ESTUDIO DEL SECTOR

El estudio del sector para la presente contratación se realiza teniendo en cuenta lo contemplado en la "Guía para la elaboración de estudios del sector" establecido por Colombia Compra Eficiente, el cual establece:

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 del Decreto 1082 de 2015 ¨ *Artículo 2.2.1.1.1.6.1. 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 y/o el mercado relativo al objeto del Proceso de Contratación

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

Introducción

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

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

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

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

Economía Nacional

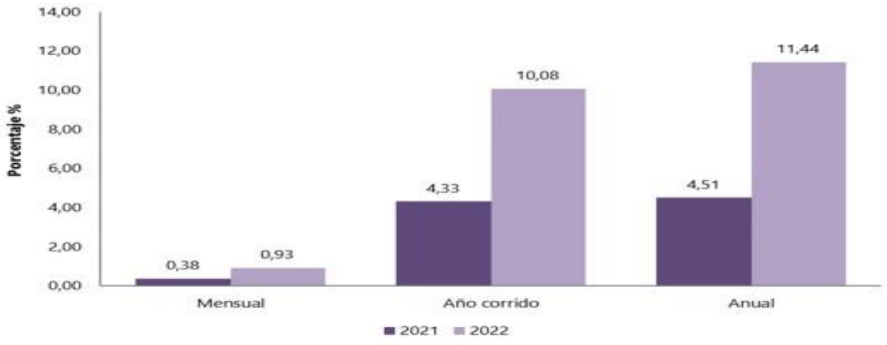
IPC

En el mes de septiembre de 2022, el IPC registró una variación de 0,93% en comparación con agosto de 2022, cinco divisiones se ubicaron por encima del promedio nacional (0,93%): Muebles, artículos para el hogar y para la conservación ordinaria del hogar (1,65%), Alimentos y bebidas no alcohólicas (1,61%), Prendas de vestir y calzado (1,33%), bienes y servicios diversos (1,21%) y, por último, Restaurantes y hoteles (1,03%). Por debajo se ubicaron: Educación (0,80%), Recreación y cultura (0,69%), Transporte (0,69%), Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles (0,57%), Salud (0,51%), Bebidas alcohólicas y tabaco (0,46%) y, por último, Información y comunicación (0,09%).

Índice de Precios al Consumidor (IPC)

Septiembre 2022

Gráfico 1. IPC Variaciones
Total Nacional
Septiembre 2021 - 2022



Fuente: DANE, IPC.

[1]

En septiembre de 2022 en comparación con agosto de 2022, la variación de las subclases que más aportaron al índice total fueron: electricidad (2,09%), frutas frescas (6,08%), comidas en

[1] Fuente: DANE - IPC

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

establecimientos de servicio a la mesa y autoservicio (0,94%), vehículo particular nuevo o usado (1,82%), productos de limpieza y mantenimiento (3,03%), gas (3,36%), arriendo imputado (0,25%), comidas preparadas fuera del hogar para consumo inmediato (1,25%), arroz (2,19%) y arriendo efectivo (0,24%). Las subclases con aportes negativos a la variación fueron: tomate (-5,11%), papas (-1,79%), naranjas (-3,56%), combustibles para vehículos (-0,10%) y zanahoria (-3,38%).

Cuadro 1. IPC Variación y contribución mensual
Según divisiones de gasto
Septiembre 2021 - 2022

		2021		2022	
Divisiones de Gasto	Peso (%)	Variación (%)	Contribución Puntos Porcentuales	Variación (%)	Contribución Puntos Porcentuales
Muebles, artículos para el hogar y para la conservación ordinaria del hogar	4.19	0.38	0.02	1.65	0.07
Alimentos y bebidas no alcohólicas	15.05	0.76	0.13	1.61	0.31
Prendas de vestir y calzado	3.98	0.08	0.00	1.33	0.04
Bienes y servicios diversos	5.36	0.48	0.03	1.21	0.06
Restaurantes y hoteles	9.43	0.55	0.05	1.03	0.10
TOTAL	100.00	0.38	0.38	0.93	0.93
Educación	4.41	-2.30	-0.10	0.80	0.03
Recreación y cultura	3.79	0.77	0.03	0.69	0.02
Transporte	12.93	0.59	0.08	0.69	0.09
Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles	33.12	0.40	0.13	0.57	0.18
Salud	1.71	0.48	0.01	0.51	0.01
Bebidas alcohólicas y tabaco	1.70	0.41	0.01	0.46	0.01
Información y comunicación	4.33	0.08	0.00	0.09	0.00

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

Los mayores aportes a la variación mensual del IPC (0,93%), 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 aportaron 0,75 puntos porcentuales a la variación total.

Variación año corrido 2022

En lo corrido del año, (enero - septiembre), tres divisiones de bienes y servicios se ubicaron por encima del promedio nacional (10,08%): Alimentos y bebidas no alcohólicas (21,19%), Muebles, artículos para el hogar y para la conservación ordinaria del hogar (15,28%) y, por último, Restaurantes y hoteles (13,41%). El resto de las divisiones se ubicaron por debajo del promedio: Prendas de vestir y calzado (9,95%), Bienes y servicios diversos (9,67%), Transporte (7,61%), Salud (7,35%), Educación (6,01%), Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles (5,98%), Recreación y cultura (5,31%), Bebidas alcohólicas y tabaco (5,14%) y, por último, Información y comunicación (0,08%).

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

Cuadro 3. IPC Variación y contribución año corrido
Según divisiones de gasto
Septiembre 2021 - 2022

		2021		2022	
Divisiones de Gasto	Peso (%)	Variación (%)	Contribución Puntos Porcentuales	Variación (%)	Contribución Puntos Porcentuales
Alimentos y bebidas no alcohólicas	15,05	12,21	1,93	21,19	3,72
Muebles, artículos para el hogar y para la conservación ordinaria del hogar	4,19	3,51	0,14	15,28	0,61
Restaurantes y hoteles	9,43	6,15	0,59	13,41	1,33
TOTAL	100,00	4,33	4,33	10,08	10,08
Prendas de vestir y calzado	3,98	1,94	0,07	9,95	0,33
Bienes y servicios diversos	5,36	3,11	0,17	9,67	0,51
Transporte	12,93	3,78	0,49	7,61	0,98
Salud	1,71	3,13	0,05	7,35	0,13
Educación	4,41	2,99	0,12	6,01	0,24
Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles	33,12	2,77	0,92	5,98	1,94
Recreación y cultura	3,79	1,10	0,04	5,31	0,19
Bebidas alcohólicas y tabaco	1,70	2,87	0,05	5,14	0,09
Información y comunicación	4,33	-5,76	-0,24	0,08	0,00

Fuente: DANE, IPC.

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

Entre enero y septiembre de 2022, la variación del IPC total fue 10,08%. Esta variación fue mayor en 5,75 que la reportada en el mismo periodo del año anterior, cuando fue de 4,33%. El comportamiento año corrido del IPC total en septiembre de 2022 (10,08%) se explicó principalmente por la variación año corrido de las divisiones Alimentos y bebidas no alcohólicas y Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles. La división Alimentos y bebidas no alcohólicas registró una variación año corrido de 21,19%, siendo esta la mayor variación año corrido. En septiembre de 2022, los mayores incrementos de precio se registraron en las subclases yuca para consumo en el hogar (95,74%), cebolla (75,84%) y arracacha, ñame y otros tubérculos (75,27%). La única disminución de precio se reportó en la subclase papas (-16,38%). La división Muebles, artículos para el hogar y para la conservación ordinaria del hogar registró una variación año corrido de 15,28%, siendo esta la segunda mayor variación año corrido.

En septiembre de 2022, los mayores incrementos de precio se registraron en las subclases productos de limpieza y mantenimiento (31,15%), equipo de iluminación (18,84%) y elementos de aseo (16,78%). Los menores incrementos de precio se reportaron en las subclases cristalería y vajilla artículos, vajillas y utensilios de vidrio, cristal, porcelana y cerámica para el hogar (4,75%), ropa confeccionada para cama (5,28%) y servicio doméstico (5,67%). La división Información y comunicación registró una variación año corrido de 0,08%, siendo esta la menor variación año corrido. En septiembre de 2022, el mayor incremento de precio se registró en la subclase equipos de telefonía móvil, similares y reparación (1,26%); la subclase de servicios de comunicación fija y móvil y provisión a internet no presentó variación año corrido.

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

Los mayores aportes a la variación en lo corrido del año (enero - septiembre), 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 8,58 puntos porcentuales a la variación total.

Mercado Laboral

Variaciones para 2022.

Para agosto de 2022, la tasa de desempleo fue de 10,6%. Comparada con el mismo mes de 2021 (12,9%) tuvo una disminución de 2,2 puntos porcentuales. La tasa global de participación fue de 63,5%, lo que significó un aumento de 2,2 puntos porcentuales respecto al mismo periodo de 2021 (61,3%). Finalmente, la tasa de ocupación fue de 56,7%, lo que representó un incremento de 3,3 puntos porcentuales comparada con agosto de 2021 (53,4%). Las anteriores tasas presentaron variación estadísticamente significativa..

Población ocupada

En agosto de 2022, la población ocupada del país fue 22,1 millones de personas, frente a las 20,6 millones ocupadas el mismo mes en 2021, representando así una variación de 7,7%. Las 13 ciudades y áreas metropolitanas contribuyeron con 3,4 puntos porcentuales (p.p.) a la variación nacional; en este dominio se presentó una población ocupada de 10,4 millones de personas, 698 mil personas más en comparación con agosto de 2021 (9,7 millones). Estas variaciones fueron estadísticamente significativas.

