

Departamento del Valle del Cauca  Gobernación NIT. 890399029-5	SECRETARÍA DE CULTURA ANÁLISIS DEL SECTOR ECONÓMICO	2.2.1.1.1.6.1 del Decreto 1082 de 2015 Página 1 de 29
---	---	---

ANÁLISIS DEL SECTOR ECONÓMICO

SELECCIÓN ABREVIADA DE MÍNIMA CUANTÍA

LEGAL El presente estudio y posterior realización del proceso contractual tiene la siguiente fundamentación legal:

NORMA

Ley 80 de 1993

Ley 1150 de 2007

Decreto 1082 de 2015

CONPES 3714 de 2011

Ley 1480 de 2011

EPÍGRAFE

Se expide el Estatuto General de Contratación de la Administración Pública.

Se introducen medidas para la eficiencia y la transparencia en la ley 80 de 1993 y se dictan otras disposiciones generales sobre la contratación con recursos públicos.

Por medio del cual se expide el decreto único reglamentario del sector administrativo de planeación nacional.

Del riesgo previsible en el marco de la política de contratación pública.

Se expide el estatuto del consumidor y se dictan otras disposiciones.

La Secretaría de Cultura del Departamento del Valle del Cauca de acuerdo al Artículo 2.2.1.1.1.6.1. Del Decreto 1082 de 2015, realiza el análisis del sector, del siguiente objeto contractual:

OBJETO: Suministrar elementos de oficina, aseo y papelería a la Secretaría de Cultura Departamental.

CLASIFICACIÓN DE BIENES Y SERVICIOS

14101500- 14111507 – 44122003 – 14111530 – 44111502 - 44111510

ASPECTOS GENERALES

La Secretaría de Cultura del Departamento del Valle del Cauca en cumplimiento de los procesos orientados a su misión y el fortalecimiento de la labor institucional, donde es deber de la entidad proveer el Suministrar elementos de oficina y papelería a los funcionarios y contratistas para su correcto funcionamiento de la secretaría debe suscribir un contrato de suministrar elementos de oficina y papelería que permita prestar el servicio de manera ininterrumpida y oportuna.

Departamento del Valle del Cauca  Gobernación NIT. 890399029-5	SECRETARÍA DE CULTURA ANÁLISIS DEL SECTOR ECONÓMICO	2.2.1.1.6.1 del Decreto 1082 de 2015
		Página 2 de 29

Tabla de contenido

1. OBJETIVO DEL ANÁLISIS
 2. OBJETO DE ANÁLISIS
 3. NECESIDAD DEL OBJETO A CONTRATAR
 4. ANÁLISIS DEL MERCADO
 - 4.1. Datos históricos de desempeño del sector
 - 4.2. Importancia del sector
 - 4.3. Aspectos generales del mercado
 - 4.4. Aspectos económicos
 - 4.5. Comportamiento del mercado
 - 4.6. Análisis Internacional del mercado.
 - 4.7. Análisis técnico del mercado.
 - 4.8. Aspecto Legal
 - 4.9. Impacto ambiental
 5. ANÁLISIS DE LA DEMANDA
 - 5.1. Análisis histórico de adquisiciones previas de la Secretaría de Cultura del Departamento del Valle del Cauca en los años anteriores
 - 5.2. Análisis Histórico de adquisiciones previas de otras entidades
 6. ANÁLISIS DE LA OFERTA
 - 6.1. Empresarios que intervienen en el mercado como vendedores posibles interesados en el proceso (quienes venden)
 - 6.2. Dinámica del proceso de producción, distribución y entrega.
 7. ANÁLISIS DE RIESGO
 - a. Tipos de riesgo
 8. CONCLUSION DEL ESTUDIO
-

Departamento del Valle del Cauca  Gobernación NIT. 890399029-5	SECRETARÍA DE CULTURA ANÁLISIS DEL SECTOR ECONÓMICO	2.2.1.1.1.6.1 del Decreto 1082 de 2015 Página 3 de 29
---	---	---

En cumplimiento del Decreto 1082 de 2015, se efectúa el Análisis del sector económico y de los oferentes por parte de la Secretaría de Cultura de la Departamento del Valle del Cauca.

1. OBJETIVO DEL ANÁLISIS

El objetivo del presente análisis es conocer el mercado que Suministrar elementos de oficina, aseo y papelería a nivel Departamental y Municipal, de acuerdo a los requerimientos de la Secretaría de Cultura del Departamento del Valle del Cauca.

2. OBJETO DE ANÁLISIS

Suministrar elementos de oficina, aseo y papelería a la Secretaría de Cultura Departamental.

3. NECESIDAD DEL OBJETO A CONTRATAR

La administración Departamental del Valle del Cauca está al servicio de los intereses generales de los habitantes del departamento y se desarrolla con fundamentos en los principios de igualdad, imparcialidad, buena fe, eficacia, eficiencia, económica, celeridad, responsabilidad, transparencia, publicidad, contradicción, polivalencia e interdisciplinariedad; y lo anterior, sin perjuicio de la aplicación de los demás principios generales y especiales que rigen la actividad de la Administración Pública y de los servidores públicos.

Dando cumplimiento a lo determinado en el Decreto 1082 de 2015, se procede a realizar el estudio previo.

Que la Secretaria de Cultura Departamental requiere desarrollar el presente proceso de contratación, para que la Administración Departamental pueda contar con apoyo logístico, insumos de papelería, elementos de oficina y aseo que posibiliten el trabajo administrativo propio de las funciones de la Secretaría con las demás secretarías y el Despacho de la Gobernadora, así como con la comunidad haciendo más eficaz la labor de la entidad y sus funcionarios.

La presente contratación se llevará a cabo con los principios de transparencia, economía y responsabilidad consagrados en la ley.

Que la presente contratación por tratarse de Recursos Propios en su fuente de financiación no implica discriminación del Plan de Desarrollo ni apunta a meta alguna de resultado.

El proceso de contratación se encuentra previsto en el Plan Anual de Adquisiciones así: 14101500-14111507 – 44122003 – 14111530 – 44111502 - 44111510

Departamento del Valle del Cauca  Gobernación NIT. 890399029-5	SECRETARÍA DE CULTURA ANÁLISIS DEL SECTOR ECONÓMICO	2.2.1.1.1.6.1 del Decreto 1082 de 2015
		Página 4 de 29

4. ANÁLISIS DEL MERCADO

La globalización de la economía mundial, el enfoque sostenido del gobierno nacional en abrir las fronteras del país a los mercados internacionales, las crisis económicas de mercados desarrollados y la recuperación de economías en países emergentes, han colocado a Colombia en un punto de convergencia para la realización de múltiples tratados de comercio. Esta dinámica ha traído ofertas atractivas de todo tipo de bienes y servicios al país, lo que ha erosionado la participación de los productores nacionales. La industria de papel no ha sido la excepción a esta situación.

En particular, la situación de papeles *comodities* en el país se ha visto afectada a tal punto que las líneas estratégicas de producción de las empresas nacionales han comenzado a perder participación en el mercado, lo que ha llevado a menores ventas y a una disminución en su rentabilidad.

Si los productores nacionales de esta y otras industrias quieren continuar siendo protagonistas, es necesario que realicen un análisis sosegado y detallado del futuro de su macro y micro entorno, con el objetivo de establecer posibles escenarios futuros y así identificar oportunidades y amenazas dentro de estos. Esto les serviría como insumo para diseñar estrategias que se anticipen a dichos posibles cambios del entorno y no simplemente esperar que los cambios ocurran y reaccionar tardíamente a los mismos.

La Secretaría de Cultura del Departamento del Valle del Cauca, para la presente contratación considera que el proponente debe contar con una infraestructura, capacidad y cercanía geográfica para que entregue el bien que se pretende adquirir el cual debe cumplir con todas las especificaciones técnicas exigidas y por las normas existentes, cumpliendo con las medidas de seguridad necesarias minimizando los riesgos que se puedan presentar durante la ejecución del contrato. Las especificaciones técnicas están claras y determinadas en los estudios previos y en los pliegos.

4.1. DATOS HISTÓRICOS DE DESEMPEÑO DEL SECTOR

La principal materia prima en la fabricación de artículos de papelería es la celulosa proveniente de papel reciclado o de pulpa de fibras vegetales extraídas por ejemplo de la madera o del bagazo de caña de azúcar. El origen de las fibras utilizadas en la industria colombiana es papel reciclado nacional en 43%; pulpa de madera nacional en 21%; pulpa de bagazo nacional en 16%; pulpa de madera importada en 12%; y papel reciclado importado, pulpa de otras fibras importadas y pulpa de otras fibras nacionales 9%. Del papel reciclado nacional, 60% es generado por el comercio, 25% por la industria

Departamento del Valle del Cauca  Gobernación NIT. 890399029-5	SECRETARÍA DE CULTURA ANÁLISIS DEL SECTOR ECONÓMICO	2.2.1.1.1.6.1 del Decreto 1082 de 2015 Página 5 de 29
---	---	---

y 15% por los hogares. Respecto el esquema de recolección del papel reciclado nacional, existen canales formales e informales de reciclaje. El canal formal recoge directamente en las instituciones los derechos y los venden a intermediarios que acondicionan y comercializan la fibra.

Gran parte de los útiles de oficina comercializados en el mercado nacional son importados de fabricantes internacionales. Los útiles de oficina influyen una amplia variedad de productos como bolígrafos, grapadoras, marcadores, almohadillas, bisturís, entre otros. Las materias primas más comunes en la fabricación de útiles de oficina incluyen variedad de plásticos y metal. Las variedades de plástico más utilizadas son poliestireno y ABS, las de metal, acero y cobre.

Los fabricantes son aquellos que transforman las materias primas en productos y/o insumos terminados de papelería y útiles de oficina.

