ESTUDIOS DEL SECTOR

FORTALECIMIENTO DE LA COMUNICACIÓN ENTRE USUARIO - ENTIDAD POR MEDIO DE LA CREACIÓN DE LA EMISORA ON LINE DE LA CAS CON EL FIN DE GARANTIZAR LA DIVULGACIÓN DE LA INFORMACIÓN AMBIENTAL

1

ABRIL 2025

GUANENTINA – SAN GIL
Carrera12 N° 9 – 06 Barrio La Playa
Tel: + 57 60(7) 7249729
Celular: +57 (311) 2039075
contactenos@cas.gov.co

SOCORRO
Calle 16 Nº 12 – 36
Tel: +57 60(7) 7249729 Ext. 2001–2002
Celular: +57 (310)6807295
socorro@cas.gov.co

VÉLEZ
Carrera 6 Nº 9 -14 Barrio Aquileo Parra
Tel: +57 60(7) 7249729 Ext. 3001–3002
Celular: +57 (310)8157697
velez@cas.gov.co

BUCARAMANGA
Calle 36 N° 26 - 48 Edificio Sura
Oficina 303 Int. 110
Tel: +57 60(7) 7249729 Ext. 4001–4002
Celular: +57 (310)8157695
casbucaramanga@cas.gov.co

BARRANCABERMEJA
Calle 48 con Cra 28 esquina Barrio Palmira
Tel: +57 60 (7) 7249729 Ext. 5001–5002
Celular: +57 (310)8157696
mares@cas.gov.co

MÁLAGA
Carrera 9 Nº 11 – 41 Barrio Centro.
Tel: +57 60 (7) 7249729 Ext. 6001–6002
Celular: +57 (310)2742600
malaga@cas.gov.co

Atendiendo lo establecido en la subsección **ART 2.2.1.1.1.5.3 DECRETO 1082/2015**. Se procede a realizar el siguiente estudio que servirá como base para adelantar el proyecto de pliegos y estudios previos del proceso contractual. La metodología empleada es guiada por Colombia Compra Eficiente a través del documento **GUIA PARA LA ELABORACIÓN DE ESTUDIOS DEL SECTOR.**

La Corporación Autónoma Regional de Santander-CAS, cumpliendo con las funciones administrativas, operativas, jurídicas y como autoridad ambiental del departamento de Santander, en desarrollo de sus funciones misionales y visiónales realizará fortalecimiento de la comunicación entre usuario - entidad por medio de la creación de la emisora on line de la Cas con el fin de garantizar la divulgación de la información ambiental.

ESTUDIO DEL SECTOR

OBJETO: FORTALECIMIENTO DE LA COMUNICACIÓN ENTRE USUARIO - ENTIDAD POR MEDIO DE LA CREACIÓN DE LA EMISORA ON LINE DE LA CAS CON EL FIN DE GARANTIZAR LA DIVULGACIÓN DE LA INFORMACIÓN AMBIENTAL

FECHA DE ELABORACION: ABRIL 2025

SECTOR ECONOMICO: SERVICIOS

CODIGO CLASIFICADOR DE BIENES YSERVICIOS:

SECTOR ECONOMICO: SERVICIOS

CODIGO CLASIFICADOR DE BIENES YSERVICIOS:

GRUPO: [F] Servicios

SEGMENTO: [83] Servicios Públicos y Servicios Relacionados con el Sector Público

FAMILIA: [8311] Servicios de medios de telecomunicaciones

CLASE: [831119] Servicios de radio

ANALISIS DEL MERCADO Y SECTOR

Las actividades económicas en Colombia se clasifican en cuatro sectores también llamados sectores de ocupación que a su vez pueden subdividirse en sectores parciales por actividad. Estos sectores económicos están interrelacionados y se necesitan mutuamente.

1. Sector primario, que comprende aquellas actividades relacionadas directamente con los recursos naturales sin que éstos se transformen, dedicadas solamente al desarrollo de los mismos. Incluye la Agricultura, la Ganadería, la Pesca, la Minería, etc.

2. Sector secundario o industrial, que abarca todas las actividades que transforman físicamente las materias primas o bienes en otros más aptos para el consumo. Estas actividades fabriles son muy diversas: energía, textil, metal, maquinaria, química, electrónica, automóvil, y un largo etcétera. La clasificación tradicional incluye la construcción, pero debido a la gran importancia de esta industria y a sus particularidades, con frecuencia se la considera de manera independiente.

3. Sector terciario o de servicios, que engloba al resto de actividades no incluidas en las categorías anteriores, caracterizadas por proporcionar la prestación de servicios, ya que no produce bienes, sino servicios: comercio, sociales, culturales, enseñanza, sanidad, transporte, Información y comunicación, turismo, banca, servicios profesionales, el gobierno etc.

4. Sector cuaternario, produce servicios altamente intelectuales tales como investigación, desarrollo, innovación e información.

Este proceso lo ubicamos en el sector Terciario de la economía (en los cuales encontramos comercio, sociales, culturales, enseñanza, sanidad, transporte, Información y comunicación, turismo, banca, servicios profesionales, el gobierno etc.). Se clasifica en este sector debido a los servicios que se estiman recibir.

Las empresas del sector de medios de comunicación cumplen con dos objetivos estratégicos: en primer lugar entretener ya sea con temas variados como telenovelas, deportes y noticias, y en segundo lugar publicitar sirviendo como vehículo para dar a conocer productos y servicios de diversas empresas. Esta industria está compuesta por los subsectores de televisión, radio, prensa y revistas, y mantiene una permanente demanda de entretenimiento y hace uso de esta ventaja para vender pautas publicitarias a las empresas, siendo este el negocio que sustenta al sector. Además, esta industria ha tenido que amoldarse a la nueva tecnología, en la cual la televisión está haciendo su

transición de tecnología análoga a digital, la radio ha digitalizado el sonido, la prensa ha invertido en nuevas imprentas que pueden mostrar más colores en sus ediciones y las empresas editoras de revistas trabajan para poder ofrecer publicidad más llamativa con innovaciones en los plegables de papel que se insertan en las revistas. Uno de los retos más grandes de este sector ha sido su inserción a Internet, donde tener las noticias en la página web o poder tener transmisión en vivo, vía web, ha obligado a las empresas a estar a la vanguardia de las tendencias actuales.

En Colombia, el sector de medios de comunicación se compone de los subsectores de televisión, radio, prensa y revistas. En Colombia, este sector inicia con la imprenta del primer periódico que data del año 1785, mientras que la primera revista surge en 1890. Más adelante en 1934 se transmite el primer programa radial en el país, y finalmente la televisión transmite por primera vez en el país en 1954. En primera instancia, estos medios sirvieron para difundir ideologías políticas, informar de los acontecimientos y educar a la población, pero más adelante estos medios fueron evolucionando hasta convertirse en un paquete de entretenimiento para toda la familia, con contenidos creados para cada edad y con horarios estratégicos para la transmisión de programas en un día o publicaciones acorde a un público específico. Además, la publicidad transformó a este sector en una forma eficaz de comunicar y vender productos y servicios. Al hacer el balance de la operación de los medios de comunicación el año pasado, hay dos conclusiones que saltan a la vista: la primera es que la mayoría de las compañías en este sector tuvieron menos ingresos frente a 2016 (con excepción de RCN Radio, Olímpica y El Espectador) y que la televisión fue el sector que registró la mayor facturación, De acuerdo con cifras de Asomedios, los ingresos de pauta de televisión en 2017 se sitúan, en pesos corrientes, a niveles del año 2010. Por eso, no era una sorpresa que los ingresos estuvieran por debajo de los registrados en 2016. El segundo lugar por ingresos es de RCN Televisión, con $430.343 millones, lo que significó una disminución de 14,21% con respecto a 2016 ($501.628 millones). La operación del año pasado dejó pérdidas de $95.132 millones. José Roberto Arango, presidente de RCN Televisión, destacó que el año pasado fue importante la publicidad en segmentos como noticieros o programas de entretenimiento para generar ingresos en el canal de televisión. Además, confirmó que para el año 2018 los medios en general están por debajo a lo ingresado en 2017. El tercer lugar de la lista fue para la Casa Editorial El Tiempo, el que sacó la cara por los medios impresos pues es el que más factura, aunque registró una pérdida de $6.412 millones. Los ingresos operacionales de esta compañía el año pasado fueron $371.724 millones, 6,77% menos a los $398.371 millones que se reportaron en 2016. La cuarta casilla del ranking es para el Grupo Prisa, pues Caracol Radio facturó $179.407 millones (el más alto entre las cadenas radiales), una cifra que es 5,62% menor a los $$190.090 millones registrados en 2016.

cas.gov.co
SC3264-1
SA367-1
ST-CER944508

Muy cerca, en el quinto lugar, está RCN Radio, con ingresos de $168.319 millones. Esta es la primera empresa del ranking que registra un aumento de su facturación de 0,22%. Sin embargo, la cadena reportó pérdidas de $35.020 millones.

Si se suman los ingresos de las cinco compañías los ingresos suman $1,9 billones. Win Sports cerró el listado de medios que ingresaron a la lista de las 1.000 empresas que más facturaron según la Supersociedades, puesto que, pese a disminuir sus ingresos en 5,4% frente a 2016 alcanzó ingresos de $126.893 millones.

Pese a no estar en el listado de las de más ingresos de la Superintendencia, la Organización Radial Olímpica contabilizó $89.255 millones en ingresos para el año pasado, finalizándolo con una ganancia por encima de $10.768 millones.

Entre las demás publicaciones impresas, Publicaciones Semana fue la que más ingresos generó después de Casa Editorial El Tiempo, al llegar a $85.259 millones.

5 Tras una baja en sus ingresos de 1,5% con respecto a 2016, El Colombiano terminó con ingresos de $81.657 millones, con lo que se estableció debajo de Semana entre este tipo de medios. Le siguió Comunican SAS, razón social bajo la que se mueve El Espectador con $62.670 millones.

Hoy la comunicación a nivel mundial está compuesta por Televisión, Radio, Periódicos (prensa), Revistas y Medios Digitales; donde este último grupo gracias a la globalización y la llegada del internet la información ha roto las barreras y límites geográficos brindando nuevos espacios de información más accesibles y económicos.
La entrada de las nuevas tecnologías ha permitido que los medios de comunicación tradicionales presenten cambios en la forma que se llega a la audiencia; Los Medios Digitales surgen como efecto de las nuevas tecnologías que se introducen de manera vertiginosa en todos los campos; pero que se evidencia más en aspectos como el informativo, comunicativo, publicitario y demás industrias y Es así como los medios de comunicación tradicionales (televisión, radio, prensa escrita, revistas) han adquirido una nueva dinámica integrando a la herramienta digital como universalizar de información que permite un continuo acercamiento con su audiencia por diferentes canales de acceso.
Si bien gracias a la televisión, la radio, Internet, el teléfono móvil y el modem hoy es posible conocer en tiempo real lo que está sucediendo en cualquier parte del mundo. La integración y conexión de los Medios Digitales hace que las personas puedan establecer contacto con otras personas, medios de comunicación y marcas a través del conocido correo electrónico, el Messenger, Skype, redes sociales como Facebook, Twitter, entre otras. Todo esto permite enviar archivos, fotos, audios, compartir música, información, mantener una conversación, entre otros, todo con el objetivo de generar y compartir información.

ASOMEDIOS, anualmente emite estudio donde la cifras de la facturación y ventas del medio para establecer tendencias y comportamientos que reportan sus asociados periódicamente.

