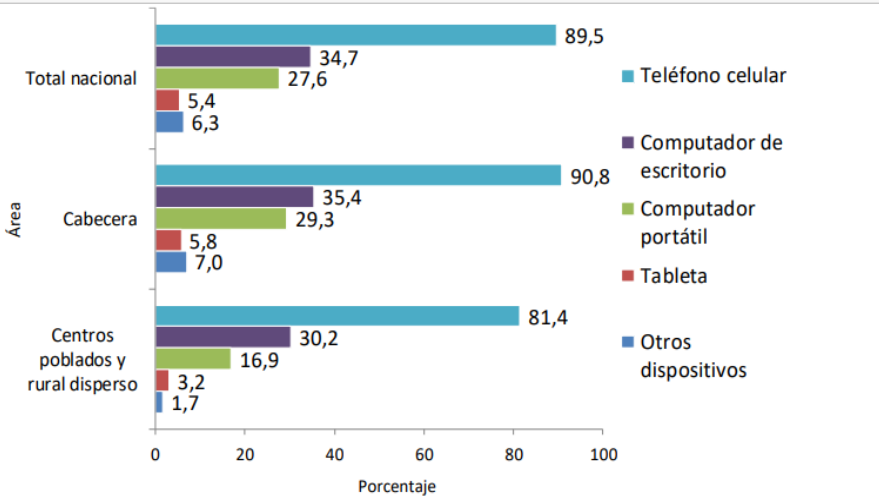
Gráfico 11. Proporción de hogares que poseen conexión a Internet Total departamental 2019.



Fuente: DANE, Encuesta de Calidad de Vida - ECV.
Nota: Los rangos especificados en este gráfico fueron calculados por quintiles.

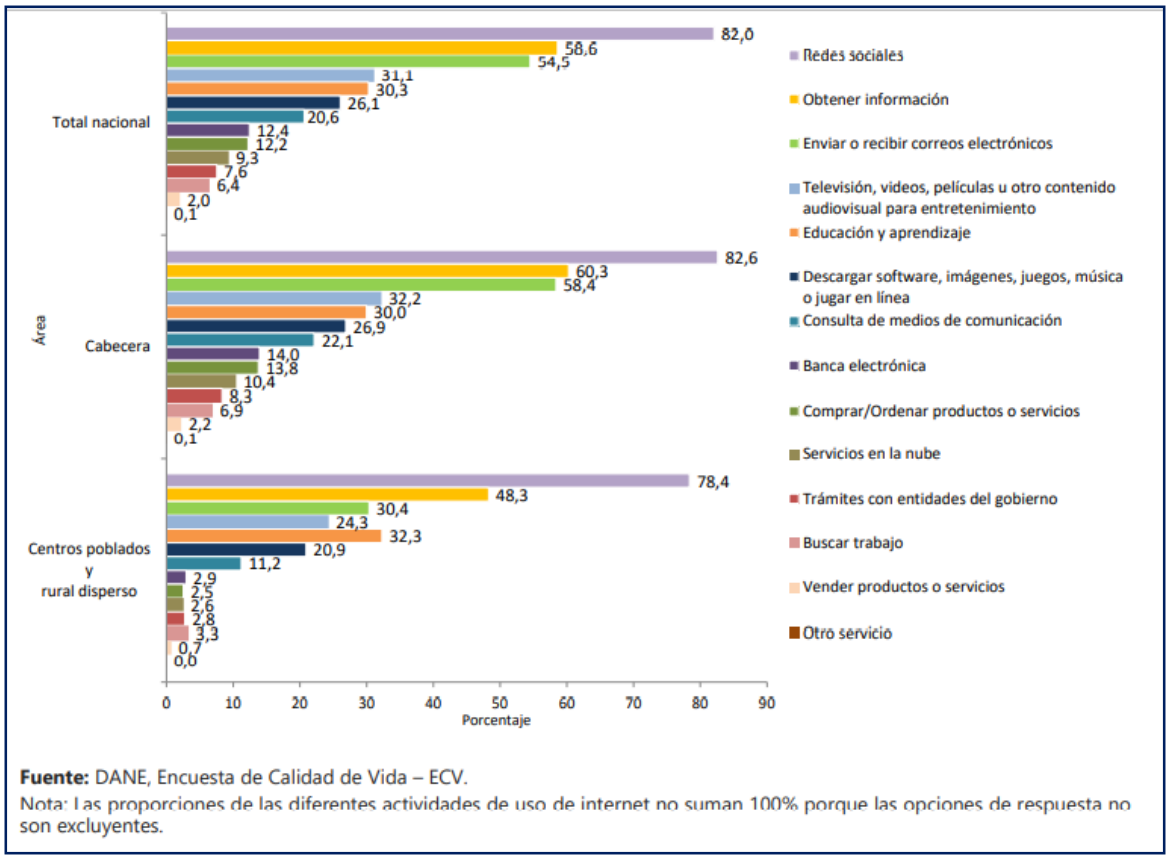
En 2019, el 51,9% de los hogares poseía conexión a Internet para el total nacional; 61,6% para las cabeceras y 20,7% en centros poblados y rural disperso. La conexión a Internet fijo registró mayor proporción de hogares para el total nacional (39,5%) y cabecera (49,9%), respecto a la conexión a Internet móvil.

Gráfico 33. Proporción de personas de 5 y más años que usaron Internet, según dispositivos utilizados para conectarse Total nacional, Cabecera y Centros poblados y rural disperso 2019.



Fuente: DANE, Encuesta de Calidad de Vida – ECV.
Nota 1: Las proporciones de los diferentes dispositivos para conectarse a Internet no suman 100% porque las opciones de respuesta no son excluyentes.
Nota 2: Otros dispositivos corresponden a reproductores digitales de música, video e imagen, consolas para juegos electrónicos, televisor inteligente, entre otros.

Gráfico 35. Proporción de personas de 5 y más años que usaron Internet, según actividad de uso Total nacional, Cabecera y Centros poblados y rural disperso 2019.



Fuente: DANE, Encuesta de Calidad de Vida – ECV.
Nota: Las proporciones de las diferentes actividades de uso de internet no suman 100% porque las opciones de respuesta no son excluyentes.

En 2019 para el total nacional, la razón principal que las personas de 5 y más años que no usaron internet adujeron fue el no saber usarlo, con 42,6%, seguido por no considerarlo necesario (24,6%), ser muy costoso (20,8%), no haber cobertura en la zona (5,5%) y porque no le tienen permitido usar internet (5,0%).

Estadísticas de la situación digital de Colombia en el 2020-2021.

Ya está aquí el nuevo Digital 2021 Global Overview Report publicado por We are Social y Hootsuite. Y así como hicimos el año pasado para ti, en nuestro reporte de Estadísticas de la Situación digital de Colombia en el 2019 -2020, a continuación, analizaremos los datos registrados hasta enero del 2021.

En este artículo exploramos el crecimiento que ha tenido Colombia durante el 2020 en cuanto al uso del Internet y los nuevos hábitos de consumo que han surgido, específicamente, por la influencia de la pandemia de COVID-19.

1.2. Productos incluidos dentro del sector:

El **sector terciario** o sector servicios está constituido por todas las actividades económicas cuyo propósito es la producción de los servicios que demanda la población. Por esa razón también se conoce como sector servicios.

Si bien los **sectores primario** y **secundario** se dedican a la producción de bienes materiales, la existencia del sector terciario permite clasificar todas las actividades económicas que permiten aumentar el bienestar de los consumidores a través de los servicios, es decir, mediante la producción de bienes inmateriales.

Dentro de este sector se incluyen sectores tan importantes como el de comunicaciones, financiero, el turismo, la hostelería, el transporte, la sanidad, la educación y la administración pública. De esta manera, el consumidor ve aumentado su bienestar gracias a una buena salud, mayor formación, una comunidad segura donde vivir, etc. Todos estos factores no se traducen, como hemos mencionado, en la obtención de bienes materiales. Sin embargo, no por ello son de menor importancia para la economía y la vida de las personas.

