Estudio de Sector que soporta el proceso para la contratación cuyo objeto es "Prestar el servicio logístico para la realización de una misión comercial para la promoción de la oferta turística de Cali como destino turístico conforme al proyecto de inversión."

Tabla de contenido

1. Introducción 2

2. Aspectos generales de mercado 2

2.1 Aspectos económicos 2
2.1.1 Producto interno bruto PIB 7

2.1.2 Valor agregado por actividad económica – profesionales, 142.1.3 Valor agregado por actividad económica – actividades 152.1.4 Comportamiento de la variación mensual IPC según divisiones y subclases 12

2.1.5 Evolución año corrido de la balanza de pagos 12

2.2 El turismo en general 20
2.2.1 Sector 292.2.2 Características del sector turístico nacional 20

2.3 Aspectos técnicos 29
2.3.1 Objetivo y especificaciones técnicas 2

2.4 Aspectos regulatorios 29
3. Análisis de la Demanda 30

3.1 Procesos de Contratación del Distrito de Santiago de Cali 35
3.2 Procesos de Contratación de otras Entidades Estatales 36
3.3 Análisis de los Procesos de Contratación identificados 37
a) Modalidad de Contratación 37

b) Plazo del contrato 37

c) Garantías exigidas 37

4. Análisis de la Oferta 38

4.1 Proveedores 38
4.2 Análisis de precios 39
4.3 Deducciones y retenciones 71
4.4 Análisis financiero 7

5. Conclusiones 72

1. Introducción

La función de compras debe estar orientada a satisfacer las necesidades del Distrito de Santiago de Cali y a obtener el mayor valor por el dinero público. Para cumplir con este objetivo, la Secretaría de Turismo debe conocer claramente cuál es su necesidad y determinar la mejor manera en que el mercado puede satisfacerla.

En este sentido, el Artículo No. 2.2.1.1.1.6.1. Del Decreto 1082 de 2015, estableció como deber de las entidades estatales elaborar el análisis de sector durante la etapa de planeación de un proceso de contratación pública, el cual busca orientar a la Entidad Estatal en la definición de requisitos habilitantes y técnicos de su proceso, así como en la caracterización de su mercado e identificación de posibles riesgos del proceso de contratación.

En este orden de ideas, se realiza el presente estudio del sector para la contratación cuyo objeto es: *"Prestar el servicio logístico para la realización de una misión comercial para la promoción de la oferta turística de Cali como destino turístico conforme al proyecto de inversión*", el cual tienen entre sus propósitos definir los criterios técnicos, financieros y organizacionales que debe tener en cuenta la Secretaria de Turismo del Municipio de Santiago de Cali en el proceso de contratación.

2. Aspectos generales de mercado

Es importante revisar el comportamiento de la economía a nivel regional, nacional y del sector turístico en general, segmento en el cual se centra la razón de contratación del servicio requerido por la Secretaría de Turismo del municipio de Santiago de Cali, el cual se describe a continuación. Se usan fuentes con información disponible desde el año 2019 hasta el año 2022, puesto que es la información actualizada con la que cuenta el organismo.

o 2.1. Aspectos Económicos

La Secretaria de Turismo del Distrito de Santiago de Cali, mediante el análisis del sector que se está realizando, revisa algunos factores y variables económicas que puedan afectar el entorno y funcionamiento de las Empresas y el sector económico al que pertenecen, en cuanto a oportunidades de aumentar beneficios que ofrecen, como también conocer la estructura del sector en que se mueve, ya que ello influirá en competencias y rentabilidad.

El proceso que se adelanta pertenece al sector servicios o sector terciario el cual engloba las actividades relacionadas con los servicios no productores o transformadores de bienes materiales.

Los servicios son actividades que satisfacen necesidades por eso es importante revisar esta economía, ya que emplea una enorme cantidad de mano de obra, y se diferencia del sector secundario y primario en que requieren bienes de capital para su desarrollo.

La medición y el análisis del comportamiento del sector son instrumentos claves en el diseño de políticas económicas y en la elaboración de planes y programas gubernamentales. Por ende, las estadísticas derivadas de la inversión en el sector antes mencionado, resulta indispensable para la correcta toma de decisiones de las autoridades públicas y del público en general, a continuación, se revisan cifras estadísticas y económicas que intervienen en la economía del proceso que adelanta.

2.1.1. Producto Interno Bruto - PIB[1]

En el tercer trimestre de 2022, el Producto Interno Bruto, en su serie original, crece 7,0% respecto al mismo periodo de 2021. 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 8,1% (contribuye 1,6 puntos porcentuales a la variación anual).
- Actividades artísticas, de entretenimiento y recreación y otras actividades de servicios; Actividades de los hogares individuales en calidad de empleadores; Actividades no diferenciadas de los hogares individuales como productores de bienes y servicios para uso propio crece 36,9% (contribuye 1,1 puntos porcentuales a la variación anual).
- Industrias manufactureras crece 7,0% (contribuye 0,9 puntos porcentuales a la variación anual).

Durante el tercer trimestre de 2022, respecto al mismo periodo del año anterior, el Producto Interno Bruto presenta un crecimiento de 9,4%. Esta variación se explica principalmente por:

- Comercio al por mayor y al por menor; Reparación de vehículos automotores y motocicletas; Transporte y almacenamiento; Alojamiento y servicios de comida crece 15,1% (contribuye 2,9 puntos porcentuales a la variación anual).
- Industrias manufactureras crece 12,6% (contribuye 1,6 puntos porcentuales a la variación anual).
- Actividades artísticas, de entretenimiento y recreación y otras actividades de servicios; Actividades de los hogares individuales en calidad de empleadores; Actividades no diferenciadas de los hogares individuales como

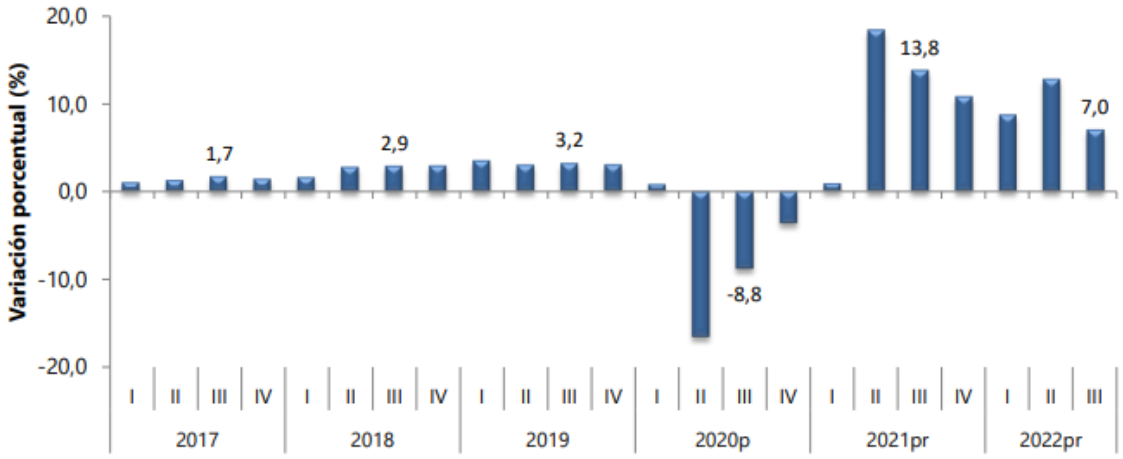
[1]PIB Información técnica (dane.gov.co)

productores de bienes y servicios para uso propio crece 37,0% (contribuye 1,2 puntos porcentuales a la variación anual).

Respecto al trimestre inmediatamente anterior, el Producto Interno Bruto en su serie ajustada por efecto estacional y calendario crece 1,6%. Esta variación se explica principalmente por la siguiente dinámica:

- Actividades artísticas, de entretenimiento y recreación y otras actividades de servicios;
- Actividades de los hogares individuales en calidad de empleadores; Actividades no diferenciadas
- de los hogares individuales como productores de bienes y servicios para uso propio crece 7,5%.
- Construcción crece 2,8%.
- Explotación de minas y canteras crece 1,9%

Gráfico No. 1. Producto interno bruto para Colombia 2017 - I / 2022 - III.



Cuadro No.1. Valor agregado por actividad económica - Tasas de crecimiento en volumen del tercer trimestre 2022 pr.

Actividad económica	Tasas de crecimiento (%)		
	Serie original		Serie ajustada por efecto estacional y calendario
	Anual	Año corrido	Trimestral
	2022pr- III / 2021pr-III	2022pr / 2021pr	2022pr- III / 2022pr-II
Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca	-1,4	-1,0	-1,2
Explotación de minas y canteras	2,5	1,3	1,9
Industrias manufactureras	7,0	12,6	0,9
Suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado[2]	2,7	4,9	-0,4
Construcción	13,4	9,2	2,8
Comercio al por mayor y al por menor[3]	8,1	15,1	0,9
Información y comunicaciones	14,0	17,6	1,5
Actividades financieras y de seguros	9,2	5,8	-0,2
Actividades inmobiliarias	2,1	2,0	0,4
Actividades profesionales, científicas y técnicas[4]	7,9	10,0	1,6
Administración pública, defensa, educación y salud[5]	2,9	6,1	-0,7
Actividades artísticas, de entretenimiento y recreación y otras actividades de servicios[6]	36,9	37,0	7,5
Valor agregado bruto	**6,6**	**9,2**	**0,9**
Total impuestos menos subvenciones sobre los productos	10,8	11,9	3,1
Producto Interno Bruto	**7,0**	**9,4**	**1,6**

Fuente: DANE, Cuentas nacionales

pr preliminar

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

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

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

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

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

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

2.1.2 Valor agregado por actividad económica- Actividades profesionales, científicas y técnicas[2]

En el tercer trimestre de 2022pr, el valor agregado de las actividades profesionales, científicas y técnicas; y actividades de servicios administrativos y de apoyo crece 7,9% en su serie original, respecto al mismo periodo de 2021pr. Esta dinámica se explica por los siguientes comportamientos:

- Actividades profesionales, científicas y técnicas crece 5,1%.

[2] https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/pib/bol_PIB_IIItrim22_producion_y_gasto.pdf

- Actividades de servicios administrativos y de apoyo crece 10,1%.

Respecto al trimestre inmediatamente anterior en su serie ajustada de efecto estacional y calendario, el valor agregado de las actividades profesionales, científicas y técnicas; y actividades de servicios administrativos y de apoyo crece 1,6%, explicado por:

- Actividades profesionales, científicas y técnicas crece 1,7%.
- Actividades de servicios administrativos y de apoyo crece 3,0%.

Cuadro No. 2. Actividades profesionales, científicas y técnicas
Tasas de crecimiento en volumen.
Tercer trimestre 2022 pr.

Actividad económica	Tasas de crecimiento (%)		
	Serie original		Serie ajustada por efecto estacional y calendario
	Anual	Año corrido	Trimestral
	2022[Pr]- III / 2021[Pr]-III	2022[Pr] / 2021[Pr]	2022[Pr]- III / 2022[Pr]-II
Actividades profesionales, científicas y técnicas[1]	5,1	8,4	-1,7
Actividades de servicios administrativos y de apoyo	10,1	11,2	3,0
Actividades profesionales, científicas y técnicas[3]	**7,9**	**10,0**	**1,6**

Fuente: DANE, Cuentas nacionales

[Pr]preliminar

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

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

2.1.3 Valor agregado por actividad económica- Actividades artísticas, de entretenimiento y recreación y otras actividades de servicios.[3]

En el tercer trimestre de 2022pr, el valor agregado de las actividades artísticas, de entretenimiento y recreación y otras actividades de servicios; actividades de los hogares individuales en calidad de empleadores; actividades no diferenciadas de los hogares individuales como productores de bienes y servicios para uso propio crece 36,9% en su serie original, respecto al mismo periodo de 2021pr. Esta dinámica se explica por los siguientes comportamientos:

- Actividades artísticas, de entretenimiento y recreación y otras actividades de servicios crece 39,9%.

[3] https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/pib/bol_PIB_IIItrim22_producion_y_gasto.pdf

- Actividades de los hogares individuales en calidad de empleadores; actividades no diferenciadas de los hogares individuales como productores de bienes y servicios para uso propio crece 21,8%.

Respecto al trimestre inmediatamente anterior en su serie ajustada por efecto estacional y calendario, el valor agregado de las actividades artísticas, de entretenimiento y recreación y otras actividades de servicios; actividades de los hogares individuales en calidad de empleadores; actividades no diferenciadas de los hogares individuales como productores de bienes y servicios para uso propio decrece un 7,5% explicado por:

- Actividades artísticas, de entretenimiento y recreación y otras actividades de servicios crece 7,5%.
- Actividades de los hogares individuales en calidad de empleadores; actividades no diferenciadas de los hogares individuales como productores de bienes y servicios para uso propio decrece 18,8%.

Cuadro No. 3. Actividades artísticas, de entretenimiento y recreación y otras actividades de servicios
Tasas de crecimiento en volumen.
Tercer trimestre 2022 pr.

Actividad económica	Tasas de crecimiento (%)		
	Serie original		Serie ajustada por efecto estacional y calendario
	Anual	Año corrido	Trimestral
	2022pr- III / 2021pr-III	2022pr / 2021pr	2022pr- III / 2022pr-II
Actividades artísticas, de entretenimiento y recreación y otras actividades de servicios	39,9	37,2	7,5
Actividades de los hogares individuales en calidad de empleadores[3]	21,8	35,7	-18,8
Actividades artísticas, de entretenimiento y recreación y otras actividades[1]	**36,9**	**37,0**	**7,5**

Fuente: DANE, Cuentas nacionales

pr preliminar

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

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

[3]Actividades de los hogares individuales en calidad de empleadores; actividades no diferenciadas de los hogares individuales como productores de bienes y servicios para uso propio.

Las cifras anteriores presentadas por el DANE, nos indica los cambios de corto plazo del PIB que ha tenido en cada una de las actividades económicas, lo que permite analizar el mercado o los sectores para la toma de decisiones del Gobierno, los gremios, las Empresas y público en general.

2.1.4 Comportamiento de la variación mensual del IPC según divisiones y subclases[4]

Teniendo en cuenta que el proceso que se adelanta es responsabilidad de la Secretaría de Turismo del Distrito de Santiago de Cali, es importante consultar el comportamiento de los indicadores de precios al consumidor con el fin de conocer las actuaciones de ciertas divisiones. A la fecha del estudio el último boletín emitido por el DANE es el del mes de noviembre de 2022.

En el mes de octubre de 2022, el IPC registró una variación de 0,72% en comparación con septiembre de 2022, seis divisiones se ubicaron por encima del promedio nacional (0,72%): Alimentos y bebidas no alcohólicas (1,21%), Transporte (1,09%), Bienes y servicios diversos (0,90%), Recreación y cultura (0,89%), Muebles, artículos para el hogar y para la conservación ordinaria del hogar (0,77%) y, por último, Restaurantes y hoteles (0,77%). Por debajo se ubicaron: Salud (0,70%), Bebidas alcohólicas y tabaco (0,56%), Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles (0,40%), Prendas de vestir y calzado (0,23%), Información y comunicación (0,05%) y por último, Educación (-0,02%).

Cuadro No.4. IPC Variación y contribución anual según divisiones de gasto.

