ANÁLISIS DEL SECTOR

Capítulo I: ÁREA GESTORA				
1. Datos del área Gestora:	Dependencia solicitante:	Subdirección de Gestión Administrativa		
	Elaborado por	Claudia Carolina Sanabria		
2. Datos proyecto:				
Eje de política al cual está vinculada la necesidad:		• SERVICIO DE IMPLEMENTACIÓN SISTEMAS DE GESTIÓN • CONSEJO NACIONAL DE ACREDITACIÓN • CONSEJO NACIONAL DE EDUCACIÓN SUPERIOR • DOCUMENTOS DE LINEAMIENTOS TÉCNICOS • SERVICIO DE EDUCACIÓN INFORMAL • SERVICIO DE ASISTENCIA TÉCNICA EN EDUCACIÓN INICIAL, PREESCOLAR, BÁSICA Y MEDIA		
Nombre del proyecto		• CNA • CESU (LEY 30 DE 1992). • SERVICIO DE ASISTENCIA TÉCNICA EN EDUCACIÓN INICIAL, PREESCOLAR, BÁSICA Y MEDIA • DOCUMENTOS DE LINEAMIENTOS TÉCNICOS • SERVICIO DE IMPLEMENTACIÓN SISTEMAS DE GESTIÓN • SERVICIO DE FOMENTO PARA LA REGIONALIZACIÓN EN LA EDUCACIÓN SUPERIOR O TERCIARIA • SERVICIO DE INSPECCIÓN Y VIGILANCIA DEL SECTOR EDUCATIVO • SERVICIO DE ASISTENCIA TÉCNICA EN CALIDAD DE LA EDUCACIÓN SUPERIOR O TERCIARA • SERVICIO DE ACREDITACIÓN DE LA CALIDAD DE LA EDUCACIÓN SUPERIOR O TERCIARIA		
Nº de proceso en el plan de compras:		2021-0754 y EP-2021-0266		
Modalidad de selección:		Licitación (X)	Menor Cuantía	Concurso de méritos
3. Objeto		PRESTAR LOS SERVICIOS DE OPERADOR LOGÍSTICO PARA LA PLANEACIÓN, ORGANIZACIÓN, PRODUCCIÓN Y EJECUCIÓN DE LOS EVENTOS Y ACTIVIDADES DE CARÁCTER LOCAL, NACIONAL E INTERNACIONAL QUE SE REQUIERAN EN DESARROLLO DE LOS PLANES, PROGRAMAS, PROYECTOS Y METAS DEL MINISTERIO DE EDUCACIÓN NACIONAL.		
4. Sector/Sub-sector	Servicios			
5. Índice del Instrumento.	A. Aspectos Generales B. Estudio de la Oferta C. Estudio de la Demanda D. Indicadores financieros del sector			

INTRODUCCION

La función de compras debe estar orientada a satisfacer las necesidades de la Entidad Estatal y a obtener el mayor valor por el dinero público, por lo que a través de este instrumento y en cumplimiento de la obligación legal del Ministerio de analizar el mercado relativo al objeto del proceso de contratación, como entidad pública del orden nacional, según el artículo 2.2.1.1.1.6.1 del decreto 1082 de 2015, se procede a desarrollar el análisis del sector alrededor del objeto del proceso siguiendo los lineamientos de la Agencia Nacional de Contratación Estatal – Colombia compra Eficiente.

A. ASPECTOS GENERALES

A.1 Aspecto económico

1. **Productos del Sector Ferial, Reuniones y Eventos:** las actividades de un operador logístico para la planeación, organización, producción y ejecución de eventos y reuniones corporativas involucra una serie de redes de prestadores de servicios y bienes. Los servicios objeto del presente proceso de contratación, están codificados en el Clasificador de Bienes y Servicios de Naciones Unidas (UNSPSC) con el nivel que se indica a continuación:

SEGMENTO	FAMILIA	CLASE	PRODUCTO	CÓDIGO
80 - Servicios de Gestión, Servicios Profesionales de Empresa y Servicios Administrativos	14 - Comercialización y distribución	16 - Actividades de ventas y promoción de negocios	Gestión de eventos	80141607
80 - Servicios de Gestión, Servicios Profesionales de Empresa y Servicios Administrativos	14 - Comercialización y distribución	19 - Exhibiciones y ferias comerciales	Reuniones y eventos	80141902

Tabla 1. Códigos UNSPSC.

2. **Agentes que componen el sector:**

El turismo de reuniones es un segmento considerado como una de las actividades de relevancia dentro del sector, en el sentido que posee capacidad de generación de ingresos, desarrollo de empresas, inversión pública y privada y de creación de empleo.

Los eventos han contribuido a mejorar la imagen de Colombia y de sus diferentes ciudades, pues se han constituido en un medio para fortalecer los vínculos comerciales, políticos y sociales, incentivar la preservación y valoración del patrimonio histórico, cultural y turístico, que desarrolla a su vez una gran cadena productiva de empresas como: transporte aéreo, terrestre y fluvial, agencias de viajes, hoteles, restaurantes, centros de convenciones, operadores profesionales de eventos, agencias de publicidad, comercialización de productos típicos de la región, servicios artísticos, centros comerciales, entre otros.

La industria de las reuniones presenta “puntos positivos” considerados como un gran negocio y juegan un papel importante de apoyo a otros negocios, favorece las inversiones, el comercio, las comunicaciones y las tecnologías, lleva formación y desarrollo profesional a las comunidades locales creando puestos de trabajo, es una industria que favorece y respalda otros sectores empresariales, atrae a expertos mundiales, crea y difunde conocimientos en el mundo entero, perfila las comunidades y contribuye a la comprensión y la cooperación mundial.

El sector Colombiano de Turismo de Negocios y Eventos o turismo MICE (Meetings, Incentives, Conventions, Events) encargado de la realización de ferias, congresos, convenciones, exposiciones, viajes de incentivos, entre otros; vincula, a través de redes, a empresarios, instituciones públicas, academia y comunidad en general. Su dinámica comercial se enmarca principalmente en tres actores principales a saber:

- **Generadores de eventos:** organismos e instituciones y empresas tanto de carácter público como privado, que han visto en la organización de estas reuniones la vía más adecuada para el logro de sus objetivos. Asociaciones, fundaciones, colegios profesionales, universidades y

entidades públicas y privadas de distintos sectores de la industria que se sirven de este mercado para consolidar alianzas relacionales.

- **Oferta Complementaria:** Asimismo, encontramos una oferta complementaria que, en paralelo a la realización de las reuniones, brinda soporte y servicios directos e indirectos al Turista de Reuniones como hospedaje, alimentación, actividades de ocio, entre otras.
- **Proveedores Especializados:** En este de eslabón se identifican aquellos actores que dan apoyo y soporte a la organización y realización de un evento y/o reunión como Audiovisuales, Estructuras y Montajes, Traductores, Transporte y Logística, Staff, entre otros.
- **Turista de Reuniones:** Al centro de la cadena encontramos al Turista de Reuniones que acude a una reunión en particular: Congreso, Seminario, Convención, Incentivo, Feria, entre otros.
- **Operadores Profesionales:** empresas, operadores y Agencias de viajes especializadas con un departamento dedicado en exclusiva a la organización de eventos, que puede abarcar tanto la faceta de emisora como receptiva. Ofrecen las mismas garantías empresariales que una agencia de viaje. Son organizadores profesionales de congresos las empresas especializadas en la operación de eventos en general. Los organizadores son la parte clave de esta cadena de valor, acá se clasifican tanto los OPC (Organizadores Profesionales de Congresos y/o Reuniones), las entidades de promoción de destino como los Convention Bureau o las Empresas Gestoras de Destino (OCV y DMC por sus siglas en inglés) y también los recintos feriales y hoteles con esta capacidad, que, dentro de sus estrategias de comercialización, ofertan sus servicios de organización de reuniones. Los Buró de convenciones son organismos sin fines lucrativos cuyo objetivo principal es la captación de turismo de negocio para la ciudad (o país) creados por instituciones públicas y con la participación de instituciones públicas o privadas, cámara de comercio u otras entidades profesionales del sector turístico tanto público como privado. Es en si misma es una oficina que facilita información actualizada y objetiva sobre la infraestructura y servicio que tiene la ciudad (o país) para la organización de congresos, convenciones y viaje de incentivo.

Los operadores de Eventos se pueden clasificar según su especialización en servicios logísticos, técnicos y creativos tal y como se describe a continuación:

	Servicios			
	Operación logística	Servicios técnicos	Servicios creativos y conceptuales	Descripción
Productoras de eventos				• Empresas con personal especializado en conceptualización, desarrollo, comunicación y comercialización de artistas dedicadas a producción de eventos de gran formato como conciertos, festivales, entre otro
Agencias de publicidad y BTL				• Empresas con experiencia en comunicación y diseño. Algunas se especializan en la materialización de los diseños (construcción de stands, impresión de piezas, etc..). Enfocadas en lanzamientos de marca, activaciones, etc..
Operadores logísticos de eventos				• Empresas especializadas en ejecución y operación de eventos. Tienen poco personal directo y subcontratan proveedores y personal según necesidades del evento
Operadores técnicos				• Empresas propietarias de equipos técnicos como iluminación, sonido, fuentes de energía, pantallas, y estructuras (tarima, sobretarima, trimallas)
Operadores de locaciones				• Empresas que planean y ejecutan eventos con el objetivo de Incrementar la ocupación de sus áreas ej..: Hoteles, centros de convenciones, restaurantes, etc..

Gráfico 1. Segmentación de Operadores de Eventos

¿QUÉ ES UN OPERADOR LOGÍSTICO?[1] Es un aliado estratégico de las empresas, quien, por encargo, diseña y desarrolla de manera integral o independiente los procesos de una o varias fases de su cadena. El operador logístico ejecuta, gestiona, administra y controla el desarrollo de las operaciones, empleando de forma eficiente y segura infraestructura física, tecnología, sistemas de información y talento humano, que pueden ser suministrados por el cliente o ser propios del operador logístico. Este proceso se basa en que el operador, al ser una empresa especializada en la realización de estos servicios, tiene capacidad de desarrollar con mayor eficiencia y cuenta con una serie de ventajas tales como:

1. Reducción de costos: las economías de escala y sinergias que manejan algunos de los operadores logísticos se ven reflejadas en la disminución de los costos.
2. Costo logístico variable: solo se paga por los servicios que se reciben. "Si mueven una caja, se paga por una caja; si mueven mil, se paga por mil".
3. Desarrollo del 'core business': permite que la entidad se dedique al desarrollo de su misionalidad. El operador logístico se encarga de los procesos en que la entidad no tiene grandes fortalezas.
4. Mayor control del acuerdo logístico: sobre costos, plazos y calidad.
5. Acceso a tecnología: el gran volumen de operaciones que desarrolla un operador logístico le permite tener acceso a tecnologías que la entidad no cuenta o desconoce.

3. Gremios y asociaciones que participan en el sector:

- **La Asociación Nacional de Empresarios de Colombia (ANDI)**: es el gremio empresarial más importante de Colombia. Está integrado por un porcentaje significativo de empresas pertenecientes a sectores como el industrial, financiero, agroindustrial, de alimentos, comercial y de servicios, entre otros.
- **Federación Colombiana de Logística – FEDELOG**: agrupa la comunidad de profesionales vinculados al mundo de las actividades logísticas en Colombia
- **Asociación de Transportadores Aéreos Colombianos – ATAC**: La Asociación del Transporte Aéreo en Colombia – ATAC, representa a las aerolíneas que transportan alrededor del 95% de los pasajeros en el país.
- **Asociación hotelera y turística en Colombia – COTELCO**: es la Asociación Hotelera y Turística de Colombia, fundada el 14 de junio de 1954 por un grupo de empresarios hoteleros en la ciudad de Barranquilla. En ese momento la Asociación se fundó con la presencia de 19 hoteles del país, hoy contamos con cerca de 1000 empresas aliadas. COTELCO tiene presencia en 23 departamentos a nivel nacional.
- **Asociación colombiana de la Industria gastronómica – ACODRÉS**: La asociación está organizada como una federación en la cual cada capítulo propende por los intereses locales de sus afiliados y por el desarrollo sostenible de su región. A nivel nacional cuenta con una presidencia ejecutiva nacional encargada de ejecutar las políticas trazadas por la Asamblea General de Delegados y por la Junta Directiva Nacional, en beneficio de la totalidad de afiliados del país.
- **La Asociación Nacional de Transportadores - ASOTRANS**: es una persona jurídica de derecho privado, sin ánimo de lucro, de carácter gremial, integrada por empresas de transporte terrestre de pasajeros, que trabaja por la defensa, el desarrollo y el fomento de los intereses de la industria del transporte público por carretera, aportando al desarrollo social y económico del país, por medio de la asesoría, vinculación, interlocución, divulgación de normas, organización de convenciones transportadoras, seminarios foros y talleres, dirigidos a mejorar el nivel técnico y profesional del talento humano que se desempeña en el sector.
- **Asociación colombiana de viajes y turismo – ANATO**: La Asociación Colombiana de Agencias de Viajes y Turismo - ANATO, es una 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. Creada el 20 de octubre de 1949 está conformada por Agencias Asociadas en todo el territorio nacional con 9 capítulos de representación, consolidando el sector y la agremiación como la entidad de más amplio reconocimiento nacional por el desarrollo de su gestión.
- **The Global Association of the Exhibition Industry - UFI** es la asociación mundial de los principales organizadores de ferias comerciales y propietarios de ferias, así como las principales asociaciones de exposiciones nacionales e internacionales, y socios seleccionados de la industria de exposiciones.

[1] 22/3/2019 ABC DE LOS OPERADORES LOGÍSTICOS - Cámara de Comercio de Cali https://www.ccc.org.co/revista-accion-ccc/abc-de-los-operadores-logisticos/

- **Asociación Internacional de Congresos y Convenciones – ICCA:** la Asociación Internacional de Congresos y Convenciones, representa a los principales proveedores mundiales en el manejo, transporte y alojamiento de reuniones y eventos internacionales, cuenta con más de 1,100 compañías y organizaciones miembros en casi 100 países en todo el mundo. Desde su creación hace 55 años, ICCA se especializa en el sector de reuniones de asociaciones internacionales, que ofrece datos del sector, canales de comunicación y oportunidades de desarrollo empresarial.
- **ACBTL:** Asociación Colombiana de BTL conformada actualmente por las principales agencias de BTL del país
- **MPI:** Meeting Professionals International - Fundada en 1972, la organización ofrece educación innovadora y relevante, oportunidades de networking e intercambios comerciales, y actúa como una voz prominente para la promoción y el crecimiento de la industria.
- **COCAL**: Federación de Entidades Organizadoras de Congresos y Afines de América Latina, agrupa Asociaciones Nacionales, Federaciones organizadoras de eventos, Burós de Convenciones, y Afines de América Latina.
- **OMT:** La Organización Mundial del Turismo (OMT) es el organismo de las Naciones Unidas encargado de la promoción de un turismo responsable, sostenible y accesible para todos.
- **Eventoplus.com**: Informa y conecta a los profesionales, empujando el desarrollo del mercado de eventos, reuniones e incentivos en España. Siempre muy cerca de los profesionales, les ofrecemos plataformas y soluciones: el primer portal de eventos en España (eventoplus.com); la revista de referencia (eventos Magazine)
- **Directorio Sectorial Proveedores Eventos**: guía completa y especializada en Antioquia para la organización, operación y montaje de todo tipo de eventos.
- **eventoslatinoamericanos.com**: Es una publicación especializada en congresos, conferencias, seminarios, ferias, exposiciones, reuniones empresariales, viajes de incentivo y reuniones en general.

Entidades relacionadas con el sector:

- **PROCOLOMBIA** es la entidad encargada de promover el Turismo, la Inversión Extranjera en Colombia, las Exportaciones no minero energéticas y la imagen del país. A través de la red nacional e internacional de oficinas, ofrece apoyo y asesoría integral a los clientes, mediante servicios o instrumentos dirigidos a facilitar el diseño y ejecución de su estrategia de internacionalización, que busca la generación, desarrollo y cierre de oportunidades de negocios.
- **CITUR**: Sistema Único Integral para el Manejo de Información Cuantitativa y cualitativa de Turismo de Colombia, que facilita el seguimiento del comportamiento del turismo y genera datos para la formulación, evaluación y seguimiento para la toma de decisiones tanto en el sector público como privado, haciendo uso de las tecnologías de la información.
- **FONTUR**: Articuladores de los actores públicos, privados y las comunidades locales, en torno a la política de turismo para el apalancamiento de la inversión, la definición y ejecución de proyectos de impacto, contribuyendo al desarrollo sostenible de la industria turística y a la paz en Colombia.
- **Ministerio de Comercio, Industria y Turismo:** apoya la actividad empresarial, productora de bienes, servicios y tecnología, así como la gestión turística de las regiones del país para mejorar su competitividad y su sostenibilidad e incentivar la generación de mayor valor agregado.3
- **Ministerio de Cultura:** entidad rectora del sector cultural colombiano y tiene como objetivo formular, coordinar, ejecutar y vigilar la política del Estado en materia cultural. Es una organización que actúa de buena fe, con integridad ética y observa normas vigentes en beneficio de la comunidad y sus propios funcionarios. El Ministerio de Cultura propenderá por una Colombia creativa y responsable de su memoria, donde todos los ciudadanos sean capaces de interactuar y cooperar con oportunidades de creación, disfrute de las expresiones culturales, en condiciones de equidad y respeto por la diversidad.4
- **Ministerio de Transporte:** Organismo del Gobierno Nacional encargado de formular y adoptar las políticas, planes, programas, proyectos y regulación económica del transporte, el tránsito y la infraestructura, en los modos carretero, marítimo, fluvial, férreo y aéreo del país.5
- **DAGRD:** Departamento Administrativo de Gestión del Riesgo de Desastres - es la dependencia encargada de adelantar planes, programas y proyectos para la identificación de escenarios de riesgos de desastres, análisis, evaluación y seguimiento; intervenciones de mitigación y prevención del riesgo de desastres.