En el país, la producción de papel está concentrada en pocas empresas intensivas en capital, las principales son Carvajal Pulpa y Papel, Smurfit Kappa Cartón de Colombia. El portafolio de estas empresas consta de productos de uso final e insumos y materias primas para otras empresas. Proveen, por ejemplo, cartón corrugado a empresas productoras de elementos de archivo; papel de impresión a empresas comercializadoras; o bobinas de papel a empresas que convierten y distribuyen formas de negocio, sobres y rótulos.

Para mayor ilustración de la información respecto de los agentes participantes en el mercado, a continuación se hace un esbozo de aquellas empresas más destacadas en el mercado:

- **CARVAJAL PULPA Y PAPEL:** La Organización Carvajal nació en 1.904 en la ciudad de Cali, Colombia. Un sueño de la Familia Carvajal que ha evolucionado generación tras generación, transformando la organización en lo que es hoy: Una multilatinamericana comprometida con los resultados y con la calidad de sus diferentes productos, servicios y soluciones con aproximadamente 19.000 colaboradores en 14 países en América.

A través de los diferentes sectores empresariales: Empaques, Propal, Educación, Tecnología y Servicios, Mepal, Medios B2B y Soluciones de Comunicación.

Algunas de sus marcas más reconocidas son: Norma, Jean Book, Reprograf, Propal, Earth Pact, Mepal, Wau, Carpak y CEN.

Departamento del Valle del Cauca  Gobernación NIT. 890399029-5	SECRETARÍA DE CULTURA ANÁLISIS DEL SECTOR ECONÓMICO	2.2.1.1.1.6.1 del Decreto 1082 de 2015
		Página 6 de 29

- **SMURFIT KAPPA CARTÓN DE COLOMBIA:** En Colombia son líderes en la producción de empaques de cartón corrugado, papel, pulpa y cartulinas. Son también el mayor reforestador y reciclador en el país.

Smurfit Kappa es una de las empresas líderes a nivel mundial en la fabricación de empaques a base de papel, con alrededor de 45.000 empleados en 370 centros de operación ubicados en 34 países y con una facturación de 8.2 billones de euros en 2016.

Están ubicados en 21 países europeos y en 13 países en Norte, Centro y Sur América, donde somos el único jugador pan-regional a gran escala.

Trabajan con clientes que tienen visión de futuro, compartiendo información avanzada sobre productos, entendimiento de los mercados y un conocimiento profundo sobre tendencias en empaques, todo esto para garantizar el éxito comercial en sus mercados.

Ofrecen un amplio portafolio de soluciones de empaque a base de papel que se actualiza constantemente con nuestras innovaciones líderes en el sector. Estas ventajas se refuerzan por el hecho de ser un fabricante integrado con un óptimo diseño de papeles, gestión logística, puntualidad en el servicio y plantas de empaques que se abastecen de la mayor parte de sus materias primas desde nuestros propios molinos papeleros.

Sus productos, que son 100 % reciclables y fabricados de manera sostenible, mejoran el impacto medioambiental de sus clientes.

Smurfit Kappa en Colombia: En Colombia tienen un manejo integral de nuestro sistema productivo. Este parte de la operación forestal en zonas rurales, la recolección de material reciclable y la fabricación de productos, con los cuales garantizamos a los clientes soluciones de empaque a su medida, que cumplen con sus expectativas en términos de calidad, servicio y sostenibilidad.

En Colombia son:

- Líderes en la producción de empaques y pulpa de fibra virgen
- El mayor productor de cajas de cartón corrugado y sacos de papel
- El único productor de papeles para impresión y escritura totalmente libres de cloro
- El mayor reciclador de cajas y papel usado
- El mayor reforestador
- Líderes en la producción y comercialización de plántulas de pino y eucalipto

Departamento del Valle del Cauca  Gobernación NIT. 890399029-5	SECRETARÍA DE CULTURA ANÁLISIS DEL SECTOR ECONÓMICO	2.2.1.1.1.6.1 del Decreto 1082 de 2015 Página 7 de 29
---	---	---

Son un productor integrado porque sus plantas de empaques se abastecen en su mayoría con papeles que producen. Como materia prima usan fibras recicladas y madera, la cual obtiene a través de una combinación de plantas propias de reciclaje y plantaciones forestales comerciales.

En Europa y América Latina son líderes en la producción de empaques de cartón corrugado. Su énfasis consiste en identificar y satisfacer las necesidades de los clientes, buscan siempre optimizar el valor de lo que denominan empaque inteligente. De igual manera, tienen posiciones de liderazgo en segmentos de mercado como fibra sólida, empaque de fibra sólida y cartón para artes gráficas.

Su casa matriz es Dublín (Irlanda) y contamos con matrices regionales en Ámsterdam (Europa) y Miami (América Latina).

Respecto a la fabricación nacional de útiles de oficina, la empresa Rank produce perforadoras, cosedoras y almohadillas; Sispal produce huelleros; y Tritón produce grapas y grapadoras, por mencionar algunos ejemplos. En Colombia encontramos representantes de fabricantes internacionales reconocidos en la provisión de artículos de escritura como Pelikan, Kores, Faber Castell, Sanford, Edding, Bic entre otros. La mayoría de los útiles de oficina comercializados en el mercado son importadores. Ha habido un aumento en la importación de productos de fabricantes asiáticos con lo cual se ha incrementado la variedad de marcas ofrecidas en el mercado. Los fabricantes y distribuidores nacionales han manifestado que se ven afectados negativamente por el aumento de la presencia de productos con bajos estándares de calidad y precios.

Los distribuidores don aquellos que actúan como intermediarios entre fabricantes y usuarios finales de papelería y útiles de oficina. El catálogo de los Distribuidores Mayoristas y Minoristas puede alcanzar los 5.000 productos e incluir insumos de aseo, cafetería, equipos de cómputo entre otros.

Los distribuidores mayorías actúan como intermediarios entre fabricantes y otros distribuidores de la cadena y por lo general no tienen contacto con los usuarios finales. Los Distribuidores Mayoristas compran directamente a fabricantes nacionales o importadores productos de países como Brasil, Perú, Alemania, Estados Unidos, Entre otros. Bogotá concentra alrededor del 40% de los establecimientos mayoristas dedicados a la comercialización de papelería y útiles de oficina.

Departamento del Valle del Cauca  Gobernación NIT. 890399029-5	SECRETARÍA DE CULTURA ANÁLISIS DEL SECTOR ECONÓMICO	2.2.1.1.1.6.1 del Decreto 1082 de 2015
		Página 8 de 29

En el mercado encontramos Distribuidores Mayoristas con diversas unidades de negocio como la venta y conversión de papel y cartón; la distribución de tintas e insumos para procesos de artes gráficas; la impresión; la tercerización de procesos de negocios, entre otros.

Los Distribuidores Minoristas son aquellos que venden la papelería y los útiles de oficina a los Usuarios Finales de la Cadena de Abastecimiento. En Colombia los Distribuidores Minoristas están altamente fragmentados y se presentan en múltiples formatos, desde pequeñas y medianas empresas hasta grandes superficies. Estos establecimientos muestran una tendencia hacia la mediana empresa.

El universo de establecimientos en Colombia identificados por Nielsen tiene los siguientes canales de distribución de papelería:

- Supermercados: son establecimientos de más de 100 metros cuadrados con gran surtido. los supermercados se han posicionado en la venta de papelería y útiles de oficina por ofrecer una amplia variedad de productos.
- Canal tradicional: son tiendas con formato de mostrador, surtidor variado y atención personalizada como los almacenes de víveres.
- Kioscos y cajoneros: son ventas ambulantes de productos de confitería y miscelánea.
- Papelerías: son tiendas especializadas en la venta de libros, revistas y papel.

El servicio que pretende adquirir la Secretaría de Cultura del Departamento del Valle del Cauca se considera parte del sector de suministros de papelería, requiere proponentes con experiencia y capacidad en el campo.

4.2. IMPORTANCIA DEL SECTOR

La Cámara de la Industria de Pulpa, Papel y Cartón de la ANDI (CPPYC), lanzó el primer Informe de Sostenibilidad de la Industria Papelera en Colombia que contiene los indicadores sectoriales de 2015, las tendencias de gestión, mejores prácticas, principales retos, estrategias y logros de las nueve empresas afiliadas y también del gremio.

Su diseño está basado en la guía GRI-G4 (Global Reporting Initiative), que, mediante diferentes indicadores sociales, económicos y ambientales, establece los estándares bajo los cuales se evalúa el desarrollo sostenible a nivel mundial, lo que permitió plasmar las fortalezas, oportunidades de mejora, retos y expectativas de desarrollo hacia el futuro para este importante sector.

El documento muestra una completa radiografía de la industria, que en 2015 aportó 2,5% del PIB industrial; produjo 1.218.646 toneladas de papel, de las cuales el 49% se destinaron a la fabricación

Departamento del Valle del Cauca  Gobernación NIT. 890399029-5	SECRETARÍA DE CULTURA ANÁLISIS DEL SECTOR ECONÓMICO	2.2.1.1.1.6.1 del Decreto 1082 de 2015 Página 9 de 29
---	---	---

de empaques, 32% para imprenta y escritura, 17% para papel higiénico y 2% en otros productos. Además, recicló 881.929 toneladas de papel y cartón; reportó consumos por el orden de 1.609.906 toneladas (76% producción nacional, un 3,7% menos que en los últimos seis años), unos 28 Kg por habitante; y de esta cifra de consumo reincorporó al ciclo el 71% a través de diversos mecanismos de recolección. Isabel Cristina Riveros, directora de la CPPYC, resalta que *"en Colombia el consumo de papel por habitante es el más bajo de América Latina, si se compara con Costa Rica (98 kg/habitante) y Chile (76 kg/habitante)"*. La diferencia se marca más al compararlo con países productores de papel en el mundo, como China que consume 48 kg/habitante, Estados Unidos 224 kg/habitante e incluso con el promedio mundial que es de 56,8 kg/habitante.