En el siglo XX se produjo en el mundo un cambio drástico en la producción de **bienes y servicios** que se ha llamado terciarización. Esto, porque el sector terciario ha pasado a emplear a una mayor cantidad de empleados y porque su forma de trabajar se ha difundido por los otros dos sectores.

1.3. Agentes que componen el sector:

- Comercio (mayorista y minorista).
- Servicios financieros (excluyendo la consultoría, que estaría dentro del sector cuaternario).
- Servicios jurídicos y legales.
- Turismo y hostelería.
- Educación.
- Sanidad.
- Transporte.
- Servicios públicos (seguridad y defensa, bomberos, entre otros).
- Ocio y cultura (espectáculos, conciertos, teatro, etc.).
- **Medios de comunicación.**
- Servicios de telecomunicaciones.

Clasificación UNSPSC.

GRUPO	Segmento	Familia	Clase	Código UNSPSC
F	83000000	83120000	83121700	
Servicios.	Servicios Públicos y Servicios Relacionados con el Sector Público.	Servicios de información.	Servicio de comunicación masiva.	
F	80000000	80140000	80141600	80141627
Servicios.	Servicios de Gestión, Servicios Profesionales de Empresas y Servicios Administrativos.	Comercialización y Distribución.	Actividades de venta y promoción de negocios-	Servicios de gestión de publicidad cooperativos o compartidos.

Código de enlace UNSPSC SECOP II:

83121700 Servicio de comunicación masiva.

Código de enlace PAA:

10233

Histórico salario mínimo mensual en Colombia.

PERÍODO	MONTO MENSUAL
Enero 1 de 2003 a diciembre 31 de 2003	$ 332.000
Enero 1 de 2004 a diciembre 31 de 2004	$ 358.000
Enero 1 de 2005 a diciembre 31 de 2005	$ 381.500
Enero 1 de 2006 a diciembre 31 de 2006	$ 408.000
Enero 1 de 2007 a diciembre 31 de 2007	$ 433.700

PERÍODO	MONTO MENSUAL
Enero 1 de 2008 a diciembre 31 de 2008	$ 461.500
Enero 1 de 2009 a diciembre 31 de 2009	$ 496.900
Enero 1 de 2010 a diciembre 31 de 2010	$ 515.000
Enero 1 de 2011 a diciembre 31 de 2011	$ 535.600
Enero 1 de 2012 a diciembre 31 de 2012	$ 566.700
Enero 1 de 2013 a diciembre 31 de 2013	$ 589.500
Enero 1 de 2014 a diciembre 31 de 2014	$ 616.000
Enero 1 de 2014 a diciembre 31 de 2015	$ 644.350
Enero 1 de 2016 a diciembre 31 de 2016	$ 689.455
Enero 1 de 2017 a diciembre 31 de 2017	$ 737.717
Enero 1 de 2018 a diciembre 31 de 2018	$ 781.242
Enero 1 de 2019 a diciembre 31 de 2019	$ 828.116
Enero 1 de 2020 a diciembre 31 de 2020	$ 877.803
Enero 1 de 2021 a diciembre 31 de 2021	$ 908.526

2. Técnica.

2.1. Denominación del Bien.

Prestación de los servicios de apoyo a la gestión en el área de las comunicaciones para realizar promoción y divulgación mediante la difusión de mensajes institucionales en plataformas digitales como redes sociales sobre la gestión del Departamento Administrativo de Hacienda; para el fortalecimiento de la tributación, recuperación de la cartera y el recaudo de la vigencia corriente de Cali 2022.

2.2. Especificaciones técnicas del servicio.

El Departamento Administrativo de Hacienda de Santiago de Cali cuenta con la necesidad de divulgar permanentemente información tributaria a los contribuyentes, la única

alternativa para dar tratamiento a dicha necesidad es a través del desarrollo de un plan de medios, en el cual tengan cabida la gran mayoría de cadenas radiales, programas de televisión, los diarios y periódicos de mayor circulación y los medios digitales, para de esta manera estar cubiertos en todos los campos de la comunicación.

En desarrollo de esta estrategia informativa, anualmente el Departamento Administrativo de Hacienda con la asesoría de la Oficina de Comunicaciones de la Alcaldía de Cali y a través del Programa de Cultura Tributaria en su componente de comunicación, proyecta y ejecuta un plan de medios, donde a través de mensajes institucionales se busca informar sobre temas de carácter tributario y fiscal del orden territorial, como: los plazos para el pago de los diferentes impuestos, descuentos por pronto pago, puntos de atención, entidades financieras autorizadas para el pago y demás temas que impactan de manera positiva los ingresos de Santiago de Cali a través de la activación del recaudo de impuestos y recuperación de la cartera.

Teniendo en cuenta lo anterior y haciendo uso de herramientas como el Estudio General de Medios – EGM. La Administración Municipal a través de la oficina de comunicaciones de la alcaldía, organismo competente para la definición de los medios de comunicación a través de los cuales se invertirán los recursos destinados a la promoción de los temas tributarios, analiza e identifica cuales son los espacios que cuentan con mayor audiencia en la ciudad de Cali y determina las características que estos deben cumplir, por ejemplo:

- Contar con un alto nivel de sintonía para poder llevar el mensaje a la mayor cantidad posible de contribuyentes.
- Contar con audiencia en los diferentes niveles socio económicos de la ciudad.
- Tener impacto en las diferentes comunas del área urbana, así como en el área rural.
- Ser escuchadas en un mayor porcentaje por un público en edad adulta.

Cuadro 1. Plan de Medios Redes.

Subdirección de Impuestos y Rentas.

Contratista	Medio	Espacio	Descripción del producto	Cantidad de piezas Rentas
Delta Visión/ Iusef Samir Rojas Cuesta	Tiempo del Hincha	https://instagram.com/tiempohincha?igshid=hle5bsuogjsx https://www.facebook.com/tiempodelhincha/ / https://twitter.com/TiempoHincha?s=08	150 mensajes en total en las siguientes redes sociales: FACEBOOK 81.000 seguidores (Tiempo Del Hincha) INSTAGRAM 10.600 seguidores (@TiempoHincha) TWITTER 5.462 seguidores (@TiempoHincha)	155

Acertar Publicidad SAS	El Corrillo de MAO	www.elcorrillostereo.com	150 mensajes institucionales de 20 segundos distribuidos de acuerdo a los requerimientos de la Secretaría de Hacienda Municipal, en la emisión de 11:00 am a 2:30 pm grabada o leída de lunes a viernes A través de: • Radio Click Latino 99.5 fm • www.elcorrillodemao.com • Facebook live El Corrillo de Mao • App El Corrillo de Mao • Tunein El Corrillo de Mao Una (1) publicación diaria para rotar en redes sociales de El Corrillo de Mao: INSTAGRAM @elcorrillodemao, Twitter @elcoorrillodemao y Fan page El Corrillo de Mao durante la vigencia del contrato	140
Jorge Enrique Giraldo Gil	Supercombo del deporte	Facebook Live + Radio Red de RCN Cali 1200AM	100 mensajes transmitidos por Facebook Live + Logo giratorio durante toda la transmisión del programa por Facebook Live + bonificación de presencia en radio por Radio Red de RCN Cali 1200 AM. Bonificados: Sesenta (60) publicaciones de la Entidad de acuerdo con los requerimientos de esta, en las redes sociales del programa anteriormente relacionadas.	103
Eduardo Rengifo	Twitteros Cali	@twitteroscali	Twitteros Cali, plataforma digital de Noticias en la red social Twitter, Actualmente, contamos con más de 272.000 seguidores y un promedio de 15 millones de vistas al mes. Se relizara divulgación de 40 mensajes institucionales.	40
Edward Murillo	Entérate, Cali	Página web www.enteratecali.net, Facebook, Twitter e Instagram	60 publicaciones de contenido sean noticias en la web o contenido en las redes sociales. Los contenidos salen en publicaciones de Facebook, Twitter e historias de Instagram y Facebook (Total publicaciones 60 mensajes institucionales del Departamento Administrativo de Hacienda).	60
Armando Gamboa	Aquí Today	www.aqui.today / facebook @aquitoday	• 40 post en el Facebook @aquitoday • 19 post en el Twitter @aquitoday • 1 Banner permanente de 500 x 500 en la página www.aqui.today	60
Gabriel Orozco López	América en la Red	Plataformas sociales Facebook, Twitter, YouTube a través de video streaming. Página web www.americaenlared.co, aplicación móvil, tuneIn radio como América en la red para el resto del mundo.	* 1 Banner (logo) en nuestra emisión del programa a diario $50.000. Cantidad 40 para un total de $ 2,000.000 * 1 mensaje en formato vídeo mp4 diario (programa) $50.000. Cantidad 40 para un total de $ 2,000.000 * 3 publicaciones semanales en redes sociales (Facebook, Instagram) $80.000 C/U. Cantidad 12 para un total de $ 9600.000 * 7 menciones en las transmisiones de futbol. $ 90.000 (4 al mes). Paquete de 7 menciones por partido, 4 partidos, para un total de $ 360.000.	1