4. Cifras totales de ventas:

Contexto Macroeconómico

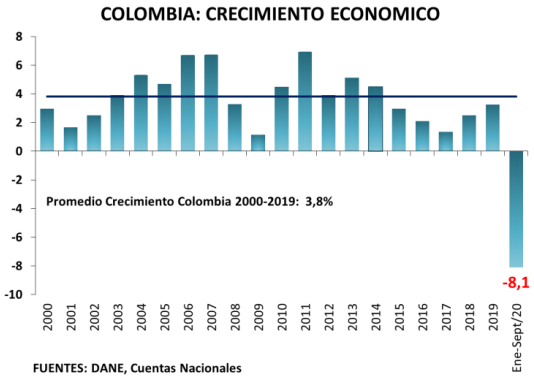
La Asociación Nacional de Empresarios de Colombia (ANDI) describe en su documento: "Balance 2020 y Perspectivas 2021"[2] la nueva realidad y lecciones del año 2020. La agremiación caracteriza el año 2020 como un periodo difícil porque las transformaciones fueron de gran impacto en aspectos de la vida familiar, comercial, políticas públicas, empresarial e internacional. Se resalta por parte del análisis que:

- De ese periodo la transformación digital la cual pasó a ser una necesidad apremiante pues se aceleró y llegó para quedarse en los hogares, las empresas, los gobiernos, la educación.
- El COVID-19 obligó a todos los países a implementar medidas restrictivas y de confinamiento. Por el lado de las personas, la movilidad mundial se redujo a su mínima expresión llegando a caer hasta en un 50% en abril. Todas estas medidas se tradujeron en un fuerte impacto sobre la actividad de operación de las empresas, la movilidad de las personas, la distribución de los productos, el abastecimiento de los bienes y servicios, es decir, en términos económicos Colombia enfrentó una crisis doble, la de la oferta y la de la demanda, con características y posibles soluciones diferentes.

Se resume que en esas condiciones en Colombia el 2020 fue un año de recesión económica. la tasa de crecimiento económico se ha comportado en la misma línea, según información del DANE para el III trimestre de 2020 se cierra en Colombia con una tasa alrededor del -8.1%, tal y como se puede observar en la siguiente tabla y gráfico sobre la misma:

COLOMBIA: CRECIMIENTO ECONÓMICO

	2019				2020			
	Trim I	Trim II	Trim III	Año	Trim I	Trim II	Trim III	Ene-Sept
Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca	1,1	-0,4	2,3	1,9	7,0	-0,1	1,5	2,8
Explotación de minas y canteras	5,0	1,2	0,6	2,0	-2,7	-21,6	-19,1	-14,5
Industrias manufactureras	2,8	0,4	1,6	1,6	-0,6	-25,4	-7,2	-11,1
Electricidad, gas, agua, saneamiento ambiental	3,0	2,6	2,8	2,8	3,4	-8,6	-4,2	-3,2
Construcción	-5,5	0,8	-3,8	-2,0	-9,1	-33,2	-26,2	-23,4
Edificaciones	-10,1	-5,4	-12,3	-8,6	-16,6	-39,3	-27,2	-27,6
Obras civiles	8,8	14,1	13,0	10,7	10,0	-22,1	-24,7	-16,2
Comercio, reparaciones, transporte, almacenamiento, alojamiento, servicios de comida	3,5	4,6	6,2	4,8	1,7	-34,1	-20,1	-17,8
Información y comunicaciones	3,4	3,5	-0,2	1,7	1,4	-5,2	-3,2	-2,4
Actividades financieras y de seguros	6,3	4,4	7,9	5,7	2,1	1,0	1,5	1,6
Actividades inmobiliarias	3,0	2,8	3,1	3,0	2,6	2,0	1,8	2,1
Actividades prof., científicas y técnicas, servicios administrativos y de apoyo	3,3	3,5	4,1	3,7	3,0	-10,6	-6,1	-4,8
Administración pública y defensa; seguridad social, educación, salud humana y de servicios sociales	4,3	5,4	5,1	4,9	3,1	-3,7	-0,7	-0,6
Actividades artísticas, de entretenimiento y recreación , hogares	4,2	3,3	3,9	3,4	-3,2	-37,1	-29,7	-23,4
Valor agregado bruto	**2,9**	**3,0**	**3,3**	**3,1**	**1,2**	**-15,8**	**-9,0**	**-8,1**
Impuestos menos subvenciones sobre los productos	3,4	4,1	5,4	4,6	1,3	-15,9	-8,5	-7,8
Producto interno bruto	**3,0**	**3,1**	**3,5**	**3,3**	**1,2**	**-15,8**	**-9,0**	**-8,1**



Para el 2021 el gremio proyecta en su estudio que sea un año de recuperación a nivel mundial explicado en gran parte por un rebote estadístico, con una mayor operación de los distintos sectores económicos a la registrada en 2020. Para la economía mundial, se estima un crecimiento de 5,2% en tanto que para América Latina la recuperación parece ser más moderada y se prevé una tasa de 3,2%. Para Colombia estiman estar con una tasa estimada alrededor del 5%. La crisis y su recuperación no han sido homogéneas en términos sectoriales. Como regla general, los más golpeados han sido los sectores que enfrentan mayores restricciones de operación y, por tanto, un choque inducido de demanda debido a las restricciones de movilidad y posteriormente uno de oferta por la pérdida de viabilidad. Uno de los más dramáticos ejemplos es el de las actividades de entretenimiento, culturales, artísticas, turismo, restaurantes.

Se concluye que actualmente el contexto macroeconómico del país tiene varias realidades:
a) El impacto de la pandemia no ha llegado a su fin;
b) Las consecuencias negativas en lo económico y en lo social son inmensas;
c) Se requiere un tiempo prudente para recuperar lo perdido y retomar la senda de crecimiento anterior;
d) Se han tomado medidas de política pública indispensables y valiosas;
e) La agenda económica y de política pública de los próximos años requiere de medidas adicionales que permitan disminuir los efectos de la actual crisis.

[2] Recuperado de la página web: http://www.andi.com.co/Uploads/Balance%202020%20y%20perspectivas%202021_637471684751039075.pdf

Ventas del Sector

La actividad económica sobre la cual recae la prestación de servicios de Operador Logístico corresponde al sector terciario de la economía, llamado también sector servicios; dicho sector engloba las actividades relacionadas con los servicios no productores o transformadores de bienes materiales y se dedican a la satisfacción de diferentes necesidades para el funcionamiento de la economía. En Colombia el peso de este sector en la composición del PIB es mayoritario representado en un 67.3%

Gráfico 1. Composición del PIB por sectores año 2019.

Sector	Partic.
Primario	13,6%
Secundario	19,1%
Terciario	67,3%

Fuente: DANE

El sector servicios se caracteriza por no producir y/o transformar ninguna materia prima, ya que genera una serie de actividades, entre las cuales se pueden resaltar algunas como las de comunicaciones, servicios sociales, turismo, hotelería, ocio, cultura, espectáculos, educación, actividades relacionadas con consultoría en programas de informática, telefonía fija y celular, empresas de publicidad, transporte, etc.

El servicio de los operadores logísticos de Turismo de Negocios y Eventos se incluye dentro de La participación del sector "Actividades profesionales, científicas y técnicas; Actividades de servicios administrativos y de apoyo" la cual ocupa el 6° lugar de importancia entre las 12 agregadas por el DANE, aportando el 7% al total del PIB 2020. Para mayor Gráfico en la tabla a continuación se encuentra la serie con valores a precios corrientes.

Tabla 2. Producto Interno Bruto – PIB - Valores a precios corrientes - Miles de millones de pesos - Base 2015 - 2018 – 2020 pr

Producto Interno Bruto - PIB
Valores a precios corrientes - Base 2015
Datos originales
Miles de millones de pesos
2018 - 2020pr Tercer trimestre

Concepto	2018p				2019pr				2020pr		
	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III
Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca	15.133	15.310	15.924	15.607	16.536	17.339	19.029	18.674	19.855	19.539	20.655
Explotación de minas y canteras	12.955	14.162	15.252	15.249	13.589	15.056	14.747	15.557	12.082	7.719	10.694
Industrias manufactureras	25.138	27.008	28.379	29.259	26.694	28.153	30.373	31.047	27.763	21.828	28.963
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	7.770	7.678	8.145	9.023	8.880	8.578	9.050	10.129	9.708	8.207	8.898
Construcción	14.493	14.920	17.061	19.034	14.246	15.921	16.741	20.015	13.360	10.892	13.037
Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas; Transporte y almacenamiento; Alojamiento y servicios de comida	40.831	41.218	43.241	48.157	43.675	44.568	47.541	52.343	46.105	29.811	38.646
Información y comunicaciones	6.581	6.908	7.057	7.524	6.902	7.310	7.263	7.854	7.213	6.810	7.035
Actividades financieras y de seguros	10.169	10.706	10.632	11.045	11.210	11.588	11.894	11.820	11.709	11.714	12.257
Actividades inmobiliarias	20.654	21.353	21.588	21.952	21.674	22.539	22.876	23.149	22.814	23.555	23.698
Actividades profesionales, científicas y técnicas; Actividades de servicios administrativos y de apoyo	14.992	16.378	16.802	19.350	15.945	17.547	18.056	20.833	16.900	16.128	17.237
Administración pública y defensa; planes de seguridad social de afiliación obligatoria; Educación; Actividades de atención de la salud humana y de servicios sociales	30.504	35.718	35.993	44.744	32.906	39.137	39.455	48.682	35.334	38.889	39.805
Actividades artísticas, de entretenimiento y recreación y otras actividades de servicios; Actividades de los hogares individuales en	5.571	5.626	5.851	6.144	5.994	6.007	6.305	6.496	5.961	3.857	4.520

calidad de empleadores; actividades no diferenciadas de los hogares individuales como productores de bienes y servicios para uso propio											
Valor agregado bruto	**204.792**	**216.987**	**225.923**	**247.089**	**218.252**	**233.743**	**243.330**	**266.600**	**228.803**	**198.950**	**225.444**
Impuestos menos subvenciones sobre los productos	25.430	19.019	25.706	20.986	27.052	21.225	27.861	23.667	28.735	15.725	22.190
Producto interno bruto	**230.222**	**236.006**	**251.629**	**268.075**	**245.304**	**254.968**	**271.191**	**290.267**	**257.538**	**214.675**	**247.634**

Fuente: DANE, Cuentas nacionales
[pr]preliminar
[p]provisional
Actualizado el 17 de noviembre de 2020

El sector Colombiano de Turismo de Negocios y Eventos o turismo MICE (Meetings, Incentives, Conventions, Events) encargado de la realización de ferias, congresos, convenciones, exposiciones, viajes de incentivos, entre otros; vincula, a través de redes, a empresarios, instituciones públicas, academia y comunidad para atender la demanda nacional y latinoamericana con productos y servicios enfocados en alta calidad y sostenibilidad.

Con relación al sector de eventos, podemos encontrar algunos datos interesantes sobre la participación de Colombia en diferentes eventos, apoyada en condiciones de infraestructura y logística que soportan la realización de eventos de envergadura, incluso, internacional. Según información publicada en la página web del International Congress and Convention Association (ICCA) en su reporte de estadísticas a 2018, Colombia es el 6° destino en América con mayor participación en el número de encuentros realizados, y el número 29 a nivel mundial.

De acuerdo con el informe antes mencionado Colombia mejoró su posición respecto a los resultados publicados en 2017, ubicándose en el top 30 de lugares escogidos por los organizadores de eventos y compañías que buscan locaciones para encuentros corporativos. Bogotá fue la primera ciudad del país y sexta en Latinoamérica con 46 eventos, por detrás de Buenos Aires, Lima, Sao Paulo, Santiago de Chile y Panamá. Le siguen Cartagena -con 35 eventos- y Medellín -con 25-. En el listado también figuran eventos realizados en Cali, Barranquilla y Santa Marta.

Ciudad	2016	2017	Var 17/16	Part.2017	ene-jun 2017	ene-jun 2018	Var 18/17
Bogotá	322.558	330.718	2,5%	65,2%	163.944	159.273	-2,8%
Medellín	66.442	60.704	-8,6%	12,0%	27.932	28.734	2,9%
Cartagena	37.493	35.681	-4,8%	7,0%	15.781	16.368	3,7%
Cali	24.290	26.222	8,0%	5,2%	12.869	11.170	-13,2%
Barranquilla	13.326	13.968	4,8%	2,8%	6.979	7.853	12,5%

Tabla 3. Destinos principales de los extranjeros no residentes que llegan al país motivo de eventos. - Fuente: Migración Colombia. Elaboración ProColombia. Nota aclaratoria: las ciudades reportadas son las declaradas como destino final por los viajeros al entrar al país.

Cifras del Sector

Actividades profesionales, científicas y técnicas
En el tercer trimestre de 2020pr, el valor agregado de las actividades profesionales, científicas y técnicas; y actividades de servicios administrativos y de apoyo decrece 6,1% en su serie original, respecto al mismo periodo de 2019pr. Esta dinámica se explica por los siguientes comportamientos (ver tabla a continuación):

- Actividades profesionales, científicas y técnicas decrece 5,5%.
- Actividades de servicios administrativos y de apoyo decrece 6,6%.

Respecto al trimestre inmediatamente anterior en su serie corregida de efecto estacional y calendario, el valor agregado de las actividades profesionales, científicas y técnicas; y actividades de servicios administrativos y de apoyo crece en 5,9%, explicado por:

- Actividades profesionales, científicas y técnicas crece 3,6%.

• Actividades de servicios administrativos y de apoyo crece 7,5%.

Tabla 11. Actividades profesionales, cientificas y tecnicas[1]
Tasas de crecimiento en volumen[2]
2020pr– Tercer trimestre

Actividad económica	Tasas de crecimiento		
	Serie original		Serie corregida de efecto estacional y calendario
	Anual	Año corrido	Trimestral
	2020pr- III / 2019pr-III	2020pr / 2019pr	2020pr - III / 2020pr - II
Actividades profesionales, científicas y técnicas	-5,5	-3,9	3,6
Actividades de servicios administrativos y de apoyo	-6,6	-5,5	7,5
Actividades profesionales, científicas y técnicas[1]	**-6,1**	**-4,8**	**5,9**

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.

Actividades artísticas, de entretenimiento y recreación y otras actividades de servicios

En el tercer trimestre de 2020pr, 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 29,7% en su serie original, respecto al mismo periodo de 2019pr. Esta dinámica se explica por los siguientes comportamientos (ver tabla a continuación):

• Actividades artísticas, de entretenimiento y recreación y otras actividades de servicios decrece 29,0%.
• 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 31,6%.

Respecto al trimestre inmediatamente anterior en su serie corregida de 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 crece en 12,3%, explicado por:

• Actividades artísticas, de entretenimiento y recreación y otras actividades de servicios crece 10,3%.
• 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 crece 18,0%.

Tabla 13. Actividades artisticas, de entretenimiento y recreación y otras actividades de servicios[1]
Tasas de crecimiento en volumen[2]
2020pr– Tercer trimestre

Actividad económica	Tasas de crecimiento		
	Serie original		Serie corregida de efecto estacional y calendario
	Anual	Año corrido	Trimestral
	2020pr- III / 2019pr-III	2020pr / 2019pr	2020pr - III / 2020pr - II
Actividades artísticas, de entretenimiento y recreación y otras actividades de servicios	-29,0	-22,9	10,3
Actividades de los hogares individuales en calidad de empleadores[3]	-31,6	-24,8	18,0
Actividades artísticas, de entretenimiento y recreación y otras actividades[1]	**-29,7**	**-23,4**	**12,3**

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.

Cifras Comerciales:

El turismo de eventos y negocios mostró un decrecimiento en el primer semestre de 2018 de 1,6% frente al mismo periodo del año 2017. Durante enero-junio de 2018 llegaron al país un total de 239.973 extranjeros no residentes

por motivo de eventos, negocios y motivos profesionales. El mes de abril fue el más dinámico con 43.979 arribos.

MOTIVO DE VIAJES

	2017	2018	2019	2020
Educación y formación	2,22	2,15	2,12	1,24
Negocios y motivos profesi	15,95	14,80	14,24	10,75
Otros motivos	6,48	6,57	6,27	8,67
Religión y peregrinación	0,12	0,06	0,05	0,06
Salud y atención médica	0,65	0,74	0,76	0,63
Tránsito	0,07	0,04	4,03	3,60
Vacaciones, recreo y ocio	74,50	75,56	72,38	74,87
Visitas a familiares y ami...	0,00	0,08	0,15	0,19

Fuente: Migración Colombia- Cálculos OEE- MINCIT (2020-06)

Gráfico 2. Llegada de viajeros a Colombia por motivo de eventos y negocios y motivos profesionales 2012 -2018 (ene-jun) - Fuente: Migración Colombia, cifras por residencia.

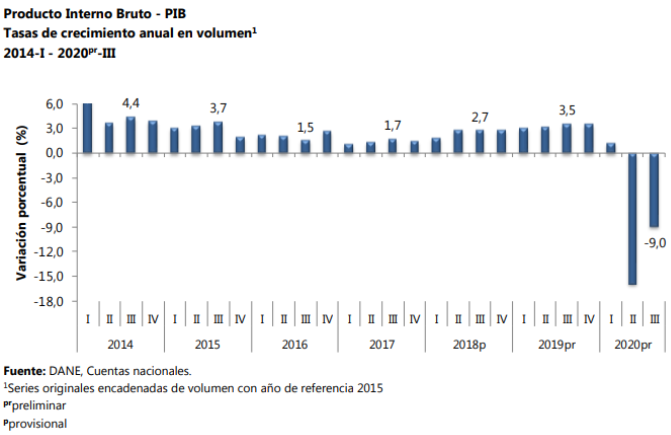
LLEGADA DE EXTRANJEROS POR PAÍS DE RESIDENCIA POR MODO AÉREO

2016	2017	2018	2019	2020
2.531.282	2.839.188	3.109.645	3.215.854	718.675

Fuente: Migración Colombia- Cálculos OEE- MINCIT (2020-07)

5. Perspectivas de crecimiento:

Según comunicado de prensa trimestral del DANE, En el tercer trimestre de 2020, respecto al mismo periodo de 2019, el Producto Interno Bruto decreció el 9%; así:



Fuente: DANE, Cuentas nacionales.
¹Series originales encadenadas de volumen con año de referencia 2015
ᵖʳpreliminar
ᵖprovisional

Gráfico 3. Tasa de crecimiento PIB - Fuente DANE

El análisis financiero de las empresas entregado por la Superintendencia de Sociedades concluye que en términos de Ingresos el sector que registró mayores ingresos en 2019 fue el de servicios, con $155.5 billones (Superintendencia de Sociedades, 2018). Un año atrás este mismo indicador alcanzó los $152 billones. Según las cifras presentadas por las sociedades requeridas por la Superintendencia de Sociedades, los ingresos del sector manufacturero alcanzaron para finales de 2017 los $145 billones, mientras que los ingresos en el sector comercio alcanzaron los $137.4 billones. El sector de minas e hidrocarburos, por su parte, pasó de $110.9 billones a $135.1 billones.