El reporte de la Cámara también revela cifras que señalan que en Colombia el 68% de las personas prefiere el papel porque genera más confianza, satisfacción, seguridad y efectividad que los documentos digitales; el 87% prefiere que los documentos legales sean en papel; el 75% prefiere leer libros en físico; y casi el 30% de las personas que recibieron algún extracto o factura digital dijeron no haber sido consultados para recibirlos en ese formato. *"Aunque vivimos en un mundo cada vez más digital, las estrategias de comunicación no solo deben ser efectivas en términos de costos, sino que también deben reconocerles a los ciudadanos la posibilidad de elegir. La documentación basada en el papel puede traer muchos beneficios tangibles y su preferencia como medio de comunicación para muchos clientes debe ser prioritaria en cualquier planeación digital"* asegura Isabel Cristina Riveros.

Grandes aportes al país

Con una participación del 0,5 % en el PIB nacional, la industria papelera aporta positivamente a la economía colombiana. Es un sector con más de 70 años de experiencia, ha logrado un crecimiento sostenido de la producción (1,3% entre 2014 y 2015) y una expansión a otros países de la región.

Las empresas productoras de papel afiliadas a la Cámara de la ANDI generaron en 2015 6.122 empleos. *"Adicionalmente se genera empleo rural a través de la gestión de plantaciones forestales comerciales y de acuerdo con la FAO por cada puesto de trabajo directo, se producen otros cuatro puestos indirectos en la industria papelera y de reforestación comercial"* indica Riveros.

El informe incluye apartes como la historia del papel, la gestión de la Cámara de Pulpa, Papel y Cartón de la ANDI, detalles sobre asuntos de sostenibilidad, gestión de impactos ambientales en la producción, programas sociales y una serie de argumentos que revierten los principales mitos en torno a esta industria.

Una industria ambientalmente responsable

Departamento del Valle del Cauca  Gobernación NIT. 890399029-5	SECRETARÍA DE CULTURA ANÁLISIS DEL SECTOR ECONÓMICO	2.2.1.1.1.6.1 del Decreto 1082 de 2015
		Página 10 de 29

La industria del papel es una de las más sostenibles en el mundo. De hecho, dentro de su ADN está el liderazgo en el manejo responsable y sostenible de bosques naturales y plantaciones forestales comerciales, el uso de fuentes alternativas de fibra como el bagazo de caña para la fabricación del papel, la gestión permanente para incrementar las tasas de reciclaje, así como acciones para la reducción en la demanda de recursos como agua, energía, materiales, entre otros, a lo largo de su cadena de valor, lo cual se torna fundamental para el futuro del sector. Como resultado, el desempeño de la industria del papel la posiciona como una que en términos ambientales innova permanentemente para ser más eficiente. Entre 2010 y 2015 ha logrado reducir:

- 1,5 % de captación de agua por tonelada producida.
- 2 % de vertimientos por tonelada producida.
- 3,6 % de consumo de energía por tonelada de producto.
- 32 % del consumo de combustibles fósiles líquidos.
- 2 % del consumo de carbón.
- 2 % de generación de residuos por tonelada fabricada.
- 1,5 % de emisiones de CO2 por tonelada producida.

Pensamos en verde

La información contenida en este primer informe de sostenibilidad, también es divulgada por esta cámara de la ANDI a través de la iniciativa Cadena de Papel, de la cual también hacen parte la Asociación Colombiana de la Industria de la Comunicación Gráfica, Andigraf; la Cámara Colombiana del Libro; la Asociación Nacional de Medios de Comunicación, Asomedios; la Asociación Colombiana de Editores de Diarios y Medios Informativos, Andianos; y la Fundación para el Fomento de la Lectura, Fundalectura, organizaciones que unidas buscan crear conciencia colectiva frente al uso continuo del papel, su manejo responsable y sostenible, así como desmentir los mitos generalizados acerca de esta industria.

La Cadena de Papel cuenta con el respaldo de Two Sides, organización internacional que fomenta el conocimiento sobre la industria papelera y comparte experiencias que maximizan la confianza en este sector. Cuenta con presencia en el Reino Unido, Italia, Austria, Finlandia, Portugal, Hungría, Alemania, Estados Unidos, Canadá, Australia, Sudáfrica, Suecia, Brasil Francia y Colombia.¹

¹<https://resources.smurfitkappa.com/vHome/co/Newsroom/PressReleases/Documents/Informe%20de%20Sostenibilidad%20CIPPC.pdf>

Departamento del Valle del Cauca  Gobernación NIT. 890399029-5	SECRETARÍA DE CULTURA ANÁLISIS DEL SECTOR ECONÓMICO	2.2.1.1.1.6.1 del Decreto 1082 de 2015 Página 11 de 29
---	---	--



4.3. ASPECTOS GENERALES DEL MERCADO

Para comprender la dinámica del mercado de papelería y útiles de oficina, se analizó desde la perspectiva legal, comercial, financiera, organizacional, técnica y ambiental. El impacto ambiental de la fabricación y el consumo de productos de papelería ha despertado la atención de organismos multilaterales y gobiernos alrededor del mundo. La Ley 594 de 2000 *"establece reglas y principios generales para la función archivista de las entidades compradoras lo cual tiene impacto en los elementos utilizados por estas para su gestión documental"*

El Gobierno Nacional promovió la iniciativa "Cero Papel" como una estrategia de bien gobierno en el Plan Nacional de Desarrollo 2010-2014 ordenando a las Entidades Estatales de la rama ejecutiva del orden nacional formular metas de racionalización del uso y consumo del papel documentales en papel por soportes y medios electrónicos.

En el sector privado también hay iniciativas para que la industria del papel tenga conciencia de su impacto ambiental. La ANDI cuenta con una cámara para la industria de pulpa, papel y cartón que adelanta iniciativas para la promoción del reciclaje, y el tratamiento y control de los impactos ambientales que causa el consumo y la fabricación de papel.

Departamento del Valle del Cauca  Gobernación NIT. 890399029-5	SECRETARÍA DE CULTURA ANÁLISIS DEL SECTOR ECONÓMICO	2.2.1.1.1.6.1 del Decreto 1082 de 2015
		Página 12 de 29

En el análisis de mercado de papelería y útiles de oficina es importante tener en cuenta el impacto de la presencia de productos de contrabando y de empresas informales que utilizan y comercializan estos productos. Las principales entradas de productos de contrabando son Barranquilla, Buenaventura, Cúcuta y el departamento de la Guajira. Empresas fabricantes han venido impulsando entre los medios de comunicación el reconocimiento del contrabando en el mercado y sus efectos negativos sobre el desempeño económico de las empresas del sector. A pesar de estos esfuerzos, no hay iniciativas articuladas entre fabricantes, distribuidores, aduanas, y otras Entidades Estatales para combatir efectivamente esta situación. Adicionalmente, no hay cifras claras que permitan cualificar el impacto real del contrabando o la informalidad en el sector.

4.4. ASPECTOS ECONÓMICOS

La competencia en el mercado, hace que las empresas de este sector realicen grandes inversiones en innovación, lo que influye en el comportamiento dinámico y vertiginoso del mismo. Los elementos y equipos creados y puestos en el mercado cuentan con tiempos de vigencia relativamente cortos, lo que hace que la demanda se incremente de manera exponencial, ya que las empresas que adquieren este tipo de elementos y equipos buscan entregar la mejor calidad y comodidad al usuario final.

Las grandes empresas para contrarrestar esta tendencia ampliaron su portafolio de productos incluyendo en su oferta la venta de computadores, televisores, tabletas, smartphones, artículos de decoración, y nuevos servicios como la realización de talleres de pintura, de arte, entre otros. Por su parte, los microempresarios agregaron a sus establecimientos comerciales servicios de Internet, llamadas telefónicas, realización de trabajos escolares y artículos para regalos, como impulso a las ventas y rentabilidad de sus negocios.

Aumentar la participación de mercado para este segmento de la economía no es tarea fácil, pero tampoco imposible si se tienen en cuenta las más recientes tácticas empresariales que pueden aplicarse tanto en las grandes organizaciones como en las microempresas del sector. Entre estas técnicas se incluyen la revitalización del punto de venta mediante estrategias de marketing, la gestión eficiente en el servicio al cliente y la captura y análisis de información sobre el manejo de inventarios, el control de costos y el flujo de ventas. Esto, con el fin de tomar decisiones estratégicas más acertadas para la ejecución de planes de acción que contribuyan al cumplimiento de los objetivos, a la fidelización y a la satisfacción de los clientes².

Permanecer en un mercado cada vez más competitivo exige a las empresas estar atentas a la realidad macroeconómica del entorno, a los cambios en los hábitos de los compradores y a la incursión de

² WWW.FENALCO.COM.CO

nuevas herramientas que dinamizan las ventas como lo es hoy el comercio electrónico que permite adquirir los productos a tan solo un clic.

La capacitación del recurso humano se vuelve un tema fundamental para el crecimiento de los negocios. Es por ello que la actualización y de distribución de los espacios en el punto de venta como lo son el Lay out y el merchandising, es necesaria para generar valor agregado a la actividad de conocimientos en los últimos avances tecnológicos, en las estrategias gerenciales, de mercadeo comercial³.

Teniendo en cuenta la duración del contrato y la forma de pago se requiere que la empresa que resulte adjudicataria del presente proceso cuente con el suficiente musculo financiero para soportar el desarrollo normal de contrato, debido al gran número de solicitudes que recibe el área de compras de las diferentes secretarías para el suministro de sus materiales e implemento de oficina.

