ANEXO No 1

ANÁLISIS ECÓNOMICO DEL SECTOR

De conformidad con lo dispuesto en el artículo 2.2.1.1.1.6.1 Sección 1 conceptos básicos para el sistema de compras y contratación pública, subsección 6 análisis del sector económico y de los oferentes por parte de las entidades estatales del Decreto Único Reglamentario del Sector Administrativo de Planeación Nacional No. 1082 de 2015 en el que se establece el deber de las entidades estatales de analizar el sector relativo del objeto del proceso de contratación desde la perspectiva legal, comercial, financiera, organizacional, técnica y de análisis de riesgo, y en atención a la guía emitida para la elaboración de estudios del sector (G-EES-02) por parte de Colombia Compra Eficiente, La Regional del SENA Boyacá presenta a continuación el estudio económico del sector para un proceso de selección mínima Cuantía.

1. DESCRIPCION DEL OBJETO A CONTRATAR:

1.1OBJETO:

Contratar la compra de tarjetas de regalo exclusivamente canjeables por elementos de carácter recreativo, didáctico y deportivo para garantizar el beneficio denominado Aguinaldo Infantil, para los hijos de los empleados públicos y trabajadores oficiales del SENA Regional Boyacá, para la vigencia 2021.

2. CÓDIGO ESTÁNDAR DE PRODUCTOS Y SERVICIOS DE NACIONES UNIDAS (UNSPSC): El objeto contractual se clasifica en el(los) siguiente(s) código(s) del Clasificador de Bienes y Servicios:

UNSPSC – Decreto 1082 de 2015 (o norma vigente)					
ITEM	SEGMENTO	FAMILIA	CLASE	PRODUCTO	DESCRIPCIÓN
1	60000000	60140000	60141100	60141101	Juegos educativos
2	60000000	60140000	60141100	60141115	Kits de juegos
3	60000000	60100000	60101700	60101713	Materiales pedagógicos para la educación en el hogar
4	43000000	43230000	43232000	43232003	Juegos de deportes
5	80000000	80140000	80141600	80141611	Servicios de personalización de obsequios o productos
6	14000000	14110000	14111600	14111608	Certificados de regalo

3. VALOR ESTIMADO DEL PROCESO CONTRACTUAL

El presupuesto total del contrato será hasta por la suma de **CUARENTA Y DOS MILLONES SETECIENTOS SIETE MIL CUATROCIENTOS PESOS MONEDA CORRIENTE ($42.707.400) M/CTE INCLUIDO (I.V.A.)**, cuando a ello hubiere lugar y demás impuestos, tasas, contribuciones de carácter nacional, departamental y/o municipal de carácter legal, costos directos e indirectos.

De conformidad con lo establecido en el numeral 4 del artículo 2.2.1.1.2.1.1., del Decreto 1082 de 2015, en concordancia con lo preceptuado en la Circular No. 3-2013-000133 del

cuatro (4) de octubre de 2013, y en el literal d del numeral 2 de la Circular No. 3-2013-000162 del siete (7) de noviembre de 2013 en la que se imparten lineamientos para la elaboración de Estudios de Mercado y Estudios Previos respectivamente, el precio de las **CIENTO CINCUENTA Y OCHO (158)** tarjetas regalo canjeables por aguinaldo navideños infantiles de carácter educativo, recreativo o didáctico, por valor de **DOSCIENTOS SETENTA MIL TRESCIENTOS PESOS M/TE ($270.300)** , cada uno, es el resultado de multiplicar la cantidad por el valor asignado a cada tarjeta regalo en el Plan de Bienestar Social y Estímulos 2021, en el cual se establecen los parámetros para la elaboración de los Planes de Bienestar Social de cada una de las regionales.

Teniendo en cuenta el anterior resultado, se infiere que se requiere contar con recursos presupuestales por valor de **CUARENTA Y DOS MILLONES SETECIENTOS SIETE MIL CUATROCIENTOS PESOS MONEDA CORRIENTE ($42.707.400) M/CTE.**, en los que se incluye el IVA en los casos que aplique, amparados en el certificado de disponibilidad presupuestal 6621 del 17 de diciembre de 2021.

Correrán por cuenta del contratista todos los gastos, impuestos, tasas y contribuciones Nacionales, Departamentales y Distritales, derivados de la celebración, ejecución y liquidación del contrato que se derive del presente proceso, así como el valor de la prima de las garantías y modificaciones.

4. ESPECIFICACIONES ESENCIALES:

Los interesados deberán presentar una propuesta técnica y económica con base en las siguientes condiciones, para las cuales, todos los valores deberán expresarse en pesos colombianos, no estarán sujetos a revisiones, cambios ni ajustes durante el plazo de validez de la oferta y vigencia del contrato.

Durante la ejecución del objeto contractual, el contratista se obliga a entregar al SENA tarjetas regalo de acuerdo a la descripción, unidad de medida, cantidad y características exigidas a continuación:

ITEM	DESCRIPCION DEL ELEMENTO	UNIDAD DE MEDIDA	CANT.
1	**AGUINALDO INFANTIL:** Tarjeta de regalo por niño exclusivamente canjeable por elementos educativos, recreativos, deportivos o didácticos, con fecha de vencimiento de minino tres (3) meses contados a partir de la entrega efectiva. No reembolsable en efectivo. No será reembolsable en caso de no redimirse, ni se podrá redimir por dinero en efectivo. Nota: Cada tarjeta de regalo debe ser por valor de **DOSCIENTOS SETENTA MIL TRESCIENTOS PESOS MONEDA CORRIENTE ($270.300) M/CTE** Los oferentes deberán poseer en stock de mercancía de diferentes productos para niños entre los 0 y los 12 años 364 días de edad.	**UNIDAD**	158

Condiciones técnicas que deben cumplir los proponentes:

Otras condiciones Técnicas.

