 ALCALDÍA DE SANTIAGO DE CALI GESTIÓN JURÍDICO ADMINISTRATIVA GESTIÓN CONTRACTUAL	SISTEMAS DE GESTIÓN Y CONTROL INTEGRADOS (SISTEDA, SGC y MECI) ANÁLISIS DEL SECTOR	MAJA01.04.01.18.P02.F01	
		VERSIÓN	2
		FECHA DE ENTRADA EN VIGENCIA	26/mar/2020

ESTUDIO DEL SECTOR

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


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

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

Introducción

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

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

 ALCALDÍA DE SANTIAGO DE CALI GESTIÓN JURÍDICO ADMINISTRATIVA GESTIÓN CONTRACTUAL	SISTEMAS DE GESTIÓN Y CONTROL INTEGRADOS (SISTEDA, SGC y MECI) ANÁLISIS DEL SECTOR	MAJA01.04.01.18.P02.F01	
		VERSIÓN	2
		FECHA DE ENTRADA EN VIGENCIA	26/mar/2020


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

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

Economía Nacional

IPC

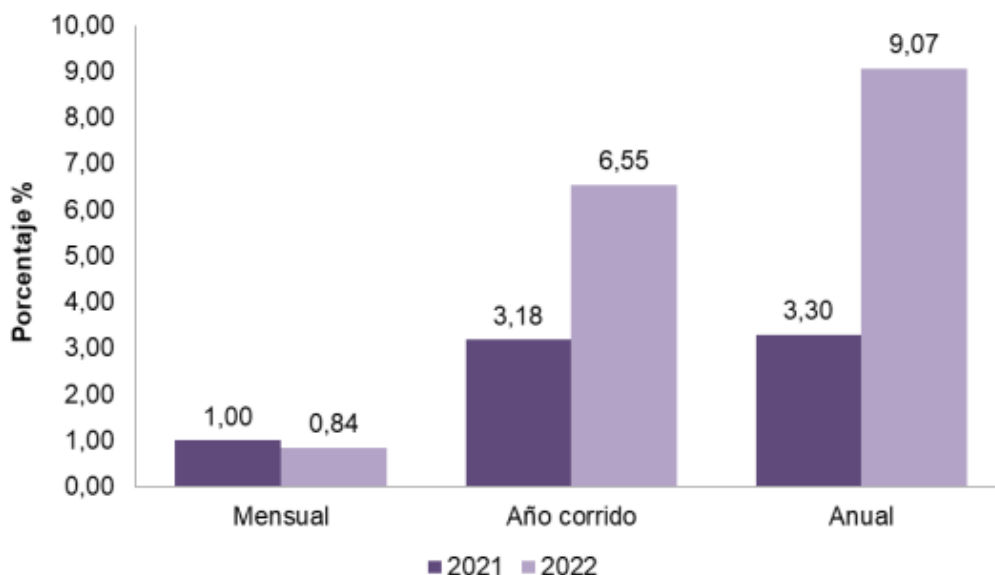
En el mes de mayo de 2022, el IPC registró una variación de 0,84% en comparación con abril de 2022, tres divisiones se ubicaron por encima del promedio nacional (0,84%): Alimentos y bebidas no alcohólicas (1,56%), Restaurantes y hoteles (1,18%) y por último, Bienes y servicios diversos (0,88%). Por debajo se ubicaron: Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles (0,83%), Muebles, artículos para el hogar y para la conservación ordinaria del hogar (0,82%), Bebidas alcohólicas y tabaco (0,66%), Salud (0,61%), Prendas de vestir y calzado (0,55%), Recreación y cultura (0,38%), Transporte (0,27%), Educación (0,18%) y por último, Información y comunicación (-0,05%).

 ALCALDÍA DE SANTIAGO DE CALI GESTIÓN JURÍDICO ADMINISTRATIVA GESTIÓN CONTRACTUAL	SISTEMAS DE GESTIÓN Y CONTROL INTEGRADOS (SISTEDA, SGC y MECI) ANÁLISIS DEL SECTOR	MAJA01.04.01.18.P02.F01	
		VERSIÓN	2
		FECHA DE ENTRADA EN VIGENCIA	26/mar/2020

Índice de Precios al Consumidor (IPC)

Mayo 2022

Gráfico 1. IPC Variaciones
Total nacional
Mayo 2021 - 2022




Fuente: DANE, IPC.

1

En mayo de 2022 en comparación con abril de 2022, la variación de las subclases que más aportaron al índice total fueron: carne de res y derivados (3,77%), electricidad (2,86%), comidas en establecimientos de servicio a la mesa y autoservicio (1,21%), arriendo imputado (0,57%), tomate (26,05%), arroz (5,23%), leche (3,50%), arriendo efectivo (0,46%), suministro de agua (1,43%) y comidas preparadas fuera del hogar para consumo inmediato (1,36%). Las subclases con aportes negativos a la variación fueron: papas (-18,13%), frutas frescas (-1,81%), plátanos (-3,68%), cebolla (-4,33%) y transporte intermunicipal e internacional (-2,91%)

¹ Fuente: DANE - IPC

 ALCALDÍA DE SANTIAGO DE CALI GESTIÓN JURÍDICO ADMINISTRATIVA GESTIÓN CONTRACTUAL	SISTEMAS DE GESTIÓN Y CONTROL INTEGRADOS (SISTEDA, SGC y MECI) ANÁLISIS DEL SECTOR	MAJA01.04.01.18.P02.F01	
		VERSIÓN	2
		FECHA DE ENTRADA EN VIGENCIA	26/mar/2020

Variación mensual, año corrido y anual del Índice de Precios al Consumidor (IPC)

Total nacional

Mayo 2021-2022

IPC	Mayo					
	Variación Mensual		Variación Año corrido		Variación Anual	
	2022	2021	2022	2021	2022	2021
IPC total	0,84	1,00	6,55	3,18	9,07	3,30

Fuente: DANE, IPC.

En mayo de 2022, la variación mensual del IPC fue 0,84%, la variación año corrido fue 6,55% y la anual fue 9,07%.

En mayo de 2022, la variación anual del IPC fue de 9,07%, es decir, 5,77 puntos porcentuales mayor que la reportada en el mismo periodo del año anterior, cuando fue de 3,30%.

El comportamiento mensual del IPC total en mayo de 2022 (0,84%) se explicó principalmente por la variación mensual de las divisiones Alimentos y bebidas no alcohólicas y Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles. Las mayores variaciones se presentaron en las divisiones Alimentos y bebidas no alcohólicas (1,56%) y Restaurantes y hoteles (1,18%).

Variación año corrido 2022

En lo corrido del año, (enero - mayo), cuatro divisiones de bienes y servicios se ubicaron por encima del promedio nacional (6,55%): Alimentos y bebidas no alcohólicas (15,01%), Muebles, artículos para el hogar y para la conservación ordinaria del hogar (10,03%), Restaurantes y hoteles (8,59%) y por último, Prendas de vestir y calzado (7,10%). El resto de las divisiones se ubicaron por debajo del promedio: Bienes y servicios diversos (5,50%), Educación (4,98%), Salud (4,64%), Transporte (4,35%), Bebidas alcohólicas y tabaco (3,75%), Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles (3,44%), Recreación y cultura (3,02%) y por último, Información y comunicación (0,06%).

Los mayores aportes a la variación en lo corrido del año (enero - mayo), se ubicaron en las divisiones de Alimentos y bebidas no alcohólicas, Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles, Restaurantes y hoteles, Transporte y Muebles, artículos para el hogar y para la conservación ordinaria del hogar, las cuales en conjunto contribuyeron con 5,57 puntos porcentuales a la variación total.



ALCALDÍA DE
SANTIAGO DE CALI
GESTIÓN JURÍDICO ADMINISTRATIVA
GESTIÓN CONTRACTUAL

SISTEMAS DE GESTIÓN Y CONTROL
INTEGRADOS
(SISTEDA, SGC y MECI)

ANÁLISIS DEL SECTOR

MAJA01.04.01.18.P02.F01

VERSIÓN

2

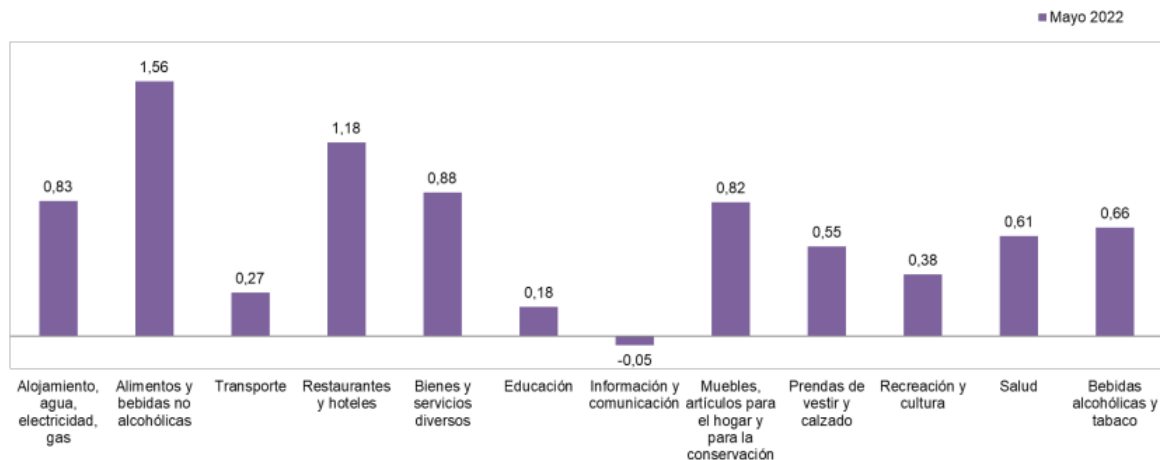
FECHA DE
ENTRADA EN
VIGENCIA

26/mar/2020

Variación mensual del Índice de Precios al Consumidor (IPC)

Por Divisiones

2022 (mayo)




Fuente: DANE, IPC.

Nota: el orden de las divisiones responde a su ponderación dentro de la canasta del IPC (izq-der).

La división Restaurantes y hoteles registró una variación mensual de 1,18%, siendo esta la segunda mayor variación mensual. En mayo de 2022, los mayores incrementos de precio se registraron en las subclases comidas preparadas fuera del hogar para consumo inmediato (1,36%), comidas en establecimientos de servicio a la mesa y autoservicio (1,21%) y gastos en discotecas (1,10%). La mayor disminución de precio se reportó en la subclase servicios de alojamiento en hoteles (-0,26%). La división Información y comunicación registró una variación mensual de -0,05%, siendo esta la menor variación mensual. En mayo de 2022, la mayor disminución de precio se registró en la subclase equipos de telefonía móvil, similares y reparación (-0,81%). La división Educación registró una variación mensual de 0,18%, siendo esta la segunda menor variación mensual.

En mayo de 2022, los mayores incrementos de precio se registraron en las subclases inscripciones y matrículas en carreras técnicas, tecnológicas y universitarias (0,60%), inscripciones y matrículas en postgrados (0,53%) y otros gastos en educación superior (0,15%). El menor incremento de precio se reportó en la subclase cursos de educación no formal (0,08%). En mayo de 2022, las mayores contribuciones a la variación mensual en las doce divisiones del IPC total se registraron en las siguientes subclases: carne de res y derivados, con 0,09 puntos porcentuales; electricidad, con 0,09 puntos porcentuales, y comidas en establecimientos de servicio a la mesa y autoservicio, con 0,08 puntos porcentuales. Las subclases con las menores contribuciones fueron papas, con -0,12 puntos porcentuales; frutas frescas, con -0,02 puntos porcentuales, y plátanos, con -0,02 puntos porcentuales.

 <p>ALCALDÍA DE SANTIAGO DE CALI GESTIÓN JURÍDICO ADMINISTRATIVA GESTIÓN CONTRACTUAL</p>	<p>SISTEMAS DE GESTIÓN Y CONTROL INTEGRADOS (SISTEDA, SGC y MECI)</p> <p>ANALISIS DEL SECTOR</p>	MAJA01.04.01.18.P02.F01	
		VERSIÓN	2
		FECHA DE ENTRADA EN VIGENCIA	26/mar/2020

Mercado Laboral

Variaciones para 2022.

Para abril de 2022, la tasa de desempleo fue de 11,2% y comparada con el mismo mes de 2021 (15,5%) tuvo una reducción de 4,3 puntos porcentuales. La tasa global de participación fue de 63,6%, lo que significó un aumento de 2,6 puntos porcentuales respecto al mismo periodo de 2021 (61,0%). Finalmente, la tasa de ocupación fue de 56,5%, lo que representó un incremento de 4,9 puntos porcentuales comparada con abril de 2021 (51,6%). Las anteriores tasas presentaron una variación estadísticamente significativa.

Población ocupada

En abril de 2022, la población ocupada del país fue 21,9 millones de personas, frente a las 19,8 millones del mismo mes en 2021 esto representa una variación de 11,1%. Las 13 ciudades y áreas metropolitanas contribuyeron con 5,9 puntos porcentuales (p.p.) a la variación nacional; en este dominio se presentó una población ocupada de 10,4 millones de personas, 1,2 millones personas de más en comparación con abril de 2021 (9,2 millones). Estas variaciones fueron estadísticamente significativas.

- Por dominios

El dominio Otras cabeceras registró 5,8 millones de ocupados, aportando 3,2 p.p. a la variación nacional. Por su parte, Centros poblados y rural disperso registró 4,7 millones de ocupados, lo que significa que contribuyó con 1,6 p.p. al total nacional. Las ciudades de Tunja, Florencia, Popayán, Valledupar, Quibdó, Neiva, Riohacha, Santa Marta, Armenia y Sincelejo (10 ciudades) registraron 1,1 millones de ocupados y contribuyeron con 0,5 p.p.

- Por sexo y edad


Por sexo, en abril de 2022, Colombia tuvo un aumento de 1,3 millones de mujeres ocupadas y de 875 mil hombres ocupados. De acuerdo con el rango de edad, los mayores aumentos en el total nacional se registraron en las mujeres de 25 a 54 años (909 mil) y en los hombres en el mismo rango de edad (611 mil). En las 13 ciudades y áreas metropolitanas, las mujeres (441 mil) y los hombres (380 mil) entre 25 y 54 años concentraron los mayores aumentos en los ocupados.

- Por ramas de actividad

Desde la perspectiva de las ramas de actividad económica, en el total nacional, Actividades artísticas, entretenimiento, recreación y otras actividades de servicio tuvo la mayor alza de ocupados en abril de 2022 (+359 mil) respecto a abril de 2021, contribuyendo así con 1,8 p.p. a la variación nacional y alcanzando las 1,8 millones de personas. A su vez, en Comercio y reparación de vehículos el número de ocupados aumentó en 335 mil personas, para contribuir así con 1,7 p.p. a la variación nacional y terminar con 4,0 millones de personas.

- Por posición ocupacional

Según posición ocupacional y a nivel nacional, en abril de 2022, la cantidad de ocupados como empleado particular aumentó en 1,6 millones en comparación con el mismo mes del año anterior, lo que representó una contribución de 8,2 p.p. En cambio, se registró una caída de 203 mil ocupados en la posición empleado del gobierno, aportando así -1,0 p.p..

 ALCALDÍA DE SANTIAGO DE CALI GESTIÓN JURÍDICO ADMINISTRATIVA GESTIÓN CONTRACTUAL	SISTEMAS DE GESTIÓN Y CONTROL INTEGRADOS (SISTEDA, SGC y MECI) ANÁLISIS DEL SECTOR	MAJA01.04.01.18.P02.F01	
		VERSIÓN	2
		FECHA DE ENTRADA EN VIGENCIA	26/mar/2020

Población ocupada, desocupada e inactiva
Total nacional y total 13 ciudades y áreas metropolitanas²
Abril 2022

Miles de personas	Total nacional			Miles de personas	Total 13 ciudades y áreas metropolitanas		
	Abril 2022	Abril 2021	Variación absoluta		Abril 2022	Abril 2021	Variación absoluta
Población ocupada	21.957	19.756	+2.201*	Población ocupada	10.390	9.225	+1.165*
Población desocupada	2.761	3.621	-860*	Población desocupada	1.291	1.944	-653*
Población fuera de la fuerza laboral	14.166	14.932	-766*	Población fuera de la fuerza laboral	6.166	6.435	-269*

Población inactiva

A nivel nacional, la población desocupada en abril de 2022 se redujo en 860 mil personas frente al mismo mes de 2021, lo que refleja una variación de -23,8%, para llegar así a 2,8 millones de desocupados. En las 13 ciudades y áreas metropolitanas, el total de desocupados fue 1,3 millones, representando una disminución del 33,6%, para aportar -18,0 p.p. a la variación nacional. Las anteriores fueron variaciones estadísticamente significativas

En Otras cabeceras se registró una población desocupada de 896 mil (-2,8 p.p.). En las 10 ciudades, que corresponden a Tunja, Florencia, Popayán, Valledupar, Quibdó, Neiva, Riohacha, Santa Marta, Armenia y Sincelejo, la población desocupada se ubicó en 166 mil (-1,5 p.p.) y en Centros poblados y rural disperso fue de 478 mil (-1,4 p.p.). Por sexo, la reducción de la población desocupada en abril de 2022 para el total nacional fue mayor en los hombres (-575 mil) que en las mujeres (-285 mil).