Es por esto que para la determinación de los indicadores financieros a evaluar en el proceso se tomó en cuenta el comportamiento de las diferentes cuentas principales del balance general y estado de resultados, tomados de la superintendencia de sociedades a través de su programa SIREM, así como también el histórico de los procesos de contratación de este tipo, realizados en los años anteriores en esta entidad

En enero de 2021 las ventas reales del comercio minorista aumentaron 1,2% y el personal ocupado disminuyó 6,6% en relación con el mismo mes de 2020. Excluyendo el comercio de combustibles, la variación de las ventas reales del sector fue de 2,2%. Si se comparan los resultados de febrero de 2021 con los de febrero de 2019 se evidencia un crecimiento de 14,9% en las ventas del comercio minorista y una caída en el personal de 4,0%.⁴

Tabla 1. Variación porcentual anual, año corrido y doce meses^a
Febrero 2021 - febrero 2020

Indicador	Variación anual Febrero 2021 / febrero 2020	Variación año corrido Enero - febrero 2021 / enero - febrero 2020	Variación doce meses Marzo 2020 - febrero 2021 / marzo 2019 - febrero 2020	Variación anual Febrero 2021 / febrero 2019	Variación año corrido Enero - febrero 2021 / enero - febrero 2019
Total ventas comercio al por menor y vehículos	1,2	-2,6	-9,5	14,9	7,7
Total ventas comercio al por menor sin vehículos	0,4	-2,3	-6,2	12,6	6,6
automotores ni motocicletas					
Total ventas comercio al por menor sin combustibles	2,2	-1,7	-7,9	17,3	9,7
Total ventas comercio al por menor sin combustibles ni vehículos	1,5	-1,0	-3,3	14,8	9,7
Total Personal ocupado	-6,6	-6,5	-5,1	-4,0	-4,2

a. Total comercio minorista sin vehículos: corresponde a la sumatoria de 17 líneas de mercancía, excepto las de Vehículos automotores y motocicletas principalmente de uso de los hogares y Otros vehículos automotores y motocicletas.

Existe diferencia entre el total sin combustibles por línea y el total sin el grupo 473 (comercio de combustibles y lubricantes) por actividad CIU Rev. 4 A.C., debido a que en la CIU se excluyen todas las ventas realizadas por las empresas cuya actividad principal es el comercio de combustibles y lubricantes, las cuales pueden realizar ventas de productos de otras líneas de mercancía.

p: Preliminar

Fuente: DANE - EMC

³ WWW.FENALCO.COM.CO

⁴ https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/emc/bol_emc_feb21.pdf

4.5. COMPORTAMIENTO DEL MERCADO

En febrero de 2021, las ventas del comercio minorista aumentaron 1,2% frente a las registradas en el mismo mes de 2020. Ocho (8) líneas de mercancía registraron variaciones positivas en sus ventas reales y once registraron variaciones negativas. Las líneas con mayor contribución positiva fueron Equipo de informática y telecomunicaciones con una variación de 53,1% y una contribución de 1,8 puntos porcentuales, Artículos de ferretería, vidrios y pinturas con una variación de 16,8% y una contribución de 0,7 puntos porcentuales. En contraste, la línea de mayor contribución negativa al comercio fue Alimentos (viveres en general) con una variación de -3,6% y una contribución de -0,7 puntos porcentuales. Al comparar febrero de 2021 con febrero de 2019 la variación de las ventas del comercio al por menor es de 14,9%.

Tabla 2. Variación porcentual y contribución de las ventas reales del comercio minorista según grupos de mercancías

Total nacional

* Febrero 2021 / febrero 2020

* Febrero 2021 / febrero 2019^P

Líneas de mercancías	Febrero de 2021 / febrero de 2020		Febrero de 2021 / febrero de 2019	
	Variación %	Contribución PP	Variación %	Contribución PP
Total comercio minorista	1,2	1,2	14,9	14,9
Equipo de informática y telecomunicaciones para uso personal o doméstico	53,1	1,8	98,8	2,9
Artículos de ferretería, vidrios y pinturas	16,8	0,7	30,9	1,2
Vehículos automotores y motocicletas principalmente de uso de los hogares**	5,9	0,6	23,6	2,2
Productos para el aseo del hogar	20,6	0,5	41,3	1,0
Electrodomésticos, muebles para el hogar	10,9	0,4	38,2	1,2
Otros vehículos automotores y motocicletas***	2,8	0,2	29,9	2,2
*Otras mercancías para uso personal o doméstico, no especificadas anteriormente	2,9	0,1	11,0	0,3
Artículos y utensilios de uso doméstico	5,0	0,1	19,4	0,3
Repuestos, partes, accesorios y lubricantes para vehículos	-0,6	0,0	5,5	0,4
Productos farmacéuticos y medicinales	-1,8	0,0	3,2	0,1
Bebidas alcohólicas, cigarrillos, cigarrillos y productos del tabaco	-3,3	-0,1	10,9	0,2
Equipos y aparatos de sonido y video	-7,5	-0,1	16,5	0,3
Productos de aseo personal, cosméticos y perfumería	-4,9	-0,2	7,3	0,3
Bebidas no alcohólicas	-14,4	-0,2	-2,3	0,0
Libros, papelería, periódicos, revistas y útiles escolares	-26,8	-0,3	-17,4	-0,2
Cuero, artículos de cuero y sucedáneos del cuero	-23,4	-0,4	-12,1	-0,2
Prendas de vestir y textiles	-10,8	-0,4	-0,7	0,0
Combustibles para vehículos automotores	-3,0	-0,6	6,0	1,3
Alimentos (viveres en general)	-3,6	-0,7	7,7	1,6

Fuente: DANE - EMC.

En el periodo enero – febrero 2021 en comparación con el mismo periodo de 2020 las ventas del comercio minorista disminuyeron 2,6%. En este periodo, catorce líneas de mercancías registraron variaciones negativas en sus ventas reales, mientras que las cinco (5) líneas restantes registraron variaciones positivas. Las líneas de mayor contribución negativa al comercio fueron Combustibles para vehículos automotores con 1,2 puntos porcentuales y Prendas de vestir y textiles con 0,9 puntos porcentuales, mientras que la principal contribución positiva se registró en la línea de Equipo de informática y telecomunicaciones para uso personal o doméstico con 1,5 puntos porcentuales.

Tabla 3. Variación porcentual y contribución año corrido de las ventas reales del comercio minorista según grupos de mercancías

Total nacional

* Enero - febrero 2021/ enero - febrero 2020

* Enero - febrero 2021/ enero - febrero 2019^P

Líneas de mercancías	Enero - febrero de 2021		Enero-febrero 2021 / enero-febrero 2019	
	Variación %	Contribución PP	Variación %	Contribución PP
Total comercio minorista	-2,6	-2,6	7,7	7,7
Combustibles para vehículos automotores	-6,1	-1,2	0,2	0,0
Prendas de vestir y textiles	-22,5	-0,9	-10,1	-0,7
Libros, papelería, periódicos, revistas y útiles escolares	-41,8	-0,6	-37,9	-0,5
Calzado, artículos de cuero y sucedáneos del cuero	-35,0	-0,6	-28,5	-0,5
Repuestos, partes, accesorios y lubricantes para vehículos	-6,5	-0,5	-2,9	-0,2
Vehículos automotores y motocicletas principalmente de uso de los hogares**	-4,2	-0,4	9,1	0,8
Alimentos (viveres en general)	-1,7	-0,3	7,1	1,5
Otros vehículos automotores y motocicletas***	-4,5	-0,3	20,0	1,3
Bebidas no alcohólicas	-15,1	-0,2	-4,0	0,0
Productos de aseo personal, cosméticos y perfumería	-4,3	-0,2	5,2	0,2
Bebidas alcohólicas, cigarros, cigarrillos y productos del tabaco	-3,5	-0,1	4,2	0,1
Equipos y aparatos de sonido y video	-3,2	-0,1	20,7	0,3
Artículos y utensilios de uso doméstico	-2,9	0,0	6,4	0,1
*Otras mercancías para uso personal o doméstico, no especificadas anteriormente	-0,9	0,0	3,4	0,1
Productos farmacéuticos y medicinales	3,3	0,1	7,4	0,2
Electrodomésticos, muebles para el hogar	6,9	0,2	27,2	0,3
Artículos de ferretería, vidrios y pinturas	9,8	0,4	19,7	0,7
Productos para el aseo del hogar	22,2	0,6	39,0	0,9
Equipo de informática y telecomunicaciones para uso personal o doméstico	48,0	1,5	90,1	2,5

*Otras mercancías, incluye: juguetes, bicicletas, artículos de deporte, piñatería, artículos para bebés, gas propano en cilindros, equipo fotográfico, revestimiento para pisos, etc.

Personal ocupado por categoría de contratación y actividad económica CIU-Rev. 4 A.C.
Variación anual: * Febrero 2021/febrero 2020 * Febrero 2021/febrero 2019. El personal ocupado por el comercio minorista en febrero de 2021 disminuyó 6,6% frente al mismo mes del año anterior, como resultado de la reducción de 4,0% en el personal permanente, 9,6% en el personal temporal directo, 14,3% del personal temporal contratado a través de empresas y 14,7% de los aprendices y pasantes en etapa práctica. Al comparar el personal ocupado registrado en el mes de febrero de 2021 con el mismo mes del año 2019, se registra una disminución de 4,0%.