Los márgenes operativos del sector de eventos son bajos, en donde los principales impulsores del costo y gasto son: personal especializado, operativo y comercial, mantenimiento de equipos, y gastos generales.

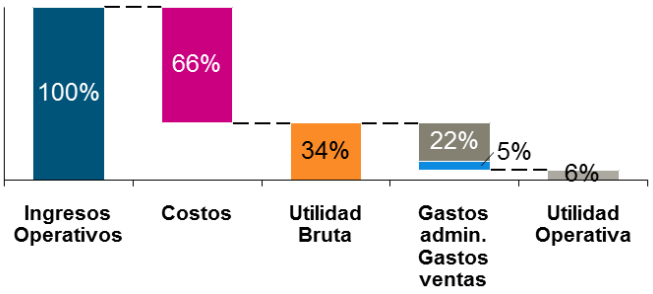


Gráfico 4. Utilidad operativa – Mercado nacional 2017- SIREN Supersociedades

6. **Variables económicas que afectan el sector:** el sector servicios es afectado principalmente por el IPC, TRM, Tasas de Interés, Valor del salario mínimo mensual legal vigente y adicionalmente en el subsector MICE la estructura de costos está directamente relacionada con la estacionalidad turística del país.

Inflación: Teniendo en cuenta que la inflación está determinada por el Índice de Precios al Consumidor (IPC), y este indicador a su vez, mide la variación de los precios de los productos y servicios, esto afecta algunos bienes y servicios de la categoría como los alimentos, el transporte, diversión, los servicios en comunicaciones, entre otros gastos.

En lo corrido del año 2019, (enero - octubre), tres divisiones de bienes y servicios se ubicaron por encima del promedio nacional (3,43%): Alimentos y bebidas no alcohólicas (6,56%), Educación (5,75%) y por último, Bebidas alcohólicas y tabaco (4,45%). El resto de las divisiones se ubicaron por debajo del promedio: Restaurantes y hoteles (3,38%), Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles (2,94%), Transporte (2,82%), Bienes y servicios diversos (2,72%), Salud (2,43%), Muebles, artículos para el hogar y para la conservación ordinaria del hogar (2,33%), Recreación y cultura (1,86%), Información y comunicación (1,81%) y por último, Prendas de vestir y calzado (0,51%).[3]

		2018		2019	
Divisiones de Gasto	Peso (%)	Variación (%)	Contribución Puntos Porcentuales	Variación (%)	Contribución Puntos Porcentuales
Alimentos y bebidas no alcohólicas	15,05			6,56	0,99
Educación	4,41			5,75	0,25
Bebidas alcohólicas y tabaco	1,70	3,99	0,06	4,45	0,08
TOTAL	100,00	2,75	2,75	3,43	3,43
Restaurantes y hoteles	9,43			3,38	0,32
Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles	33,12			2,94	0,97
Transporte	12,93			2,82	0,36
Bienes y servicios diversos	5,36			2,72	0,15
Salud	1,71			2,43	0,04
Muebles, artículos para el hogar y para la conservación ordinaria del hogar	4,19			2,33	0,10
Recreación y cultura	3,79			1,86	0,07
Información y comunicación	4,33	0,32	0,01	1,81	0,08
Prendas de vestir y calzado	3,98			0,51	0,02

Tabla 4. IPC Variación anual Por grupos de gasto diciembre 2018-2019 – Fuente DANE

[3] Índice de precios al consumidor (IPC), base 2018. Disponible en: https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-portema/precios-y-costos/indice-de-precios-al-consumidor-ipc Consultado el 08 de febrero de 2018

Los mayores aportes a la variación en lo corrido del año 2019 (enero - octubre), se ubicaron en las divisiones de Alimentos y bebidas no alcohólicas, Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles, Transporte, Restaurantes y hoteles y Educación, las cuales en conjunto contribuyeron con 2,90 puntos porcentuales a la variación total.

En octubre de 2019 en comparación con diciembre de 2018, la variación de las subclases que más aportaron al acumulado del año fueron: arriendo imputado (2,39%), arriendo efectivo (2,38%), frutas frescas (32,23%), comidas en establecimientos de servicio a la mesa y autoservicio (3,33%), transporte urbano (incluye tren y metro) (4,13%), servicios de comunicación fija y móvil y provisión a internet (2,84%), electricidad (3,32%), educación preescolar y básica primaria (6,16%), plátanos (27,77%) y arroz (9,14%). Con contribución negativa a la variación se ubicó: equipos de telefonía móvil, similares y reparación (-9,21%), transporte intermunicipal, interveredal e internacional (-10,34%), legumbres secas (-5,55%), prendas de vestir para mujer (-0,93%) y equipo para la grabación, recepción y reproducción de imagen y sonido (-4,65%).

Tasa de Cambio: La variación de precio del dólar no influye sólo entre quienes negocian con divisas, pues en el mediano y largo plazo los efectos de las alzas y bajas se sienten en los bolsillos de los colombianos.

En la medida en que el precio del dólar sube, los productos importados se hacen más costosos y esto se traduce en el aumento de la inflación y el bolsillo de los colombianos se reciente. Cuando el dólar cae significativamente se ven afectadas las importaciones y el contrabando de toda clase de productos. Este fenómeno resiente a las empresas nacionales que pierden mercado frente a sus competidoras internacionales, llevando a los empresarios a optar por reducir costos y, por lo general, eso desemboca en despido de empleados. Por estas razones no es sano que el precio del dólar se dispare o se descuelgue sin ningún tipo de control, pues la estabilidad de la economía estaría en riesgo.

Periodo	Medidas de inflación				Tasa de cambio y devaluación		
	Meta de inflación 1/	Inflación al consumidor (IPC)	Inflación básica (IPC sin alimentos)4/	Inflación del productor (IPP) 3/	TRM	Devaluación nominal	Devaluación real 2/
2000	10,00	8,75	9,30	11,04	2.229,18	18,97	6,74
2001	8,00	7,65	6,48	6,93	2.291,18	2,78	-5,11
2002	6,00	6,99	5,35	9,28	2.864,79	25,04	13,77
2003	6,00	6,49	7,01	5,72	2.778,21	-3,02	4,31
2004	6,00	5,50	5,52	4,64	2.389,75	-13,98	-10,90
2005	5,00	4,85	4,12	2,06	2.284,22	-4,42	-2,50
2006	5,00	4,48	3,95	5,54	2.238,79	-1,99	0,12
2007	4,00	5,69	4,43	1,27	2.014,76	-10,01	-0,66
2008	4,00	7,67	5,11	9,00	2.243,59	11,36	-2,74
2009	5,00	2,00	2,91	-2,18	2.044,23	-8,89	-2,75
2010	3,00	3,17	2,82	4,37	1.913,98	-6,37	-3,91
2011	3,00	3,73	3,13	5,51	1.942,70	1,50	-1,06
2012	3,00	2,44	2,40	-2,95	1.768,23	-8,98	-2,76
2013	3,00	1,94	2,36	-0,49	1.926,83	8,97	6,15
2014	3,00	3,66	3,26	6,33	2.392,46	24,17	7,52
2015	3,00	6,77	5,17	9,57	3.149,47	31,64	13,71
2016	3,00	5,75	5,14	1,62	3.000,71	-4,72	-7,44
2017	3,00	4,09	5,01	1,85	2.984,00	-0,56	5,65
2018	3,00	3,18	3,48	3,09	3.249,75	8,91	0,87
		Información mensual				Información mensual	
nov-18	3,00	3,27	3,70	3,32	3.240,02	7,78	1,68
dic-18	3,00	3,18	3,48	3,09	3.249,75	8,91	0,91
ene-19	3,00	3,15	3,46	3,42	3.163,46	11,23	2,18
feb-19	3,00	3,01	3,14	3,35	3.072,01	7,57	2,95
mar-19	3,00	3,21	3,26	3,65	3.174,79	14,18	3,37
abr-19	3,00	3,25	3,26	4,79	3.247,72	15,73	6,39
may-19	3,00	3,31	3,19	5,01	3.357,82	16,62	7,91
jun-19	3,00	3,43	3,15	4,43	3.205,67	9,38	5,82
jul-19	3,00	3,79	3,27	5,40	3.296,85	14,64	3,79
ago-19	3,00	3,75	3,22	5,98	3.427,29	13,21	7,55
sep-19	3,00	3,82	3,28	5,28	3.462,01	16,48	4,67
oct-19	3,00	3,86	3,23	4,82	3.389,94	5,85	3,82
nov-19	3,00	3,84	3,28	4,52	3.522,48	8,72	-0,05
						Información semanal	
nov-29-19					3.502,92	6,98	
dic-06-19					3.459,97	9,41	
dic-13-19					3.372,23	6,40	
dic-20-19					3.322,38	3,29	
dic-27-19					3.281,40	-0,25	

Tabla 5. Comportamiento de la inflación y tipo decambio 2000-2019 – Fuente DANE-BANREP

Para la categoría de Eventos, Actividades y Mercadeo la variación del precio del dólar puede afectar los precios de equipos y de algunos productos que deben ser importados para la realización de los eventos.

Tasa de Interés[4]: La Junta Directiva del Banco de la República decidió por unanimidad mantener las tasas de interés en 4,25%.

En esta decisión, la Junta tomó en consideración principalmente la siguiente información:

- En noviembre la inflación anual (3,84%) se redujo levemente. Se espera que los choques de oferta que han afectado la inflación comiencen a diluirse y a inicios de 2020 la inflación retome su convergencia a la meta, tal como lo recogen las expectativas del mercado. Las medidas de inflación básica se encuentran cerca del 3%.
- Con la nueva información de actividad económica, el equipo técnico del Banco mantuvo la proyección de crecimiento económico para 2019 en 3,2%.
- Las perspectivas de crecimiento global se siguen moderando y en los Estados Unidos la Reserva Federal mantuvo constante su tasa de interés de referencia.
- La proyección del déficit de cuenta corriente para 2019 sigue siendo superior al 4% del PIB y continúa siendo financiado mayoritariamente por la inversión extranjera directa.

Con base en esta información, la Junta ponderó los siguientes factores en su decisión:

- Las desviaciones transitorias de la inflación respecto a la meta, la incertidumbre sobre la persistencia de la depreciación del peso y su grado de traspaso a los precios internos.
- El tamaño de los excesos de capacidad productiva y la velocidad con que se reduzcan.
- Los efectos sobre la economía colombiana derivados de las cambiantes condiciones externas.

En este entorno, al evaluar el estado de la economía y el balance de riesgos, la Junta decidió por unanimidad mantener la tasa de interés de referencia en 4,25%.

Acuerdos comerciales: El proceso de contratación de que trata el presente documento sí está dentro de los procesos cubiertos por los acuerdos comerciales, en atención a los montos mínimos (umbrales) previstos en ellos para su aplicación sí está en la lista de entidades cubiertas por los mismos, en los siguientes acuerdos:

- Alianza Pacífico (únicamente con Chile y Perú),
- Chile,
- Costa Rica,
- Estados AELC,
- Triángulo Norte (únicamente con El Salvador y Guatemala),
- Unión Europea
- Decisión 439 de 1998 de la Secretaría de la CAN.

7. Cadena de producción y distribución: tomando como referencia el sector de las empresas que desarrollan actividades logísticas para la organización y montaje en la producción de eventos en Colombia, específicamente del sector logístico que haya realizado eventos de más de 100 personas en diferentes lugares del territorio nacional, es importante anotar que este sector de la economía nacional es un instrumento fundamental para las empresas que desean hacer uso de herramientas logísticas para lograr un efectivo reconocimiento de sus productos o servicios.

En Colombia esta Industria ha experimentado un creciente incremento de su demanda y ha despertado un especial interés de las entidades públicas orientado a acercarse a la ciudadanía y socializar a nivel nacional las actividades que se realizan al interior de la institución y que son de importancia para las distintos actores del Sector en que se desenvuelven, esto evidenciado a través de eventos a nivel nacional, jornadas de divulgación para socializar el

[4]Ver http://www.banrep.gov.co/es/comunicado-31-enero-2019-1

quehacer institucional orientado al cumplimiento de la misión y objetivos estratégicos, logrando así la visibilidad de la entidad y el acercamiento con los públicos de interés en diferentes lugares del territorio nacional.

8. Materias primas y variación de precios:

Los productos denominados turísticos se clasifican en dos grandes categorías: bienes y servicios característicos, que comprenden mercancías cuya producción se destina en su totalidad a los visitantes (por ejemplo, los servicios de transporte de pasajeros aéreo y terrestre, agencias de viajes y tour, operadores, alojamiento, etc.); y, bienes y servicios conexos, que contemplan aquellos que son demandados principalmente en zonas turísticas tanto por los visitantes como por los residentes del lugar (servicios de transporte de pasajeros local, recreación , profesionales, restaurantes, salones y centros de convenciones, equipo audiovisual, montajes especiales en eventos, entre otros). Para definir los bienes y servicios asociados al turismo, usualmente se toma como referencia la Lista de categorías de productos característicos del turismo, así como la lista de productos específicos del turismo establecida por la Organización Mundial del Turismo.

La revista mexicana Entorno Turístico de Guadalajara ha publicado un completo estudio sobre la variación de precios del sector del cual se extraen notas textuales a continuación[5]:

"La estacionalidad ha sido uno de los aspectos característicos del turismo en muchas partes del mundo: en general es vista como uno de los principales problemas que enfrenta "la industria". Butler (1994, p. 332) la define como "un desequilibrio temporal que puede expresarse en términos del número de visitantes, del tráfico en las calles y otras formas de transporte, en los empleos y en las entradas a atracciones turísticas". Este fenómeno se produce cuando se concentran una gran cantidad de viajeros en un mismo destino turístico en cierto periodo del año, por alguna circunstancia como los periodos vacacionales, y que puede repetirse periódicamente.

Esta variación temporal en los patrones de movimientos humanos puede darse a diversas escalas: horario, diaria, semanal o mensual. Como ejemplo puede tomarse el movimiento de pasajeros en el aeropuerto central de una ciudad, con frecuencia enfocado más hacia el tráfico de pasajeros locales que viajan por asuntos de negocios. Asimismo, pueden identificarse variaciones en el flujo de pasajeros de una semana a otra, como en semanas en las que hay días festivos o fiestas conmemorativas, como un carnaval o en la época de fin de año. El flujo de pasajeros oscila también de un mes a otro, como en los periodos vacacionales (junio y julio – Octubre – Diciembre y enero) o durante el resto del año.

La variación en la demanda impacta sobre varios aspectos del comportamiento por el lado de la oferta. En términos de las empresas, la parte económica se ve afectada, debido a la variación en los ingresos, en los precios y en las oportunidades de atraer inversiones. En lo que respecta al mercado de trabajo, con frecuencia se emplea mano de obra temporal para atender el pico de visitantes, lo que hace que la calidad y la habilidad de estos trabajadores no sean siempre las adecuadas si no están debidamente capacitados. En cuanto al marketing de las empresas, son varios los aspectos afectados, tales como la distribución, los precios y los tipos de paquetes ofrecidos."

En síntesis, la estacionalidad en el sector de eventos está definida por tiempos de demanda alta y baja y al igual que en el turismo es un factor fundamental para la toma de decisiones, ya que puede alterar la calidad de la atención, los precios y exige mayor flexibilidad administrativa.

Variables que explican la estacionalidad turística (Butler, 2000)

Clima: *las variaciones climáticas y las estaciones del año hacen que las personas tengan una mayor tendencia a tomar vacaciones en época de verano, aunque también se observan picos menores en invierno.*
Factores de decisión humana: *vacaciones institucionalizadas, como las vacaciones escolares y las de los trabajadores asalariados.*
Presión social y moda: *adolescentes que van a Disney en las vacaciones de medio año.*
Estaciones deportivas*: mundiales de futbol, competencias de pesca, juegos olímpicos.*
Inercia y tradición: *algunas personas toman vacaciones en épocas específicas porque es cuando, históricamente, las han tomado.*

[5] Estudio tomado de https://www.entornoturistico.com/la-estacionalidad-turistica/

La estacionalidad se ve influida por factores espaciales y está más acentuada en zonas rurales y en regiones remotas que en los grandes centros urbanos. Estos últimos presentan más atracciones no estacionales, además de más viajes de negocios y, en muchos casos, son menos vulnerables a los cambios climáticos.

La estacionalidad puede considerarse benéfica en algunos aspectos. En el caso del medio ambiente, la estación "no turística" permite que la flora y la fauna se recuperen de la época en la que existe una demanda turística alta. En el caso de los habitantes locales, los periodos sin turistas permiten que estos tengan una vida "normal" durante una parte del año. En este caso, algunos servicios pueden descontinuarse o reducirse en función de la falta de demanda ocasionada por la reducción del número de turistas.

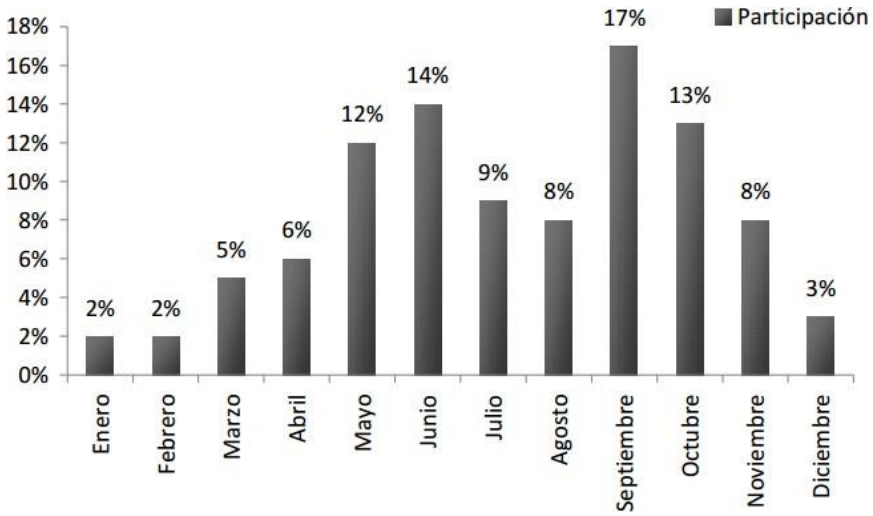


Gráfico 5. Estacionalidad de reuniones internacionales - Fuente: ICCA (International Congress &Convetion Association) Statistics Report "The International Meeting Market 2017"

En la Gráfico anterior se muestra la estacionalidad de los eventos internacionales según ICCA, en donde se pueden identificar que los meses de junio y septiembre tiene la mayor cantidad de eventos.