Los medios participantes fueron los siguientes:

TELEVISIÓN
1 Canal Capital
2 Caracol Televisión
3 City TV
4 CM&
5 Jorge Barón TV
6 Noti5
7 Noticias Uno
8 Procivica
9 Produvisión
10 Prensa Visión
11 Quanta
12 RCN Televisión
13 Teleantioquia
14 Telecafé
15 Telecaribe
16 Telemedellín
17 Telepacífico
18 Televista
19 Teveandina

RADIO
1 Blu Radio
2 Caracol Radio
3 Colmundo Radio
4 Emisora HJKK
5 Emisora Punto 5
6 Estrella Grupo Empresarial
7 Fundación para el Desarrollo Universitario
8 HSB Radio
9 Javeriana Estéreo
10 Ondas de la Montaña
11 Organización Radial Olímpica
12 Radio Cadena Nacional - RCN
13 Radio Capital
14 Radio Guatapurí
15 Radiópolis
16 Red Sonora
17 Sistema Súper de Colombia
18 Todelar
19 Univalle Estéreo
20 Vida AM 870

REVISTAS
1 Casa Editorial El Tiempo
2 Editora Urbana
3 Ediciones Gamma
4 Ediciones PYM
5 Editorial El Malpensante
6 Editorial Televisa
7 Inversiones Cromos
8 Magazines Culturales
9 Publicaciones Semana
10 Revista Bienestar

OUT OF HOME
1 Efectimedios
2 JAC
3 López Publicidad
4 Marketmedios
5 Metalvisual
6 OPE
7 Ultradifusión
8 Urbana

En el Ámbito Regional destacamos la Red Cooperativa de Emisoras Comunitarias de Santander – RESANDER LTDA que junto con el Sistema de Comunicación para la Paz – SIPAZ integra la redes radiales de medios comunitarios y alternativos de toda la región; en la actualidad tiene 35 radios comunitarias vinculadas establecidas en la provincia Guanentina, Comunera y de Vélez entre otras en todo Santander , cuatro entidades asociadas que apoyan el SEPAS (Secretariado de Pastoral Social), la delegación de la Comunicaciones de la Diócesis de Socorro y San gil, la fundación COOMULDESA, La asociación de Organizaciones Campesinas y populares de Colombia -El Común, También hace parte de la Escuela de Liderazgo Democrático de UniSangil, Asociación Mundial de Radios Comunitarias – AMARC, entre otras.

Por otro lado, encontramos el Periódico o prensa escrita regional, el cual a través de la historia ha sido enmarcada por las diferencias ideológicas y políticas de la sociedad; en la actualidad los dos periódicos más representativos y de mayor circulación de la región son VANGUARDIA LIBERAL fundada en el año de 1919 por Alejandro Galvis Ramírez y EL FRENTE fundado en 1942 por Rodolfo García García y Rafael Ortiz Gonzalez. Los cuales podemos encontrar impresos y digital.

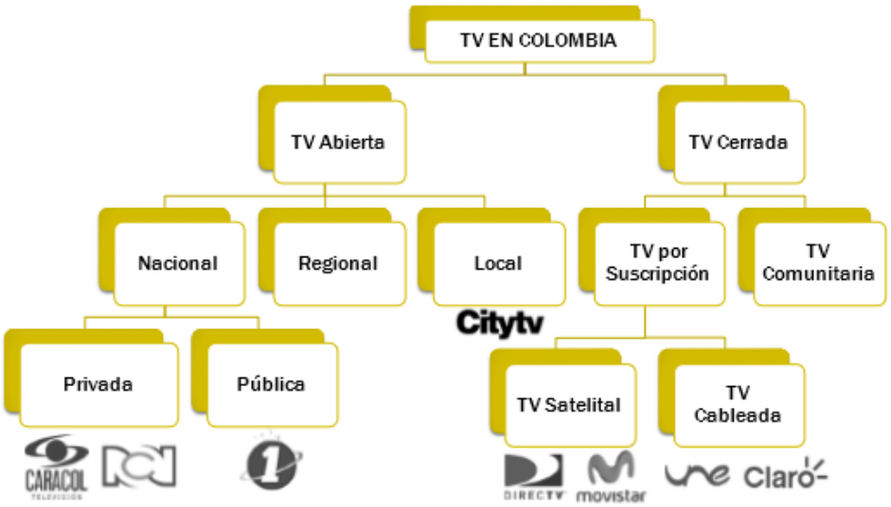


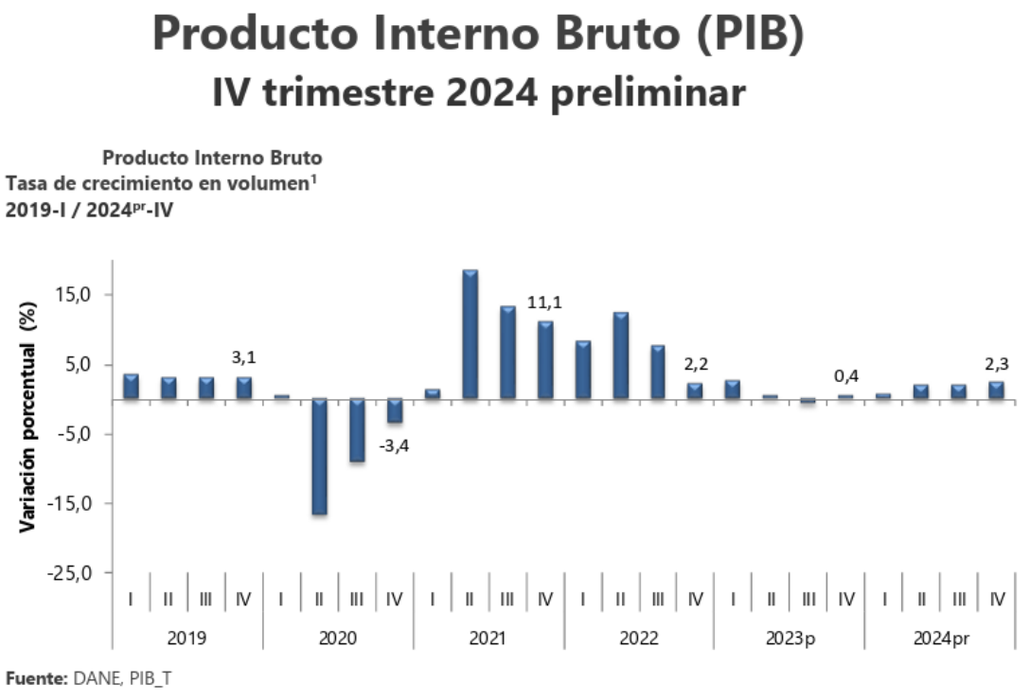
Ilustración 5. Estructura de la TV en Colombia en Función de los Usuarios

CRECIMIENTO ECONÓMICO

El Producto Interno Bruto crece 1,7% en el año 2024pr respecto al año 2023; Las actividades económicas que más contribuyen a la dinámica del valor agregado son: Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca crece 8,1% (contribuye 0,8 puntos porcentuales a la variación anual). Administración pública y defensa; planes de seguridad social de afiliación obligatoria; Educación; Actividades de atención de la salud humana y de servicios sociales crece 4,2% (contribuye 0,7 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 8,1% (contribuye 0,3 puntos porcentuales a la variación anual).

En el cuarto trimestre de 2024, el Producto Interno Bruto en su serie original, crece 2,3% respecto al mismo periodo de 2023. 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 4,4% (contribuye 1,0 puntos porcentuales a la variación anual). Administración pública y defensa; planes de seguridad social de afiliación obligatoria; Educación; Actividades de atención de la salud humana y de servicios sociales crece 4,0% (contribuye 0,7 puntos porcentuales a la variación anual). Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca crece 6,5% (contribuye 0,6 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 0,6%. Cuando se observa el comportamiento de las actividades económicas relacionadas: • Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas; Transporte y almacenamiento; Alojamiento y servicios de comida crece 3,2%. • Administración pública y defensa; planes de seguridad social de afiliación obligatoria; Educación; Actividades de atención de la salud humana y de servicios sociales crece 1,3%. • Industrias manufactureras crece 1,1%.



Fuente DANE

cas.gov.co
SC3264-1
SA367-1
ST-CER944508
Línea Gratuita 018000917600 • contactenos@cas.gov.co
GUANENTINA – SAN GIL
Carrera12 N° 9 – 06 Barrio La Playa
Tel: + 57 60(7) 7249729
Celular: +57 (311) 2039075
contactenos@cas.gov.co
SOCORRO
Calle 16 N° 12 – 36
Tel: +57 60(7) 7249729 Ext. 2001–2002
Celular: +57 (310)6807295
socorro@cas.gov.co
VÉLEZ
Carrera 6 N° 9 -14 Barrio Aquileo Parra
Tel: +57 60(7) 7249729 Ext. 3001–3002
Celular: +57 (310)8157697
velez@cas.gov.co
BUCARAMANGA
Calle 36 N° 26 - 48 Edificio Sura
Oficina 303 Int. 110
Tel: +57 60(7) 7249729 Ext. 4001–4002
Celular: +57 (310)8157695
casbucaramanga@cas.gov.co
BARRANCABERMEJA
Calle 48 con Cra 28 esquina Barrio Palmira
Tel: +57 60 (7) 7249729 Ext. 5001–5002
Celular: +57 (310)8157696
mares@cas.gov.co
MÁLAGA
Carrera 9 N° 11 – 41 Barrio Centro.
Tel: +57 60 (7) 7249729 Ext. 6001–6002
Celular: +57 (310)2742600
malaga@cas.gov.co

Valor agregado por actividad económica
Tasas de crecimiento en volumen[1]
Cuarto trimestre 2024[pr]

Actividad económica	Tasas de crecimiento (%)		
	Serie original		Serie ajustada por efecto estacional y calendario
	Año total	Anual	Trimestral
	2024[pr] / 2023[p]	2024[pr]-IV / 2023[p]-IV	2024[pr]-IV / 2024[pr]-III
Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca	8,1	6,5	-0,3
Explotación de minas y canteras	-5,2	-5,9	-0,4
Industrias manufactureras	-2,1	0,3	1,1
Suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado[2]	1,9	-0,04	-0,1
Construcción	1,9	0,5	-0,9
Comercio al por mayor y al por menor[3]	1,4	4,4	3,2
Información y comunicaciones	-0,8	-0,6	0,2
Actividades financieras y de seguros	0,4	-1,1	0,1
Actividades inmobiliarias	1,9	1,9	0,5
Actividades profesionales, científicas y técnicas[4]	0,1	0,03	-0,1
Administración pública, defensa, educación y salud[5]	4,2	4,0	1,3
Actividades artísticas, de entretenimiento y recreación y otras actividades de servicios[6]	8,1	5,5	-0,4
Valor agregado bruto	**1,8**	**2,3**	**0,8**
Impuestos menos subvenciones sobre los productos	1,1	2,1	0,7
Producto Interno Bruto	**1,7**	**2,3**	**0,6**

Fuente: DANE, PIB_T

CRECIMIENTOS ECONÓMICO EN OTROS PAÍSES.

La economía colombiana se ubica en el puesto sexto entre las que tienen mayor proyección de crecimiento en 2025 a un ritmo de 3 %, de acuerdo con un estudio del Banco Mundial.

El informe Perspectivas Económicas Mundiales, del Banco Mundial, que analiza las proyecciones económicas de diferentes regiones del planeta, advierte que el crecimiento global para el periodo 2025-2026 será de 2,7 %, cifra “insuficiente para fomentar el desarrollo económico sostenido".