Según los rangos de edad, esta disminución se focalizó en las mujeres de 25 a 54 años (-219 mil) y en los hombres en este mismo rango de edad (-407 mil). En las 13 ciudades y áreas metropolitanas, la mayor disminución de la población desocupada también se presentó en las personas de 25 a 54 años (-446 mil: -275 mil hombres y -171 mil mujeres).

Variaciones anuales para el trimestre febrero-abril de 2022


La tasa de desempleo nacional del trimestre que va de febrero a abril de 2022 fue 12,1%, lo que representó una disminución de 3,2 puntos porcentuales respecto al periodo febrero-abril de 2021, cuando fue de 15,3%.

La tasa global de participación fue 63,8%, lo que significó un ascenso de 2,0 puntos porcentuales respecto al periodo anterior (61,7%).

Finalmente, la tasa de ocupación se ubicó en 56,1%, presentando un aumento de 3,8 puntos porcentuales frente al mismo trimestre un año atrás (52,3%). Variaciones estadísticamente significativas.

La población ocupada a nivel nacional en el trimestre que va de febrero a abril de 2022 fue de 21,8 millones de personas, 8,8% más en comparación con el mismo periodo el año anterior.

² Fuente: DANE, mercado laboral 2022

 ALCALDÍA DE SANTIAGO DE CALI GESTIÓN JURÍDICO ADMINISTRATIVA GESTIÓN CONTRACTUAL	SISTEMAS DE GESTIÓN Y CONTROL INTEGRADOS (SISTEDA, SGC y MECI) ANÁLISIS DEL SECTOR	MAJA01.04.01.18.P02.F01	
		VERSIÓN	2
		FECHA DE ENTRADA EN VIGENCIA	26/mar/2020

Las 13 ciudades y áreas metropolitanas contribuyeron con 4,8 p.p. a la variación nacional, con 10,3 millones de ocupados; Otras cabeceras lo hicieron con 2,5 p.p. (5,8 millones de personas), Centros poblados y rural disperso con 1,0 p.p. (4,6 millones) y las ciudades de Tunja, Florencia, Popayán, Valledupar, Quibdó, Neiva, Riohacha, Santa Marta, Armenia y Sincelejo contribuyeron con 0,5 p.p. (1,1 millones)

Por sexo y rangos de edad, el aumento de la población ocupada en el país para el trimestre que va de febrero a abril de 2022 se focalizó en las mujeres (+759 mil) y los hombres (+463 mil) de 25 a 54 años.

Por su parte, la población desocupada a nivel nacional en el trimestre que va de febrero a abril de 2022 fue de 3,0 millones de personas, 17,1% menos que en el mismo periodo un año atrás (3,6 millones).

Las 13 ciudades y áreas metropolitanas aportaron -15,0 p.p. a la variación nacional, con 1,4 millones de desocupados (las anteriores fueron estadísticamente significativas); Otras cabeceras contribuyeron con -1,3 p.p., con 966 mil de personas; Tunja, Florencia, Popayán, Valledupar, Quibdó, Neiva, Riohacha, Santa Marta, Armenia y Sincelejo lo hicieron con -1,1 p.p., con 175 mil personas, y Centros poblados y rural disperso contribuyeron 0,2 p.p. al registrar 426 mil desocupados.


Los hombres en el rango de edad de 25 a 54 años concentraron la mayor disminución de la población desocupada en el total nacional, con -266 mil personas.

Para las mujeres la mayor disminución fue en el mismo rango de edad, con -179 mil personas.

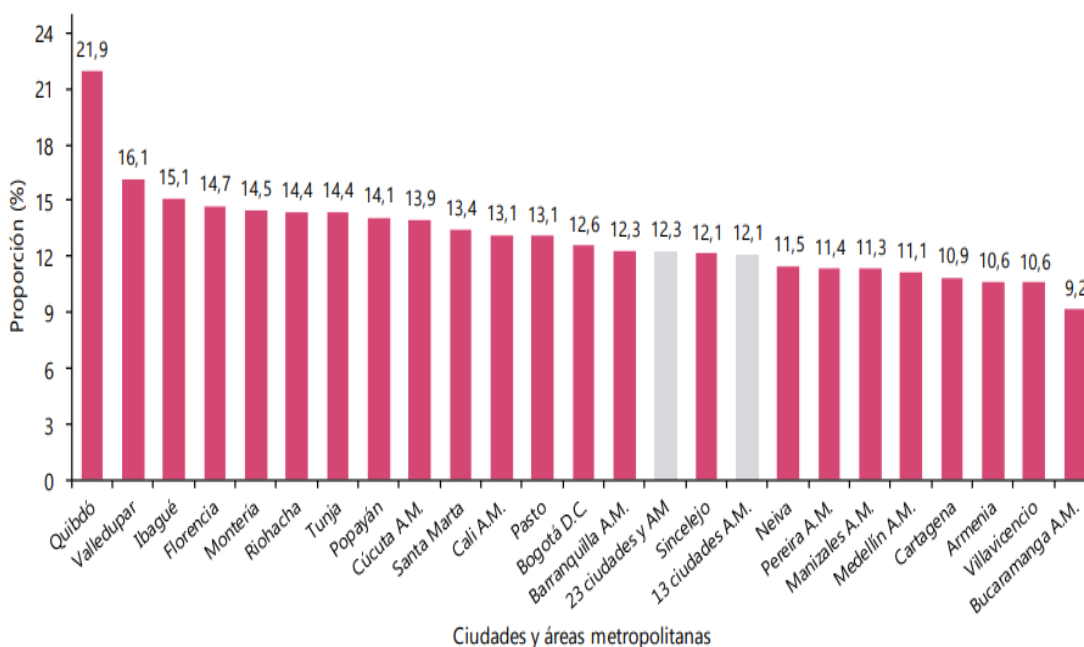
Finalmente, la población fuera de la fuerza laboral a nivel nacional en el trimestre que va de febrero a abril de 2022 fue de 14,1 millones de personas, 3,9% menos que en el mismo periodo del año anterior (14,7 millones). Variación estadísticamente significativa.

Juventud

La tasa de desempleo para de los jóvenes de 15 a 28 años en las 23 ciudades y áreas metropolitanas en el trimestre febrero-abril de 2022 fue de 20,0%. Las ciudades que registraron las mayores tasas de desempleo fueron Quibdó e Ibagué, con 28,1% y 26,8%, respectivamente. Por el contrario, las menores tasas de desempleo fueron para Villavicencio y Bucaramanga A. M., con 16,6% y 17,7%, respectivamente.

 ALCALDÍA DE SANTIAGO DE CALI GESTIÓN JURÍDICO ADMINISTRATIVA GESTIÓN CONTRACTUAL	SISTEMAS DE GESTIÓN Y CONTROL INTEGRADOS (SISTEDA, SGC y MECI) ANÁLISIS DEL SECTOR	MAJA01.04.01.18.P02.F01	
		VERSIÓN	2
		FECHA DE ENTRADA EN VIGENCIA	26/mar/2020

Tasa de desempleo 23 ciudades y áreas metropolitanas Febrero-abril 2022



Ciudades y áreas metropolitanas

En el trimestre que va de febrero a abril de 2022, la tasa de desempleo de las 23 ciudades y áreas metropolitanas fue 12,3%. Las ciudades que registraron las mayores tasas de desempleo fueron Quibdó y Valledupar, con 21,9% y 16,1%, respectivamente. Por el contrario, las menores tasas de desempleo fueron para Bucaramanga A. M., con 9,2%, y Villavicencio, con 10,6%. Respecto a la informalidad en estas ciudades, fue más alta en Sincelejo (66,2%) y en Cúcuta A. M. (65,8%) y más baja en Bogotá (33,1%) y en Manizales A. M. (39,8%).


PIB

⁴En el primer trimestre de 2022pr, el Producto Interno Bruto, en su serie original, crece 8,5% respecto al mismo periodo de 2021pr. 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, que crece 15,3% (contribuye 3,0 puntos porcentuales a la variación anual).

³ Fuente: DANE; Mercado laboral abril 2022

⁴ Fuente: DANE; Producto Interno Bruto – primer trimestre 2022

 ALCALDÍA DE SANTIAGO DE CALI GESTIÓN JURÍDICO ADMINISTRATIVA GESTIÓN CONTRACTUAL	SISTEMAS DE GESTIÓN Y CONTROL INTEGRADOS (SISTEDA, SGC y MECI) ANÁLISIS DEL SECTOR	MAJA01.04.01.18.P02.F01	
		VERSIÓN	2
		FECHA DE ENTRADA EN VIGENCIA	26/mar/2020


- Industrias manufactureras, que crece 11,1% (contribuye 1,4 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 diferenciadas de los hogares individuales como productores de bienes y servicios para uso propio, que crece 35,7% (contribuye 1,1 puntos porcentuales a la variación anual).

Respecto al trimestre inmediatamente anterior, el Producto Interno Bruto en su serie ajustada por efecto estacional y calendario crece 1,0%. Esta variación se explica principalmente por la siguiente dinámica:

- 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, que crece 11,9%.
- Información y comunicaciones, que crece 3,9%.
- Industrias manufactureras, que crece 1,4%.

Para este lapso, entre las actividades que más destacaron en el crecimiento de la economía nacional se tiene en cuenta: al comercio, las industrias manufactureras y las actividades artística, que aportaron 5,5 puntos porcentuales.

Al acercar la lupa sobre el comportamiento de la economía colombiana se ve que las actividades artísticas son las que más crecen, con el 35,7 %. Al tiempo que las actividades financieras y de seguros observan una contracción del 3,2 %.

 ALCALDÍA DE SANTIAGO DE CALI GESTIÓN JURÍDICO ADMINISTRATIVA GESTIÓN CONTRACTUAL	SISTEMAS DE GESTIÓN Y CONTROL INTEGRADOS (SISTEDA, SGC y MECI) ANÁLISIS DEL SECTOR	MAJA01.04.01.18.P02.F01	
		VERSIÓN	2
		FECHA DE ENTRADA EN VIGENCIA	26/mar/2020

Producto Interno Bruto (PIB)
Enfoque de la producción
Tasa de crecimiento anual en volumen¹ por actividad económica
Primer trimestre 2021^{PR}-2022^{PR}

Actividad económica	Serie original Tasa de crecimiento anual (%)		Serie ajustada por efecto estacional y calendario Tasa de crecimiento trimestral (%)
	2021 ^{PR} - I / 2020 ^P - I	2022 ^{PR} - I / 2021 ^{PR} - I	2022 ^{PR} - I / 2021 ^{PR} - IV
Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca	3,2	-2,5	-3,3
Explotación de minas y canteras	-14,7	1,0	-1,0
Industrias manufactureras	6,2	11,1	1,4
Suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado ²	-1,4	4,9	0,6
Construcción	-5,1	5,2	0,4
Comercio al por mayor y al por menor ³	-2,4	15,3	0,7
Información y comunicaciones	2,6	20,6	3,9
Actividades financieras y de seguros	4,9	-3,2	-6,5
Actividades inmobiliarias	2,3	2,1	0,8
Actividades profesionales, científicas y técnicas ⁴	0,6	9,7	1,2
Administración pública, defensa, educación y salud ⁵	4,5	6,2	0,9
Actividades artísticas, de entretenimiento y recreación y otras actividades de servicios ⁶	9,2	35,7	11,9
Valor agregado bruto	0,9	8,3	1,1
Impuestos menos subvenciones sobre los productos	1,3	11,3	1,1
Producto Interno Bruto	0,9	8,5	1,0


5

El gasto de consumo final creció 11,8 % durante el primer trimestre del año: el consumo de los hogares repuntó 12,2 % y el consumo final del Gobierno creció 8,6 %. Finalmente, la formación bruta de capital aumentó 19,7 %.

Al tiempo que las exportaciones repuntan al 16,8 % y las importaciones lo hacen a ritmos del 38,9 %.

Otros conceptos como la inversión y el consumo público mostraron mejoras, contribuyendo a la dinámica de la economía nacional. En marzo, la inversión se ubicó en 19,7% del PIB, por encima de 18,1% del promedio de 2021, aunque “aún por debajo de niveles prepandémicos, cuando la tasa se ubicó alrededor de 22%”, explica Mauricio Hernández, economista de Bbva Research.

⁵ Fuente: DANE – PIB 2022 cuentas nacionales

 ALCALDÍA DE SANTIAGO DE CALI GESTIÓN JURÍDICO ADMINISTRATIVA GESTIÓN CONTRACTUAL	SISTEMAS DE GESTIÓN Y CONTROL INTEGRADOS (SISTEDA, SGC y MECI) ANÁLISIS DEL SECTOR	MAJA01.04.01.18.P02.F01	
		VERSIÓN	2
		FECHA DE ENTRADA EN VIGENCIA	26/mar/2020

En este periodo, la agricultura y las actividades financieras y de seguros fueron las que aportaron puntos en la contracción, con 2,5% y 3,2%, respectivamente. En el caso de las actividades financieras, el aporte negativo se explica por la contracción mostrada en enero a raíz del pago del seguro de Mapfre por el siniestro de Hidroituango.

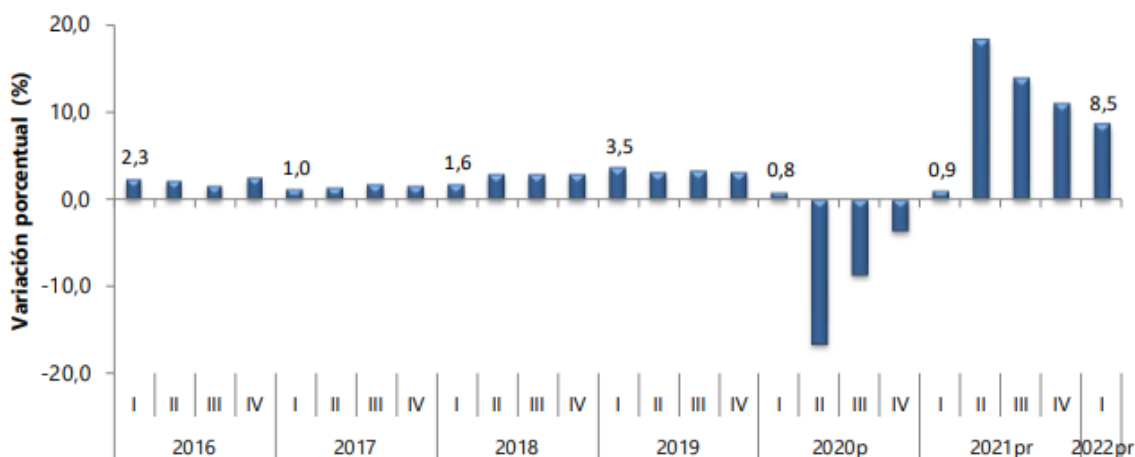
Estos buenos resultados se dan en un contexto en el que algunas de las expectativas de crecimiento habían sido revisadas al alza. Por ejemplo, el Banco de la República actualizó el dato y ahora espera que crezca a una tasa de 5%.

Producto Interno Bruto⁶ (PIB)
Tasas de crecimiento en volumen
2016-I / 2022pr-I

Producto Interno Bruto (PIB)

I trimestre 2022 preliminar


Gráfico 1. Producto Interno Bruto (PIB)
Tasas de crecimiento en volumen¹
2016-I / 2022^{pr}-I



Fuente: DANE, Cuentas nacionales

Comercio al por mayor y al por menor

⁶ Fuente: DANE

 ALCALDÍA DE SANTIAGO DE CALI GESTIÓN JURÍDICO ADMINISTRATIVA GESTIÓN CONTRACTUAL	SISTEMAS DE GESTIÓN Y CONTROL INTEGRADOS (SISTEDA, SGC y MECI) ANÁLISIS DEL SECTOR	MAJA01.04.01.18.P02.F01	
		VERSIÓN	2
		FECHA DE ENTRADA EN VIGENCIA	26/mar/2020

En el primer trimestre de 2022pr, el valor agregado de comercio al por mayor y al por menor, reparación de vehículos automotores y motocicletas; transporte y almacenamiento; alojamiento y servicios de comida crece 15,3% en su serie original, respecto al mismo periodo de 2021pr.