Según divisiones de gasto
Octubre 2021 - 2022

		2021		2022	
Divisiones de Gasto	Peso (%)	Variación (%)	Contribución Puntos Porcentuales	Variación (%)	Contribución Puntos Porcentuales
Alimentos y bebidas no alcohólicas	15.05	13.76	2.17	27.02	4.64
Muebles, artículos para el hogar y para la conservación ordinaria del hogar	4.19	3.81	0.15	16.74	0.67
Restaurantes y hoteles	9.43	7.55	0.72	16.55	1.63
TOTAL	100.00	4.58	4.58	12.22	12.22
Bienes y servicios diversos	5.36	3.65	0.20	11.48	0.61
Transporte	12.93	4.39	0.57	10.23	1.31
Prendas de vestir y calzado	3.98	-2.44	-0.09	9.07	0.31
Salud	1.71	3.91	0.07	8.45	0.15
Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles	33.12	3.72	1.22	7.04	2.30
Bebidas alcohólicas y tabaco	1.70	3.46	0.06	7.02	0.12
Recreación y cultura	3.79	1.06	0.04	6.40	0.23
Educación	4.41	-0.29	-0.01	5.82	0.24
Información y comunicación	4.33	-12.23	-0.52	0.21	0.01

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

En el mes de octubre de 2022, el IPC registró una variación de 12,22% en comparación con octubre de 2021. En el último año, las divisiones Alimentos y bebidas no alcohólicas (27,02%), Muebles, artículos para el hogar y para la conservación ordinaria del hogar (16,74%) y por último, Restaurantes y hoteles (16,55%) se ubicaron por encima del promedio nacional (12,22%). Entre tanto, las divisiones Bienes y servicios diversos (11,48%), Transporte (10,23%), Prendas de vestir y calzado (9,07%), Salud (8,45%), Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros

[4] https://www.banrep.gov.co/sites/default/files/ibp_ene_sep_2022.pdf

combustibles (7,04%), Bebidas alcohólicas y tabaco (7,02%), Recreación y cultura (6,40%), Educación (5,82%) y por último, Información y comunicación (0,21%) se ubicaron por debajo del promedio nacional.

Los mayores aportes a la variación anual se registraron en las divisiones de: Alimentos y bebidas no alcohólicas, Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles, Restaurantes y hoteles y Transporte, las cuales en conjunto contribuyeron con 9,88 puntos porcentuales al acumulado anual de dicha variación.

2.1.5 Evolución año corrido de la balanza de pagos.

- Resultados Globales.

Entre enero y septiembre de 2022, la cuenta corriente de la balanza de pagos del país registró un déficit de US $16.453 millones (m), superior en US $4.445 m al de un año atrás (Cuadro 1). Como proporción del PIB a septiembre, se estima que el déficit fue de 6,4%, superior en 1,1 puntos porcentuales (pp.) al estimado un año antes . Este incremento (1,1 pp.) se originó en el aumento en dólares del déficit corriente (1,9 pp.) y por el efecto de la depreciación del peso frente al dólar en la medición del PIB nominal en dólares (0,4 pp.), compensado parcialmente por el crecimiento del PIB nominal (1,1 pp.) .

En los primeros nueve meses de 2022, la cuenta financiera, incluyendo un aumento de las reservas internacionales por US $360 m, registró entradas netas de capital por US $15.447 m, superiores en US $4.573 m a lo reportado en el mismo periodo del 2021. Estas entradas de capital equivalen al 6,0% del PIB a septiembre, cifra superior en 1,2 pp. a la observada un año atrás (Cuadro 1)8 . Se estimaron errores y omisiones por US $1.006 m.

Cuadro No. 5. Balanza de pagos Colombia.

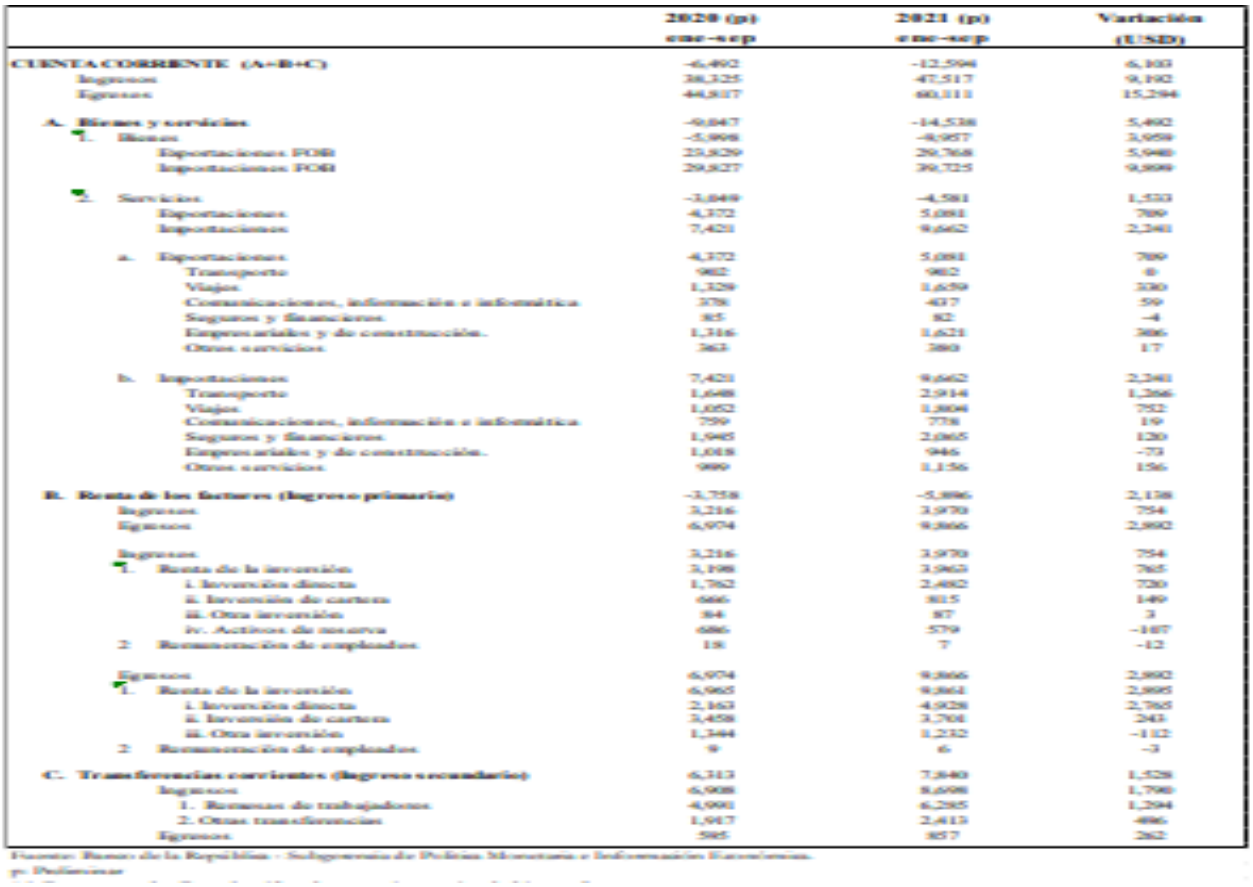
	2021 (ene-sep) (p)		2022 (ene-sep) (p)		Variación (US$ Millones)
	US$ Millones	% del PIB	US$ Millones	% del PIB	
Cuenta Corriente	-12.008	-5,3%	-16.453	-6,4%	4.445
Cuenta Financiera incluyendo variación de reservas internacionales	-10.873	-4,8%	-15.447	-6,0%	4.573
Errores y omisiones	1.135		1.006		
MEMO ITEM:					
Cuenta Financiera sin variación de reservas internacionales	-11.392	-5,0%	-15.807	-6,1%	4.415
Variación de reservas internacionales	519		360		-158

Fuente: Banco de la República - Subgerencia de Política Monetaria e Información Económica.
p: Preliminar

- Cuenta Corriente.

Por componentes de la balanza de pagos, el déficit corriente del país entre enero y septiembre de 2022 (US$ 16.453 m) se origina en los balances deficitarios de los rubros de renta de los factores (US$ 12.906 m), de comercio exterior de bienes (US$ 8.960 m) y del comercio exterior de servicios (US$ 3.774 m). Estos resultados fueron compensados parcialmente por los ingresos netos de transferencias corrientes (US$ 9.187 m) (Cuadro 2). En comparación con lo ocurrido un año antes, el balance deficitario de la cuenta corriente aumentó US$ 4.445 m, explicado principalmente por el incremento en los egresos netos del rubro renta de los factores (US$ 7.048 m). Estos resultados fueron compensados parcialmente por la reducción del déficit comercial de bienes (US$ 868 m) y de la balanza de servicios (US$ 387 m) y por el aumento de los ingresos netos por transferencias corrientes (US$ 1.348 m).

Cuadro No. 6. Balanza de pagos de Colombia – Cuenta Corriente
US$ Millones



- Comercio exterior de servicios.

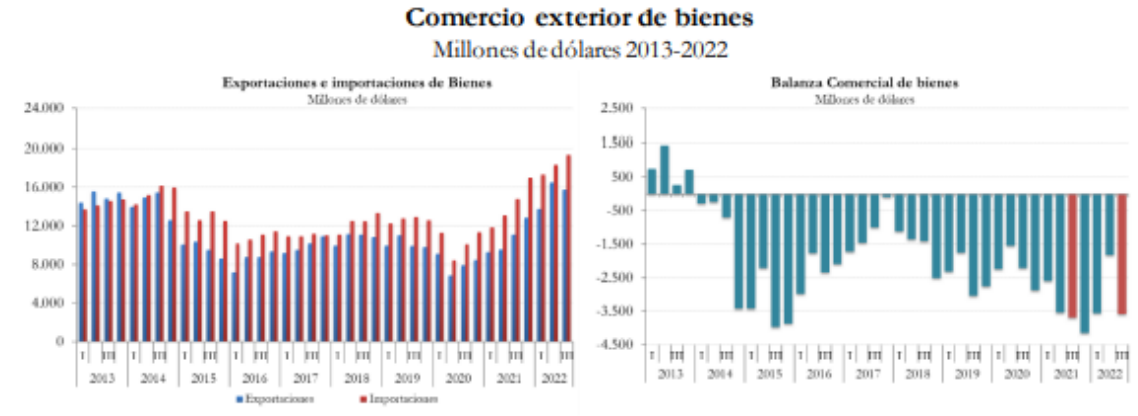
El comercio exterior de bienes reportado en la balanza de pagos entre enero y septiembre de 2022 registró un déficit de US $8.960 m, resultado de exportaciones

por US $46.032 m e importaciones por US $54.991 m. El déficit comercial fue inferior en US $868 m al de un año atrás (US $9.828 m).

En el periodo de análisis, los ingresos por exportaciones de mercancías totalizaron US $46.032 m, con un incremento anual de 54,0% (US $16.134 m). Este aumento se originó principalmente en las mayores ventas de petróleo y sus derivados (US$ 5.794 m), de carbón (US$ 5.562 m), y, en menor medida, en las de productos industriales (US$ 2.097 m) y de café (US$ 928 m).

El mayor valor exportado del petróleo crudo y carbón se explica tanto por el aumento en sus precios de exportación (49,1% y 127,8% respectivamente) como en sus cantidades despachadas (7,2% y 5,6% respectivamente). Por su parte, las mayores ventas externas de café se deben al aumento en sus precios (50,5%) compensado parcialmente por las menores cantidades vendidas (5,6%).

Gráfico No. 2. Comercio exterior de servicios.



Fuente: Cálculos del Banco de la República con base en información del Dane-Dian

El valor importado de mercancías durante los primeros nueve meses de 2022 sumó US $54.991 m, con un incremento anual de 38,4% (US $15.266 m). Este aumento fue generalizado y se explica principalmente por las mayores importaciones de insumos y bienes de capital para la industria (US$ 6.239 m, 28,3%), seguidas por las de combustibles y lubricantes (US$ 2.970 m, 133,8%) y las de bienes de consumo (US$ 2.162 m, 25,4%).

En cuanto a los términos de intercambio del país, durante el tercer trimestre de 2022 aumentaron 24,8% con respecto al mismo periodo de 2021 y se redujeron en 1,8% en comparación con el trimestre inmediatamente anterior (Gráfico 3). La dinámica anual se explica por el incremento de los precios de las exportaciones (43,4%) compensado Fuente: Cálculos del Banco de la República con base en información del Dane-Dian 11 Gráfico 3 Índice de términos de intercambio, precio de las exportaciones e importaciones* (índice 2005=100) Gráfico 4.A Comercio exterior de servicios Millones de dólares 2013-2022 parcialmente por el aumento en los precios de importación (14,9%). Por su parte, la reducción en términos trimestrales se debe

a la mayor reducción de los precios de los bienes exportados (2,1%) frente al de los importados (0,4%).

o 2.2. El Turismo en General

Según barómetro de la OMT[5], el turismo internacional siguió arrojando buenos resultados en julio de 2022 y, en los siete primeros meses de 2022, las llegadas alcanzaron el 57% de los niveles anteriores a la pandemia.

Las llegadas de turistas internacionales casi se triplicaron (+172%) en enero-julio de 2022, en comparación con el mismo periodo de 2021. Esta recuperación constante es reflejo de la fuerte demanda reprimida de viajes internacionales, especialmente en los meses de junio y julio, que constituyen la temporada estival del hemisferio Norte. La flexibilización o el levantamiento de las restricciones en un número creciente de países también contribuyó a la mejora de los resultados. Se estima que entre los meses de junio y julio de 2022 se registraron 207 millones de llegadas internacionales, más del doble de las registradas en los mismos dos meses del año pasado. Estos meses representan el 44% del total de las llegadas registradas en los siete primeros meses de 2022.

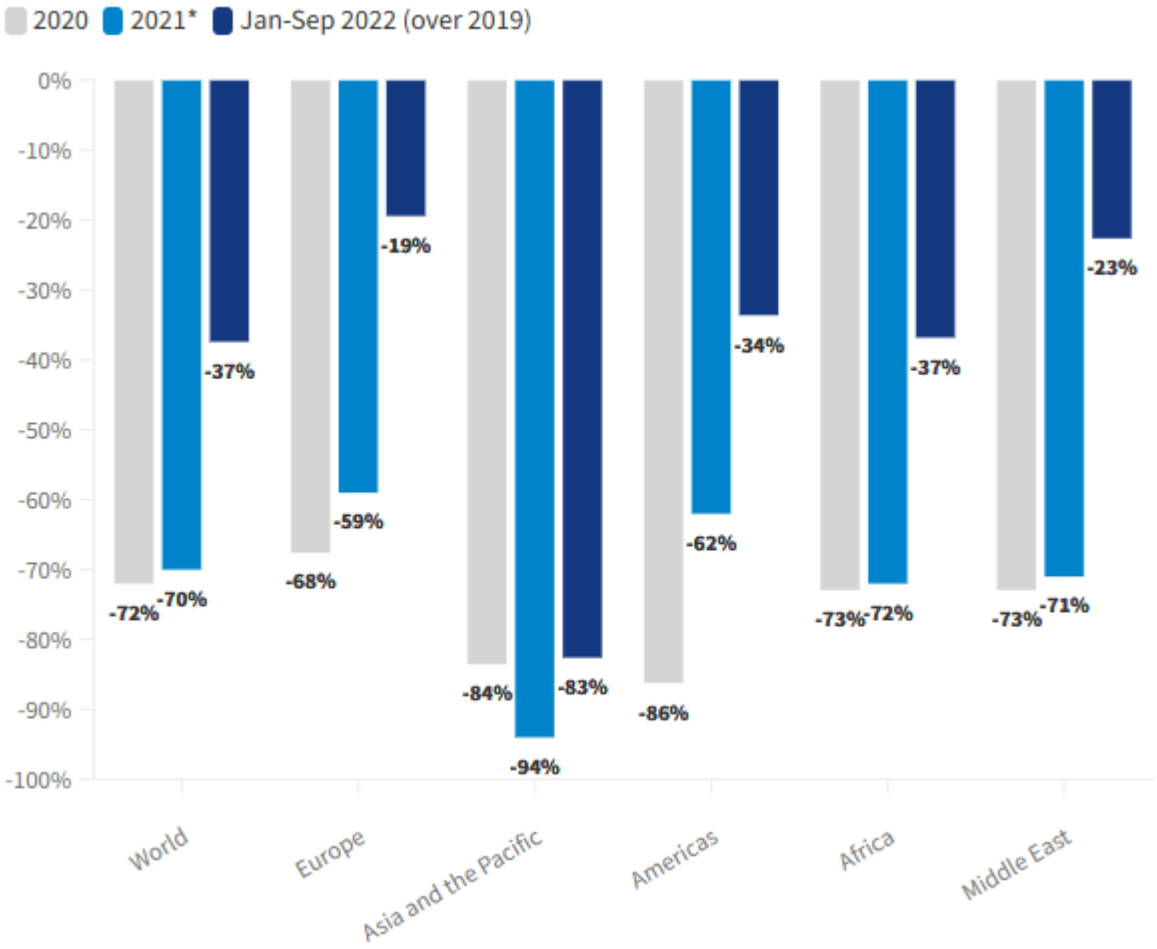
Europa y Oriente Medio fueron las regiones que mostraron la recuperación más rápida en el periodo enero-julio de 2022, con llegadas que alcanzaron respectivamente el 74% y el 76% de los niveles de 2019. Europa (+190%) acogió casi tres veces más llegadas internacionales que en los primeros siete meses de 2021, mientras que Oriente Medio (+287%) casi cuadruplicó las llegadas en el periodo enero-julio de 2022 en términos interanuales.