Lina García	Cali Informa	Facebook, WhatsApp, Instagram, Twitter, YouTube	60 publicaciones de mensajes institucionales. 1 entrevista publicitaria con edición y publicación. 1 transmisión en vivo para ampliación del mensaje institucional	60
Igor Dario Arias Ibargüen	Orgullosamente Caleño	Más de 271.300 seuidores en Facebook. Más de 39.900 personas en Twitter. Más de 49.100 seguidores en Instagram. Canal de YouTube con más de 6.600 Suscriptores	40 post en Instagram (L-V) 40 post en Facebook (L-V) 40 post en Twitter) (L-V) 16 historias en Instagram 16 historias en Facebook. Para un total de 152 impactos	172
Julia Maria Baron Borja	Valle al Instante -1	Facebook Valle al Instante-1	Difundir un total de 139 mensajes por la página de Facebook de Valle al Instante, la cual cuenta con 59.500 Seguidores.	85

Elaboración propia 2022.

Cuadro 2. Plan de Medios Redes.

Subdirección de Tesorería

Contratista	Medio	Espacio	Descripción del producto	Cantidad de piezas Tesorería
Acertar Publicidad SAS	El Corrillo de MAO	www.elcorrillostereo.com	150 mensajes institucionales de 20 segundos distribuidos de acuerdo a los requerimientos de la Secretaría de Hacienda Municipal, en la emisión de 11:00 am a 2:30 pm grabada o leída de lunes a viernes A través de: • Radio Click Latino 99.5 fm • www.elcorrillodemao.com • Facebook live El Corrillo de Mao • App El Corrillo de Mao • Tunein El Corrillo de Mao Una (1) publicación diaria para rotar en redes sociales de El Corrillo de Mao: INSTAGRAM @elcorrillodemao, Twitter @elcoorrillodemao y Fan page El Corrillo de Mao durante la vigencia del contrato	38
Eduardo Rengifo	Twitteros Cali	@twitteroscali	Twitteros Cali, plataforma digital de Noticias en la red social Twitter, Actualmente, contamos con más de 272.000 seguidores y un promedio de 15 millones de vistas al mes. Se realizará divulgación de 40 mensajes institucionales.	15
Edward Murillo	Entérate, Cali	Página web www.enteratecali.net, Facebook, Twitter e Instagram	60 publicaciones de contenido sean noticias en la web o contenido en las redes sociales. Los contenidos salen en publicaciones de Facebook, Twitter e historias de Instagram y Facebook (Total publicaciones 60 mensajes institucionales del Departamento Administrativo de Hacienda).	18

Armando Gamboa	Aquí Today	www.aqui.today / Facebook @aquitoday	• 40 post en el Facebook @aquitoday • 19 post en el Twitter @aquitoday • 1 Banner permanente de 500 x 500 en la página www.aqui.today	18
Lina García	Cali Informa	Facebook, WhatsApp, Instagram, Twitter, YouTube	60 publicaciones de mensajes institucionales. 1 entrevista publicitaria con edición y publicación. 1 transmisión en vivo para ampliación del mensaje institucional	18

Elaboración propia 2022.

2.3. Obligaciones Generales.

Además de las contenidas en el artículo 5 de la Ley 80 de 1993, el contratista se encuentra obligado a:

A) Utilizar todos sus conocimientos e idoneidad en la ejecución del presente contrato, comprometiéndose a tramitar y entregar los productos y actividades que hacen parte del presente contrato con calidad y oportunidad. B) Presentar los informes requeridos por el contratante para el seguimiento de las tareas encomendadas. Una vez finalice el objeto del contrato, el CONTRATISTA deberá entregar al supervisor, un informe detallado de las actividades realizadas durante su ejecución indicando los asuntos asignados, tramitados y pendientes por resolver, así como los archivos físicos y magnéticos que se hubieren generado durante la ejecución de este, los informes antes citados deben entregarse en una (1) copia de seguridad, que deberá reposar en las instalaciones del contratante. C) Manejar la documentación a su cargo de conformidad con ley 594 del 14 de julio del 2000, Ley General de Archivo, las políticas operativas del Proceso Gestión Documental, las políticas del Sistema de Gestión Documental y demás plataformas institucionales. El CONTRATISTA debe entregar inventariada al contratante y/o al supervisor, las carpetas y documentación que tenga a su cargo en virtud del desarrollo del objeto del presente contrato, entrega que deberá hacerse de acuerdo con los procedimientos establecidos por el contratante. D) El CONTRATISTA se compromete a cumplir con las normas y procedimientos sobre el Sistema de Gestión de Seguridad Social y Salud en el trabajo de la Entidad. Si en el desarrollo del objeto contractual se realizan actividades de campo y/o visitas a obras, el CONTRATISTA, a sus expensas, deberá dotarse y acudir a estos lugares con los implementos de seguridad industrial mínimos requeridos, tales como casco, botas, gafas protectoras, etc. E) En el evento en que el CONTRATISTA al momento de suscribir el presente contrato no sea responsable del impuesto a las ventas y durante la vigencia del mismo adquiera la obligación de inscribirse como responsable del impuesto a la renta, se compromete a realizar cambio ante la DIAN dentro de los términos que otorga la Ley y a reportar dicha situación al CONTRATANTE para lo cual aportará el RUT actualizado, lo anterior de conformidad con el Artículo 555-2 del Estatuto Tributario y el Decreto Único Reglamentario No. 1625 del 11 Octubre de 2016. F) El CONTRATISTA se compromete a mantener actualizados todos sus documentos en la Entidad,