Conocer los eventos que se realizarán en las diferentes épocas del año, permite saber la posible disponibilidad que tendrán los diferentes proveedores y con qué eventos se competirá.

9. Análisis del valor del presupuesto:

Para este capítulo se analiza la información financiera de empresas del sector de la categoría a partir de tres fuentes de información:

- PIE1 - contiene información financiera de las empresas que reportan a la superintendencia de sociedades.
- Estudio de oferta – información financiera de proveedores actuales y potenciales que cuentan con el RUP actualizado.
- Histórico de contratos – valores de los requisitos habilitantes de procesos pasados.

Para la estimación de los precios del presente proceso, se estudiaron los diferentes precios de los bienes o servicios a contratar que se registran en el mercado a través de:

a. Solicitud de cotizaciones año 2019.
b. Análisis de consumos y precios históricos.

Se verificó la información correspondiente a los precios históricos de los productos y servicios para determinar el nivel de precios del mercado y se analizaron en conjunto dichos valores de referencia evidenciando que los precios ofrecidos no presentaban importantes equidistancias de la media aritmética.

Tomando como referencia la media aritmética de los precios cotizados en el 2019 ajustados en un 3.2, se logró determinar los precios para establecer los precios techo del presupuesto de la bolsa logística. El porcentaje de ajuste se toma en base a los supuestos para la planeación financiera de las entidades estatales para el año 2020. De acuerdo a lo revisado por el Ministerio de Hacienda y dada la estabilidad de la inflación en el último año y su buen comportamiento en lo corrido de 2019, las expectativas de inflación de los agentes a uno y dos años, se han mantenido consistentemente dentro del rango meta y prácticamente inalteradas desde finales de 2017, exceptuando noviembre y diciembre de 2018, en donde dichas expectativas presentaron un leve repunte como consecuencia de la propuesta inicial del gobierno nacional de gravar con IVA la canasta familiar desde 2019 y la expectativa de un leve fenómeno del niño (Gráfico 1.39). En mayo de 2019, los analistas encuestados por el emisor esperan una inflación anual de 3,36% para el presente año y 3,27% para 2020. Para 2019, el Ministerio de Hacienda y Crédito Público prevé una inflación de 3,2%, lo que representa un ligero aumento respecto a lo proyectado en el Marco Fiscal de Mediano Plazo de 2018 (3%), explicado, principalmente, por la persistencia de las presiones alcistas del componente de regulados. (Documento "Marco Fiscal de Mediano Plazo 2019 - Ministerio de Hacienda y Crédito Público" recuperado de https://www.minhacienda.gov.co/webcenter/ShowProperty?nodeId=%2FConexionContent%2FWCC_CLUSTER-111638%2F%2FidcPrimaryFile&revision=latestreleased)

Adicionalmente y en consideración de que algunos grupos son más utilizados en la ejecución contractual, se optó por realizar ponderaciones conforme para puntuar posteriormente cada conjunto de precio.

A.2 Aspecto técnico

La logística entendida como el conjunto de métodos y medios idóneos para implementar en la organización, planificación, flujo y gestión de cualquier emprendimiento o servicio, tiene por objeto colocar los bienes y servicios adecuados, en el momento preciso, en el lugar idóneo, y en las condiciones deseadas, de manera que logre generar la mayor rentabilidad, en una ecuación ideal de mejor servicio, costo y calidad. Para ello se vale de los recursos locativos, humanos y financieros más razonables y efectivos.

Por otro lado, Evento proviene del latín "EVENTUS", que significa acontecimiento, suceso, eventualidad. Si bien se trata de un suceso, el cual es eventual, tendrá la concepción de único e irrepetible y se puede definir como un suceso de importancia que se encuentra programado. Dicho acontecimiento puede ser social, artístico o deportivo.

Según la definición de la OMT, Reed Travel Exhibitions, ICCA y MPI, “reunión” es un término general que se refiere al encuentro de un número de personas en un lugar con el objetivo de organizar o llevar a cabo una actividad concreta. El término “reunión” y su descripción recién señalada se aplicaban a un encuentro de 10 o más participantes por un mínimo de cuatro horas en un espacio contratado. Estas reuniones constan de convenciones, conferencias, congresos, ferias comerciales y exposiciones, incentivos, reuniones empresariales y de negocios y otras reuniones que cumplen los criterios mencionados.

Clasificación de los eventos: los eventos se clasifican de acuerdo con su tamaño, el alcance que tienen y el tipo de evento:

Tamaño:
Bajo: 0 a 500 personas
Medio: 500 a 1.000 personas
Alto: 1.000 personas en adelante

Alcance: local, regional, nacional, internacional.

Tipo: los eventos se pueden dividen en diferentes tipos:
Sociales: cumpleaños, matrimonios, aniversarios, reencuentros, despedidas, fiestas benéficas.
Corporativos: ferias, cumbres, showrooms, lanzamientos, ruedas de prensa, capacitaciones, juntas de socios.

Académicos: congresos, simposios, seminarios, foros, paneles, exposiciones, capacitaciones, mesas redondas, coloquios, asambleas.
Deportivos: juegos olímpicos, mundiales, premiaciones, torneos, competencias, campeonatos, panamericano, empresariales, clases abiertas.
Religiosos: Bautizo, comunión, confirmación, matrimonio, Navidad, Pascuas, retiros espirituales, convivencias.
Culturales: festivales, actos culturales, conmemoraciones, espectáculos artísticos, muestras de arte, inauguraciones, fiestas de colectividades, exposiciones.
Políticos: Lanzamientos de campaña, debates, cierres de campaña, firmas de acuerdo, actos conmemorativos, recepciones diplomáticas, entrega de premios, homenajes y reconocimientos, cenas de gala.

La adecuada planeación de un evento es fundamental para garantizar el cumplimiento de los objetivos, para esto es recomendable definir la estructura del evento, identificar el alcance (impacto que quiero darle al evento), trabajar por comités, determinar los roles y la persona que va a liderar, establecer canales de comunicación, segmentar los públicos, evitar imprevistos.

Logística & Organización

En la planificación y logística de eventos hay 6 etapas clave para tener en cuenta.

1. **Planificación y producción** de todas las acciones y gestiones que se implementarán a lo largo del proyecto, y a la preparación del equipo material y humano necesarios, para el logro de un correcto desarrollo y concreción del evento.
2. **Montaje y disposición del equipamiento y materiales** que se utilizarán, y del grupo humano que estará trabajando durante el evento. Implementación de tecnología para la comunicación de asistentes e invitados, y especialmente en el manejo de las acreditaciones.
3. **Ejecución del evento** en sí, con participantes y público presentes, compartiendo las distintas actividades planificadas, buscando respetar los tiempos estipulados en cada rutina; inicio, coffee breaks, cierre, etc., y advirtiendo de cubrir y solucionar las distintas dificultades que puedan presentarse.
4. **Desmonte del equipo, retiro de materiales y elementos** ya utilizados, luego de realizado el evento. Revisión final para entrega del equipamiento y de las instalaciones, en las mismas condiciones en las que fueron recibidas.
5. **Evaluación de resultados**, estableciendo el grado de cumplimiento de los objetivos planteados, y lo eficiente del evento, midiendo también su rentabilidad. El balance contable reflejará el resultado económico, y se cotejará con los resultados esperados.
6. **Post evento** recopilando la información de toda la operación realizada antes, durante, y después del evento, para su evaluación. Se incluyen documentos gráficos e impresos, fotografía, prensa, etc. También la evaluación de los participantes es relevante, por lo que se puede incluir encuestas. Este documento servirá como base a futuros eventos a desarrollar, y se presentará a la supervisión para respaldar de manera documental los resultados obtenidos.



Gráfico 6. Pasos del Evento

Logística & Coordinación

El coordinador del evento es quien funge como enlace entre los miembros organizadores, proveedores, patrocinadores y asistentes.

La dinámica de su trabajo se incrementará conforme se acerque la fecha del evento. A través de él, se sincroniza el trabajo de cada integrante del grupo organizador, dirigiendo la gestión. De su desempeño y modalidad de trabajo, dependerá gran parte del éxito final.

En la coordinación de un evento hay 6 áreas básicas a supervisar y administrar:

I. Programación

- Definir y diagramar el programa del evento, con los horarios, el tipo de participantes y oradores.
- Estipular deadlines, en base a las actividades que se desarrollarán, en los días, horarios, y tiempos, a través de un cronograma general de trabajo.
- Elaborar checklists por áreas de trabajo para que cada grupo o persona tenga claras sus tareas y objetivos, y el tiempo en que deben estar realizadas exitosamente. Su supervisión será periódica y en forma particular.
- Confeccionar un presupuesto en base a los gastos previstos y costos de operación durante todo el desarrollo del proyecto.
- Seleccionar y capacitar al equipo y personal de trabajo, secretarias, orientadores, encargados de mercadeo, asistentes de sala, etc.
- Armar un grupo asesor con abogados, contadores, arquitectos, diseñadores, servicio de seguridad, programadores, etc. Ellos serán una excelente guía para trabajar en forma más eficiente, y así minimizar errores y riesgos.
- Definir y programar el sistema de inscripciones a utilizar para el registro de participantes.

II. Difusión

- Diseño, edición y la impresión de anuncios, calendarios, invitaciones, programas, folletería en general, señalizaciones, carteles, banners, etc.
- Armado de material de presentación y difusión del evento a través de la página y sitio web para promocionar, vender y difundir el mismo, y para usar como nexo de comunicación con participantes, invitados, anunciantes, y público en general.
- Actualización permanente de la base de datos, para dar seguimiento a invitados, participantes e inscripciones. Comunicación vía email con participantes, contacto con patrocinadores, respuestas a consultas y confirmaciones. Estas tareas se van intensificando más, hacia la fecha del evento.
- Manejo de agenda de prensa, conferencia de prensa, entrevistas, notas y aspectos relacionados durante el evento y después del mismo también.

III. Ambientación

Esto incluye todo lo relacionado a la sala, o salas de actividades y exposición si la hubiera, su organización y supervisión:

- Área de inscripción y acreditación de los asistentes.
- Comunicaciones, telefonía e internet.
- Gastronomía, servicio de catering, elección de menú, de acuerdo con el tipo de comidas, almuerzo, cena, coffee breaks, etc. Todo lo referente a bebidas, servicio de barman, barras móviles, etc., procurando elecciones armónicas y prácticas.
- Sistema y tecnología de sonido, video y proyección, a través de computadores, proyectores, equipo de iluminación, micrófonos, etc. Aquí se incluye la implementación del servicio de traducción. Para la cobertura gráfica del evento, se requiere de servicio fotográfico y servicio de video filmación.
- Decoración, arreglos, telones, paneles, cubresillas, mantelería, centros de mesa, etc, y todo lo que hace a la ambientación del evento.

IV. Mercadeo

- Programación de reuniones con las áreas generadoras del evento y posibles proveedores, siempre viendo las potencialidades del evento en cuestión.

- Supervisar y controlar el cumplimiento y calidad del servicio de los proveedores, según las distintas contrataciones.

V. Relaciones públicas

- Definir y redactar discursos, y determinar shows o espectáculos para el evento.
- Determinar material a entregar con las acreditaciones, bolsos, lapiceros, hojas, credenciales, diplomas, etc.
- Determinar y definir, premios, souvenirs y regalos.
- Definir diseño e impresión de logo del evento y/o de patrocinadores en materiales a entregar a participantes o invitados.

VI. Finanzas

- Pagos a proveedores.
- Pago de viáticos, fletes, correo, servicio de mensajería, etc.
- Prever pago de alojamiento, pasajes y traslados internos para participantes, oradores, invitados o asistentes externos, según lo estipulado.

Aspectos tecnológicos e innovación: Innovación
Cuando se habla de la organización de eventos la innovación es un claro factor de creación de valor y es un elemento de éxito por no decir que es "el factor de éxito".

Hoy la tecnología está presente en la planeación, el diseño y el desarrollo de los eventos y se ha vuelto imprescindible para obtener el impacto y los resultados esperados. Utilizar herramientas tecnológicas como los drones para la toma de fotografías aéreas, hacer eventos que mezclen lo presencial con lo virtual, para hacer streaming y proyecciones con escaladores, registro digital y remoto, entre otros.

Herramientas tecnológicas para eventos:

- **Video mapping:** consiste en proyectar imágenes en superficies reales e inanimadas, como edificios, para producir sensaciones de tercera dimensión o movimiento.
- **Streaming:** son transmisiones de video y audio que se hacen a través de Internet y que posibilitan seguir en tiempo real eventos como conferencias, foros, entre otros.
- **Holografías:** imágenes virtuales que, combinadas con personas u objetos reales, permiten impactar los sentidos de los asistentes. Sirven, por ejemplo, para dar la bienvenida.
- **Suelo interactivo:** proyecciones de imágenes, especialmente de la empresa, en el piso donde se desarrolla el evento, para llamar la atención de los invitados.
- **Pantalla de niebla**: espacios donde se pueden proyectar imágenes que parecen que están en el aire y que a su vez se pueden atravesar, creando mensajes y anuncio que interesan al visitante.
- **Aplicaciones para móviles:** especialmente diseñadas para ser la mejor guía y agenda en las reuniones corporativas. Con ellas se recuerdan los horarios, se accede a material audiovisual y se promueve la participación.

Principales problemas que tiene asociado el sector para su adecuado funcionamiento

- **La falta de comunicación y objetivos disonantes** entre las partes involucradas en la generación y ejecución de los eventos pueden provocar una descoordinación entre lo esperado para el evento y la gestión logística asociada a su puesta en marcha. Por ello es necesario promover la integración y coordinación entre departamentos, definir y comunicar a todas las áreas los elementos y servicios que presentarán a los clientes. Una buena comunicación es sinónimo de enfoque y es un elemento clave en la cadena de valor, permitiendo una administración más cercana a fin de evitar problemas, retrasos, reclamaciones e incorrecta ejecución del evento.
- **Procesos manuales y descentralizados** suelen provocar errores y problemas a la hora de gestionar la cadena logística, ya sea por temas de agilidad del proceso o la desactualización de la información para todos los actores involucrados ante novedades surgidas en cualquiera de sus etapas. Es por ello por lo que la utilización de herramientas tecnológicas que sean capaces de automatizar los seguimientos de las solicitudes, aprobaciones, novedades e informes de ejecución y cierre, ayuda a erradicar este problema, permitiendo que a través de aplicaciones y programas que se encargan de realizar seguimiento en tiempo

real, permita al equipo estar al tanto de gestionar, anticipar y corregir los problemas sobrevenidos de las operaciones de logística, mejorando tiempos, costos y ayudando a prescindir de riesgos.

- **La ausencia de planes** es uno de los errores que más atenta contra la estabilidad logística. No existe razón por la que las acciones de logística no se apoyen en un plan, en la toma de decisiones conscientes y en acciones establecidas para actuar adecuadamente. Para resolver este problema se incluye dentro del proceso un Plan de eventos anuales que corrige fallas de este tipo, respaldando y garantizando la efectividad y oportunidad para brindar los servicios con la calidad esperada por el área generadora de la solicitud.

Impacto de la Pandemia en los eventos corporativos

De acuerdo con la experta en eventos corporativos, la Dra. Cristina Cunchillos[6] el impacto de la pandemia del Covid19 en el sector MICE ha servido para abrir los ojos a muchos profesionales sobre las oportunidades que ofrece el mundo digital. En su artículo "Eventos mixtos ¿la evolución natural?" se resalta que las restricciones a la movilidad y las concentraciones de personas impuestas por la crisis sanitaria conllevaron la cancelación de innumerables eventos, forzando al sector a replantearse su futuro. En la era digital en la que las soluciones tecnológicas ya han transformado el día a día de las personas, tanto en el ámbito profesional como en el personal, el salto natural frente a la imposibilidad de realizar encuentros presenciales fue trasladarlos al entorno online.

Los encuentros virtuales no son nada nuevo. Las primeras pruebas de llamadas combinando video y audio se realizaron hace casi un siglo y el término 'videoconferencia' empezó a utilizarse en los pasados años 70. En el nuevo milenio, los avances tecnológicos se han sucedido a velocidades vertiginosas, con plataformas como Skype contribuyendo a generalizar el uso de videollamadas, y la tecnología de realidad virtual y aumentada infiltrándose en diversos sectores para acercar el servicio o producto final a potenciales clientes.

La posibilidad de realizar reuniones, conferencias, eventos e incluso ferias de forma virtual existía ya antes de la crisis sanitaria. La diferencia es que el recurso a esta tecnología ha crecido de forma exponencial en los últimos meses. Muchas empresas que no se habían atrevido, o no habían tenido la necesidad, de dar el salto al mundo digital, ahora se aferran a él en un intento de garantizar su propia supervivencia.

Según un estudio realizado por PCMA (Professional Convention Management Association) sobre el impacto del Covid19 en el sector, el 70% de los profesionales encuestados trasladó algún evento presencial a una plataforma virtual, de manera total o parcial. La inmensa mayoría ve esta práctica como algo que se afianzará y continuará junto a los eventos presenciales en el futuro.

Casi la mitad de los encuestados (48%) considera que en el futuro los potenciales asistentes serán más reacios a viajar. La situación económica tras la crisis sanitaria también puede implicar a corto plazo un descenso en la participación física en eventos. Y son muchos los que opinan que no se alcanzarán los niveles de asistencia de 2019 hasta que no exista una vacuna para el Covid19.

¿Virtual vs presencial?
No se trata de sustituir lo presencial por lo virtual. De hecho, es imposible reproducir la experiencia de un encuentro cara a cara con una versión online. Se trata de dos formas diferentes de alcanzar los mismos objetivos, y se han de considerar como tales, con sus ventajas y sus inconvenientes. Una posibilidad que cada vez se abre más camino es la de combinar elementos de ambas en eventos híbridos. No hay que olvidar que las acciones virtuales presentan ciertas ventajas a tener en cuenta:

Más económicos: El coste de organizar un evento online, aún con la tecnología más sofisticada y la colaboración de los mejores profesionales, difícilmente alcanzará la suma del alquiler de un espacio, los servicios de catering, audiovisuales, entretenimiento, personal y desplazamientos requeridos para un evento presencial. Para los asistentes, el gasto suele ser mínimo, algo que las empresas tendrán sin duda en cuenta en momentos de un mayor control de gastos.