Las Américas (+103%) y África (+171%) también registraron un fuerte crecimiento en enero-julio de 2022 con respecto a 2021, alcanzando el 65% y el 60% de los niveles de 2019 respectivamente. En Asia y el Pacífico (+165%) las llegadas se duplicaron con creces en los primeros siete meses de 2022, aunque se mantuvieron un 86% por debajo de los niveles de 2019.

Según la encuesta de septiembre de 2022, el Grupo de Expertos en Turismo de la OMT calificó el periodo mayo-agosto de 2022 con una puntuación de 125 (en una escala de 0 a 200, El difícil entorno económico, con una elevada inflación y la subida de los precios del petróleo, agravado por la guerra de Ucrania, sigue siendo el mayor lastre para la recuperación del turismo, según los expertos, alrededor del 61% de los expertos ve ahora el posible retorno de las llegadas internacionales a los niveles de 2019 en 2024 o después, mientras que los que indican un retorno a los niveles pre pandémicos en 2023 han disminuido (27%) en comparación con la encuesta de mayo (48%)

[5]https://www.unwto.org/es/barometro-del-turismo-mundial-de-la-omt

Gráfico No. 3.
Llegadas de turistas internacionales, mundo y regiones



La Secretaría de Turismo de Santiago de Cali se ha propuesto, la necesidad de implementar una estrategia de promoción de la oferta turística de Cali como destino turístico que permita un acercamiento clave en mercados nacionales e internacionales.

Con el proceso que se adelanta, se busca seguir posicionando a Cali como un importante destino turístico de Colombia, por ello se hace necesario fortalecer la promoción de la oferta y los productos turísticos, generando estrategias que permitan mostrar toda la infraestructura turística disponible, ya que por su vocación, características geográficas, diversidad cultural, paisajística, biodiversidad, además de las actividades académicas, culturales, deportivas y el ya reconocido turismo de reuniones, la ciudad de Cali debe de posicionarse como un destino atractivo tanto para el mercado nacional como para el internacional.

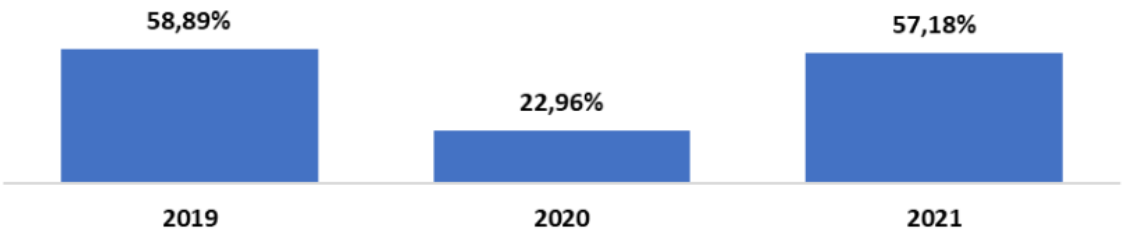
Cali puede destacarse entre los mejores destinos del País y del Mundo para visitar, en la medida que se establezcan estrategias innovadoras que permitan participar

en diferentes ferias y eventos en los que se alcance un relacionamiento clave y estratégico con actores y audiencias determinadas.

2.2.1. Sector turístico nacional

El sector de alojamiento y hospedaje en Colombia continúa en senda de recuperación, impulsado por un turismo interno fortalecido. La semana de receso escolar, los puentes festivos y la reactivación del turismo de negocios y eventos han impulsado la recuperación de los indicadores de este segmento de la economía.
Según el informe de indicadores hoteleros que publica mensualmente Cotelco[6], la ocupación hotelera nacional para octubre de 2021 fue de 57,18%, superior al dato 22,96% registrado en el mismo mes de 2020 pero inferior en 17,1% al indicador logrado en octubre de 2019, periodo en el cual la relación de habitaciones ocupadas con respecto a la oferta total fue de 58,89%.

Figura No. 3 Ocupación hotelera

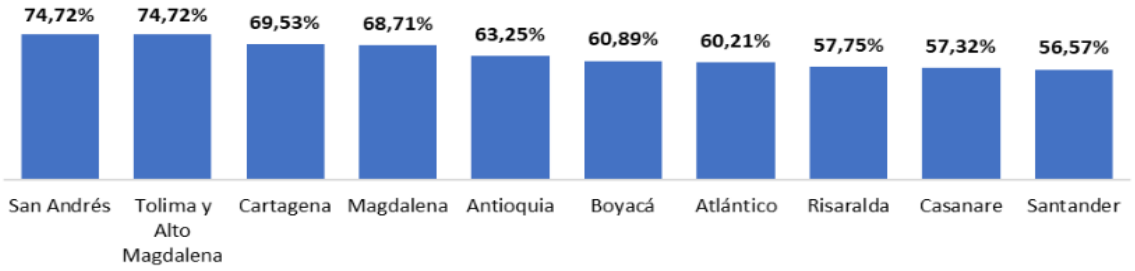


Fuente: Sistema de Información Hotelero - SIH de Cotelco

La dinámica del sector de alojamiento y hospedajes en Colombia ha mostrado una tendencia favorable en el segundo semestre del año por lo que ahora podemos decir que nos encontramos en una fase de recuperación luego de alcanzar pérdidas cercanas a los 12 billones de pesos como consecuencia de la pandemia del Covid19. Este buen desempeño está explicado por una demanda interna muy fortalecida que ha permitido alcanzar altas ocupaciones en fines de semana, puentes festivos y semana de receso, lo que se suma a la reactivación del segmento de turismo de negocios y eventos que también ha ayudado a aumentar los indicadores en ciudades como Bogotá, Cali y Medellín. De seguir consolidándose estos resultados, el gremio es optimista en que el sector logre una recuperación del flujo de caja para compensar las pérdidas generadas por la pandemia en una ventana de tiempo que va hasta el segundo semestre de 2022.

[6] https://www.cotelco.org/noticias/ocupaci%C3%B3n%20octubre

Figura No. 4 Destinos con mayor ocupación – octubre de 2021



Fuente: Sistema de Información Hotelero - SIH de Cotelco

El principal motivo de viaje de los extranjeros no residente en Colombia a noviembre de 2021 es el turismo con un 70% de participación, seguido de negocios con un 3%, eventos 2% y tratamiento médico. El Turismo creció un 25% comparado con el mismo periodo del año 2020 y decreció un -66% comparado con el año 2019.

Cuadro No.7 Motivo de viaje extranjeros a Colombia

Motivo de viaje Extranjeros a Colombia				
	2019	2020	2021	% var 2020-2021
Turismo	2.594.812	696.391	871.063	25%
Negocios	309.720	59.493	42.070	-29%
Eventos	95.727	20.839	30.439	46%
Tratamiento Medico	23.847	7.759	15.725	103%
Turismo y Trabajo	14.512	4.035	4.979	23%
Otros	948.827	211.974	280.168	32%
Totales	**3.987.445**	**1.000.491**	**1.244.444**	**24%**

Fuente Migración Colombia – elaboración propia

2.2.2. Características del sector turístico local

[7]El comercio exterior de servicios de Colombia registró entre enero y septiembre de 2022 un balance deficitario de US $3.774 m, resultado de exportaciones por US $9.195 m e importaciones por US $12.969 m. El déficit de la balanza de servicios fue inferior en 9,3% al de un año atrás (US$ 387 m).

Durante este periodo, la canasta exportadora de servicios del país estuvo compuesta principalmente por ventas externas de servicios tradicionales y de

[7] https://www.banrep.gov.co/sites/default/files/ibp_ene_sep_2022.pdf

servicios denominados modernos, (en especial servicios de contact center, informática y consultoría y gestión empresarial), los cuales sumaron en su orden US$ 6.114 m y US$ 2.790 m, con participaciones en el valor total de 66% y 30%. En cuanto a la canasta importadora, sobresalen las compras de servicios tradicionales (**Viajes** y transporte. Servicios modernos: telecomunicaciones, informática e información, cargos por uso de propiedad intelectual y otros servicios empresariales. Otros servicios: financieros, seguros y servicios de pensiones, manufactura de insumos físicos pertenecientes a otros, servicios de mantenimiento y reparación, servicios personales, culturales y recreativos y servicios del gobierno.) que representaron el 61% (US$ 7.898 m) del valor total importado de servicios, y de servicios modernos que tuvieron una participación de 25% (US$ 3.285 m), en este grupo se destacan los pagos por uso de propiedad intelectual y servicios de informática. El grupo de otros servicios registró un valor de US$ 1.786 m y aportó el 14% del valor total importado de servicios.

Las exportaciones de servicios en el periodo de análisis aumentaron US$ 3.777 m, incremento originado principalmente en las mayores ventas de servicios tradicionales (US$ 3.386 m, 124%) cuyo crecimiento se explica especialmente por los ingresos del rubro de viajes que se incrementaron en US$ 2.734 m respecto a igual periodo de 2021, debido al mayor número de viajeros internacionales que arribaron al país . En menor medida crecieron las ventas de servicios modernos (US$ 400 m, 17%), entre los que aumentaron principalmente las ventas de servicios contact center y de servicios de informática [8] -

Figura No.5. Exportaciones de servicios de la cuenta de viajes y transporte de pasajeros*.

Cuadro 2
BALANZA DE PAGOS DE COLOMBIA
CUENTA CORRIENTE
US$ Millones

	2021 (p) ene-sep	2022 (p) ene-sep	Variación (US$)
CUENTA CORRIENTE (A+B+C)	-12.008	-16.453	4.445
Ingresos	48.260	70.453	22.193
Egresos	60.269	86.907	26.638
A. Bienes y servicios	-13.990	-12.734	-1.256
1. Bienes	-9.828	-8.960	-868
Exportaciones FOB	29.897	46.032	16.134
Importaciones FOB	39.725	54.991	15.266
2. Servicios	-4.162	-3.774	-387
Exportaciones	5.418	9.195	3.777
Importaciones	9.579	12.969	3.390
a. Exportaciones	5.418	9.195	3.777
Transporte	977	1.630	652
Viajes	1.750	4.485	2.734
Comunicaciones, información e informática	469	618	149
Seguros y financieros	82	96	14
Empresariales y de construcción.	1.752	1.956	203
Otros servicios	386	411	24

[8] https://www.banrep.gov.co/sites/default/files/ibp_ene_sep_2022.pdf

Fuente: Banrepublica. Elaboración propia

En los primeros nueve meses de 2022 por concepto de IED se recibieron US $13.489 m (5,2% del PIB enero-septiembre), monto superior en US $6.659 m (97,5%) a lo recibido un año antes. La distribución por actividad económica de la IED recibida en este periodo fue la siguiente: servicios financieros y empresariales (34%), minería y petróleo (25%), transporte y comunicaciones (11%), industria manufacturera (10%), comercio y hoteles (8%), electricidad (5%), y el resto de sectores (7%).

Por tipo de aporte de capital, se estima que del total de ingresos recibidos por IED en el periodo de análisis, el 47,2% correspondió a nuevas participaciones de capital, el 38,1% a reinversión de utilidades y el 14,7% a deudas entre empresas con relaciones de inversión directa.

Cuadro No.8 Flujo neto de inversión extranjera directa en Colombia – ene – sept 2022

FLUJO NETO DE INVERSIÓN EXTRANJERA DIRECTA EN COLOMBIA - BALANZA DE PAGOS
US$ Millones

		2021 p ene-sep	2022 p ene-sep	Variación (US$)
I. Flujo neto de Inversión Extranjera Directa en Colombia (A+B+C)		**6.831**	**13.489**	6.659
A.	Participaciones de capital	2.165	6.364	4.200
B.	Reinversión de utilidades	2.462	5.136	2.673
C.	Instrumentos de deuda	2.204	1.989	-215

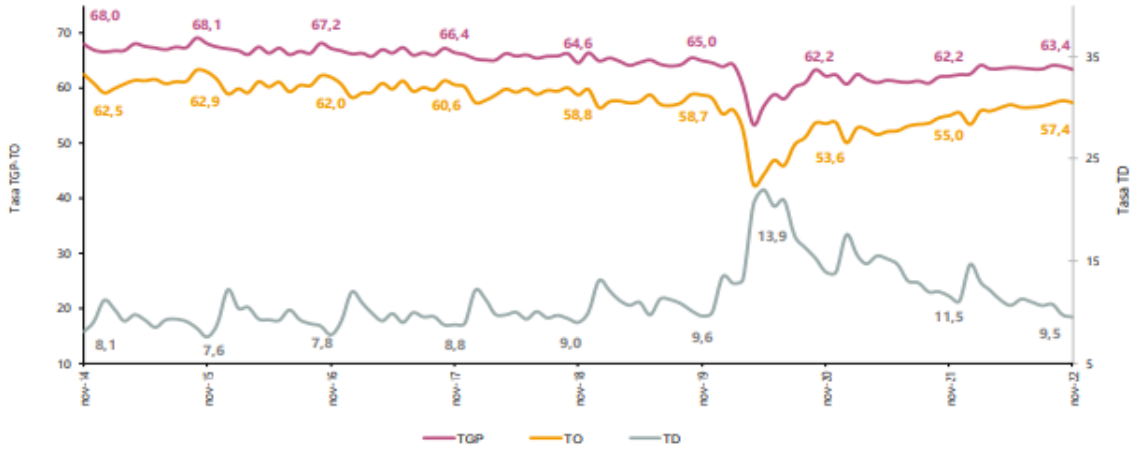
Fuente: Banco de la República, Balanza de Pagos, Sector Externo.

- Empleo

Para el mes de noviembre de 2022, la tasa de desempleo del total nacional fue 9,5%, lo que representó una reducción de 2,0 puntos porcentuales respecto al mismo mes de 2021 (11,5%). La tasa global de participación se ubicó en 63,4%, lo que significó un aumento de 1,2 puntos porcentuales respecto a noviembre de 2021 (62,2%). Finalmente, la tasa de ocupación fue 57,4%, lo que representó un aumento de 2,3 puntos porcentuales respecto al mismo mes de 2021 (55,0%).