Tabla 6. Variación porcentual y contribución del personal ocupado por tipo de contratación y actividad económica

Total nacional

*** Febrero 2021/febrero 2020**

*** Febrero 2021/febrero 2019^P**

Tipos de contratación y actividad económica	Febrero de 2021 / febrero de 2020		Febrero de 2021 / febrero de 2019	
	Variación %	Contribución PP	Variación %	Contribución PP
Total comercio y vehículos	-6,6	6,6	-4,0	-4,0
Total comercio y vehículos (excepto grupo CBU-4737)	-6,4		-3,7	
Desagregación por tipo de contratación				
Personal permanente	-3,0	-2,6	-0,8	-0,5
Personal temporal directo	-9,6	-2,2	-0,9	-2,1
Personal temporal contratado a través de empresas	-14,3	-1,3	-13,3	-1,3
Personal Aprendizaje	-14,7	-0,5	-5,9	-0,2
Desagregación por actividad económica				
4711 - 472. No especializados con surtido compuesto principalmente por alimentos y especializados en la venta de alimentos.	-2,5	-1,1	1,7	0,7
4718. No especializados con surtido compuesto principalmente por productos diferentes de alimentos, bebidas y tabaco.	-2,6	-0,2	4,1	0,3
4711 - 4722. Prendas de vestir y sus accesorios; Calzado y artículos sucedáneos al cuero en establecimientos especializados.	-23,0	-2,4	-22,6	-2,4
475. Otros enseres domésticos en establecimientos especializados.	-7,4	-0,0	-5,5	-0,6
4511. Vehículos automotores nuevos.	-8,7	-0,7	-7,3	-0,6
4731. Comercio al por menor de combustible para automotores.	-8,9	-0,7	-7,7	-0,6
476. Artículos culturales y de entretenimiento en establecimientos especializados.	-21,3	-0,3	-23,0	-0,4
4714. Otros productos nuevos en establecimientos especializados.	-16,5	-0,2	-16,8	-0,2
4530. Partes, piezas (autopartes) y accesorios (ajustes) para vehículos automotores.	-4,9	-0,2	-4,8	-0,2
4541. Motocicletas y de sus partes, piezas y sus accesorios.	-5,2	-0,1	-5,3	-0,1
474. Equipos de informática y comunicaciones en establecimientos especializados.	-7,1	0,0	1,6	0,0
4732. Comercio al por menor de lubricantes, aditivos y productos de limpieza para vehículos automotores.	-6,4	0,0	-15,2	0,0
4773. Productos farmacéuticos, medicinales, odontológicos; artículos de perfumería, cosméticos y de tocador.	1,6	0,1	2,9	0,2

Variación año corrido: * Enero – febrero 2021/enero – febrero 2020 * Enero – febrero 2021/enero – febrero 2019. En el periodo enero – febrero 2021 frente al mismo periodo de 2020 el personal ocupado por el comercio minorista cayó 6,5%, como resultado de la disminución de 3,8% en el personal permanente, 9,9% en el personal temporal directo, 14,2% del personal temporal contratado a través de empresas y de 13,6% de los aprendices y pasantes en etapa práctica.



Tabla 7. Variación porcentual y contribución año corrido del personal ocupado por tipo de contratación y actividad económica

Total nacional

* Enero - febrero 2021/enero - febrero 2020

* Enero - febrero 2021/enero - febrero 2019^p

Categorías de contratación y actividades económicas	Enero - febrero 2021 / enero - febrero de 2020		Enero - febrero 2021 / enero - febrero de 2019	
	Variación %	Contribución PP	Variación %	Contribución PP
Total comercio minorista y vehículos	-6,5	-6,5	-4,2	-4,2
Total comercio minorista y vehículos (excepto grupo CIIU 473*)	-6,3		-3,9	
Desagregación por tipo de contratación				
Personal permanente	-3,8	-2,4	-0,6	-0,4
Personal temporal directo	-9,9	-2,3	-9,1	-2,1
Personal temporal contratado a través de empresas	-14,2	-1,3	-14,3	-1,4
Aprendices	-13,6	-0,4	-9,7	-0,3
Desagregación por actividad económica				
4711 - 472. No especializados con surtido compuesto principalmente por alimentos y especializados en la venta de alimentos	-2,1	-0,9	1,5	0,6
4719. No especializados con surtido compuesto principalmente por productos diferentes de alimentos, bebidas y tabaco.	-2,2	-0,1	6,1	0,3
4771 - 4772. Prendas de vestir y sus accesorios, Calzado y artículos sucedáneos al cuero en establecimientos especializados.	-22,9	-2,4	-22,3	-2,4
475. Otros enseres domésticos en establecimientos especializados.	-7,0	-0,8	-5,9	-0,7
4511 Vehículos automotores nuevos	-8,8	-0,7	-8,2	-0,7
4731 Comercio al por menor de combustible para automotores.	-8,9	-0,7	-7,5	-0,6
476. Artículos culturales y de entretenimiento en establecimientos especializados.	-23,5	-0,4	-24,5	-0,4
4530. Partes, piezas (autopartes) y accesorios (lujos) para vehículos automotores	-5,3	-0,2	-5,2	-0,2
4774. Otros productos nuevos en establecimientos especializados.	-16,8	-0,2	-16,2	-0,2
4541. Motocicletas y de sus partes, piezas y sus accesorios.	-5,2	-0,1	-6,0	-0,1
474. Equipos de informática y comunicaciones en establecimientos especializados.	-8,1	0,0	0,6	0,0
4732. Comercio al por menor de lubricantes, aditivos y productos de limpieza para vehículos automotores.	-5,5	0,0	-15,7	0,0
4773. Productos farmacéuticos, medicinales, odontológicos, artículos de perfumería, cosméticos y de tocador	1,1	0,1	2,7	0,2

*Establecimientos especializados en la venta de combustibles y lubricantes. Este subtotal es comparable al total comercio minorista y vehículos que se obtiene en los departamentos.

Fuente: DANE - EMC

GRANDES ALMACENES E HIPERMERCADOS MINORISTAS (GAHM)

Tabla 12. Variación porcentual de las ventas nominales y personal ocupado en grandes almacenes e hipermercados minoristas

* Febrero 2021/febrero 2020

* Febrero 2021/febrero 2019

Total nacional ^p

Indicador	Porcentaje (%)			
	Variación anual		Variación corrido	
	feb 2021 / feb 2020	Feb 2021 /feb 2019	Ene -feb 2021/ ene- feb 2020	Ene -feb 2021/ ene- feb 2019
Ventas nominales	4,9	24,8	2,7	18,7
Personal ocupado	-4,9	-0,1	-4,7	-0,3

Fuente: DANE - EMC

p: Preliminar

Departamento del Valle del Cauca  Gobernación NIT. 890399029-5	SECRETARÍA DE CULTURA ANÁLISIS DEL SECTOR ECONÓMICO	2.2.1.1.1.6.1 del Decreto 1082 de 2015
		Página 18 de 29

Ventas nominales. En febrero de 2021 las ventas nominales del comercio minorista en los grandes almacenes e hipermercados alcanzaron un total de \$6,1 billones, lo que significó un aumento de 4,9%, frente a febrero de 2020. En el periodo enero - febrero 2021, las ventas nominales del comercio minorista en los grandes almacenes e hipermercados ascendieron a \$11,9 billones, lo que significó un aumento de 2,7%, frente al periodo enero - febrero 2020.

Si se comparan las ventas nominales de grandes almacenes e hipermercados minorista del comercio al por menor de febrero de 2021 con las de febrero de 2019, la variación fue de 24,8%. Para el periodo enero - febrero 2021 frente a enero - febrero de 2019 la variación fue de 18,7%.

Personal ocupado. En febrero de 2021 el personal ocupado por los grandes almacenes e hipermercados minoristas alcanzó un total de 209.228 personas, lo que significó una caída de 4,9%, frente a febrero de 2020. En enero - febrero de 2021 los grandes almacenes e hipermercados minoristas ocuparon en promedio 209.553 personas, lo que significó una disminución de 4,7%, frente a enero - febrero 2020. Si se compara el personal ocupado por los grandes almacenes e hipermercados minorista del comercio al por menor en febrero de 2021 con febrero de 2019, la variación fue de -0,1%. Para el periodo enero - febrero 2021 frente a enero - febrero de 2019 la variación fue de -0,3%.

4.6. ANÁLISIS INTERNACIONAL DEL MERCADO

Si bien, no existen Acuerdos Internacionales para el Suministro de Papelería, Útiles de Oficina, Tintas, Tóner para Impresoras y Fotocopiadoras, también es cierto que Colombia es importador de diferentes clases de pulpas utilizadas en el proceso de fabricación del papel. Los principales abastecedores de pulpa para papel y cartón son Chile y Estados Unidos y el mismo Canadá en cuanto a productos de papel para imprenta.

4.7. ANÁLISIS TÉCNICO DEL MERCADO

Se llama papelería al establecimiento comercial en el cual se venden objetos e insumos para oficinas, para estudiantes, entre otros interesados. Es decir, la papelería nos ofrece, nos vende, todos aquellos productos y elementos que, en la oficina, en la escuela y hasta en la casa nos permitirán escribir documentos, modificarlos, transcribirlos, resaltarles aquellas cuestiones fundamentales, entre otras cuestiones.

Existen dos tipos de papelería, las distribuidoras, que son aquellas que abastecen a otras papelerías, pero de menor envergadura, por ejemplo, aquellas más pequeñas que se encuentran establecidas en

Departamento del Valle del Cauca  Gobernación NIT. 890399029-5	SECRETARÍA DE CULTURA ANÁLISIS DEL SECTOR ECONÓMICO	2.2.1.1.1.6.1 del Decreto 1082 de 2015 Página 19 de 29
--	--	---

barrios alejados o pequeños, y luego nos podremos encontrar con el otro tipo, que son las papelerías para el público en general, las cuales ofrecerán los servicios y los insumos que cualquier estudiante de cualquier nivel, ama de casa u oficinista pueda llegar a demandar.

Generalmente, son múltiples y de lo más variados los servicios que una papelería le ofrece a sus clientes, así como también los insumos que comercializa. Entre los servicios más comunes se cuentan: fotocopias en blanco y negro, duplicaciones, bajadas laser en CD, encuadernación, impresiones y anillados de monografías. En tanto, entre los insumos, como mencionábamos, son muchos y de lo más variado también: bolígrafos, marcadores, resaltadores, hojas, cuadernos, carpetas, cartucheras, sobres, gomas, etiquetas, folders, tijeras, cartulinas, juegos de geometría, reglas, compas, mapas, esquemas, calcomanías y accesorios típicos de escritorio y de uso de oficina, aunque también suelen emplearse tanto en la escuela como en la casa, tales como: engrapadora, grapas, clips, perforadora, calculadora y agendas.