Más sostenibles: Se evitan los desplazamientos largos, no se generan residuos por exceso de catering, materiales impresos o artículos de plástico, y con un consumo mínimo de energía la huella de carbono de un evento virtual

[6] https://puntomice.com/eventos-mixtos-la-evolucion-natural/

es mucho más baja que la de un acto presencial. Las nuevas generaciones de profesionales, cada vez más concienciadas con el medioambiente, pueden verlo como un elemento diferenciador.

Más globales: En un evento virtual no hay fronteras, necesidad de visados, ni límite de participantes. El alcance puede ser muchísimo mayor que el de un evento físico, con asistentes procedentes de cualquier parte del mundo.

Más personalizados: Los últimos avances tecnológicos permiten personalizar cualquier elemento del evento online, pudiendo mejorar la experiencia del participante.

Los eventos presenciales nunca podrán ser suplantados y siempre habrá necesidad del cara a cara. El ser humano es social, por es conviene recordar las ventajas de lo presencial:

Las posibilidades de networking: Aunque cada vez se incluyen más funcionalidades para fomentarlo en los eventos virtuales, es difícil conseguir la misma espontaneidad de los encuentros físicos. ¿Cuántas veces se han forjado nuevas relaciones profesionales, e incluso grandes acuerdos, partiendo de un contacto casual, tal vez charlando en la cola del bar?

Presentaciones más eficaces: La realidad virtual puede hacer maravillas a la hora de dar a conocer un producto o servicio, pero hay ocasiones en las que es necesario probar antes de comprar. La vibración del motor de un nuevo modelo de vehículo o el tacto de un tejido son sensaciones muy difíciles de suplantar y necesarias para la toma de decisiones por parte del comprador.

Más prestigio: A veces, dejarse ver en un evento es tanto o más importante que el objeto del encuentro en sí. Puede tratarse simplemente de una cuestión de prestigio, de codearse con determinadas personas y poder mostrarlo. Y, si se busca firmar un acuerdo al más alto nivel, esforzarse en una visita personal será más efectivo que cualquier videoconferencia.

Mayor captación de atención: En el entorno cerrado de una conferencia o una reunión resulta más difícil contestar e-mails, conversar por WhatsApp… sin llamar la atención. En un evento online, estos desvíos de la atención pueden pasar desapercibidos. Esta es precisamente una de las grandes diferencias que los organizadores han de tener en cuenta a la hora de planificar un encuentro. En un evento presencial es más fácil lograr el efecto de impresionar que redunde en una experiencia memorable y conseguir un mayor engagement. En un evento virtual, el gran reto es que el contenido sea lo suficientemente atractivo para captar el interés durante más de unos minutos.

Tecnología virtual
Son muchos los encuentros que se pueden realizar de forma virtual, recurriendo a diferentes tecnologías según su tamaño y su propósito. Las videoconferencias y webinars forman parte de ellos: el número de usuarios de Zoom saltó de diez a más de 200 millones en los tres primeros meses de 2020. Y es que las videoconferencias a través de aplicaciones como Skype, Zoom, Google Meet o Microsoft Teams han sido el día a día para muchos profesionales que han teletrabajado durante la crisis sanitaria. Ofrecen un servicio básico gratuito al que cualquiera puede acceder, así como versiones premium para empresas que incluyen beneficios como un mayor número de participantes, mayor seguridad o mejor atención al cliente.

Streaming de eventos
Plataformas como YouTube Live, Vimeo y Facebook Live permiten la retransmisión en directo de eventos mediante streaming. El uso de YouTube en España creció un 55% durante el periodo del confinamiento. Instagram Live también permite retransmitir contenidos, pero con un tiempo máximo de 60 minutos sin cortes. Son plataformas muy accesibles que no necesitan registro previo para el usuario.

Interacción mejorada
Es posible recopilar todo el contenido de un evento en una plataforma online: ver videos, asistir a la retransmisión de conferencias en directo o intervenciones previamente grabadas, participar en debates y hacer networking con otros asistentes. Se puede incluso añadir el catering.

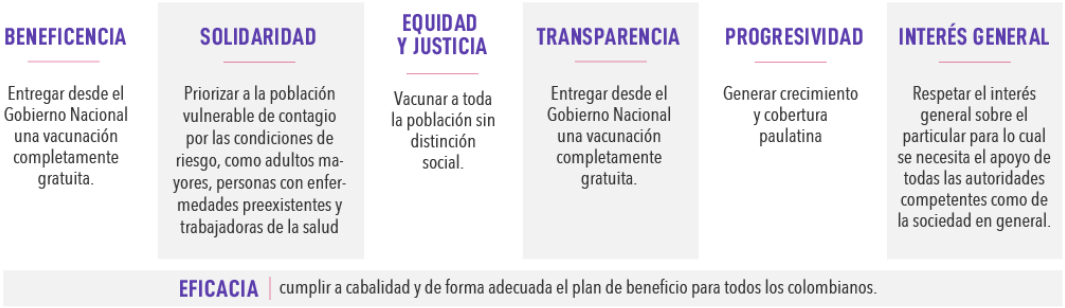
Eventos híbridos
Según un estudio realizado por la agencia The 614 group entre profesionales del marketing, el 62% está convencido de que los eventos globales de carácter virtual seguirán ocupando un lugar destacado en los próximos

meses. El 51% cree que los eventos presenciales tendrán un importante componente virtual. Combinar lo virtual y lo físico permite disfrutar de los beneficios de ambos y es una opción que cada vez gana más adeptos.

Avances del Gobierno para avanzar hacia la presencialidad de Eventos

En diciembre de 2020, Colombia aseguró para sus ciudadanos las primeras 40 millones de dosis de vacuna para el covid-19 a través de mecanismos bilaterales y multilaterales, con los cuales se tiene planeado vacunar a la población en 2 fases y 5 etapas, teniendo como priorización los grupos de riesgo y así progresivamente alcanzar 35 millones de colombianos vacunados.

Para este propósito, en el Plan Nacional de Vacunación contra el COVID-19, el Gobierno Nacional definió siete principios:



De esta manera, el objetivo en el Plan Nacional de Vacunación contra el COVID-19 es en su primera fase reducir la mortalidad y la incidencia de casos graves por este virus, así como proteger a los trabajadores de la salud; mientras que en la segunda fase es reducir el contagio para generar inmunidad de rebaño.

La vacunación será mediante una ruta de vacunación
• Las EAPB deben asignar a cada usuario asegurado la IPS vacunadora en el municipio de residencia y cercana a la vivienda de manera de garantizar el acceso oportuno a la vacunación. De igual manera las entidades territoriales en la competencia de responsable de la salud de la población pobre no asegurada, asignará la IPS vacunadora bajo las mismas condiciones de los aseguradores.
• Las EAPB y ET entregaran las bases de la población asignada a cada IPS con el fin de iniciar el procedimiento de agendamiento de la cita de vacunación y búsqueda de la población priorizada.
• Las IPS reciben las bases e inician el agendamiento de la cita, teniendo en cuenta la estrategia de vacunación definida en cada etapa. Durante la estrategia de vacunación no se convocará masivamente a la población con el fin de evitar aglomeraciones, en ese sentido se hace necesario que se establezcan citas por parte de las instituciones prestadoras del servicio de vacunación. Para los profesionales de la salud, esta vacunación se realizará directamente en las clínicas y hospitales con equipos móviles de acuerdo con la estrategia establecida por el territorio.
• Las IPS deben informar a cada EAPB y entidad territorial la cita asignada de manera que se actualice por parte de los aseguradores la plataforma y permita la consulta individual de la población, encontrando en ella, la fase y etapa de vacunación en la que se encuentra, así como el lugar fecha y hora de cita para la aplicación de la vacuna.
• Una vez incluidos los datos en la plataforma MIVACUNA COVID19, la población puede realizar la consulta a través de las líneas de atención, página web y acceder al ABECÉ de la vacunación Covid-19. Si cumple con criterios para la vacunación revisa y recuerda la cita asignada por la IPS, accede al consentimiento informado el cual debe presentar en el momento de la vacunación y asiste de manera puntual a la vacunación.
• En caso de no encontrarse en la consulta de la plataforma se puede postular, diligenciando los criterios de priorización a los que aplique, los cuales serán verificados y confirmados por la EAPB, quien actualizara la información ante el Ministerio de Salud y Protección Social.
• Vacunación, cumpliendo estrictas condiciones de bioseguridad en puestos fijos o móviles de acuerdo con la programación previamente realizada con base en los Lineamientos generales para el programa ampliado de inmunizaciones (PAI) en el contexto de la pandemia de COVID19. Colombia 2020 disponibles en:

https://www.minsalud.gov.co/Ministerio/Institucional/Procesos%20y%20procedimientos/GIPS15.pdf. En este paso se realizará la verificación de requisitos y que el usuario se encuentre en la fase y etapa establecida y el procedimiento se realizará de acuerdo con las indicaciones técnicas recomendadas por los fabricantes, entre ellas la posología indicada.

• Explicar el procedimiento y firmar del consentimiento informado: Se entregará información sobre la vacuna, indicaciones de cuidado y eventos adversos esperados, se solicitará la firma del consentimiento informado para la administración de la vacuna. 4

• Registro y agendamiento de cita: Se utilizará el aplicativo PAIWEB para el registro nominal de las personas vacunadas y de identificación de la vacuna aplicada. Asimismo, se realizará el agendamiento y programación de la segunda dosis.



Gráfico 2. Programación de la vacunación
Fuente: Ministerio de Salud

A.3 Aspecto regulatorio

LEY 2068 del 31 de diciembre de 2020, Por el cual se modifica la Ley general de turismo y se dictan otras disposiciones.

Ley 1493 de 2011, por la cual se toman medidas para formalizar el sector del espectáculo público de las artes escénicas, se otorgan competencias de inspección, vigilancia y control sobre las sociedades de gestión colectiva y se dictan otras disposiciones. Artículos 1, 2, 4, 15, 16, 17 y 21.

Ley 1558 de 10 de julio de 2012, "Por la cual se modifica la Ley 300 de 1996-Ley general de turismo, la Ley 1101 de 2006 y se dictan otras disposiciones". Tiene por objeto el fomento, el desarrollo, la promoción, la competitividad del sector y la regulación de la actividad turística, a través de los mecanismos necesarios para la creación, conservación, protección y aprovechamiento de los recursos y atractivos turísticos nacionales, resguardando el desarrollo sostenible y sustentable y la optimización de la ' calidad, estableciendo los mecanismos de participación y concertación de los sectores público y privado en la actividad.

Ley 300 de 1996, Por la cual se expide la ley general de turismo y se dictan otras disposiciones.

Ley 1101 de 2006, Por la cual se modifica la Ley 300 de 1996 - Ley General de Turismo y se dictan otras disposiciones.

Ley 336 de 1996. "Por la cual se adopta el estatuto nacional de transporte".

Ley 105 de 1993. "Por la cual se dictan disposiciones básicas sobre el transporte, se redistribuyen competencias y recursos entre la Nación y las Entidades Territoriales, se reglamenta la planeación en el sector transporte y se dictan otras disposiciones."

DECRETO 039 de 2021, Por el cual se imparten instrucciones en virtud de la emergencia sanitaria generada por la pandemia del Coronavirus COVID - 19, y el mantenimiento del orden público, y se decreta el aislamiento selectivo con distanciamiento individual responsable

Decreto 2762 de 2001 "Por el cual se reglamenta la creación, habilitación, homologación y operación de los terminales de transporte terrestre automotor de pasajeros por carretera".

Decreto 171 DE 2001 "por el cual se reglamenta el Servicio Público de Transporte Terrestre Automotor de Pasajeros por Carretera."

Decreto 1326 DE 1998 "por el cual se reglamenta el artículo 2 de la Ley 336 del 20 de diciembre de 1996."

Decreto Nacional 2263 de 1995 "Por el cual se reglamenta la Ley 105 de 1993 y se modifica el Decreto 105 de 1995".

Decreto 105 de 1995 "por el cual se reglamenta la Ley 105 de 1993."

Decreto 1079 de 2015"por medio del cual se expide el Decreto Único Reglamentario del Sector Transporte"

DECRETO 1824 DE 2001 (septiembre 3) por el cual se dictan unas disposiciones relacionadas con la actividad de los operadores profesionales de congresos, ferias y convenciones.

Decreto 770 de 1982 (Ministerio de Relaciones Exteriores), "Por el cual se expide el reglamento de Protocolo y Ceremonial de la Presidencia de la República"

Resolución 1681 de 2020 - Ministerio de Salud. "Por medio de la cual se adopta el protocolo de bioseguridad para el manejo y control del riesgo del coronavirus COVID-19 para la actividad de Ferias Empresariales."

Hoteles: **Resolución No. 657 de abril 8 de 2005 y resolución 2322 de 2006** del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.

Resolución 2674 de 2013 del Ministerio de Salud y Protección Social la cual tiene por objeto establecer los requisitos sanitarios que deben cumplir las personas naturales y/o jurídicas que ejercen actividades de fabricación, procesamiento, preparación, envase, almacenamiento, transporte, distribución y comercialización de alimentos y materias primas de alimentos y los requisitos para la notificación, permiso o registro sanitario de los alimentos, según el riesgo en salud pública, con el fin de proteger la vida y la salud de las personas.

Decreto 1824 de 2001 (Ministerio de Desarrollo Económico), "Por el cual se dictan unas disposiciones relacionadas con la actividad de los operadores profesionales de congresos, ferias y convenciones".

Decreto 2395 1999 (Ministerio de Desarrollo Económico), "Por el cual se reglamenta la Ley 300 de 1996 en lo relacionado con la inscripción en el Registro Nacional de Turismo de los establecimientos gastronómicos, bares y negocios similares de interés turístico".

Decreto 3888 de 2007 (Ministerio del Interior y de Justicia), Por el cual se adopta el Plan Nacional de Emergencia y Contingencia para Eventos de Afluencia Masiva de Público y se conforma la Comisión Nacional Asesora de Programas Masivos y se dictan otras disposiciones.

Decreto 1009 de 2020 (Presidencia de la República) Por el cual se establece el Plan de Austeridad del Gasto

NORMAS TÉCNICAS SECTORIALES:

Norma Técnica NTS-OPC Sectorial 001. 2009-08-26. Operación de congresos, ferias y convenciones. Requisitos de servicio.
NTS_AV009 calidad en la prestación del servicio de transporte turístico terrestre automotor requisitos normativos
NTS - Establecimientos Gastronómico
NTS - Alojamiento y Hospedaje*
NTS - Turismo Sostenible *
NTS - Guías de Turismo *
NTS - Agencias de Viajes

DOCUMENTO CONPES 3640 LINEAMIENTOS DE POLÍTICA PARA EL DESARROLLO DEL TURISMO DE CONVENCIONES Y CONGRESOS Departamento Nacional de Planeación- DDE Ministerio de Comercio, Industria y Turismo –- PROEXPORT - 01 de febrero de 2010

A.4 Otros aspectos (Social, Ambiental, Político…)

A continuación, se realiza un análisis de las condiciones del mercado mediante el análisis de los factores externos e internos que influyen en el proceso de contratación:

Factores Internos	Debilidades	Fortalezas
	No hay un sistema de información y bases de datos consolidada del sector. La experiencia de contratos previos ha demostrado que este sector es escasa la creatividad y/o innovación debido a que los proveedores se limitan a ejecutar los servicios tal como se les solicita.	Los procesos de contratación anuales incrementan el poder de negociación de las Entidades Estatales
	Es muy complejo establecer exactamente los eventos o actividades - requeridas, los lugares para su realización y tampoco las fechas o condiciones en las que se requieren.	El volumen de eventos o actividades a realizar por el Ministerio es interesante para el mercado e igualmente es atractivo el presupuesto estimado del contrato.
Factores Externos	**Oportunidades**	**Amenazas**
	Existe un gran número de proveedores en el mercado colombiano, lo cual permitirá pluralidad de oferentes.	Inseguridad en algunas zonas del país lo que dificultaría la realización exitosa de los eventos en dichas locaciones. Incertidumbre frente a la evolución de la pandemia de COVID-19
	El clima económico para el sector es positivo por cuanto se prevén incentivos y política pública focalizada en madurarlo y potenciar el incremento de sus ingresos.	La estacionalidad en la prestación del servicio el cual se puede ver afectado por la temporada en que se requiera un evento, generando un incremento de precios. Por ejemplo: durante temporadas altas o fiestas de fin de año.

Tabla 6. DOFA Sector

B. ESTUDIO DE LA OFERTA

El mercado para los operadores logísticos de eventos ha tenido un crecimiento dado a que empresas tanto públicas como privadas han reducido el personal interno dedicado a la realización de eventos, lo que ha impulsado la tercerización de la planeación y producción de eventos a través de los operadores quienes suplen esa necesidad, ofreciendo un servicio integral desde la planeación, ejecución y postproducción de los eventos convirtiéndose en generalistas.

Dado el creciente número de operadores en el mercado, la competencia en precios y tarifas se ha intensificado

Estadísticas Nacionales - RNT[7]

Tomando como referencia los posibles oferentes que pueden prestar este servicio, se puede inferir que el mercado de organización de eventos cuenta con pluralidad de oferentes.