Figura No.6. Tasa global de participación, ocupación y desempleo
Total, nacional
Noviembre (2020–2021)

Gráfico 2. Tasa global de participación, ocupación y desempleo
Total nacional
Noviembre (2014 – 2022)



- Flujos migratorios [9]

Las llegadas de visitantes extranjeros a Colombia siguen creciendo, con respecto a los registros de los años anteriores. Entre enero y octubre de 2022, arribaron al país 1.593.737 turistas, lo que representó un crecimiento de 239,8% frente al mismo periodo de 2021, según datos de Migración Colombia, con análisis de ProColombia.

Estados Unidos se consolida como el principal emisor de viajeros hacia Colombia, con una participación del 31%. Por su parte, los países de América Latina mantienen su dinamismo, liderados por México (7,2%), Perú (6,7%), Ecuador (6,4%), Chile (5,6%) y Panamá (4,5%). España se mantiene como el principal emisor fuera del continente americano, con una participación del 4% sobre el total.

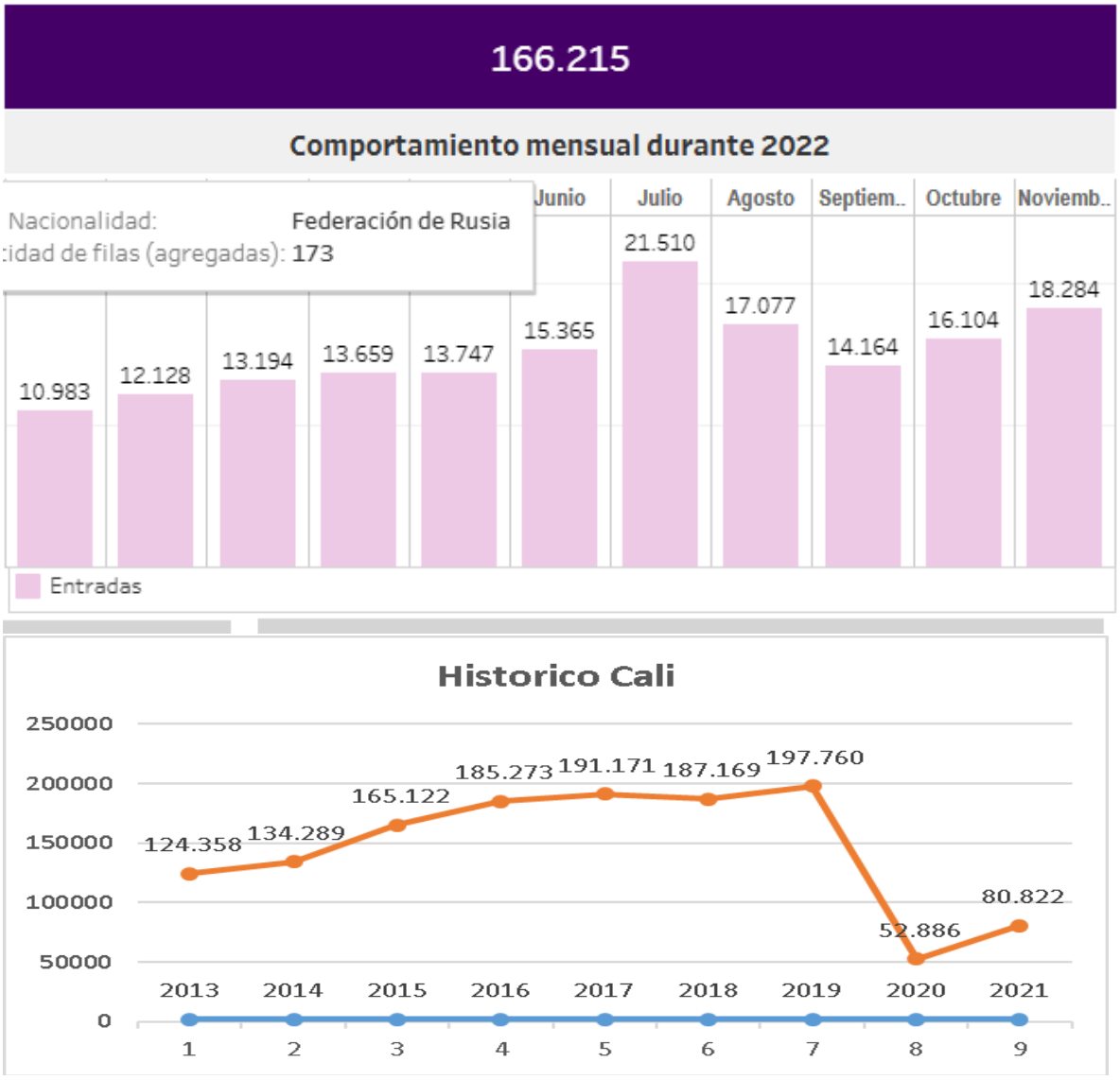
En cuanto a los principales destinos, Bogotá continúa liderando la recepción de viajeros internacionales con una participación del 38%. Medellín, Cartagena y Cali, participan con porcentajes de 19,5%, 19,1% y 5,6% respectivamente, y en conjunto representan un 44% sobre el total de las llegadas, superando los registros previos a la pandemia, cuando este era del 40%, con respecto al mismo período
.
Cuadro No.3 Comportamiento de turistas en Santiago de Cali durante el 2022.

Fuente: Migración Colombia. Cálculos propios.

[9] https://public.tableau.com/app/profile/migraci.n.colombia/viz/FlujosMigratorios-2022/Inicio

Santiago de Cali por su parte tuvo un crecimiento importante de visitantes extranjeros no residentes en Colombia en los años 2015, 2016, 2017 y 2019, con un 23%, 12%, 3% y 6% respectivamente. Caso contrario con el año 2020 que decreció significativamente en un -73% su principal motivo de este decrecimiento es por la emergencia sanitaria de Covid-19 que se viene presentando desde el mes de marzo de 2020, pero comparado con el periodo enero – noviembre de 2021 crece un 53% aun estando en la emergencia sanitaria por Covid-19, y teniendo en cuenta las pasadas protestas sociales vividas desde el 28 de abril de 2021 con casi dos meses de paro nacional en especial el distrito de Santiago de Cali. Ver figura 7

Figura No.7 Comportamiento visitantes extranjeros a Cali 2013 - 2021



Fuente: Migración Colombia. Cálculos propios.

Las principales ciudades visitadas por los extranjeros no residentes en Colombia durante el periodo enero – noviembre de 2021 son en primer lugar Bogotá con 489.797 (39,36%), seguido de Medellín 230.425(18,52%), Cartagena 166.436 (13,37%) y Cali 80.822 (6,49%).

Cuadro 4. Ciudades principales de los visitantes extranjeros

Ciudad	***2021***	***2020***	***Var 21/20***	***Participación nacional 2021***
Bogotá	489.797	381.627	28,34%	39,36%
Medellín	230.425	123.852	86,05%	18,52%
Cartagena	166.436	150.027	10,94%	13,37%
Cali	80.822	45.181	78,88%	6,49%
Barranquilla	49.986	25.297	97,60%	4,02%
Cúcuta	35.284	32.577	8,31%	2,84%
Total nacional	**1.244.444**	**907.479**	**37,13%**	

Fuente. Migración Colombia.

Santiago de Cali, hoy ocupa el cuarto lugar de destino de los extranjeros no residentes que llegan al país, por la diversidad de la oferta turística que cuenta con cinco modalidades turísticas (cultural, deportiva, salud y bienestar, naturaleza, negocios y reuniones, recreacional o vacacional).

La procedencia de los visitantes extranjeros no residentes en el periodo enero – noviembre de 2021, los estadounidenses ocupan el primer lugar de extranjeros que visitan Cali con 39.810 personas y una participación del 49%; seguido de Panamá con 4.228 y una participación del 5%, España 3.158 con el 4%, México 3.311 con el 4%, Chile 3.200 con el 4%, Ecuador y Venezuela con el 3%.

También podemos rescatar que se puede observar en la figura 8, que durante el periodo enero – noviembre de 2021 la ciudad obtuvo 206 visitantes extranjeros de países del medio oriente que representa el 0,3% del total de visitantes a la ciudad, que comparado con el año 2019 decreció un -84% en 1.069 visitantes menos del medio oriente, uno de los países que más frecuenta nuestra ciudad es Israel que en

2019 fueron 1.068 visitantes y en 2021 145 visitantes. Es importante potenciar estos países a nuestra ciudad especialmente Dubái ya que no ha tenido gran afluencia a nuestra ciudad y sería importante que la ciudad se dé a conocer como destino turístico de este importante país debido a su economía.

Cuadro 5. Flujos migratorios hacia Cali.

Procedencia del Visitante Extranjero a Cali Enero a Noviembre de 2021		
Nacionalidad	2021	% Part
Estados Unidos	39.810	49%
Otros	18.557	23%
Panamá	4.228	5%
México	3.311	4%
Chile	3.200	4%
España	3.158	4%
Venezuela	2.664	3%
Perú	2.290	3%
Ecuador	2.187	3%
Canadá	1.211	1%
Israel	145	0%
Turquia	48	0%
Egipto	6	0%
Arabia saudita	3	0%
Jordania	2	0%
Azerbaiyan	1	0%
Irak	1	0%
Total	80.822	100%

Fuente: Migración Colombia. Cálculos propios.

El principal motivo de viaje de los extranjeros que llegaron a Cali durante el periodo enero – noviembre de 2021, fue por actividades turísticas con el 66%, seguido de eventos y tratamiento médico con el 8%, negocios con el 3% y otros motivos con el 15%.

Cuadro 6. Motivo de viaje Cali.

Motivo de Viaje Visitantes Extranjeros a Cali					
	2019	2020	2021	% var 2020-2021	% Part
Turismo	143.801	38.511	53.563	39%	66%
Negocios	12.436	2.622	2.137	-18%	3%
Eventos	8.293	1.441	6.522	353%	8%
Tratamiento Medico	4.596	2.566	6.568	156%	8%
Turismo y Trabajo	888	191	227	19%	0,3%
Otros	27.746	7.568	11.805	56%	15%
Totales	**197.760**	**52.899**	**80.822**	**53%**	**100%**

Fuente: Migración Colombia. Cálculos propios.

- Flujos aéreos

Los flujos aéreos a Santiago de Cali durante el periodo enero – octubre de 2021 cerró con 272.710 pasajeros de vuelos internacionales lo que representó un crecimiento del 64% respecto al 2020 y un decrecimiento del -51% con el 2019; es decir, 285.752 personas menos. Mientras que el flujo de pasajeros aéreos nacionales también descendió a 451.772 personas disminuyendo un -22% comparado con el 2019.

El aeropuerto Internacional Alfonso Bonilla Aragón recibe más de 100 rutas internacionales con una sola escala y además es la única terminal aérea en Colombia, que NO cierra por condiciones climáticas. Tiene conectividad directa con 7 países y una frecuencia de 95 vuelos semanales, así mismo se conecta con 20 ciudades de Colombia con más de 373 frecuencias semanales. Cali es uno de los principales destinos turísticos del país. No obstante, este sector ha sido altamente afectado por la baja en la oferta de rutas aéreas a nivel nacional e internacional, lo cual se ha visto reflejado en el alto costo de los tiquetes aéreos y el decrecimiento de la llegada de extranjeros.

- El Turismo en Santiago de Cali

Cali cuenta con potencial en las cuatro diferentes modalidades de turismo: turismo cultural, turismo de salud y deportivo, turismo de naturaleza y turismo de reuniones.

El turismo cultural involucra diferentes productos turísticos como la gastronomía, visita a museos, turismo religioso, visita a sitios emblemáticos de la ciudad y por supuesto nuestro producto estrella y diferenciador; la salsa. El producto Turístico ancla es la salsa, dado que Cali es reconocida como la capital Mundial de la Salsa. También está la gastronomía que, gracias a la multiculturalidad de sus habitantes,

la ciudad encanta con su oferta de aromas, texturas y tradiciones, ofreciendo una fusión de cocinas que encantan. La ciudad tiene 5 zonas gastronómicas establecidas y la plaza de mercado Alameda con un potencial turístico. Cuenta con 62 establecimientos gastronómicos ubicados en zonas de interés turístico, los cuales generan 1.058 empleos.

Por otra parte, la ciudad cuenta con más de 50 eventos entre Ferias y Festivales durante todo el año, desde la Feria de las Aves en el mes de febrero hasta la Feria de Cali en el mes de diciembre. Se ha priorizado la Temporada de Festivales de Cali (TFC), es una iniciativa donde se desarrollan más de 12 festivales de talla internacional que posicionan a Cali como epicentro del circuito de las artes nacionales y la atracción de turistas nacionales e internacionales. En el 2019 llegaron 197.760 extranjeros.

La Sultana del Valle del Cauca tiene la fortuna de poseer un tesoro que vuela. Tiene el 29% de participación en cantidad de especies de aves en Colombia, lo que lo convierte en el municipio con mayor cantidad de aves en el país. Actualmente se han contabilizado más de 562 especies de aves. La observación de aves se hace fácil y mágica gracias a la gran cantidad de ecosistemas y sitios especializados que permiten a los amantes, encontrar colores entre los diferentes verdes de los caminos, las montañas, los valles y por supuesto, los humedales.

La ciudad posee una amplia oferta médica y de autocuidado lideradas por entidades reconocidas nacional e internacionalmente. Diferentes centros médicos, clínicas, laboratorios y fundaciones ubicadas en la zona norte, centro y sur de la ciudad, ponen a disposición paquetes de servicios muy completos y competitivos económicamente. Hay alrededor de 40 clínicas, algunas de ellas especializadas en diversas áreas de la medicina, 8 clínicas de oftalmología, 265 de odontología cosmética y ortodoncia, y aproximadamente 180 centros de estética, así como un gran número de reconocidos hospitales con un completo equipamiento para atender toda clase de enfermedades y realizar procedimientos quirúrgicos. Cali es considerada como un destino especializado en el turismo médico, puesto que se realizan alrededor de 50.000 procedimientos al año.

Adicionalmente cuenta con más de 500 escenarios deportivos comunitarios dispuestos para la práctica deportiva, recreativa y de actividad física, es reconocida como capital deportiva de América cuenta con la mejor infraestructura deportiva de Colombia. De esta manera cuatro complejos conforman en gran listado de escenarios dispuestos para la práctica de deportes de alto rendimiento y tiene 15 programas dirigidos a la comunidad, destinado para todas las edades y con entrada libre.

Cali dispone de 165 recursos y atractivos turísticos entre los cuales se encuentran, plazas y parques, monumentos, teatros, iglesias, museos, unidades deportivas y recreativas, zonas gastronómicas, espectáculos de salsa, sitios de naturaleza urbana y rural, estructuras arquitectónicas, miradores, centros culturales, entre otros.

Actualmente tiene una capacidad hotelera con 356 establecimientos de hospedaje en la ciudad. De acuerdo a cifras de la Asociación Hotelera del Valle del Cauca, Cali tuvo una ocupación hotelera preliminar a diciembre de 2021 del 35,57% (Nacionales: 63,60%, Extranjeros: 36,40%) y la tarifa promedio por habitación fue de $200.096, cuenta con 661 agencias de viajes entre mayoristas, minoristas y turismo, 78 empresas de transporte automotor, entre otros.

Figura 8. Establecimientos de Santiago de Cali con RNT 2019-2021.



Fuente: Situr Valle del cauca

Como se puede observar en la figura 9, las agencias de viajes[10] con RNT actualizado en 2021 existentes en la ciudad de Santiago de Cali son 661, las cuales se clasifican en Agencias de viajes y turismo, Agencias de viajes operadoras y Agencias de viajes mayoristas, donde:

Las Agencia de viajes y turismo son agencias de viajes y turismo las empresas comerciales, debidamente constituidas por personas naturales o jurídicas que se dediquen profesionalmente a vender planes turísticos, donde una de sus funciones

[10] https://ccas.org.co/wp-content/uploads/Decreto-502-de-1997.-Agencias-de-viajes.pdf

es organizar, promover y vender planes turísticos nacionales, para ser operados por las agencias de viajes operadoras establecidas legalmente en el país.