El proponente deberá cumplir con las siguientes exigencias:

TARJETA REGALO:

1. El proponente deberá tener como mínimo establecimientos de comercio físico con distribución en los artículos tecnológicos, implementos deportivos, recreativos, culturales y musicales, uno (1) en el Departamento de Boyacá ubicado en algunas de las ciudades de Tunja, Duitama o Sogamoso y uno (1) en la ciudad de Bogotá.
2. La tarjeta regalo deberá permitir al portador redimir el valor de **DOSCIENTOS SETENTA MIL TRESCIENTOS PESOS MONEDA CORRIENTE ($270.300) M/CTE** cada una y deberá indicar y garantizar que es redimible únicamente en artículos por elementos educativos, recreativos, deportivos o didácticos existentes en la tienda o almacén.
3. Disponer de variedad por edades y por sexo en artículos de juguetería, artículos tecnológicos, implementos deportivos, recreativos, culturares y musicales de cada uno superior a 20 artículos variables.
4. El valor de la elaboración de la tarjeta regalo a entregar deberá ser asumido por el contratista.
5. El portador de la tarjeta regalo podrá redimirlo en cualquier momento, incluyendo temporada de promociones o descuentos. Cuya vigencia no excederá de tres (3) meses contados a partir de la fecha de activación (convenida entre el supervisor y el contratista).
6. No se efectuarán reembolsos en caso de no redimirse la tarjeta regalo.
7. La tarjeta regalo no podrá ser redimida en dinero en efectivo.
8. Las tarjetas deben ser entregadas a más tardar el 20 de diciembre del 2021 al Supervisor que designe la Regional del SENA Boyacá.

PUNTOS DE VENTA:

1. Garantizar como mínimo un punto de venta en el Departamento de Boyacá, ubicado en algunas de las ciudades de Tunja, Duitama o Sogamoso.
2. Garantizar como mínimo un punto de venta ubicado en la ciudad de Bogotá D.C.
3. Cada punto debe garantizar amplio surtido en juguetería, deportivos y/o elementos educativos para infantes (niños y niñas) entre 0 hasta los 12 años 364 días.

ASPECTOS QUE SE DEBEN TENER EN CUENTA PARA LA FIJACIÓN DE LOS PRECIOS DE LA OFERTA:

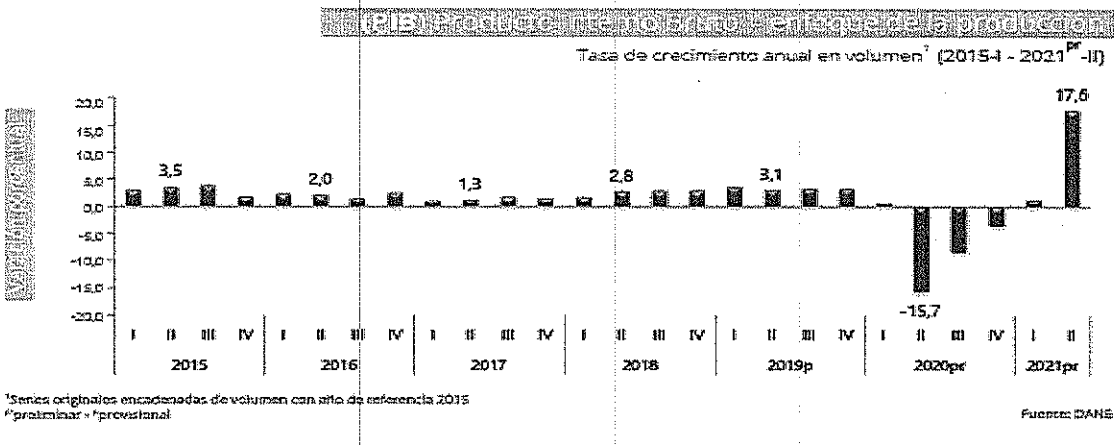
1. No se aceptarán ofertas parciales o alternativas.
2. La validez de la oferta debe ser de mínimo de treinta (30) días, a partir de la fecha de cierre del proceso.
3. El proveedor deberá incluir en el valor de cada tarjeta de regalo todos los costos directos e indirectos, que deba incurrir para cumplir con el objeto y obligaciones contractuales, por ejemplo: impuestos, estampillas, pólizas, retenciones, etc.
4. El SENA adjudicará el contrato a quien oferte de acuerdo a lo establecido en el decreto 1082 del 2015, que en todo caso será de **DOSCIENTOS SETENTA MIL TRESCIENTOS PESOS M/TE ($270.300)** por cada una de las tarjetas regalo por la

cantidad solicitada, previo el cumplimiento de los requisitos habilitantes solicitados en el numeral 4. El valor de la oferta económica será en consecuencia el producto de multiplicar el valor de cada tarjeta regalo (hecho el descuento) por el número de unidades.

5. En ningún caso los valores ofertados pueden estar por encima del valor de cada tarjeta regalo **DOSCIENTOS SETENTA MIL TRESCIENTOS PESOS M/TE ($270.300)**, multiplicado por el número de unidades a contratar. En el caso que el valor unitario esté por encima de este valor, se rechazara de plano la oferta.
6. Al formular la oferta, el proponente deberá tener en cuenta que todos los impuestos, retenciones y gastos que se causen por razón de la legalización y ejecución del contrato, incluidas la constitución de la garantía única de cumplimiento en caso de que se le requiera, son de cargo exclusivo del contratista. Por lo tanto, los precios unitarios deberán considerar tales conceptos.
7. El SENA solo pagará los precios contratados y por tanto, no reconocerá suma alguna por impuestos ni reajustes a los precios ofertados, a menos que el reajuste se deba efectuar como consecuencia de una acción directa de la entidad previamente formalizada de acuerdo a los procedimientos legales y presupuéstales que corresponda.
8. El SENA efectuará al proponente las retenciones que, en materia tributaria tenga establecida la Ley y respecto de las cuales sea su obligación efectuar la retención. En los demás casos, el contratista deberá cumplir con el pago de los impuestos, tasas o contribuciones que se deriven de la presente contratación.
9. El valor de la oferta, teniendo en cuenta todos los costos de legalización y ejecución del contrato (incluyendo IVA y 4xmil solo si hay a lugar, costos de garantías etc.), no podrá superar el presupuesto oficial establecido en el presente proceso.