Para América Latina y el Caribe, el documento señala que la región “se desaceleró al 2,2 % en 2024, como reflejo de una disminución del consumo", y estima que a final de este año el crecimiento regional podría ser de 2,5 % y de 2,6 % en 2026, a medida que Argentina se recupere, las tasas de interés se normalicen y baje la inflación.

En el caso de Colombia, la proyección del BM es un crecimiento de 3,0 % al cierre de 2025, “respaldado por la recuperación del consumo y la inversión privada, a medida que

se controle la inflación", que cerró el año pasado en 5,2 %, según reveló el DANE. Para 2026 el BM prevé para nuestro país un crecimiento de 2,9 %.

El documento ubica en el primer puesto de proyección de crecimiento económico a Argentina con 4,7 % anual en 2025, después de dos años de recesión. Le siguen en la tabla Paraguay y Honduras con 3,6 % cada uno; luego Costa Rica con 3,5 % y después Colombia con 3 %.

La proyección del BM es muy similar a la del Banco de la República de Colombia, que en su informe de *Política Monetaria* de noviembre de 2024 consideró que el crecimiento económico del país podría llegar en 2025 a 2,9 % y la inflación cerrar en 3 %.

Previsiones para los países de América Latina y el Caribe[1]
(Crecimiento del PIB real a precios de mercado, en porcentajes, a menos que se indique otro criterio)

	2022	2023	2024e	2025p	2026p
Argentina	5,3	-1,6	-2,8	5	4,7
Bahamas	14,4	4,3	2,3	1,8	1,6
Barbados	13,5	4,4	3,9	2,8	2,3
Belice	8,7	4,7	4,3	1,2	0,5
Bolivia	3,6	3,1	1,4	1,5	1,5
Brasil	3	2,9	3,2	2,2	2,3
Chile	2,1	0,2	2,4	2,2	2,2
Colombia	7,3	0,6	1,7	3	2,9
Costa Rica	4,6	5,1	4	3,5	3,4
Dominica	5,6	4,7	4,6	4,2	3,2
República Dominicana	4,9	2,4	5,1	4,7	5
Ecuador	6,2	2,4	-0,7	2	2,2
El Salvador	2,8	3,5	2,9	2,7	2,5
Granada	7,3	4,7	4,2	3,8	3,4
Guatemala	4,2	3,5	3,7	4	4
Guyana	63,3	33,8	43	12,3	15,7
Haití[2]	-1,7	-1,9	-4,2	0,5	1,5
Honduras	4,1	3,6	3,7	3,6	3,6
Jamaica	5,2	2,6	0,8	2,2	1,6
México	3,7	3,3	1,7	1,5	1,6
Nicaragua	3,8	4,6	3,6	3,5	3,6
Panamá	10,8	7,3	2,6	3	3,5
Paraguay	0,2	4,7	4	3,6	3,6
Perú	2,8	-0,4	3,1	2,5	2,5
Santa Lucía	20,4	2,2	3,7	2,8	2,3
San Vicente y las Granadinas	7,2	6	5	3,5	2,9
Suriname	2,4	2,5	2,9	3	3,1
Uruguay	4,7	0,4	3,2	2,6	2,6

Fuente: Banco Mundial.

El informe del BM destaca una proyección para Brasil de 2,2 % en 205 y en 2026, “como reflejo de las políticas monetarias restrictivas y un apoyo fiscal escaso". Para México estima un crecimiento de 1,5 % “limitado por la aplicación de una política monetaria restrictiva y la consolidación fiscal.

Se espera que la economía de Chile se expanda en 2,2 % anual “beneficiándose de las exportaciones de energía verde a pesar de la menor demanda de China", dice el informe,

y agrega de Perú que “crecerá 2,5 % gracias al respaldo de las inversiones en minería, aunque es probable que el crecimiento del consumo se modere".

El Banco Mundial concluye que “el crecimiento económico de El Caribe para 2025 será de 4,9 %, y en 2026 de 5,7 %, liderado por la expansión del sector petrolero de Guyana. Si se excluye Guyana, el crecimiento medio anual proyectado para 2025 y 2026 será del 3,8 %, impulsado por los flujos constantes de remesas y el turismo".

Y de América Central advierte que el crecimiento “llegará a 3,5 % en 2025 y 2026, respaldado por el aumento del consumo y las remesas".

MERCADO LABORAL

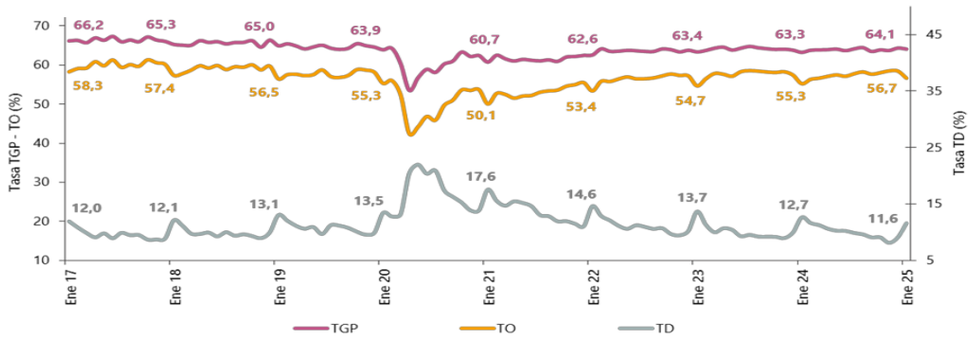
Para el mes de enero de 2025, la tasa de desocupación del total nacional fue 11,6%, lo que representó una disminución de 1,0 puntos porcentuales respecto al mismo mes de 2024 (12,7%). La tasa global de participación se ubicó en 64,1%, mientras que en enero de 2024 fue 63,3%. Finalmente, la tasa de ocupación fue 56,7%, lo que representó un aumento de 1,4 puntos porcentuales respecto al mismo mes del año anterior (55,3%).

En enero de 2025, la tasa de desocupación en el total de las 13 ciudades y áreas metropolitanas fue 11,1%, lo que representó una disminución de 1,3 puntos porcentuales respecto a enero de 2024 (12,4%). La tasa global de participación se ubicó en 65,7% y la tasa de ocupación en 58,4%, estas tasas en el mismo mes del año anterior fueron 65,9% y 57,7%, respectivamente.

En el total nacional, la tasa de desocupación del trimestre móvil noviembre 2024 - enero 2025 fue 9,6%, lo que representó una disminución de 0,9 puntos porcentuales respecto al trimestre móvil noviembre 2023 - enero 2024 (10,6%). La tasa global de participación se ubicó en 64,1%, mientras que en el mismo periodo del año anterior fue 63,7%. Finalmente, la tasa de ocupación fue 57,9%, lo que representó un aumento de 0,9 puntos porcentuales respecto al trimestre móvil noviembre 2023 - enero 2024 (57,0%).

Enero de 2025

Tasa global de participación (TGP), Tasa de ocupación (TO) y Tasa de desocupación (TD)
Total nacional
Enero (2017 - 2025)



Fuente: DANE, Gran Encuesta Integrada de Hogares (GEIH).

VARIABLES ECONÓMICAS QUE AFECTAN EL SECTOR

12

EXPORTACIONES

De acuerdo con la información de exportaciones procesada por el DANE y la DIAN, en enero de 2025 las ventas externas del país fueron US$3.776,8 millones FOB y presentaron un aumento de 4,3% en relación con enero de 2024; este resultado se debió principalmente al crecimiento de 42,5% en las ventas externas del grupo de Agropecuarios, alimentos y bebidas.

En el mes de referencia, las exportaciones de Combustibles y productos de industrias extractivas participaron con 41,5% del valor FOB total de las exportaciones; así mismo, Agropecuarios, alimentos y bebidas con 30,3%, Manufacturas con 19,5%, y Otros sectores con 8,7%.

En enero de 2025 se exportaron 13,1 millones de barriles de petróleo crudo, lo que representó una caída de 1,1% frente a enero de 2024.

Comportamiento general de las exportaciones

Valor FOB de las exportaciones, variación, contribución y participación según grupos de productos (OMC)
Enero (2025/2024)p

Grupos de productos (OMC)	Enero				
	2024	2025	Variación (%)	Contribución a la variación (pp)	Participación 2025 (%)
	(Millones de dólares FOB)				
Total	**3.621,1**	**3.776,8**	**4,3**		**100,0**
Agropecuarios, alimentos y bebidas [1]	803,3	1.144,7	42,5	9,4	30,3
Combustibles y prod. de industrias extractivas [2]	1.833,9	1.568,0	-14,5	-7,3	41,5
Manufacturas [3]	722,0	734,7	1,8	0,4	19,5
Otros sectores [4]	261,9	329,4	25,8	1,9	8,7

Fuente: DIAN – DANE (EXPO)

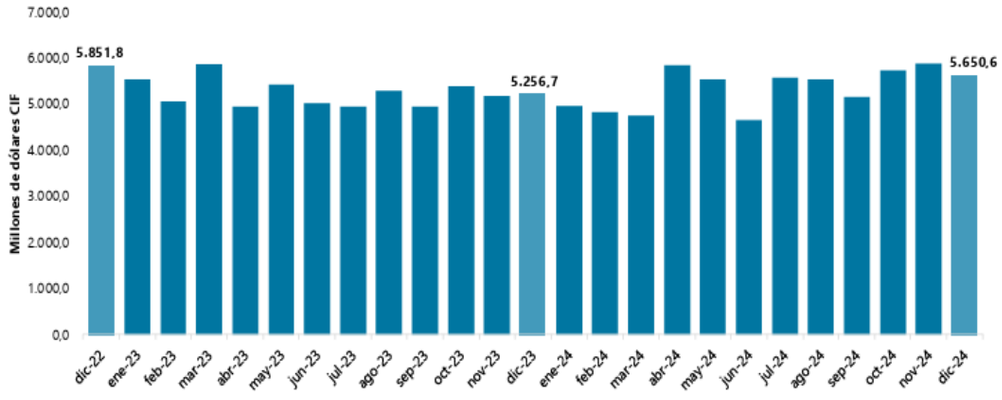
IMPORTACIONES

De acuerdo con las declaraciones de importación registradas ante la DIAN en diciembre de 2024, las importaciones fueron US$5.650,6 millones CIF y presentaron un crecimiento de 7,5% con relación al mismo mes de 2023. Este comportamiento obedeció principalmente al aumento de 8,7% en el grupo de Manufacturas.

En diciembre de 2024, las importaciones de Manufacturas participaron con 70,9% del valor CIF total de las importaciones, seguido por Agropecuarios, alimentos y bebidas con 14,5%, Combustibles y productos de las industrias extractivas con 14,6% y Otros sectores con 0,1%.