Las Agencias de viajes operadoras son agencias de viajes operadoras las empresas comerciales, debidamente constituidas por personas naturales o jurídicas que se dediquen profesionalmente a operar planes turísticos, donde una de sus funciones es operar dentro del país planes turísticos, programados por Agencias de viajes del exterior y del país.

Las Agencia de viajes mayoristas son agencias de viajes mayoristas las empresas comerciales, debidamente constituidas por personas naturales o jurídicas que se dediquen profesionalmente a programar y organizar planes turísticos, donde una de sus funciones es programar y organizar planes turísticos nacionales e internacionales, para ser ejecutados por agencias de viajes operadoras y vendidos por agencias de viajes y turismo, algunas pertenecientes a la asociación colombiana de agencias de viajes y turismo – "Anato",[11] entidad sin ánimo de lucro y de carácter gremial que representa, defiende y promociona los intereses generales del turismo y de las agencias de viajes en Colombia.

- Empleo PST

En cuanto a empleo, Cali en octubre de 2021 cuenta con 7.081 personas ocupadas relacionados con el turismo, de los cuales 2.599 son de agencias de viaje, 2.125 de establecimientos de alojamiento, 1.299 de transporte y 1.058 a establecimientos gastronómicos.

Figura 9. Empleo PST de Santiago de Cali octubre -2021



[11] https://anato.org/quienes-somos/

Fuente: Situr Valle del cauca.

Respecto al cierre del 2021, el empleo del sector turístico fue de 7.589 empleos,mientras que en 2020 el número de empleos fue de 6.740, lo que indica que se tuvo un incremento del número de empleos del 12.6%. Un indicador bueno para la reactivación de este sector que ha sido el más golpeado durante la pandemia COVID-19.

2.3. Aspectos Técnicos

[12]Los servicios de los Operadores Logísticos de Eventos pertenecen a la industria de reuniones, incentivos, conferencias y exhibiciones, MICE (por sus siglas en inglés. Meetings, incentives, conference and exhibitions). Según la International Association of Professional Congress Organizers, una reunión hace referencia a la confluencia de un número de personas en un lugar específico para realizar una actividad. Como cualquier proyecto, la gestión de eventos es un proceso a través del cual un evento se planea, prepara y produce. Incluye la valoración, definición, adquisición, distribución, dirección, control y análisis del tiempo, las finanzas, las personas, los productos, servicios y cualquier otro recurso para alcanzar los objetivos. De este modo cualquier operador logístico de eventos, debe estar en la capacidad de investigar, planear, organizar, implementar, controlar y evaluar el diseño, las actividades y los productos del evento.

Silvers (2017), explicando el proceso definido en el Event Management Body of Knowledge (EMBOK), indica que la gestión de eventos está compuesta por los procesos de inicio, planeación, implementación, los días del evento, y su cierre.

En la etapa de inicio, se define y valida el concepto del evento y se define el gerente del evento entre el operador logístico de eventos y el sponsor del proyecto y se establecen los compromisos para la gestión del riesgo del evento.

En la fase de planeación se definen las especificaciones, requerimientos, actividades, responsabilidades, recursos, condiciones y contextos del evento, y se hace el plan de gestión de riesgos. Después de la planeación del evento, se procede a implementarlo. En esta etapa se contratan, coordinan, y sincronizan todos los requerimientos operacionales y logísticos del evento, así como el control del plan de gestión de riesgos. En el cierre se finaliza el evento, se finalizan las obligaciones contractuales y se realiza el desmonte de todas las actividades, bienes o servicios provistos. El cierre también incluye la revisión de lecciones aprendidas entre el equipo organizador del evento y el cliente.

[12] http://www.juliasilvers.com/embok.htm-

La proyección, el desarrollo de los preparativos y la puesta en marcha de todo tipo de eventos, garantizan la socialización de los procesos, programas y productos, a través de medios masivos tradicionales y no tradicionales.

En cualquier proyecto que se planifique, las estrategias se determinan en función de los objetivos, del tiempo, los recursos, las habilidades, entre otros. Por lo tanto, en la actualidad el diseño y la implementación de estrategias de comunicación, así como la organización de eventos, se convierten en los medios de publicidad más utilizados, tanto por las empresas del sector privado como el público.

Teniendo en cuenta lo anterior, y considerando las condiciones pandémicas que impactaron la vida cotidiana de la comunidad y que por tanto transformaron la organización de eventos, se puede afirmar que la innovación digital, es una estrategia que se debe de integrar para equilibrar la participación presencial a los eventos que se pretendan realizar, y por tanto una participación mixta (presencial y digital) se consolida en la fórmula adecuada de brindar espacios a los ciudadanos para crear y conocer temas puntuales de interés general, entre ellos: Desarrollos tecnológicos, emprendimiento tecnológico, estrategias para el uso de Internet y conocimiento de operadores de servicios turísticos, actividades para incentivar el turismo, noticias relevantes sociales o institucionales entre otras.

En este orden de ideas, el mundo digital es el lenguaje actual entre la sociedad que permite entender los comportamientos y las inclinaciones de cada persona frente a temas de la ciudad. La vida cotidiana en una ciudad está fragmentada no sólo por las realidades socioeconómicas de quienes las habitan sino también por la múltiple diversidad de sus realidades culturales.

De igual forma, es pertinente resaltar que el apoyo logístico para la organización de eventos y actividades, se conoce como el proceso de diseño, planificación y producción de congresos, festivales, ceremonias, fiestas, convenciones, capacitaciones u otro tipo de reuniones, ya sean de índole social, político, administrativo. Siendo algunas de las tareas que incluye el apoyo: tramitación de permisos y autorizaciones, supervisión de los servicios de transportes, servicios gastronómicos, coordinación logística, ya sea de carácter presencial o digital.

Este apoyo logístico, se constituye en una de las variables de mayor importancia a la hora de determinar la calidad de una presentación en público. En este sentido y basados en el conocimiento de las necesidades de la Alcaldía, se requiere el apoyo para el desarrollo de las actividades y sub actividades que está contemplada en el Proyecto de inversión BP-26004153, que tiene como objetivo Implementación de una estrategia de misión comercial para la promoción nacional e internacional de Santiago de Cali, el cual se describe de la siguiente forma:

Tabla No.7 Actividades a desarrollar Proyecto de Inversión BP- 26004153 de 2022

ITEM	ACTIVIDAD	ACTIVIDADES DETALLADAS	VALOR
1	Realizar una estrategia de misión comercial que permitan la promoción de Santiago de Cali como destino turístico y su oferta, a nivel nacional e internacional	Participación de Cali como Distrito Turístico en actividades de promoción de terceros y propios a nivel nacional (coordinación logística, actividades y/o experiencias turísticas en el marco de la actividad, transporte aéreo, transporte terrestre, alimentación y bebidas, y alojamiento)	$169.000.000
2	Diseño y elaboración de material promocional sobre la oferta turística de Santiago de Cali	Diseñar e imprimir material promocional de apoyo e información sobre la ciudad. Esto incluye elaboración de brochures/folletos informativos sobre la oferta turística de Cali.	$8.500.000
		Elaborar material promocional de alta calidad característicos de la ciudad de Cali (souvenirs).	$12.500.000
		PRESUPUESTO TOTAL	**$190.000.000**

Para alcanzar las metas planteadas por el organismo, los proponentes deberán gestionar entre otras los siguientes :

- ✓ Transporte de personal (terrestre y aéreo).
- ✓ Hospedaje
- ✓ Agendas comerciales
- ✓ Amplificación de Sonido.
- ✓ Disposición de espacios locativos.
- ✓ Alquiler de sillas, mesas, tarimas, carpas, baños y manteles.
- ✓ Stand
- ✓ Experiencias
- ✓ Material POP
- ✓ Personal de Apoyo.
- ✓ Caracterización de prestadores de servicios turísticos.
- ✓ Ruedas de negocios
- ✓ Ambientación y decoración de espacios locativos.
- ✓ Sistemas de traducción.
- ✓ Servicio WIFI
- ✓ Ayudas audiovisuales.

- ✓ Escenografía, mobiliario y montaje
- ✓ Suministro de desayunos, almuerzos y refrigerios.
- ✓ Puntos de registro (Digital o presencial)
- ✓ Entre otros.

Los agentes que componen el sector de apoyo logístico son:

- Personas jurídicas
- Consorcios
- Cajas de Compensación
- Agencias de viajes
- Operadores Logísticos
- Hoteles

De igual forma, una de las estrategias más usadas para la recordación y el posicionamiento de la marca, es el material POP, que se consolida como una categoría del Marketing que recurre a la publicidad antes y durante de los eventos. Este material se entrega durante las jornadas de aprendizaje, capacitaciones, experiencias entre otros espacios, el cual tiene como propósito generar una permanencia de la marca recurriendo a una gran variedad de objetos donde se puede imprimir o estampar información de la Alcaldía de Cali. Este material comprende: bolígrafos, tazas, agendas, termos, camisetas entre otros.

El material P.O.P. históricamente se ha utilizado con el fin de visibilizar una marca, para que esta tenga recordación y reconocimiento frente al público; en la actualidad se podrían utilizar productos funcionales como termos, gorras, mugs entre otros. Dicho material puede ser utilizado dentro de los espacios de la empresa u organización, pero además puede ser obsequiado en eventos públicos o rifas. Su mayor ventaja es la exposición de la marca ya que el usuario, lo mantendrá en lugares visibles para sus amigos y familiares, además garantiza mayor durabilidad en el tiempo.

▪ 2.3.1. Objetivo y especificaciones técnicas

Las especificaciones técnicas se encuentran contenidas en el ANEXO 10 - ESPECIFICACIONES TÉCNICAS.

Para promocionar la oferta turística del distrito de Santiago de Cali de una forma exitosa es necesario implementar todas las fases que integran la materialización integral del servicio, en donde encontramos, una etapa de conceptualización de la estrategia de promoción, una preparación de itinerarios y viajes, hospedaje alimentación y agendas comerciales de acuerdo a los destinos en los que se pretenda difundir la oferta turística y una etapa de registros en ferias y eventos nacionales e internacionales con la respectiva

operación logística que implica el montaje y desmontaje de los Stand que sirven como escenarios de difusión con toda la logística que implique su operación y la respectiva disposición de material promocional.

En este orden de ideas y de acuerdo con los objetivos propuestos de propiciar la promoción efectiva de la oferta turística Caleña en el mercado nacional de forma acertada, y atendiendo al éxito de las misiones comerciales realizadas a las ferias organizadas anualmente por la Asociación Colombiana de Agencias de Viajes y Turismo (ANATO), se recomienda reiterar la misión comercial nacional a este importante evento con la presencia y participación de la Secretaría de Turismo en representación del Distrito de Santiago de Cali.

Lo anterior entendiendo que ANATO se consolida como la asociación colombiana de agencias de viajes y turismo,[13] entidad sin ánimo de lucro y de carácter gremial que representa, defiende y promociona los intereses generales del turismo y de las agencias de viajes en Colombia. Fue creada el 20 de octubre de 1949 y agremia agremia alrededor de 700 agencias de viajes y turismo, operadoras, mayoristas, operadores profesionales de congresos, eventos y convenciones y oficinas de representación turística, las cuales constituyen aproximadamente el 70% de los ingresos operacionales del subsector.

Además del respaldo y representación del que se constituye en el gremio turístico más antiguo de Colombia, y el conocimiento del sector tras 71 años de trayectoria, ANATO ofrece múltiples garantías y beneficios, de los cuales podemos destacar:

- La obtención del certificado ANATO, el cual lo diferencia de los demás prestadores de servicios turísticos.
- Tiene presencia en todo el país a través de 8 capítulos regionales y uno especializado, lo que permite una mayor visión de las necesidades del sector en toda Colombia.
- Incentivos especiales para participar en los eventos más importantes del sector como lo son la vitrina turística de ANATO, el congreso nacional de agencias de viajes, fam trips, ruedas de negocios, entre otros.
- Acceso a capacitaciones sobre temas importantes para el sector. En su mayoría exclusivas para asociados y gratuitas, con cobertura nacional a través de transmisión en vivo vía web.
- Acceso y participación en actividades de consultoría externa para la certificación de calidad en las normas técnicas sectoriales.

En este sentido, cabe destacar la Vitrina Turística[14] que se realiza cada año en Colombia y otros lugares del mundo, donde en el año 2021 en Colombia ANATO cerró con 10.500 visitantes profesionales, con más de 120.000 contactos

[13] https://anato.org/quienes-somos/

[14] https://vitrinaturistica.anato.org/la-vitrina-turistica-de-anato-cierra-con-mas-de-10-500-visitantes-profesionales/

comerciales realizados, lo que representa cerca de US 74 millones al año para el total de la vitrina, con la participación de 700 expositores y co expositores.

A pesar de las adversidades, ANATO demostró que el turismo regresó con fuerza gracias al trabajo público y privado y al esfuerzo de destinos internacionales.

La próxima Vitrina de ANATO será realizada los días 22 ,23 y 24 de febrero de 2023 en la ciudad de Bogotá,y contará con República Dominicana y San Andrés, Providencia y Santa Catalina como Destinos Invitados de Honor.

Así las cosas, y frente a la necesidad de promocionar acertadamente la oferta turística en el mercado nacional, la Secretaría de Turismo ha considerado conveniente realizar los diseños y especificaciones técnicas del STAND (que se adjuntan al presente estudio del sector) que deberá montarse en CORFERIAS en el evento denominado ANATO, pues es de vital importancia divulgar correctamente la imagen de la ciudad en un evento de tal relevancia.

2.4. Aspectos regulatorios

El marco legal del proceso de selección que se adelanta, está conformado de la siguiente manera:

MARCO REGULATORIO	
Conpes 3397 de 2005	Política Sectorial de Turismo
Conpes 3640 de 2010	Lineamientos de Política para el desarrollo del turismo de convenciones y congresos
Decreto 475 de 2020	Por el cual se dictan medidas especiales relacionadas con el sector Cultura, dentro del Estado de Emergencia Económica, Social y Ecológica
Resolución 626 del Ministerio de Salud y Protección Social	Por medio de la cual se adopta el protocolo general de bioseguridad para mitigar, controlar y realizar el adecuado manejo de la pandemia del Coronavirus COVID-19.

Ley 300 de 1996, modificada por la Ley 1558 de 2012	Define a los OPC como “las personas naturales o jurídicas legalmente constituidas que se dediquen a la organización de certámenes como congresos, convenciones, ferias, seminarios y reuniones similares, en sus etapas de gerenciamiento, planeación, promoción y realización, así como a la asesoría y/o producción de estos certámenes en forma total o parcial”
La Norma Técnica Sectorial NTS-OPC 001	Define los requisitos de calidad que deben cumplir los OPC durante la vigencia de sus servicios
Decreto No. 1074 de 26 de mayo de 2015	"Por medio del cual se expidió el Decreto Único Reglamentación del Sector Comercio, Industria y Turismo".
ley 300 de 1996	Ley general del turismo

3. Análisis de la Demanda

La Constitución Política creó el marco propicio para el turismo sostenible y responsable al plantear en el artículo (8), que el Estado y las personas están en la obligación de “proteger las riquezas culturales y naturales de la Nación”. Siendo el turismo una herramienta para incentivar la perduración en el tiempo de las riquezas y el patrimonio cultural de la nación.

Del mismo modo, La ley 300 de 1996, por la cual se expide la ley general de turismo y se dictan otras disposiciones, constituye el marco legal para el desarrollo del turismo en Colombia vinculando al turismo como industria de servicios, de libre iniciativa privada, libre acceso y libre competencia, esencial para el desarrollo social y económico del país y en especial para las entidades territoriales, regiones y provincias. En su artículo 1, indica que la industria turística es “industria esencial para el desarrollo del país y en especial de las diferentes entidades territoriales, regiones, provincias y que cumple una función social”.