especialmente el RUT. G) Velar por el buen uso de los bienes entregados por el supervisor o el CONTRATANTE para realizar sus actividades. H) Reportar al CONTRATANTE, Subdirección de Tesorería, el número de cuenta bancaria de ahorro o corriente, donde se le ha de consignar el pago derivado de la ejecución del presente contrato. I) Conocer y aplicar las directrices, metodologías, políticas y procedimientos enmarcados dentro de los Sistemas de Gestión y Control Integrado adoptados por la Administración Central del Distrito de Santiago de Cali y, particularmente, los que se relacionan con el objeto del presente contrato. J) Cumplir con la política de seguridad de la información establecida por la Entidad, con el fin de garantizar la confidencialidad, integridad y disponibilidad de la información bajo su responsabilidad. K) Mantener actualizado el registro en los sistemas de información del contratante en tiempo real, cuando a ello hubiere lugar. L) Toda información o formatos generados por el CONTRATISTA son propiedad de la Alcaldía de Santiago de Cali. M) Cuando se requiera utilizar dispositivos y/o equipos tecnológicos personales o de la administración para el desarrollo del objeto contractual, el CONTRATISTA garantizará que el software y/o herramientas utilizadas e instaladas para la ejecución de sus obligaciones no vulneran ninguna normativa, contrato, derecho, interés, patentes, legalidad o propiedad de tercero, y que por el contrario todo lo utilizado esté debidamente licenciado. El CONTRATISTA debe abstenerse de instalar y/o utilizar software no licenciado o autorizado en los equipos del Distrito Especial de Santiago de Cali, así como de vulnerar los derechos de autor sobre software y/o cualquier tipo de creación protegida por el régimen de propiedad intelectual, so pena de incurrir en conductas constitutivas de delitos conforme a la normatividad legal correspondiente. N) Cumplir con las estrategias, políticas y actividades en materia de transparencia, integridad, prevención y detección de la corrupción y ante cualquier conocimiento de hechos que atente contra este principio, lo hará conocer al CONTRATANTE. O) Si el prestador del servicio contratado hace parte del equipo estructurador de los procesos de contratación del organismo o cumple actividades de apoyo a la supervisión, deberá aportar la constancia de aprobación de los cursos virtuales diseñados para fortalecer la gestión contractual por el Departamento Administrativo de Contratación Pública. P) Divulgar y aplicar la política ambiental, de seguridad y salud ocupacional establecida por el CONTRATANTE, al ejecutar sus actividades o servicios sin crear riesgo para la salud, la seguridad o el ambiente. El (la) CONTRATISTA deberá tomar todas las medidas conducentes a evitar la contaminación ambiental, la prevención de riesgos durante la ejecución de sus operaciones o actividades y cumplirá con todas las leyes ambientales, de seguridad y salud ocupacional, aplicables. El (la) CONTRATISTA no dejará sustancias o materiales nocivos para la flora, fauna o salud humana, ni contaminará la atmósfera, el suelo o los cuerpos del agua. La violación de estas normas se considerará incumplimiento grave del contrato, y el CONTRATANTE podrá aplicar la cláusula penal o multas a que hubiere lugar, sin perjuicio de las demás acciones legales o sanciones que adelante la autoridad o ente competente de orden Distrital o Nacional. Q) El CONTRATISTA deberá coordinar con el supervisor la ejecución de las actividades contractuales, acatando

sus instrucciones, con el fin de asegurar las condiciones necesarias para el desarrollo eficiente del objeto contractual.

3. Regulatorio.

2.4. Aspectos Legales.

La normatividad aplicable en la que se involucran los actores del presente proceso de contratación es la siguiente:

- Ley 80 de 1993, por medio de la cual se expide el Estatuto General de Contratación de la Administración Pública.
- Ley 1150 de 2007, Se introducen medidas para la eficiencia y la transparencia en la Ley 80 de 1993 y se dictan otras disposiciones generales sobre la contratación con recursos públicos.
- Decreto 1082 de 2015, Por el cual se reglamenta el sistema de compras y contratación pública.
- Estatuto Anti-trámites Decreto 19 de 2012, Por el cual se dictan normas para suprimir o reformar regulaciones, procedimientos y trámites innecesarios existentes en la Administración Pública.
- Decreto 1464 de 2010, Por el cual se reglamenta parcialmente la ley 1150 de 2007 en relación con la verificación de las condiciones de los proponentes y su acreditación para el Registro Único de Proponentes a cargo de las Cámaras de Comercio y se dictan otras disposiciones.
- Ley 489 de 1998 Organización y Funcionamiento de la Administración Pública.
- Ley 816 de 2003 Apoyo a la industria Nacional.
- Ley 1474 de 2011, por la cual se dictan normas orientadas a fortalecer los mecanismos de prevención, investigación y sanción de actos de corrupción y la efectividad del control de la gestión pública.

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 con lo establecido en la ley 1341 de 2009, que regula todo lo relacionado con las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC).

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

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 57 de 1985 - Por la cual se ordena la publicidad de los actos y documentos oficiales; Art. 17
- 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 29 de 1990 - Por la cual se dictan disposiciones para el fomento de la investigación científica y el desarrollo tecnológico y se otorgan facultades extraordinarias; Art. 10.
- Ley 94 de 1993 - Por la cual se fomenta el desarrollo de la radio experimentación a nivel aficionado y la nación se asocia al sexagésimo aniversario de la fundación de la liga colombiana de radioaficionados.
- Ley 178 de 1994 - Por medio de la cual se aprueba el "convenio de parís para la protección de la propiedad industrial.
- ley 142 de 1994 - Por la cual se establece el régimen de los servicios públicos domiciliarios y se dictan otras disposiciones; arts. 73, 74 num. 3,
- Ley 252 de 1995 - Por medio de la cual se aprueban la "constitución de la unión internacional de telecomunicaciones", el "convenio de la unión internacional de telecomunicaciones", el protocolo facultativo sobre la solución obligatoria de controversias relacionadas con la constitución de la unión internacional de telecomunicaciones, el "convenio de la unión internacional de telecomunicaciones" y los reglamentos administrativos, adoptados en ginebra el 22 de diciembre de 1992.
- Ley 335 de 1996 - Por la cual se modifica parcialmente la ley 14 de 1991 y la ley 182 de 1995, se crea la televisión privada en Colombia y se dictan otras disposiciones.
- Ley 324 de 1996 - Por la cual se crean algunas normas a favor de la población sorda
- LEY 256 de 1996 - Por la cual se dictan normas sobre competencia desleal; Art. 18
- Ley 489 de 1998 - Por la cual se dictan normas sobre la organización y funcionamiento de las entidades y organismos del orden nacional, se expiden las disposiciones, principios y reglas generales para el ejercicio de las atribuciones previstas en los numerales 15 y 16 del artículo 189 de la constitución política y se dictan otras disposiciones.
- Ley 527 de 1999 - Por medio de la cual se define y reglamenta el acceso y uso de los mensajes de datos, del comercio electrónico y de las firmas digitales, y se establecen las entidades de certificación y se dictan otras disposiciones.
- Ley 680 de 2001 - Por la cual se reforman las leyes 14 de 1991, 182 de 1995, 335 de 1996 y se dictan otras disposiciones en materia de televisión.
- Ley 996 de 2005 - Por medio de la cual se reglamenta la elección de presidente de la república, de conformidad con el artículo 152 literal f) de la constitución política

de Colombia, y de acuerdo con lo establecido en el acto legislativo 02 de 2004, y se dictan otras disposiciones; arts. 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29.

- 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 1145 de 2007 - Por medio de la cual se organiza el sistema nacional de discapacidad y se dictan otras disposiciones
- Ley 1245 de 2008 - Por medio de la cual se establece la obligación de implementar la portabilidad numérica y se dictan otras disposiciones
- Ley 1221 de 2008 - Por la cual se establecen normas para promover y regular el teletrabajo y se dictan otras disposiciones
- Ley 1369 de 2009 - Por medio de la cual se establece el régimen de los servicios postales y se dictan otras disposiciones
- 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 1419 de 2010 - Por la cual se establecen los lineamientos para el desarrollo de la Telesalud en Colombia; Art. 7o
- Ley 1381 de 2010 - Por la cual se desarrollan los artículos 7o, 8o, 10 y 70 de la constitución política, y los artículos 4o, 5o y 28 de la ley 21 de 1991 (que aprueba el convenio 169 de la OIT sobre pueblos indígenas y tribales), y se dictan normas sobre reconocimiento, fomento, protección, uso, preservación y fortalecimiento de las lenguas de los grupos étnicos de Colombia y sobre sus derechos lingüísticos y los de sus hablantes; arts. 16; 2
- Ley 1379 de 2010 - Por la cual se organiza la red nacional de bibliotecas públicas y se dictan otras disposiciones; Art. 32 Núm.. 8o. Inc. 2o.
- Ley 1475 de 2011 - Por la cual se adoptan reglas de organización y funcionamiento de los partidos y movimientos políticos, de los procesos electorales y se dictan otras disposiciones; Art. 36 Inc. 2o.
- Ley 1474 de 2011 - Por la cual se dictan normas orientadas a fortalecer los mecanismos de prevención, investigación y sanción de actos de corrupción y la efectividad del control de la gestión pública; Art. 80