- **Por dominios:** Otras cabeceras registró 6,1 millones de ocupados, aportando 3,2 p.p. a la variación nacional (variación estadísticamente significativa). Por su parte, Centros poblados y rural disperso registró 4,6 millones de ocupados, lo que significa que contribuyó con 0,7 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 0,3 p.p. (variación estadísticamente significativa).
- **Por sexo y edad:** En agosto de 2022, Colombia tuvo un aumento de 1,1 millones de mujeres ocupadas y de 468 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 (896 mil) y en los hombres en el mismo rango de edad (310 mil). En las 13 ciudades y áreas metropolitanas, las mujeres (397 mil) y los hombres (141 mil) entre 25 y 54 años concentraron los mayores aumentos en los ocupados. Estas variaciones fueron estadísticamente significativas

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

- **Por ramas de actividad:** Desde la perspectiva de las ramas de actividad económica, en el total nacional, Comercio y reparación de vehículos tuvo la mayor alza de ocupados en agosto de 2022 (+372 mil) respecto a agosto de 2021, contribuyendo así con 1,8 p.p. a la variación nacional y alcanzando los 4,1 millones de personas ocupadas. A su vez, en Administración pública y defensa, educación y atención de la salud humana el número de ocupados aumentó en 300 mil personas, para contribuir con 1,5 p.p. a la variación nacional con 2,8 millones de personas ocupadas. Estas variaciones fueron estadísticamente significativas. En las 13 ciudades y áreas metropolitanas, Comercio y reparación de vehículos fue la rama de actividad económica con el mayor aumento de ocupados (+153 mil), en agosto de 2022, por lo que aportó 1,6 p.p. a la variación en este dominio. A su vez, Actividades artísticas, entretenimiento, recreación, y otras actividades de servicios creció en 108 mil personas en el número de ocupados, contribuyendo con 1,1 p.p.
- **Por posición ocupacional:** Según posición ocupacional y a nivel nacional, en agosto de 2022, la cantidad de ocupados en empleado particular aumentó en 1,4 millones en comparación con el mismo mes del año anterior (variación estadísticamente significativa), lo que representó una contribución de 6,7 p.p. En cambio, se registró una caída de 137 mil ocupados en la posición jornalero o peón, aportando así -0,7 p.p

Población ocupada, desocupada e inactiva
Total nacional y total 13 ciudades y áreas metropolitanas[2]
Agosto 2022

Miles de personas	Total nacional		
	Agosto 2022	Agosto 2021	Variación absoluta
Población ocupada	**22.160**	20.577	+1.583*
Población desocupada	**2.636**	3.037	-401*
Población fuera de la fuerza laboral	**14.266**	14.896	-630*

Miles de personas	Total 13 ciudades y áreas metropolitanas		
	Agosto 2022	Agosto 2021	Variación absoluta
Población ocupada	**10.404**	9.707	+698*
Población desocupada	**1.263**	1.496	-234*
Población fuera de la fuerza laboral	**6.256**	6.487	-232

Población inactiva

A nivel nacional, la población desocupada en agosto de 2022 se redujo en 401 mil personas frente al mismo mes de 2021, lo que refleja una variación de -13,2%, para llegar así a 2,6 millones de desocupados. En las 13 ciudades y áreas metropolitanas, el total de desocupados fue 1,3

[2] Fuente: DANE, mercado laboral 2022

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

millones, representando una disminución del 15,6%, para aportar -7,7 p.p. a la variación nacional. Estas variaciones fueron estadísticamente significativas.

En Centros poblados y rural disperso se registró una población desocupada de 410 mil (0,3 p.p.), en las 10 ciudades, cuyo conjunto conforman Tunja, Florencia, Popayán, Valledupar, Quibdó, Neiva, Riohacha, Santa Marta, Armenia y Sincelejo, la población desocupada se ubicó en 183 mil (0,0 p.p.) y en Otras cabeceras fue de 780 mil (-5,7 p.p.). Este último dominio presentó variación estadísticamente significativa.
Por sexo, la reducción de la población desocupada en agosto de 2022 para el total nacional fue mayor en los hombres (-217 mil) que en las mujeres (-184 mil). Según los rangos de edad, esta disminución se focalizó en las mujeres de 25 a 54 años (-162 mil) y en los hombres en el rango de edad de 15 a 24 años (-150 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 (-142 mil mujeres y -80 mil hombres). Para las mujeres estas variaciones fueron estadísticamente significativas.

La población fuera de la fuerza laboral en el total nacional para agosto de 2022 fue de 14,3 millones de personas. Esto es una variación de -4,2% con respecto a lo registrado en agosto de 2021 (15,0 millones).

En Otras cabeceras, la población fuera de la fuerza laboral fue de 3,8 millones, representando una disminución de 6,6%, para aportar -1,8 p.p. a la variación nacional (variación estadísticamente significativa). Así mismo, en las 13 ciudades y áreas metropolitanas, con un total de 6,3 millones de personas, aportó -1,6 p.p. a la variación nacional; Centros poblados y rural disperso reportaron 3,4 millones, con un aporte de -0,6 p.p.
El dominio de 10 ciudades conformado por Tunja, Florencia, Popayán, Valledupar, Quibdó, Neiva, Riohacha, Santa Marta, Armenia y Sincelejo se contabilizaron 853 mil personas, aportando -0,3 p.p (variación estadísticamente significativa).

Variaciones anuales para el trimestre junio-agosto de 2022

La tasa de desempleo nacional del trimestre que va de junio a agosto de 2022 fue 11,0%, lo que representó una disminución de 2,6 puntos porcentuales respecto al periodo junio-agosto de 2021, cuando fue de 13,5%. La tasa global de participación fue 63,6%, lo que significó un ascenso de 2,4 puntos porcentuales respecto al periodo anterior (61,2%).
Finalmente, la tasa de ocupación se ubicó en 56,6%, presentando un aumento de 3,7 puntos porcentuales frente al mismo trimestre del año anterior (52,9%). Estas variaciones fueron estadísticamente significativas

La población ocupada a nivel nacional en el trimestre móvil junio-agosto de 2022 fue de 22,1 millones de personas, 8,5% más en comparación con el mismo periodo el año anterior. Las 13 ciudades y áreas metropolitanas contribuyeron con 3,8 p.p. a la variación nacional, con 10,4 millones de ocupados; Otras cabeceras aportaron 3,0 p.p. (6,0 millones de personas); Centros

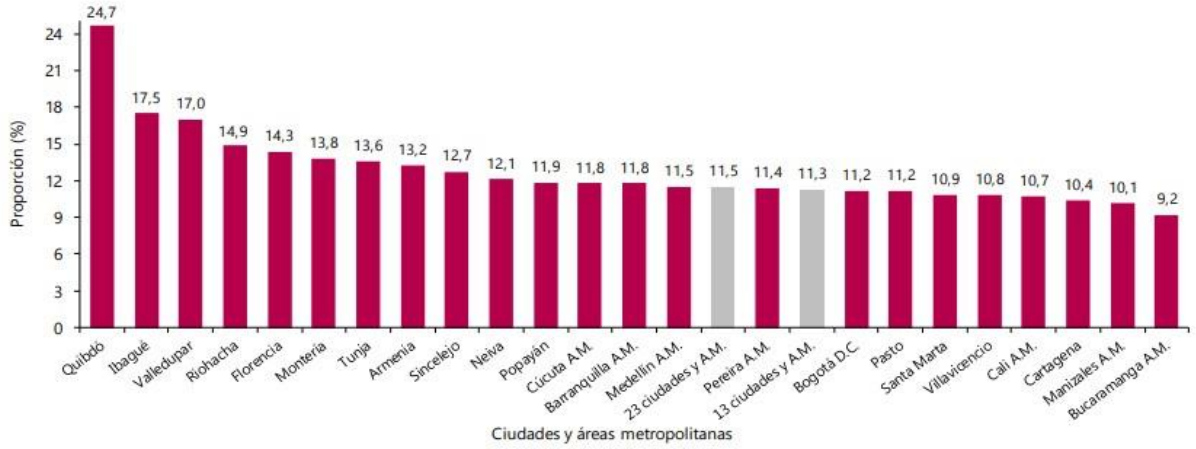
Este documento es propiedad de la Administración Central del Municipio de Santiago de Cali. Prohibida su alteración o modificación por cualquier medio, sin previa autorización del Alcalde.

poblados y rural disperso con 1,1 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).

Estas variaciones fueron estadísticamente significativas. Por sexo y rangos de edad, el aumento de la población ocupada en el país para el trimestre que va de junio a agosto de 2022 se focalizó en las mujeres (+804 mil) y los hombres (+329 mil) de 25 a 54 años. Estas variaciones fueron estadísticamente significativas. Por su parte, la población desocupada a nivel nacional en el trimestre móvil junio-agosto de 2022 fue de 2,7 millones de personas, 14,6% menos que en el mismo periodo un año atrás (3,2 millones). Las 13 ciudades y áreas metropolitanas aportaron -10,7 p.p. a la variación nacional, con 1,3 millones de desocupados; Otras cabeceras contribuyeron con -3,0 p.p., al tener 817 mil de personas; las 10 ciudades (Tunja, Florencia, Popayán, Valledupar, Quibdó, Neiva, Riohacha, Santa Marta, Armenia y Sincelejo) aportaron -0,6 p.p. y 174 mil personas; (estas variaciones fueron estadísticamente significativas).