La Secretaría de Turismo, en virtud del Decreto 411.0.20.0516 de 2016, es el Organismo encargado de liderar la planeación y gestión de políticas, planes, programas, proyectos y estrategias del Desarrollo Productivo y Comercial del Turismo, impulsando el desarrollo articulado e innovador de diferentes modalidades y productos turísticos, en asocio con los diferentes actores de la cadena productiva

y otros sectores estratégicos para incentivar la generación de ingresos, empleo y emprendimientos con enfoque territorial, poblacional y de sostenibilidad ambiental.

De acuerdo con el artículo 165 del citado Decreto, la Secretaría de Turismo, tiene a su cargo, entre otras funciones, promover y articular las diferentes modalidades de turismo que sean estratégicas para el desarrollo económico de la ciudad, y liderar estrategias para el desarrollo, fortalecimiento e innovación del portafolio de productos turísticos, promoviendo a su vez el cumplimiento de las normas técnicas de calidad y buenas prácticas, que permitan la formalización de los operadores de servicios turísticos en conjunto con los actores del sector, con enfoque de inclusión de población y territorio.

Cali está dentro de los primeros lugares como destino turístico de Colombia por su vocación, características geográficas, diversidad cultural, paisajística, biodiversidad, además de las actividades académicas, culturales, deportivas y el ya reconocido turismo de belleza y puede ascender en esta escala en la medida que se establezcan estrategias innovadoras en el desarrollo de productos turísticos, se fortalezca la calidad del servicio e integren estrategias avanzadas de promoción a nivel nacional e internacional.

Es así como surge el proyecto: "*Implementación de una estrategia de misión comercial para la promoción nacional e internacional de Santiago de Cali"* **de conformidad a la ficha BP- 26004153.**

Cali cuenta con un gran potencial para ofrecer sus servicios como destino turístico de Colombia por su vocación, características geográficas, gastronómicas, diversidad cultural, paisajística, biodiversidad, además de las actividades académicas, culturales, deportivas y el ya reconocido turismo de belleza. Contexto que debe de ser apoyado mediante una adecuada difusión estratégica a través de los canales idóneos que permitan una eficiencia del mensaje con el que se mantenga informado a los posibles consumidores de los productos, servicios y experiencias locales, resaltando la oferta turística local a través de una estrategia de marketing publicitario, fundamentado en datos estadísticos confiables.

Para el Distrito de Santiago de Cali, es importante participar de actividades y/o eventos que permitan mantener el posicionamiento de la ciudad y fortalecer la capacidad de convenios con los actores nacionales, regionales e internacionales de la cadena de valor del turismo, generando espacios de negociación de bienes y servicios turísticos a través de misiones comerciales.

Teniendo en cuenta los esfuerzos que se han venido realizando para el desarrollo turístico del Distrito, las fortalezas y oportunidades de la ciudad como destino turístico, especialmente su flora, su fauna y su cultura gastronómica como producto turístico sostenible, la Secretaría de Turismo inscribió el proyecto de inversión ya descrito.

En consideración de lo anterior, los eventos de talla nacional con relevancia en Latinoamérica, donde profesionales del sector tienen la oportunidad de encontrar, en un solo lugar, toda la oferta de bienes y servicios de la cadena turística de diferentes países y todas las regiones de Colombia con grandes y promisorias expectativas derivadas de los importantes avances para el sector turismo y la economía nacional, hechos como la globalización y la negociación de un proceso de paz hacen que la industria turística sea considerada uno de los sectores que impulsarán una mayor generación de oportunidades para empresarios y las poblaciones de todas las regiones del país.

Los eventos nacionales que tradicionalmente reúnen a los más importantes destinos operadores turísticos, son la oportunidad ideal para establecer contactos, iniciar relaciones profesionales y afianzar las existentes entre los expositores, participantes y diferentes agremiaciones; son los escenarios adecuados para posicionar al Distrito de Santiago de Cali y al Departamento del Valle del Cauca como un territorio turístico de vital importancia y promocionar los atractivos turísticos a nivel nacional e internacional.

La presencia de la Secretaría de Turismo de Cali en este tipo de eventos tiene la oportunidad de visibilizar la oferta de su cultura, su gastronomía, las mejores ferias, festivales, entre otras actividades, además de ser un espacio para mostrar experiencias únicas en las que se logrará a través de productos innovadores; visibilizar sus ejes como turismo de naturaleza (avistamiento de aves, deportes, aventura en el sector rural y ecoturismo), turismo cultural (salsa, gastronomía, manifestaciones culturales, historia y patrimonio), turismo de salud, bienestar y turismo deportivo.

Este proyecto busca además, desarrollar estrategias de alto impacto para posicionar a Cali destino turístico en diferentes mercados, que lo aproximen al público objetivo y que a su vez, establezca una conexión directa entre la experiencia vivida por turistas en momentos de verdad, (cuando accede al servicio turístico en el destino) y la promesa de valor ofrecida. Lo anterior debido a que Cali, es una ciudad de clara vocación turística, por su diversidad cultural, condiciones geográficas, paisajísticas y biodiversidad. El contar con un aeropuerto internacional y la cercanía a la cuenca del pacífico generan grandes posibilidades para el futuro vacacional y del negocio; dispone además de un gran reconocimiento internacional en temas de salud y bienestar, así como de ser gran anfitriona en eventos deportivos.

Es por ello que, el proyecto pretendido apunta directamente a permitir la visibilidad, promoción y posicionamiento estratégico de Cali como destino turístico, para lo cual se hace necesaria la interacción con todas las cadenas del sector turismo y así posicionar los circuitos turísticos distritales de Santiago de Cali, lo que permitirá a la ciudad la apertura de mercados nacionales e internacionales contactados para la promoción turística.

La información que se encuentra en el sector en cuanto a la demanda, permite generar conclusiones de la información revisada, estableciendo un histórico importante sobre cómo se contrata en el Distrito de Cali la participación en ferias y eventos nacionales e internacionales.

Esto permite obtener buenas prácticas en la compra pública, incentivando la transparencia de la objetividad de las modalidades de selección escogidas por las Entidades Estatales para satisfacer sus necesidades y generando mayor confianza y aplicación del objetivo de generar mayor valor por dinero dentro de los procesos de contratación.

La información que se encuentra en el sector respecto de la demanda, una vez revisada, permite generar conclusiones de la información.

A continuación, presenta la información consultada para este fin por parte de la Secretaría de Turismo.

3.1 Procesos de contratación del distrito de Santiago de Cali

Tabla No. 8

ENTIDAD	Nº DEL PROCES O	OBJETO	PLAZO	MODAL I DAD	VALOR
ALCALDÍA DE CALI – SECRETAR IA DE DEPORTE Y RECREACI ÓN	4162.010.32.1.20 39-2018	“Prestar servicios de logístico y operativo para desarrollar el evento denominado Cali Sportfest 2018 dentro de proyecto denominado implementación de congresos y exposiciones del deporte y la recreación en Santiago de Cali BP-26000160”	3 Meses	Licitac ión Public a	$ 945.971.460
ALCALDÍA DE CALI – SECRETARIA DE DEPORTE Y RECREACIÓN	4162.010.32.516-2019	“Prestación de servicios de logística para la operación y coordinación de las actividades que permitan la realización del Cali Sportfest 2019, en desarrollo del proyecto de inversión	2 Meses	Licitación Publica	$1.015.000.000

		apoyo a ligas,clubes y deportistas en procesos de deporte asociado en Santiago de Cali-BP-26001592”			
ALCALDÍA DE CALI – SECRETARIA DE DEPORTE Y RECREACIÓN	4162.010.32.327-2019	Contratar la prestación del servicio logístico para el desarrollo de los programas deportivos, recreativos y lúdicos en las instituciones educativas oficiales, en las comunas y corregimientos del municipio de Santiago de Cali	8 meses	Licitación Publica	$ 6.850.819.133
ALCALDÍA DE CALI- SECRETARIA DE PAZ Y CULTURA CIUDADANA	4164.010.32.1-2018	prestar el servicio de apoyo logistico a la secretaria de paz y cultura ciudadana del Municipio de santiago de cali, para el desarollo de actividades de los diferentes grupos de trabajo encaminadas al cumplimiento de su funcion misionali	8 meses	Licitación Publica	$962.583.792
ALCALDÍA DE CALI – SECRETARIA DE GOBIERNO	4112.060.32.1.147-2021	Contratar el servicio de apoyo logístico para el desarrollo de actividades encaminadas al fortalecimiento de la gestión pública para la Secretaria de Gobierno - Oficina de Comunicaciones de la Alcaldía de Santiago de Cali, en desarrollo de las actividades del proyecto denominado: “IMPLEMENTACIÓN DE ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL CLARA Y	6 Meses	Menor cuantía	$ 851.682.022

		TRANSPARENTE EN SANTIAGO DE CALI”			
ALCALDÍA DE CALI – SECRETARIA	4172.010.32.1.096-2020	Apoyar la promoción y difusión turística de Santiago de Cali implementando acciones que incentiven el consumo local y promuevan el turismo doméstico, en atención a la ficha BP 26002251 “APOYO A LA PROMOCIÓN TURÍSTICA DE SANTIAGO DE CALI”.	179 días	Contrato interadministrativo	$ 872.674.400

Fuente: Elaboración propia – SECOP II

3.2. Procesos de Contratación de otras Entidades Estatales

- Se presenta la información consultada sobre los procesos de contratación llevados con anterioridad con otras entidades estatales, con el fin de evaluar y analizar el sector:

Tabla No. 9

ENTIDAD	Nº DEL PROCESO	OBJETO	PLAZO DE EJECUCIÓN	MODALIDAD	VALOR
CENTRO DE MEMORIA HISTORICA	LP-003-2019	Contratar los servicios de un operador logístico para la organización administración y ejecución de eventos para el cumplimiento de sus obligaciones misionales espacios para la interacción con víctimas, población civil, organizaciones comunitarias, comunidad académica y demás actores que se consideren.	09 Meses	Licitación pública	$1.865.533.498

AGENCIA DE DESARROLLO RURAL	LP-06 DE 2018	Contratar la prestación los servicios de operador logístico para la agencia de desarrollo rural	10 meses	Licitación pública	$ 1.800.000.000
AGENCIA PARA LA REINCORPORACIÓN Y LA NORMALIZACIÓN	LP-ARN-428-2020	Contratar la prestación de servicios de un operador logístico para la organización operación y ejecución de la realización de eventos institucionales en cumplimiento de las obligaciones misionales y funcionales de las diferentes dependencias de la arn	9 meses	Licitación pública	$ 1.551.955.586.
AGENCIA NACIONAL DE MINERIA	LP-02-2019	Prestación de servicios como operador logístico relacionados con la organización administración, ejecución y demás acciones logísticas necesarias para la realización de aquellos eventos en los que participe o tenga presencia la entidad	7 Meses	Licitación pública	$ 1.208.500.000
DISTRITO DE BOGOTA-SECRETARIA DE LA MUJER	SDMUJER-LP-002-2021	Prestar los servicios de apoyo logístico para atender las actividades misionales y/o de apoyo que adelante la Secretaría Distrital de la Mujer en cumplimiento de sus funciones, de conformidad con el anexo técnico y la oferta presentada por el contratista	8 meses	Licitación pública	$966.094.952
COMANDO EJERCITO - MINISTERIO DEFENSA	LP-150-2018	La prestación de servicios de operador logístico relacionados a la ejecución de eventos y actividades operativas logísticas y asistenciales requeridas a nivel nacional y/o internacional	3 meses	Licitación pública	$1.950.000.000

Prosperidad social – pagina 36 (al final)	LP-001-2018	Contratar la prestación de servicios para la organización,administración, operación y ejecución de acciones logísticas para la realización de eventos institucionales en cumplimiento de las obligaciones	7 meses	Licitación Pública	$5.449.846.944
Secretaría Distrital de Desarrollo Económico- Alcaldía de Bogota (pagina 38-39)	SDE LP-001-2018	Contratar los servicios de operación logística y suministro de elementos que sean necesarios para la realización de los eventos y actividades desarrollados por la entidad en cumplimiento de sus funciones y misión	8 Meses	Licitación Pública	$2.115.061.000
Instituto Distrital de Recreación y Deporte-Alcaldía de Bogota (pagina 34(	IDRD-STRD-LP-008-2018	Contratar la prestación del servicio de un operador logístico para la organización y realización de los juegos Intercolegiados, torneos deportivos y actividades recreo deportivas en torno al fomento para el uso de la bicicleta	6 Meses	Licitación Publica	$1.255.916.151

Fuente: Elaboración propia - SECOP II

3.3. Análisis de los Procesos de Contratación identificados

Teniendo en cuenta los procesos considerados dentro de la muestra realizada, se procede al análisis de algunos criterios encontrados, que se relacionan con la necesidad de contratación y que colaboran con la estructuración de factores habilitantes como ponderables del proceso

- a) Modalidad de Contratación

En los procesos consultados se verificó que la modalidad de contratación es la licitación pública y la selección abreviada de Menor Cuantía.

-
- b) Plazo del contrato

Los plazos de los procesos de selección consultados, van entre 3 y 9 meses de ejecución de acuerdo a la necesidad a satisfacer. Entendiendo que la necesidad a satisfacer de la Secretaría de Turismo es una estrategia de misión comercial para la promoción nacional e internacional de Santiago de Cali, que se llevará a cabo los días 22, 23 y 24 de febrero de 2023, se recomienda que el plazo de ejecución del contrato sea hasta el 15 de abril de 2023 o hasta agotar presupuesto, lo que suceda primero.

- *c)* Experiencia exigida al proveedor

Tabla 10: Análisis de la experiencia exigida en algunos de los procesos de contratación para la contratación del servicio.

Proceso	Experiencia Exigida
LP-150-2018	La experiencia mínima habilitante se determina con la certificación de máximo dos (02) contratos y la sumatoria de los contratos debe ser igual o superior al 100% del valor del presupuesto del presente proceso además de estar registrados en el RUP en los siguientes códigos 80141600,90101600, 90101800,90111600, 80141900, 90111500,82101500
LP-001-2018	La experiencia mínima habilitante se determina con la certificación de máximo tres (3) certificaciones de contratos terminados, cuyo valor individual o en sumatoria sea igual o mayor a dos veces el presupuesto oficial estimado y que se encuentre registrado en el RUP con los siguientes códigos 80141600, 80141900,901116,90111501
SDE LP-001-2018	Se tendrá coma experiencia mínima habilitante del proponente la acreditación de máxima de tres (3) certificaciones expedidas(s) por a(s) entidad(es) contratante(s), contratos suscritos, terminados y ejecutadas par el proponente, que sumados sean el presupuesto oficial de la contratación y se encuentren registrados en RUP los siguientes códigos: 80141600, 80141900,7811803, 82101500.
IDRD-STRD-LP-008-2018	Máximo (02) certificaciones de contratos, cumplir como mínimo uno de los siguientes códigos registrados en el RUP 80141600,80141900,90141500,90141600,90141700,94121500 además los contratos deben estar relacionados con la prestación de servicios logísticos en la realización de eventos recreativos y deportivos, cuya sumatorias deberán ser igual o superior al 100% del presupuesto oficial.