En la actualidad, como consecuencia de la nueva competencia que ejercen especialmente los supermercados que también ofrecen artículos típicos de papelería y aseo es que el negocio se ha diversificado y también ha sumado nuevos servicios y variantes, entre ellas: servicio de fax, envoltura de regalos, plotter, venta de regalos (peluches, juguetería y cosméticos), entre otros⁵.

Por tratarse de una contratación enmarcada en el sector servicio se describen las actividades preparatorias, ejecutorias y posteriores a la realización del objeto contractual, así:

ITEM	ESPECIFICACIONES	CANT	OBSERVACIONES
1	RESMA P/BOND CARTA 75 GR.REPROGRAF	80	
2	RESMA P/BOND OFICIO 75 GR.REPROGRAF	40	
3	Carpetas para archivo blancas según mostrario	200	
4	Lapiceros en Gel	4	CAJAS
5	bolígrafo BIC , cristal negro	4	CAJAS X 12
6	Lapiz mirado No 2 (2 cajas)	3	CAJAS X 12
7	clips normales	20	CAJAS
8	Cartulina leg norma x50 juegos	3	PAQUETES
9	Corrector en cinta (TAPE)	2	UNIDADES
10	Cajas para archivo inactivo No. 300	50	UNIDADES
11	Cajas para archivo inactivo X-200	50	UNIDADES
12	Separadores adhesivos en banderitas acetato x 5 colores (125 unid)	50	PAQUETES
13	cinta empaque transparente grande (48x40)	6	UNIDADES
14	cinta empaque transparente pequeña (19*32mm)	6	UNIDADES
15	Cinta Mágica	2	
16	Regla	3	30 CM

⁵ <http://www.definicionabc.com/general/papeleria.php>

Departamento del Valle del Cauca  Gobernación NIT. 890399029-5	SECRETARÍA DE CULTURA ANÁLISIS DEL SECTOR ECONÓMICO	2.2.1.1.1.6.1 del Decreto 1082 de 2015
		Página 20 de 29

17	Tijeras	2	Grandes
18	Borrador Retractil	5	tipo lapiz
19	Humedecedor Dactilar	4	
20	Café BEMOKA	30	LIBRAS
21	Azucar por 200 sobres	20	PAQUETES
22	Papela aluminio	6	paquetes
23	Sal	5	Libras
24	mezcladores de papel biodegradable	4	paquetes
25	Aromaticas de varios sabores manzanilla, toronjil, hierbabuena, anis	10	5 cajas por cada sabor
26	Aromaticas de frutos rojos	5	cajas
27	Servilleta familia Blanca x 100	40	PAQUETES
28	blanqueador	10	GALONES
20	Jabon lavalozax axion en crema	10	X 850GRS
30	Esponja sabra SCOTT brite 3m	20	unidades
31	Toallas para limpiar de color medianas	6	unidades
32	Esponja de brillo	2	PAQUETES
33	pride para limpar madera en aerosol	2	UNIDADES
34	Esponja de alambre en hacer inoxidable	2	PAQUETES
35	papel higienico paca por 24	8	PAQUETES DE 24
36	bolsas para basura 65X90X10 NEGRA	40	PAQUETES
37	Jabón fab X 850 GRS	5	KILOS
38	Toallas desechables de mano	30	PAQUETES
39	Jabón liquido grande DE MANOS	4	GALONES

4.8. ASPECTOS LEGALES

El proceso de contratación está enmarcado dentro de la ley 80 de 1993, ley 1150 de 2007 y el Decreto 1082 de 2015, ley 1480 de 2011 y demás que apliquen a la naturaleza del objeto contractual del presente proceso.

4.9. IMPACTOS AMBIENTALES

Los residuos o desechos de papel son el resultado de actividades administrativas desarrolladas en las actividades administrativas propias de la Secretaría de Educación Departamental y requiere un manejo técnico para evitar la contaminación del medio ambiente y riesgos biológicos.

5. ANÁLISIS DE LA DEMANDA:

La Secretaría de Cultura Departamental del Valle del Cauca, se vio en la necesidad de adelantar un estudio de mercado para poder establecer el presupuesto oficial de contratación, para lo cual realizó la solicitud de cotizaciones con empresas encargadas de suministrar este tipo de servicio, a fin de determinar el costo unitario del servicio requerido, con las características y condiciones técnicas exigidas por la Secretaría de Cultura del Departamento del Valle del Cauca y por lo tanto determinar

Departamento del Valle del Cauca  Gobernación NIT. 890399029-5	SECRETARÍA DE CULTURA ANÁLISIS DEL SECTOR ECONÓMICO	2.2.1.1.1.6.1 del Decreto 1082 de 2015
		Página 21 de 29

el presupuesto oficial del contrato a partir del menor valor de las cotizaciones consultadas vía correo electrónico (se anexa Análisis de precios).

- El Departamento del Valle del Cauca – Secretaría de Cultura Departamental, pagará el valor del contrato que genere el presente proceso se efectuará mediante un pago único CONTRAENTREGA por el valor que resulte de la oferta más favorable; para lo cual el contratista deberá presentar la factura y/o cuenta de cobro correspondiente, y certificación de cumplimiento a satisfacción por parte de quien se designe como supervisor. Dicho trámite deberá adelantarse ante el Departamento del Valle del Cauca – Departamento Administrativo de Hacienda y Finanzas Públicas, previa presentación de la factura correspondiente con el lleno de los requisitos señalados en el artículo 617 del Estatuto Tributario.
- El contratista deberá mantener fijas los valores ofrecidos durante la ejecución del contrato.
- Previo a la presentación de las facturas, el contratista acreditará al supervisor que se encuentra a paz y salvo con el pago de los aportes al sistema de seguridad social y parafiscales de sus empleados.
- El contratista asumirá los costos de todos los impuestos Nacionales y Departamentales que se llegaren a causar para la legalización y ejecución del contrato.
- La vigencia del contrato será de treinta (30) días, contado a partir de la suscripción del acta de inicio.
- La Secretaría de Cultura Departamental requiere de los servicios de una persona jurídica con amplia experiencia en los suministros de papelería y elementos de oficina.
- La Secretaría de Cultura Departamental del Valle del Cauca ha tomado como referencia la contratación de este servicio por mínima cuantía, de acuerdo a los históricos de contratos celebrados en los últimos años

5.1. Análisis histórico de adquisiciones previas de la Secretaría de Cultura del Departamento del Valle del Cauca en el año anterior:

AÑO	2016
MODALIDAD	MINIMA CUANTIA
OBJETO	SUMIISTRAR ELEMENTOS DE OFICINA Y PAPELERIA A LA SECRETARIA DE CULTURA
VALOR	\$5.639.500
NO. PROCESO	SCD-MC-001-2016

AÑO	2018
MODALIDAD	MINIMA CUANTIA

Departamento del Valle del Cauca  Gobernación NIT. 890399029-5	SECRETARÍA DE CULTURA ANÁLISIS DEL SECTOR ECONÓMICO	2.2.1.1.1.6.1 del Decreto 1082 de 2015
		Página 22 de 29

OBJETO	Suministrar elementos de oficina y papelería a la Secretaría de Cultura Departamental.
VALOR	\$4.509.405
NO. PROCESO	1.240-59.9-001-2018

AÑO	2019
MODALIDAD	MINIMA CUANTIA
OBJETO	Suministrar elementos de oficina y papelería a la Secretaría de Cultura Departamental.
VALOR	\$3.710.489
NO. PROCESO	1.240-59.9-001-2019

Lo anterior, nos evidencia que, según el presupuesto de la entidad, y los valores finales de los últimos 4 años, demuestra que se debe realizar un proceso de Selección Abreviada de menor cuantía para poder suplir en parte la necesidad de la entidad, conforme al presupuesto con el que se cuenta en la actualidad, en el suministro de elementos de oficina y papelería, dando la posibilidad de participar a las diferentes proveedores, como lo han venido haciendo en los últimos años.

5.2. Análisis Histórico de adquisiciones previas de otras entidades

AÑO	2017
MODALIDAD	SELECCIÓN ABREVIADA DE MENOR CUANTIA
OBJETO	SUMINISTRO DE PAPELERÍA E INSUMOS DE OFICINA CON DESTINO A LA UNIDAD MUNICIPAL DE ASISTENCIA TÉCNICA AGROPECUARIA DEL MUNICIPIO SANTO DOMINGO ANTIOQUIA
VALOR	\$11.300.598
NO. PROCESO	M-2017-056
ENTIDAD	ANTIOQUIA - ALCALDÍA MUNICIPIO DE SANTO DOMINGO

AÑO	2017
MODALIDAD	SELECCIÓN ABREVIADA DE MENOR CUANTIA
OBJETO	COMPRA DE PAPELERÍA Y ÚTILES DE OFICINA PARA LA PERSONERÍA MUNICIPAL DE TULUÁ.
VALOR	\$7.800.000
NO. PROCESO	100.10.2.10
ENTIDAD	VALLE DEL CAUCA - PERSONERÍA MUNICIPAL DE TULUA

Departamento del Valle del Cauca  Gobernación NIT. 890399029-5	SECRETARÍA DE CULTURA ANÁLISIS DEL SECTOR ECONÓMICO	2.2.1.1.1.6.1 del Decreto 1082 de 2015
		Página 23 de 29

AÑO	2017
MODALIDAD	SELECCIÓN ABREVIADA DE MENOR CUANTIA
OBJETO	SUMINISTRO DE MATERIAL DE OFICINA
VALOR	\$6.000.000
NO. PROCESO	CM-CV-006-2017
ENTIDAD	NARIÑO - CONCEJO MUNICIPAL DE RICAURTE - PASTO
AÑO	2016
MODALIDAD	SELECCIÓN ABREVIADA DE MENOR CUANTIA
OBJETO	SUMINISTRO DE ELEMENTOS DE PAPELERIA PARA EL FUNCIONAMIENTO DE LAS DIFERENTES DEPENDENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN MUNICIPALDE AYAPEL - CÓRDOBA
VALOR	\$6.020.560
NO. PROCESO	MC-MA-037-2016
ENTIDAD	CÓRDOBA - ALCALDÍA MUNICIPIO DE AYAPEL

6. ANÁLISIS DE LA OFERTA Y SUS CONDICIONES

6.1 EMPRESARIOS QUE INTERVIENEN EN EL MERCADO COMO VENEDORES. POSIBLES INTERESADOS EN EL PROCESO. (¿Quien vende?)

Para el análisis del sector se tomó una muestra de las 492 papelerías que operan en el Departamento del Valle del Cauca, siendo las más importantes las 390 que operan en el Municipio de Santiago de Cali. Los indicadores buscan establecer las mínimas condiciones 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.