Finalmente, la población fuera de la fuerza laboral a nivel nacional en el trimestre móvil junio-agosto de 2022 fue de 14,2 millones de personas, 4,7% menos que en el mismo periodo del año anterior (14,9 millones). Variación estadísticamente significativa.

Tasa de desempleo 23 ciudades y áreas metropolitanas
Junio - agosto de 2022



Notas: Total 13 ciudades y áreas metropolitanas incluye Bogotá D.C., Medellín A.M., Cali A.M., Barranquilla A.M., Bucaramanga A.M., Manizales A.M., Pereira A.M., Cúcuta A.M., Pasto, Ibagué, Montería, Cartagena y Villavicencio.
Total 23 ciudades y áreas metropolitanas incluye 13 ciudades y áreas metropolitanas más Tunja, Florencia, Popayán, Valledupar, Quibdó, Neiva, Riohacha, Santa Marta, Armenia y Sincelejo.
Fuente: DANE, GEIH.

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

[3]

Informalidad

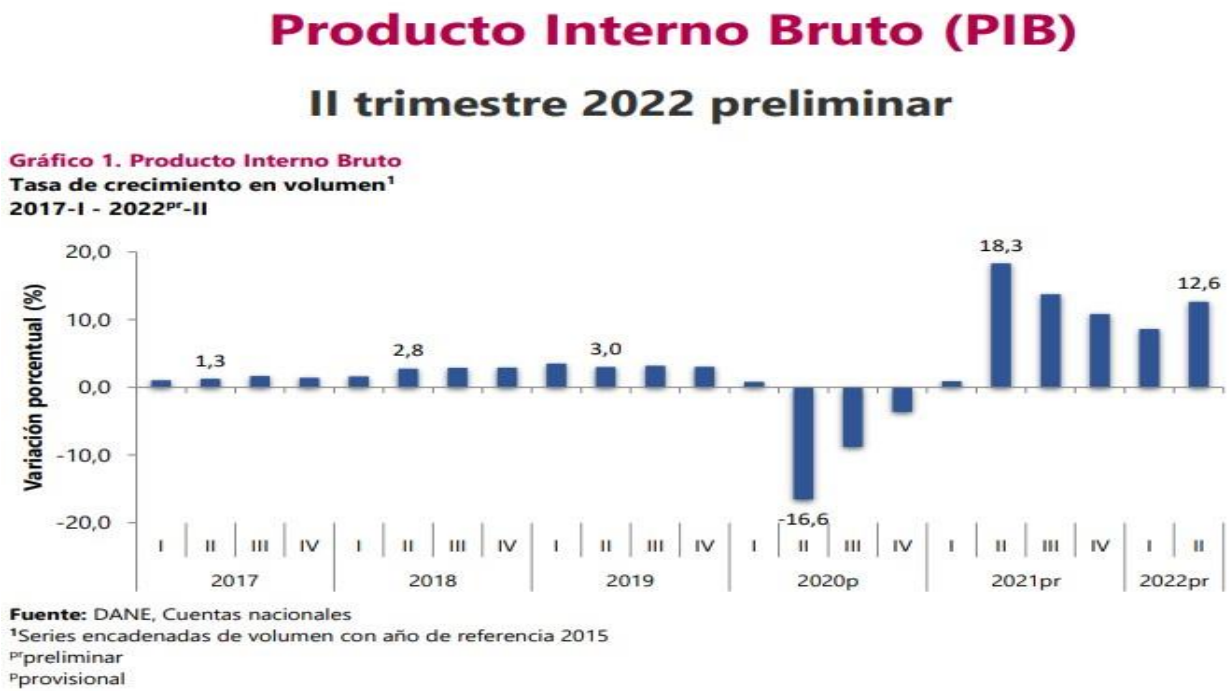
En el total nacional, para agosto de 2022, la proporción de población ocupada informal se ubicó en 57,5% y una variación de -3,6 puntos porcentuales (p.p.) frente al mismo mes de 2021 cuando fue de 61,1%. Para las 13 ciudades y áreas metropolitanas fue de 42,2% y una variación de -4,5 p.p. respecto al mismo periodo de 2021 (46,8%) y para las 23 ciudades y áreas metropolitanas fue de 43,7% en agosto de este año con una variación de -4,3 p.p. comparado con el mismo mes del año pasado (48,0%). Por su parte, para el total nacional, en el trimestre móvil junio – agosto de 2022 la proporción de ocupados informales fue 58,1%, lo que significó una disminución de 2,2 puntos porcentuales respecto al mismo trimestre del año anterior (60,3%). Para las 13 ciudades y áreas metropolitanas, esta proporción fue 43,8% y una caída de 2,0 p.p.

Finalmente, para el total de las 23 ciudades y áreas metropolitanas la proporción de informalidad se ubicó en 45,1% lo que significó una disminución de 2,1 puntos porcentuales respecto al mismo periodo del año anterior (47,2%). Las ciudades con mayor proporción de población ocupada informal fueron Sincelejo y Riohacha con 68,9% y 68,5%. Por su parte, las de menores proporciones para el trimestre junio - agosto de 2022 fueron Bogotá D.C y Manizales A.M con 35,1% y 34,8%, respectivamente.

[3] Fuente: DANE; Mercado laboral abril 2022

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

PIB



[4] En el segundo trimestre de 2022pr, el Producto Interno Bruto, en su serie original, crece 12,6% 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 crece 23,3% (contribuye 4,4 puntos porcentuales a la variación anual).

- Industrias manufactureras crece 20,3% (contribuye 2,5 puntos porcentuales a la variación anual).

- Administración pública y defensa; planes de seguridad social de afiliación obligatoria; Educación; Actividades de atención de la salud humana y de servicios sociales crece 9,0% (contribuye 1,6 puntos porcentuales a la variación anual).

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

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

Durante el primer semestre de 2022pr, respecto al mismo periodo del año anterior, el Producto Interno Bruto presenta un crecimiento 10,6%. Las actividades económicas que más contribuyen a la dinámica del valor agregado son:

- Comercio al por mayor y al por menor; Reparación de vehículos automotores y motocicletas; Transporte y almacenamiento; Alojamiento y servicios de comida crece 19,2% (contribuye 3,7 puntos porcentuales a la variación anual).

- Industrias manufactureras crece 15,6% (contribuye 1,9 puntos porcentuales a la variación anual).

- Administración pública y defensa; planes de seguridad social de afiliación obligatoria; Educación; Actividades de atención de la salud humana y de servicios sociales crece 7,7% (contribuye 1,3 puntos porcentuales a la variación anual).

INFORMACIÓN PARA TODOS

Indicador de Seguimiento a la Economía (ISE)
Tasa de crecimiento anual (%) en volumen
Enero – junio
2022pr

Agrupación	Actividad económica	Serie original Tasa de crecimiento anual (%) 2022pr					
		Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Primarias	Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca	-2,6	2,0	-6,3	-3,4	10,2	**-3,1**
	Explotación de minas y canteras	4,2	1,9	-1,7	-1,3	4,1	**-2,6**
Secundarias	Industrias manufactureras	13,5	9,5	10,4	12,9	41,1	**10,6**
	Construcción	6,1	10,8	-3,0	9,8	12,1	**5,7**
Terciarias	Suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado	5,3	4,3	5,1	6,2	9,9	**5,7**
	Comercio al por mayor y al por menor, transporte, alojamiento y servicios de comida	23,1	11,4	11,9	28,1	29,2	**14,0**
	Información y comunicaciones	21,6	20,4	19,6	18,1	17,6	**16,0**
	Actividades financieras y de seguros	-28,5	8,6	11,5	9,0	13,7	**11,7**
	Actividades inmobiliarias	2,1	2,2	2,0	1,9	1,8	**1,9**
	Actividades profesionales, científicas y técnicas	10,9	9,9	8,7	10,5	13,7	**12,6**
	Administración pública y defensa, educación y salud	5,2	6,8	7,1	11,2	9,4	**6,6**
	Actividades artísticas, de entretenimiento y recreación y otras actividades de servicios	40,3	37,1	35,3	36,9	42,4	**30,1**

NOTA: El ISE es un indicador de alta frecuencia de la actividad económica con periodicidad mensual. Es armonizado de tal forma que al cierre de cada trimestre, su variación coincide con el valor agregado bruto.
Ppreliminar
Fuente: DANE, Cuentas nacionales

[5]

[5] Fuente: DANE – PIB 2022 cuentas nacionales

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

Comercio al por mayor y al por menor

En el segundo 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 23,3% 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 14,1%.

- Transporte y almacenamiento crece 31,5%.

- Alojamiento y servicios de comida crece 36,2%. 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 1,5%, explicado por:
- Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas decrece 0,2%.

- Transporte y almacenamiento crece 5,8%. • Alojamiento y servicios de comida crece 7,9%

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

6

Tabla 7. Comercio al por mayor y al por menor[1]
Tasas de crecimiento en volumen[2]
Segundo trimestre 2022pr

Actividad económica	Tasas de crecimiento (%)		
	Serie original		Serie ajustada por efecto estacional y calendario
	Anual	Año corrido	Trimestral
	2022pr- II / 2021pr-II	2022pr / 2021pr	2022pr- II / 2022pr-I
Comercio al por mayor y al por menor[3]	14,1	10,6	-0,2
Transporte y almacenamiento	31,5	25,5	5,8
Alojamiento y servicios de comida	36,2	33,8	7,9
Comercio al por mayor y al por menor[1]	**23,3**	**19,2**	**1,5**

Fuente: DANE,Cuentas nacionales

prpreliminar

[1]Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas; transporte y almacenamiento; alojamiento y servicios de comida.