SDIS-LP-003-2018	Máximo 5 certificaciones contratos terminados los últimos 7 años, donde se evidencie experiencia en la prestación de servicios de operación logística de evento y cuyo valor sumado sea igual o superior al presupuesto oficial además de contener al menos dos de los siguientes códigos registrados en el RUP 80141607,80141902, 80161502,90101501,90101603,90101801, 90111501, 90111603,

Fuente: SECOP 2

En este sentido y entendiendo que para garantizar la adecuada ejecución del contrato es necesario contar con proponentes con amplia experiencia en las actividades a desarrollarse, y de acuerdo a la información revelada en la muestra, se recomienda solicitar una experiencia certificada en la que se acredite máximo 3 contratos relacionadas con realización de apoyo logístico en eventos o ferias que sumados alcancen un valor equivalentes al 100% del presupuesto oficial registrados en el RUP en por lo menos 5 de los siguientes códigos 90101600, 80141900, 90151800, 80101600, 45111900.

- d) Garantías exigidas

Dentro del análisis de los procesos de selección, se identificó que las garantías solicitadas por el sector son las siguientes:

Cobertura exigible	Aplica
SERIEDAD DE LA OFERTA	X
CUMPLIMIENTO DEL CONTRATO	X
CALIDAD DEL SERVICIO	X
PAGO DE SALARIOS, PRESTACIONES E INDEMNIZACIONES	X
RESPONSABILIDAD CIVIL EXTRACONTRACTUAL	X

Como resultado de los procesos analizados, se muestra que se exige 5 tipos de garantías que permitan mitigar el riesgo y las cuales son; cumplimiento, calidad del servicio, salarios y prestaciones e indemnizaciones laborales y

responsabilidad civil extracontractual, contando a su vez con la garantía de seriedad de la oferta que ampara el periodo precontractual.

Teniendo en cuenta la naturaleza del contrato a suscribir, objeto, obligaciones, la matriz de riesgos realizada por la entidad y a procesos anteriores ejecutados por la entidad, se sugiere tener en cuenta para el presente proceso las siguientes garantías

COBERTURA EXIGIBLE	VALOR O PORCENTAJE EXIGIDO	VIGENCIA
CUMPLIMIENTO GENERAL DEL CONTRATO	10%	Por el plazo del contrato y 6 meses más
CALIDAD DEL SERVICIO	10%	Con una vigencia de seis (6) meses, contados a partir de concluirse la vigencia del amparo de cumplimiento.
PAGO DE SALARIOS, PRESTACIONES E INDEMNIZACIONES	5%	Por el plazo del contrato y 3 años más
RESPONSABILIDAD CIVIL EXTRACONTRACTUAL	200 SMMLV	Por el plazo del contrato.

Fuente: Elaboración de la Entidad por el Rol Jurídico

e) Equipo de trabajo

d) Equipo de trabajo, se recomienda que para una ejecución idónea del contrato, se cuente con un equipo de trabajo, el cual sea requerido a los proponentes para el desarrollo de procesos como este, se sugiere que el equipo de trabajo esté integrado por personas con la suficiente experticia para la ejecución del contrato, entre los que se destacan los siguientes perfiles: a) Coordinador turistico, b) Cordinador logístico.

Tabla No.12

ROL	ACTIVIDADES	FORMACIÓN ACADÉMICA	EXPERIENCIA
Coordinador turístico	Responsable de la gestión de los planes turísticos (pasajes, hoteles, recorridos, agendas comerciales, alimentación). Coordinar las agendas comerciales. Reservar y realizar la inscripción a los eventos en los que se quiera participar.	**Pregrado:** Título profesional en ingeniería industrial o carreras administrativas o turísticas.	La experiencia del rol deberá cumplir con los siguientes requisitos: Experiencia de mínimo tres (3) años únicamente en agencias de viajes y/o agencias Mayoristas y/u operadores de Turismo.
Coordinador logistico	Coordinar y ejecutar las actividades logísticas que se requieran para el montaje y desmontaje de stands, sonido, plataformas, ayudas audiovisuales, ornato, espacios de café y demás actividades que se requieran en una misión comercial. Gestionar la elaboración y disponibilidad de material pop e impresos que se requieran en eventos.	Profesional en: Administración de empresas, marketing, ingeniería industrial, ingeniería de sistemas, comunicaciones, administrador de empresas hoteleras	La experiencia del rol deberá cumplir con los siguientes requisitos: Experiencia de mínimo tres (3) años apoyando actividades logísticas en eventos o ferias.

- *f)* Criterios de evaluación

Proceso	Factores Ponderables
LP-150-2018	Propuesta Económica (Menor Valor) Porcentaje de Comisión (menor valor) Origen de los bienes nacionales Trabajadores en situación de discapacidad

LP-001-2018	Propuesta Económica (menor valor) Propuesta comisión- intermediación (menor valor) Elementos Tecnológicos (equipos adicionales) Estaciones de Bebidas (adicionales Personal (orientadores y registro en eventos) Origen de los bienes nacionales Trabajadores en situación de discapacidad
SDE LP-001-2018	Propuesta económica con comisión de servicio (TRM) Productos adicional Pautas publicitarias Elementos adicionales para el desarrollo de 4 eventos Origen de los bienes nacionales Trabajadores en situación de discapacidad
IDRD-STRD-LP-008-2018	Propuesta Económica (menor valor) Porcentaje de Comisión (menor valor) Origen de los bienes nacionales Trabajadores en situación de discapacidad
SDIS-LP-003-2018	Propuesta Económica (menor valor) Porcentaje de Comisión (menor valor) Origen de los bienes nacionales Trabajadores en situación de discapacidad

De acuerdo con las muestras consultadas para la contratación, las entidades reconocen importancia a los siguientes aspectos en materia de calidad concediendo puntaje:

1. Menor valor en la oferta económica

2. Menor valor en el porcentaje de comisión.

3. Oferta de servicios adicionales.

De igual forma, las entidades otorgan importancia a los siguientes criterios económicos, por los cuales también reconocen puntaje:

1. Propuesta económica concediendo puntaje al menor valor, o determinando el mayor puntaje de acuerdo a la tasa representativa del mercado, TRM que escoja una de las diferentes fórmulas que defina la mejor oferta económica.

En este orden de ideas y considerando la información arrojada en la muestra contrastada con la necesidad del organismo, se sugieren los siguientes requerimientos ponderables para el presente proceso:

a) Factor Calidad: Bienes y servicios adicionales a los requeridos y distintos como experiencias y/o activaciones.

b) Factor económico: El comité evaluador a partir del valor de la oferta que se realice de asignar los puntos de acuerdo con el método de Menor valor, el cual consiste en establecer la oferta de menor valor y la asignación de puntos en función de la proximidad de las ofertas a dicha oferta de menor valor, como resultado de aplicar fórmulas.

C) Apoyo a la industria nacional

D) Emprendimiento y empresas de mujeres

E) Mipymes

4. Análisis de la Oferta

A continuación, la Secretaría de Turismo presenta la información proveniente de la oferta del mercado para la contratación que se está adelantando:

4.1. Proveedores

En el análisis que se está realizando para la contratación que brinde estrategias para las misiones comerciales a desarrollar en los eventos de talla nacional e internacional, donde profesionales del sector tengan la oportunidad de encontrar, en un solo lugar, toda la oferta de bienes y servicios de la cadena turística de diferentes países y todas las regiones de Colombia. Se ha planteado el escenario en el que secretaría de turismo de Cali en representación del Distrito de Santiago de Cali tenga presencia en este tipo de eventos que le permitan visibilizar la oferta de su cultura, gastronomía, naturaleza, infraestructura, salsa entre otras, en las mejores ferias, festivales y demás actividades a desarrollarse en la vigencia 2022.

Considerando lo anterior y en el marco del proyecto denominado : "**IMPLEMENTAR ESTRATEGIAS QUE PERMITAN LA PROMOCIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA DEL DESTINO SANTIAGO DE CALI EN MERCADOS NACIONALES E INTERNACIONALES de conformidad a la ficha BP- 26004153"**, se relaciona a continuación en la tabla No.13, la muestra de la oferta disponible en el mercado de las personas naturales o jurídicas con las que se pudieran ejecutar las actividades del proceso que se está estructurando, teniendo en cuentas las variables jurídicas, económicas y financieras, sin dejar de decir que todas las Empresas a nivel nacional están en la oportunidad de presentarse como proponentes.

Tabla 13. Empresas con Actividad Económica de Operador Logístico.

NIT	Razón social de la sociedad	Departamento de la dirección del domicilio	Ciudad de la dirección del domicilio
800151720	CENTRO DE FERIAS EXPOSICIONES Y CONVENCIONES DE BUCARAMANGA S.A.	SANTANDER	GIRON-SANTANDER
900365212	4E S.A.S.	ANTIOQUIA	MEDELLIN-ANTIOQUIA
830114417	BEE GROUP SAS	BOGOTA D.C.	BOGOTA D.C.
830043325	SPHERA PRODUCCIONES S.A	BOGOTA D.C.	BOGOTA D.C.
900209622	BANCA DE PROYECTOS SAS	BOGOTA D.C.	BOGOTA D.C.
890802221	EXCURSIONES AMISTAD SAS Yo ADESCUBRIR TRAVEL & ADEVENTURE SAS	CALDAS	MANIZALES-CALDAS
900420627	LINK MARKETING Y SERVICIOS SAS	ATLANTICO	BARRANQUILLA-ATLANTICO
890404835	COMPAÑIA COMERCIAL EL DORADO S A S	BOLIVAR	CARTAGENA-BOLIVAR
830141135	SATIZABAL PRODUCCIONES SAS	BOGOTA D.C.	BOGOTA D.C.
900215666	EVENTOS EXTREMO PRODUCCIONES SAS	ANTIOQUIA	ITAGUI-ANTIOQUIA
900011345	G12 CONGRESOS Y CONVENCIONES SAS	BOGOTA D.C.	BOGOTA D.C.
900163046	MARATHON DISTRIBUCIONES S.A.S	BOGOTA D.C.	BOGOTA D.C.
900759954	SUR HOLDING COLOMBIA UNO S.A.S.	ANTIOQUIA	MEDELLIN-ANTIOQUIA
900078051	PUBLICIDAD MOVIL DE COLOMBIA SAS	VALLE	CALI-VALLE
900976056	DRAGONFLY CO S.A.S	BOGOTA D.C.	BOGOTA D.C.
900237865	ORBIT EVENTOS SAS	VALLE	CALI-VALLE
900656068	10 MUSIC COLOMBIA SAS	BOGOTA D.C.	BOGOTA D.C.
900454188	SOTAVENTOGROUP.COM	BOGOTA D.C.	BOGOTA D.C.
900297972	COMERCIALIZADORA DE FRANQUICIAS S.A.S	BOGOTA D.C.	BOGOTA D.C.
900647940	PUBLICIDAD Y EVENTOS CORPORATIVOS SAS	VALLE	CALI-VALLE
900152485	SHOCK PRODUCCIONES SAS	BOGOTA D.C.	BOGOTA D.C.
811027597	PANELCO SAS EN PROCESO DE NEGOCIACION DE EMERGENCIA	ANTIOQUIA	MEDELLIN-ANTIOQUIA
900072392	FIERA S.A.S.	ANTIOQUIA	MEDELLIN-ANTIOQUIA
890909297	PLAZA MAYOR MEDELLIN CONVENCIONES Y EXPOSICIONES S.A.	ANTIOQUIA	MEDELLIN-ANTIOQUIA
900672748	SL GRANDES EVENTOS Y SOLUCIONES LOGISTICAS S.A.S.	SANTANDER	BUCARAMANGA-SANTANDER
900194353	OPEN GROUP BTL SAS	BOGOTA D.C.	BOGOTA D.C.
804003785	SONIDO TECNICO SONOTEC LTDA	SANTANDER	BUCARAMANGA-SANTANDER
900057442	EVENTS PRODUCCIONES S.A.S	VALLE	CALI-VALLE

4.2. Análisis de precios

Con el propósito de asignar un presupuesto de mercado para la asistencia de la Secretaría de Turismo en el mencionado evento, se envió por medio de correo electrónico invitación a cotizar las especificaciones técnicas requeridas las siguiente empresas:

No	Razón social	Ciudad	Presentó cotización
1	Enki Diseños	Bogotá	SI
2	Cacumen	Cali	No
3	Quack	Cali	No
4	Eventechcolombia	Cali	Si
5	Red House Publicidad y Drywall	Soacha, Cundinamarca	No
6	Add Media	Cali	No

De las cinco (6) invitaciones a cotizar remitidas, fueron allegadas a la Entidad dos (2) cotizaciones que cumplieron con el diligenciamiento del total de los ítems. Aunado a lo anterior se recibió la cotización realizada por el proveedor de la Gobernación del Valle del Cauca, por tal motivo se tendrá en cuenta las siguientes cotizaciones las cuales se adjuntan a este documento:

Cotizante	Valor
Eventechcolombia	$ 164.172.400
Enki Diseños	$ 82.051.809
Unique	$ 54.779.261

Nota: En la invitación a cotizar se indica que los precios deben incluir tasas, contribuciones IVA y demás impuestos, lo cual se entiende incluido en las cotizaciones presentadas.

En el mismo sentido, y considerando que la totalidad de los insumos, materiales, servicios o ítems requeridos para la realización de las actividades que la Secretaría de Turismo debe desarrollar con el objetivo de promocionar la oferta turística de la ciudad de Cali a nivel nacional, no pueden ser abarcados en su totalidad, entendiendo que algunos de sus elementos pueden variar de acuerdo con las circunstancias de tiempo, modo y lugar, es pertinente manifestar que la necesidad a satisfacer se recomienda que se realice mediante un contrato tipo bolsa, cuya dirección y estrategia se encuentre orientado por la Secretaría de Turismo y en donde el supervisor del contrato ordene ítems conforme se vaya adelantando la ejecución contractual.

En cada solicitud que realice el supervisor de esta bolsa se sugiere requerir al contratista 2 cotizaciones para determinar el precio más favorable respecto de las necesidades para la optimización del presupuesto, los cuales deberá de aprobar para que se implemente su ejecución.

Aunado a lo anterior, el Distrito de Santiago de Cali, desde el año 2017 y hasta el año 2021 ha recurrido a la contratación del servicio de implementación de estrategias para la promoción de la oferta turística, para lo cual ha invertido recursos que se mueven entre los $206.000.000 millones de pesos y los $479.990.000 millones de pesos, los cuales han sido celebrados mediante las modalidades de selección abreviada de menor cuantía y contratación directa a través de la figura de los contratos administrativos.

Así mismo es pertinente resaltar que para la vigencia 2021 se invirtieron recursos por un valor de $275.696.252 millones de pesos y para la vigencia 2022 se invirtieron recursos por un valor de $316.000.000 millones de pesos.

4.3. Deducciones y retenciones

El Distrito de Santiago de Cali – Secretaría de turismo, descontará de las facturas o cuentas de cobro los porcentajes establecidos en las ordenanzas y/o acuerdos, estampillas, etc., que a continuación se mencionan, lo cual está a cargo del contratista:

Tabla No. 15

CONCEPTO		%
DEDUCCIONES	Pro-Cultura – EC > a UVT 4,072 (Mayor a $ 172.701.664)	1.0

	Pro-Desarrollo Urbano – EP < a 2.196 UVT (De $1 A $93.136.752)	1.0
	Pro-Desarrollo Urbano – EP >= a 2.196 UVT (Igual o Mayor A $93.136.752)	3.5
	Pro-Bienestar del adulto Adulto Mayor-EA	2.0
	Pro-Univalle – EV	2.0
	Pro-Hospital – EH	1.0
	Pro-Unipacifico – EU Cuota Mensual > 6 SMMLV (Mayor a $6.960.000) Prestación de Servicios Persona Natural	0.5
	Pro-Unipacifico – EU Todo Tipo de Contrato	0.5
	Pro-Unipacifico – EU - Alquiler Escenarios Deportivos y Culturales	1.0
RETENCIONES	RETENCIÓN DE INDUSTRIA Y COMERCIO (De acuerdo a la Normatividad Colombiana)	
	RETENCIÓN EN LA FUENTE (De acuerdo a la Normatividad Colombiana)	
	IVA (De acuerdo a la Normatividad Colombiana)	

Nota: Los valores por conceptos tributarios deberán ser asumidos por el contratista de conformidad a la Ley y demás normas que así lo contemplen.