- Ley 1450 de 2011 - Por la cual se expide el plan nacional de desarrollo, 2010-2014; arts. 53, 58
- Ley 1444 de 2011 - Por medio de la cual se escinden unos Ministerios, se otorgan precisas facultades extraordinarias al Presidente de la República para modificar la estructura de la Administración Pública y la planta de personal de la Fiscalía General de la Nación y se dictan otras disposiciones; Art. 17 Núm.. 14
- Ley 1442 de 2011 - Por medio de la cual se aprueba el "acuerdo relativo a los servicios postales de pago", firmado en ginebra, el 12 de agosto de 2008
- Ley 1570 de 2012 - Por medio de la cual se aprueba el "convenio interamericano sobre permiso internacional de radioaficionado", adoptado el 8 de junio de 1995 en montrouis, República de Haití, y el "protocolo de modificaciones al convenio interamericano sobre el permiso internacional de radioaficionado", adoptado el 10 de junio de 2003 en Santiago, República de Chile
- Ley 1520 de 2012 - Inexequible - por medio de la cual se implementan compromisos adquiridos por virtud del "acuerdo de promoción comercial", suscrito entre la república de Colombia y los estados unidos de américa y su "protocolo modificatorio, en el marco de la política de comercio exterior e integración económica
- LEY 1509 de 2012 - Por la cual se autoriza a la Nación a capitalizar a Colombia Telecomunicaciones S. A. E.S.P; Art. 3o.
- Ley 1508 de 2012 - Por la cual se establece el régimen jurídico de las asociaciones público-privadas, se dictan normas orgánicas de presupuesto y se dictan otras disposiciones
- Ley 1507 de 2012 - Por la cual se establece la distribución de competencias entre las entidades del estado en materia de televisión y se dictan otras disposiciones.
- ley 1672 de 2013 - Por la cual se establecen los lineamientos para la adopción de una política pública de gestión integral de residuos de aparatos eléctricos y electrónicos (raee), y se dictan otras disposiciones; arts. 8o.; 11 lit. c); 16
- LEY 1735 de 2014 - Por la cual se dictan medidas tendientes a promover el acceso a los servicios financieros transaccionales y se dictan otras disposiciones; Art. 1o. Par. 3o.
- LEY 1712 de 2014 - Por medio de la cual se crea la Ley de Transparencia y del Derecho de Acceso a la Información Pública Nacional y se dictan otras disposiciones; Art. 32
- ley 1753 de 2015 - Por la cual se expide el plan nacional de desarrollo 2014-2018 "todos por un nuevo país"; arts. 39, 45, 194, 195
- LEY 1837 de 2017 - Por la cual se efectúan unas modificaciones al Presupuesto General de la Nación para la vigencia fiscal de 2017; Art. 24

- LEY 1943 de 2018 - INEXEQUIBLE - Por la cual se expiden normas de financiamiento para el restablecimiento del equilibrio del presupuesto general y se dictan otras disposiciones; Art. 10
- Ley 1928 de 2018 - Por medio de la cual se aprueba el "convenio sobre la ciberdelincuencia", adoptado el 23 de noviembre de 2001, en budapest
- LEY 1909 de 2018 - Por medio de la cual se adoptan el Estatuto de la Oposición Política y algunos derechos a las organizaciones políticas independientes; Art. 13
- 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. 147

B. Análisis de la oferta.

El Departamento Administrativo de Hacienda presenta la información proveniente de la oferta del mercado para la contratación del servicio de apoyo a la gestión en el área de las comunicaciones para realizar promoción y divulgación mediante la difusión de mensajes institucionales radiales.

Top 10: mejores agencias de redes sociales y social media en Colombia.

Las redes sociales son el principal medio de difusión en la actualidad, y su importancia para el marketing es innegable hoy en día, las agencias de redes sociales y social media en Colombia han venido desde hace ya algunos años, ofreciendo servicios relacionados a este tipo de servicios a las empresas que lo requieran.

De hecho, este es uno de los mercados más saturados en la actualidad y puede ser muy difícil elegir una buena. Por eso te compartimos nuestro ranking con las 10 mejores agencias de redes sociales y social media marketing, de forma que puedas encontrar la que mejor se adecúe a las necesidades de tu empresa.

Estas son las 10 mejores agencias de redes sociales y social media disponibles en el país

Presentamos las 10 de las agencias de redes sociales en orden alfabético. Los datos que hemos obtenido para elaborar este artículo provienen de las propias páginas web de las agencias mencionadas y las agencias en cuestión son el resultado de una búsqueda en la herramienta para marketing y SEO SEMrush.

1. 2heart.co
2. 3 comunicaciones.co
3. Así Somos
4. Innova Social Marketing
5. Knowbi
6. Manimator
7. Plotanddesign
8. Sube (recomendada)
9. Tronchatoro
10. Wasabi

Empresas que están en la ciudad de Cali.

1. Lusef Samir Rojas Cuesta
2. Acertar Publicidad SAS
3. Jorge Enrique Giraldo Gil
4. Eduardo Rengifo
5. Edward Murillo
6. Armando Gamboa
7. Gabriel Orozco López
8. Lina García
9. Igor Darío Arias Ibargüen
10. Julia María Barón Borja

1. Financiero.

A continuación, se describe por medio del siguiente el detallado del presupuesto a ejecutar en la modalidad seleccionada.

Con el fin de determinar el valor para contratar los servicios de apoyo a la gestión en el área de las comunicaciones para realizar promoción y divulgación mediante la difusión de mensajes institucionales radiales sobre la gestión del Departamento Administrativo de Hacienda; para el fortalecimiento de la tributación, recuperación de la cartera y el recaudo de la vigencia corriente de Cali 2022, se solicitó propuesta económica a las personas jurídicas y naturales, donde se consolida el detalle, el valor de su servicio incluido el respectivo IVA y teniendo en cuenta las deducciones sobre el que se estableció el presupuesto del proceso por valor de SESENTA Y DOS MILLONES DOSCIENTOS SEIS MIL TRESCIENTOS DIECISÉIS PESOS M/TE(**$ 62.206.316**) incluido IVA, valor que adicionalmente se considera coherente con el costo histórico del servicio evidenciando prevalencia sobre el principio de eficiencia económica.

Se expide el CDPs:

1. Certificado de Disponibilidad Presupuestal CDP de funcionamiento.

a. CDP No. 3700019700, por valor de OCHOCIENTOS SESENTA MILLONES NOVECIENTOS VEINTIDÓS MIL CUATROCIENTOS DIEZ PESOS M/TE ($ 860.922.410) con cargo a la apropiación presupuestal 4131/121000/2.1.2.02.02.008/04019999999 Departamento Administrativo de Hacienda/Ingresos corrientes de Libre Destinación/ServiciosPrestadosEmpresasYServiciosDeP

2. . Certificado de Disponibilidad Presupuestal CDP de inversión

b. CDP No. 3500169796, por valor de CIEN MILLONES DE PESOS M/CTE ($ 100.000.000) con cargo a la apropiación presupuestal 4131/121000/2.1.2.02.02.008/54020040001/BP260036191010104 Departamento Administrativo de Hacienda/Ingresos corrientes de Libre Destinación/ServiciosPrestadosEmpresasYServiciosDeP
Proyecto: BP-26003619/1/01/01/04 Realizar la divulgación de la campaña.

c. CDP No. 3500169796, por valor de TREINTA MILLONES TRESCIENTOS SETENTA Y CUATRO MIL DIECISÉIS PESOS M/CTE ($ 30.374.016) con cargo a la apropiación presupuestal 4131/121000/2.1.2.02.02.008/54020040002/BP260036201010102 Departamento Administrativo de Hacienda/Ingresos corrientes de Libre Destinación/ServiciosPrestadosEmpresasYServiciosDeP
Proyecto: BP-2600361201/01/01/02 Realizar la divulgación de la campaña.