Importaciones (IMPO)
Diciembre 2024

Gráfico 1. Valor CIF de las importaciones (Millones de dólares CIF)
Total Nacional
Diciembre (2022-2024)p



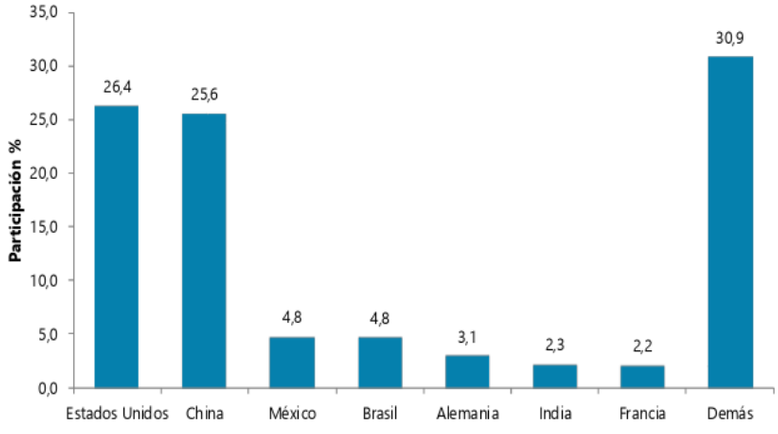
Fuente: DIAN – DANE (IMPO)

En diciembre de 2024, las importaciones de Manufacturas fueron de US$4.004,4 millones CIF y presentaron un crecimiento de 8,7% frente a diciembre de 2023, como resultado de las mayores compras de Maquinaria y equipo de transporte (6,9%) y Productos químicos y productos conexos (9,9%) que aportaron en conjunto 5,9 puntos porcentuales a la variación del grupo.

En diciembre de 2024, las importaciones del grupo de Combustibles y productos de las industrias extractivas fueron de US$824,8 millones CIF y presentaron un crecimiento de 14,7%, en comparación con diciembre de 2023; como resultado de las mayores compras de Petróleo, productos derivados del petróleo y productos conexos (19,2%) que aportó 13,0 puntos porcentuales a la variación del grupo.

En diciembre de 2024, las compras externas del grupo Agropecuarios, alimentos y bebidas fueron US$816,7 millones CIF y presentaron una disminución de 3,6% en comparación con diciembre de 2023; este resultado se explicó por las menores importaciones de Productos alimenticios y animales vivos (-7,0%) que aportó 5,8 puntos porcentuales negativos a la variación del grupo.

Distribución porcentual del valor CIF de las importaciones según países de origen
Diciembre 2024ᵖ



Fuente: DIAN - DANE (IMPO)

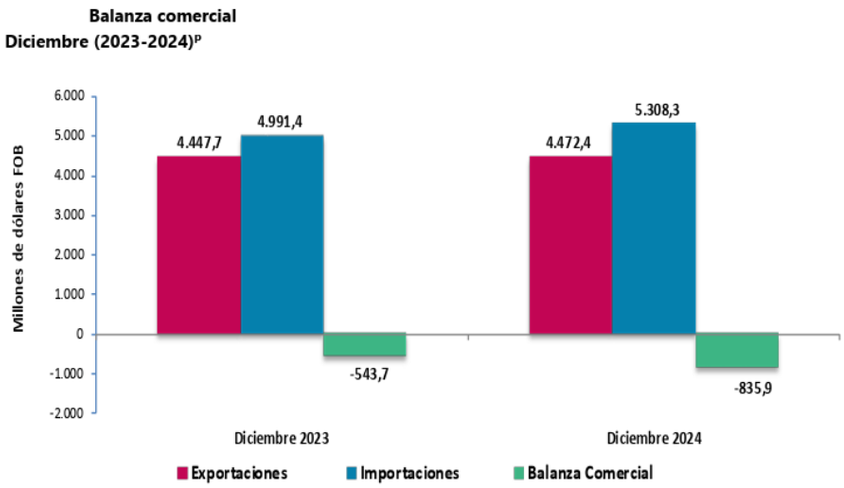
En diciembre de 2024 en comparación con diciembre de 2023, las contribuciones más importantes se presentaron en las compras originarias en China (25,1%) y Trinidad y Tobago al aportar en conjunto 7,7 puntos porcentuales a la variación total del mes (7,5%). En contraste, las importaciones desde Guyana (-99,9%) contribuyeron con 1,7 puntos porcentuales negativos a la variación total del mes.

El aumento en las importaciones originarias de China en diciembre de 2024 en comparación con diciembre de 2023 se explicó por las mayores compras de Vehículos

automotores para el transporte de personas (172,2%), Computadores (Portátiles) (35,2%), Vehículos automotores para el transporte de mercancías (370,1%) y Diodos transistores y dispositivos semiconductores análogos (168,1%).

BALANZA COMERCIAL

En diciembre de 2024 se registró un déficit en la balanza comercial colombiana de US$835,9 millones FOB, mientras que en diciembre de 2023 se presentó un déficit de US$543,7 millones FOB.



Fuente: DIAN-DANE (IMPO)

INFLACIÓN

En el mes de febrero de 2025, el IPC registró una variación de 1,14% en comparación con enero de 2025, tres divisiones se ubicaron por encima del promedio nacional (1,14%): Educación (5,57%), Transporte (1,57%) y por último, Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles (1,16%). Por debajo se ubicaron: Bebidas alcohólicas y tabaco (0,97%), Recreación y cultura (0,93%), Restaurantes y hoteles (0,82%), Bienes y servicios diversos (0,81%), Muebles, artículos para el hogar y para la conservación ordinaria del hogar (0,65%), Alimentos y bebidas no alcohólicas (0,60%), Salud (0,54%), Prendas de vestir y calzado (0,54%) y por último, Información y comunicación (-0,02%).

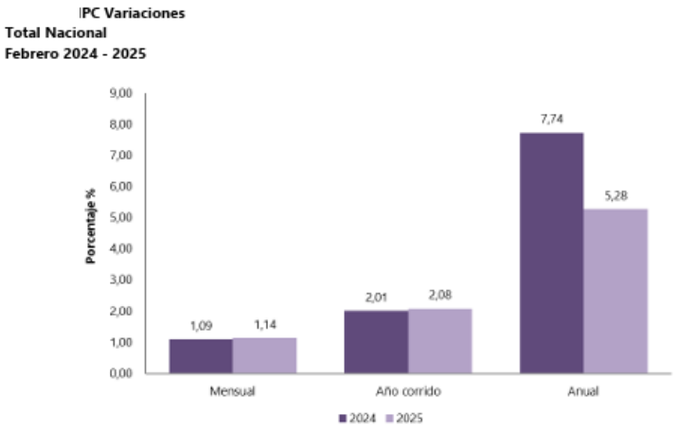
En febrero de 2025 en comparación con enero de 2025, la variación de las subclases que más aportaron al índice total fueron: transporte urbano (3,45%), gas (14,42%), educación preescolar y básica primaria (6,45%), arriendo efectivo (0,82%), arriendo imputado (0,59%), comidas en establecimientos de servicio a la mesa y autoservicio (0,83%), educación secundaria (6,08%), frutas frescas (3,64%), inscripciones y matrículas en carreras técnicas, tecnológicas y universitarias (4,40%) y recogida de basuras (5,03%). Las subclases con aportes negativos a la variación fueron: papas (-6,73%), plátanos (-

cas.gov.co
SC3264-1
SA367-1
ST-CER944508

4,62%), electricidad (-0,29%), tomate de árbol (-5,87%) y vehículo particular nuevo o usado (-0,17%).

Los mayores aportes a la variación mensual del IPC (1,14%), se ubicaron en las divisiones de: Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles, Educación, Transporte, Alimentos y bebidas no alcohólicas y Restaurantes y hoteles, las cuales aportaron 1,00 puntos porcentuales a la variación total.

Febrero 2025



Fuente: DANE, IPC.

REVALUACION

Es un fenómeno macroeconómico que depende de múltiples variables. Entre sus causas se puede mencionar el aumento de la exportación, incremento de las remesas, aumento de la inversión extranjera por el mejoramiento de la economía, déficit fiscal, lavado de activos entre otros; La revaluación desestimula las exportaciones, y como consecuencia la producción y el empleo. Son muchas las empresas que pueden quebrar o disminuir su producción con la consecuencia de tener que despedir personal, aumentando el desempleo por lo que habrá más personas sin recursos para su sustento, lo que a la vez disminuye el dinamismo de la economía, puesto que si no hay plata no habrá demanda, y si no hay demanda, los productores no encontrarán mercado para sus productos.

DEVALUACION

La devaluación del peso colombiano ha sido un factor que en términos económicos no se presentó de forma positiva, no obstante, aunque ha afectado el desarrollo en ciertos aspectos, la devaluación no ha sido lo suficientemente fuerte para contrarrestar el comportamiento de la oferta de exportaciones y la actividad productiva en Colombia. Resaltando uno de los efectos positivos de la devaluación de la moneda, es que se han empezado a adelantar procesos de sustitución de importaciones, es decir, que se ha influido en la industria colombiana para empezar a producir los bienes que están siendo importados. Adicionalmente, se ha evidenciado un incremento significativo en el ingreso

de turistas extranjeros y nacionales a los destinos locales, lo que incrementa el comercio. Por tanto, estas son algunas de las razones por las que se pueden considerar aspectos positivos en la situación frente al dólar y la devaluación del peso colombiano.

TASA DE CAMBIO

La tasa de cambio representativa del mercado (TRM) es la cantidad de pesos colombianos por un dólar de los Estados Unidos (antes del 27 de noviembre de 1991 la tasa de cambio del mercado colombiano estaba dada por el valor de un certificado de cambio). La TRM se calcula con base en las operaciones de compra y venta de divisas entre intermediarios financieros que transan en el mercado cambiario colombiano, con cumplimiento el mismo día cuando se realiza la negociación de las divisas. Actualmente la Superintendencia Financiera de Colombia es la que calcula y certifica diariamente la TRM con base en las operaciones registradas el día hábil inmediatamente anterior.

El año comenzó con una TRM de 3,822.05 el lunes 1 de enero y cerró en 4,409.15 el martes 31 de diciembre. Representados en una altísima diferencia de unos 587.10 pesos, lo que indica que la TRM aumentó durante este período, sobre todo hacia finales del año.

El promedio de la TRM durante este período fue de 4,071.35, muy lejos de la mayoría de precios que se presentaron en este año. La variación fue del 15.36%, lo que significa que hubo un aumento dramático en la TRM a lo largo de este lapso. El valor mínimo de la TRM fue de 3,763.43, mientras que el valor máximo fue de 4,478.21 y se alcanzó el jueves 14 de noviembre. Lejos del máximo histórico anual, pero no lo suficiente como para confirmar una tendencia bajista.

La mediana de la TRM fue de 4,021.63, factor que nos muestra que la mitad de los valores de la TRM estuvieron por debajo de este valor y la otra mitad por encima. El valor más frecuente de los precios de las TRM en el año fue cercano a 3,900.

La desviación estándar fue de 192.88, reflejándose en la dispersión tan pronunciada de los precios. El coeficiente de variación fue del 4.74%, mostrando una variabilidad moderada de la TRM durante este año.