Se hizo el análisis de la oferta para identificar los posibles oferentes, de acuerdo con el objeto a contratar, sin que la no relación de alguno implique que no exista en el mercado, pues se trata solamente de una muestra aleatoria, en el mercado actual encontramos diferentes empresas que están dedicadas al sector de suministro de papelería encontrándose en el mercado gran cantidad de oferentes como: Papelería CATI Distribuciones LTDA y Papelería MAYORISTA.

La competitividad que existe dentro del mercado es sumamente agresiva, es por ello que la empresa debe tener una variedad de productos, que reflejen y se diferencien de los demás, ya que esto marca en el cliente, la decisión de compra. Dentro de la comercialización que tiene una empresa son muy importantes varios factores como son calidad, precio, atención, marca etc. pero debemos tomar en cuenta que toda empresa necesita crear y utilizar estrategias en el precio, en el producto, en la plaza para poder satisfacer las necesidades de los clientes.

Departamento del Valle del Cauca  Gobernación NIT. 890399029-5	SECRETARÍA DE CULTURA ANÁLISIS DEL SECTOR ECONÓMICO	2.2.1.1.1.6.1 del Decreto 1082 de 2015
		Página 24 de 29

Por lo anterior se puede evidenciar en este análisis del sector que los proponentes que participan presentan diferencia de precios en los productos ofrecidos ya que cada uno maneja sus propios catálogos de productos los cuales se pueden diferenciar principalmente por marca, acabados, calificación de la mano de obra y por poseer características más especiales uno de otros. Igualmente se debe tener en cuenta que los productos que se desean adquirir son susceptibles a la variación del dólar.

Lo cual nos lleva a concluir que en el mercado existe pluralidad de oferentes para satisfacer la necesidad planteada, a continuación, se proyecta el siguiente cuadro de las cotizaciones utilizadas para análisis.

Cotización 1- Papelería Mayorista

ITEM	DESCRIPCIÓN DEL INSUMO	CANT	Valor Unitario	TOTAL	OBSERVACIONES	OBSERVACIONES
	PAPELERIA					
1	RESMA P/BOND CARTA 75 GR.REPROGRAF	150	12000	1800000	REPROGRAF	
2	RESMA P/BOND OFICIO 75 GR.REPROGRAF	100	15500	1550000	REPROGRAF	
3	Carpetas legajo tipo expediente con las siguientes dimensiones	1000		0	NO LO MANEJO	ANCHÓ 45.5 CM LARGO 35 CM ANCHO CUBIERTA POSTERIOR 23,5 CM con pestaña de 1.5 CM ANCHO CUBIERTA ANTERIOR 22CM
4	Carpetas para archivo blancas según mostrario	1000	5450	5450000	ARCHIVO \$ 12 NORMA	
5	Lapiceros en Gel	6	7800	46800	OFIESCO	CAJAS
6	boligrafo BIC , cristal negro	5	4560	22800	X 12	CAJAS X 12
7	Lapiz mirado No 2 (2 cajas)	6	7560	45360		CAJAS X 12
8	clips normales	20	650	13000		CAJAS
9	clips de colores	12	900	10800	WEIBO	CAJAS
10	Cartulina leg norma x50 juegos	5	11200	56000		PAQUETES
11	Corrector en cinta (TAPE)	4	2500	10000		UNIDADES
12	Cajas para archivo inactivo No. 300	15	11200	168000		UNIDADES
13	Cajas para archivo inactivo X-200	1000	5450	5450000		UNIDADES
14	Separadores adhesivos en banderitas acetato x 5 colores (125 unid)	100	1100	110000	X 100 UND	PAQUETES



15	cinta empaque transparente grande (48x40)	6	1550	9300	ANDINA	UNIDADES
16	cinta empaque transparente pequeña (19*32mm)	6		4000	PQT X 12 UND	UNIDADES
17	Cinta Magica	4	3500	14000	MERLETO	
18	Perforadora para 100 hojas grande R	1	29500	29500	PARA 40 HOJAS	REFERENCIA LEITZ 5180
19	Mouse	2	18500	37000	MOUSE	
20	Regla	3	1500	4500		30 CM
21	Tijeras	3	3500	10500	XUAMBO DE 8"	Grandes
22	Borrador Retractil	10	1000	10000		tipo lapiz
23	Humedecedor Dactilar	6	1500	9000	CUENTAFACIL DE 15GR	
24	Sistema de Rodillos de arrastre de papel HP ScanJet Pro 2500 f1	2		0	NO LO MANEJO	Escaner
	CAFETERIA			0		
20	Café BEMOKA	100	9800	980000	AGUILA ROJA X 500GR	LIBRAS
21	Azucar por 200 sobres	30	5500	165000	X 200 SOBRES	PAQUETES
22	Papela aluminio	25		0	NO LO MANEJO	paquetes
23	Sal	5		0	NO LO MANEJO	Libras
24	mezcladores de papel biodegradable	4	1000	4000	X 500 UND	paquetes
25	Aromaticas de varios sabores manzanilla, toronjil, hierbabuena, anis	20		0	NO LO MANEJO	5 cajas por cada sabor
26	Aromaticas de frutos rojos	10		0	NO LO MANEJO	cajas
27	Servilleta familia Blanca x 100	40	2800	112000	X100 UND	PAQUETES
	ASEO			0		
28	blanqueador	12		0		GALONES
29	Jabon lavalozax axion en crema	15	9800	147000		X 850GRS
30	Esponja sabra SCOTT brite 3m	20	650	13000	DOBLE USO	unidades
31	Toallas para limpiar de color medianas	6		0	NO LO MANEJO	unidades
32	Vasos de carton grande 12oz	200		0	NO LO MANEJO	paquetes
33	Vasos de carton 4oz	200		0	NO LO MANEJO	PAQUETES
34	Esponja de brillo	2		0	NO LO MANEJO	PAQUETES
35	pride para limpiar madera en aerosol	4		0	NO LO MANEJO	UNIDADES
36	Esponja de alambre en hacer inoxidable	2		0	NO LO MANEJO	PAQUETES
37	papel higienico paca por 24	16	43200	691200		PAQUETES DE 24

Departamento del Valle del Cauca  Gobernación NIT. 890399029-5	SECRETARÍA DE CULTURA ANÁLISIS DEL SECTOR ECONÓMICO	2.2.1.1.1.6.1 del Decreto 1082 de 2015
		Página 26 de 29

38	bolsas para basura NEGRA	40	3200	128000		PAQUETES
39	bolsas para basura GRANDES	40	6500	260000		PAQUETES
40	Jabón fab X 850 GRS	8	3600	28800		KILOS
41	Toallas desechables de mano	50		0	NO LO MANEJO	PAQUETES
42	Jabón liquido grande DE MANOS	10		0	NO LO MANEJO	GALONES
SUTOTAL						
IVA						
TOTAL				\$ 17.389.560		

Cotización 2 – Cati Distribuciones LTDA

ITEM	ESPECIFICACIONES		IVA %	CANT	VALOR UNITARIO ANTES DE IVA	TOTAL	OBSERVACIONES
1	RESMA P/BOND CARTA 75 GR.REPROGRAF		19%	150	\$ 14.667	\$ 2.200.050	
2	RESMA P/BOND OFICIO 75 GR.REPROGRAF		19%	100	\$ 18.000	\$ 1.800.000	
3	Carpetas legajo tipo expediente con las siguientes dimensiones	ANCHO 45.5 CM LARGO 35 CM ANCHO CUBIERTA POSTERIOR 23,5 CM con pestaña de 1.5 CM ANCHO CUBIERTA ANTERIOR 22CM	19%	1000	\$ 3.667	\$ 3.667.000	
4	Carpetas para archivo blancas según mostrario		19%	1000	\$ 3.000	\$ 3.000.000	
5	Lapiceros en Gel	CAJAS	19%	6	\$ 6.302	\$ 37.812	
6	boligrafo BIC , cristal negro	CAJAS X 12(OFFIESCO)	19%	5	\$ 542	\$ 2.710	
7	Lapiz mirado No 2 (2 cajas)	CAJAS X 12	0%	6	\$ 11.000	\$ 66.000	
8	clips normales	CAJAS	19%	20	\$ 733	\$ 14.660	
9	clips de colores	CAJAS	19%	12	\$ 1.483	\$ 17.796	
10	Cartulina leg norma x50 juegos	PAQUETES	19%	5	\$ 11.000	\$ 55.000	
11	Corrector en cinta (TAPE)	UNIDADES	19%	4	\$ 3.000	\$ 12.000	
12	Cajas para archivo inactivo No. 300	UNIDADES	19%	15	\$ 6.833	\$ 102.495	
13	Cajas para archivo inactivo X-200	UNIDADES	19%	1000	\$ 3.667	\$ 3.667.000	
14	Separadores adhesivos en banderitas acetato x 5 colores (125 unid)	PAQUETES	19%	100	\$ 1.833	\$ 183.300	
15	cinta empaque transparente grande (48x40)	UNIDADES	19%	6	\$ 3.667	\$ 22.002	
16	cinta empaque transparente pequeña (19*32mm)	UNIDADES	19%	6	\$ 9.333	\$ 55.998	
17	Cinta Magica		19%	4	\$ 8.667	\$ 34.668	
18	Perforadora para 100 hojas grande R	PERFORADORA KW TRIO 9380/9387 1	19%	1	\$ 250.000	\$ 250.000	
19	Mouse		19%	2	\$ 21.833	\$ 43.666	