La suma de los dos CDP es de NOVECIENTOS NOVENTA Y UN MILLONES DOSCIENTOS NOVENTA Y SEIS MIL CUATROCIENTOS VEINTISÉIS PESOS M/CTE ($ 991.296.426) que comprende la estrategia de plan de medios para el Departamento Administrativo de Hacienda.

C. Análisis de la demanda.

La información de la demanda permite al Departamento Administrativo de Hacienda recopilar información histórica sobre cómo se han contratado servicios similares, para el funcionamiento de los organismos de la Administración Distrital.

La información orienta la definición y verificación de la necesidad, así como la determinación de requisitos habilitantes, especificaciones, requisitos mínimos técnicos y metodologías de evaluación y adjudicación, entre otros.

A continuación, presenta la información consultada para este fin.

Procesos de Contratación de la Alcaldía de Santiago de Cali.

Número de proceso	Objeto contractual	Valor	Modalidad de selección	Proveedor	Plazo del contrato
4131.0.26.1.0 584 DE 2016	Prestación del servicio de apoyo a la gestión en el área de la comunicación, para realizar promoción y divulgación mediante la difusión de mensajes institucionales de 20 segundos sobre la gestión del Departamento Administrativo de Hacienda Municipal. Para el desarrollo de los proyectos inscritos en las fichas EBI 22734 y 22735	17.052.000	Contratación Directa	M. GÓMEZ S.A.S	11 de abril 2016
4112.060.26. 1.122 DE 2021	Prestar los servicios de difusión y divulgación a través de las plataformas digitales de los medios masivos de comunicación, clasificados como medios alternativos y redes sociales, con el objeto de promover campañas institucionales, fortalecer la imagen de la entidad e informar de manera oportuna a la comunidad caleña en asuntos de interés público, todo orientado por la oficina de comunicaciones de la alcaldía distrital de Santiago de Cali de acuerdo con el proyecto "IMPLEMENTACIÓN DE ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL CLARA Y TRANSPARENTE EN SANTIAGO DE CALI" con Ficha BP26003011	3.499.986	Contratación Directa	LINA MARIA GARCIA FRANCO	2021
4112.060.26. 1.252 DE 2021	Prestar los servicios de difusión y divulgación a través de las plataformas digitales de los medios masivos de comunicación, clasificados como medios alternativos y redes sociales, con el objeto de promover campañas institucionales, fortalecer la imagen de la entidad e informar de manera oportuna a la comunidad caleña en asuntos de interés público, todo orientado por la oficina de comunicaciones de la alcaldía distrital de Santiago de Cali de acuerdo con el proyecto "IMPLEMENTACIÓN DE ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL CLARA Y TRANSPARENTE EN SANTIAGO DE CALI" con Ficha BP26003011.	5.999.999	Contratación Directa	ACERTAR PUBLICIDAD S.A.S	2021

Fuente: SECOP 2

a) Modalidad de Contratación.

Tomando como base la información de los Procesos de Contratación realizados por el Departamento Administrativo de Hacienda, para la contratación de los servicios de apoyo a la gestión en el área de las comunicaciones para realizar promoción y divulgación mediante la estrategia de difusión de mensajes institucionales por medio de plataformas digitales como redes sociales, sobre la gestión y programas del Departamento Administrativo de Hacienda, podemos observar que todas se han realizado bajo la modalidad de contratación directa, la cual se fundamenta en el literal H, numeral 4, artículo 2 de la ley 1150 de 2007 y el artículo 2.2.1.2.1.4.9., del Decreto 1082 de 2015, que permite contratar servicios personales o de apoyo a la gestión de la entidad en forma directa, con la persona natural o jurídica que esté en capacidad de ejecutar el objeto del contrato y que haya demostrado la idoneidad o experiencia directamente relacionada con el área de que se trate, sin que sea necesario que haya obtenido previamente varias ofertas, de lo cual el ordenador del gasto deberá dejar constancia escrita.

Los servicios profesionales y de apoyo a la gestión corresponden a aquellos de naturaleza intelectual diferentes a los de consultoría que se derivan del cumplimiento de las funciones de laEntidad Estatal, así como los relacionados con actividades operativas, logísticas, o asistenciales".

Ahora bien, se hace necesario señalar de manera más concreta los eventos en los que se permite contratar determinados servicios mediante el uso de la modalidad excepcional de selección de contratistas conocida como contratación directa y prevista en el numeral 4 del artículo 2° de la Ley 1150 de 2007.

Atendiendo el pronunciamiento que de la materia ha realizado el Consejo de Estado[7], se cita:

"La sala puede afirmar, sin lugar a mayor dubitación, que la realidad material de las expresiones legales ***"… para la prestación de servicios profesionales y de apoyo a la gestión…"*** *engloba necesariamente una misma sustancia jurídica: la del contrato de prestación de servicios definido en el artículo 32 No 3 de la ley 80 de 1993 y que no es otro que aquel que tiene por objeto apoyar la gestión de la entidad requirente en relación con su funcionamiento o el desarrollo de actividades relacionadas con la administración de la misma que en esencia no implican en manera alguna el ejercicio de funciones públicas administrativas.*

En realidad se trata de contratos a través de los cuales, de una u otra manera, se fortalece la gestión administrativa y el funcionamiento de las entidades públicas, dando el soporte o el acompañamiento necesario y requerido para el cumplimiento de sus propósitos y finalidades cuando estas por sí solas, y a través de sus medios y mecanismos ordinarios, no los pueden satisfacer; o la complejidad de las actividades administrativas o del funcionamiento de la entidad pública son de características tan especiales, o de una complejidad tal, que reclaman conocimientos especializados que no se pueden obtener por los medios y mecanismos normales que la ley le concede a las entidades estatales."

El contrato de prestación de servicios resulta ser ante todo un contrato vital para la gestión y el funcionamiento de las entidades estatales porque suple las deficiencias de estas.

En consecuencia, dado que las causales de contratación directa son especiales y expresas frente a otras modalidades de selección y que ante la concurrencia de estas dentro de la modalidad de selección directa debe acudirse a la que implique una actividad de apoyo al funcionamiento de la entidad, se tendrá en cuenta, para el presente contrato, la causal de prestación de servicios profesionales y de apoyo a la gestión con persona jurídica.

Ahora bien, teniendo en cuenta el Artículo 2.2.1.2.1.4.1 del decreto 1082 de 2015 que indica sobre el Acto administrativo de justificación de la contratación directa que: *"Este*

[7] CONSEJO DE ESTADO, Sala de lo Contencioso Administrativo, Sección Tercera, Sentencia del 2 de diciembre de 2013, Exp. 41719. C.P.: JAIME ORLANDO SANTOFIMIO GAMBOA.

acto administrativo no es necesario cuando el contrato a celebrar es de prestación de servicios profesionales y de apoyo a la gestión, y para los contratos de que tratan los literales (a) y (b) del artículo 2.2.1.2.1.4.3 del presente decreto".

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.), y son administradas y reguladas por los gobiernos de cada país".