5. ANALISIS ECONOMICO

En el segundo trimestre de 2021pr, el Producto Interno Bruto, en su serie original, crece 17,6% respecto al mismo periodo de 2020pr.



*Series originales encadenadas de volumen con año de referencia 2015
P:preliminar - pr:provisional

Fuente: DANE

Las actividades económicas que más contribuyen a la dinámica del valor agregado son:

• Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas; Transporte y almacenamiento; Alojamiento y servicios de comida crece 40,3% (contribuye 6,1 puntos porcentuales a la variación anual).

• Industrias manufactureras crece 32,5% (contribuye 3,5 puntos porcentuales a la variación anual).
• Actividades artísticas, de entretenimiento y recreación y otras actividades de servicios; Actividades de los hogares individuales en calidad de empleadores; actividades no diferenciadas de los hogares individuales como productores de bienes y servicios para uso propio crece 83,8%

Durante el primer semestre de 2021pr, respecto al mismo periodo del año anterior, el Producto Interno Bruto presenta un crecimiento 8,8%. Esta variación se explica principalmente por:

• Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas; Transporte y almacenamiento; Alojamiento y servicios de comida crece 15,7% (contribuye 2,8 puntos porcentuales a la variación anual).
• Industrias manufactureras crece 18,2% (contribuye 2,1 puntos porcentuales a la variación anual).
• Administración pública y defensa; planes de seguridad social de afiliación obligatoria; Educación; Actividades de atención de la salud humana y de servicios sociales crece 6,4% (contribuye 1,1 puntos porcentuales a la variación anual)

Respecto al trimestre inmediatamente anterior, el Producto Interno Bruto en su serie corregida de efecto estacional y calendario decrece 2,4%. Esta variación se explica principalmente por la siguiente dinámica:

• Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas; Transporte y almacenamiento; Alojamiento y servicios de comida decrece 6,7%.
• Industrias manufactureras decrece 5,3%
• Construcción decrece 3,1%.

DANE
INFORMACIÓN PARA TODOS

Boletín Técnico
Producto Interno Bruto (PIB)
II trimestre 2021pr

12 de agosto de 2021

1.1 PIB desde el enfoque de la producción

Tabla 1. Valor agregado por actividad económica
Tasas de crecimiento en volumen[1]
2021pr– Segundo trimestre

Actividad económica	Tasas de crecimiento		
	Serie original		Serie corregida de efecto estacional y calendario
	Anual	Año corrido	Trimestral
	2021pr - II / 2020pr - II	2021pr / 2020pr	2021pr - II / 2021pr - I
Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca	3,8	3,6	0,0
Explotación de minas y canteras	7,1	-5,1	0,2
Industrias manufactureras	32,5	18,2	-5,3
Suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado[2]	9,1	3,7	-0,6
Construcción	17,3	3,6	-3,1
Comercio al por mayor y al por menor[3]	40,3	15,7	-6,7
Información y comunicaciones	10,0	6,3	2,6
Actividades financieras y de seguros	3,3	4,1	-0,3
Actividades inmobiliarias	2,1	1,9	0,2
Actividades profesionales, científicas y técnicas[4]	14,4	7,8	0,5
Administración pública, defensa, educación y salud[5]	9,0	6,4	2,4
Actividades artísticas, de entretenimiento y recreación y otras actividades de servicios[6]	83,8	38,5	12,6
Valor agregado bruto	**17,1**	**8,6**	**-2,9**
Total impuestos menos subvenciones sobre los productos	22,1	11,2	1,6
Producto Interno Bruto	**17,6**	**8,8**	**-2,4**

Fuente: DANE, Cuentas nacionales
pr preliminar
[1] Series encadenadas de volumen con año de referencia 2015.
[2] Suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado; distribución de agua; evacuación y tratamiento de aguas residuales, gestión de desechos y actividades de saneamiento ambiental.
[3] Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas; Transporte y almacenamiento; Alojamiento y servicios de comida.
[4] Actividades profesionales, científicas y técnicas: actividades de servicios administrativos y de apoyo.
[5] Administración pública y defensa; planes de seguridad social de afiliación obligatoria; educación; actividades de atención de la salud humana y de servicios sociales.
[6] Actividades artísticas, de entretenimiento y recreación y otras actividades de servicios; actividades de los hogares individuales en calidad de empleadores; actividades no diferenciadas de los hogares individuales como productores de bienes y servicios para uso propio.

Industrias manufactureras

En el segundo trimestre de 2021pr, el valor agregado de las industrias manufactureras crece 32,5% en su serie original, respecto al mismo periodo de 2020pr. Esta dinámica se explica por los siguientes comportamientos (ver tabla 4):

• Elaboración de productos alimenticios; elaboración de bebidas; elaboración de productos de tabaco crece 8,0%.

• Fabricación de productos textiles; confección de prendas de vestir; curtido y recurtido de cueros; fabricación de calzado; fabricación de artículos de viaje, maletas, bolsos de mano y artículos similares, y fabricación de artículos de talabartería y guarnicionería; adobo y teñido de pieles crece 117,6%.
• Transformación de la madera y fabricación de productos de madera y de corcho, excepto muebles; fabricación de artículos de cestería y espartería; fabricación de papel, cartón y productos de papel y de cartón; actividades de impresión; producción de copias a partir de grabaciones originales crece 10,5%.