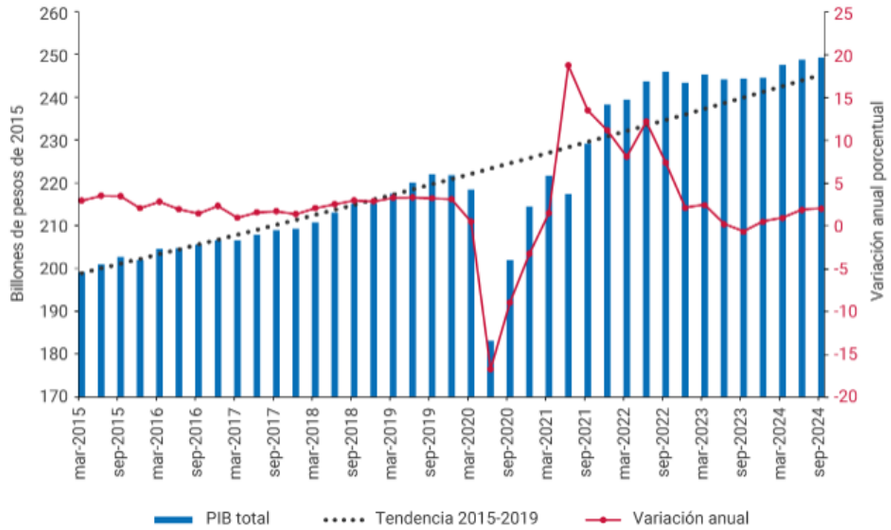
CRECIMIENTO ECONÓMICO PARA EL 2025

18 Cada vez que la autoridad monetaria se reúne para adoptar decisiones de tasas de interés requiere respuestas a dos preguntas fundamentales: ¿dónde está la economía? y ¿para dónde va la economía? Contestar estas preguntas no es una tarea fácil. Por una parte, los rezagos de la información estadística dificultan contar con un panorama completo para responder a la primera pregunta. Y por otra, la incertidumbre sobre el comportamiento futuro de variables económicas locales y externas limitan la precisión de los pronósticos para responder a la segunda. Esta es una de las razones que exige que tales decisiones deban tomarse con cautela, pues nunca es posible tener la certeza que sería deseable sobre esas respuestas. Aprovechando la reciente publicación del reporte del Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE) sobre el crecimiento del producto interno bruto (PIB) en el tercer trimestre del año, los datos sobre la inflación a fin de octubre, y otros indicadores importantes, en este blog ofrecemos una aproximación a las respuestas en cuestión.

El Gráfico 1 muestra la serie del PIB corregida por factores estacionales y de calendario, lo cual permite hacer un seguimiento más preciso de la actividad económica. Puede observarse que a partir del cuarto trimestre de 2023 la economía colombiana inició una tendencia de recuperación tanto en niveles del PIB (barras azules) como en sus variaciones anuales (línea roja). En efecto, luego de que el PIB se contrajo 0,7 % en el tercer trimestre de 2023 frente al mismo período de 2022, en el último trimestre de 2023 se expandió 0,5 %, seguido por crecimientos anuales consecutivos de 0,9 %, 1,8 %, y 2,0 %, en los primeros tres trimestres de 2024. De esta manera, para el acumulado hasta septiembre, la economía colombiana había logrado un crecimiento de 1,6 % frente al mismo período de 2023. Si bien este es un dinamismo todavía modesto, debe tenerse en cuenta que se trata de un crecimiento obtenido en medio del ajuste económico requerido

para conducir la inflación a la meta del 3 % y moderar los excesos de gasto sobre el ingreso del país que en 2022 alcanzaron un valor elevado (6,1 % del PIB).

Gráfico 1. Niveles de PIB y variaciones anuales
(series corregidas por estacionalidad y efectos calendario)



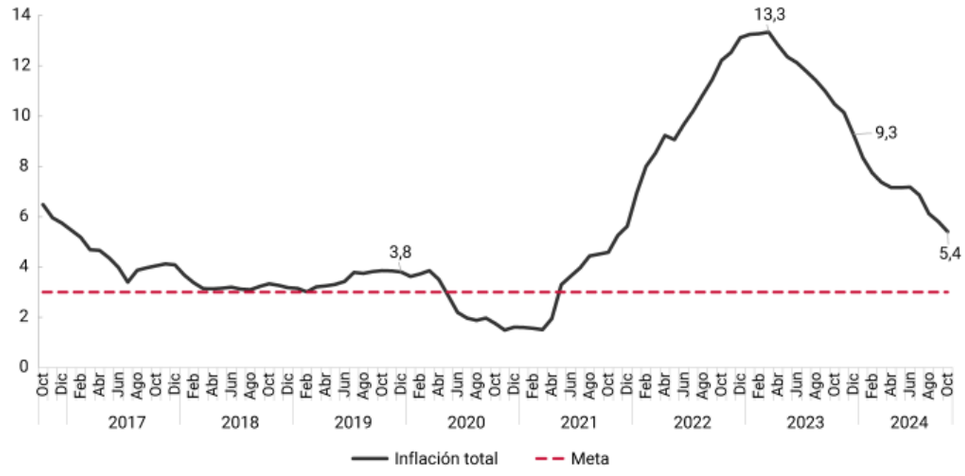
El crecimiento económico observado ha estado asociado con la progresiva recuperación del consumo de los hogares, principalmente en su componente de bienes no durables, así como con la expansión de la formación bruta de capital favorecida por el buen desempeño de las obras civiles, lo cual ha impulsado la demanda interna hasta lograr un aumento de 3,9 % anual en el tercer trimestre de 2024. Por el lado de la oferta se ha observado un desempeño dispar entre los sectores productivos. Las actividades primarias y terciarias han venido liderando el crecimiento en contraste con el bajo desempeño de las secundarias. Entre las actividades primarias ha sobresalido el fuerte dinamismo del sector agropecuario, que en lo corrido del año hasta septiembre creció a una tasa anual promedio de 8,9 %, y en el tercer trimestre se expandió 10,5 %. Dentro de los sectores terciarios se destacan los buenos resultados de las actividades artísticas y de entretenimiento, servicios de la administración pública y, recientemente, las actividades financieras y de seguros. En contraste, las actividades secundarias se han visto afectadas por la progresiva contracción de la industria manufacturera, aunque a ritmos cada vez menores (-0,9 % anual en el tercer trimestre). Adicionalmente, la contracción de las edificaciones, en especial de vivienda, ha afectado el desempeño de la construcción que sin embargo ha logrado ser compensado por el buen crecimiento de las obras civiles, que en el tercer trimestre se expandieron al 16,6 % respecto a igual período del año anterior.

En el contexto de un fortalecimiento moderado de la demanda interna, la inflación de precios al consumidor ha continuado su proceso de convergencia hacia la meta de 3,0 % en lo corrido de 2024. Es así como a fin de octubre la inflación anual se ubicó en 5,4 %,

inferior en casi 4 puntos porcentuales (pp) a la registrada a fin de 2023 (9,3 %), y menos de la mitad del pico que esta alcanzó en marzo del año anterior (13,3 %) (Gráfico 2).

Gráfico 2. Inflación anual de precios al consumidor

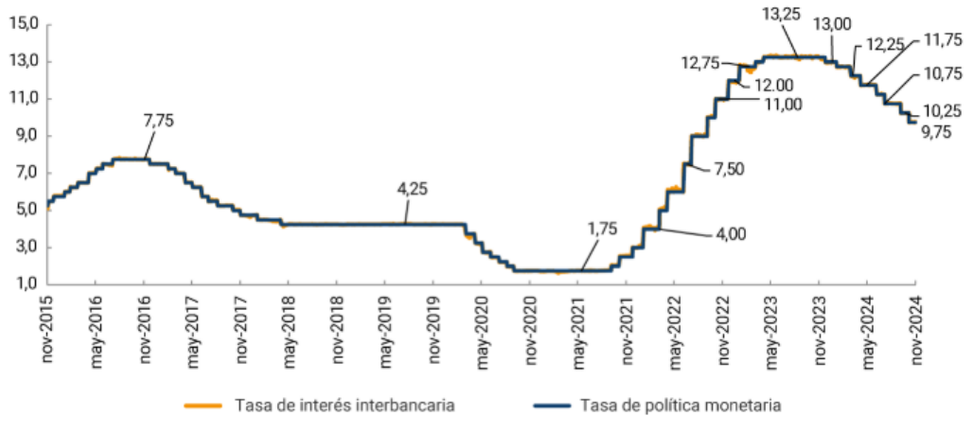
(porcentajes)



La reducción de la inflación total entre fin de 2023 y octubre de 2024 ha sido liderada por la caída de la inflación de alimentos (de 5,0 % a 1,7 %) así como por la disminución de la inflación de regulados (de 17,2 % a 9,5 %). La inflación básica sin alimentos ni regulados también se ha reducido (de 8,4 % a 5,4 %), aunque a un ritmo menor del que ha mostrado la inflación total. Esto se explica por la relativa rigidez de la inflación de servicios frente a la flexibilidad de la inflación de bienes. Mientras que la primera solo se redujo en lo corrido de 2024 de 9,0 % a 7,3 % en octubre, la inflación anual de bienes disminuyó de 7,1 % a 0,4 % en el mismo período. Ello obedece a que la inflación de servicios, que incluye rubros tan importantes como los arrendamientos y las comidas fuera del hogar, tiende a ser relativamente más indexada a las expectativas de inflación, que en buena medida dependen de la inflación observada. Por el contrario, la inflación de bienes se ha visto favorecida por la reducción de los precios internacionales y por la moderación de la demanda interna.

De la política monetaria muchas veces se ha dicho que es más arte que ciencia. Esta afirmación puede tener mucho de cierto si se tienen en cuenta las condiciones de incertidumbre que rodean las decisiones de tasas de interés, mediante las cuales la política monetaria persigue dos objetivos fundamentales: una inflación alrededor de su meta y un crecimiento económico en torno a su potencial. Este equilibrio se puede perder por choques de oferta y/o demanda como los que han ocurrido en Colombia durante los últimos años. La tarea de la autoridad monetaria consiste en manejar la tasa de interés de política para restablecer dicho equilibrio tratando al mismo tiempo de minimizar los costos en términos de actividad económica.

Gráfico 3. Tasa de política monetaria (TPM) vs. tasa de interés interbancaria (TIB)
(porcentajes)



El Gráfico 3 muestra la evolución reciente de la tasa de interés interbancaria para préstamos a un día entre las entidades financieras (TIB), la cual es definida fundamentalmente por la senda de decisiones que adopta la Junta Directiva del Banco de la República sobre la tasa de política monetaria (TPM). Dichas decisiones estuvieron encaminadas a cumplir los objetivos de política monetaria antes señalados, manteniendo siempre una especial cautela, debido a la incertidumbre resultante de no contar con respuestas exactas a las dos preguntas mencionadas al inicio de este blog.

La postura contractiva que la política monetaria adoptó progresivamente a partir de septiembre de 2021 logró moderar el crecimiento de la economía, y con ello los excesos de demanda que surgieron a raíz de la fuerte expansión que la actividad económica experimentó luego de la pandemia. Como muestra el Gráfico 1, el crecimiento económico se desaceleró gradualmente tal como lo requería el proceso de ajuste. Sin embargo, se destaca que a lo largo de este período de ajuste no se presentó una recesión económica, algo que usualmente se asocia con dos trimestres consecutivos de contracción económica. Aún más importante, la línea punteada en esa gráfica permite ver que, pese al proceso de ajuste, los niveles de actividad económica se mantuvieron en 2022, 2023 y lo corrido de 2024 por encima de lo que hubieran sido en ausencia de la pandemia si se hubieran mantenido las tasas de crecimiento del período previo. Esto resalta el esfuerzo por minimizar el sacrificio en términos de actividad económica que la Junta Directiva llevó a cabo todo el tiempo. El Gráfico 2 muestra que este ajuste está dando sus frutos, al lograr revertir en alto grado el proceso inflacionario en un proceso que se espera continúe a lo largo de 2025. Ello ha permitido a la Junta avanzar durante 2024 en el relajamiento de la política monetaria que aún está en curso, lo que ya se viene manifestando en una sucesiva recuperación del crecimiento económico.

Las perspectivas para 2025 apuntan a un crecimiento de la economía colombiana de 2,9 %, muy próximo a su potencial, y a una convergencia de la inflación a su meta de

3,0 % hacia finales de dicho año. Con ello se espera dar por terminado uno de los períodos más complejos para la economía colombiana y más retadores para la Junta Directiva del Banco de la República.