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

[3]Comercio al por mayor y en comisión o por contrata; comercio al por menor (incluso el comercio al por menor de combustibles); comercio de vehículos automotores y motocicletas, sus partes, piezas y accesorios

Información y comunicaciones

En el segundo trimestre de 2022pr, el valor agregado de información y comunicaciones crece 17,2% en su serie original, respecto al mismo periodo de 2021pr . Para la serie ajustada por efecto estacional y calendario, el valor agregado crece en 1,8%, respecto al trimestre inmediatamente anterior.

6 Fuente: DANE cuentas nacionales

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

Tabla 8. Información y comunicaciones
Tasas de crecimiento en volumen[1]
Segundo trimestre 2022[pr]

Actividad económica	Tasas de crecimiento (%)		
	Serie original		Serie ajustada por efecto estacional y calendario
	Anual	Año corrido	Trimestral
	2022[pr]- II / 2021[pr]-II	2022[pr] / 2021[pr]	2022[pr]- II / 2022[pr]-I
Información y comunicaciones	**17,2**	**18,8**	**1,8**

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

[7]

Balanza Comercial

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

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

Exportaciones

[7] Fuente: DANE cuentas nacionales

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

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.
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

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

de 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 (pp)	Participación 2022 (%)	2021	2022	Variación (%)	Contribución a la variación (pp)	Participación 2022 (%)
	(Millones de dólares FOB)					(Millones de dólares FOB)				
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)

8

[8] Fuente: DANE cuentas nacionales

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

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

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%.

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

Importaciones (IMPO)

Marzo 2022

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



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

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

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

9

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

[9] Fuente: DANE

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

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 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 de15.000 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.

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

El dólar en Colombia subió $99 y cerró en $4.613 durante la jornada de la segunda semana del mes de octubre de 2022. Se trata del alza diaria más fuerte en los últimos dos meses. Además, la cotización promedio (TRM) registró un nuevo récord al situarse en $4.627,72.

Una de las causas del porque se tiene una TRM alta es el recorte de producción de dos millones de barriles de petróleo que anunció la OPEP; hecho que generó un aumento en las proyecciones de inflación a nivel mundial. Lo que implicaría que podrían venir más alzas en las tasas de interés, sobre todo en la Reserva Federal de los Estados Unidos. Una situación que está aumentando los temores de una recesión global en 2023. Por esto, el dólar está siendo usado como activo refugio y se está fortaleciendo respecto a las otras monedas, en especial frente a las de economías en desarrollo como la colombiana.

Las disparadas del dólar tienen implicaciones inflacionarias en Colombia, pues el 15% de la canasta familiar es importada; esto conlleva a que se tenga un nuevo periodo de devaluación que agudice la tendencia de alzas de precios de la economía.

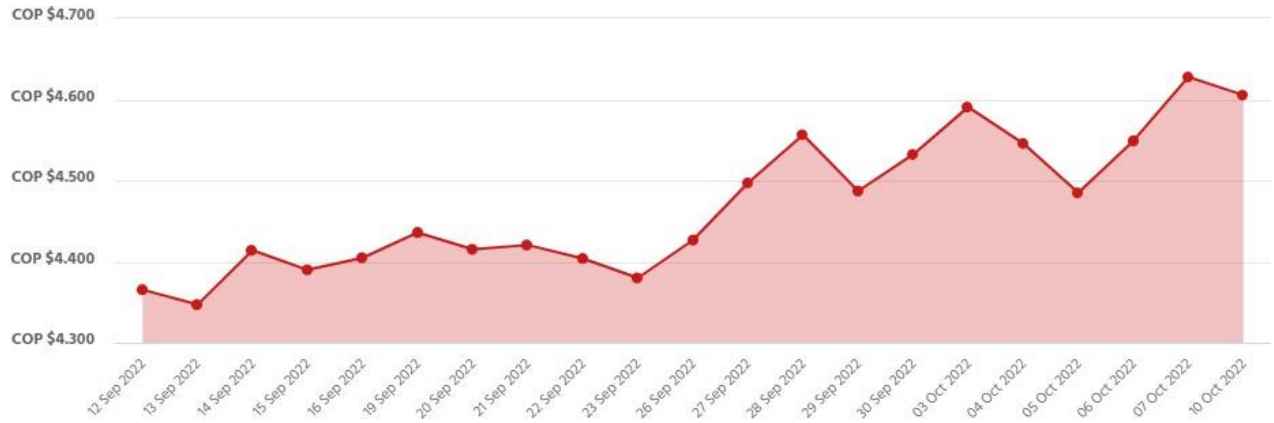
En tanto en un informe compartido a comienzos de julio destaca que "en los últimos días hemos tenido una composición mixta en la que los bancos centrales siguen agresivos anunciando más subidas de tasas de interés, esto genera que el dólar se fortalezca frente al grueso de monedas internacionales, tanto las de países desarrollados como las de los emergentes".

En el último año el dólar se ha estado apreciando en relación a la mayoría de las monedas del mundo, incluyendo la libra esterlina, el euro, el yuan y el yen, de acuerdo con Reuters. La explotación petrolera, en la mira Petro, según lo que ha indicado desde su programa de gobierno y reiterado por la ministra de Minas, quiere poner fin al extractivismo gradualmente y afirma que prohibirá la exploración y explotación de yacimientos no convencionales, detendrá los proyectos piloto de fracking y el desarrollo de yacimientos costa afuera, no dará nuevas licencias para la exploración de hidrocarburos ni permitirá la gran minería a cielo abierto.

La institución de investigaciones económicas Corficolombiana publicó el 14 de junio, días antes de la segunda vuelta, un análisis sobre el impacto estimado de una supuesta suspensión de nuevas exploraciones de hidrocarburos a partir de 2023 y hasta 2027. En ese escenario, dice la empresa, el peso colombiano se devaluaría entre 39,9% y 43,7% para 2027 y la tasa de cambio se situaría entre 5.080 y 7.000.

Actualmente la divisa tiene una tendencia alcista; en el siguiente cuadro de referencia se puede apreciar la variación de que ha tenido la divisa durante el mes de septiembre y octubre de 2022.

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



El dólar en América Latina

Estas son las cotizaciones de cierre del dólar este miércoles 13 de octubre de 2022 en América Latina[10]:

Argentina (peso) (*)157,96157	Bolivia (boliviano)6,966,96
Brasil (real)feriado5,272	Chile (peso)941,00945,06
Colombia (peso)4.607,904.605,29	Costa Rica (colón)641,96641,96
Guatemala (quetzal)7,77,7	Honduras (lempira)24,4524,45
México (peso)20,009419,9652	Nicaragua (córdoba)36,0936,09
Perú (sol)3,98103,9750	Uruguay (peso)41,15041,086.

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 carrera alcista, los consumidores

[10] Fuente: https://www.portafolio.co/economia/finanzas/dolar-y-trm-precio-del-dolar-13-de-octubre-de-2022-572565

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

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

PANORAMA ACTUAL DE LA TELEVISIÓN EN COLOMBIA.

Con una penetración del 91% de los hogares y un consumo diario de cuatro horas en promedio, la televisión es el sector más importante para los colombianos. Si se observa solamente las cifras de 800 operadores de televisión (nacional, regional, local, comunitaria y por suscripción) el sector parece muy diverso y pluralista. Pero al analizar las cuotas de audiencia se observa que el 80% de la audiencia de la televisión está concentrada en solamente dos canales nacionales privados: RCN y Caracol. Pero no siempre fue así; La televisión fue inaugurada en Colombia el 13 de junio de 1954[11], durante el gobierno del general Gustavo Rojas Pinilla, quien quedó impresionado por el nuevo invento durante su estadía en la Alemania nazi como agregado militar. Con la ayuda de técnicos extranjeros, especialmente cubanos, fue fundamental para el arranque de la televisión en Colombia, que se hizo con equipos traídos desde Alemania y Estados Unidos. En sus comienzos la televisión colombiana fue pública, con un énfasis en lo educativo y cultural, pero pronto surgiría un esquema de concesión mediante el cual el Estado se encargaba de la infraestructura televisiva y entregaba espacios dentro de los canales para que empresas privadas se encargaran de la programación por eso se les conocía como programadoras, esquema "mixto" similar al de la televisión estadounidense, en que las cadenas o canales emitían programación que no producían.

El 1 de diciembre de 1979 se inauguró oficialmente la televisión en color, por el entonces Ministro de Comunicaciones José Manuel Arias Carrizosa, aunque en octubre de 1973, se hizo la primera transmisión en color (con tecnología japonesa) de un programa educativo de Cenpro Televisión durante un seminario, y en 1974, se retransmitieron en directo y en color la inauguración y el primer partido del Mundial de Fútbol de Alemania Federal en dos pantallas gigantes ubicadas en Bogotá y Cali.

Otro hecho que marcó la historia de la televisión en Colombia fue la licitación de 1992 que incentivó la competencia, un paso previo para la privatización y para el panorama que hoy estamos contemplando. Con este hecho la Cadena Dos pasaría a llamarse *Canal A*, y las 24 programadoras recibirían, a partir de entonces, espacios únicamente en un solo canal y competirían directamente con otra programadora del otro canal —por ejemplo, si en la Cadena Uno la franja de las 15:00 a las 16:00 era de Caracol, en el Canal A esa misma franja era de RCN—. Además, los noticieros y algunas telenovelas se transmitían enfrentados a la misma hora en los dos canales —anteriormente un noticiero podía enfrentarse con un musical, por ejemplo— . En enero de 1998, la Cadena Uno pasó a llamarse *Canal Uno*.