20	Regla		19%	3	\$ 1.333	\$ 3.999	
21	Tijeras	30 CM Grandes	19%	3	\$ 7.000	\$ 21.000	
22	Borrador Retractil	tipo lapiz	19%	10	\$ 1.633	\$ 16.330	
23	Humedecedor Dactilar		19%	6	\$ 4.917	\$ 29.502	
24	Sistema de Rodillos de arrastre de papel HP ScanJet Pro 2500 f1	Escaner	19%	2	\$ -	\$ -	
25	Café BEMOKA	LIBRAS	5%	100	\$ 17.500	\$ 1.750.000	
26	Azucar por 200 sobres	PAQUETES	5%	30	\$ 6.583	\$ 197.490	
27	Papela aluminio	paquetes	19%	25	\$ 11.667	\$ 291.675	
28	Sal	Libras	19%	5	\$ 1.833	\$ 9.165	
29	mezcladores de papel biodegradable	paquetes	19%	4	\$ 12.288	\$ 49.152	
30	Aromaticas de varios sabores manzanilla, toronjil, hierbabuena, anis	5 cajas por cada sabor	19%	20	\$ 2.833	\$ 56.660	
31	Aromaticas de frutos rojos	cajas	19%	10	\$ 9.167	\$ 91.670	
32	Servilleta familia Blanca x 100	PAQUETES	19%	40	\$ 2.707	\$ 108.280	
33	blanqueador	GALONES	0%	12	\$ 5.833	\$ 69.996	
34	Jabon lavaloxa axion en crema	X 850GRS	0%	15	\$ 13.000	\$ 195.000	
35	Esponja sabra SCOTT brite 3m	unidades	0%	20	\$ 1.500	\$ 30.000	
36	Toallas para limpiar de color medianas	unidades	0%	6	\$ 5.333	\$ 31.998	
37	Vasos de carton grande 12oz	paquetes	19%	200	\$ 22.500	\$ 4.500.000	
38	Vasos de carton 4oz	PAQUETES	19%	200	\$ 5.500	\$ 1.100.000	
	Esponja de brillo	PAQUETES	0%	2	\$ 3.167	\$ 6.334	
	pride para limpiar madera en aerosol	UNIDADES	19%	4	\$ 20.833	\$ 83.332	
	Esponja de alambre en hacer inoxidable	PAQUETES	19%	2	\$ 5.192	\$ 10.384	
	papel higienico paca por 24	PAQUETES DE 24	19%	16	\$ 57.667	\$ 922.672	
	bolsas para basura 65X90X10 NEGRA	PAQUETES	19%	40	\$ 3.000	\$ 120.000	
	bolsas para basura GRANDES	PAQUETES	19%	40	\$ 32.972	\$ 1.318.880	
	Jabón fab X 850 GRS	KILOS (800 grs)	0%	8	\$ 8.000	\$ 64.000	
	Toallas desechables de mano	PAQUETES	19%	50	\$ 9.333	\$ 466.650	
	Jabón liquido grande DE MANOS	GALONES	0%	10	\$ 20.000	\$ 200.000	
SUBTOTAL		\$ 26.976.326					
IVA		\$ 4.726.821					
TOTAL		\$ 31.703.147					

6.2 DINÁMICA DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN, DISTRIBUCIÓN Y ENTREGA.

En el mercado encontramos distribuidores mayoristas, minoristas y fabricantes de los insumos, lo que posibilita que la cadena productiva de este sector sea mayor permitiéndole a los usuarios finales tener a satisfacción los implementos que requiere para cumplir con sus actividades y dependiendo de la cadena que los suministre así se verá reflejado en los precios que se obtenga de los productos.

Departamento del Valle del Cauca  Gobernación NIT. 890399029-5	SECRETARÍA DE CULTURA ANÁLISIS DEL SECTOR ECONÓMICO	2.2.1.1.1.6.1 del Decreto 1082 de 2015
		Página 28 de 29

7. ANÁLISIS DE RIESGO

Es el señalamiento que hace la entidad de la parte contractual que deberá soportar total o parcialmente la ocurrencia de la circunstancia tipificada, asumiendo su costo. Se entienden como riesgos involucrados en la contratación todas aquellas circunstancias que, de presentarse durante el desarrollo y ejecución del contrato, pueden alterar el equilibrio financiero del mismo.

a. **TIPOS DE RIESGO:** El Documento CONPES 3714 de 2011 clasifica los Riesgos de acuerdo con los siguientes tipos:

- ❖ **Riesgos Económicos:** son los derivados del comportamiento del mercado, tales como la fluctuación de los precios de los insumos, desabastecimiento y especulación de los mismos, entre otros.
- ❖ **Riesgos Sociales o Políticos:** son los derivados de los cambios de las políticas gubernamentales y de cambios en las condiciones sociales que tengan impacto en la ejecución del contrato.
- ❖ **Riesgos Operacionales:** son los asociados a la operatividad del contrato, tales como la suficiencia del presupuesto oficial, del plazo o los derivados de procesos, procedimientos, parámetros, sistemas de información y tecnológicos, equipos humanos o técnicos inadecuados o insuficientes.
- ❖ **Riesgos Financieros:** es (i) el riesgo de consecución de financiación o riesgo de liquidez para obtener recursos para cumplir con el objeto del contrato, y (ii) el riesgo de las condiciones financieras establecidas para la obtención de los recursos, tales como plazos, tasas, garantías, contragarantías, y refinanciaciones entre otros.
- ❖ **Riesgos Regulatorios:** derivados de cambios regulatorios o reglamentarios que afecten la ecuación económica del contrato.
- ❖ **Riesgos de la Naturaleza:** son los eventos naturales previsibles en los cuales no hay intervención humana que puedan tener impacto en la ejecución del contrato, por ejemplo, los temblores, inundaciones, lluvias, sequías, entre otros.
- ❖ **Riesgos Ambientales:** son los derivados de las obligaciones legales o reglamentarias de carácter ambiental, así como de las licencias, planes de manejo o de permisos y autorizaciones ambientales, incluyendo tasas retributivas y compensatorias, obligaciones de mitigación, tareas de monitoreo y control, entre otras.
- ❖ **Riesgos Tecnológicos:** son los derivados de fallas en los sistemas de comunicación de voz y de datos, suspensión de servicios públicos, nuevos desarrollos tecnológicos o estándares que deben ser tenidos en cuenta para la ejecución del contrato, obsolescencia tecnológica. La estimación y asignación de riesgos se determinará en el estudio previo

8. ANÁLISIS DE LAS GARANTÍAS

De conformidad con el art. 7 de la ley 1150 de 2007, reglamentado por el art. 116 del decreto 1510 de 2013 derogado por Artículo 2.2.1.2.3.1.7 del decreto 1082 de 2015, la Secretaría de Cultura del Departamento del Valle exigirá al contratista la constitución de la una garantía única de cumplimiento mediante una póliza de seguros de una compañía de seguros o mediante los otros mecanismos señalados el mismo decreto, que ampare los siguientes riesgos:

Departamento del Valle del Cauca  Gobernación NIT. 890399029-5	SECRETARÍA DE CULTURA ANÁLISIS DEL SECTOR ECONÓMICO	2.2.1.1.1.6.1 del Decreto 1082 de 2015
		Página 29 de 29

El contratista se obliga a constituir, a favor de la Secretaría de Cultura del Departamento del Valle del Cauca, una garantía única contractual, de conformidad con las disposiciones del Decreto 1582 de 2015, artículos 2.2.1.2.3.1.10, 2.2.1.2.3.1.12, 2.2.1.2.3.1.13, 2.2.1.2.3.1.14 y que ampare:

Riesgos a amparar por el cooperante	Monto	Base de liquidación	Vigencia del seguro
Cumplimiento	10%	sobre valor total del contrato	Por el término de su duración y seis (6) meses más, contados a partir de la expedición de la garantía.
Calidad de los bienes	10%	sobre valor total del contrato	Por el término de su duración y un (1) años más contados a partir del recibo a satisfacción de la obra y hasta la liquidación.

Se deja constancia que el análisis legal, técnico, financiero, organizacional y de riesgos, se tratarán en los estudios previos que hacen parte integrante del contrato a celebrar.

9. CONCLUSIÓN DEL ESTUDIO

Una vez recopilada la información y analizada por la Secretaría de Cultura del Departamento del Valle del Cauca se puede establecer lo siguiente:

- Existe en el mercado gran cantidad de posibles oferentes, principalmente personas jurídicas que pueden contratar con la entidad, siempre que cumplan con los requerimientos jurídicos, técnicos básicos.
- Los costos que afectan el servicio son los costos directos e indirectos, que deben incluir la utilidad del contratista.
- Los costos de papel analizados de las contrataciones realizadas por otras entidades entre los años 2016, 2017, 2018 y 2019 evidencia que según el presupuesto de la entidad para el año 2021, corresponde a costos del mercado, que se encuentra dentro del promedio y son de común utilización por las diferentes empresas que suministran el servicio.

Santiago de Cali, septiembre 27 de 2021

Leira Giselle Ramírez
LEIRA GISELLE RAMÍREZ GODOY
Secretaría de Cultura Departamental

Proyectó: Jair Andrés Valencia Torres – Profesional Contratista
Revisó: Walberto Palomino – abogado contratista

[Signature]