ASPECTO ECONÓMICO

El análisis económico se centra en los factores que influyen en el poder de compra y los patrones de gasto de las Entidades Estatales; Adicionalmente este proceso se enmarca en el Plan anual de Adquisiciones 2025 de la Corporación Autónoma Regional de Santander CAS y en el Plan de Acción.

CAMBIOS EN LOS PRESUPUESTOS: Existen diversos factores que pueden influir significativamente en los presupuestos establecidos por las entidades territoriales, entre los más importantes se encuentran: Los Desastres Naturales, Las fluctuaciones en la política monetaria del país, las variaciones en los precios.

CAMBIOS EN LAS FORMAS DE ADQUISICIÓN Las entidades territoriales pueden ajustar sus adquisiciones de acuerdo a factores como la disponibilidad de recursos, la priorización de elementos a adquirir y los cambios en los niveles de precios de adquisición de elementos.

INFLACIÓN Y OTROS ÍNDICES ECONÓMICOS: Los presupuestos están influenciados directamente por los niveles de inflación, lo cual hace que en términos reales con la masa nominal de cada partida se puedan adquirir cantidades diversas de insumos.

ASPECTO TÉCNICO

Los medios de comunicación se han transformado radicalmente con la llegada de la era digital, así como también el modo en que los ciudadanos interactúan con estos medios. Anteriormente, los medios de comunicación, como la radio, operaban con un modelo de comunicaciones de “uno a muchos” lo que quiere decir que estos tenían el control total de la información y esta las transmitían al público en general, el sentido de esta comunicación era unidireccional, es decir el ciudadano no podía retroalimentar o realizar alguna interacción sobre la información recibida, además, el alcance del receptor, en ocasiones impedía recibir la información transmitida.

La realidad actual es diferente, la población está inmersa en una cantidad de información de diferente tipo y emitida por diferentes medios que es imperativo controlar la información que se quiere transmitir al ciudadano y tener el control de la veracidad de la misma.

La Corporación Autónoma de Santander -CAS, no es ajena a esta realidad por lo que se ha esforzado en interactuar con sus usuarios de una manera apropiada y con la información actualizada con el fin de que la relación entre usuarios y entidad sea óptima, sin embargo, cuenta con canales de comunicación como redes sociales y página web y según la estadística de estos medios, los usuarios de la CAS de la jurisdicción no está recibiendo oportunamente la información corporativa de manera eficaz, generando un retardo en respuestas a sus solicitudes o la oportunidad de interactuar a tiempo con alguna política, proyecto y/o actividad que la CAS este generando.

En resumen, el problema radica en la ausencia de una estrategia integral y efectiva para comunicar los avances y acciones del plan de manera clara, accesible y oportuna. Lo que puede generar desinformación o confusión debido a mensajes ambiguos, limitar el acceso equitativo a la información al no estar disponible en formatos adecuados, y reducir la transparencia y visibilidad al no destacar suficientemente el progreso y las acciones generadas dentro de la CAS. Además, puede haber problemas con la actualización oportuna de la información y descoordinación entre los equipos responsables, lo que resulta en mensajes contradictorios o desalineados.

ESPECIFICACIONES TECNICAS

A través de la institucionalización de la emisora de la Corporación, se consideran las siguientes actividades:

Adquisición de equipos:

EQUIPO	CARACTERÍSTICA
1 consola mezclador	- Mezclador premium de 24 entradas y 4/2 buses con compresores y preamplificadores de micrófono, ecualizador británico, procesador multiefectos de 24 bits e interfaz de audio/USB - 10 entradas híbridas (xlr o línea). - 2 entradas estéreo de línea. - Insert para los primeros 8 canales. - 4 auxiliares de envío. - 8 buses. - Eq de 4 bandas por canal. - Compresor y filtro pasa altos para los 8 primeros canales. - procesador digital de 16 efectos. - puerto usb de salida para grabación. - entrada y salida rca. - Dimensiones (w x d x h) = 135 x 420 x 440 mm. - Peso: 6.35 kg.
1 consola mezclador	- Mezclador análogo. - 6 Entradas HÍBRIDAS (XLR O LÍNEA) - 2 Entradas Estereo de línea - 1 Entrada y salida de tape - Compresor en los primeros 4 canales - EQ de 3 bandas por canal - EQ gráfico de 7 bandas con detector de feedback - Procesador de efectos KLARK TEKNIK - Entrada USB para micrófono Wireless ULM-100

	- 2 auxiliares - Puerto USB de salida para grabación - Insert para los primeros 4 canales - Dimensiones (W X D X H) = 37 x 33.8 x 9 cm - Peso: 3.8 kg”
1 micrófono condensador	- Phantom power incluido - Membrana de tamaño 16mm. - Respuesta en frecuencia: 40Hz – 20KHz. - SPL max. 136 dB. - Conector macho XLR. - Incluye estuche de transporte. - Tamaño estuche: largo: 30.5 cm / alto: 13 cm / ancho: 8.5 cm. - Peso: 0.42 Kg
1 micrófono dinámico vocal	- Dimensiones - 25 × 12 × 8 cm - Tipo Dinámico (bobina móvil) - Patrón polar - Cardioide - Respuesta de frecuencia - 50 a 15, 000 Hz - Impedancia de salida - 300 Ω - Sensibilidad a 1 kHz, voltaje con circuito abierto –56, 0 dBV/Pa (1, 6 mV) - Conector - Conector de audio de tres clavijas profesional (tipo XLR), macho
3 micrófonos de mano	- Micrófono vocal dinámico cardioide para voz y aplicaciones vocales. Cable incluido. - Aplicaciones: Karaoke, Voces en vivo - Tipo de micrófono: Dinámica - Patrón Polar: Cardioide - Respuesta frecuente: A medida - Factor de forma: Mano
1 grúa base para micrófono con brazo	- Peso: 2 kg - Dimensiones: 8 × 17 × 55 cm - Garantía: 1 Año - Base: Brazo extensible para Mic con brazo de elevación fijo y base para asegurar a la mesa
1 monitor de estudio auto amplificado	- Monitor de estudio de 2 vías y campo cercano, con woofer de cono de 6,5 pulgadas y tweeter de cúpula de 1 pulgada. - Respuesta de frecuencia de 43Hz -30kHz - Sistema biamplificado con 60W LF más 35W HF para una amplificación de alto rendimiento de 95W - Controles de respuesta ROOM CONTROL y HIGH TRIM - Entradas de jack telefónico XLR y TRS que aceptan señales balanceadas y no balanceadas
3 bases para micrófono	- Base de micrófono: Si - Características: Manija ergonómica, cuello de boom reforzada.
1 tarjeta de sonido externa	- Cantidad de entradas 2 - Cantidad de salidas 2 - Tasa de muestreo 48 kHz - Resolución de audio 16 bit - Con alimentación fantasma Sí - Tipos de alimentación USB - Tipos de conexiones 1 combo XLR/TRS 6.3 mm in, 1 instrument TRS 6.3 mm in, 1 phone jack 6.3 mm, 1 USB-B 1.1, 1 line RCA L/R out - Software compatible Pro tools, Live, Cubase - Accesorios incluidos Cable USB

cas.gov.co
icontec ISO 9001 SC3264-1
icontec ISO 14001 SA367-1
IQNET CERTIFIED MANAGEMENT SYSTEM
icontec ISO 45001 ST-CER944508
icontec Norsok S WA - 006

	- Es compatible con MIDI No - Latencia 0 ms - Altura 46,45 mm - Ancho 128 mm - Profundidad 118 mm - Peso 0,3 kg
1 audífonos para DJ	- Tipo Cerrados, dinámicos - Drivers Tipo cúpula de 40 mm - Cable Cable en espiral de 1,2 m (1,8 m estirado) - Accesorios Cable de 1,2 m en espiral (longitud extendido 1,8 m) - Cable de carga - Impedancia 32 Ω - Sensitivity 104 dB - Potencia máxima 2000 mW - Peso (sin cable) 250 g - Rango de frecuencia 5 - 30000 Hz
25 1 cámara web	- Resolución máxima de video: 1920 px x 1080 px - Tipo de resolución máxima de video: Full HD - Resolución de imagen de la cámara: 3 Mpx - Con micrófono: Sí - Interfaces: USB-A 2.0 - Funciones: Corrección de luz, Auto-foco - Es apta para videoconferencia: Sí - Cuadros máximos por segundo: 30 FPS - Zoom: 1.2x - Accesorios incluidos: Clip con montaje en trípode, Manual de usuario - Ángulo de visión: 78° - Es plug and play: Sí - Con tapa de lente: Sí - Con luz LED: No - Largo del cable: 1,5 m

Adquisición de servicio de streaming profesional:

Capacidades y restricciones
- Trafico mensual Sin limites
- Espacio de almacenamiento 10 GB
- Límite de usuarios Sin limites

Dispositivos
- Transmisión a computadores
- Transmisión a tablets
- Transmisión a dispositivos móviles
- Transmisión a televisores inteligentes
- Transmisión a consolas de videojuegos

Puntos de montaje
- Audio
- Video

Señal en vivo
- Señal en vivo
- Señal en vivo de contingencia

Codecs
- H.264
- HE-AAC v2

Reproductores y empotrado
- Empotrado con JavaScript
- Reproductor HTML5
- Listas de reproducción de YouTube

Redes sociales y marketing viral
- Reproductor para Twitter

Aplicación para dispositivos móviles (celulares y tablets)
- Android
- iOS

Aplicación para televisores inteligentes (smart TV)
- AndroidTV
- GoogleTV

Seguridad y protección de contenido
- Protección DDoS (10 gbps/10 Mpps)
- Tokens de seguridad
- Control de acceso por dominio
- Control de acceso por IP

Servicios adicionales
- Estadísticas en tiempo real
- Soporte técnico
- Dominio web .com (Sujeto a disponibilidad)

Montaje, configuración y pruebas de la emisora

- Realizar el montaje de los equipos con su respectiva configuración.
- Realizar la configuración del servicio de streaming, incluido, la configuración del sitio web, aplicación y/o reproductor en línea.
- Alistamiento de la programación del contenido
- Utiliza software de retransmisión para transmitir en directo desde tu ordenador.
- Crear una habilidad de Alexa
- Crea una habilidad de Alexa para que tus oyentes puedan escuchar tu radio con un simple comando de voz.
- Realizar las respectivas pruebas de funcionamiento y estabilidad.
- Brindar soporte técnico.

ASPECTO REGULATORIO

El actual proceso contractual debe estar ajustado dentro del marco legal aplicable, en sus etapas de planeación, precontractual, contractual y pos contractual. Al igual que el marco legal, debe contener los mínimos requisitos que los posibles oferentes han de cumplir para hacer parte de la selección del oferente adjudicatario y futuro contratista que ha de ser objetiva y en general en cumplimiento de los principios de la contratación.

Las normas incluidas en proceso de contratación se encuentran definidos en los estudios previos, en la Ley 80 de 1993 “Por la cual se expide el Estatuto General de Contratación de la Administración Pública; Reglamentada Decreto 1082 de 2015 y demás normas sobre la materia; el proceso y las propuestas presentadas en desarrollo del mismo, se someten a las normas de la contratación pública. Artículo 2 de la ley 1150 de 2007, ley 1474 de 2011, artículo 94 de la ley 1474 de 2011, decreto ley 019 de 2012, en

concordancia con el decreto 1082 de 2015, las normas comerciales y civiles en lo que estas fueren aplicables y demás normas pertinentes y demás normas vigentes que se presumen conocidas por todos los proponentes que participen en el presente proceso de selección…"

Decreto 3075 DE 1997: Por la cual se reglamenta parcialmente la Ley **9** de 1979 y se dictan otras disposiciones.