Esta dinámica se explica por los siguientes comportamientos:

- Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas crece 7,4%.
- Transporte y almacenamiento crece 19,8%.
- Alojamiento y servicios de comida crece 31,0%.

Respecto al trimestre inmediatamente anterior en su serie ajustada por efecto estacional y calendario, el valor agregado de comercio al por mayor y al por menor, reparación de vehículos automotores y motocicletas; transporte y almacenamiento; alojamiento y servicios de comida crece en 0,7%, explicado por:

- Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas crece 1,4%.
- Transporte y almacenamiento crece 2,5%.
- Alojamiento y servicios de comida crece 3,0%. En el tercer trimestre de 2021pr, el Producto Interno Bruto, en su serie original, crece 13,2% respecto al mismo periodo de 2020pr.

Tabla 7. Comercio al por mayor y al por menor¹
Tasas de crecimiento en volumen²
Primer trimestre 2022^{pr}

Actividad económica	Tasas de crecimiento (%)	
	Serie original	Serie ajustada por efecto estacional y calendario
	Anual	Trimestral
	2022 ^{pr} - I / 2021 ^{pr} - I	2022 ^{pr} - I / 2021 ^{pr} - IV
Comercio al por mayor y al por menor ³	7,4	1,4
Transporte y almacenamiento	19,8	2,5
Alojamiento y servicios de comida	31,0	3,0
Comercio al por mayor y al por menor⁴	15,3	0,7

Fuente: DANE, Cuentas nacionales

Información y comunicaciones

En el primer trimestre de 2022pr, el valor agregado de información y comunicaciones crece 20,6% en su serie original, respecto al mismo periodo de 2021pr. Para la serie ajustada por efecto estacional y calendario, el valor agregado crece en 3,9%, respecto al trimestre inmediatamente anterior.


 ALCALDÍA DE SANTIAGO DE CALI GESTIÓN JURÍDICO ADMINISTRATIVA GESTIÓN CONTRACTUAL	SISTEMAS DE GESTIÓN Y CONTROL INTEGRADOS (SISTEDA, SGC y MECI) ANÁLISIS DEL SECTOR	MAJA01.04.01.18.P02.F01	
		VERSIÓN	2
		FECHA DE ENTRADA EN VIGENCIA	26/mar/2020

Tabla 8. Información y comunicaciones
Tasas de crecimiento en volumen¹
Primer trimestre 2022^{Pr}

Actividad económica	Tasas de crecimiento (%)	
	Serie original	Serie ajustada por efecto estacional y calendario
	Anual	Trimestral
	2022 ^{Pr} - I / 2021 ^{Pr} - I	2022 ^{Pr} - I / 2021 ^{Pr} - IV
Información y comunicaciones	20,6	3,9

Fuente: DANE, Cuentas nacionales

7

Los positivos resultados de la actividad económica en los primeros tres meses del año se explican principalmente por actividades como comercio, transporte, industria manufacturera y actividades artísticas quienes aportaron 5.5 puntos porcentuales a la variación anual del primer trimestre del valor agregado. El positivo indicador evidencia la consolidación de la tendencia de recuperación económica tras la pandemia. La economía colombiana, que crece al 8.2% en el primer trimestre del 2022, en su serie ajustado por efecto estacional y calendario, es la tercera más alta dentro de los países de la OCDE después de Portugal, con un 11.9%, y el del Reino Unido con un 8.7%, detalla el reporte del DANE. De este modo, la mayoría de las actividades económicas consolidan su recuperación, a excepción de la construcción y la explotación de minas y canteras que, frente al primer trimestre del 2019, son los sectores más rezagados dado que todavía presentan una contracción en la recuperación.

⁷ Fuente: DANE cuentas nacionales


 ALCALDÍA DE SANTIAGO DE CALI GESTIÓN JURÍDICO ADMINISTRATIVA GESTIÓN CONTRACTUAL	SISTEMAS DE GESTIÓN Y CONTROL INTEGRADOS (SISTEDA, SGC y MECI) ANÁLISIS DEL SECTOR	MAJA01.04.01.18.P02.F01	
		VERSIÓN	2
		FECHA DE ENTRADA EN VIGENCIA	26/mar/2020

Tabla 1. Valor agregado por actividad económica
Tasas de crecimiento en volumen¹
Primer trimestre 2022^{Pr}

Actividad económica	Tasas de crecimiento (%)	
	Serie original	Serie ajustada por efecto estacional y calendario
	Anual	Trimestral
	2022 ^{Pr} - I / 2021 ^{Pr} -I	2022 ^{Pr} - I / 2021 ^{Pr} - IV
Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca	-2,5	-3,3
Explotación de minas y canteras	1,0	-1,0
Industrias manufactureras	11,1	1,4
Suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado ²	4,9	0,6
Construcción	5,2	0,4
Comercio al por mayor y al por menor ³	15,3	0,7
Información y comunicaciones	20,6	3,9
Actividades financieras y de seguros	-3,2	-6,5
Actividades inmobiliarias	2,1	0,8
Actividades profesionales, científicas y técnicas ⁴	9,7	1,2
Administración pública, defensa, educación y salud ⁵	6,2	0,9
Actividades artísticas, de entretenimiento y recreación y otras actividades de servicios ⁵	35,7	11,9
Valor agregado bruto	8,3	1,1
Total impuestos menos subvenciones sobre los productos	11,3	1,1
Producto Interno Bruto	8,5	1,0

Fuente: DANE, Cuentas nacionales


8

Balanza Comercial

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

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

⁸ Fuente: DANE cuentas nacionales

 ALCALDÍA DE SANTIAGO DE CALI GESTIÓN JURÍDICO ADMINISTRATIVA GESTIÓN CONTRACTUAL	SISTEMAS DE GESTIÓN Y CONTROL INTEGRADOS (SISTEDA, SGC y MECI) ANÁLISIS DEL SECTOR	MAJA01.04.01.18.P02.F01	
		VERSIÓN	2
		FECHA DE ENTRADA EN VIGENCIA	26/mar/2020

Exportaciones

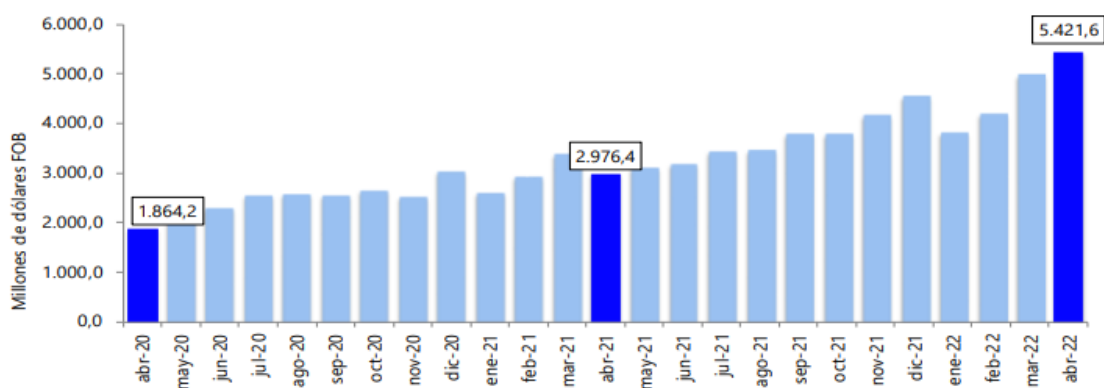
Exportaciones (EXPO)

Abril 2022

Gráfico 1. Valor FOB de las exportaciones (Millones de dólares FOB)

Total Nacional

Abril (2020-2022)^P




Fuente: DIAN - DANE (EXPO)

De acuerdo con la información de exportaciones procesada por el DANE y la DIAN, en abril de 2022 las ventas externas del país fueron US\$5.421,6 millones FOB y presentaron un aumento de 82,2% en relación con abril de 2021; este resultado se debió principalmente al crecimiento de 165,6% en las ventas externas del grupo de Combustibles.

En el mes de referencia, las exportaciones de Combustibles y productos de las industrias extractivas participaron con 60,8% del valor FOB total de las exportaciones; así mismo, Manufacturas con 15,3%, Agropecuarios, alimentos y bebidas 19,3%, y otros sectores con 4,6%. En abril de 2022 se exportaron 15,6 millones de barriles de petróleo crudo, lo que representó un crecimiento de 33,9% frente a abril de 2021

Por su parte, en abril de 2019 las exportaciones colombianas ascendieron a US\$3.862,8 millones FOB. Al comparar el cuarto mes de 2022 con el mismo mes de 2019, se registra un aumento de 40,4%; este resultado se debe fundamentalmente al aumento del 40,4% en las ventas externas del grupo de Combustibles y de 66,7% en el grupo de Agropecuarios, alimentos y bebidas. Así mismo, en el periodo enero – abril de 2022 se registra un aumento en las ventas externas colombianas de 36,6%, si se compara con el mismo periodo del año 2019.

 ALCALDÍA DE SANTIAGO DE CALI GESTIÓN JURÍDICO ADMINISTRATIVA GESTIÓN CONTRACTUAL	SISTEMAS DE GESTIÓN Y CONTROL INTEGRADOS (SISTEDA, SGC y MECI)		MAJA01.04.01.18.P02.F01	
			VERSIÓN	2
	ANÁLISIS DEL SECTOR		FECHA DE ENTRADA EN VIGENCIA	26/mar/2020

Las exportaciones de Combustibles y productos de las industrias extractivas registraron un aumento de 32,2%. Por su parte, las manufacturas aumentaron en 23,0%, las ventas externas de productos Agropecuarios, alimentos y bebidas aumentaron 57,4% y otros sectores aumentaron 68,9%.

En abril de 2022 las exportaciones de Combustibles y productos de las industrias extractivas fueron de US\$3.294,7 millones FOB y presentaron un crecimiento de 165,6% frente a abril de 2021, este comportamiento se explicó principalmente por el incremento de las ventas de Petróleo, productos derivados del petróleo y productos conexos (122,8%) que aportó 85,0 puntos porcentuales a la variación del grupo.

En abril de 2022 las exportaciones del grupo de Manufacturas fueron de US\$831,6 millones FOB y presentaron una variación de 18,5%, frente a abril de 2021. Este comportamiento se explicó principalmente por el crecimiento en las ventas externas de Artículos manufacturados, clasificados principalmente según el material (57,2%) que contribuyeron con 15,6 puntos porcentuales a la variación de la agrupación. Las ventas externas de productos Agropecuarios, alimentos y bebidas fueron US\$1.048,0 millones FOB y presentaron un crecimiento de 34,7%, comparado con abril de 2021.


Este comportamiento se explicó principalmente por el aumento en las exportaciones de Aceite de palma y sus fracciones (180,6%) que contribuyó con 10,7 puntos porcentuales a la variación del grupo. En el mes de abril de 2022 en comparación con abril 2021, la reducción de las exportaciones del grupo Otros sectores (-3,3%) se explicó fundamentalmente por la disminución en las ventas de oro no monetario que aportó 3,9 puntos porcentuales negativos a la variación del grupo

1. COMPORTAMIENTO GENERAL DE LAS EXPORTACIONES

Cuadro 1. Valor FOB de las exportaciones, variación, contribución y participación según grupos de productos (OMC) Abril (2022-2021)^P

Grupos de productos (OMC)	Abril					Enero-abril				
	2021	2022	Variación	Contribución a la variación	Participación	2021	2022	Variación	Contribución a la variación	Participación
	(Millones de dólares FOB)	(Millones de dólares FOB)	(%)	(pp)	2022 (%)	(Millones de dólares FOB)	(Millones de dólares FOB)	(%)	(pp)	2022 (%)
Total	2.976,4	5.421,6	82,2		100,0	11.909,9	18.385,3	54,4		100,0
Agropecuarios, alimentos y bebidas ¹	778,3	1.048,0	34,7	9,1	19,3	3.105,4	4.021,5	29,5	7,7	21,9
Combustibles y prod. de industrias extractivas ²	1.240,6	3.294,7	165,6	69,0	60,8	5.234,6	10.150,2	93,9	41,3	55,2
Manufacturas ³	701,6	831,6	18,5	4,4	15,3	2.622,9	3.295,0	25,6	5,6	17,9
Otros sectores ⁴	255,9	247,4	-3,3	-0,3	4,6	946,9	918,6	-3,0	-0,2	5,0

Fuente: DIAN – DANE (EXPO)

 ALCALDÍA DE SANTIAGO DE CALI GESTIÓN JURÍDICO ADMINISTRATIVA GESTIÓN CONTRACTUAL	SISTEMAS DE GESTIÓN Y CONTROL INTEGRADOS (SISTEDA, SGC y MECI) ANÁLISIS DEL SECTOR	MAJA01.04.01.18.P02.F01	
		VERSIÓN	2
		FECHA DE ENTRADA EN VIGENCIA	26/mar/2020

9

**Cuadro 8. Exportaciones según principal país de destino y subgrupo CUCI Rev. 3.
Abril (2022/2019)⁹**

País destino/Subgrupo CUCI	Abril 2019	Abril 2022	Variación (%)	Contribución al País (pp)	Contribución a la variación (pp)	Participación (%) 2021
	Millones de dólares FOB					
Total	3.862,8	5.421,6	40,4		40,4	100,0
Panamá	158,4	594,1	275,1	275,1	11,3	11,0
Aceites de petróleo crudos	131,2	528,3	302,6	250,7	10,3	9,7
Combustibles para calderas (fuel oils)	0,0	28,9	**	18,2	0,7	0,5
Demás	27,2	36,9	35,9	6,2	0,3	0,7
Países Bajos	131,9	344,1	160,9	160,9	5,5	6,3
Otras variedades de hulla	20,5	235,1	*	162,7	5,6	4,3
Demás	111,4	109,1	-2,1	-1,8	-0,1	2,0
India	38,2	223,3	485,1	485,1	4,8	4,1
Aceites de petróleo crudos	0,0	180,4	**	472,7	4,7	3,3
Demás	38,2	42,9	12,3	12,3	0,1	0,8
Turquía	135,4	272,2	101,1	101,1	3,5	5,0
Otras variedades de hulla	132,7	227,3	71,3	69,9	2,4	4,2
Demás	2,6	44,9	*	31,2	1,1	0,8
Estados Unidos	1.215,0	1.339,5	10,2	10,2	3,2	24,7
Flores y follaje cortados	82,3	156,5	90,2	6,1	1,9	2,9
Demás	1.132,8	1.183,1	4,4	4,1	1,3	21,8
Bonaire, San Eustatios y Saba	31,8	130,4	309,8	**	2,6	2,4
Combustibles para calderas (fuel oils)	28,7	130,4	354,2	**	2,6	2,4
Demás	3,1	0,0	-100,0	**	-0,1	0,0
Puerto Rico	119,4	22,1	-81,5	-81,5	-2,5	0,4
Gasóleos (gas oils)	98,3	0,0	-100,0	-82,3	-2,5	0,0
Demás	21,1	22,1	4,7	0,8	0,0	0,4
Demás países	2.032,8	2.495,9	22,8		12,0	46,0

Fuente: DIAN - DANE (EXPO)

Importaciones

De acuerdo con las declaraciones de importación registradas ante la DIAN en marzo de 2022, las importaciones fueron US\$7.063,4 millones CIF y presentaron un aumento de 43,1% con relación al mismo mes de 2021. Este comportamiento obedeció principalmente al aumento de 35,5% en el grupo de Manufacturas.

En marzo de 2022, las importaciones de Manufacturas participaron con 73,7% del valor CIF total de las importaciones, seguido por productos Agropecuarios, alimentos y bebidas con 15,8%, Combustibles y productos de las industrias extractivas con 10,4% y otros sectores 0,2%.