Tabla por categoría: Se entrega la cantidad de prestadores de servicios turísticos por categoría/subcategoría a total Colombia según el estado en el cual se encontraban en cada año. Unidad: Número

Tabla por categoría:	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
OPERADORES PROFESIONALES DE CONGRESOS, FERIAS Y CONVENCIONES	401	343	390	474	547	473	512	763

Tabla 7. # Operadores Profesionales - Fuente: MINCIT - Dirección de Análisis Sectorial y RNT - © MINCIT - CITUR

¿Quién vende?: En procura de poder determinar quiénes podrían prestar el servicio que requiera contratar el Ministerio, se verificó el Sistema de Información Empresarial- SIE de la Superintendencia de Sociedades, y se pudo establecer que allí se reportan para las actividades relacionadas con el CIIU Versión 4 adoptada para Colombia (N 8230 - Organización de convenciones y eventos comerciales, N 7912 - Actividades de operadores turísticos), 25 empresas, las cuales se relacionan a continuación:

NIT	Razón Social	Actividad CIIU	Dpto. Domicilio	Dirección	Teléfono	E-mail
800248920	AGECIA DE VIAJES DE TURISMO RECEPTIVO DESTINO COLOMBIA SAS	Actividades de operadores turísticos	ANTIOQUIA	CL 50 65 -42 LC 225	2606868	linayuliet@destinocolombia.com
830043969	CONVETUR S.A.S	Actividades de operadores turísticos	BOGOTA D.C.	CR 43 A 22A 07	2686475	conveturltda@hotmail.com
860401643	R G J V SOLORZANO S A S	Actividades de operadores turísticos	BOGOTÁ, D. C.	CL 106 14B 40	6100300	jrautomoviels1@hotmail.com
890930580	ULTRAVIAJES SAS	Actividades de operadores turísticos	ANTIOQUIA	CR 43A 9 SUR 91 OFICINA 905	3193030	direccion.contabilidad@ultragroupla.com
900123958	COLOMBIAN JOURNEYS SAS	Actividades de operadores turísticos	BOGOTA D.C.	CARRERA 13 No 96-67 OFI 40-408	7470256	administration.bog@colombianjourneys.com
900171582	SOUTH NET TURISMO COLOMBIA SAS	Actividades de operadores turísticos	BOGOTA D.C.	CR 12 97 32 ED GOLF 97 OF 501	5185729	JOHN.DIAZ@BESTDAY.COM
900413142	LATINOAMERICAN TRAVEL INCENTIVES SAS	Actividades de operadores turísticos	BOGOTA D.C.	CR 17 A 100 40	7562705	latinoamericannotificaciones@gmail.com
900571484	STRATEGIC POINTS SAS	Actividades de operadores turísticos	ANTIOQUIA	CR 43A 1 A SUR 69 OFICINA 9801	3193030	direccion.contabilidad@ultragroupla.com
800151720	CENTRO DE FERIAS EXPOSICIONES Y CONVENCIONES DE BUCARAMANGA SA CENFER SA	Organización de convenciones y eventos comerciales	SANTANDER	KM 6 VIA GIRON	6822222	administracion@cenfer.com
830043325	SPHERA PRODUCCIONES S.A.	Organización de convenciones y eventos comerciales	BOGOTA D.C.	Calle 90 No.12-45 Piso 05	5936868	angelicatrujillo@spheraimpacta.com
830069795	ORGANIZACION DE CONGRESOS EVENTOS Y MERCADEO S.A.S	Organización de convenciones y eventos comerciales	BOGOTA D.C.	CARRERA 45A 95 37 OF 601	3124329311	CONTABILIDAD@OCEMARKETING.COM
830076044	PIDAMOS MARKETING TOTAL SAS	Organización de convenciones y eventos comerciales	BOGOTÁ, D. C.	CR 18 93 25 OF 304	7427968	contabilidad@pidamos.com
830147271	SISTOLE SAS	Organización de convenciones y eventos comerciales	BOGOTA D.C.	CL 99 7A 77	6505656	nchavez@gestionintegral.com
890802221	EXCURSIONES AMISTAD S.A.S. Y/O ADESCUBRIR TRAVEL & ADVENTURE S.A.S	Organización de convenciones y eventos comerciales	CALDAS	CRA 24A 56-28	8811565	contabilidad2@adescubrir.com
890909297	PLAZA MAYOR MEDELLIN CONVENCIONES Y EXPOSICIONES S.A.	Organización de convenciones y eventos comerciales	ANTIOQUIA	CALLE 41 # 55 80	2617200	INFO@PLAZAMAYOR.COM.CO
900049217	ESTRATEGIA Y PRODUCCION S.A.	Organización de convenciones y eventos comerciales	ANTIOQUIA	CRA 42 NRO 54 A 71 INT 126	4482810	contabilidad@comunicacionesefectivas.com
900059028	CENTRO DE EVENTOS VALLE DEL PACIFICO SA	Organización de convenciones y eventos comerciales	VALLE DEL CAUCA	CL 8 No 3-14	8861300	jlargach@ccc.org.co
900194353	OPEN GROUP BTL LIMITADA	Organización de convenciones y eventos comerciales	BOGOTA D.C.	CARRERA 30 N 66 67	6966784	CONTADOROPEN@GMAIL.COM
900199025	PRODUCCION DE EVENTOS 911 SAS	Organización de convenciones y eventos comerciales	BOGOTA D.C.	CL104 56 A 07	6044615	info@logistica911.com
900209622	BANCA DE PROEYCTOS SAS	Organización de convenciones y eventos comerciales	BOGOTA D.C.	AV CLL 127 15 36 OFICINA 229	6480722	eforero@bancadeproyectos.com
900282330	XAMPLEX SAS	Organización de convenciones y eventos comerciales	BOGOTA D.C.	CR 18 93 25 202	7427968	contabilidad@pidamos.com
900297972	COMERCIALIZADORA DE FRANQUICIAS S.A.	Organización de convenciones y eventos comerciales	BOGOTÁ, D. C.	CARRERA 80B NO. 25C-80	8129435	contabilidad@ticketshop.com.co
900365212	4E S.A.S.	Organización de convenciones y eventos comerciales	ANTIOQUIA	CR 80 B 34 C 21	4484334	rodrigo.palacio@4e.com.co

[7] Más Información en: http://www.citur.gov.co/estadisticas/df_prestadores_historico/porcentual/41?t=1

900372931	TOP BRAND S.A.S.	Organización de convenciones y eventos comerciales	BOGOTA D.C.	CL 121 7 A 93	5203199	j.vasquez@topbrand.co
900796738	PRISA MUSICA AMERICA S.A.S	Organización de convenciones y eventos comerciales	BOGOTÁ, D. C.	CALLE 67 7 37 OFICINA 608	3487600	ereyes@caracol.com.co

Tabla 8. Empresas registradas en Sirem – Supersociedades

¿Cuáles son los Precios del Mercado?

El estudio de precios de mercado, que se llevó a cabo una vez elaborado el estudio del sector, permitió establecer el presupuesto oficial de la contratación. El mencionado estudio comprendió la realización de un análisis de los diferentes precios de los bienes o servicios a contratar que se registran en el mercado a través de:
a. Solicitud de cotizaciones año 2021 en SECOP (Proceso Cotización - MEN - SGA No 01 de 2021) publicado el 29 de enero de 2021.
b. Análisis de consumos y precios históricos.

Así mismo, involucró el análisis de las variables consideradas para calcular el presupuesto oficial o precio del contrato. En documento **ANEXO NO. 02A ESTUDIO DE MERCADO** se incluye el análisis que soporta los precios máximos del tarifario del contrato, indicando las variables utilizadas para calcular el presupuesto de la respectiva contratación, así como su monto y los posibles costos asociados al mismo.

De acuerdo con las cotizaciones recibidas de EXCURSIONES AMISTAS S.A.S Y/O ADESCUBRIR TRAVEL & ADVENTURE S.A.S, EVOFORMA IMAGEN CORPORATIVA SAS, PUBBLICA S.A.S. y RED LOGISTICA Y GESTION SAS se realizó un consolidado de las mismas donde se calculó el promedio de las dos cotizaciones más bajas, este consolidado puede ser consultado en el ANEXO NO. 02A ESTUDIO DE MERCADO.

Teniendo en cuenta los precios anteriores y con el propósito de definir los valores unitarios de referencia para el presente ejercicio, se usa el promedio de las dos cotizaciones más bajas para todos los componentes (alimentos, hospedajes, transporte, de alquiler de salones y equipos audiovisuales, entre otros), como resultado de aplicar dicha medida de tendencia que se puede observar en el **ANEXO NO. 02A ESTUDIO DE MERCADO** y serán incluidos como precios topes o máximos.

Los precios **TOPES O MÁXIMOS** producto del ejercicio y las consideraciones anteriormente descritas están detallados en el **ANEXO NO. 02A ESTUDIO DE MERCADO** y serán incluidos en el **FORMATO NO. 06 – PROPUESTA ECONÓMICA**.

Por otro lado, teniendo en cuenta que los valores cotizados por los operadores para los tiquetes aéreos atienden variables como ciudad, fecha de viaje, anticipación en la compra, servicios conexos, área, entre otros, se definió que para esos ítems se incluirá el pago de las facturas de tiquetes expedidos adicionados con la comisión.

La desviación estándar del conjunto de precios como medida de dispersión, que nos indica cuánto pueden alejarse los valores respecto al promedio (media), se constituye en una medida útil para buscar probabilidades de que un evento ocurra, y en el caso del mercado que se estudia, se utilizó para determinar entre que rango de precios puede moverse un determinado producto o servicio, y determinar cuáles pueden ser más volátiles que otros. En el caso de la muestra de precios de los Ítems recolectada en las cotizaciones no hay evidencia de que se trata de un conjunto normalizado y existe una elevada volatilidad. Por tal motivo, Teniendo en cuenta que la media aritmética está significativamente afectada por los valores extremos y que, por consiguiente, no se puede estimar como una representación de la muestra, y no se utiliza el promedio como precio techo para el proceso de selección, sino que la entidad escoge como precio techo el promedio de las dos cotizaciones más bajas con el fin de corregir este tipo de situaciones sobre datos que producen ruido en la serie.

Como se menciona con anterioridad, la muestra estudiada posee una desviación alta de los datos con relación a la media. Ello se refleja en el análisis de los coeficientes de Variación (CV). Teniendo en cuenta que a mayor valor del CV mayor heterogeneidad de los valores de precios; y a menor CV, mayor homogeneidad en los valores de precios. Bajo la consideración de que el C.V. no sea mayor al 30% tenemos la siguiente información:

Coeficiente de variación	# Datos	Partic. %
CV < 30%	50	35%

CV> 30%	92	65%
Total general	**142**	**100%**

Tabla 9. Coeficiente de Variación de precios cotizados

Ahora teniendo presente que mientras más bajo es el CV, más bajo es el riesgo, se concluye que el uso de media aritmética aumenta el riesgo de sobrecostos y por tanto se utiliza el promedio de las dos cotizaciones más bajas.

En conclusión, teniendo en cuenta los análisis anteriores y con el propósito de definir los valores unitarios de referencia para el presente ejercicio, se escogió como medida de tendencia central la "el promedio de las dos cotizaciones más bajas" para todos los componentes (alimentos, hospedajes, transporte, de alquiler de salones y equipos audiovisuales, entre otros)[3], el detalle de los valores como resultado de aplicar dicha medida de tendencia, se pueden observar en las cuadros que se muestran como anexo (precios tope o máximos) del estudio de mercado.

No obstante lo anterior, se tienen las siguientes precisiones sobre las series estudiadas:

En el Ítem 1 (Refrigerio No Perecedero) se evidencia un coeficiente de variación del 198% en razón a una cifra notablemente errónea en su cotización. La entidad escoge como precio techo el promedio de las dos cotizaciones más bajas con el fin de corregir este tipo de situaciones sobre datos que producen ruido en la serie.

Los Ítems 19 (ESTACIÓN DE CAFÉ Y AGUA SIMPLE (para 50 PAX)) y 20 (ESTACIÓN DE CAFÉ Y AGUA SIMPLE (para 100 PAX)) se evidencian unos coeficientes de variación del 117% y 131% respectivamente. En este caso particular se nota que dos proponentes cotizan precios unitarios y no sobre el KIT de 50 y 100 pax sugeridos. Por tal razón para estos ítems se toma el promedio de las cotizaciones válidas, es decir las más altas para corregir la información de la serie y ajustarse a precios de mercado.

Por otro lado, teniendo en cuenta que los valores cotizados por los operadores para los tiquetes aéreos atiende variables como ciudad, fecha de viaje, anticipación en la compra, servicios conexos, área, en tre otros, se definió que para esos ítems se incluirá el pago de las facturas de tiquetes expedidos adicionados con la comisión.

PORCENTAJE DE COMISION

El Porcentaje de Comisión se debe entender como el Porcentaje (%) a cobrar por el pago sobre el valor de actividades, bienes o servicios no incluidos en la Propuesta económica o por reembolsos y/o el giro directo de recursos a terceros para actividades, bienes o servicios autorizados por el Ministerio de Educación Nacional previa justificación. En este caso, el valor a pagar por los servicios, sobre los cuales recae la **comisión,** no podrá superar el promedio de los precios del mercado, obtenido en la fase de planeación, que consta en el estudio de precios del mercado y en el análisis del sector.

Para el cálculo de este porcentaje se analizaron las cotizaciones presentadas por EXCURSIONES AMISTAS S.A.S Y/O ADESCUBRIR TRAVEL & ADVENTURE S.A.S, EVOFORMA, IMAGEN CORPORATIVA SAS, PUBBLICA S.A.S. y RED LOGISTICA Y GESTION SAS. Adicionalmente se incluye la comisión acordada según contrato CO1.PCCNTR.1291446 de 2020 suscrito con la Sociedad Hotelera Tequendama S.A y se definió el promedio de las dos cotizaciones más bajas para establecer el techo de este factor. A continuación, se detalla este componente final:

CONCEPTO	Observación	UNIDAD DE MEDIDA	Máximo
PORCENTAJE DE COMISIÓN	Porcentaje (%) a cobrar por el pago sobre el valor de actividades, bienes o servicios no incluidos en la Propuesta económica o por reembolsos y/o el giro directo de recursos a terceros para actividades, bienes o servicios autorizados por el Ministerio de Educación Nacional previa justificación.	Porcentaje (%)	**10.00%**

Se entiende que el oferente incluye todos aquellos costos financieros, retenciones, giros, seguros, utilidad del contratista y demás valores en que se incurra para el pago de los bienes y servicios.

En cuanto al análisis de dispersión de datos cotizados para la comisión se evidencia que la desviación estándar es 0 y el coeficiente de variación es menor del 30% ubicándose exactamente en el 26%. Lo anterior demuestra que los precios de comisión siguen una distribución normalizada, sin embargo, se considera dejar como comisión techo el promedio de las dos cotizaciones más bajas con el objeto de dejar un valor que permita a la entidad alcanzar un mayor valor por el presupuesto asignado sin que ello signifique estar por fuera de precios de mercado razonables.

PRESUPUESTO OFICIAL DEL CONTRATO

El valor del contrato será hasta por la suma de **DIEZ MIL DOSCIENTOS SESENTA Y CUATRO MILLONES QUINIENTOS DIECIOCHO MIL SEISCIENTOS SETENTA Y SEIS PESOS MCTE ($10.264.518.676,00)** Incluidos todos los Impuestos, tasas y costos a que haya lugar. El cálculo de dicho presupuesto se hizo con base al plan de eventos proyectado por las distintas dependencias del Ministerio de Educación. El ejercicio de planeación consistió en asignar un valor a cada evento de acuerdo las características generales de factores técnicos en cuanto a los componentes de cada evento tales como convocatoria, registro, transporte, alojamiento, espacios necesarios, talleristas, etc. y de acuerdo con precios históricos de los eventos desarrollados en el año 2020 con los contratos suscritos con la sociedad Hotelera Tequendama S.A y Telecafe Ltda.

El Ministerio de Educación Nacional ha establecido un plan de eventos como guía para el operador, el cual define de manera general los posibles eventos a realizar durante la ejecución del contrato , es de anotar que este plan fue realizado de acuerdo con la experiencia de los eventos realizados anteriormente y se podrá modificar o cambiar de acuerdo con los requerimientos de la entidad.

De acuerdo con el plan de eventos se tiene como resumen que:

Tabla 10. Plan de Eventos 2021

Dependencia	# de eventos	PRESUPUESTO ESTIMADO
DIRECCIÓN DE CALIDAD PARA LA EDUCACIÓN SUPERIOR	19	732.567.666
DIRECCIÓN DE FOMENTO	77	1.541.214.150
DIRECCIÓN DE FORTALECIMIENTO A LA GESTIÓN TERRITORIAL	36	7.030.910.000
OFICINA ASESORA DE COMUNICACIONES	1	646.079.524
OFICINA DE COOOPERACIÓN Y ASUNTOS INTERNACIONALES	7	179.039.168
SUBDIRECCIÓN DE DESARROLLO ORGANIZACIONAL	22	134.708.168
Total general	**162**	**10.264.518.676**

C. ESTUDIO DE LA DEMANDA

¿Cómo ha adquirido la entidad el bien, obra o servicio en el pasado?

A continuación, se listan contratos de periodos anteriores en los que se ha contratado el mismo objeto, indicando la modalidad de contratación, el valor final del contrato y el proveedor a quien se le adjudica el proceso de selección:

Modalidad de Contratación	Razón Social Contratista	AÑO	Total
Contratación Directa (Ley 1150 de 2007)	SOCIEDAD HOTELERA TEQUENDAMA	2016	6.881.566.793
	CANAL REGIONAL DE TELEVISION TEVEANDINA LTDA	2016	30.681.575.489
	INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA COLEGIO MAYOR DE ANTIOQUIA	2017	9.826.658.839
	TELECAFE	2017	17.096.927.413
		2018	29.841.859.608
Licitación Pública	FEELING COMPANY SAS	2019	17.443.306.357

Contratación Directa (Ley 1150 de 2007)	SOCIEDAD HOTELERA TEQUENDAMA	2019	382.344.497
	SOCIEDAD HOTELERA TEQUENDAMA	2020	5.167.286.202
	TELECAFE	2020	2.329.487.237
Contratación Directa (Ley 1150 de 2007)			**90.539.837.895**

Tabla 11. Proveedores contratistas Operación Logística - Años 2016-2020 - MINISTERIO DE EDUCACIÓN NACIONAL (MEN)- Fuente: Secop I

Presupuestos asignados a la logística de eventos por el Ministerio de Educación Nacional en las vigencias 2018 – 2021

AÑO	2018	2019	2020	2021*Proy.
PRESUPUESTO ASIGNADO	29.841.859.609	17.825.650.854	7.496.773.439	10.264.518.676

La serie de presupuestos expuesta en el cuadro anterior evidencia el ajuste que la Entidad ha venido ejecutando en el último cuatrienio alineándose a las directrices dadas por la normatividad relacionada con la austeridad en el gasto. La entidad ha cumplido su misionalidad y ha realizado ejercicios de planeación y ejecución rigurosa de los contratos asociados a la logística de eventos con el fin de generar ahorros significativos y ha gestionado procesos de selección abiertos y transparentes utilizando los mecanismos sugeridos por la Agencia Nacional de Contratación Pública – Colombia Compra Eficiente–.