Manual de contratación adoptado mediante Resolución 00693 del 04 de octubre de 2022.

Las normas incluidas en proceso de contratación se encuentran definidos en los estudios previos, en la Ley 80 de 1993 "Por la cual se expide el Estatuto General de Contratación de la Administración Pública .Reglamentada Decreto 1082 de 2015 y demás normas sobre la materia.

El oferente deberá tener en cuenta los impuestos, retenciones, tasas y demás descuentos de ley que se aplican sobre la ejecución del contrato a partir de la adjudicación del mismo.

ANÁLISIS DE LA DEMANDA

27 Teniendo en Cuenta los lineamientos establecidos por el Sistema de Colombia Compra Eficiente se procedió a revisar en el Secop las Adquisiciones que ha realizado la Corporación Autónoma Regional de Santander con relación al objeto a contratar y demás entidades que hayan contratado.

FORTALECIMIENTO DE LA COMUNICACIÓN ENTRE USUARIO - ENTIDAD POR MEDIO DE LA CREACIÓN DE LA EMISORA ON LINE DE LA CAS CON EL FIN DE GARANTIZAR LA DIVULGACIÓN DE LA INFORMACIÓN AMBIENTAL

ADQUISICIONES REALIZADAS POR LA ENTIDAD

AÑO	2016	2017	2018
NUMERO DEL PROCESO - SECOP	CM-001-2016	CM-001-2017	SAMC-012-2018
NUMERO DEL CONTRATO	004-00409-2016	004-00335-2017	00592-2018
ESTADO	LIQUIDADO	LIQUIDADO	LIQUIDADO
MODALIDAD DE SELECCIÓN DEL CONTRATO	CONCURSO DE MERITOS	CONCURSO DE MERITOS	SELECCIÓN ABREVIADA MENOR CUANTIA
OBJETO DEL CONTRATO	DISEÑAR Y EJECUTAR UN PLAN DE MEDIOS PARA LOS 74 MUNICIPIOS DE LA PROVINCIAS GUANENTINA, COMUNERA, DE VELEZ, MARES, GARCIA ROVIRA Y MUNICIPIOS QUE HACEN PARTE DE LA OFICINA ENLACE BUCARAMANGA QUE PROMUEVA ESTRATEGIAS DE COMUNICACION YDIVULGACION PARA LA GOBERNABILIDAD IUNSTITUCIONAL, LA SENCIBILIZACION AMBIENTAL Y LA GESTION DEL RIESGO EN LA JURISDICCION DE LA CAS	CONTRATAR EL PLAN DE MEDIOS PARA LOS 74 MUNICIPIOS DE LAS PROVINCIAS GUANENTINA, COMUNRA, DE VELEZ, MARES, GARCIA ROVIRA Y MUNICIPIOS QUE HACEN PARTE DE LA OFICINA ENLACE BUCARAMANGA QUE PROMUEVAN ESTRAGEGIAS DE COMUNICACION Y DIVULGACION PARA LA GOBERNABILIDAD INSTITUCIONAL LA SENSIBILIZACION AMBIENTAL Y LA GESTION DEL RIESGO EN LA JURISDICCION DE LA CAS	PLAN DE MEDIOS PARA LOS 74 MUNICIPIOS DE LAS PROVINCIAS GUANENTINA, COMUNERA, DE VELEZ, MARES, GARCIA ROVIRA Y MUNICIPIOS QUE HACEN PARTE DE LA OFICINA ENLACE BUCARAMANGA QUE PROMUEVA ESTRATEGIAS DE COMUNICACION Y DIVULGACION PARA LA GOBERNABILIDAD INSTITUCIONAL, LA SENCIVILIZACION AMBIENTAL Y LA GESTION DEL RIESGO EN LA JURISDICCION DE LA CAS
FECHA DE FIRMA DEL CONTRATO	MAYO 03 DE 2016	AGOSTO 02 DE 2017	JULIO 31 DE 2018
TIEMPO	CUATRO (04) MESES	CINCO (05) MESES	CINCO (05) MESES
VALOR TOTAL (COP $)	205.200.000	186.840.000	193.277.528
CONTRATISTA	UNION TEMPORAL PLAN DE MEDIOS 2016	CONSORCIO NACIONAL DE MEDIOS S.A	SERVICIOS WER S.A.S
FUENTE	https://www.contratos.gov.co/consultas/detalleProceso.do?numConstancia=16-15-5244809	https://www.contratos.gov.co/consultas/detalleProceso.do?numConstancia=17-15-6728784	https://www.contratos.gov.co/consultas/detalleProceso.do?numConstancia=18-11-8179201

ADQUISICIONES PREVIAS POR OTRAS ENTIDADES ESTATALES

VIGENCIA	2016	2018	2018
CONTRATANTE	SANTANDER - ALCALDÍA MUNICIPIO DE FLORIDABLANCA	SANTANDER - ALCALDÍA MUNICIPIO DE BUCARAMANGA	VALLE DEL CAUCA - GOBERNACIÓN
NOMBRE DEL CONTRATISTA	CONSORCIO EMITIMOS PUBLICIDAD	FENIX MEDIA GROUP LTDA	TIEMPOS Y ESPACIOS S.A.S.
NUMERO DEL PROCESO - SECOP	FLO-SAMC-015-2018	SA-SAMC-005-2018	1.01.2-59-15-010-2018
MODALIDAD DE SELECCIÓN DEL CONTRATO	SELECCIÓN ABREVIADA DE MENOR CUANTIA	SELECCIÓN ABREVIADA DE MENOR CUANTIA	SELECCIÓN ABREVIADA DE MENOR CUANTIA
OBJETO DEL CONTRATO	PRESTAR LOS SERVICIOS A TRAVES DE UN OPERADOR PARA REALIZAR LA EMISION DE FRAGMENTOS INFORMATIVOS, TELEVISIVOS, RADIALES Y VIRTUALES, EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN LOCAL, REGIONAL Y NACIONAL EN ARAS DE MANTENER INFORMADA A LA COMUNIDAD DE LAS ACTIVIDADES, PROYECTOS Y AVANCES DE LA ADMINISTRACION MUNICIPAL DE FLORIDABLANCA	PRESTACIÓN DE SERVICIOS COMO OPERADOR DE MEDIOS QUE APOYE A LA ALCALDÍA DE BUCARAMANGA EN LA EJECUCIÓN DE UN PLAN DE MEDIOS QUE, A TRAVÉS DE LA DIFUSIÓN DE CONTENIDOS INSTITUCIONALES EN MEDIOS MASIVOS, PERMITA DAR A CONOCER A LA CIUDADANÍA LOS AVANCES Y RESULTADOS DE PROGRAMAS, PROYECTOS Y DEMÁS ACTIVIDADES DE LA GESTIÓN PÚBLICA QUE PROPENDEN POR EL CUMPLIMIENTO DEL PLAN DE DESARROLLO 2016-2019 DEL MUNICIPIO DE BUCARAMANGA".	PRESTAR LOS SERVICIOS PROFESIONALES DE CONCEPTUALIZACIÓN, CREACIÓN, ELABORACIÓN, ARTES FINALES Y ADMINISTRACIÓN DE CAMPAÑAS DE COMUNICACIÓN DE LOS PROGRAMAS, ACTIVIDADES Y/O PROYECTOS DE LA GOBERNACIÓN DEL VALLE DEL CAUCA EN BENEFICIO DE LA COMUNIDAD, CONTEMPLADOS EN SU PLAN DE DESARROLLO "EL VALLE ESTÁ EN VOS", CON SUS PROPIOS MEDIOS Y CON PLENA AUTONOMÍA TÉCNICA Y ADMINISTRATIVA, EN DESARROLLO DEL PROYECTO DENOMINADO "ACTUALIZACIÓN Y FORTALECIMIENTO DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL EN LA GESTIÓN GUBERNAMENTAL Y LA POBLACIÓN DEL VALLE DEL CAUCA", CON EL FIN DE LOGRAR LAS METAS DE RESULTADOS Y DE PRODUCTO DEL PROYECTO
FECHA DEL CONTRATO	JULIO 23 DE 2018	NOVIEMBRE 22 DE 2018	NOVIEMBRE 18 DE 2018
TIEMPO	CINCO (05) MESES	TREINTA (30) DIAS	TREINTA Y TRES (33) MESES
VALOR	380.000.000	$ 205.474.004	$ 357.620.000
FUENTE	https://www.contratos.gov.co/consultas/detallePr oceso.do?numConstancia=18-11-8171189	https://www.contratos.gov.co/consultas/de talleProceso.do?numConstancia=18-11-8548902	https://www.contratos.gov.co/consultas/detalleProceso. do?numConstancia=18-11-8555992

ANALISIS DE LA OFERTA

El presente proceso se realizará con la Persona Natural, Jurídica, Unión Temporal o Consorcio que acredite lo establecido en los pliegos de condiciones, al igual la experiencia e idoneidad, para realizar el análisis que soporta el valor estimado de la contratación que se pretende realizar.

Las condiciones económicas se establecieron a partir de cotizaciones del mercado; para contratar el fortalecimiento de la comunicación entre usuario - entidad por medio de la creación de la emisora on line de la Cas con el fin de garantizar la divulgación de la información ambiental.

De acuerdo a la muestra tomada para el análisis de mercado se encuentran los siguientes posibles oferentes que se encuentran en el mercado local y/o nacional categorizados como **pequeñas y medianas empresas** dedicadas a la actividad económica objeto del estudio:

GRUPO ZEA SAS
ACOMEDIOS PUBLICIDAD Y MERCADEO SAS
MF PUBLICIDAD MERCADEO LIMITADA
SERVIMEDIOS SAS
LOGROS PUBLICITARIOS SAS
TEXPOIDEAS LTDA
VISION Y MARKETING SAS
PUBLICIDAD Y ALGO MAS SAS
JH HOYOS & ASOCIADOS SAS

	IMAGEN VIRTUAL SAS
	INMOV S.A.S
	DAVILA P&M SAS
	SIGNO 21 SAS
	METROVIA SAS EN REORGANIZACION
	SOCIEDAD INNOVACIONS GRAFICAS SAS
	STP NETWORKS SAS
	FEELING COMPANY SAS
	MORALESCOM SAS EN PROCESO DE NEGOZIACION DE EMERGENCIA
	MBA S A S
	KOALA ANDINA LTDA
	SILVA PUBLICIDAD SAS
	STRAZA SAS
	CENTRAL REGIONAL DE MEDIOS SAS
	GRUPO ZEA SAS
	EDITORIAL GLOBAL DE PUBLICACIONES S A S - GLOBSA
	ESPACIO Y MERCADEO S A S
	EDICIONES MEDICAS LATINOAMERICANAS SAS
29	OPTIMA TM SAS
	DISEÑO MDC SAS
	CINEVISION DE COLOMBIA LTDA
	CENTURY MEDIA SAS
	E MARKETTOOLS SAS - EN REORGANIZACION
	FWNIX MEDIA GROUP SAS
	INTERA MARKETING LTDA.
	IMAGINARIA FILMS S.A.S.
	CYAN VISIBILIDAD DE MARCAS SAS
	CONSTRUCTORA DE MARCAS SAS
	RGS EXPANSION GROUP BTL COLOMBIA S.A.S.
	AD ORANGE SAS
	BEE GROUP SAS
	SM DIGITAL
	MARKETING SERVICES DE COLOMBIA SAS
	MASS DIGITAL S.A.S.
	IDEANDINA SAS
	VOLUTION PLASTIC SAS
	MERCADEO EFECTIVO
	PUBLICIDAD Y MEDIOS ASOCIADOS TELEVISION SA
	CENTRAL FILMS SAS
	ON BRAND EXPERIENCE SAS
	BRM SA
	LOPEZ PUBLICIDAD EXTERIOR SAS
	SOCIEDAD DIGUELI LTDA
	MEDIOS PUBLICITARIOS PUBLIMEDIOS LTDA
	IDEAMOS PUBLICIDAD LTDA
	PUBLIK TECNOLOGIAS INFORMACION COMUNICACIONES Y MEDIO AMBIENTE SAS EN REORGANIZACION
	MARKETING TOOLS AGENCY S.A.S
	MARKETING VALLAS SAS