⁹ Fuente: DANE cuentas nacionales



ALCALDÍA DE
SANTIAGO DE CALI
GESTIÓN JURÍDICO ADMINISTRATIVA
GESTIÓN CONTRACTUAL

SISTEMAS DE GESTIÓN Y CONTROL
INTEGRADOS
(SISTEDA, SGC y MECI)

ANÁLISIS DEL SECTOR

MAJA01.04.01.18.P02.F01

VERSIÓN

2

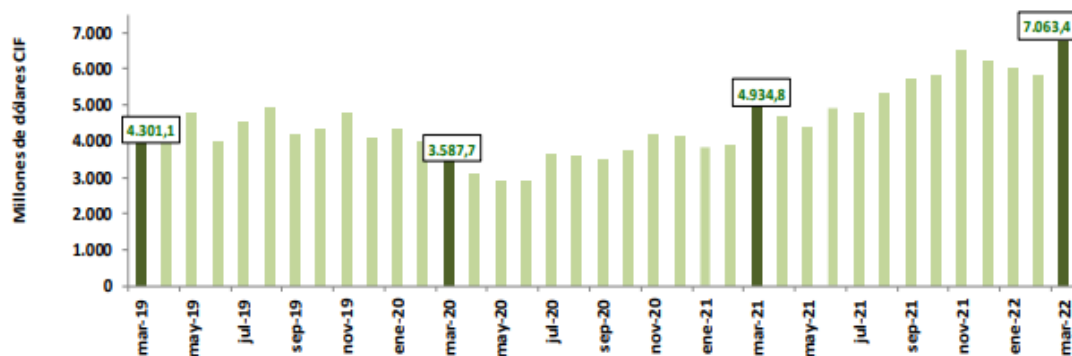
FECHA DE
ENTRADA EN
VIGENCIA

26/mar/2020

Importaciones (IMPO)

Marzo 2022

Gráfico 1. Valor CIF de las importaciones (Millones de dólares CIF)
Total Nacional
Marzo 2019-marzo 2022^p




Fuente: DIAN - DANE (IMPO)
p: cifras provisionales

Por su parte, en marzo 2019 las importaciones colombianas ascendieron a US\$4.301,1 millones CIF. Al comparar el tercer mes de 2022 con el mismo mes de 2019, se registra un aumento de 64,2%; este resultado se debe fundamentalmente al aumento de 57,3% en las compras externas del grupo de Manufacturas.

Así mismo, en el periodo enero – marzo 2022 se registra un aumento en las compras externas de Colombia de 50,9%, si se compara con el mismo periodo de 2019. Las importaciones de Combustibles y productos de las industrias extractivas aumentaron 58,4% y de Manufacturas en 48,8%, por su parte Agropecuarios, alimentos y bebidas registraron un aumento de 56,9% y otros sectores un aumento de 49,4%.

En marzo de 2022, las importaciones de Manufacturas fueron US\$5.206,8 millones CIF y presentaron un aumento de 35,5% frente a marzo de 2021, como resultado de las mayores compras de Maquinaria y equipo de transporte (42,8%) y de Productos químicos y productos conexos (30,7%), que aportaron en conjunto 27,8 puntos porcentuales a la variación del grupo.

En marzo de 2022 las importaciones del grupo de Combustibles y productos de las industrias extractivas fueron de US\$733,2 millones CIF y presentaron un aumento de 130,5%, en comparación con marzo de 2021; los productos que más contribuyeron al aumento fueron Petróleo, productos derivados del petróleo y productos conexos (186,7%), que aportaron 124,7

 ALCALDÍA DE SANTIAGO DE CALI GESTIÓN JURÍDICO ADMINISTRATIVA GESTIÓN CONTRACTUAL	SISTEMAS DE GESTIÓN Y CONTROL INTEGRADOS (SISTEDA, SGC y MECI) ANÁLISIS DEL SECTOR	MAJA01.04.01.18.P02.F01	
		VERSIÓN	2
		FECHA DE ENTRADA EN VIGENCIA	26/mar/2020

puntos porcentuales a la variación total del grupo.

En marzo de 2022, las compras externas del grupo Agropecuarios, alimentos y bebidas fueron US\$1.112,7 millones CIF y presentaron un aumento de 45,1% en comparación con marzo de 2021; este resultado se explicó por las mayores importaciones de Productos alimenticios y animales vivos (41,3%), que aportaron 33,6 puntos porcentuales a la variación del grupo.

**Cuadro 3. Importaciones según grupos de productos OMC
Marzo (2022/2021) ^P**

Sección / Capítulo	Descripción	Marzo 2021	Marzo 2022	Variación %	Contribución a la variación del grupo (pp)	Contribución a la variación del total (pp)
		(Millones de dólares CIF)				
	Total	4.934,8	7.063,4	43,1		43,1
	Agropecuarios, alimentos y bebidas	766,9	1.112,7	45,1	45,1	7,0
0	Productos alimenticios y animales vivos	623,8	881,7	41,3	33,6	5,2
4	Aceites, grasas y ceras de origen animal y vegetal	42,4	87,3	105,7	5,9	0,9
2	Materiales crudos no comestibles, excepto los combustibles	68,7	97,7	42,2	3,8	0,6
1	Bebidas y tabacos	31,9	46,0	44,3	1,8	0,3
	Combustibles y prod. de industrias extractivas	318,1	733,2	130,5	130,5	8,4
33	Petróleo, productos derivados del petróleo y productos conexos	212,4	609,1	186,7	124,7	8,0
68	Metales no ferrosos	88,6	93,7	5,8	1,6	0,1
	Demás	17,1	30,4	78,1	4,2	0,3
	Manufacturas	3.842,1	5.206,8	35,5	35,5	27,7
7	Maquinaria y equipo de transporte	1.663,2	2.375,0	42,8	18,5	14,4
5	Productos químicos y productos conexos, n.e.p.	1.158,0	1.514,1	30,7	9,3	7,2
6	Artículos manufacturados, clasificados principalmente según el material	661,9	857,5	29,6	5,1	4,0
8	Artículos manufacturados diversos	359,0	460,1	28,2	2,6	2,1
	Otros sectores *	7,8	10,7	37,4	37,4	0,1

Fuente: DIAN - DANE (IMPO)

^P: Cifra preliminar


10

En el periodo enero-marzo 2022, las importaciones colombianas fueron US\$18.940,6 millones CIF y registraron un aumento de 49,6%, frente al mismo periodo de 2021.

En el periodo enero-marzo 2022 las importaciones del grupo de Manufacturas fueron de US\$14.284,2 millones CIF y aumentaron 47,5%, en comparación con el mismo periodo de 2021, como resultado de las mayores compras de Maquinaria y equipo de transporte (46,8%) y de Productos químicos y productos conexos (47,7%) que en conjunto contribuyeron con 34,1 puntos porcentuales a la variación del grupo.

En el periodo enero-marzo 2022 las compras externas del grupo de productos Agropecuarios, alimentos y bebidas fueron US\$2.641,0 millones CIF y aumentaron 31,3%, en comparación con el mismo periodo de 2021; este resultado se explicó principalmente por las mayores importaciones de Productos alimenticios y animales vivos (29,4%), que aportaron 23,1 puntos porcentuales a la variación del grupo. Las compras externas en el grupo de Combustibles y productos de las industrias extractivas, en el periodo enero-marzo

¹⁰ Fuente: DANE

 ALCALDÍA DE SANTIAGO DE CALI GESTIÓN JURÍDICO ADMINISTRATIVA GESTIÓN CONTRACTUAL	SISTEMAS DE GESTIÓN Y CONTROL INTEGRADOS (SISTEDA, SGC y MECI)		MAJA01.04.01.18.P02.F01	
	ANÁLISIS DEL SECTOR		VERSIÓN	2
			FECHA DE ENTRADA EN VIGENCIA	26/mar/2020

2022, fueron de US\$1.993,8 millones CIF y presentaron un aumento de 110,6% en comparación con el mismo periodo de 2021.

Este comportamiento obedeció principalmente al aumento de las importaciones de Combustibles y lubricantes minerales y productos conexos (140,5%), que contribuyó con 101,0 puntos porcentuales a la variación total del grupo.

Cuadro 7. Importaciones (CIF) según principal país de origen y subgrupo CUCI Rev 3. Marzo (2022/2021)^P

País origen/Subgrupo CUCI	Marzo 2021	Marzo 2022	Variación (%)	Contribución al País (pp)	Contribución a la variación (pp)	Participación 2022 (%)
	Millones dólares CIF					
Total	4.934,8	7.063,4	43,1		43,1	100,0
Estados Unidos	1.222,5	1.841,5	50,6	50,6	12,5	26,1
Gasolina para motores y otros aceites ligeros	124,9	296,6	137,4	14,0	3,5	4,2
Gasóleos (gas oils)	37,4	124,1	231,8	7,1	1,8	1,8
Maíz	179,5	234,1	30,4	4,5	1,1	3,3
Otros tipos de trigo	6,4	50,0	686,0	3,6	0,9	0,7
Demás	874,4	1.136,8	30,0	21,5	5,3	16,1
China	1.186,1	1.669,7	40,8	40,8	9,8	23,6
Teléfonos celulares	97,1	165,7	70,6	5,8	1,4	2,3
Grupos electrógenos	2,5	64,7	-	5,2	1,3	0,9
Demás	1.086,5	1.439,3	32,5	29,7	7,1	20,4
Brasil	257,4	408,8	58,9	58,9	3,1	5,8
Vehículos para el transporte de personas	49,5	93,4	88,6	17,1	0,9	1,3
Café sin tostar descafeinado o no	8,1	19,3	137,5	4,3	0,2	0,3
Demás	199,7	296,2	48,3	37,5	2,0	4,2
Francia	178,3	321,2	80,1	80,1	2,9	4,5
Aviones de más de 15.000 kg de peso propio	115,3	246,0	113,3	73,3	2,6	3,5
Aviones de más de 2.000 kg pero no más de 15.000 kg	-	10,5	**	5,9	0,2	0,1
Demás	63,0	64,7	2,7	1,0	0,0	0,9
Bélgica	30,6	118,8	288,7	288,7	1,8	1,7
Glucósidos	7,2	83,2	-	248,6	1,5	1,2
Demás	23,4	35,6	52,4	40,1	0,2	0,5
Ucrania	14,2	2,1	-85,4	-85,4	-0,2	0,0
Productos semiterminados de hierro o acero	11,5	-	-100,0	-81,1	-0,2	0,0
Productos laminados planos de hierro o de acero	2,3	-	-100,0	-16,3	0,0	0,0
Demás	0,4	2,1	448,5	11,9	0,0	0,0
Demás países	2.045,7	2.701,3	32,0	32,0	13,3	38,2


Fuente: DIAN - DANE (IMPO)

TRM

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

Tras registrar una tendencia bajista en los últimos meses, tocando mínimos de \$3.723, el precio del dólar cambió su comportamiento y superó los \$4.000 en el mes de mayo, llegando al precio máximo en lo corrido de 2022.

La divisa cerró a un precio promedio de \$4.056,45, lo que reflejó un aumento de \$40,11 frente a la Tasa Representativa del Mercado (TRM), que para las jornadas anteriores, su fluctuación era mínima; estas variaciones lo ubicaron en un valor promedio de \$4.016,34, en las primeras semanas del mes citado;

 ALCALDÍA DE SANTIAGO DE CALI GESTIÓN JURÍDICO ADMINISTRATIVA GESTIÓN CONTRACTUAL	SISTEMAS DE GESTIÓN Y CONTROL INTEGRADOS (SISTEDA, SGC y MECI) ANÁLISIS DEL SECTOR	MAJA01.04.01.18.P02.F01	
		VERSIÓN	2
		FECHA DE ENTRADA EN VIGENCIA	26/mar/2020

El comportamiento se dio en medio del aumento de la tasa de intervención por parte de la Fed, que tal como se esperaba, aumentó la tasa de interés en 50 puntos básicos para frenar la inflación más alta en décadas. A diferencia de la reunión de marzo, el banco central no entregó una actualización del gráfico de puntos ni un resumen de las proyecciones, lo que significa que gran parte del riesgo de la revisión se deriva en los comentarios del presidente Jerome Powell¹¹.

Una clara consecuencia del incremento y la enorme fluctuación de la TRM, obedece a la escasez de algunas materias primas y productos clave por cuenta del conflicto en Ucrania, lo que supone un duro golpe para ciertos sectores de la economía en América Latina.

La incertidumbre que viven los mercados y que ha sido generada por la prolongación del conflicto, que ha recortado el suministro de algunas materias primas y de combustible, se suma al frenazo vivido por el comercio global como producto de los confinamientos en China, lo cual ha explotado en las economías emergentes.

La volatilidad también está influenciada por la devaluación del peso que supera 8% y parece incorporar las presiones provenientes de la incertidumbre electoral de las elecciones presidenciales”.


“Según un estudio que realizamos sobre cómo reaccionaron los activos financieros durante el periodo de elecciones en la región, encontramos que en los momentos de mayor tensión el dólar se alcanzó a elevarse más de 10%. Posteriormente, la misma moneda podría descender si el presidente electo modera su discurso”, dijo Juan David Ballén, director de análisis y estrategia de Casa de Bolsa.



Finalmente, uno de los condicionales que pareciera estar pesando en el comportamiento del dólar, frente a las monedas de los países productores de materias primas, está en que los precios del petróleo Brent repuntan hasta los US\$123,69, su valor más alto desde marzo de 2022.

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

¹¹ Fuente: Diario la Republica; <https://www.larepublica.co/finanzas>.

 ALCALDÍA DE SANTIAGO DE CALI GESTIÓN JURÍDICO ADMINISTRATIVA GESTIÓN CONTRACTUAL	SISTEMAS DE GESTIÓN Y CONTROL INTEGRADOS (SISTEDA, SGC y MECI) ANALISIS DEL SECTOR	MAJA01.04.01.18.P02.F01	
		VERSIÓN	2
		FECHA DE ENTRADA EN VIGENCIA	26/mar/2020

carrera alcista, los consumidores colombianos deben acostumbrarse a precios mayores de los que pagaban hace un año por esta gran volatilidad de la moneda extranjera.

Panorama Actual de Redes


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

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

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

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

El social media, en la actualidad, es la estrategia más usada del marketing digital en Colombia. Tal afirmación se basa en que la población total está conformada por 51,39 millones de personas, de las cuales el 82% está domiciliada en zonas urbanizadas. En el país, hay 65.75 millones de

 ALCALDÍA DE SANTIAGO DE CALI GESTIÓN JURÍDICO ADMINISTRATIVA GESTIÓN CONTRACTUAL	SISTEMAS DE GESTIÓN Y CONTROL INTEGRADOS (SISTEDA, SGC y MECI) ANÁLISIS DEL SECTOR	MAJA01.04.01.18.P02.F01	
		VERSIÓN	2
		FECHA DE ENTRADA EN VIGENCIA	26/mar/2020

teléfonos conectados. Si lo comparamos con la población, esto quiere decir que cada colombiano posee, en promedio, 1.2 celulares. Por otro lado, el número de usuarios conectados a internet es de 35.50 millones, es decir, el 69.1% de la población total tiene acceso a este servicio.

En cuanto al uso de las redes sociales, Colombia tiene 45.80 millones de usuarios activos, lo cual representa el 81% de la población¹².




En un año, nuestra población ha crecido +0,63% (325 mil personas) y el número de celulares conectados +7.3%, es decir, actualmente hay en el país 4.4 millones de dispositivos nuevos. En un año (del 2021 al 2022), el número de usuarios de Internet aumentó en un 2.2%, lo que representa 770 millones de personas. Mientras que, el número de usuarios conectados a redes sociales aumentó en un + 7.2%, es decir, para este año se crearon 2.8 millones perfiles.

Dispositivos que más utilizan los usuarios de Internet

De acuerdo con la población total de usuarios de Internet, el uso de dispositivos se divide de la siguiente manera:

- **Teléfonos celular (cualquier tipo): 98%.**

¹² Fuente: <https://datareportal.com/reports/digital-2020-colombia>


 <p>ALCALDÍA DE SANTIAGO DE CALI GESTIÓN JURÍDICO ADMINISTRATIVA GESTIÓN CONTRACTUAL</p>	<p>SISTEMAS DE GESTIÓN Y CONTROL INTEGRADOS (SISTEDA, SGC y MECI)</p> <p>ANÁLISIS DEL SECTOR</p>	MAJA01.04.01.18.P02.F01	
		VERSIÓN	2
		FECHA DE ENTRADA EN VIGENCIA	26/mar/2020

- **Teléfonos inteligentes (smartphone): 97%**
- **Teléfono móvil sin características “inteligentes”:** 13%. En un año, este porcentaje ha disminuido -7.4% y el número de smartphones ha crecido +0.2
- **Laptop u ordenador de escritorio (pc): 74%.**
- **Tablets: 34%.**
- **TV inteligente para ver contenido en línea (como Netflix): 16%**
- **Cónsola de videojuegos: 29%**
- **Dispositivo inteligente para el hogar (Smart Home): 10%.**
- **Relojes inteligentes: 21%,** siendo los dispositivos con mayor crecimiento en el 2022 +5.6%
- **Dispositivos de realidad virtual: 4%.**



Ahora bien sabemos que internet es un mundo digital con infinitudes de caminos para navegar e informarse, en un contexto digital donde se tienen infinitudes de alternativas, se ha identificado las actividades más relevantes socialmente hablando que una persona promedio realiza; al revisar el tiempo promedio que pasan los colombianos en los distintos servicios disponibles, los ciudadanos en promedio de entre 16 y 64 años se ha determinado que pasan utilizando internet alrededor de 10 horas y 3 minutos, mientras que el tiempo que pasan en las redes sociales es de 3 horas y 46 minutos; consumen programas televisivos con un tiempo de conexión promedio 3 horas y 44 minutos, mientras que escuchan música mediante servicios en línea durante 1 hora y 10 minutos y juegan en sus consolas de videojuegos un total de 1 hora y 6 minutos¹³.