• Coquización, fabricación de productos de la refinación del petróleo y actividad de mezcla de combustibles; fabricación de sustancias y productos químicos; fabricación de productos farmacéuticos, sustancias químicas medicinales y productos botánicos de uso farmacéutico; fabricación de productos de caucho y de plástico; fabricación de otros productos minerales no metálicos crece 32,8%.

• Fabricación de productos metalúrgicos básicos; fabricación de productos elaborados de metal, excepto maquinaria y equipo; fabricación de aparatos y equipo eléctrico; fabricación de productos informáticos, electrónicos y ópticos; fabricación de maquinaria y equipo n.c.p.; fabricación de vehículos automotores, remolques y semirremolques; fabricación de otros tipos de equipo de transporte; instalación, mantenimiento y reparación especializado de maquinaria y equipo crece 55,3%.

• Fabricación de muebles, colchones y somieres; otras industrias manufactureras crece 63,5%.

Respecto al trimestre inmediatamente anterior en su serie corregida de efecto estacional y calendario, el valor agregado de las industrias manufactureras decrece en 5,3%, explicado por:

• Elaboración de productos alimenticios; elaboración de bebidas; elaboración de productos de tabaco decrece 5,8%.

Fabricación de productos textiles; confección de prendas de vestir; curtido y recurtido de cueros; fabricación de calzado; fabricación de artículos de viaje, maletas, bolsos de mano y artículos similares, y fabricación de artículos de talabartería y guarnicionería; adobo y teñido de pieles decrece 4,3%.

• Transformación de la madera y fabricación de productos de madera y de corcho, excepto muebles; fabricación de artículos de cestería y espartería; fabricación de papel, cartón y productos de papel y de cartón; actividades de impresión; producción de copias a partir de grabaciones originales decrece 8,8%.

• Coquización, fabricación de productos de la refinación del petróleo y actividad de mezcla de combustibles; fabricación de sustancias y productos químicos; fabricación de productos farmacéuticos, sustancias químicas medicinales y productos botánicos de uso farmacéutico; fabricación de productos de caucho y de plástico; fabricación de otros productos minerales no metálicos decrece 6,9%.

• Fabricación de productos metalúrgicos básicos; fabricación de productos elaborados de metal, excepto maquinaria y equipo; fabricación de aparatos y equipo eléctrico; fabricación de productos informáticos, electrónicos y ópticos; fabricación de maquinaria y equipo n.c.p.; fabricación de vehículos automotores, remolques y semirremolques; fabricación de otros tipos de equipo de transporte; instalación, mantenimiento y reparación especializado de maquinaria y equipo decrece 1,2%.

• Fabricación de muebles, colchones y somieres; otras industrias manufactureras decrecen 9,7%

Tabla 4. Industrias manufactureras
Tasas de crecimiento en volumen[1]
2021[pr]– Segundo trimestre

Actividad económica	Tasas de crecimiento		
	Serie original		Serie corregida de efecto estacional y calendario
	Anual	Año corrido	Trimestral
	2021[pr] - II / 2020[pr]-II	2021[pr] / 2020[pr]	2021[pr] - II / 2021[pr] - I
Elaboración de productos alimenticios[2]	8,0	4,5	-5,8
Fabricación de productos textiles[3]	117,6	52,9	-4,3
Transformación de la madera y fabricación de productos de madera y de corcho, excepto muebles[4]	10,5	5,4	-8,8
Coquización, fabricación de productos de la refinación del petróleo y actividad de mezcla de combustibles[5]	32,8	18,8	-6,9
Fabricación de productos metalúrgicos básicos[6]	55,3	29,2	-1,2
Fabricación de muebles, colchones y somieres; otras industrias manufactureras	63,5	34,2	-9,7
Industrias manufactureras	**32,5**	**18,2**	**-5,3**

Fuente: DANE, Cuentas nacionales

[pr]preliminar

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

[2]Elaboración de productos alimenticios; elaboración de bebidas; elaboración de productos de tabaco.

[3]Fabricación de productos textiles; confección de prendas de vestir; curtido y recurtido de cueros; fabricación de calzado; fabricación de artículos de viaje, maletas, bolsos de mano y artículos similares, y fabricación de artículos de talabartería y guarnicionería; adobo y teñido de pieles.

[4]Transformación de la madera y fabricación de productos de madera y de corcho, excepto muebles; fabricación de artículos de cestería y espartería; fabricación de papel, cartón y productos de papel y de cartón; actividades de impresión; producción de copias a partir de grabaciones originales.

[5]Coquización, fabricación de productos de la refinación del petróleo y actividad de mezcla de combustibles; fabricación de sustancias y productos químicos; fabricación de productos farmacéuticos, sustancias químicas medicinales y productos botánicos de uso farmacéutico; fabricación de productos de caucho y de plástico; fabricación de otros productos minerales no metálicos.

[6]Fabricación de productos metalúrgicos básicos; fabricación de productos elaborados de metal, excepto maquinaria y equipo; fabricación de aparatos y equipo eléctrico; fabricación de productos informáticos, electrónicos y ópticos; fabricación de maquinaria y equipo n.c.p.; fabricación de vehículos automotores, remolques y semirremolques; fabricación de otros tipos de equipo de transporte; instalación, mantenimiento y reparación especializado de maquinaria y equipo.

LA DEVALUACIÓN DE LA MONEDA

La tasa de cambio representativa del mercado (TRM) es la cantidad de pesos colombianos por un dólar de los Estados Unidos (antes del 27 de noviembre de 1991 la tasa de cambio del mercado colombiano estaba dada por el valor de un certificado de cambio).