GUANENTINA – SAN GIL
Carrera12 N° 9 – 06 Barrio La Playa
Tel: + 57 60(7) 7249729
Celular: +57 (311) 2039075
contactenos@cas.gov.co

SOCORRO
Calle 16 N° 12 – 36
Tel: +57 60(7) 7249729 Ext. 2001–2002
Celular: +57 (310)6807295
socorro@cas.gov.co

VÉLEZ
Carrera 6 N° 9 -14 Barrio Aquileo Parra
Tel: +57 60(7) 7249729 Ext. 3001–3002
Celular: +57 (310)8157697
velez@cas.gov.co

BUCARAMANGA
Calle 36 N° 26 - 48 Edificio Sura
Oficina 303 Int. 110
Tel: +57 60(7) 7249729 Ext. 4001–4002
Celular: +57 (310)8157695
casbucaramanga@cas.gov.co

BARRANCABERMEJA
Calle 48 con Cra 28 esquina Barrio Palmira
Tel: +57 60 (7) 7249729 Ext. 5001–5002
Celular: +57 (310)8157696
mares@cas.gov.co

MÁLAGA
Carrera 9 N° 11 – 41 Barrio Centro.
Tel: +57 60 (7) 7249729 Ext. 6001–6002
Celular: +57 (310)2742600
malaga@cas.gov.co

	EVO FORMA IMAGEN CORPORATIVA SAS
	LAMUVI FILMS SAS
	OPEN MIND LTDA
	DIALSA SAS
	MARCAS VITALES BMV SAS
	VC MEDIOS COLOMBIA SA
	AUREA DISEÑO ARQUITECTURA SAS
	SQADRA TEAM SAS
	BOMBAI SAS
	AYZ PUBLICIDAD SAS
	CREAR PUBLICIDAD EXTERIOR SAS EN REORGANIZACION
	GRUPO NACIONAL DE MEDIOS S.A.
	ESPACIOS ALTERNOS SAS
	PCN PUBLICIDAD LTDA
	MARCA REGISTRADA MR SAS
	UNIVERSAL GROUP AGENCIA DE COMUNICACIONIES S.A.S
	BRANDEX GLOBAL SAS BIC
	BrainHub SAS
30	GOOGLE COLOMBIA LIMITADA
	XP COLOMBIA SAS EN REORGANIZACIÓN
	BIOMARIN COLOMBIA LTDA
	WHISKEY FILM SAS
	ANTHROPOLOGIC S.A.S
	TALK WORD OF MOUTH SAS
	HIFERA S EN C
	GO SPORTS MEDIA SAS
	METALVISUAL SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA EN REORGANIZACION ABREVIADA
	ASYLUM MARKETING SAS EN REORGANIZACION
	INTERNATIONAL AIRMEDIA GROUP LTDA
	LUMEN GRAPHICS S A S
	DOBLEFECTO SAS
	CROMATICAPEX SAS
	JAIME URIBE Y ASOCIADOS S.A.S.
	ZORB PUBLICIDAD SAS EN REORGANIZACION
	INVERSIONES GABO SAS
	PYP MEDIOS SAS
	HERCAS PUBLICIDAD EXTERIOR S.A.S.
	PUBLICITV SAS
	VALLAS Y PUBLICIDAD JAC SAS EN REORGANIZACION
	PRENSA & ENTRETENIMIENTO AGENCIA DE COMUNICACIONES SAS
	TARGET MEDIOS COLOMBIA S.A.S
	GRUPO EMPRESARIAL ZAPATA MARTINEZ SAS
	FANTASTICA SAS
	INTERACTIVE MEDIA SAS
	SUIMAGEN CREATIVA S.A.S.
	CONTENIDOS EL REY SAS
	NEGOCIOS ESTRATEGICOS NE SAS
	AIRFACTORY COLOMBIA LTDA
	DIGIMARKETING SAS

	MARKETEAM OPTIONS COLOMBIA SAS
	INTERNET MEDIA SERVICES COLOMBIA SAS
	LOS GOODFELLAS BIC S A S
	PLANEAR COMUNICACIONES SAS
	DENSUT COLOMBIA SAS
	FINDASENSE COLOMBIA SAS FINDASENSE COLOMBIA SAS
	RED MAS COLOMBIA SAS
	ADGLOW COLOMBIA SAS
	HEADWAY DIGITAL COLOMBIA SAS
	IPROSPECT COLOMBIA SAS
	BUENTIPO ANCHOR WORLDWIDE SAS
	TAPTAP ADVERTISING SAS
	MARKET DYNAMO SAS
	LA FABRIQUE ATELIER CRÉATIF SAS
	PLUG COLOMBIA SAS
	LATIR EXPERIENCES SAS
	COMARCA MARKETING ADVERTISING S A S EN REORGANIZACION
	TWENTY AGENCIA CREATIVA SAS
31	SENSEBOX SAS
	ARETE LATIN AMERICA (COLOMBIA) S.A.S
	BURSON COHN & WOLFE COLOMBIA S.A.S
	ADBID LATINOAMERICA S.A.S.
	GRUPO ADE SAS
	IWALL COLOMBIA SAS
	Pangea MTD SASPangea MTD SAS
	OWAK SAS
	MACARENA & CO SAS
	NBCUNIVERSAL NETWORKS INTERNATIONAL COLOMBIA SAS
	THE JUJU SAS
	INTELLIGENT CUSTOMER ACQUISITION SAS

De acuerdo a la muestra tomada para el análisis de mercado se encuentran las empresas clasificadas como pymes que se encuentran en el mercado local y/o nacional categorizados dedicadas a la actividad económica objeto del estudio.

De acuerdo a lo anterior de cumplirse lo establecido en el decreto 1860 de 2021 la entidad podrá realizar limitación a pymes.

Acuerdo Marco de precios

La Corporación Autónoma Regional de Santander procedió verificar el contenido de dichos acuerdos con la información que registra la Agencia en su página web, considerando que actualmente no existe el acuerdo marco de precios requerido para esta contratación.

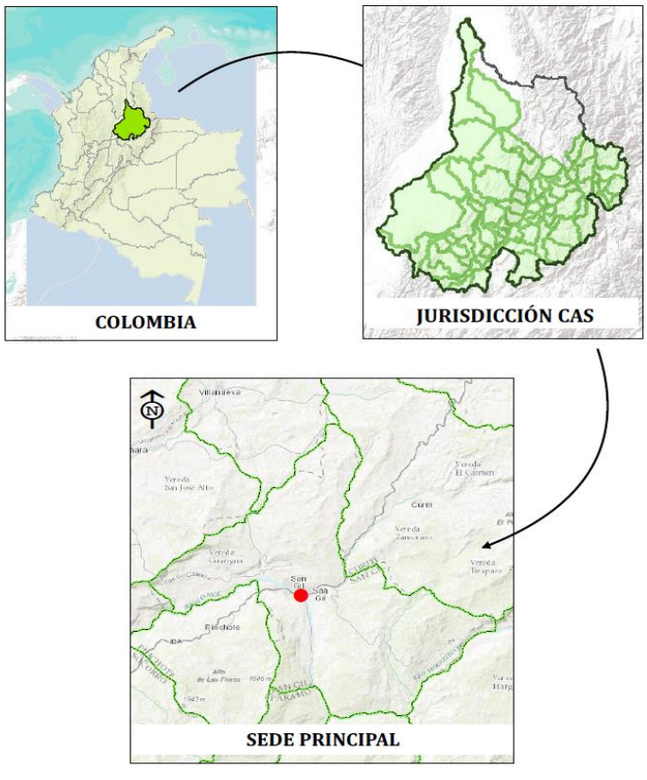
Criterios Diferenciales decreto 1860 de 2021

Teniendo en cuenta lo establecido en el artículo 2.2.1.2.4.2.15 del decreto 1860 de 2021 y una vez analizada la oferta de bienes y servicios para el desarrollo del objeto contractual del presente proceso y evidenciando la experiencia solicitada en procesos similares desarrollados en la demanda; la entidad determina aplicar tanto para Mipymes como para el Incentivo para la participación de emprendimientos y empresas de mujeres el criterio diferencial de garantía de seriedad, el cual será determinado en los estudios y análisis previos.

DINÁMICA COMERCIAL

LUGAR DE EJECUCIÓN DEL OBJETO CONTRACTUAL: La localización del presente proyecto será la sede principal de la Corporación Autónoma Regional de Santander –CAS-, ubicada en la carrera 12 N° 9-06 Barrio la Playa, San Gil, Santander, junto con sus Sedes Regionales de Apoyo

LOCALIZACIÓN GENERAL
ÁREA OBJETO DEL PROYECTO



PLAZO ESTIMADO DE LA FUTURA CONTRATACIÓN: La Entidad ha determinado como plazo de ejecución para el objeto del contrato UN (1) MES

ESTIMADO DEL VALOR A CONTRATAR: La Corporación Autónoma Regional de Santander CAS, estima el valor de la contratación a realizar en la suma de **TREINTA Y CUATRO MILLONES DOSCIENTOS CUATRO MIL SEISCIENTOS PESOS MCTE ($34.204.600),** de acuerdo con el presupuesto establecido por la oficina gestora en el requerimiento técnico de la Corporación Autónoma Regional de Santander CAS.

ÍTEM	DESCRIPCIÓN	SUBTOTAL	IVA 19%	SUBTOTAL
1	Adquisición de equipos	$ 14.340.000	$ 2.724.600	$ 14.340.000
2	Adquisición de servicio de streaming profesional	$ 10.000.000	Servicio excluido de I.V.A, de acuerdo al Estatuto Tributario	$ 10.000.000
3	Montaje, configuración y pruebas de la emisora	$ 3.500.000	$ 665.000	$ 3.500.000
4	Capacitar al personal de la CAS en el uso de la emisora institucional en línea	$ 2.500.000	$ 475.000	$ 2.500.000

Subtotal	**$ 30.340.000**
IVA 19%	**$ 3.864.600**
TOTAL	**$ 34.204.600**

REFERENCIA DE LA INFORMACIÓN

DANE
BANCO MUNDIAL
SUPERSOCIEDADES
PORTAFOLIO
BANCO DE LA REPUBLICA
SECOP
TVEC
MINAMBIENTE
BASE DE DATOS CORPORACION AUTONOMA REGIONAL DE SANTANDER – CAS

ELIANA VANESSA FIGUEROA VELÁSQUEZ
CONTADORA PÚBLICA
CONTRATISTA CAS 2025