¹³ Fuente: <https://datareportal.com/reports/digital-2020-colombia>

 ALCALDÍA DE SANTIAGO DE CALI GESTIÓN JURÍDICO ADMINISTRATIVA GESTIÓN CONTRACTUAL	SISTEMAS DE GESTIÓN Y CONTROL INTEGRADOS (SISTEDA, SGC y MECI) ANÁLISIS DEL SECTOR	MAJA01.04.01.18.P02.F01	
		VERSIÓN	2
		FECHA DE ENTRADA EN VIGENCIA	26/mar/2020




Después de analizar las cifras del consumo del tiempo en el ámbito digital, es relevante identificar el medio más utilizado para acceder a la red; de esta manera pasamos a analizar que 35.5 millones de personas son usuarios activos de Internet desde cualquier dispositivo tecnológico (smartphone, tablet, laptop, consola de video juego, TV, entre otros). Es decir, que el 69% de la población total de Colombia es usuaria activa de Internet y el 94% de este total accede usando dispositivos móviles

Desde enero del 2021 a enero del 2022, el número total de usuarios de Internet ha crecido en un 2.2%, es decir, más de un millón de nuevas personas usan este servicio. El tiempo promedio que los usuarios de Internet pasan utilizando este servicio desde cualquier dispositivo tecnológico, es de 10 horas y 03 minutos. Dato curioso: del 2012 al 2022 el número de usuarios de Internet ha crecido +92%, siendo el 2013 el año con el mayor crecimiento +22.5%¹⁴.

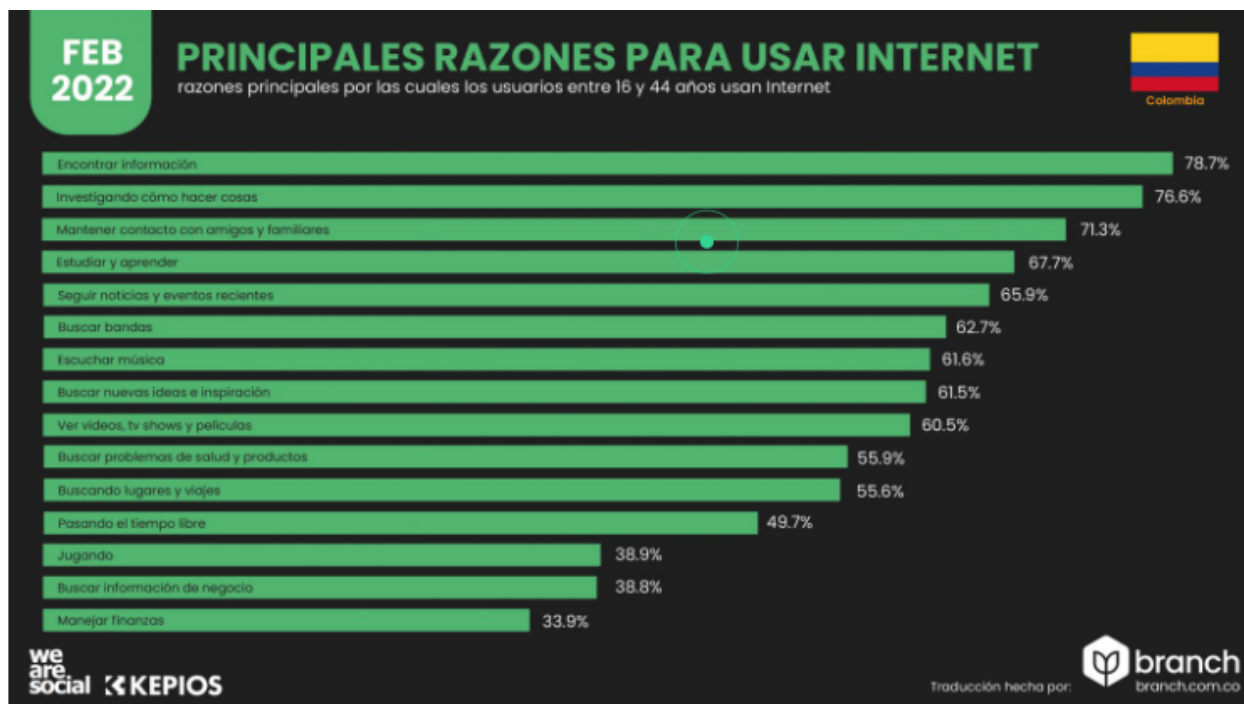
Principales razones para usar el Internet

Más del 70% de los colombianos encuestados utilizan el Internet para encontrar información, investigar cómo hacer algunas actividades y estar en contacto con amigos y familiares. Uno de los usos menos frecuentes es el de la administración de finanzas y la investigación de negocios.


¹⁴ Fuente: <https://datareportal.com/reports/digital-2020-colombia>

 ALCALDÍA DE SANTIAGO DE CALI GESTIÓN JURÍDICO ADMINISTRATIVA GESTIÓN CONTRACTUAL	SISTEMAS DE GESTIÓN Y CONTROL INTEGRADOS (SISTEDA, SGC y MECI) ANALISIS DEL SECTOR	MAJA01.04.01.18.P02.F01	
		VERSIÓN	2
		FECHA DE ENTRADA EN VIGENCIA	26/mar/2020

Además, el 85% realiza sus búsquedas desde Google Chrome, mientras que el 6% lo hace desde Safari y el 3% Microsoft Edge.



Las páginas más buscadas por los colombianos son Google, YouTube, Facebook y WPlay (casa de apuesta). Por otro lado, el 97% del tráfico web en Internet proviene del motor de búsqueda de Google siendo las palabras más buscadas Colombia, WhatsApp y Traductor. El Tiempo es uno de los períodos locales más buscados en nuestro país


 ALCALDÍA DE SANTIAGO DE CALI GESTIÓN JURÍDICO ADMINISTRATIVA GESTIÓN CONTRACTUAL	SISTEMAS DE GESTIÓN Y CONTROL INTEGRADOS (SISTEDA, SGC y MECI) ANÁLISIS DEL SECTOR	MAJA01.04.01.18.P02.F01	
		VERSIÓN	2
		FECHA DE ENTRADA EN VIGENCIA	26/mar/2020

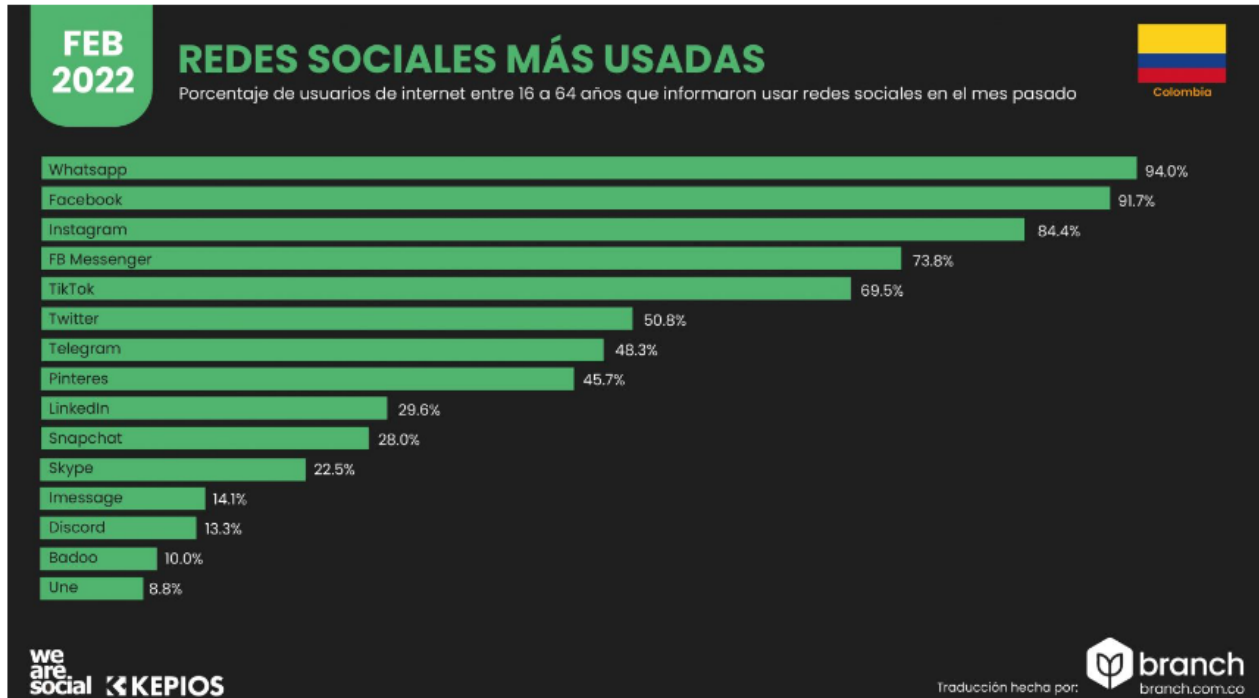


No se podría analizar el contexto digital sin hablar directamente del fenómeno mundial de las redes sociales, basados en los reportes anuales sobre el porcentaje de los usuarios que pueden ser alcanzados mediante las plataformas digitales; el 81% de la población total de Colombia es usuaria activa en redes sociales, es decir, 41.8 millones de personas. En el 2020, este porcentaje era de 69%, por lo que podemos observar un crecimiento de los usuarios en 12 pp.


En promedio, los colombianos pasan 3 horas y 46 minutos al día conectados a las redes sociales, dividiendo su tiempo en 8 redes distintas. El 52% de los usuarios de redes sociales son mujeres y el 48% son hombres. El 37% de las mujeres y el 35% de los hombres se encuentran entre los 18 y 44 años de edad.

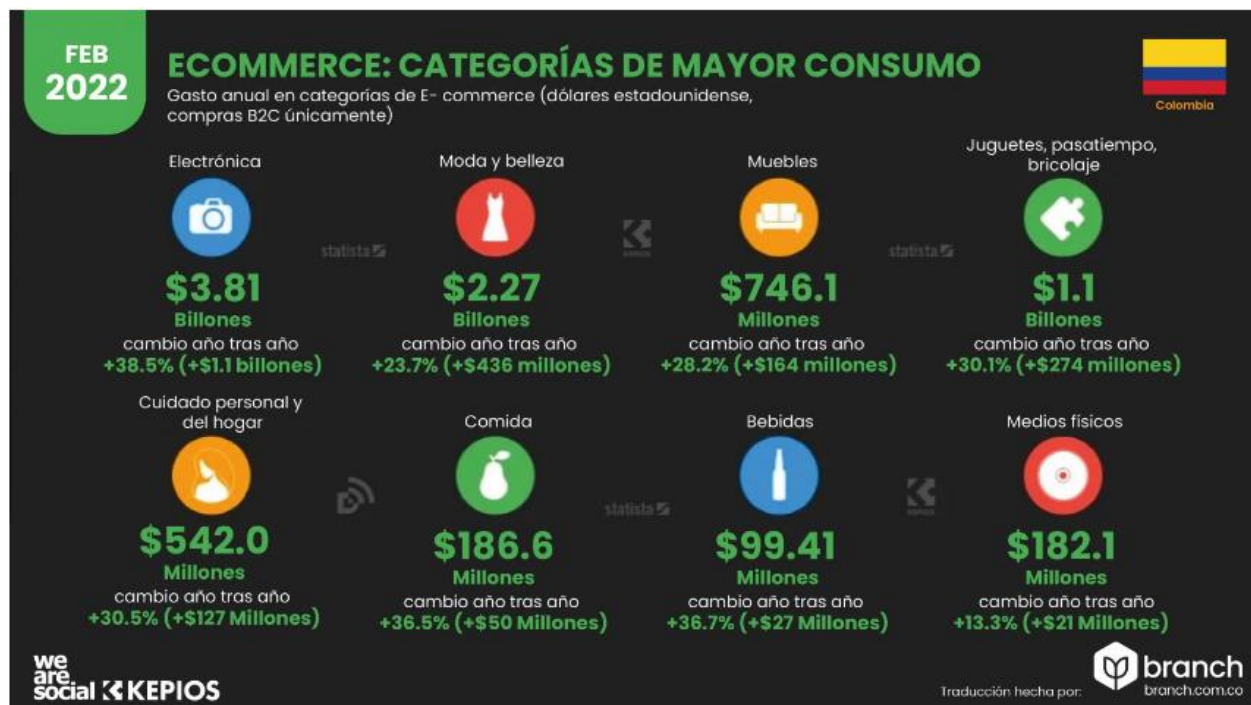
En Colombia; el uso de redes sociales ocupa el 98 % de las actividades realizadas por los usuarios dentro de sus dispositivos inteligentes y está directamente ligada a redes como Facebook, Instagram, Twitter y YouTube. De hecho, las redes sociales en nuestro país están tan activas que, si una persona, marca o empresa realiza una campaña de ADS en Facebook, por ejemplo, "podrá alcanzar a 32 millones de personas en Colombia, de los cuales el 97,8 % acceden a la aplicación (Facebook) mediante dispositivos móviles". Las redes que los colombianos prefieren y que son las más consultadas son: Whatsapp con 94%, Facebook con 91.7% e Instagram 84.4% de los usuarios activos. Un vistazo más amplio se presenta en la siguiente gráfica:

 ALCALDÍA DE SANTIAGO DE CALI GESTIÓN JURÍDICO ADMINISTRATIVA GESTIÓN CONTRACTUAL	SISTEMAS DE GESTIÓN Y CONTROL INTEGRADOS (SISTEDA, SGC y MECI) ANÁLISIS DEL SECTOR	MAJA01.04.01.18.P02.F01	
		VERSIÓN	2
		FECHA DE ENTRADA EN VIGENCIA	26/mar/2020



Al ver el impacto que tienen las redes sociales en el comportamiento de quienes las usan continuamente, encontramos otra rama del mundo digital que es muy amplia y que solo para efectos de este análisis se tocará muy superficialmente; estamos hablando del e-commerce, es decir la actividad de comercio en línea. El comercio en línea viene creciendo a un ritmo impactante, cada día se abren nuevos mercados y se exploran muchos más tratando de satisfacer necesidades puntuales que buscan hacer la vida más fácil y práctica para el consumidor final; este tipo de comercio o economía virtual tiene cifras interesantes, partiendo del hecho que un 89% de la población conectada busca un producto o servicio en línea y que el 86% visita tiendas de descuento en línea se puede argumentar que existe un gran interés en el desarrollo masivo del comercio electrónico, las ventas se pueden traducir en que del total de compradores potenciales y consultantes un 60% compra un producto en línea, de los cuales un 36% compra a través de sus laptops o computadora de escritorio, mientras que un 43% realiza compras a través de su teléfono celular.


 ALCALDÍA DE SANTIAGO DE CALI GESTIÓN JURÍDICO ADMINISTRATIVA GESTIÓN CONTRACTUAL	SISTEMAS DE GESTIÓN Y CONTROL INTEGRADOS (SISTEDA, SGC y MECI) ANÁLISIS DEL SECTOR	MAJA01.04.01.18.P02.F01	
		VERSIÓN	2
		FECHA DE ENTRADA EN VIGENCIA	26/mar/2020



Como resumen a las cifras y valores expuestos, a continuación, se citan los valores relevantes para tener en cuenta y hacerse una idea global del consumo de internet en Colombia:

- La población en Colombia es de 51,39 millones de personas.
- El número de teléfonos conectados (65.35 millones), supera el número total de la población (51,39 millones)
- El 69% de los colombianos (35 millones) tenemos acceso a internet.
- 35 millones de colombianos son usuarios activos en redes sociales.
- 10 horas y 3 minutos es el tiempo promedio de uso diario de Internet y 3 horas y 46 minutos en las redes sociales
- 32 millones de usuarios tiene Facebook en Colombia.
- 12 millones de usuarios tiene Instagram en Colombia
- 2 millones de usuarios tiene Twitter en Colombia.
- Las redes sociales preferidas por los colombianos son: YouTube, Facebook, Whatsapp e Instagram.