Cuadro 4. Comportamiento de la inflación y tipo de cambio

Período	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 5/	Devaluación nominal 5/	Devaluación real 2/
2000	10,00	8,75	8,92	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	5,42	9,28	2.864,79	25,04	13,77
2003	5,50	6,49	6,98	5,72	2.778,21	-3,02	4,31
2004	5,50	5,50	5,48	4,64	2.389,75	-13,98	-10,90
2005	5,00	4,85	4,23	2,06	2.284,22	-4,42	-2,50
2006	4,50	4,48	4,10	5,54	2.238,79	-1,99	0,12
2007	4,00	5,69	4,66	1,27	2.014,76	-10,01	-0,66
2008	4,00	7,67	5,35	9,00	2.243,59	11,36	-2,74
2009	5,00	2,00	3,09	-2,18	2.044,23	-8,89	-2,75
2010	3,00	3,17	3,00	4,37	1.913,98	-6,37	-3,91
2011	3,00	3,73	3,39	5,51	1.942,70	1,50	-1,06
2012	3,00	2,44	2,67	-2,95	1.768,23	-8,98	-2,76
2013	3,00	1,94	2,46	-0,49	1.926,83	8,97	6,15
2014	3,00	3,66	3,28	6,33	2.392,46	24,17	7,52
2015	3,00	6,77	5,25	9,57	3.149,47	31,64	13,71
2016	3,00	5,75	5,51	1,62	3.000,71	-4,72	-7,44
2017	3,00	4,09	5,03	1,85	2.984,00	-0,56	4,71
2018	3,00	3,18	3,51	3,09	3.249,75	8,91	-0,91
2019	3,00	3,80	3,45	4,66	3.277,14	0,84	0,64
2020	3,00	1,61	1,03	1,65	3.432,50	4,74	4,72
		Información mensual			Información mensual		
jul-20	3,00	1,97	1,42	1,68	3.739,49	13,43	6,78
ago-20	3,00	1,88	1,37	1,59	3.760,38	9,72	7,83
sep-20	3,00	1,97	1,57	1,20	3.878,94	12,04	9,37
oct-20	3,00	1,75	1,42	1,51	3.858,56	13,82	10,48
nov-20	3,00	1,49	1,02	1,64	3.611,44	2,53	8,43
dic-20	3,00	1,61	1,03	1,65	3.432,50	4,74	4,72
ene-21	3,00	1,60	0,89	3,28	3.559,46	4,34	7,18
feb-21	3,00	1,56	0,93	5,14	3.624,39	2,39	7,17
mar-21	3,00	1,51	1,06	6,42	3.736,91	-8,07	-1,19
abr-21	3,00	1,95	1,56	8,48	3.712,89	-6,79	-0,21
may-21	3,00	3,30	2,11	11,21	3.715,28	-0,10	5,32
jun-21	3,00	3,63	2,70	11,72	3.756,67	-0,06	6,40
jul-21	3,00	3,97	2,86	12,93	3.857,88	3,43	8,07
					Información semanal		
jul-16-21					3.809,07	5,47	
jul-23-21					3.866,86	6,60	
jul-30-21					3.836,95	3,23	
ago-06-21					3.910,81	3,57	
ago-13-21					3.887,07	3,50	

1/ A partir de 2003 se refiere al punto medio del rango meta

2/ Obtenida como la variación porcentual anual del ITCR-IPP (NT), índice de tasa de cambio real. Utiliza las ponderaciones no tradicionales y el IPP Oferta Interna como deflactor. Índice base 2010=100

3/ A partir de Enero de 2015 el DANE realizó cambios metodológicos tales como un nuevo periodo base, diciembre 2014 = 100 y actualizaciones en la canasta de bienes y sus ponderadores.

"El DANE determinó que a partir de enero de 2021 el IPP será publicado como dato provisional, debido a que algunas fuentes de información no alcanzan a reportar los precios del mes completo. Por lo tanto, los valores serán revisados y publicados el mes siguiente cuando se tenga la totalidad de los precios como valores definitivos."

4/ Inflación básica (IPC sin alimentos): Excluye alimentos perecederos y procesados. La canasta de alimentos se modificó en octubre de 2020 como parte de una actualización metodológica.

5/ Para efectos de comparación los datos corresponden a la fecha calendario.

https://www.banrep.gov.co/es/estadisticas/precios-e-inflacion

https://www.banrep.gov.co/es/estadisticas/tasas-de-cambio-y-sector-externo

5.1 Sector perteneciente al objeto contractual

SECTOR ECONÓMICO
Sector terciario o de servicios
Servicios profesionales

5.2 Información del Sector:

5.2.1 Análisis del Mercado

La economía colombiana gira fundamentalmente el tres sectores: primario, secundario y terciario, donde el primero comprende actividades enfocadas a obtener recursos de la naturaleza como es la agricultura, ganadería, minería, pesca y otros, el segundo son actividades para transformar materias primas en productos y obtener fuentes de energía como la industria y las artesanías y el tercer sector que son los trabajos para ofrecer servicios a las personas como la enseñanza, la medicina, el derecho y los servicios a las personas como la enseñanza, la medicina, el derecho y los servicios de mantenimiento entre otros, que es el sector que corresponde analizar para efectos de estos estudios.