¿Cómo adquieren otras entidades públicas o privadas el bien, obra o servicio objeto del proceso?

A continuación, se listan los contratos mediante los cuales otras entidades públicas han adquirido el mencionado servicio:

Proveedores contratistas licitación Pública - Años 2018-2020

* Valor de Contrato superior a $3.000.000.000

Nombre de la Entidad	Objeto a Contratar	Numero de Proceso	Valor Contrato	Nom Raz Social Contratista	Fecha
UNIDAD ADMINISTRATIVA ESPECIAL DE GESTION DE RESTITUCION DE TIERRAS DESPOJADAS	Prestar los servicios para la organización administración ejecución de eventos institucionales y actividades logísticas en cumplimiento de las obligaciones misionales y funcionales de las diferentes dependencias y Direcciones Territoriales de la Unidad Administrativa Especial de Gestión de Restitución de Tierras Despojadas en el marco de la Ley 1448 y sus Decretos ley 4633 y 4635 de 2011.	CO1.BDOS.1121141	3.599.863.557	UT VISION URT 2020	2.020
INSTITUTO DISTRITAL DE TURISMO	PRESTAR LOS SERVICIOS INTEGRALES DE ORGANIZACIÓN ADMINISTRACIÓN EJECUCIÓN OPERACIÓN APOYO LOGÍSTICO DE EVENTOS Y DE CENTRAL DE MEDIOS PARA LA EJECUCIÓN DE ACCIONES DE PROMOCIÓN COMUNICACIONES Y GESTIÓN DE DESTINO QUE REALICE EL IDT PARA FORTALECER Y POSICIONAR A BOGOTÁ COMO UN DESTINO TURÍSTICO EN DIFERENTES MERCADOS DE INTERÉS NACIONALES E INTERNACIONALES	CO1.BDOS.1279325	4.909.623.910	Unión Temporal Universal Group Prime	2.020
INSTITUTO DISTRITAL DE LAS ARTES	Prestar el servicio de vigilancia guarda custodia y seguridad de las sedes inmuebles en propiedad administrados en arrendamiento centros CREA y/o en eventos artísticos y culturales en que participe o promueva el Instituto Distrital de las Artes - Idartes en espacios convencionales y no convencionales de la ciudad de Bogotá D.C.	CO1.BDOS.1179977	4.706.153.128	UNION TEMPORAL NS IDARTES - 2020	2.020
ALCALDIA MUNICIPAL FUSAGASUGA	PRESTACIÓN DEL SERVICIO DE VIGILANCIA FÍSICA CON Y SIN ARMA PARA GARANTIZAR LA CUSTODIA DE LOS BIENES PROPIEDAD DEL MUNICIPIO DE FUSAGASUGA INSTITUCIONES EDUCATIVAS OFICIALES DEL MUNICIPIO DE FUSAGASUGA Y EVENTOS TURÍSTICOS.	CO1.BDOS.1029970	4.365.142.500	UNION TEMPORAL VIGIL - GCSI	2.020
UNIDAD ADMINISTRATIVA ESPECIAL DE GESTION DE RESTITUCION DE TIERRAS DESPOJADAS	Prestación de servicios para la organización administración ejecución de eventos institucionales y actividades logísticas en cumplimiento de las obligaciones misionales y funcionales de las diferentes dependencias y Direcciones Territoriales de la Unidad Administrativa Especial de Gestión de Restitución de Tierras Despojadas	CO1.BDOS.643716	4.120.949.750	Unión Temporal UNICOS	2.019
MINISTERIO DEL INTERIOR	Prestación de servicios de operador logístico que se encargue de suministrar al Ministerio la alimentación alojamiento desplazamientos aéreos terrestres marítimos y multimodales material de apoyo y todas aquellas acciones inherentes a la actividad a contratar para el cabal cumplimiento de las actividades (eventos y reuniones) que debe realizar el Ministerio del Interior los Fondos a su cargo y aquellos en que la entidad haga parte	CO1.BDOS.788445	33.334.872.276	OPL-2019	2.019
MINISTERIO DE EDUCACION NACIONAL (MEN)	PRESTAR SERVICIOS DE OPERADOR LOGÍSTICO PARA LA PLANEACIÓN ORGANIZACIÓN PRODUCCIÓN Y EJECUCIÓN DE LOS EVENTOS Y ACTIVIDADES QUE SE REQUIERAN EN DESARROLLO DE LOS PLANES PROGRAMAS PROYECTOS Y METAS DEL MINISTERIO DE EDUCACIÓN NACIONAL.	CO1.BDOS.811530	17.443.306.357	Feeling Company SAS	2.019
INSTITUTO DISTRITAL DE RECREACIÓN Y DEPORTE	Contratar la prestación de los servicios de un operador para la realización de eventos de aglomeración de público programados por el IDRD con cargo a los proyectos de inversión clasificados como de alta media y baja complejidad.	CO1.BDOS.837726	3.732.959.204	CONSORCIO DUSSAN-911	2.019

MUNICIPIO DE SANTIAGO DE CALI - SECRETARIA DEL DEPORTE Y LA RECREACIÓN	PRESTACIÓN DE SERVICIOS DE LOGÍSTICA INTEGRAL PARA LA REALIZACIÓN DE LAS ACTIVIDADES Y EVENTOS QUE PERMITAN EL DESARROLLO DE LOS PROGRAMAS DE DEPORTE RECREACIÓN Y ACTIVIDAD FÍSICA PARA LOS NIÑOS NIÑAS DE PRIMERA INFANCIA E INFANCIA JÓVENES ADULTOS Y ADULTOS MAYORES DEL MUNICIPIO DE SANTIAGO DE CALI.	CO1.BDOS.781144	4.099.122.031	FUNDACIÓN EDIFICANDO EDICOL SAS	2.019
MUNICIPIO DE SANTIAGO DE CALI - SECRETARIA DEL DEPORTE Y LA RECREACIÓN	PRESTACIÓN DE SERVICIOS DE LOGÍSTICA INTEGRAL PARA LA REALIZACIÓN DE LAS ACTIVIDADES Y EVENTOS QUE PERMITAN EL DESARROLLO DE LOS PROGRAMAS DE DEPORTE RECREACIÓN Y ACTIVIDAD FÍSICA PARA LOS NIÑOS NIÑAS DE PRIMERA INFANCIA E INFANCIA JÓVENES ADULTOS Y ADULTOS MAYORES DEL MUNICIPIO DE SANTIAGO DE CALI.	CO1.BDOS.781144	3.537.079.233	CORPORACIÓN PARA LA RECREACIÓN POPULAR	2.019
MUNICIPIO DE SANTIAGO DE CALI - SECRETARIA DEL DEPORTE Y LA RECREACIÓN	PRESTACIÓN DE SERVICIOS DE LOGÍSTICA INTEGRAL PARA LA REALIZACIÓN DE LAS ACTIVIDADES Y EVENTOS QUE PERMITAN EL DESARROLLO DE LOS PROGRAMAS DE DEPORTE RECREACIÓN Y ACTIVIDAD FÍSICA PARA LOS NIÑOS NIÑAS DE PRIMERA INFANCIA E INFANCIA JÓVENES ADULTOS Y ADULTOS MAYORES DEL MUNICIPIO DE SANTIAGO DE CALI.	CO1.BDOS.781144	7.709.941.281	CORPORACIÓN PARA LA RECREACIÓN POPULAR	2.019
INSTITUTO DISTRITAL DE RECREACIÓN Y DEPORTE	Contratar la prestación de los servicios de un operador para la realización de eventos de aglomeración de público programados por el IDRD con cargo a los proyectos de inversión clasificados como de alta media y baja complejidad.	CO1.BDOS.837726	6.450.000.000	UT OPAUT-2019	2.019
SECRETARIA DE EDUCACION DEL DISTRITO	Contratar la prestación de servicios de un operador logístico para la planeación organización administración producción ejecución y demás acciones logísticas necesarias para la realización de los eventos programados por las dependencias de la Secretaría de Educación del Distrito.	CO1.BDOS.710327	12.493.987.168	PUBBLICA S.A.S.	2.019
INSTITUTO COLOMBIANO DE BIENESTAR FAMILIAR (SEDE NACIONAL)	Prestar el servicio de apoyo logístico necesario para la organización y realización de eventos institucionales de sensibilización divulgación e implementación de las diferentes estrategias del ICBF.	CO1.BDOS.832360	14.591.973.127	UT VISIÓN ICBF	2.019
SECRETARÍA GENERAL DE LA ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ	Prestar Servicios de Apoyo Logístico a la Secretaría General de la Alcaldía de Bogotá D.C. para la realización de eventos y actividades de carácter local nacional e internacional que se requieran en desarrollo de los planes programas proyectos y metas de la entidad.	CO1.BDOS.789209	16.588.476.979	DOUGLAS TRADE S.A.S	2.019
INSTITUTO DISTRITAL DE LAS ARTES	Prestar el servicio de vigilancia guarda custodia y seguridad de las sedes inmuebles en propiedad administrados en arrendamiento centros CREA y/o en eventos artísticos y culturales en que participe o promueva el Instituto Distrital de las Artes - Idartes en espacios convencionales y no convencionales de la ciudad de Bogotá D.C.	CO1.BDOS.781412	7.573.593.231	UNIÓN TEMPORAL SUPERIOR-ÁGUILA 2019	2.019
INSTITUTO DISTRITAL DE RECREACIÓN Y DEPORTE	Contratar la prestación de los servicios de un operador para la realización de eventos de aglomeración de público programados por el IDRD con cargo a los proyectos de inversión clasificados como de alta media y baja complejidad.	CO1.BDOS.837726	7.820.000.000	UT OPAUT-2019	2.019
UNIDAD PARA LA BUSQUEDA DE PERSONAS DADAS POR DESAPARECIDAS EN EL CONTEXTO Y EN RAZÓN DEL CONFLICTO ARMADO	Prestar el servicio de apoyo logístico necesario para la organización y realización de eventos institucionales de sensibilización divulgación e implementación de las diferentes estrategias de la Unidad de Búsqueda de Personas Dadas por Desaparecidas en el contexto y en razón del conflicto armado.	CO1.BDOS.820215	5.035.931.692	UNION TEMPORAL DT-FP 2019	2.019
MINISTERIO DEL INTERIOR	"Prestación de servicios de operador logístico que se encargue de suministrar al Ministerio la alimentación alojamiento desplazamientos aéreos terrestres y marítimos material de apoyo y todas aquellas acciones inherentes a la actividad a contratar para el cabal cumplimiento de las actividades (eventos y reuniones) que debe realizar el Ministerio del Interior y los Fondos a su cargo y aquellos en que la entidad haga parte."	CO1.BDOS.273930	29.139.111.834	SUBATOURS SAS	2.018
SECRETARIA DE EDUCACION DEL DISTRITO	CONTRATAR LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS DE UN OPERADOR LOGÍSTICO PARA LA PLANEACIÓN ORGANIZACIÓN ADMINISTRACIÓN PRODUCCIÓN EJECUCIÓN Y DEMÁS ACCIONES LOGÍSTICAS NECESARIAS PARA LA REALIZACIÓN DE LOS EVENTOS PROGRAMADOS POR LAS DEPENDENCIAS DE LA SECRETARÍA DE EDUCACIÓN DEL DISTRITO	CO1.BDOS.347426	11.292.906.406	UT SED 2018	2.018
INSTITUTO DISTRITAL DE RECREACIÓN Y DEPORTE	"CONTRATAR LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO LOGÍSTICO NECESARIO PARA LA ORGANIZACIÓN Y REALIZACIÓN DE LAS ACTIVIDADES RECREATIVAS Y DEPORTIVAS DE LOS EVENTOS QUE EJECUTE EL IDRD".	CO1.BDOS.416216	4.077.243.000	UNION TEMPORAL IDRD-2018	2.018
DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO PARA LA PROSPERIDAD SOCIAL	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 obligación	CO1.BDOS.392486	5.449.846.944	SONIA JAIMES COBOS	2.018
AGENCIA PRESIDENCIAL DE COOPERACION INTERNACIONAL DE COLOMBIA	"Prestación de Servicios de Apoyo Logístico en la realización de eventos a nivel nacional e internacional para la Agencia Presidencial de Cooperación Internacional de Colombia APC-Colombia".	CO1.BDOS.306322	3.612.729.732	SONIA JAIMES COBOS	2.018
SECRETARÍA GENERAL DE LA ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ	PRESTAR SERVICIOS DE APOYO LOGÍSTICO A LA SECRETARÍA GENERAL DE LA ALCALDÍA DE BOGOTÁ D.C. PARA LA REALIZACIÓN DE EVENTOS Y ACTIVIDADES DE CARÁCTER LOCAL NACIONAL E INTERNACIONAL QUE SE REQUIERAN EN DESARROLLO DE LOS PLANES PROGRAMAS PROYECTOS Y METAS DE LA ENTIDAD.	CO1.BDOS.402316	13.733.092.787	UNIÓN TEMPORAL DT-BANCA	2.018

Fuente: Secop I

Proveedores contratistas Contratación directa - Años 2018-2020

* Valor de Contrato superior a $3.000.000.000

Nombre de la Entidad	Objeto a Contratar	Numero de Proceso	Valor Contrato	Nom Raz Social Contratista	Año
DEPARTAMENTO DE ANTIOQUIA	Contrato interadministrativo de prestación de servicios de un operador logístico para la conceptualización producción operación y coordinación de campañas estrategias de relaciones públicas activaciones de publicidad y marca eventos protocolarios e institucionales que involucran directamente a la comunidad o requieran la presencia institucional de la Gobernación de Antioquia.	CO1.BDOS.1048279	4.306.613.253	PLAZA MAYOR MEDELLÍN CONVENCIONES Y EXPOSICIONES S.A.	2020
MINISTERIO DE EDUCACION NACIONAL (MEN)	BRINDAR EL APOYO LOGÍSTICO PARA LLEVAR A CABO LOS EVENTOS QUE SE REQUIERAN EN DESARROLLO DE LOS PLANES PROGRAMAS PROYECTOS Y METAS DEL MINISTERIO DE EDUCACIÓN NACIONAL	CO1.BDOS.1046810	5.167.286.202	SOCIEDAD HOTELERA TEQUENDAMA S.A.	2020
DEPARTAMENTO NACIONAL DE PLANEACION	Prestar servicios logísticos para la planificación organización operación producción y coordinación de eventos ferias y/o actividades relacionadas así como el diseño producción desarrollo y difusión de estrategias de comunicación internas y externas en el marco de competencias del Departamento Nacional de Planeación y el Sistema General de Regalías	CO1.BDOS.1292441	4.843.314.064	SOCIEDAD DE TELEVISIÓN DE CALDAS QUINDÍO Y RISARALDA LTDA	2020
MUNICIPIO DE MEDELLIN	Contrato interadministrativo de mandato sin representación para la operación logística de eventos y campañas de comunicación de la Secretaria de Seguridad y Convivencia	CO1.BDOS.1251815	3.854.747.000	PLAZA MAYOR MEDELLÍN CONVENCIONES Y EXPOSICIONES S.A.	2020
FONDO ROTATORIO DEL MINISTERIO DE RELACIONES EXTERIORES	Prestación de servicios de operador logístico para la realización de eventos protocolarios nacionales e internacionales necesarios para satisfacer actividades de la entidad en cumplimiento de sus fines constitucionales y legales.	CO1.BDOS.1122669	4.950.000.000	SOCIEDAD DE TELEVISIÓN DE CALDAS QUINDÍO Y RISARALDA LTDA	2020
MUNICIPIO DE MEDELLIN	Contrato Interadministrativo de mandato sin representación para el desarrollo de los grandes eventos culturales de Ciudad	CO1.BDOS.1075975	10.918.092.851	METROPARQUES	2020
MUNICIPIO DE MEDELLIN	Contrato Interadministrativo de mandato sin representación para la Operación logística de eventos en desarrollo del objeto misional de la Secretaría de Participación Ciudadana	CO1.BDOS.693603	5.005.316.827	METROPARQUES	2019
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO (SIC)	Prestación de servicios de apoyo logístico para realizar eventos académicos y de divulgación en los temas misionales así como actividades de bienestar estímulos y rutas de creación de valor de la Superintendencia de Industria y Comercio.	CO1.BDOS.725335	4.566.950.639	CAJA DE COMPENSACION FAMILIAR COMPENSAR	2019
MUNICIPIO DE MEDELLIN	Contrato interadministrativo de mandato sin representación para la operación logística de eventos y campañas de comunicación de la Secretaría de Seguridad y Convivencia	CO1.BDOS.670147	23.713.016.194	METROPARQUES	2019
DEPARTAMENTO NACIONAL DE PLANEACION	Prestar apoyo logístico para la coordinación organización y realización de eventos ferias y/o actividades relacionadas dentro del marco de competencias del Departamento Nacional de Planeación	CO1.BDOS.676932	3.805.021.470	SOCIEDAD HOTELERA TEQUENDAMA S.A.	2019
ESAP SEDE CENTRAL (Cuenta Oficial)	Contratar la prestación de servicios para la organización y ejecución operativa y logística de los diferentes eventos y actividades institucionales que requiera la Escuela Superior de Administración Pública - ESAP a nivel nacional.	CO1.BDOS.705163	15.344.214.106	RED COLOMBIANA DE INSTITUCIONES DE EDUCACIÓN SUPERIOR - EDURED	2019
DEPARTAMENTO DE ANTIOQUIA	Contrato interadministrativo de prestación de servicios de un operador logístico para la conceptualización producción operación y coordinación de campañas estrategias de relaciones públicas activaciones de publicidad y marca eventos protocolarios e institucionales que involucran directamente a la comunidad o requieran la presencia institucional de la Gobernación de Antioquia.	CO1.BDOS.673446	7.250.331.145	PLAZA MAYOR MEDELLÍN CONVENCIONES Y EXPOSICIONES S.A.	2019
MUNICIPIO DE MEDELLIN	Contrato Interadministrativo de mandato sin representación para el desarrollo de los grandes eventos culturales de Ciudad	CO1.BDOS.673923	17.582.633.923	METROPARQUES	2019
MUNICIPIO DE MEDELLIN	Contrato interadministrativo para la Promoción de eventos convenciones y ferias de ciudad	CO1.BDOS.467139	4.231.857.371	PLAZA MAYOR MEDELLÍN CONVENCIONES Y EXPOSICIONES S.A.	2018
DEPARTAMENTO DE ANTIOQUIA	ASESORAR DISEÑAR PRODUCIR ORGANIZAR Y OPERAR LOGÍSTICA E INTEGRALMENTE LOS EVENTOS INSTITUCIONALES DEL DEPARTAMENTO DE ANTIOQUIA".	CO1.BDOS.503049	3.837.457.444	PLAZA MAYOR MEDELLÍN CONVENCIONES Y EXPOSICIONES S.A.	2018
MINISTERIO DEL INTERIOR	Mandato sin representación para la operación logística de los servicios de alimentación alojamiento desplazamientos aéreos terrestres marítimos y multimodales material de apoyo y todas aquellas acciones inherentes a la actividad a contratar para la realización del Proceso de Consulta Previa del Plan Nacional de Desarrollo 2016-2022 Construyendo País (eventos y reuniones) que debe realizar el Ministerio del Interior	CO1.BDOS.600662	16.524.083.760	PLAZA MAYOR MEDELLÍN CONVENCIONES Y EXPOSICIONES S.A.	2018
MUNICIPIO DE MEDELLIN	Contrato interadministrativo de mandato sin representación para la operación logística de eventos institucionales disposición de espacios y desarrollo estrategias de comunicación	CO1.BDOS.456501	4.000.000.000	METROPARQUES	2018
MUNICIPIO DE MEDELLIN	Contrato Interadministrativo de mandato sin representación para el desarrollo e Implemetacion de campañas y grandes eventos culturales de Ciudad incluido navidad	CO1.BDOS.462193	13.000.000.000	METROPARQUES	2018
MUNICIPIO DE MEDELLIN	Contrato interadministrativo de Mandato sin Representación para la operación logística de eventos de la Secretaria de Educación	CO1.BDOS.468074	3.493.887.079	METROPARQUES	2018
DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO DE LA PRESIDENCIA DE LA REPUBLICA	Contratar la prestación de los servicios de planificación organización operación y producción de todas las acciones logísticas necesarias para la atención de las actividades requeridas para la Transmisión de Mando Presidencial y demás eventos del Presidente de la República y Vicepresidente de la República	CO1.BDOS.474536	3.288.978.921	PLAZA MAYOR MEDELLÍN CONVENCIONES Y EXPOSICIONES S.A.	2018
MUNICIPIO DE MEDELLIN	Contrato Interadministrativo de mandato sin representación para la operación logística de eventos y campañas de comunicación de la Secretaria de Seguridad y Convivencia	CO1.BDOS.460074	12.208.831.491	METROPARQUES	2018