Colombia ha mejorado en varios indicadores, superando en algunos el puntaje promedio para el continente. Ha mejorado en acceso a las TIC, uso y en desarrollo de competencias para uso de las tecnologías de la información; la meta es llegar a un nivel de desarrollo digital que se destaque

 ALCALDÍA DE SANTIAGO DE CALI GESTIÓN JURÍDICO ADMINISTRATIVA GESTIÓN CONTRACTUAL	SISTEMAS DE GESTIÓN Y CONTROL INTEGRADOS (SISTEDA, SGC y MECI) ANÁLISIS DEL SECTOR	MAJA01.04.01.18.P02.F01	
		VERSIÓN	2
		FECHA DE ENTRADA EN VIGENCIA	26/mar/2020

entre los primeros lugares de la región, un desarrollo que debe reflejarse macroeconómicamente en el crecimiento del PIB, y en lo cotidiano en una mejor calidad de vida para la población a partir del disfrute de los beneficios y la importancia de las TIC.

Para seguir avanzando en la región, Colombia requiere mejorar en las dimensiones infraestructura, inversión, capital humano y políticas institucionales. Las tecnologías están siendo condicionadas por la evolución y la forma de acceder a los contenidos, servicios y aplicaciones, a medida que se extiende la banda ancha y los usuarios se adaptan, se producen unos cambios en los servicios. A raíz de este fenómeno cambiante a nivel mundial y tratando de superar los limitantes históricos referente a los servicios tecnológicos en cuanto a ancho de banda, confidencialidad de la información, sobrecargas en los sistemas, saturación de servidores entre otras, las empresas y entidades pasaron a utilizar las TIC como un nuevo canal de difusión de los productos y servicios aportando a sus usuarios una ubicuidad de acceso. Aparecieron un segundo grupo de servicios TIC como el comercio electrónico, la banca en línea, el acceso a contenidos informativos y de ocio y el acceso a la administración pública¹⁵.


Marco legal de las TIC en Colombia

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

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

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

¹⁵ Fuente: Autor; Guide to Measuring the Information Society (2011). OECD; Clasificación Central de Productos – CPC Vers. 2 A.C . DANE; CRC (2010). Análisis del sector TIC en Colombia: Evolución y Desafíos; RAÚL KATZ (2015). El ecosistema y la economía digital en América Latina

 ALCALDÍA DE SANTIAGO DE CALI GESTIÓN JURÍDICO ADMINISTRATIVA GESTIÓN CONTRACTUAL	SISTEMAS DE GESTIÓN Y CONTROL INTEGRADOS (SISTEDA, SGC y MECI) ANÁLISIS DEL SECTOR	MAJA01.04.01.18.P02.F01	
		VERSIÓN	2
		FECHA DE ENTRADA EN VIGENCIA	26/mar/2020


promover el desarrollo de la industria de tecnologías de la información y las comunicaciones y contribuir al crecimiento económico, la competitividad, la generación de empleo y las exportaciones.

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

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

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

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

 ALCALDÍA DE SANTIAGO DE CALI GESTIÓN JURÍDICO ADMINISTRATIVA GESTIÓN CONTRACTUAL	SISTEMAS DE GESTIÓN Y CONTROL INTEGRADOS (SISTEDA, SGC y MECI) ANÁLISIS DEL SECTOR	MAJA01.04.01.18.P02.F01	
		VERSIÓN	2
		FECHA DE ENTRADA EN VIGENCIA	26/mar/2020


- [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 1507 de 2012](#) - Por la cual se establece la distribución de competencias entre las entidades del estado en materia de televisión y se dictan otras disposiciones.
- [Ley 1978 de 2019](#) - Por la cual se moderniza el sector de las tecnologías de la información y las comunicaciones (tic), se distribuyen competencias, se crea un regulador único y se dictan otras disposiciones
- [LEY 1955 de 2019](#) - Por el cual se expide el Plan Nacional de Desarrollo 2018-2022 "Pacto por Colombia, Pacto por la Equidad"; Art. 147
- Resoluciones [325](#), [326](#), [327](#), [328](#), [329](#), [330](#), [331](#), [332](#) y [333](#) del 20 de febrero de 2020; Ministerio de Comunicaciones.

Marco legal de las redes sociales:


En el siguiente cuadro encontrará un listado de las diferentes normas que aplican para a las redes sociales en Colombia con una breve descripción de su aplicación para este servicio¹⁶:

Norma	Título Norma	Aplicación en redes sociales
Ley 23 de 1982	Sobre derechos de autor	Para la protección de las obras y sus derechos patrimoniales y morales
Ley 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 del Espectro y se dictan otras disposiciones	Establece: <ul style="list-style-type: none"> • Lineamientos generales para la prestación de los servicios de Radiodifusión Sonora • Obligación de pago de contraprestaciones por concesión y por


¹⁶ Fuente: http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/constitucion_politica_1991.html

 ALCALDÍA DE SANTIAGO DE CALI GESTIÓN JURÍDICO ADMINISTRATIVA GESTIÓN CONTRACTUAL	SISTEMAS DE GESTIÓN Y CONTROL INTEGRADOS (SISTEDA, SGC y MECI) ANÁLISIS DEL SECTOR	MAJA01.04.01.18.P02.F01	
		VERSIÓN	2
		FECHA DE ENTRADA EN VIGENCIA	26/mar/2020

Norma	Título Norma	Aplicación en redes sociales
Ley 23 de 1982	Sobre derechos de autor	Para la protección de las obras y sus derechos patrimoniales y morales
		<p>uso del espectro del Servicio de Radiodifusión Sonora.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Obligación de registro TIC de Radiodifusión Sonora • Funciones del Ministerio TIC (Política, Reglamentación, planes técnicos e inspección vigilancia y control del Servicio de Radiodifusión Sonora). • Funciones de Agencia Nacional del Espectro (Vigilancia y control del Espectro radioeléctrico) • Principios de la radiodifusión Sonora. • Condiciones, clasificación y procedimiento para la prestación del servicio de Radiodifusión Sonora • Obligación de Licencia para transmisión de Programas informativos o periodísticos. • Condiciones para cesión y transferencia de derechos de concesión, arrendamiento de emisoras. • Régimen de infracciones y sanciones.
LEY ESTATUTARIA 1581 DE 2012	Por la cual se dictan disposiciones generales para la protección de datos personales.	Principios para el tratamiento de datos personales <ul style="list-style-type: none"> • Principio de legalidad en materia de Tratamiento de datos • Principio de finalidad • Principio de libertad • Principio de veracidad o calidad • Principio de transparencia • Principio de acceso y circulación restringida • Principio de seguridad • Principio de confidencialidad
LEY 360 DE 1997	Por medio de la cual se modifican algunas normas del título XI del Libro II del Decreto-ley 100 de 1980 (Código Penal), relativo a los	<ul style="list-style-type: none"> • Se adiciona el artículo 417 del Decreto 2700 de 1991 (Código Procedimiento Penal)

 ALCALDÍA DE SANTIAGO DE CALI GESTIÓN JURÍDICO ADMINISTRATIVA GESTIÓN CONTRACTUAL	SISTEMAS DE GESTIÓN Y CONTROL INTEGRADOS (SISTEDA, SGC y MECI) ANÁLISIS DEL SECTOR	MAJA01.04.01.18.P02.F01	
		VERSIÓN	2
		FECHA DE ENTRADA EN VIGENCIA	26/mar/2020

Norma	Título Norma	Aplicación en redes sociales
Ley 23 de 1982	Sobre derechos de autor	Para la protección de las obras y sus derechos patrimoniales y morales
	delitos contra la libertad y pudor sexuales, y se adiciona el artículo 417 del Decreto 2700 de 1991 (Código Procedimiento Penal) 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	<ul style="list-style-type: none"> De los atentados contra la confidencialidad, la integridad y la disponibilidad de los datos y de los sistemas informáticos De los atentados informáticos y otras infracciones
LEY 599 DE 2009	Normatividad sobre delitos relacionados con contenidos de explotación sexual infantil	<ul style="list-style-type: none"> Artículo 218. El que fotografíe, filme, grabe, produzca, divulgue, ofrezca, venda, compre, posea, porte, almacene, trasmita o exhiba, por cualquier medio, para uso personal o intercambio, representaciones reales de actividad sexual que involucre persona menor de 18 años. Igual pena se aplicará a quien alimente con pornografía infantil bases de datos de Internet, con o sin fines de lucro. Artículo 219A. Utilización o facilitación de medios de comunicación para ofrecer actividades sexuales con personas menores de 18 años. El que utilice o facilite el correo tradicional, las redes globales de información, telefonía o cualquier medio de comunicación, para obtener, solicitar, ofrecer o facilitar contacto o actividad con fines sexuales con personas menores de 18 años.
Decreto 4995 de 2009	Por el cual se modifica el Decreto 4350 de 2009	<ul style="list-style-type: none"> Se modificó el artículo 6 del decreto 4350 de 2009 agregando el cobro de


 ALCALDÍA DE SANTIAGO DE CALI GESTIÓN JURÍDICO ADMINISTRATIVA GESTIÓN CONTRACTUAL	SISTEMAS DE GESTIÓN Y CONTROL INTEGRADOS (SISTEDA, SGC y MECI) ANÁLISIS DEL SECTOR	MAJA01.04.01.18.P02.F01	
		VERSIÓN	2
		FECHA DE ENTRADA EN VIGENCIA	26/mar/2020

Norma	Título Norma	Aplicación en redes sociales
Ley 23 de 1982	Sobre derechos de autor	Para la protección de las obras y sus derechos patrimoniales y morales
		contraprestación al momento de la prórroga de la concesión.
Decreto 4948 de 2009	Por el cual se reglamenta la habilitación general para la provisión de redes y servicios de telecomunicaciones y el registro de TIC	<ul style="list-style-type: none"> • Establece que la inscripción en el registro de TIC, por parte de los proveedores de los servicios de radiodifusión sonora, se sujetará a la reglamentación especial establecida para esta clase de servicios. • Dicha reglamentación especial está contenida en la Resolución 415 de 2010 en los artículos 98 a 101. • Según esta reglamentación especial Son aplicables a los proveedores de los servicios de radiodifusión sonora las normas sobre procedimiento, reformas y cancelación del registro a que hace referencia la reglamentación general sobre el registro de proveedores de redes y servicios de telecomunicaciones.

Normatividad Aplicable para Derechos de Autor:



A nivel **Constitucional**; (entre otros) el artículo 61 que acoge a toda

 ALCALDÍA DE SANTIAGO DE CALI GESTIÓN JURÍDICO ADMINISTRATIVA GESTIÓN CONTRACTUAL	SISTEMAS DE GESTIÓN Y CONTROL INTEGRADOS (SISTEDA, SGC y MECI)		MAJA01.04.01.18.P02.F01	
			VERSIÓN	2
	ANALISIS DEL SECTOR		FECHA DE ENTRADA EN VIGENCIA	26/mar/2020

la reglamentación de la Propiedad Intelectual y la Decisión 351 de 1993 de Régimen Común sobre Derechos de Autor y Derechos Conexos.

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

Ley 26 de Diciembre 21 de 1992 sobre el cuál se aprueba el tratado sobre el registro internacional de obras audiovisuales (Ley declarada exequible por la Corte Constitucional¹⁷.

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

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


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

Los Derechos de Autor en las plataformas virtuales¹⁸:

Es muy importante entender el grado de relevancia que el mundo de la informática y las redes

¹⁷ Sentencia C-489 de Octubre de 1993. Magistrado ponente Antonio Barrera Carbonell.

¹⁸ https://www.utadeo.edu.co/files/collections/documents/field_attached_file/moduloi_2.pdf, rescatado el 26 de marzo de 2020.

 ALCALDÍA DE SANTIAGO DE CALI GESTIÓN JURÍDICO ADMINISTRATIVA GESTIÓN CONTRACTUAL	SISTEMAS DE GESTIÓN Y CONTROL INTEGRADOS (SISTEDA, SGC y MECI) ANÁLISIS DEL SECTOR	MAJA01.04.01.18.P02.F01	
		VERSIÓN	2
		FECHA DE ENTRADA EN VIGENCIA	26/mar/2020


virtuales tienen sobre los derechos de Autor, en la medida en la que se ha generado ya una “cultura de la virtualidad” que como lo expresa Piedad Lucía Barreto Granada¹⁹, “*son las nuevas prácticas y los usos generados a partir de la interacción con las TIC*”. El grado de importancia redunda en el hecho de la rapidez con la que la información se difunde a través de las redes públicas y privadas, haciendo con ello, que la gran cantidad de obras que se difunden, sean conocidas por más personas en lapsos de tiempos muy pequeños, prácticamente en tiempo real.

Esa rapidez de la difusión de la información, hace que la normatividad que se aplica para lograr un control de usos indebidos por parte de terceros inescrupulosos, sea muy difícil de manejar y por consiguiente más difícil de castigar, eso sin contar los riesgos al que los autores se exponen a diario, porque lo que se difunde por la red no son objetos, sino los valores perceptuales e información que son más fáciles de apropiar y de aplicar y por consiguiente copiar y enviar como datos digitales.

Pero para que éstos objetos se conviertan en valores perceptuales y por consiguiente se transformen en imágenes digitales bidimensionales, en 3 D o en imágenes para la realidad virtual, se hace necesario generar una serie de procedimientos para que la información pase de analógica a digital y de ésta forma entre a ser parte del mundo de la red; los pasos se concentran en una toma fotográfica digital o escaneo bidimensional o tridimensional digital (a esto se le llama digitalización), ajuste de la extensión del archivo para la grabación, almacenamiento de la información y puesta en el entorno digital.

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

¹⁹ BARRETO GRANADA. Piedad Lucía. Derecho de Autor en Ambientes Virtuales. Universidad Cooperativa de Colombia. 2012.

 ALCALDÍA DE SANTIAGO DE CALI GESTIÓN JURÍDICO ADMINISTRATIVA GESTIÓN CONTRACTUAL	SISTEMAS DE GESTIÓN Y CONTROL INTEGRADOS (SISTEDA, SGC y MECI)		MAJA01.04.01.18.P02.F01	
	ANÁLISIS DEL SECTOR		VERSIÓN	2
			FECHA DE ENTRADA EN VIGENCIA	26/mar/2020



Gráfica 7


Grafica No. 2

Obras en la RED

- **Nombre de Dominio:** Considerado un tipo de marca de los signos distintivos (remitirse a la sección de marcas en “otros signos distintivos”).
- **Páginas WEB:** Obras de alta creatividad, formadas por códigos que en su conjunto logran una composición de diseño, involucrando figuras, colores, imágenes, etc.
- **Software:** Es un tipo de lenguaje, que pertenece a la clasificación de las obras literarias. Decisión 351 de 1993, artículo 4, literal I.
- **Bases de datos de compilación:** Divididas en inclusión de obras, en cuyo caso se considerarían obras derivadas y la de datos que no necesariamente está protegida por los derechos de autor.
- **Imágenes y videos:** Figura trabajada mediante un *“convertidor ADC, que guarda cada lectura de voltaje como un píxel representando zonas, a lo largo de una línea que contiene un número de píxel por pulgada”* y *“Traducción de información mediante procesadores de información digital DSP”*²⁰.
- **Imágenes en la realidad virtual (VR):** No pueden ser trabajados como una película en tercera dimensión (3-D). Esta división trabaja con lenguaje VRML o de modelación de realidad virtual que es *“Un lenguaje de modelación es una descripción matemática de formas geométricas”*¹⁶, éstos no están contemplados como tales en la decisión 351 de 1993 ni en la Ley 23 de 1982, aunque se asimilarían a lo dispuesto en su artículo 2 en el que la protección de los derechos de autor recae en “cualquier otro medio conocido o por conocer”.

Ahora bien, el auge de Internet como plataforma para los negocios y las actividades empresariales convirtió, allá por los años noventa, a los nombres de dominio en los primeros

²⁰ WHITE. Ron. *Cómo funcionan las computadoras*. Prentice Hall. Págs. 119 y 143

 ALCALDÍA DE SANTIAGO DE CALI GESTIÓN JURÍDICO ADMINISTRATIVA GESTIÓN CONTRACTUAL	SISTEMAS DE GESTIÓN Y CONTROL INTEGRADOS (SISTEDA, SGC y MECI) ANÁLISIS DEL SECTOR	MAJA01.04.01.18.P02.F01	
		VERSIÓN	2
		FECHA DE ENTRADA EN VIGENCIA	26/mar/2020

identificadores comerciales de las empresas en la red (Touríño, 2010)²¹. Actualmente las redes sociales también sirven como creadores de identidad de ciertos personajes o empresas famosas en Facebook o Twitter. En el caso de estas plataformas, el nombre de usuario funciona como un “identificador”, por ejemplo; en Twitter cada usuario elige un nombre con el que saltar a la red, que es único y no es susceptible de repetición²². Y ese carácter único de los nombres de usuario en Twitter, o en el caso de Facebook e Instagram las métricas de sus impactos, les da un valor importante para ser conservados por su creador y protegidos legalmente, aunque no bajo las normas de la propiedad industrial (signos distintivos o marcas) si se protege bajo las normas de derecho del consumidor, derecho al buen nombre, derecho a la intimidad, derecho de la competencia y código penal colombiano.