5.2.2 Análisis Económico:

Con el paso del tiempo el sector de juguetería ha tenido que cambiar sustancialmente, no solo centrándose en los diseños de los productos finales sino en los procesos de fabricación y en el ciclo de vida de los bienes finales, pues a cada una de las etapas se le debe generar un valor agregado que haga que los productos se destaquen en el mercado. Por otro lado, dentro del mercado de los juguetes hay una gran cantidad de productores entre los que se encuentran EE UU, Alemania, Francia, Japón y países asiáticos como China o Taiwán. Estos últimos se han posicionado debido a los bajos precios de los juguetes que son el resultado de los bajos costos de mano de obra. En cuanto a los consumidores, se destacan países como EE UU, debido a que la cantidad de consumidores es muy amplia; Japón, ya que en los videojuegos son una de las principales distracciones de los jóvenes y Francia, donde la cantidad de niños se ha incrementado en los últimos años. Cabe resaltar que, entre los factores importantes al momento de escoger un juguete, los compradores se fijan en la calidad y en los elementos con los que fueron elaborados, pues muchos de los bienes finales tienen como destino ser usados por niños. Especialmente, después del caso de Matel donde los juguetes tenían sustancia de plomo y varios niños presentaron problemas de salud debido a que se metían los juguetes a la boca. En cuanto a la comercialización de los juguetes, esta se da en su mayoría en las grandes superficies. Sin embargo, los minoristas han ingresado poco a poco al mercado, pero aún no representan un gran porcentaje en los canales de comercialización. De igual manera, al momento de ingresar a un mercado se debe tener en cuenta que en casi todos los países del mundo tienen establecidas unas leyes que prohibiesen al ingreso de mercancías de este sector. Por ejemplo, en Argelia y Colombia está restringido el ingreso de juguetes bélicos; Qatar, Polonia, Bahréin y Venezuela requieren de certificados técnicos de los bienes; en Rumania, no se pueden importar juguetes de segunda mano y en la Unión Europea, se tienen restricciones en cuanto al uso de PVC para la fabricación de los juguetes. Adicionalmente, en el caso de Brasil las barreras que impone este país sudamericano es de tipo arancelario pues son muy altos lo que dificulta el acceso al mercado brasilero. Analizando el panorama del sector de juguetes en Colombia, este se caracteriza por tener potencial tanto de producción como de comercialización a pesar de no tener un gran peso en la economía nacional. Además, en el país no existe un gremio donde los empresarios se respalden para trabajar conjuntamente, por lo que en los últimos años las empresas han usado la figura del joint venture para tener una mayor participación en el mercado mundial. En Colombia existe una población infantil grande, por lo que se puede decir que el segmento de mercado es amplio. Sin embargo, el sector tiene un gran desafío ya que las tendencias de consumo

varían mucho y los niños y jóvenes hoy en día buscan productos para su distracción mucho más sofisticados.[1]

Hace cinco años, el sector juguetero entendió que su negocio no podía depender exclusivamente de la temporada decembrina e inició un proceso dirigido a desestacionalizar sus ventas. Desde entonces, la industria ha mejorado su desempeño en épocas frías y hoy la experiencia de los líderes es que casi duplican en esos meses lo que vendían a finales de la década pasada. Sin embargo, el último trimestre todavía representa para ellos alrededor del 70% de las ventas del año, un porcentaje que ninguna compañía puede descuidar en este negocio.

Los juguetes y juegos de mesa en Colombia mueven cada año una cifra que los empresarios del sector estiman entre US$175 y US$200 millones, con ventas informales incluidas. El líder actual es la multinacional Mattel con sus marcas importadas Fisher Price, Hot Wheels y Barbie, principalmente, y le siguen los productos de la internacional Hasbro. La industria nacional, por su parte, lidera con Ronda el mercado de los juegos infantiles de mesa.

El sector parece terminar un buen año. No en vano, las principales compañías del mercado registraron entre enero y septiembre pasado crecimientos superiores a 10%, con respecto al mismo período del año anterior, y los pedidos recibidos de los diferentes canales de distribución para el último trimestre hacen prever que este fin de año será mucho más movido que el anterior. "Percibimos un ambiente de mayor confianza y optimismo en el comercio, el cual se ha reflejado en una notoria reactivación de la categoría", afirma Pedro Felipe Escarpeta gerente general de Mattel.

Pero ganar este mercado no es fácil, pues la oferta es cada vez mayor y los niños son más exigentes. Por eso, nacionales e importadores destinan sus mayores esfuerzos hacia la creatividad y la innovación, con juguetes mucho más sofisticados que los de hace apenas media década. Conocedores del tema dicen que para que un producto sea exitoso tiene que diversificar sus canales de distribución y ser interactivo, es decir, que el juguete reaccione a diferentes estímulos e interactúe con el pequeño; estar de alguna forma 'de moda', al tener relación con hechos, películas o personajes del momento, y ser didáctico, lo cual cautiva principalmente a los papás. "Ahora los profesionales también recomiendan este tipo de juguetes de estimulación y con contenido didáctico para los niños de hasta ocho años, que son nuestro nicho", agrega Marta Dávila, gerente en Colombia de la marca española imaginarium.

Pero como a la sofisticación del consumidor se sumó la crisis económica del país, las casas fabricantes tuvieron que castigar sus márgenes durante los últimos años. De hecho, en 2002 los ingresos de varias compañías líderes cayeron con respecto a 2001, un año que también venía a la baja. En consecuencia, la industria afinó sus estrategias para vender más en los primeros meses del año; segmentar mejor la categoría, con productos para todos los presupuestos, y exportar. "Vendemos el 35% de los juegos que producimos en 18 países, donde nuestra marca también es muy reconocida", dice María Cristina Sáenz, gerente de mercadeo de Ronda.

[1] https://www.legiscomex.com/BancoMedios/Documentos%20PDF/informe-sectorial-sector-jugueteria-colombia-2017-descripcion-rci318.pdf

La creatividad surgió entonces como el mejor mecanismo de salvación. No solo para diseñar productos más atractivos, sino para optimizar procesos e incentivar las compras de los consumidores. La compañía antioqueña Proceplast, por ejemplo, que ofrece juguetes desde $1.500 hasta $35.000 y es muy fuerte en estratos 3 y 4, ha basado su estrategia en diseños propios, certificación de calidad y un muy buen servicio a los canales de distribución, lo que le ha permitido ofrecer productos acordes con las exigencias del mercado. "En agosto, cumplimos el presupuesto de todo 2003 y hasta la fecha, nuestro crecimiento con respecto a 2002 está en 137%", anota Marcia Arcila, gerente de Proceplast.