[11] Fuente: Wikipedia – Televisión en Colombia - https://es.wikipedia.org/wiki/Televisi%C3%B3n_en_Colombia#:~:text=La%20televisi%C3%B3n%20en%20Colombia%20inici%C3%B3,nacen%20las%20programadoras%20de%20televisi%C3%B3n.&text=1963%3A%20Se%20funda%20el%20Instituto,Este%20mismo%20a%C3%B1o%20nace%20RTI.

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

En 1997, se entregaron licencias para televisión privada, cuya licitación comenzó un año antes. Estas licencias fueron otorgadas para dos de las anteriores programadoras, Caracol Televisión y RCN Televisión, empresas creadas originalmente como cadenas. A comienzos de 2004, la única programadora que quedaba en el Canal A pasaba al Canal Uno. Al parecer, los programadores de los canales "mixtos" cometieron el error de seguir trabajando individualmente en lugar de unirse para sacar a flote los canales y tratar de compensar las desventajas frente a Caracol y RCN, que rápidamente desplazaron a los canales tradicionales en sintonía. El Canal A pasaría a llamarse Canal Institucional, luego Señal Institucional y quedaba también bajo control directo del Estado.

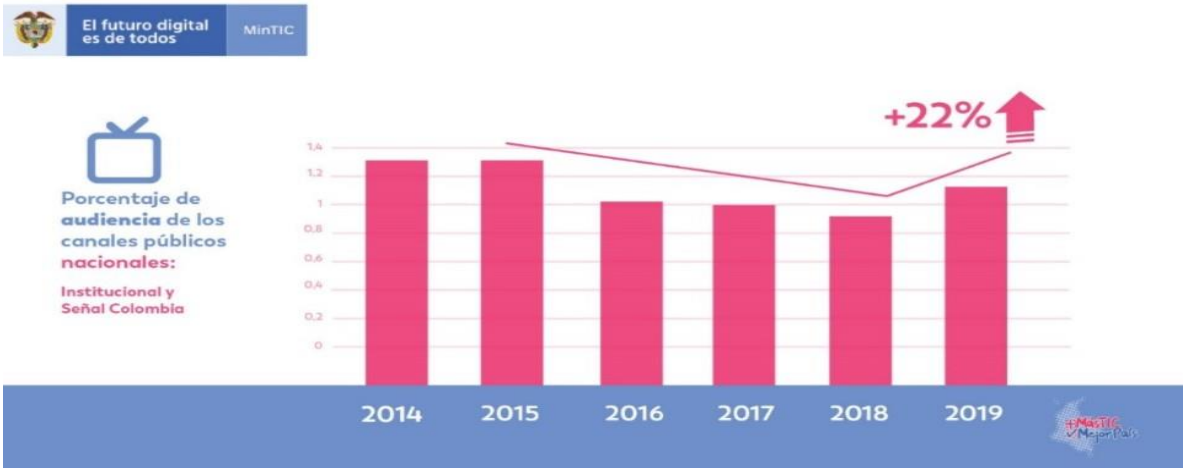
Colombia culminó en agosto de 2008[12] el proceso de selección del estándar de televisión digital terrestre. Se conformó un Comité Asesor de la Comisión Nacional de Televisión (CNTV) encargado de recopilar información, hacer las pruebas y encontrar la mejor opción para el país entre los cuatro estándares postulados: el estadounidense ATSC, el europeo DVB, el japonés ISDB-T y el chino DTMB; finalmente, el 28 de agosto de 2008 el estándar europeo DVB-T fue el elegido.

Actualmente; cada vez más los colombianos consumen contenidos de calidad en los canales de televisión púbicos nacionales y regionales. En el 2019, el Gobierno nacional invirtió $ 267.480 millones para el fortalecimiento y la modernización de la televisión pública, y en el 2020, el MinTIC destinó más de $ 291 mil millones para continuar con este objetivo y así afianzar el reconocimiento al interior y exterior del país.

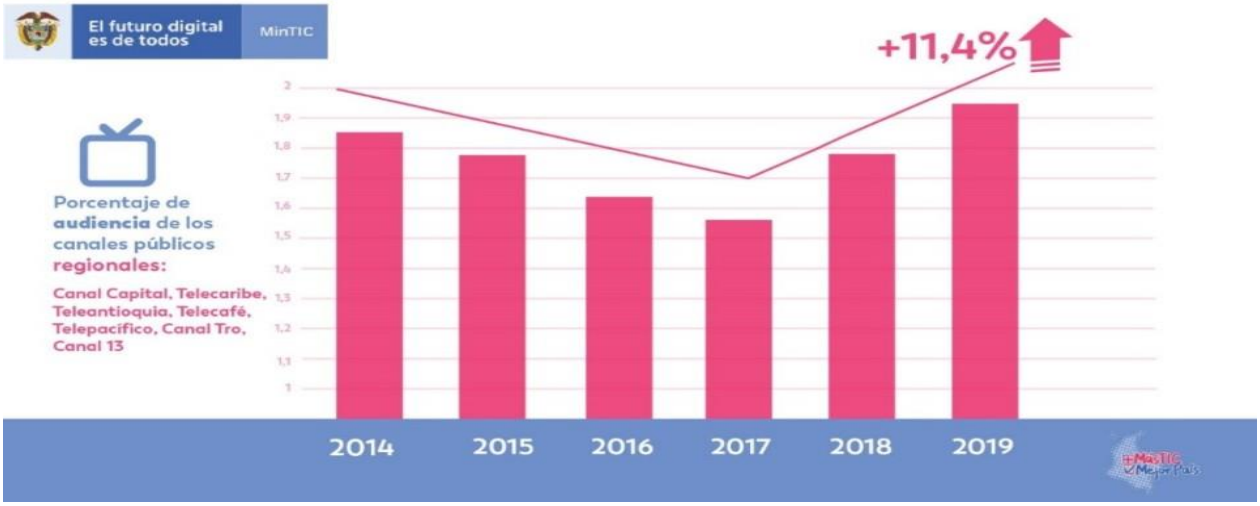
La audiencia nacional cada vez prefiere más los contenidos de la televisión pública colombiana, así lo demuestra el crecimiento en "share" del 2019 comparado al año inmediatamente anterior, el cual expone que la sumatoria del rating correspondiente a los canales públicos creció el 22 % y los canales públicos regionales el 11.4 %, reflejando un incremento significativo de consumo de estos medios.

[12] Fuente: Wikipedia – Televisión en Colombia

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



El Estudio de audiencias de Televisión de Kantar Ibope Media[13] evidencia que, en el 2019, los canales públicos nacionales ganaron participación por primera vez en los últimos 5 años y que, en el mismo periodo, los regionales continuaron el proceso de recuperación de audiencias y llegaron a niveles máximos que no alcanzaba desde el 2014. Estos resultados se dan dentro del marco de la aprobación de la Ley 1978 de 2019 de modernización del sector TIC que garantiza



[13] Fuente: Mintic - Aumento en los porcentajes de audiencia de los canales nacionales y regionales reflejan el compromiso del Gobierno con la televisión pública

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

los recursos para el fortalecimiento y modernización de la televisión pública y el desarrollo de producciones que reflejen los intereses y el patrimonio cultural de los colombianos.

Es de resaltar la inversión hecha por el Gobierno Nacional en el 2019, la cual les permitió a los canales públicos aumentar el número de producciones y afianzar la calidad de sus contenidos, factor que reconoce a audiencia. Fueron $ 267.480 millones, entre los que se encuentran $ 42.100 millones aportados por el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (MinTIC). Para 2020, el Gobierno destinó $ 291.500 millones para que la televisión pública continúe produciendo contenidos que cautiven a más colombianos. Esta es la inversión más grande hecha en la historia en los canales públicos nacionales y regionales.

Adicionalmente al fortalecimiento de sus contenidos, la televisión se está transformando para pasar de analógica a digital. Esta nueva tecnología, más conocida como la Televisión Digital Terrestre (TDT), cuenta con una cobertura poblacional del 92,6%. Con la TDT, los colombianos cuentan ya con alta calidad en imagen y sonido, multicanalidad y mayor oferta de programas de manera totalmente gratuita. Para disfrutar de estos beneficios solo es necesario que los hogares adquieran un decodificador o un televisor con el sintonizador TDT incorporado y una antena de techo. Con el fortalecimiento de la televisión pública, el Gobierno le apuesta a garantizar esta importante herramienta de libertad de expresión y de salvaguarda del patrimonio cultural y audiovisual de los colombianos.

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

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

fomento, la promoción y el desarrollo de las TIC son una política de Estado que involucra a todos los sectores y niveles de la administración pública y de la sociedad, a fin de contribuir al desarrollo educativo, cultural, económico, social y político e incrementar la productividad, la competitividad, el respeto a los Derechos Humanos inherentes y la inclusión social. Asimismo la Ley 1341 al listar en su artículo 4 las facultades de intervención del Gobierno en el sector TIC, para incentivar y promover el desarrollo de la industria de tecnologías de la información y las comunicaciones y contribuir al crecimiento económico, la competitividad, la generación de empleo y las exportaciones.

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

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

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

- Ley 23 de 1982 - Sobre derechos de autor; arts. 31 a 44
- Ley 46 de 1985 - Por medio de la cual se aprueban el "convenio de telecomunicaciones", firmado en nairobi el 6 de noviembre de 1982 y el "reglamento de radiocomunicaciones de la unión internacional de telecomunicaciones", adoptado en ginebra el 6 de diciembre de 1979
- Ley 72 de 1989 - Por la cual se definen nuevos conceptos y principios sobre la organización de las telecomunicaciones en Colombia y sobre el régimen de concesión de los servicios y se confieren unas facultades extraordinarias al presidente de la república
- Ley 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.