Pese a que los nombres de dominio y nombres en redes sociales constituyen una nueva categoría de trascendencia jurídica en materia distintiva surgida con ocasión del internet, en Colombia aún no se regula esta materia como signos distintivos, la SIC se ha pronunciado a través de conceptos donde “diferenció claramente los nombres de dominio de las marcas. Frente a los primeros afirmó que son simples identificadores (que pueden envolver o no una actividad comercial) entendidos como direcciones de la red global de internet, expresadas simplemente para la facilidad del usuario. En cuanto a la marca, al tenor de lo dispuesto por el artículo 134 de la Decisión 486 de la CAN, afirmó que la misma se constituye como el signo apto para distinguir productos o servicios en el mercado. Así las cosas, determinó que los conceptos envuelven una idea diferente: la marca es el signo apto para la protección de un producto o servicio mientras que el nombre de dominio es un signo identificador de una dirección en la red global de Internet. Por lo anterior, en opinión de esta Superintendencia, los nombres de dominio no constituyen marcas comerciales, aunque el nombre de dominio puede constituir, eventualmente, la manifestación del uso de una marca”²³.

Descripción De La Necesidad


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

En este escenario se ha identificado una necesidad puntual de prestar los servicios de difusión y divulgación a través de plataformas digitales de los medios de comunicación masiva, clasificados como medios alternativos y redes sociales, con el objeto de promover campañas institucionales,

²¹ TOURÍÑO, A. (2010) *Twitter, Paraíso de cibercupas*, disponible en www.marketingpress.es

²² Asunción Hernández Fernández (2013), *Interacción entre el E.Branding y los nombres de dominio: perspectiva conflictual en redes sociales*. Revista de investigación 3ciencias.

²³ Superintendencia de Industria y Comercio (2003), Concepto 03087905 del 17 de diciembre de 2003.

 ALCALDÍA DE SANTIAGO DE CALI GESTIÓN JURÍDICO ADMINISTRATIVA GESTIÓN CONTRACTUAL	SISTEMAS DE GESTIÓN Y CONTROL INTEGRADOS (SISTEDA, SGC y MECI) ANÁLISIS DEL SECTOR	MAJA01.04.01.18.P02.F01	
		VERSIÓN	2
		FECHA DE ENTRADA EN VIGENCIA	26/mar/2020

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 BP-26003011.


Luego de evaluar el mercado la Oficina de Comunicaciones requiere contratar el servicio de difusión y divulgación de mensajes institucionales a través de plataformas digitales, clasificados como influenciadores en redes sociales para la promoción de campañas y gestiones del Distrito de Santiago de Cali que permita llegar a todo el Valle del Cauca.

Al explorar a fondo el mercado de influenciadores, encontramos una ramificación o sub-clases de estos que varían dependiendo del número de seguidores y en algunos casos del tema específico del contenido; es así como emergen términos como micro influenciadores, nano influenciadores, fama influenciadores y macro influenciadores entre otros; si bien los términos nos dan una idea de las actividades y estatus, se puede argumentar que entre mas seguidores y reconocimiento local, nacional y mundial; mayor es la imagen, renombre y costo.

Al pretender dar un mensaje global las opciones más competentes serían los macro influenciadores o los fama influenciadores, puesto que su público es variado y sobrepasa fronteras; cabe precisar que para este ejemplo se deben destinar importantes recursos económicos, sin que estos puedan asegurar un alto grado de efectividad y recordación del mensaje publicado, ya que normalmente este tipo de influenciadores son tendencias o moda que va cambiando muy rápidamente.

Si por el contrario se pretende llegar a un público específico los micro y nano influenciadores son la opción más idónea, ya que su rango de seguidores es menor y tradicionalmente se especializan en temas específicos generando credibilidad y un grado de valor agregado al interactuar con sus seguidores, manteniendo un flujo de información al compartirla prácticamente voz a voz; generando más recordación y aceptación.

Partiendo del entendido que el mundo digital está abierto para toda clase de público y que por su naturaleza globalizada existen factores directos e indirectos que pueden hacer que un mensaje llegue a toda clase de personas que tengan una conexión a internet; La Oficina de Comunicaciones - Secretaría de Gobierno; perfila la contratación del servicio de difusión de mensajes institucionales a través de micro influenciadores o creadores de contenido especializados en plataformas digitales; esto tomando como referencia que en el mercado de influenciadores existen muchas variables que están íntimamente ligadas al precio y la cantidad de personas o seguidores que ven este tipo de contenido; es decir a mayor número de seguidores mayor es el costo por anuncio.

 ALCALDÍA DE SANTIAGO DE CALI GESTIÓN JURÍDICO ADMINISTRATIVA GESTIÓN CONTRACTUAL	SISTEMAS DE GESTIÓN Y CONTROL INTEGRADOS (SISTEDA, SGC y MECI) ANÁLISIS DEL SECTOR	MAJA01.04.01.18.P02.F01	
		VERSIÓN	2
		FECHA DE ENTRADA EN VIGENCIA	26/mar/2020


ESTUDIO DE LA DEMANDA

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

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

Procesos de Contratación del Municipio de Santiago de Cali²⁴


²⁴ Fuente: Secop

 ALCALDÍA DE SANTIAGO DE CALI GESTIÓN JURÍDICO ADMINISTRATIVA GESTIÓN CONTRACTUAL	SISTEMAS DE GESTIÓN Y CONTROL INTEGRADOS (SISTEDA, SGC y MECI)		MAJA01.04.01.18.P02.F01	
	ANALISIS DEL SECTOR		VERSIÓN	2
			FECHA DE ENTRADA EN VIGENCIA	26/mar/2020

Número de proceso	Entidad	Objeto contractual	Valor	Modalidad de selección	Proveedor	Plazo del contrato
4161.0.26.1.191.2014	VALLE DEL CAUCA - ALCALDÍA MUNICIPIO DE CALI	Prestación de servicios como apoyo en la divulgación por medio de redes sociales y medios online de las estrategias de comunicación en la Secretaría de Gobierno, Convivencia y seguridad, en desarrollo del proyecto denominado: "Fortalecimiento del sistema de información del Observatorio Social en el Municipio de Santiago de Cali", según Ficha EBI No 080-42721	\$ 8,760,000	Contratación Directa (Ley 1150 de 2007)	Juan Camilo Pachon Petev	6 Meses
4112.060.32.1.377-2020	MUNICIPIO DE SANTIAGO DE CALI - SECRETARIA DE GOBIERNO	PRESTAR SERVICIOS DE DIFUSIÓN Y DIVULGACIÓN EMPLEANDO PLATAFORMAS DE MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACIÓN EN LA CLASIFICACIÓN DE MEDIOS ALTERNATIVOS Y REDES SOCIALES, PARA LA PROMOCIÓN DE CAMPAÑAS Y GESTIONES DE LA ALCALDÍA DE SANTIAGO DE CALI ORIENTADAS POR LA OFICINA DE COMUNICACIONES. EL PROPÓSITO SERÁ FORTALECER LA IMAGEN INSTITUCIONAL DE LA ENTIDAD Y LA ENTREGA DE INFORMACIÓN OPORTUNA A LA COMUNIDAD EN GENERAL.	\$ 7.999.758	Contratación Directa (Ley 1150 de 2007)	SERGUS PRODUCCIONES S.A.S.	35Días
4112.060.32.1.383-2020	MUNICIPIO DE SANTIAGO DE CALI - SECRETARIA DE GOBIERNO	PRESTAR SERVICIOS DE DIFUSIÓN Y DIVULGACIÓN EMPLEANDO PLATAFORMAS DE MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACIÓN EN LA CLASIFICACIÓN DE MEDIOS ALTERNATIVOS Y REDES SOCIALES, PARA LA PROMOCIÓN DE CAMPAÑAS Y GESTIONES DE LA ALCALDÍA DE SANTIAGO DE CALI ORIENTADAS POR LA OFICINA DE COMUNICACIONES. EL PROPÓSITO SERÁ FORTALECER LA IMAGEN INSTITUCIONAL DE LA ENTIDAD Y LA ENTREGA DE INFORMACIÓN OPORTUNA A LA COMUNIDAD EN GENERAL.	\$ 6.000.000	Contratación Directa (Ley 1150 de 2007)	LUIS EDUARDO RENGIFO ROMERO	35Días
4112.060.32.1.363	MUNICIPIO DE SANTIAGO DE CALI - SECRETARIA DE GOBIERNO	PRESTAR SERVICIOS DE DIFUSIÓN Y DIVULGACIÓN EMPLEANDO PLATAFORMAS DE MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACIÓN EN LA CLASIFICACIÓN DE MEDIOS ALTERNATIVOS Y REDES SOCIALES, PARA LA PROMOCIÓN DE CAMPAÑAS Y GESTIONES DE LA ALCALDÍA DE SANTIAGO DE CALI ORIENTADAS POR LA OFICINA DE COMUNICACIONES. EL PROPÓSITO SERÁ FORTALECER LA IMAGEN INSTITUCIONAL DE LA ENTIDAD Y LA ENTREGA DE INFORMACIÓN OPORTUNA A LA COMUNIDAD EN GENERAL.	\$ 7.992.000	Contratación Directa (Ley 1150 de 2007)	JAIR ABONIA CAMACHO	40Días

Al revisar la información del cuadro anterior; podemos evidenciar que la modalidad de contratación para la difusión y divulgación a través de plataformas digitales; está lineada por la contratación directa bajo la subcausal del proveedor único; ahora bien, al analizar cuales son las posibles causas de este tipo de contratación debemos apoyarnos en los objetos de los contratos enunciados, donde se especifica el propósito del servicio a contratar y su alcance; es decir se el mecanismo por el cual se quiere dar a conocer el mensaje institucional, su impacto y alcance que está íntimamente ligado a la estrategia administrativa que se quiere comunicar.

Otro aspecto relevante es el hecho que los espacios ya sean periodísticos, de entretenimiento o informativos entre otros que conforman el espacio digital no cuentan con un estándar global; cada medio tiene diversidad de programas que cuyo objeto es fidelizar su público impactando diferentes audiencias; hecho que permite identificar los picos de audiencias y la diferenciación de espacios, que se traduce en apertura de espacios propicios para emitir un mensaje puntual en un horario específico para un público explícito.


 ALCALDÍA DE SANTIAGO DE CALI GESTIÓN JURÍDICO ADMINISTRATIVA GESTIÓN CONTRACTUAL	SISTEMAS DE GESTIÓN Y CONTROL INTEGRADOS (SISTEDA, SGC y MECI) ANÁLISIS DEL SECTOR	MAJA01.04.01.18.P02.F01	
		VERSIÓN	2
		FECHA DE ENTRADA EN VIGENCIA	26/mar/2020

Procesos de Contratación de otras Entidades Estatales²⁵

Número de proceso	Entidad	Objeto contractual	Valor	Modalidad de selección	Proveedor	Plazo del contrato
FACTURA HFFFJZ64M2	SANTANDER - CAMARA DE COMERCIO DE BUCARAMANGA	Publicidad de las diferentes campañas de la CCB en la pagina de facebbok.	\$ 2,142,000	Régimen Especial	FACEBOOK IRELAND LIMITED	1 Mes
CPS-04-2021	BOLIVAR - CÁMARA DE COMERCIO DE MAGANGUÉ	PRESTACION DE SERVICIOS DE PUBLICIDD INSTITUCIONAL EN MEDIOS VIRTUALES A TRAVES DE AB TELEVISION MAGANGUE PARA LA CAMARA DE COMERCIO DE MAGANGUE	\$ 1,863,000	Régimen Especial	CAMARA DE COMERCIO DE MAGANGUE	181 Días
13 de 2020	ANTIOQUIA - CONCEJO MUNICIPIO DE EL BAGRE	APOYO A LA GESTIÓN EN LA PRODUCCIÓN DE MATERIAL INFORMATIVO PARA LA DIFUSIÓN EN REDES SOCIALES Y CANAL LOCAL DEL CASCO URBANO, DE REPORTES AUDIOVISUALES EDITADOS DE 8 DE LAS SESIONES DEL CONCEJO MUNICIPAL DE EL BAGRE REALIZADAS EN EL PASADO MES DE AGOSTO DE 2020, Y LA DIFUSIÓN POR CANAL DE TV EN EL CORREGIMIENTO DE PUERTO CLAVER DEL MISMO NÚMERO DE SESIONES DE MANERA COMPLETA CON PREVIO PROCESO DE OPTIMIZADO- REALIZACIÓN Y CONDUCCIÓN DE 8 PROGRAMAS RADIALES INFORMATIVOS DEL CONCEJO Y LA DIFUSIÓN DE 4 NOTAS PROMEDIO EN PORTAL DIGITAL REGIONAL DE NOTICIAS	\$ 5,700,000	Contratación Directa (Ley 1150 de 2007)	ISRAEL ALFONSO RIVERA AVILA	8 Días
CPS-060-2020	ANTIOQUIA - ALCALDÍA MUNICIPIO DE ANGOSTURA	PRESTACIÓN DE SERVICIOS PARA EL APOYO EN LA REALIZACIÓN DE LAS FUNCIONES DE COMUNICACIÓN Y PERIODISMO EN LA ELABORACIÓN DE TEXTOS Y PIEZAS PUBLICITARIAS PARA RADIO, PUBLICACIONES EN REDES SOCIALES Y PÁGINA WEB COMO APOYO A LAS TIC'S	\$ 7,500,000	Contratación Directa (Ley 1150 de 2007)	PEDRO JAVIER MUÑOZ MUÑOZ	3 Meses
4143.076.26.027-2020	VALLE DEL CAUCA - INSTITUCIÓN EDUCATIVA LA BUITRERA - CALI	Prestar servicio publicación y actualización de redes sociales, capacitación y prácticas en edición de videos a los estudiantes de la Institución Educativa La Buitrera.	\$ 2,810,789	Régimen Especial	SERGUS PRODUCCIONES SAS	3 Meses
917.104.2.378.2019	VALLE DEL CAUCA - METROCALI	CONTRATAR LA PRESTACION DE SERVICIO DE PUBLICACION DE PAUTAS OPERATIVA Y EJECUCIÓN PUBLICITARIA, PROMOCIONAL E INFORMATIVA DE LA CAMPAÑA " LO BUENO ES MIO" EN MEDIOS DIGITALES, REDES SOCIALES Y MEDIOS IMPRESOS, CON EL FIN DE COMUNICAR A LA POBLACIÓN LOS GENERADOS POR EL SITM MIO A LA CIUDAD DE SANTIAGO DE CALI, TENDIENTE A LA GENRACION DE SENTIDO DE PERTENEZIA Y CONFIANZA EN EL SISTEMA.	\$ 158,999,999	Contratación Directa (Ley 1150 de 2007)	EL PAIS S.A	250 Días
No. 050 DE 2019	VALLE DEL CAUCA - IMPRENTA DEPARTAMENTAL DEL VALLE	CONTRATAR LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS PARA REALIZAR EJECUCIÓN DE TÁCTICA DIGITAL MEDIANTE DIFUSIÓN EN REDES SOCIALES Y OTROS MEDIOS DE COMUNICACIÓN DIGITALES, CON EL FIN DE CUMPLIR CON LAS FUNCIONES Y OBLIGACIONES CONTRACTUALES ADQUIRIDAS POR PARTE DE LA IMPRENTA DEPARTAMENTAL SOLUCIONES INTEGRALES Y DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIONES - IMPRETI' S E.I.C.E	\$ 296,390,256	Régimen Especial	MARKETING Y GESTIÓN ADMINISTRATIVA MGA OUTSOURCING S.A.S.	252 Días

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

²⁵ Fuente: Secop

 ALCALDÍA DE SANTIAGO DE CALI GESTIÓN JURÍDICO ADMINISTRATIVA GESTIÓN CONTRACTUAL	SISTEMAS DE GESTIÓN Y CONTROL INTEGRADOS (SISTEDA, SGC y MECI) ANÁLISIS DEL SECTOR	MAJA01.04.01.18.P02.F01	
		VERSIÓN	2
		FECHA DE ENTRADA EN VIGENCIA	26/mar/2020

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

ESTUDIO DE LA OFERTA


Las redes sociales son estructuras formadas en Internet por personas u organizaciones que se conectan a partir de intereses o valores comunes. A través de ellas, se crean relaciones entre individuos o empresas de forma rápida, sin jerarquía o límites físicos; Otro concepto que nace de estas “nuevas tendencias” es el de Social Media; Muchas personas creen que las redes sociales y social media son lo mismo, pero no es cierto. Social media es el uso de tecnologías para hacer interactivo el diálogo entre personas, mientras que red social es una estructura social formada por personas que comparten intereses similares, social media, es un término amplio, que abarca diferentes medios, como videos, blogs y las ya mencionadas redes sociales; inmerso en este concepto están los lugares en los que se puede transmitir información a otras personas, hecho que ayudan a las personas a unirse a través de la tecnología mientras las redes sociales mejoran esa conexión.