4.4. Análisis financiero

En el análisis que se está llevando a cabo para la contratación a realizar se tiene en cuenta información de la página web de la Superintendencia de Sociedades donde hay una muestra a nivel nacional de 22 empresas que han reportado su información, clasificadas con actividad económica “Organización de convenciones y eventos comerciales”.

A continuación, se expone la muestra de la oferta disponible en el mercado con, que podrían tener la capacidad para ejecutar las actividades del proceso que se está adelantado, teniendo en cuentas las variables jurídicas, económicas y financieras, sin dejar de decir que todas las Empresas a nivel nacional están en la oportunidad de presentarse como proponentes.

NIT	**RAZÓN SOCIAL DE LA SOCIEDAD**	**CLASIFICACIÓN INDUSTRIAL INTERNACIONAL UNIFORME VERSIÓN 4 A.C**	**CIUDAD DE LA DIRECCIÓN DEL DOMICILIO**
900059028	CENTRO DE EVENTOS VALLE DEL PACIFICO	**N8230**	CALI-VALLE
900408922	D'GROUPE S.A.S.	**N8230**	MEDELLÍN-ANTIOQUIA
900511703	SUIMAGEN CREATIVA S.A.S.	**N8230**	ENVIGADO-ANTIOQUIA
830043325	SPHERA PRODUCCIONES S.A.	**N8230**	BOGOTA-D.C.-BOGOTA D.C.
900229431	SOLUGISTIK SAS	**N8230**	ENVIGADO-ANTIOQUIA
900215666	EVENTOS EXTREMO PRODUCCIONES SAS	**N8230**	ITAGUI-ANTIOQUIA
900209622	BANCA DE PROYECTOS SAS	**N8230**	BOGOTA-D.C.-BOGOTA D.C.
900343131	QUACK DE COLOMBIA SAS	**N8230**	CALI-VALLE

900365212	4E SAS	**N8230**	MEDELLIN-ANTIOQUIA
900163046	MARATHON DISTRIBUCIONES SAS	**N8230**	BOGOTA-D.C.-BOGOTA D.C.
800151720	CENTRO DE FERIAS EXPOSICIONES Y CONVENCIONES DE BUCARAMANGA S.A.	**N8230**	GIRON-SANTANDER
830141135	SATIZABAL PRODUCCIONES SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA	**N8230**	BOGOTA-D.C.-BOGOTA D.C.
900011345	G12 CONGRESOS Y CONVENCIONES SAS	**N8230**	BOGOTA-D.C.-BOGOTA D.C.
900656068	10 MUSIC COLOMBIA SAS	**N8230**	BOGOTA-D.C.-BOGOTA D.C.
900078051	PUBLICIDAD MOVIL DE COLOMBIA SAS	**N8230**	CALI-VALLE
900237865	ORBIT EVENTOS SAS	**N8230**	CALI-VALLE
830137354	M GARDEAZABAL ASESORES S.A.S. EN REORGANIZACIÓN	**N8230**	BOGOTA-D.C.-BOGOTA D.C.
900297972	COMERCIALIZADORA DE FRANQUICIAS S.A.S.	**N8230**	BOGOTA-D.C.-BOGOTA D.C.

900152485	SHOCK PRODUCCIONES S A S	**N8230**	BOGOTA-D.C.-BOGOTA D.C.
900647940	PUBLICIDAD Y EVENTOS CORPORATIVOS SAS	**N8230**	CALI-VALLE
890909297	PLAZA MAYOR MEDELLÍN CONVENCIONES Y EXPOSICIONES S.A.	**N8230**	MEDELLIN-ANTIOQUIA
830076044	PIDAMOS MARKETING TOTAL SAS	**N8230**	BOGOTA-D.C.-BOGOTA D.C.

Para realizar el estudio de la oferta económica, la Secretaria de Turismo se basó en los datos proporcionados por la Superintendencia de Sociedades, tomando los estados financieros del año 2021.

El análisis financiero es un conjunto de principios que tiene como finalidad evaluar la situación financiera actual y pasada de las empresas o personas naturales que ejercen una actividad, así como los resultados de sus operaciones, con el objetivo básico de realizar una estimación sobre su situación y los resultados futuros.

De acuerdo a la información registrada en la página de (pie.supersociedades.gov.co), se tomaron como muestra representativa 22 empresas dedicadas a Organización de convenciones y eventos comerciales código CIIU 8230.

En la entidad quedan guardados los estados financieros y la metodología utilizada para sacar los indicadores financieros.

Finalmente, bajo el método de desviación estándar se obtuvieron los resultados a continuación:

a. Índice de Liquidez

Los indicadores de liquidez se utilizan para determinar la capacidad que tiene una empresa para enfrentar las obligaciones contraídas a corto plazo. Cuanto más elevado es el indicador de liquidez, mayor es la posibilidad de que la empresa consiga cancelar las deudas a corto plazo, por lo anterior es pertinente y razonable para la Alcaldía de Santiago de Cali, que las Empresas que quieran participar como

proponentes tengan este indicador mayor o igual a 1.97 veces, tomando como referencia el método estadístico utilizado.

b. Índice de Endeudamiento

Este indicador mide la intensidad de toda la deuda a corto y largo plazo del proponente con relación a sus activos totales, adicionalmente muestra la proporción en que el proponente esté financiado por terceros, por lo que resulta importante precisar que la Alcaldía de Santiago de Cali, considera pertinente y razonable como requisito para los proponentes deben acreditar un indicador de Endeudamiento menor o igual al 51%, tomando como referencia el método estadístico utilizado.

c. Razón de cobertura de intereses

Refleja la capacidad que tiene el proponente para cumplir con sus obligaciones financieras con terceros. En la medida que se produzca mayor Cobertura de Intereses, menor es la probabilidad de que el proponente incumpla sus Obligaciones Financieras, la Entidad considera pertinente y razonable como requisito para los proponentes deben acreditar un indicador de cobertura de intereses mayor o igual al 3.73 veces, tomando como referencia el método estadístico utilizado.

d. Rentabilidad del activo (ROA)

Determina la rentabilidad de los activos del proponente, es decir, la capacidad de generación de utilidad operacional por cada peso invertido en el activo. A mayor rentabilidad sobre activos, mayor es la rentabilidad del negocio y mejor la capacidad organizacional del proponente. Este indicador debe ser siempre menor o igual que el de rentabilidad sobre patrimonio, Por tal razón la Entidad ha decidido fijar este indicador en mayor o igual al 15%, tomando como referencia el método estadístico utilizado.

e. Rentabilidad del patrimonio (ROE)

Mide la capacidad de generación de Utilidad Operacional por cada peso invertido en el Patrimonio. A mayor rentabilidad sobre el Patrimonio, mayor es la rentabilidad de los accionistas y mejor la Capacidad Organizacional, mide el rendimiento del accionista o inversionista que le ha generado la empresa en el patrimonio, por tal razón la Entidad ha decidido fijar este indicador en mayor o igual 7%, tomando como referencia el método estadístico utilizado.

La tabla a continuación resume la conclusión de los indicadores financieros que la Entidad recomienda como criterios de selección de acuerdo a su capacidad financiera, en razón a permitir una pluralidad de oferentes y no excluir posibles oferentes que estén en capacidad de participar en el proceso y cumplir con el objeto contractual.

INDICADORES FINANCIEROS - RECOMENDACIÓN CRITERIOS DE SELECCIÓN				
INDICE DE LIQUIDEZ	**INDICADOR DE ENDEUDAMIENTO**	**COBERTURA DE INTERESES**	**RENTABILIDAD DEL PATRIMONIO**	**RENTABILIDAD DEL ACTIVO**
Mayor o igual 1,97	Menor o igual a 51%	Mayor o igual a 3,73	Mayor o igual a 15%	Mayor o igual a 7%

5. Conclusiones

Considerando la cuantía y el servicio a contratar, se recomienda que el proceso de contratación se adelante conforme a lo establecido en el Artículo **2.2.1.2.1.2.20.** del Decreto 1082 de 2015, el cual prevé la modalidad de selección abreviada de menor cuantía.

Se recomienda para este proceso, que el plazo de ejecución sea hasta el 15 de abril de 2023 o hasta agotar presupuesto lo que suceda primero, contado desde el perfeccionamiento y cumplimiento de los requisitos de ejecución contractual.

Para garantizar la adecuada ejecución del contrato es necesario contar con proponentes con amplia experiencia en las actividades a desarrollarse, y de acuerdo a la información revelada en la muestra, se recomienda solicitar una experiencia general en la que se acredite máximo 3 contratos relacionadas con el servicio de apoyo logístico que sumados alcancen un valor equivalentes al 50% del presupuesto oficial registrados en el RUP en por lo menos 2 de los siguientes códigos 90101600, 80141900, 90151800 y 80101600.

Igualmente se recomienda solicitar una experiencia específica en la que se acredite máximo 2 contratos relacionadas con la implementación de misiones comerciales y/o ferias de un destino turístico que sumados alcancen un valor equivalentes al 50% del presupuesto oficial registrados en el RUP en los siguientes códigos 45111900 y 80141900.

Con el objetivo de establecer criterios diferenciales para emprendimientos y empresas de mujeres en el sistema de compras públicas, las empresas que cumplan con lo establecido en el artículo 2.2.1.2.4.2.14. del Decreto 1082 del 2015, se les aplique el aspecto número 2 (Número de contratos para la acreditación de la experiencia) que trata el Artículo 2.2.1.2.4.2.14 del Decreto 1082 del 2015, adicionado por el artículo 3 del Decreto 1860 del 2021.

Ahora bien, dado que el Decreto 1860 del 2021 establece que los requisitos mencionados deberán fijarse respetando las condiciones habilitantes requeridas para el cumplimiento adecuado del contrato, teniendo en cuenta el alcance de las obligaciones. En desarrollo de este postulado y con la finalidad de beneficiar a los emprendimientos y empresas de mujeres, se establecerán condiciones más exigentes respecto a los proveedores que no sean considerados emprendimientos y empresas de mujeres frente al criterio de experiencia, por lo que, se sugiere que la condición se establezca de la siguiente manera:

En virtud de dar cumplimiento a los artículos 2.2.1.2.4.2.14. del Decreto 1082 del 2015, el Decreto reglamentario 1860 de 2021, la entidad permite facilitar la participación en el Proceso de Contratación, por lo que, los EMPRENDIMIENTOS Y EMPRESAS DE MUJERES que pretendan participar, podrán acreditar la experiencia general habilitante en el presente proceso de selección con un MÁXIMO DE CINCO (5) de certificaciones de contratos ejecutados y terminados a satisfacción.

Teniendo en cuenta la naturaleza del contrato a suscribir, objeto, obligaciones, la matriz de riesgos realizada por la entidad y a procesos anteriores ejecutados por la entidad, se sugiere tener en cuenta para el presente proceso las siguientes garantías.

Tabla No.11

COBERTURA EXIGIBLE	VALOR O PORCENTAJE EXIGIDO	VIGENCIA
CUMPLIMIENTO GENERAL DEL CONTRATO	10%	Por el plazo del contrato y 6 meses más
CALIDAD DEL SERVICIO	10%	Con una vigencia de seis (6) meses, contados a partir de concluirse la vigencia del amparo de cumplimiento.
PAGO DE SALARIOS, PRESTACIONES E INDEMNIZACIONES	5%	Por el plazo del contrato y 3 años más
RESPONSABILIDAD CIVIL EXTRACONTRACTUAL	200 SMMLV	Por el plazo del contrato.

GARANTÍA DE SERIEDAD DE LA OFERTA	12%	Desde el momento de la presentación de la oferta hasta la aprobación de la garantía de cumplimiento del contrato

En cumplimiento de lo establecido en el Decreto 1082 de 2015 artículo 2.2.1.2.4.2.18. numeral 5º, se sugiere establecer como CRITERIO DIFERENCIAL REQUISITO HABILITANTE para las Mipymes establecidas en Colombia el criterio *"Valor de la garantía de seriedad de la oferta"* para quienes ostentan esta calidad, razón por la cual el valor de esta garantía será del diez por ciento 10% del valor del contrato, este requisito se verificará conforme al certificado de existencia y representación legal.

De igual forma se recomienda que para una ejecución idónea del contrato, se cuente con un equipo de trabajo, el cual sea requerido a los proponentes para el desarrollo de procesos como este. Se sugiere que el equipo de trabajo esté integrado por personas con la suficiente experticia para la ejecución del contrato, de la siguiente manera:

Tabla No.12

ROL	ACTIVIDADES	FORMACIÓN ACADÉMICA	EXPERIENCIA
Coordinador turístico	Responsable de la gestión de los planes turísticos (pasajes, hoteles, recorridos, agendas comerciales, alimentación). Coordinar las agendas comerciales. Reservar y realizar la inscripción a los eventos en los que se quiera participar.	**Pregrado:** Título profesional en ingeniería industrial o carreras administrativas o turísticas.	La experiencia del rol deberá cumplir con los siguientes requisitos: Experiencia de mínimo tres (3) años únicamente en agencias de viajes y/o agencias Mayoristas y/u operadores de Turismo.

Coordinador logistico	Coordinar y ejecutar las actividades logísticas que se requieran para el montaje y desmontaje de stands, sonido, plataformas, ayudas audiovisuales, ornato, espacios de café y demás actividades que se requieran en una misión comercial. Gestionar la elaboración y disponibilidad de material pop e impresos que se requieran en eventos.	Profesional en: Administración de empresas, marketing, ingeniería industrial, ingeniería de sistemas, comunicaciones, administrador de empresas hoteleras	La experiencia del rol deberá cumplir con los siguientes requisitos: Experiencia de mínimo tres (3) años apoyando actividades logísticas en eventos o ferias.

Asimismo y entendiendo que la actividad turística se encuentra regulada en Colombia, se recomienda la exigencia como un requisito habilitante contar el registro nacional de turismo en estado activo en las siguientes modalidades:

1. Agencias de viajes y turismo, agencias mayoristas y las agencias operadoras.
2. Operadores profesionales de congresos, ferias y convenciones.

Considerando la información arrojada en la muestra contrastada con la necesidad del organismo, se sugieren los siguientes requerimientos ponderables para el presente proceso:

a) Factor Calidad: Bienes y servicios adicionales a los requeridos y distintos como experiencias y/o activaciones.

b) Factor económico: El comité evaluador a partir del valor de la oferta que se realice de asignar los puntos de acuerdo con el método de Menor valor, el cual consiste en establecer la oferta de menor valor y la asignación de puntos en función de la proximidad de las ofertas a dicha oferta de menor valor, como resultado de aplicar fórmulas.

C) Apoyo a la industria nacional

En virtud de dar cumplimiento a lo establecido en el Decreto 1082 del 2015, adicionado por el Decreto 1860 del 2021, se sugiere incluir un puntaje adicional de hasta el cero punto veinticinco por ciento (0.25%) del valor total de los puntos establecidos en los pliegos de condiciones o documentos equivalentes, a los

proponentes que acrediten alguno de siguientes supuestos:

D) Emprendimiento y empresas de mujeres

E) Mipymes

Para constancia se firma en Santiago de Cali, a los trece (13) días del mes Enero de 2023.

Responsables

Rol Jurídico



LOLA REINA TRUJILLO
Contratista

Rol Técnico



ALVARO ARIAS GARCÉS
Profesional Universitario

Rol Financiero



HENRY CABANZO RENGIFO
Profesional Universitario