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

- Ley 680 de 2001 - Por la cual se reforman las leyes 14 de 1991, 182 de 1995, 335 de 1996 y se dictan otras disposiciones en materia de televisión.
- LEY 1065 de 2006 - Por la cual se define la administración de registros de nombres de dominio .co y se dictan otras disposiciones; Art. 2o
- Ley 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

Marco legal del servicio de Radiodifusión en Colombia:

La **radiodifusión pública** son los servicios de radio, televisión y otros medios de comunicación electrónicos que reciben financiación de los contribuyentes y tienen vocación de servicio público. Dependiendo de cada país, las empresas pueden financiar su mantenimiento con impuestos generales, una tasa específica o donaciones voluntarias, y en algunos casos también se acepta la emisión de publicidad.

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

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

En el siguiente cuadro encontrará un listado de las diferentes normas que aplican para la prestación del Servicio de Radiodifusión en Colombia con una breve descripción de su aplicación para este servicio[14]:

Norma	Título Norma	Aplicación en Radiodifusión Sonora
Ley 1341 de 2009	Por la cual se definen Principios y conceptos sobre la sociedad de la información y la organización de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones -TIC-, se crea la Agencia Nacional del Espectro y se dictan otras disposiciones	Establece: • Lineamientos generales para la prestación de los servicios de Radiodifusión Sonora • Obligación de pago de contraprestaciones por concesión y por uso del espectro del Servicio de Radiodifusión Sonora. • Obligación de registro TIC de Radiodifusión Sonora • Funciones del Ministerio TIC (Política, Reglamentación, planes técnicos e inspección vigilancia y control del Servicio de Radiodifusión Sonora). • Funciones de Agencia Nacional del Espectro (Vigilancia y control del Espectro radioeléctrico) • Principios de la radiodifusión Sonora. • Condiciones, clasificación y procedimiento para la prestación del servicio de Radiodifusión Sonora • Obligación de Licencia para transmisión de Programas informativos o periodísticos. • Condiciones para cesión y transferencia de derechos de

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

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

Norma	Título Norma	Aplicación en Radiodifusión Sonora
		concesión, arrendamiento de emisoras. • Régimen de infracciones y sanciones.
Ley 14 de 1991 Nivel Nacional	Se dictan normas sobre el servicio de televisión y radiodifusión oficial	Establece: • Naturaleza jurídica del servicio • Fines del servicio • Principios de la prestación del servicio • Obligación de protección al menor • Derecho de rectificación • Acceso del Gobierno Nacional a los canales de televisión • Objeto general de Inravisión • Integración del Consejo Nacional de Televisión • Objeto de las organizaciones regionales de televisión • Utilización de redes y servicios satelitales • Comisiones para la vigilancia de la televisión • Concesionarios • Contrato de concesión de espacios de televisión • Reserva de canales
Ley 335 de 1996 Nivel Nacional	Por el cual se crea la televisión privada en Colombia.	• Reserva de tiempo para programas de interés público y social, Art. 10. • Funciones, Art. 10 a 15. • Régimen contractual, Art. 25 a 28. • Clasificación del servicio en función de su nivel de cubrimiento, Art. 24.
Ley 680 de 2001	Por el cual se autoriza la inversión extranjera.	• Fusión de consorcios que no tengan participación en los canales privados, Art. 1 y 2.

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

Norma	Título Norma	Aplicación en Radiodifusión Sonora
Nivel Nacional		• Duración de concesiones, Art. 3. Porcentajes mínimos de producción nacional, Art. 4. • Plazo para reglamentación de condiciones para las concesiones, Art., 5. • Autorización para modificar los contratos, Art. 6. • Adjudicación, Art. 7. Franjas horarias, Art. 8. • Igualdad de condiciones, Art. 9. • Separación de información y publicidad, Art. 10. • Recepción de los canales de operación pública y privada a todos los habitantes del territorio nacional sin costo, garantía, disposición de infraestructura, Art. 11 a 14. Vigencia, Art. 15.
Decreto 4948 de 2009	Por el cual se reglamenta la habilitación general para la provisión de redes y servicios de telecomunicaciones y el registro de TIC	• Establece que la inscripción en el registro de TIC, por parte de los proveedores de los servicios de radiodifusión sonora, se sujetará a la reglamentación especial establecida para esta clase de servicios. • Dicha reglamentación especial está contenida en la Resolución 415 de 2010 en los artículos 98 a 101. • Según esta reglamentación especial Son aplicables a los proveedores de los servicios de radiodifusión sonora las normas sobre procedimiento, reformas y cancelación del registro a que hace referencia la reglamentación general sobre el

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

Norma	Título Norma	Aplicación en Radiodifusión Sonora
		registro de proveedores de redes y servicios de telecomunicaciones.
Ley 1150 de 2007	Por medio de la cual se introducen medidas para la eficiencia y la transparencia en la Ley 80 de 1993 y se dictan otras disposiciones generales sobre la contratación con Recursos Públicos.	• Artículo 27. De la prórroga de los contratos de concesión para la prestación de servicios de telecomunicaciones y de televisión. El término de duración de las concesiones actuales y futuras para la prestación de los servicios y actividades de telecomunicaciones, incluidas las de televisión, será de diez (10) años prorrogables por lapsos iguales. En ningún caso habrá prórrogas automáticas ni gratuitas.

Con relación al servicio de radiodi-fusión, el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones otorga las concesiones espacios de televisión, las cuales son adjudicadas por la Comisión Nacional de Televisión, mediante contrato, previa a la realización del procedimiento objetivo reglamentado en la Ley 335 de 1996. Esta norma reglamenta la forma y contenido de la prestación del servicio por los concesionarios una vez adjudicados resultando de lo anterior que "*nadie podrá resultar adjudicatario de más de una concesión dentro del nivel territorial que le ha sido asignado. Quien sea concesionario en una cadena no podrá serlo en otra, ni directamente ni por interpuesta persona" (artículo 13*).

En ese sentido, una concesión a un operador público de nivel local o regional está en cabeza solo de un concesionario por ley.

Descripción De La Necesidad

Atendiendo las responsabilidades de la Oficina de Comunicaciones y lo importancia que tiene para el gobierno local, se hace necesario desarrollar estrategias e iniciativas que permitan visibilizar la gestión de la Alcaldía de cara a los ciudadanos, por ello la Oficina de Comunicaciones

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

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 servicios de difusión y divulgación empleando plataformas de medios de comunicación masiva en la clasificación de televisión, para la promoción de campañas y gestiones del Distrito de Santiago de Cali orientadas por la Oficina de Comunicaciones, con el fin de implementar una adecuada y oportuna comunicación institucional de la gestión pública hacia la comunidad de Santiago de Cali de conformidad con el proyecto BP 26003011. Las actividades a contratar son las siguientes:

Descripción del producto	Cantidad de piezas	Valor unitario neto	Valor total neto
Publicación de mensajes institucionales de 20 segundos en franja prime horario de 8:00 pm a 10:30 pm	10	$ 2.521.008,40	$ 25.210.084

Luego de evaluar el mercado la Oficina de Comunicaciones requiere contratar el servicio de difusión y divulgación empleando plataformas de medios de comunicación masiva en la clasificación de televisión, para la promoción de campañas y gestiones del Distrito de Santiago de Cali que permita llegar a todo el Valle del Cauca; adicional a esto en necesario que cuente con un espacio acreditado y establecido; permitiendo llagar al nicho del mercado que quiere estar enterado de las noticias de la región; audiencia de hombres y mujeres Hombres y mujeres de 18 años en adelante y que se encuentren en los estratos socio económicos 2, 3, 4 y 5.

Tipo de criterio:	Criterio:
Focalización por estratos:	Se busca impactar el sector rural y urbana en los estratos socio económicos 2, 3, 4 y 5.
Población a impactar:	Hombres y mujeres de 18 años en adelante.
Franja horaria	Franja de trayectoria local y regional.

La organización elegida deberá contar con experiencia y/o una gran trayectoria en el mercado y un buen portafolio de servicios, atributos adecuados que muestran la capacidad de apoyar las necesidades que requiere la oficina de comunicaciones y su estrategia.