De acuerdo con la investigación Situación digital, Internet y redes sociales Colombia 2020 hay 34 millones de usuarios activos en redes sociales dentro del país, y de estos, 31 millones son usuarios vía dispositivo móvil. Estos 34 millones corresponden al 68% de la población del país. Otro dato importante traído por esta investigación es el tiempo en promedio diario que pasan los colombianos en redes sociales. Según el estudio, es de 3h 31min, con una edad mayoritaria de 25 a 34 años; las principales redes sociales usadas por los colombianos son Facebook, Instagram, LinkedIn, twitter, whatsAap, Youtube, Snapchat y Pinterest.

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

Dentro de este mundo digital la terminología también ha cambiado y ha hecho que los nuevos mercados se vuelquen a estar actualizados e innovar para no perder el ritmo creciente y constante

26 Situación digital, Internet y redes sociales Colombia 2020 – <https://yiminshum.com/>

 <p>ALCALDÍA DE SANTIAGO DE CALI GESTIÓN JURÍDICO ADMINISTRATIVA GESTIÓN CONTRACTUAL</p>	<p>SISTEMAS DE GESTIÓN Y CONTROL INTEGRADOS (SISTEDA, SGC y MECI)</p> <p>ANALISIS DEL SECTOR</p>	MAJA01.04.01.18.P02.F01	
		VERSIÓN	2
		FECHA DE ENTRADA EN VIGENCIA	26/mar/2020

que tiene la tecnología digital; el termino Influencer o creadores de contenido ha venido creciendo a tal punto que se ha reclasificado, las marcas se han dado cuenta que existen diferentes clases de creadores de contenido y por ende un público objetivo que vive y respira del mensaje que estas personas generan; como consecuencia, el marketing de influencers es una estrategia que tiene vigencia en el plan de cualquier organización.

Actualmente, ha aparecido un nuevo concepto relacionado con este tema que está teniendo mucha relevancia para las empresas, pues segmenta o clasifica a los creadores de contenido.

Megainfluencers: Son celebridades con más de 1 Millón de seguidores y una amplia exposición pública en distintos medios, países e idiomas, precisamente por eso tienen tal cantidad de seguidores, por ser celebridades. Al ser famosos tendrán el nivel de influencia que sus seguidores quieran otorgarles, pero es un hecho de que no influyen en todos por igual, pues sus seguidores provienen de distintos estratos de la sociedad.


Fama-influencers: Personas que cuentan entre 500K y 1 Millón de seguidores que, por lo general, ya tenían exposición y cierta visibilidad en otros medios en los que han tenido difusión y por eso ya eran algo famosos o conocidos antes de entrar a Instagram (artistas, periodistas, políticos, entre otros); con lo que esta red es sólo una extensión de sus respectivas cuotas de fama, serán influencers en la misma medida en la que aporten valor a sus seguidores.

Influencers: Son personas a las que le siguen entre 100K y 500K internautas; se caracterizan por ser personas que supieron aprovechar la ola del algoritmo abierto en Instagram (hasta 2016) y consiguieron posicionarse como especialistas en algo muy concreto. Este grupo lo conforman en su mayoría personas que se ganan la vida como bloggers, vloggers y especialistas en: nutrición, fitness, moda, fashion y similares.

Micro-influencers: Cuentan entre 5K y 100K seguidores; no son celebridades, pero tienen más autoridad que los influencers más famosos a la hora de dar consejos profesionales en sus áreas. Sus opiniones son muy valoradas. Son los usuarios que han conseguido y consolidado la profesionalización del sector y están convirtiendo el hecho de ser "influencer" en una profesión. Igualmente se han convertido en los favoritos de las marcas por su naturalidad y autoridad de cara a sus seguidores, quienes confían en sus recomendaciones.

Nano-influencers: Con un número de seguidores por encima de la media entre 2K y 5K, son quienes mueven las opiniones de la red y son muchos; les gusta difundir aspirando a ser más influyentes, por eso son humildes y colaboradores. Aceptarán acuerdos win-win.

Una de las formas que idóneas para la selección de un influencer se basa en la estrategia general planteada, verificando los atributos y el público objetivo, delimitando los rangos de edades y el enfoque socioeconómico a impactar entre otros. Para el caso específico de la Alcaldía de

 ALCALDÍA DE SANTIAGO DE CALI GESTIÓN JURÍDICO ADMINISTRATIVA GESTIÓN CONTRACTUAL	SISTEMAS DE GESTIÓN Y CONTROL INTEGRADOS (SISTEDA, SGC y MECI) ANÁLISIS DEL SECTOR	MAJA01.04.01.18.P02.F01	
		VERSIÓN	2
		FECHA DE ENTRADA EN VIGENCIA	26/mar/2020

Santiago de Cali, partiendo de las diferentes actividades definidas se especifican las siguientes variables:


- Gestión (Informar a la comunidad la gestión de la administración actual)
- Información de interés (Puntos de vacunación, actividades deportivas, actividades para la familia, eventos culturales especiales, micro o macro campañas informativas, entretenimiento con enfoque en los valores, respeto a la autoridad y a los espacios de la ciudad)
- Campañas de interés social (Cuidado del ecosistema, movilidad, deporte y salud para la sociedad, sana alimentación, seguridad, entre otros.)
- Proyectos Movilizadores y Programas.

Después de priorizar la estrategia e identificar sus variables se puede determinar el tipo de influenciador que por su contenido se adapte o este ligado al mensaje institucional que se pretende transmitir; para esto se inicia la búsqueda de los perfiles en las principales redes sociales donde converge la sociedad caleña; Facebook, Instagram, Tik Tok, YouTube, Twitter y Spotify; una vez identificados, se analizan sus redes, el tipo de público que más dialoga en ellas, la calidad de sus productos y el campo de acción.

La búsqueda debe ir más allá de un simple muestreo, se debe analizar el impacto del mensaje que estos dan a sus seguidores y cuál es el grado de aceptación del mismo; así como su interacción con su público; es decir los contenidos de sus redes sociales deben estar íntimamente ligados al mensaje institucional que se pretende transmitir, es decir debe existir una coherencia entre el tipo de mensaje a transmitir y el trasmisor o medio por el cual se va a dar a conocer; los micro influenciadores manejan temas específicos, lo que permite asociar el mensaje de ciudad con algunos de ellos.

Cabe aclarar que un factor relevante para la escogencia depende directamente de la capacidad que tenga el influenciador para realizar los videos, la producción y todas las actividades propias para tener un buen video de calidad. Adicional a esto se entiende que como en todo mercado existen preferencias por parte de los proveedores de trabajar con los diferentes sectores y subsectores de la economía nacional; en ese contexto existen al revisar el muestreo de posibles proveedores se pudo analizar que no todos están dispuestos a interactuar con el sector público, segmentando aún más la muestra y dejando al factor económico como actor secundario para la escogencia.

Partiendo del principio que las entidades ya sean públicas o privadas están experimentando ese cambio generacional que permite capturar mucha más información y permite identificar nuevos gustos dentro de un mercado ya globalizado y sistematizado; la Oficina de Comunicaciones de la alcaldía de Santiago de Cali cree que es necesario incluir dentro de su plan de medios una parte de su programación de mensajes a través de medios digitales tales como las redes sociales y los generadores de contenido que permitan acceder al mercado objetivo; hombres y mujeres de 16 a 45 años de edad que quieren estar informados sin que tengan que cambiar su esquema

 ALCALDÍA DE SANTIAGO DE CALI GESTIÓN JURÍDICO ADMINISTRATIVA GESTIÓN CONTRACTUAL	SISTEMAS DE GESTIÓN Y CONTROL INTEGRADOS (SISTEDA, SGC y MECI) ANÁLISIS DEL SECTOR	MAJA01.04.01.18.P02.F01	
		VERSIÓN	2
		FECHA DE ENTRADA EN VIGENCIA	26/mar/2020

informático; es decir que tengan que entrar y salir de aplicaciones o páginas que no son acordes a las necesidades que ellos tienen.

La Oficina de Comunicaciones enmarcada en el plan de medios, opta por hacer la difusión a través de contenidos digitales que se masifiquen a través de las redes sociales y creadores de contenido; pretendiendo llegar principalmente a los jóvenes que son el futuro y motor generacional para Santiago de Cali.

Para este caso en especial, el criterio de selección se fundamenta los medios digitales, generadores de contenido y redes sociales que concentra la audiencia también llamado seguidores, proporcionando un mensaje mucho más directo y sin intermediarios para la población que se ha segmentado por su estrato socioeconómico y cultural entre otros.


En ese sentido, teniendo en cuenta los literales g y h del numeral 4 del Artículo 2º de la Ley 1150 de 2007 los cuales establecen “*la modalidad de selección de contratación directa, solamente procederá en los siguientes casos... g) cuando no exista pluralidad de oferentes en el mercado; h) Para la prestación de servicios profesionales y de apoyo a la gestión, o para la ejecución de trabajos artísticos que sólo puedan encomendarse a determinadas personas naturales;*”.

Que el Artículo 2.2.1.2.1.4.8 del Decreto 1082 de mayo 26 de 2015, indica que: “*se considera que no existe pluralidad de oferentes cuando exista solamente una persona que pueda proveer el bien o el servicio por ser titular de los derechos de propiedad industrial o de los derechos de autor, o por ser proveedor exclusivo en el territorio nacional*”. Estas circunstancias deben constar en el estudio previo que soporta la contratación.

Por su parte, el Artículo 2.2.1.2.1.4.9 del citado decreto establece: “*Contratos de prestación de servicios profesionales y de apoyo a la gestión, o para la ejecución de trabajos artísticos que solo pueden encomendarse a determinadas personas naturales. Las Entidades Estatales pueden contratar bajo la modalidad de contratación directa la prestación de servicios profesionales y de apoyo a la gestión con la persona natural o jurídica que esté en capacidad de ejecutar el objeto del contrato, siempre y cuando la Entidad Estatal verifique la idoneidad o experiencia requerida y relacionada con el área de que se trate. En este caso, no es necesario que la Entidad Estatal haya obtenido previamente varias ofertas, de lo cual el ordenador del gasto debe 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 la Entidad Estatal, así como los relacionados con actividades operativas, logísticas, o asistenciales”.

Dada la concurrencia de dos causales de contratación directa en el presente proceso, en estos casos es necesario acudir a los principios generales establecidos en la Ley 80 de 1993 para decidir cuál literal utilizar puesto que el artículo 23 de la Ley 80 de 1993 establece que las actuaciones en el Proceso de Contratación deben desarrollarse con arreglo a los principios de

 ALCALDÍA DE SANTIAGO DE CALI GESTIÓN JURÍDICO ADMINISTRATIVA GESTIÓN CONTRACTUAL	SISTEMAS DE GESTIÓN Y CONTROL INTEGRADOS (SISTEDA, SGC y MECI) ANÁLISIS DEL SECTOR	MAJA01.04.01.18.P02.F01	
		VERSIÓN	2
		FECHA DE ENTRADA EN VIGENCIA	26/mar/2020

transparencia, economía y responsabilidad, y la ley y la jurisprudencia constitucional frente al conflicto en la aplicación de normas de la misma jerarquía establece que prevalece la disposición de carácter especial sobre la de carácter general²⁷.

El principio de economía contenido en la Ley 80 de 1993 busca que, en la selección del contratista, la Entidad Estatal cumpla y establezca los procedimientos y etapas estrictamente necesarios para asegurar la selección objetiva de la propuesta más favorable²⁸, con austeridad de tiempo, medios y gastos²⁹. 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 las mismas dentro de la modalidad de selección directa debe acudir a la que haga más expedito el proceso, se deberá tener en cuenta la causal que más se ajuste al proceso.

Considerando las opciones de contratación y partiendo de la pluralidad de oferentes que permite ampliar el abanico de posibles proveedores que puedan cumplir a cabalidad con el requerimiento puntual establecido en este análisis, es necesario incluir a las personas naturales como parte fundamental al proceso dando alcance a la circular del El Comité de Contratación, como máxima instancia en materia de contratación (De acuerdo al Decreto 4112.00.20.0586 del 01 de octubre de 20t9, por el cual se adopta el Manual de Contratación y se dictan otras), dando cumplimiento a los principios de planeación y coordinación, con el fin de dar alcance a los lineamientos establecidos para la definición de los honorarios de los contratos de prestación de servicios profesionales y de apoyo a la gestión con personas naturales durante la vigencia 2022, socializados mediante Circular No 4135.020.22.2.1020.001799; donde se define la excepción de la aplicación de la tabla de honorarios establecida en la Circular No 4135.020.22.2.1020.001799 aquellos contratos de prestación de servicios profesionales y/o de apoyo a la gestión con persona natural, que requiera celebrar dicho organismo en el marco de su propósito y funciones asignadas en el Decreto Extraordinario No.4112.010.20.0516 de 2016, cuyo objeto esté relacionado con la ejecución de actividades periodísticas, comercialización de pautas en medios de comunicación, y otras profesiones u oficios relacionados al área de las comunicaciones.

²⁷ Ley 57 de 1887; Sentencia C-005-96 de la Corte Constitucional de enero 18 de 1996, M.P. José Gregorio Hernández Galindo, Sentencia C-576-04 de junio 8 de 2004, M.P. Jaime Araujo Rentería, entre otros fallos.

²⁸ Numeral 1 del artículo 25 de la Ley 80 de 1993 y artículo 5 de la Ley 1150 de 2007

²⁹ Parágrafo 5 del artículo 2 de la Ley 1150 de 2007 y artículo 2.2.1.2.1.2.7 del Decreto 1082 de 2015



ALCALDÍA DE
SANTIAGO DE CALI
GESTIÓN JURÍDICO ADMINISTRATIVA
GESTIÓN CONTRACTUAL

SISTEMAS DE GESTIÓN Y CONTROL
INTEGRADOS
(SISTEDA, SGC y MECI)

ANÁLISIS DEL SECTOR

MAJA01.04.01.18.P02.F01

VERSIÓN


2

FECHA DE
ENTRADA EN
VIGENCIA

26/mar/2020

Matriz de riesgo

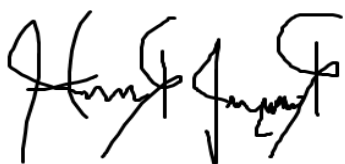
Clase	Fuente	Etapas	Tipo	Descripción (Qué puede pasar y cómo puede ocurrir)	Consecuencia de la ocurrencia del evento	Probabilidad	Impacto	Calificación Total	Prioridad	¿A quién se le asigna?	Tratamiento/controles a ser implementados	Impacto después del tratamiento			¿Afecta el equilibrio económico del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

 ALCALDÍA DE SANTIAGO DE CALI GESTIÓN JURÍDICO ADMINISTRATIVA GESTIÓN CONTRACTUAL	SISTEMAS DE GESTIÓN Y CONTROL INTEGRADOS (SISTEDA, SGC y MECI) ANÁLISIS DEL SECTOR	MAJA01.04.01.18.P02.F01	
		VERSIÓN	2
		FECHA DE ENTRADA EN VIGENCIA	26/mar/2020

Conclusiones

Del análisis del sector se infieren las siguientes conclusiones:

- ✓ Con base en el análisis realizado, se puede concluir que es conveniente realizar la contratación del servicio que supla la necesidad expuesta en este documento bajo la modalidad de contratación directa; debido a que el mercado actual existe una relativa homogeneidad en las ofertas y sus alcances, pero estas no atacan los nichos de mercado y población objetivo que pretende el mensaje impartir para generar la aceptación y recordación deseada.
- ✓ De acuerdo con el requerimiento puntual que se expresa en este documento, se requiere contratar una entidad idónea y con amplia experiencia y trayectoria en el mercado, que tenga disponibilidad dentro de su parrilla de programación espacios que generen valor en horas donde la audiencia a la que se quiere llegar esté conectada; que permita tener una flexibilidad en cuanto a tiempos y espacios.
- ✓ Para efectos de contratación y adjudicación el oferente debe estar ceñido al proceso de contratación vigente, debe tener al día la totalidad de documentación solicitada.
- ✓ Para el desarrollo de este proceso se recomienda tener en cuenta tanto los requerimientos jurídicos como los relacionados a la experiencia y la acreditación de la calidad de proveedor único.
- ✓ Se sugiere el acompañamiento permanente de un supervisor quien deberá estar atento a las emisiones y al cumplimiento del valor que el oferente otorgue u ofrezca.



RAFAEL HUMBERTO ROMERO DÍAZ
 Contratista

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