"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)".[8]

Por lo anteriormente expuesto, no existen criterios de comparación que puedan jugar un papel importante en la selección de los medios a vincular aplicando aspectos como precio, pues si bien podrían clasificarse en el mismo grupo, tipo radio, la amplitud de la frecuencia, la audiencia y penetración que tienen no los ubica en condiciones equitativas para participar en una selección abierta.

b) <u>Plazo del contrato.</u>

Teniendo en cuenta que el propósito por el cual se ha llevado a cabo la contratación del servicio de apoyo a la gestión en el área de las comunicaciones es realizar promoción y divulgación mediante la difusión de mensajes institucionales radiales sobre la gestión del Departamento Administrativo de Hacienda y que de acuerdo con la planeación esta actividad requiere ser desarrollada durante el transcurso del año, el plazo del contrato en todos los casos comprende desde el momento en el que se firma el acta de inicio hasta el último día hábil del mes de diciembre del años 2022 o hasta agotar el presupuesto de la contratación, lo que ocurra primero.

[8] https://www.mintic.gov.co/portal/inicio/Sistemas-MINTIC/SGE-Sistema-de-Gestion-del-Espectro/Informacion-General/2350:Espectro-Radioelectrico

c) Experiencia exigida al proveedor.

Para la contratación de estos procesos, la experiencia exigida anteriormente ha consistido principalmente en acreditación de contratos ejecutados que cuenten con un objeto similar al propuesto en cada proceso, en los otros, corresponde a experiencia en contratos similares y al personal adecuado exigido por la entidad.

Lo anterior se debe a que, en términos generales, el periodismo es el oficio que tiene como fin la búsqueda exhaustiva y la producción de noticias que informen a la sociedad sobre su contexto inmediato, por lo tanto, el periodismo se materializa en cápsulas informativas (noticias, crónicas, reportajes, entrevistas, infografías) que buscan sintetizar un momento o un evento específico9.

Ahora bien, es importante destacar sobre el ejercicio del **periodismo** (lo cual incluye la locución y oficios relacionados a la misma), la sentencia C-087/98 del 18 de marzo de 1998, de la Corte Constitucional, mediante la cual se declaró la inexequibilidad de la Ley 51 de 1975, "*Por la cual se reglamentaba el ejercicio del Periodismo*", con fundamento, entre otros, de las siguientes razones:

(…)

> *Los estudios académicos en el área de las comunicaciones habilitan, sin duda, para ejercer un oficio, en el que pueden competir quienes tengan formación universitaria en el campo mencionado, y los que no la tengan. Cabe esperar razonablemente que los primeros, por su mejor preparación y mayor destreza, cumplan una labor más eficaz que los segundos, al menos en la generalidad de los casos. Pero han de ser los resultados los que hablen, pues no parece lógico que sean vallas artificialmente dispuestas las que determinen el éxito o el fracaso de alguien, en un ámbito de trabajo como el que se ha descrito.*
>
> *Cuando el artículo 73 de la Constitución protege de modo explícito la actividad del periodista para garantizarle su "libertad e independencia profesional" es claro que lo hace en función de la tarea específica que tal profesional cumple, y no de la simple circunstancia de poseer un documento oficial, consecutivo a una experiencia anterior o al cumplimiento de ciertos requisitos académicos. Resulta pertinente afirmar, sin el más leve asomo de ambigüedad, que los derechos, de cualquiera índole, los privilegios (prestacionales, de seguridad social como los previstos en la ley 100/93, o los de alguna otra especie) y aún los deberes éticos y jurídicos que al periodista incumben, como se indicó más arriba, derivan del ejercicio de su actividad (acreditable por cualquier medio probatorio) y no del hecho contingente de poseer o no una tarjeta expedida por una agencia oficial.* (Subrayado fuera del texto)

9 Rescatado de: https://enciclopedia.banrepcultural.org/index.php/El_periodismo_en_Colombia el 19 de octubre de 2021

Es así como, desde la declaratoria de inexequibilidad de la precitada Ley se elimina el requisito de la presentación de la Tarjeta Profesional de Periodista para su ejercicio, concluyendo que "*Las disposiciones impugnadas violan el derecho al trabajo y establecen una discriminación inadmisible en contra de un sin número de personas que, no obstante contar con el talento, la vocación, la experiencia, los conocimientos y la ética profesional para formar y conducir responsablemente la opinión pública, no reúnen los requisitos exigidos en ellas. Como se expresó, para ejercer el periodismo, no basta que se maneje la información, o que se tomen clases de locución y lenguaje; es necesario que el periodista tenga un manejo del tema y del contenido de la noticia y para ello, es importante que se trate de un profesional en la materia. En otros términos, "no es la tarjeta la garantía del periodista sino sus cualidades académicas y personales las que le dan o le quitan la posibilidad de ejercer el periodismo.*"

Ahora bien, de los argumentos anteriores se desprende que, si bien para el ejercicio del oficio del periodismo se requieren ciertos conocimientos, su calidad no se acredita por el simple cumplimiento de un título universitario, sino que prevalecen otras cualidades como la vocación, el talento, la experiencia y la ética profesional.

De la descripción general de los oficios como fotografía, camarografía, oficio de diseño, y periodismos *"se puede visualizar un panorama general de las personas vinculadas al sector de las comunicaciones, lo cual es de suma importancia, ya que nos permite entender que las personas que actúan a través de los diversos medios de comunicación tales como la televisión, radio, prensa o medios digitales (redes sociales), no necesariamente tendrán un título universitario. Los medios de comunicación pueden ser propios ya sea porque quien ofrece los espacios tiene un medio concesionado (como ocurre con la radio y la televisión) o no concesionado (periódicos, revistas o redes sociales) o de terceros, situación que se presenta cuando en virtud de un contrato se alquila o renta un espacio en medios de comunicación."*

La importancia de lo anterior radica, en que ya sea que el medio sea propio o concesionado, los canales de comunicación son utilizados por sus propietarios o clientes no solo para informar sino también para difundir mensajes de diversos actores sociales, llámese sector privado o público, a cambio de una contraprestación económica.

Teniendo en cuenta que la Oficina de Comunicaciones requiere informar la gestión de la Alcaldía, así como los planes y proyectos de la Administración Distrital no solo en sus propios medios de comunicación, sino también de terceros, con el objetivo de llegar a un mayor número de ciudadanos, se hace necesario que desde la Alcaldía se contrate esta actividad con terceros ya sean personas jurídicas o naturales que acrediten contar con el canal de difusión sin que sea necesario acreditar una profesión o experiencia predeterminadas.

b) Características y calidades específicas altamente calificadas que reúne el probable contratista para la ejecución del contrato:

Como se evidenció anteriormente, cuando la Oficina de Comunicaciones requiere contratar personal que ejerza actividades relacionadas al oficio del periodismo y afines, la exigencia de un título universitario no es relevante, aunque la exigencia de experiencia y técnica sí.

De la misma manera, si la Oficina de Comunicaciones requiere contratar personas naturales para la difusión de mensajes institucionales en diversos canales de comunicación correspondientes al plan de medios, tampoco entonces se hace relevante para esta dependencia, los estudios ni la experiencia que tenga el proveedor de los servicios de difusión, dado que lo más importante será que cuente con el respectivo canal de difusión para desarrollar la tarea que se les encomiende. Así entonces tampoco es conveniente que la Oficina se adapte a unos honorarios fijos tales como los establecidos en la circular de, dado que en el medio de las comunicaciones y más precisamente de la difusión de mensajes, la forma de tasar el valor de los servicios es por tiempo, tamaño o duración del mensaje, como se describe a continuación:

-Para el caso de televisión: se tasan los servicios por valores unitarios, valor del segundo o por los servicios de producción en caso de que se requiera.

-Para el caso de la radio: se tasan los servicios por valores unitarios o valor del segundo.

-Para el caso de prensa: se tasan los servicios por valor del centímetro por columna.

-Para el caso de las redes sociales: se tasan los servicios por la duración del mensaje o el tiempo que permanezca el mensaje subido en la red.