Pero independientemente del precio, el sector de juegos y juguetes le ha apostado a desestacionalizar el negocio con estrategias igualmente creativas. La primera y más exitosa hasta el momento fue la promoción del Día del Niño, una idea que surgió y tuvo vida hace cinco años y que hoy está plenamente consolidada para los jugueteros como su segunda mejor temporada del año.

"Nosotros, como líderes, buscamos permanentemente dinamizar la categoría y hacemos una gran promoción entre enero y febrero para rematar los inventarios de la temporada navideña; seguimos con las actividades propias del Día de la Niñez en abril; luego, a mitad de año, hacemos el 'Sale Mattel', con descuentos de entre 20% y 40%, y, adicionalmente, lanzamos una Barbie cada mes, hacemos alianzas estratégicas con marcas reconocidas en otras categorías y acabamos de abrir una tienda en el outlet de Bima, al norte de Bogotá", cuanta Pedro Felipe Escarpeta de Mattel.

Aunque todas estas iniciativas han logrado incrementos en las ventas consolidadas de la industria, sus resultados siguen afectados por el contrabando y la falsificación, los cuales todavía representan 25% de las ventas, según estimaciones de varios empresarios del sector. En esa lucha también hay logros, pero todavía falta camino por recorrer. Diciembre mostrará qué tanto mercado ha recuperado el mercado formal frente a la ilegalidad y si realmente el negocio volvió a despegar. Papá Noel tiene la palabra.[2]

Canales de distribución de productos finales e industriales

1a Etapa	2a Etapa	3ra Etapa	4ra Etapa
Productor	»	»	Consumidor final
Productor	»	»	Consumidor Industrial
Productor	Mayorista	»	Consumidor final
Productor	Agente		Consumidor Industrial
Productor	»	Minorista	Consumidor final

[2] https://www.dinero.com/edicion-impresa/negocios/articulo/con-todos-juguetes/18886

Productor	»	Distribuidor	Consumidor Industrial
Productor	Mayorista	Minorista	Consumidor final
Productor	Agente	Distribuidor	Consumidor Industrial

6. Análisis de la Oferta.

Se realizó el análisis de los posibles oferentes encontrándose que todas compiten en precios, condiciones y calidad. Los precios de los elementos a suministrar incluyen además del costo, el valor del transporte al lugar indicado por el contratante y los impuestos y tasas a que haya lugar.

De acuerdo con la contratación a realizar se efectuó búsqueda de proveedores que hayan participado como oferentes y contratistas de Procesos de Contratación con Entidades Estatales.

LISTA DE POSIBLES OFERENTES
ALMACENES ÉXITO
PEPE GANGA
KTRONIX
LOS 3 ELEFANTES
JUMBO
OLIMPICA

7. ANALISIS DE LA DEMANDA

Estudio de la oferta y demanda a nivel Departamental y nacional, existen establecimientos con las condiciones económicas y financieras y el capital humano disponible que le permitirían participar en un proceso de selección, y que garanticen el suministro permanente de bienes del objeto contractual.

Para la elaboración del estudio de mercado o soporte económico se utilizaron diversos métodos de estimación de precios; este estudio se llevó a cabo mediante los siguientes mecanismos:

a. Solicitud de cotizaciones a empresas distribuidoras de los elementos objeto del presente proceso, de las cuales una envió su cotización y se calculó el promedio con los precios ofertados incluido el IVA. Estos precios de mercado van acordes con la realidad del sector.
b. Análisis de precios históricos, efectuado a través de la revisión de las ofertas económicas de otras propuestas presentadas anteriormente, con un índice de actualización de acuerdo con el índice de precios al consumidor.
c. Consulta de otros procesos celebrados por la entidad con sus precios promedio de mercado.

Cuando se habla de demanda, se refiere uno a la cantidad de bienes o servicios que se solicitan o se desean en un determinado mercado de una economía a un precio específico.

El SENA Regional Boyacá, tiene una gran necesidad de adquirir elementos de carácter didáctico, recreativo y tecnológico con el fin de dar cumplimiento a las actividades y lineamientos de bienestar de la Entidad.

La Entidad Estatal debe tener en cuenta las condiciones en las cuales ha adquirido en el pasado el bien o servicio objeto del Proceso de Contratación y cómo lo han hecho otras Entidades Estatales.

Se efectuó identificación a través del SECOP de procesos anteriores similares al objeto a contratar en el presente proceso, adelantados por el SENA Dirección Regional Boyacá, así como de otras Entidades Estatales, con el fin de conocer las condiciones en las cuales se contrató la dotación de los funcionarios de la entidad.

Adquisiciones realizadas en años anteriores por el SENA-Dirección Regional Boyacá

AÑO	OBJETO	CONTRATISTA	DURACIÓN	VALOR DEL CONTRATO	MODALIDAD DE CONTRATACION
2015	Contratar la adquisición de beneficios en especie de carácter recreativo y deportivo para los hijos de los empleados públicos y Trabajadores Oficiales de la Regional Boyacá, conforme al Decreto 3632 de 1985, dentro de la Actividad denominada Aguinaldo Infantil, para hacer entrega en la primera quincena del mes de diciembre 2015	ALMACENES ÉXITO S. A	5 DIAS	$ 24.919.840	MINIMA CUANTIA
2016	Contratar la adquisición de beneficios en especie de carácter recreativo y deportivo para los hijos de los empleados públicos y Trabajadores Oficiales de la Regional Boyacá, conforme al Decreto 3632 de 1985, dentro de la Actividad denominada Aguinaldo Infantil	ALMACENES ÉXITO S. A	5 DIAS	25.200.720	MINIMA CUANTIA
2017	Contratar la compra de elementos de carácter recreativo y deportivo para garantizar el beneficio denominado Aguinaldo Infantil, para los hijos de los empleados públicos y trabajadores oficiales de la Regional Boyacá, para la vigencia 2017.	MARLEN DEL CARMEN RODRÍGUEZ BARRERA	5 DIAS	$25.679.997	MINIMA CUANTIA