Estudio De La Demanda

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

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

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

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

Procesos de Contratación del Municipio de Santiago de Cali[15]

Número de proceso	Entidad	Objeto contractual	Valor	Modalidad de selección	Proveedor	Plazo del contrato
4112.060.26.1.088 DE 2017	VALLE DEL CAUCA - ALCALDÍA MUNICIPIO DE CALI	Transmitir y difundir a través de un canal regional de televisión de amplia difusión, los eventos institucionales que den cuenta de las actividades, programas y proyectos de la administración Municipal en beneficio de la comunidad caleña en desarrollo del proyecto denominado "FORTALECER LA INTERACCION CON LA COMUNIDAD MEDIANTE ADECUADAS ACCIONES COMUNICATIVAS DE LOS PLANES, PROGRAMAS Y PROYECTOS DE LA ADMINISTRACIÓN MUNICIPAL" B.P 38578.	$ 400,000,000	Contratación Directa (Ley 1150 de 2007)	SOCIEDAD TELEVISIÓN DEL PACÍFICO LIMITADA - TELEPACÍFICO	166 Días
4111.0.27.1.001 DE 2015	VALLE DEL CAUCA - ALCALDÍA MUNICIPIO DE CALI	transmitir y difundir por el canal regional telepacifico tres eventos instituionales que den cuenta de las actividades, programas y proyectos de la administración municipal en beneficio de la comunidad caleña en desarrollo del proyecto identificado con ficha BP 2203851 denomindo implementación de acciones comunicativas para la rendición de cuentas en beneficio de la comunidad de Santiago de Cali	$ 38,880,000	Contratación Directa (Ley 1150 de 2007)	SOCIEDAD TELEVISIÓN DEL PACÍFICO LIMITADA - TELEPACÍFICO	355 Días
4111.0.27.016 DE 2015	VALLE DEL CAUCA - ALCALDÍA MUNICIPIO DE CALI	Transmitir y difundir a través de un Canal regional de amplia difusión, tres eventos institucionales que den cuenta de las actividades, programas y proyectos de la administración Municipal en beneficio de la comunidad caleña en desarrollo del proyecto identificado con ficha BP 22038561 denominado ¿IMPLEMENTACIÓN DE ACCIONES COMUNICATIVAS PARA LA RENDICIÓN DE CUENTAS EN BENEFICIO DE LA COMUNIDAD DE SANTIAGO DE CALI¿	$ 40,900,000	Contratación Directa (Ley 1150 de 2007)	SOCIEDAD TELEVISIÓN DEL PACÍFICO LIMITADA - TELEPACÍFICO	24 Días
4152.0.26.1.230-2015	VALLE DEL CAUCA - ALCALDÍA MUNICIPIO DE CALI	Prestar los servicios de diseño, producción y divulgación de campaña de sensibilización en prevención y seguridad vial en Santiago de Cali, dirigida a actores viales: peatones, motociclistas, ciclistas y conductores de vehículos, promoviendo comportamientos, actitudes y prácticas de respeto por las normas de tránsito y cultura ciudadana armónica, así como fomentando relaciones de confianza entre la autoridad y la comunidad, ficha EBI 02-033164 Fortalecimiento en la Formación de la Cultura Vial Municipio de Cali.	$ 403,000,000	Contratación Directa (Ley 1150 de 2007)	SOCIEDAD TELEVISIÓN DEL PACÍFICO LIMITADA - TELEPACÍFICO	20 Días
4145.0.27.1.020-2013	VALLE DEL CAUCA - ALCALDÍA MUNICIPIO DE CALI	Contratar la preproducción, producción y postproducción de microprogramas de televisión de 5 minutos de duración cada uno y emisión en canal de amplia cobertura local y regional en horarios de alta tele-audiencia, de conformidad con las especificaciones señaladas en los estudios previos con el fin de aportar al desarrollo del proyecto identificado con ficha BP 01041814 denominado Fortalecimiento de las estrategias de divulgación de la Secretaría de Salud Pública Municipal en el Municipio de Santiago de Cali.	$ 175,500,000	Contratación Directa (Ley 1150 de 2007)	SOCIEDAD TELEVISIÓN DEL PACÍFICO LIMITADA - TELEPACÍFICO	193 Días
4162.0.26.1.511	VALLE DEL CAUCA - ALCALDÍA MUNICIPIO DE CALI	Aunar esfuerzos administrativos, técnicos, financieros y humanos entre el Municipio de Santiago de Cali - Secretaría de Deporte y Recreación y RADIO TELEVISIÓN NACIONAL DE COLOMBIA - RTVC, para la preproducción, producción, transmisión y emisión del Campeonato del Mundo de Atletismo de Menores IAAF Cali 2015	$ 1,275,000,000	Contratación Directa (Ley 1150 de 2007)	SOCIEDAD TELEVISIÓN DEL PACÍFICO LIMITADA - TELEPACÍFICO	2 Meses

[15] Fuente: Secop

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

Al revisar la información del cuadro anterior; podemos evidenciar que la modalidad de contratación para Prestar servicios de difusión y divulgación empleando plataformas de medios masivos de comunicación en la clasificación de televisión, para la promoción de campañas y gestiones del Distrito de Santiago de Cali orientadas por la Oficina de Comunicaciones, con el fin de implementar una adecuada y oportuna comunicación institucional de la gestión pública hacia la comunidad de Santiago de Cali de conformidad con el proyecto BP 26003011; está lineada por la contratación directa; ahora bien, al analizar cuales son las posibles causas de este tipo de contratación debemos apoyarnos en los objetos de los contratos enunciados, donde se especifíca el propósito del servicio a contratar y su alcance; es decir se define la cadena radial y su impacto sobre los radioescuchas que se pretenden impactar y/o en la entrega del mensaje a difundir, que está intimamente ligado a la estrategia administrativa que se quiere comunicar.

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

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

Procesos de Contratación de otras Entidades Estatales[16]

Número de proceso	Entidad	Objeto contractual	Valor	Modalidad de selección	Proveedor	Plazo del contrato
CI-01-15	VALLE DEL CAUCA - CONTRALORÍA DEPARTAMENTAL DEL VALLE DEL CAUCA	Contratar el servicio de producción y postproducción de 36 programas de televisión de corte institucional y con duración de media hora, así como la emisión semanal del mismo, con posterior repetición dentro de la programación del canal.	$ 50,000,000	Contratación Directa (Ley 1150 de 2007)	FUNDACION UNIVERSIDAD DEL VALLE	9 Meses
213 DE 2013	MINISTERIO DE VIVIENDA, CIUDAD Y TERRITORIO (MINVIVIENDA)	EL CONTRATISTA se obliga para con EL MINISTERIO a efectuar la emisión de cuarenta (40) programas, institucionales de televisión del Ministerio de Vivienda, Ciudad y Territorio.	$ 32,999,993	Contratación Directa (Ley 1150 de 2007)	SOCIEDAD TELEVISION DEL PACIFICO LIMITADA, TELEPACIFICO.	283 Días
186	SOCIEDAD TELEVISIÓN DEL PACÍFICO LTDA. - TELEPACÍFICO	COMERCIALIZACION Y VENTA DE LOS SERVICIOS DE TELEPACIFICO	$ 230,000,000	Contratación Directa (Ley 1150 de 2007)	ADD MEDIA S.A.S.	19 Días
CONTRATACIÓN DIRECTA 003 DE 2021	CUNDINAMARCA - CONCEJO MUNICIPAL DE GACHANCIPA	CONTRATACIÓN DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS PARA LA TRANSMISIÓN EN VIVO Y EN DIRECTO DE LAS SESIONES PLENARIAS DEL CONCEJO MUNICIPAL DE GACHANCIPÁ – CUNDINAMARCA PARA LA VIGENCIA 2021.	$ 6,375,000	Contratación Directa (Ley 1150 de 2007)	ASOCIACIÓN DE COPROPIETARIOS DE LA ANTENA PARABÓLICA DE GACHANCIPÀ APG	11 Meses
0273-21	ANTIOQUIA - ASOCIACIÓN CANAL LOCAL DE TELEVISIÓN DE MEDELLÍN - TELEMEDELLIN -	Pauta publicitaria en Minuto 30 y sus medios convergentes.	$ 90,000,000	Contratación Directa (Ley 1150 de 2007)	Minuto 30 SAS	156 Días
CI-01-15	VALLE DEL CAUCA - CONTRALORÍA DEPARTAMENTAL DEL VALLE DEL CAUCA	Contratar el servicio de producción y postproducción de 36 programas de televisión de corte institucional y con duración de media hora, así como la emisión semanal del mismo, con posterior repetición dentro de la programación del canal.	$ 50,000,000	Contratación Directa (Ley 1150 de 2007)	FUNDACION UNIVERSIDAD DEL VALLE	9 Meses
947-16	ANTIOQUIA - ASOCIACIÓN CANAL LOCAL DE TELEVISIÓN DE MEDELLÍN - TELEMEDELLIN	EMISIÓN DE PAUTA PUBLICITARIA Y PRODUCTOS ESPECIALES A TERCEROS EN EL CANAL TELEENVIGADO PARA LOS DIFERENTES CLIENTES DE LA AGENCIA Y CENTRAL DE MEDIOS DE TELEMEDELLÍN.	$ 15,312,000	Contratación Directa (Ley 1150 de 2007)	VIVO TV PRODUCCIONES SAS	88 Días
OCSJ-MC-PS-211-2018	META - GOBERNACIÓN	PUESTA EN MARCHA DE LAS ESTRATEGIAS COMUNICATIVAS PARA LA DIFUSIÓN PARA LA DIFUSIÓN DE LAS ACCIONES, PROGRAMAS E INVERSIONES DE LA ADMINISTRACION DEPARTAMENTAL	$ 9,000,000	Contratación Mínima Cuantía	LEONEL URIEL ALZATE	72 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; bajo la modalidad de contratación directa; las modalidades de selección varían de acuerdo con las necesidades y presupuesto.

[16] Fuente: Secop

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

Para este caso en particular donde las particularidades propias del servicio y el enfoque segmentan los medios de comunicación; la contratación directa cobra un factor relevante como proceso eficaz debido a la naturaleza del servicio y el objeto tan puntual cuyo resultado depende estrictamente del medio de comunicación que a su vez esta direccionado al público objetivo que se quiere impactar o está íntimamente ligado a la franja o nivel de dispersión de la comunicación dando como resultado la contratación del concesionario que cuenta con la franja y nivel de dispersión requerido.

Estudio de la Oferta

Si bien este documento ha mostrado la Televisión como medio de comunicación nacional; es importante precisar que existen canales regionales donde la información, entretenimiento, cultura y deporte entre otros está enfocado a resaltar los sucesos cotidianos de los habitantes de una región en particular.