Así las cosas, las personas que se requiere contratar por parte de la Oficina de Comunicaciones para el cabal ejercicio de sus funciones y con las cuales se ha tenido dificultades en su contratación por los requisitos exigidos en las circulares No. 4135.010.22.2.0001.000003 de enero 7 de 2021 y No. 4135.030.22.2.1020.000020 de marzo 02 de 2020, son:

-Camarógrafos
-Fotógrafos
-Diseñadores
-Desarrolladores de productos digitales
-Locutores o presentadores
-Community Manager
-Personas que cuenten con programas o canales de difusión masiva.

c) Características de los productos y/o servicios que se espera obtener dentro de la ejecución contractual:

A continuación, se indican los productos o servicios que se esperan obtener para las personas naturales que se requiere contratar por la Oficina de Comunicaciones para el cumplimiento de sus funciones y para la ejecución del plan de medios:

-Servicio de difusión de piezas comunicacionales en medios tradicionales (prensa, radio, televisión) y medios no tradicionales (redes sociales, páginas web, etc): corresponde a la

publicación de piezas que son suministradas por la Administración Distrital, las cuales se adaptan al medio, es decir, podrán ser escritas, habladas o en formato audiovisual, servicios en los cuales, la persona cobra por cantidad de piezas difundidas y/o el alcance que la difusión tenga en determinados sectores de la sociedad, quedando la publicación como evidencia del servicio.

-Piezas comunicacionales con contenido institucional para difusión de información: Los trabajos que se podrán contratar son variados, desde ayudantes de redacción, que son quienes colaboran en tareas de investigación y redactan pequeñas piezas, redactores encargados de noticias y reportajes, personal de apoyo en la revisión de contenidos, línea editorial, documentalistas y presentadores. También se contratan camarógrafos para la elaboración de videos; fotógrafos quienes cubren los eventos institucionales y plasman mediante fotografías los mismos; diseñadores, y desarrolladores de productos digitales encargados en desarrollar aplicaciones, micrositios, animaciones; además de editores de videos.

-Social Media Manager o Community Manager: Es una tendencia al alza en el sector de la comunicación asociada al crecimiento vertiginoso del componente digital en el mundo entero. No puede haber organización alguna que quiera abarcar un público mayor que ofrece el universo del internet y las redes sociales, que se pueda realizar en la actualidad, sin contar con un Social Media Manager. El trabajo de esta persona es colaborarle a la Administración en la definición de la estrategia de comunicación en internet: hacer una labor analítica, de creación y control de la estrategia y de investigación que nos permita ejercer control sobre el uso adecuado de la imagen de la entidad y de quiénes desarrollan labores asociadas o en representación de esta. Con su apoyo se diseñaría el plan estratégico digital, las acciones para conseguirlo y evaluar la consecución de los objetivos planteados. Además de lo anterior, ejecutará el plan, apoyará en la gestión de las redes sociales, creará contenidos, diseñará, escribirá artículos… entre otros.[10]

Análisis del riesgo y forma de mitigarlo.

De acuerdo con lo contemplado el en Articulo 2.2.1.1.1.6.3 del Decreto 1082 de 2015, el Departamento Administrativo de Hacienda, evalúa el riesgo en el proceso que se adelante para satisfacer la necesidad planteada en el presente documento de análisis del sector. Se anexa Matriz de Riesgo.

Tabla de deducciones.

Las deducciones que el Municipio Santiago de Cali realiza sobre el contrato son:

Las deducciones que el Distrito Santiago de Cali realiza sobre el contrato son	
Estampilla pro cultura:	1 % en contratos superiores a $154.752.288

[10] Oficio de Comunicaciones con radicado No. 202241120600000024 que solicita alcance a la circular No. 4135.020.22.2.1020. 001799 de diciembre 23 de 2021.

Estampilla pro hospitales:	1 % en contratos por cualquier cuantía
Estampilla pro desarrollo:	1 % en contratos menores a $ 83.456.783 o 3,5% en contratos mayores o iguales a $83.456.783
Estampilla pro Univalle:	2 % en contratos por cualquier cuantía excepto entidades sin ánimo de lucro.
Estampilla Pro-Adulto Mayor 2 % en contratos por cualquier cuantía Reteica:	Dependiendo de la actividad y el tipo de empresa contratista
Retención en la fuente:	Dependiendo de la actividad y el tipo de empresa contratista, excepto entidades sin ánimo de lucro, salvo para compras.

Nota: No obstante, el oferente se hará cargo de cualquier impuesto y/o retención, que se llegare a establecer en la etapa del proceso pre-contractual, contractual y en su ejecución.

Conclusiones:

1. El campo tecnológico ha simplificado procesos y replanteado el accionar de las plataformas digitales como las redes sociales, y sería errado el calificarlo como positivo o negativo. El medio, al igual que lo ha realizado a lo largo de su historia, debe explotar su capacidad de planeación, gestión, medición, control y organización para diversificar el negocio y potenciar su característica principal, de modo que se siga llevando contenidos el cual motiven a los cibernautas.

2. Se puede afirmar que los medios de comunicación tradicionales y los profesionales de la comunicación se encuentran ante uno de los mayores desafíos, causado por la evolución tecnológica. Estos avances han permitido que surjan nuevos medios y dispositivos, lo que significa que se están creando nuevos escenarios que platean un reto no solo para los, periodistas, sino para las plataformas digitales como lo son las redes sociales, sino para los periodistas que deben plantear y experimentar nuevas formas de informar y comunicar.

3. Esta es una etapa en la que la relación entre las redes sociales y sus cibernautas se ha vuelto mucho más abierta, franca y de confianza, de absoluto respeto por la autonomía, por el derecho a la información, a la libertad de expresión y el respeto a la defensa del régimen democrático. Se habla de una radio participativa donde se tiene en cuenta a todo el mundo; unas plataformas digitales con roles definidos en las mesas de trabajo. Lo que ha cambiado de fondo son las plataformas, la inmediatez, la calidad del sonido, la posibilidad de comunicarse con la gente en un segundo, el transmitir y el recibir información más ampliamente con mayor cobertura en muchas más partes del mundo al mismo tiempo.

III. FUENTES DE INFORMACIÓN.

Tema	Fuentes sugeridas
Contexto económico	DANE: www.dane.gov.co Banco de La República: www.banrep.gov.co Superintendencia de Industria y Comercio: www.sic.gov.co Fedesarrollo: www.fedesarrollo.org.co Departamento Nacional de Planeación –DNP–: www.dnp.gov.co Asobancaria (economía y finanzas): www.asobancaria
Contexto técnico	Ministerio de las Tecnologías de Información y las Comunicaciones: www.mintic.gov.co Información general: www.losavancestecnologicos.com Revista ComputerWorld (tecnología): www.computerworld.com
Contexto regulatorio	Superintendencias www.supersociedades.gov.co Archivo General de la Nación: www.archivogeneral.gov.co Síntesis: www.colombiacompra.gov.co
Estudio de la oferta	SECOP: www.colombiacompra.gov.co SIREM (información financiera; para el uso de esta herramienta revise el manual del usuario): www.supersociedades.gov.co Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (Directorio de asociaciones y agremiaciones): www.mincit.gov.co Superintendencias
Estudio de la demanda	SECOP: www.colombiacompra.gov.co Páginas web de las Entidades Estatales - Encargados de compras de otras Entidades Estatales Guía para la codificación de bienes y servicios de acuerdo con el código estándar de productos y servicios de Naciones Unidas (UNSPSC) Colombia Compra Eficiente: www.colombiacompra.gov.co

En constancia de lo anterior se firma en Santiago de Cali, a los veintiséis (26) días del mes de enero de 2022.

Rol Jurídico	Rol Financiero
Original con firma	Original con firma
Abogada en Contratación de la U.A.G. ADRIANA LUCIA RIOS HERRERA Profesional Universitario Departamento Administrativo de Hacienda	Administrador de Empresas contratista U.A.G. HAROLD RICARDO LÓPEZ PATIÑO Rol Financiero - Unidad Apoyo a la Gestión. Departamento Administrativo de Hacienda