Teniendo en cuenta el valor del presupuesto estimado en esta contratación y las condiciones técnicas requeridas, es necesario que los potenciales oferentes cuenten con la suficiente experiencia y capacidad para ejecutar eventos de mediana y alta complejidad. Por lo anterior se considera importante que los proponentes que hayan celebrado contratos con entidades públicas o privadas acrediten el 100% del valor del presupuesto en un máximo de 5 contratos, de tal manera que cuente con la idoneidad y el conocimiento de las actividades, dificultades y retos que enfrenta ante contratos de esta magnitud.

D. CAPACIDAD FINANCIERA Y ORGANIZACIONAL

EP-2021-0266
Objeto: PRESTAR LOS SERVICIOS DE OPERADOR LOGÍSTICO PARA LA PLANEACIÓN, ORGANIZACIÓN, PRODUCCIÓN Y EJECUCIÓN DE LOS EVENTOS Y ACTIVIDADES DE CARÁCTER LOCAL, NACIONAL E INTERNACIONAL QUE SE REQUIERAN EN DESARROLLO DE LOS PLANES, PROGRAMAS, PROYECTOS Y METAS DEL MINISTERIO DE EDUCACIÓN NACIONAL.

La Agencia Nacional de Contratación Pública – Colombia Compra Eficiente, tiene dentro de sus funciones elaborar y difundir instrumentos y herramientas que faciliten las compras y la contratación pública y promover las mejores prácticas, la eficiencia, transparencia y competitividad para lo cual ha emitido el "*Manual para determinar y verificar los requisitos habilitantes en los procesos de contratación*" desde el cual, el Ministerio de Educación Nacional ha orientado la metodología para, en este caso, establecer los indicadores financieros y organizacionales que permitirán verificar las condiciones mínimas financieras de los participantes en el proceso de contratación.
El citado manual indica: "*Si el Proceso de Contratación requiere que los oferentes cuenten con RUP, la Entidad Estatal debe exigir en los Documentos del Proceso como mínimo los indicadores establecidos en este registro. Sin embargo, puede pedir indicadores adicionales, caso en el cual debe verificarlos directamente mediante documentos adicionales*" (Subrayado nuestro)
Dado que para el presente proceso es necesario que los oferentes se encuentren inscritos en el RUP, se determinarán para el sector al cual pertenece el objeto del proceso los siguientes indicadores de capacidad financiera y organizacional: i) Liquidez, ii) Nivel de endeudamiento, iii) Razón de cobertura de intereses, iv) Rentabilidad del Patrimonio y v) Rentabilidad del activo.
Basados en lo anterior, el Ministerio de Educación Nacional en cumplimiento de su obligación de conocer el sector económico al cual pertenece el objeto del proceso (Decreto 1082 de 2015, Art. 2.2.1.1.1.6.1), ha tomado información de diferentes fuentes como Colombia Compra Eficiente, SECOP y los Portales de Información Empresarial de la Superintendencia de Sociedades, con el fin de establecer un panorama sobre la capacidad financiera y organizacional del sector en los últimos años.

CAPACIDAD FINANCIERA Y ORGANIZACIONAL DEL SECTOR

La capacidad financiera y organizacional del sector debe analizarse teniendo en cuenta su comportamiento en las últimas vigencias, por lo que a continuación se evidencian, por lo menos, los indicadores citados en el decreto 1082 de 2015 y que son reportados en el Registro Único de Proponentes.

De acuerdo con la información publicada en las bases de datos de la Superintendencia de Sociedades en cuanto a Estados Financieros por Sector, se realiza el análisis de la última vigencia disponible para consulta, de las empresas clasificadas en los sectores de *Organización de convenciones y eventos comerciales* y *Otras actividades recreativas y de esparcimiento n.c.p.*, filtradas de acuerdo con su objeto social relacionado con el objeto del proceso, se establece así el siguiente comportamiento.

Subsector	Liquidez	Endeudamiento	Cobertura de intereses	ROE	ROA
N8230 - Organización de convenciones y eventos comerciales	1,45	0,23	1,00	-0,02	-0,01
R9329 - Otras actividades recreativas y de esparcimiento n.c.p.	3,41	0,26	1,07	0,10	0,07
Total general	**2,43**	**0,24**	**1,04**	**0,04**	**0,03**

Adicionalmente, se realiza un análisis de la información reportada en SECOP tomando una muestra de 10 procesos con características similares al presente, adelantados durante las últimas vigencias por algunas entidades, con el fin de determinar a través de intervalos de confianza los rangos para establecer cada indicador.

N	Entidad	N° Proceso	Modalidad	Indicadores Financieros			Indicadores Organizacionales	
				Liquidez	Nivel de endeudamiento	Cobertura de intereses	ROE - Rentabilidad del Patrimonio	ROA - Rentabilidad de activos
1	JURISDICCION ESPECIAL DE PAZ	JEP-LP-001-2019	Licitación pública	1,50	70%	1,50	1,0%	1,0%
2	TRANSMILENIO S.A.	TMSA-LP-09-2019	Licitación pública	1,60	60%	3,00	8,0%	4,0%
3	INSTITUTO DISTRITAL DE TURISMO	IDT-LP-002-2019	Licitación pública	1,60	60%	3,00	8,0%	6,0%
4	TRANSMILENIO S.A.	TMSA-LP-03-2019	Licitación pública	1,30	70%	2,00	5,0%	3,0%
5	TRANSMILENIO S.A.	TMSA-LP-10-2020	Licitación pública	1,60	60%	3,00	8,0%	4,0%
6	IDRD - ENTIDAD OFICIAL	IDRD-STRD-LP-001-2019	Licitación pública	1,00	70%	0,00	10,0%	4,0%
7	IDRD - ENTIDAD OFICIAL	IDRD-STRD-LP-008-2018	Licitación pública	1,00	61%	0,00	3,0%	2,0%
8	ARN	LP-ARN-470-2019	Licitación pública	1,50	55%	1,00	4,0%	1,5%
9	FISCALÍA GENERAL DE LA NACIÓN NIVEL CENTRAL	FGN-NC-LP-0001-2020	Licitación pública	1,50	70%	2,00	10,0%	5,0%
10	ICBF SEDE NACIONAL	ICBF-LP-002-2019-SEN	Licitación pública	1,20	63%	2,00	6,0%	3,0%
Medidas de tendencia central				1,38	64%	1,75	6%	3%
				1,50	62%	2,00	7%	4%
Limites				1,60	70%	3,00	10%	6%
				1,00	55%	0,00	1%	1%
Muestra				10	10	10	10	10
Desviación estándar				0,24	0,06	1,14	0,03	0,02
Coeficiente de variación %				17,35	8,77	64,94	47,94	46,70

En el Indicador de liquidez, la muestra refleja una dispersión de datos con una volatilidad o desviación del 0,24 y un coeficiente de variación de 17,35%, que se toma como heterogénea, por lo que se aplica el valor de la mediana para estimar el intervalo de confianza con un 95%; con base a lo cual se determina que en el presente proceso el indicador de liquidez debe estar entre 1,3 y 1,7.

La muestra para el nivel de endeudamiento refleja una dispersión de datos con una volatilidad o desviación de 0,06, un coeficiente de variación del 8,77%, que se toma como homogénea, por lo cual se aplica el valor de la media para estimar el intervalo de confianza con un 95%, el indicador de nivel de endeudamiento debe estar entre 60% y 68%.

En el Indicador de cobertura de intereses la muestra refleja una dispersión de datos con una volatilidad o desviación de 1,14 y un coeficiente de variación del 64,94%, que se toma como heterogénea, por lo que se aplica el valor de la mediana para estimar el intervalo de confianza con un 95%, el indicador de Cobertura de Interés debe estar entre 1 y 2,8.

La muestra del indicador de rentabilidad del patrimonio refleja una dispersión de datos con una volatilidad o desviación de 0,03, un coeficiente de variación del 47,94%, que se toma como heterogénea, por lo que se aplica el valor de la mediana para estimar el intervalo de confianza con un 95%, el indicador debe estar entre 5% y 9%.

En el Indicador de Rentabilidad sobre activos la muestra refleja una dispersión de datos con una volatilidad o desviación de 0,02 y un coeficiente de variación de 46,70%, que se toma como heterogénea, por lo que se aplica el valor de la mediana para estimar el intervalo de confianza con un 95%, el indicador de ROA debe estar entre 5% y 2%.

Adicionalmente a los indicadores financieros citados, el Ministerio, de acuerdo con las características del proceso contractual que se adelanta, requiere verificar la liquidez operacional y recursos propios en términos absolutos de los oferentes, por lo que se incluye el capital de trabajo y patrimonio dentro de la verificación de requisitos habilitantes financieros.

CAPACIDAD FINANCIERA Y ORGANIZACIONAL EN EL PROCESO

Con base en el decreto 1082 de 2015, las recomendaciones de la Agencia Colombia Compra Eficiente y los riesgos asociados al objeto, los indicadores de capacidad financiera y organizacional, así como su relación frente a los riesgos del proceso, serán los que se definen a continuación:

Indicadores de capacidad financiera
De acuerdo con Colombia compra eficiente, "*Los indicadores de capacidad financiera buscan establecer unas condiciones mínimas que reflejan la salud financiera de los proponentes a través de su liquidez y endeudamiento. Estas condiciones muestran la aptitud del proponente para cumplir oportuna y cabalmente el objeto del contrato.*", los indicadores de capacidad financiera que serán exigidos en el proceso son los siguientes:
• Índice de Liquidez: *"el cual determina la capacidad que tiene un proponente para cumplir con sus obligaciones de corto plazo. A mayor índice de liquidez, menor es la probabilidad de que el proponente incumpla sus obligaciones de corto plazo."*
• Nivel de endeudamiento: *"el cual determina el grado de endeudamiento en la estructura de financiación (pasivos y patrimonio) del proponente. A mayor índice de endeudamiento, mayor es la probabilidad del proponente de no poder cumplir con sus pasivos."*
• Razón de cobertura de intereses: *"el cual refleja la capacidad del proponente de cumplir con sus obligaciones financieras. A mayor cobertura de intereses, menor es la probabilidad de que el proponente incumpla sus obligaciones financieras."*
• Capital de trabajo: *"representa la liquidez operativa del proponente, es decir el remanente del proponente luego de liquidar sus activos corrientes (convertirlos en efectivo) y pagar el pasivo de corto plazo."*
• Patrimonio*: "Mide la cantidad de recursos propios del proponente."*

Indicadores de capacidad organizacional
Teniendo en cuenta la definición establecida por Colombia compra eficiente en su manual para establecer y verificar requisitos habilitantes en procesos de contratación, *"La capacidad organizacional es la aptitud de un proponente para cumplir oportuna y cabalmente el objeto del contrato en función de su organización interna. El Decreto 1082 de 2015 definió los indicadores de rentabilidad para medir la capacidad organizacional de un proponente teniendo en cuenta que está bien organizado cuando es rentable."*, los indicadores de capacidad organizacional que serán exigidos en el proceso son los siguientes:
• Rentabilidad del patrimonio: "*el cual determina la rentabilidad del patrimonio del proponente, es decir, 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 del proponente."*
• Rentabilidad del activo: *"el cual 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."*

Análisis de los valores máximos y mínimos de los indicadores definidos
Criterios para la fijación de los límites de los indicadores
El Ministerio de Educación Nacional, para la fijación de los límites de los indicadores de capacidad financiera y operacional, ha tomado en cuenta diferentes criterios, con el fin de no limitarse a la aplicación mecánica de fórmulas matemáticas (Decreto 1082 de 2015, Art. 2.2.1.1.1.6.2), estos son:
• La proporcionalidad con el objeto del contrato, su valor, complejidad, plazo y forma de pago, así como las condiciones generales que definen el comportamiento del sector.

• La proporcionalidad con el riesgo asociado al proceso de contratación. El cumplimiento de los indicadores financieros y de capacidad organizacional por parte de los proponentes, tienen incidencia directa en la mitigación de los riesgos proceso.
• El establecimiento de dichos indicadores debe conservar el cumplimiento del principio de la selección objetiva mediante la promoción de la libre concurrencia y la pluralidad de ofertas dentro del proceso.
• Los indicadores de capacidad financiera y organizacional deben motivar la competencia en el mercado.
• La proporcionalidad con la capacidad financiera y organizacional del sector económico al cual pertenece el objeto del proceso.

Análisis de los indicadores de capacidad financiera y organizacional exigidos

Con base en análisis del sector realizado es posible concluir que existe pluralidad de oferentes frente al cumplimiento de los indicadores entorno al valor promedio de ellos. No obstante, teniendo en cuenta los criterios para la fijación de los límites de los indicadores el Ministerio establece los siguientes para el presente proceso.

INDICADOR	LIMITE ESTABLECIDO
Liquidez	MAYOR O IGUAL A 1,5 VECES
Endeudamiento	MENOR O IGUAL AL 65%
Cobertura de intereses	MAYOR O IGUAL A 1 VECES
Rentabilidad del Patrimonio	MAYOR O IGUAL A 5%
Rentabilidad del Activo	MAYOR O IGUAL A 2%
Capital de trabajo	MAYOR O IGUAL AL 10% del Presupuesto oficial estimado
Patrimonio	MAYOR O IGUAL AL 20% del Presupuesto oficial estimado

IV. Fuentes de Información

Contexto económico
- DANE: **www.dane.gov.co**
- ANIF: **www.anif.gov.co**
- ANDI (Encuesta de opinión industrial): **www.andi.gov.co**
- Banco de La República: **www.banrep.gov.co**
- Cámaras de Comercio
- Superintendencia de Industria y Comercio: **www.sic.gov.co**
- Fedesarrollo: **www.fedesarrollo.org.co**
- Confecámaras: **www.confecamaras.org.co**
- Departamento Nacional de Planeación –DNP–: **www.dnp.gov.co**
- Asobancaria (economía y finanzas): **www.asobancaria.com**

Contexto técnico
- Ministerio de las Tecnologías de Información y las Comunicaciones: **www.mintic.gov.co**
- Información general: **www.losavancestecnologicos.com**
- Revista ComputerWorld (tecnología): **www.computerworld.com**

Contexto regulatorio
- Presidencia de la República: **www.presidencia.gov.co**
- Superintendencias
- Ministerios
- Archivo General de la Nación: **www.archivogeneral.gov.co**
- Síntesis: **www.colombiacompra.gov.co**

Contexto ambiental
- Ministerio del Medio Ambiente: **www.minambiente.gov.co**
- Ministerio de Minas y Energía: **www.minminas.gov.co**
- Instituto Colombiano Agropecuario –ICA–: **www.ica.gov.co**

Estudio de la oferta
- SECOP: **www.colombiacompra.gov.co**

- SIREM (información financiera; para el uso de esta herramienta revise el manual del usuario): **www.supersociedades.gov.co**
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (Directorio de asociaciones y agremiaciones): **www.mincit.gov.co**
- Superintendencias
- Sectoriales

Estudio de la demanda

- SECOP: **www.colombiacompra.gov.co**
- Páginas web de las Entidades Estatales
- Encargados de compras de otras Entidades Estatales
- Guía para la codificación de bienes y servicios de acuerdo con el código estándar de productos y servicios de Naciones Unidas (UNSPSC) – Colombia Compra Eficiente: **www.colombiacompra.gov.co/manuales**

Referencias

Superintendencia de Sociedades. (15 de 05 de 2018). Obtenido de https://www.supersociedades.gov.co/Noticias/Paginas/2018/Ingresos-de-las-1-000-empresas-mas-grandes-del-sector-real-crecieron-en-el-2017.aspx

Panosso, A., Lohman, G. (2012). Estacionalidad. Teoría del Turismo: Conceptos, modelos y sistemas (pp. 268-270) . México: Trillas.
Godinez, R., Calderón, A. (2009). Breve Diccionario de Turismo. Editorial Umbral. Zapopan, México.