La televisión regional nace con el decreto 3100 de 1984 con el que se autorizó la creación de canales públicos regionales, formaba parte del Estatuto de la Televisión que hacía trámite en el Congreso de la República y el cual quedó consignado en la Ley 42 de 1985, que además de consagrar ese derecho a las regiones, intentaba reestructurar las normas y reglamentaciones que regían el manejo de la televisión pública nacional.

Es así como después de 30 años de la llegada del medio audiovisual las regiones comenzaron a producir su propia televisión, y como se ha visto, la lucha por ganarse ese espacio no fue corta ni mucho menos sencilla, como tampoco lo sería su comienzo y los primeros años de funcionamiento. El primer canal de este tipo en entrar en funcionamiento fue Teleantioquia el 11 de agosto de 1985. A éste le siguieron Telecaribe el 28 de abril1986 y Telepacífico el 3 de julio de 19884. Después saldrían al aire Telecafé (1992), Televisión Regional de Oriente (1996), TV Andina, hoy en día Canal 13 (1998) y Teleislas (2004).

Con el nacimiento de estos canales la oferta y el panorama televisivo del país se amplió, y este medio de comunicación se posicionó como nuevo escenario para la reconfiguración y reproducción de los mitos, las historias y las costumbres de las regiones que durante tanto tiempo estuvieron ausentes de las propuestas de la televisión de carácter nacional (García-Ramírez, 2011, p. 83). La misión de la televisión regional era estimular la producción y circulación de símbolos y valores de cada una de las áreas culturales constituyéndose en una verdadera alternativa que irradiara y reflejara la cultura, los valores, las tradiciones propias del entorno, y que se convirtiera en el medio de comunicación por excelencia de las regiones.

Con la aparición de estos canales se inició un proceso de transformación en expresiones culturales tradicionales tales como el humor, la literatura y la música, pues muchas de ellas tuvieron que adaptarse y acomodarse a los nuevos modos de expresión que el medio audiovisual imponía.

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

Actualmente, en Colombia existen 29 canales regionales y locales de televisión que cubren las zonas más densamente pobladas del país, entre los más relevantes encontramos: TELEANTIOQUIA, TELEPACÍFICO, TELECARIBE, TELECAFÉ, TELEVISIÓN REGIONAL DE ORIENTE, TELEISLAS, TEVENADINA y CANAL CAPITAL.

Antioquia	
Canal	**Ciudad (Sede)**
Teleantioquia	Medellín
Telemedellin	Medellín
Cosmovisión	Medellín
Canal U	Medellín
Canal Une	Medellín
Tele Envigado	Envigado

Bogotá	
Canal	**Ciudad (Sede)**
Citytv	Bogotá
Canal 13	Bogotá
Canal Capital	Bogotá
Teleamiga	Bogotá
El Kanal	Bogotá
Tv. Centro	Bogotá
Canal ABN	Bogotá
CMB	Bogotá
Nova Televisión	Bogotá

Nariño	
Canal	**Ciudad (Sede)**
Universidad de Nariño	Pasto

Valle del Cauca	
Canal	**Ciudad (Sede)**
Telepacífico	Cali
Canal Universitario	Cali

Atlántico	
Canal	**Ciudad (Sede)**
Telecaribe	Barranquilla
UAC Canal 23	Barranquilla
Telebaranoa	Baranoa

Bolívar	
Canal	**Ciudad (Sede)**
Universidad de Cartagena	Cartagena

Boyacá	
Canal	**Ciudad (Sede)**
Arquidiócesis de Tunja	Tunja

Caldas	
Canal	**Ciudad (Sede)**
Telecafé	Manizales
Canal Une	Manizales

Cauca	
Canal	**Ciudad (Sede)**
Caucavisión	Popayán

Córdoba	
Canal	**Ciudad (Sede)**
Nortevisión	Montería

San Andrés y Providencia	
Canal	**Ciudad (Sede)**
Teleislas	San Andrés

Santander	
Canal	**Ciudad (Sede)**
TRO	Bucaramanga
Telesantander	Floridablanca

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

Con la experiencia acumulada por Teleantioquia y Telecaribe, el 8 julio de 1988 nace Telepacífico. Canal regional de la zona pacífica colombiana. Esta región agrupa los Departamentos de Chocó, Valle del Cauca, Cauca y Nariño. Telepacífico estaba autorizado por la ley para cubrir los cuatro departamentos, y al momento de su constitución, 1986, Cuando se asocian estas entidades se crea la sociedad de televisión, Televalle, que posteriormente sería Telepacífico las empresas socias eran INRAVISIÓN, el Instituto financiero para el desarrollo del Valle del Cauca –Infivalle- y el Departamento del Valle, lo cual en la práctica demostraba que el Canal era sólo del y para el Valle del Cauca[17].

Para el Gobierno Nacional y en particular para el Ministerio de Comunicaciones regente de la política de televisión en Colombia en 1986, era claro que ni Teleantioquia, ni ningún canal regional naciente, era capaz de sostenerse. Por eso mediante el Decreto 2683 autoriza la comercialización de los canales regionales y la aparición de contratistas privados. A un año de fundado el primer canal regional se repetía la historia de la televisión nacional. Se instaura un modelo mixto para la televisión regional, se copiaba el modelo nacional. En 1985 la televisión regional nacía como un medio cultural al que no le autorizaban ningún tipo de comercialización, y Telepacífico nacía con el camino despejado para hacerlo. Según Fernando Calero Aparicio[18], exgerente del canal, Telepacífico se preocupó por fomentar una política informativa independiente, pluralista, responsable y descentralizada a través de toda su propuesta de programación generalista.

Después de revisar el panorama nacional y regional del impacto que tiene la televisión como medio de comunicación masiva, así como la necesidad específica que se quiere suplir, se concluye que el mejor medio para realizar la labor de Prestar servicios de difusión y divulgación empleando plataformas de medios masivos de comunicación en la clasificación de televisión, para la promoción de campañas y gestiones del Distrito de Santiago de Cali orientadas por la Oficina de Comunicaciones, con el fin de implementar una adecuada y oportuna comunicación institucional de la gestión pública hacia la comunidad de Santiago de Cali de conformidad con el proyecto BP 26003011 el proveedor idóneo sería el canal independiente UNO, en sus espacio prime; adicional a esto, abarca un público más segmentado, que está pendiente de la información local y regional, focalizado en los estratos socioeconómicos 2, 3, 4 y 5. principalmente. Adicional a esto cuenta con un amplio rango de edades que se adaptan al nicho de mercado al que pretende la oficina de Comunicaciones llegar. El criterio de selección visualizando la necesidad y/o requerimiento puntual, en contraste con el análisis del canal de televisión que tenga mayor efectividad en la comunicación del mensaje permite concluir que la opción más eficiente y efectiva es la comunicación mediante un canal regional.

De este análisis junto con los modelos de contratación tanto de la Alcaldía de Cali como la de Otras entidades del sector se destaca la contratación directa como modelo óptimo y oportuno para suplir la necesidad expuesta anteriormente, sopesada bajo el *art. 24 N.1 Ley 80 de 1993. « (…) La contratación directa es un mecanismo de selección de carácter excepcional, en virtud del*

[17] Fuente: https://revistas.elpoli.edu.co/index.php/luc/article/view/283/250
[18] Fuente: https://revistas.elpoli.edu.co/index.php/luc/article/view/283/250

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

cual las entidades públicas en los casos expresa y taxativamente previstos en la ley (art. 24 N.1 Ley 80 de 1993), pueden celebrar contratos sin necesidad de realizar previamente un proceso de licitación pública o concurso, mediante un trámite simplificado, abreviado, ágil y expedito, que debe cumplir los mismos principios que la ley dispuso para el primero.[14] De esta manera *"la contratación directa es un procedimiento reglado excepcional y de aplicación e interpretación restrictiva, al cual pueden acudir las entidades públicas para celebrar contratos, en determinados eventos tipificados en la ley, en una forma más rápida, sencilla y expedita para la adquisición de bienes y servicios que por su cuantía, naturaleza o urgencia manifiesta, no precisa ni requiere de los formalismos y múltiples etapas y términos previstos para la licitación pública, aun cuando debe cumplir los principios que rigen la contratación pública. (…)[19]» y el artículo 13 de la Ley 335 de 1996 según el cual nadie podrá resultar adjudicatario de más de una concesión dentro del nivel territorial que le ha sido asignado y quien sea concesionario en una cadena no podrá serlo en otra, ni directamente ni por interpuesta persona, por lo que el canal regional que cumple las expectativas se encuentra concesionado, es el titular de la concesión con quien podría contratarse el servicio.*

Por lo anteriormente expuesto, para la selección del medio a vincular, no es conveniente utilizar criterios globales como trayectoria, horario y/o precio del servicio, pues si bien la necesidad podría prestarse por varios proveedores en el ámbito nacional, para la evaluación y escogencia del proveedor es determinante la audiencia, nivel socioeconómico, edad, escolaridad y franja horaria, siendo la contratación directa el método correcto y transparente para seleccionar la mejor opción.

Matriz de riesgo

[19] Fuente: https://sintesis.colombiacompra.gov.co/jurisprudencia/ficha/7547#:~:text=1%20Ley%2080%20de%201993,ley%20dispuso%20para%20el%20primero.

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

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

Conclusiones

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

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 impactan los nichos de mercado y población objetivo que pretende el mensaje impartir para generar la aceptación y recordación deseada.

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

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

- ✓ 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: Luz Mary Herrera Salazar, Contratista

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