2018	Contratar la compra de elementos de carácter recreativo y deportivo para garantizar el beneficio denominado Aguinaldo Infantil, para los hijos de los empleados públicos y trabajadores oficiales de la Regional Boyacá, en desarrollo de las actividades programadas dentro del plan de bienestar social para la vigencia 2018.	DIMA JUGUETES S.A.S.	8 DIAS	$33.023.404	MINIMA CUANTIA
2019	Contratar la compra de elementos de carácter recreativo, didáctico y deportivo para garantizar el beneficio denominado Aguinaldo Infantil, para los hijos de los empleados públicos y trabajadores oficiales del SENA Regional Boyacá, en desarrollo de las actividades programadas dentro del plan de bienestar social para la vigencia 2019.	DIMA JUGUETES S.A.S	7 DÍAS	$42.290.565	MÍNIMA CUANTÍA
2020	Contratar la compra de tarjetas de regalo exclusivamente canjeables por elementos de carácter recreativo, didáctico y deportivo para garantizar el beneficio denominado Aguinaldo Infantil, para los hijos de los empleados públicos y trabajadores oficiales del SENA Regional Boyacá, para la vigencia 2020	ALMACENES MAXIMO S.A.S.	5 DIAS	$42.114.622	MÍNIMA CUANTÍA

Análisis del comportamiento de las adquisiciones anteriores del servicio, por parte de otras Entidades Estatales.

ENTIDAD	AÑO	MODALIDAD DE CONTRATACIÒN	VALOR DEL CONTRATO	OBJETO
SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE SENA REGIONAL ANTIOQUIA	2017	Mínima cuantía	$64.891.854	COMPRA DEL BONO REGALO PARA ELAGUINALDO INFANTIL DE LOS HIJOS DE LOS SERVIDORES PUBLICOS DE LA REGIONAL ANTIOQUIA PARA LA VIGENCIA 2017
SERVICIO NACIONAL DE		Mínima cuantía	$4.806.800	SUMINISTRO DEL BONO REGALO PARA EL AGUINALDO INFANTIL DE LOS HIJOS DE LOS SERVIDORES

APRENDIZAJE SENA REGIONAL ANTIOQUIA	2017			PÚBLICOS DE LA REGIONAL ANTIOQUIA PARA LA VIGENCIA 2017.
SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE REGIONAL CAQUETÁ	2019	Mínima cuantía	$ 6.719.076	Contratar la compra de bonos o tarjeta regalo para el aguinaldo infantil, para adquirir paquetes didácticos, juegos recreativos, deportivos o electrónicos para los hijos de los funcionarios de la Regional Caquetá
SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE SENA REGIONAL GUAJIRA	2019	Mínima cuantía	$ 41.865.012	Adquirir ciento sesenta y dos (162) Bonos o tarjetas regalo canjeables por aguinaldos navideños infantil de carácter educativo, recreativo o didáctico, por valor de doscientos cincuenta y ocho mil cuatrocientos veintiséis mil pesos ($258.426,00) Mda/Cte., C/U., para los hijos de los funcionarios y Trabajadores Oficiales de la Regional Guajira del Servicio Nacional de Aprendizaje – SENA, que no superen los doce (12) años de edad.
SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE REGIONAL CALDAS	2019	Mínima Cuantía	$31.011.120	ENTREGAR A TÍTULO DE COMPRAVENTA TARJETAS BONO DE REGALO PARA EL AGUINALDO NAVIDEÑO PARA LOS HIJOS DE LOS TRABAJADORES OFICIALES Y SERVIDORES PÚBLICOS DEL SENA REGIONAL CALDAS, PARA LA VIGENCIA 2019, DENTRO DEL DESARROLLO DE LAS ACTIVIDADES DEL PLAN DE BIENESTAR SOCIAL LABORAL PARA LOS FUNCIONARIOS DEL SENA Y SU GRUPO FAMILIAR, EN APLICACIÓN A LA RESOLUCIÓN 0059 DE 2016.
AGENCIA LOGISTICA DE LAS FUERZAS MILITARES	2019	Mínima Cuantía	$60.000.000	Adquisición Bonos de Regalo
SENA REGIONAL CUNDINAMARCA Grupo de Apoyo	2021	Mínima Cuantía	$73.965.157	Adquisición de bonos o tarjetas de regalo de juguetería y/o artículos electrónicos por valor de $270.300 c/u, para dar cumplimiento al programa de Aguinaldo Infantil para los hijos y/o hijastros de los servidores públicos de la Regional Cundinamarca en la vigencia 2021.

Se puede evidenciar que los procesos relacionados fueron adelantados por la modalidad de contratación de mínima cuantía.

El anterior estudio de mercado se elaboró tomando como fuente la página del SENA, SECOP I y SECOP II, fuentes del DANE, cámara de comercio de Bogotá y de la Supersociedades,

Lo anterior, en aras de materializar los principios de planeación, de responsabilidad y de transparencia consagrados en el Estatuto General de la Contratación Estatal.

El anterior estudio del sector se elaboró tomando como fuente, la página del DANE, y Colombia Compra Eficiente. Lo anterior, en aras de materializar los principios de planeación, de responsabilidad y de transparencia consagrados en el Estatuto General de la Contratación Estatal.

Se firma en Sogamoso, a los veintidós (22) días del mes de noviembre de 2021.

Firmado digitalmente por Ramón Anselmo Vargas López
Fecha: 2021.11.22 17:05:57 -05'00'

RAMÓN ANSELMO VARGAS LÓPEZ
Director Regional

Vo.Bo. Yefer Hernán Robles Ávila-Coordinador Grupo Apoyo Administrativo Mixto

Revisó: Nestor Gonzalo Pérez Rojas/ Profesional Bienestar Funcionarios

Proyectó: John Anderson Valderrama Lombana/Apoyo Oficina Contratación