ANEXO I

ANÁLISIS DEL SECTOR

En cumplimiento con lo dispuesto en el artículo 2.2.1.1.1.6.1 del Decreto 1082 de 2015, donde se estipula que es deber de las Entidades Estatales realizar durante la etapa de planeación el análisis necesario para conocer el sector relativo al objeto del Proceso de Contratación desde la perspectiva legal, comercial, financiera, organizacional, técnica y de análisis de riesgo, el Despacho del SENA Regional Magdalena, realizó el análisis del sector, teniendo en cuenta además lo dispuesto en el literal B de la Guía para la Elaboración de Estudios del Sector de Colombia Compra Eficiente, el cual señala:

> *"En los Procesos de Contratación de mínima cuantía el alcance del estudio de sector debe ser proporcionado al valor del Proceso de Contratación, la naturaleza del objeto a contratar, el tipo de contrato y a los Riesgos identificados para el Proceso de Contratación.*
>
> *En esta modalidad de selección no es necesario hacer un estudio extensivo de las condiciones generales de los potenciales oferentes, definir su participación en el PIB industrial o estudiar la estructura de los estados financieros de los posibles proveedores y de la industria.*
>
> *En estos casos, es necesario revisar las condiciones particulares de otros Procesos de Contratación similares, acopiar información suficiente de precios, calidad, condiciones y plazos de entrega con otros clientes del proveedor públicos o privados, solicitar información a los proveedores, verificar la idoneidad de los mismos y plasmar tal información en los Documentos del Proceso, siempre con el propósito de que la decisión de negocio sea adecuada y garantice la satisfacción de la necesidad de la Entidad Estatal, cumpliendo los objetivos de eficiencia, eficacia y economía y buscando promover la competencia"*

De conformidad con lo anterior y atendiendo la modalidad de contratación, a continuación, se detalla el análisis del sector:

1. OBJETO:

Adquirir a título de compraventa la Dotación de Calzado para los Trabajadores Oficiales de la Regional Magdalena.

CLASIFICACION UNSPSC
Los bienes o servicios que la entidad pretende adquirir se encuentran identificados en el clasificador de bienes y servicios en los códigos descritos a continuación, el cual se puede verificar en https://www.colombiacompra.gov.co/clasificador-de-bienes-y-Servicios

Segmento	Familia	Clase	Producto	Descripción
53000000	**53110000**	**53111600**	**53111601**	Zapatos para hombre
53000000	**53110000**	**53111600**	**53111602**	Zapatos para mujer

2. ASPECTOS GENERALES

2.1. Sector económico al que perteneces el objeto:[1] Comercio

[1] Javier Sánchez Galán, 13 de febrero, 2016 Sector económico. Recuperado de https://economipedia.com/definiciones/sector.html

Un sector económico es cada una de las partes resultantes de la división de la actividad económica de un país, generalmente, teniendo en cuenta diferentes factores como el valor añadido de los bienes o servicios producidos.

En otras palabras, un sector económico es el conjunto de actividades productivas o comerciales que reúnen una serie de características similares. Es decir, son negocios que cuentan con una naturaleza común.

La actividad productiva de una economía de mercado, conformada por los sectores primario y secundario, se encarga de la producción y transformación de bienes para el consumo final e intermedio; sin embargo, se hace cada vez más importante en cualquier sistema económico que se vean bien complementados con el sector terciario, que brinda servicios como comercio transporte y comunicaciones. Se encarga de impulsar a los sectores productivos a la vez que es impulsado por ellos.[2]

El comercio se puede definir como la *"prestación del servicio de distribución, canalización y venta de todo tipo de bienes tanto, a nivel nacional como internacional".*

La actividad comercial en la economía no puede crecer EFICIENTEMENTE sin un crecimiento paralelo o mayor de la producción de bienes.

La esencia económica del sector servicios en general no es la producción de algo físico sino de intangibles que hacen posible que el aparato productivo siga funcionando. Otra de las funciones importantes del sector terciario es la relación y síntesis de la información de oferta y demanda que ayude a la formación de precios y mantenimiento de un modelo de mercado con información "perfecta".

El tema del comercio interno, a diferencia del comercio internacional, ha sido poco estudiado en Colombia y este hecho hace del estudio un ejercicio necesario para la formulación de políticas públicas tanto a nivel nacional como regional. En un estudio, realizado por el Centro de Investigaciones para el Desarrollo se avanzó en una tipología de empresas ubicadas en seis categorías:

1. **Comercio tradicional característico:** compuesto por empresas en su gran mayoría de tamaño pequeño, representantes de un comercio tradicional con bajos niveles de incorporación tecnológica y con ningún poder de negociación en los mercados. Representa el 62% del comercio en Colombia de un total registrado en Confecámaras para el año 2000 de 219.925 establecimientos.

2. **Comercio tradicional en expansión:** Aunque participan un buen número de empresas pequeñas, lo característico de este segmento son empresas de tamaño medio. Es un segmento dinámico con tendencias a involucrar rápidamente elementos modernizantes del comercio, como por ejemplo, la venta a crédito y el pago diferido, la cualificación de los acuerdos con proveedores, el cumplimiento, la sistematización de procesos y los cambios en las formas jurídicas de organización. Representa el 32% del comercio en Colombia.

3. **Comercio moderno característico:** En este segmento ya se ubican empresas de gran formato y se considera el típico sector moderno del comercio debido a sus estrategias de provisión y competencia, en el sentido de las relaciones sobre elementos de calidad y la búsqueda de productos nuevos para los mercados. Representa el 1% del comercio en Colombia.

4. **Comercio moderno en expansión:** Siendo un segmento con empresas del denominado comercio moderno, la particularidad de las empresas allí ubicadas es que han asumido el reto de la apertura económica como un factor de expansión y ampliación de los mercados. Representa el 2% del comercio en Colombia.

---

[2] Giraldo G. Juan Esteban. (2002, junio 27). El comercio en la economía de Colombia. Recuperado de https://www.gestiopolis.com/el-comercio-en-la-economia-de-colombia/

5. Comercio moderno diversificado: Siendo un segmento de empresas modernas típicas, se identifica con estructuras de comercio minorista bajo el formato de comercio de grandes cadenas de almacenes. Este segmento ha sido tradicionalmente dinámico en la historia del comercio en Colombia, desde la introducción de los formatos de comercio de las Cajas de Compensación. Representa el 2% del comercio en Colombia.

6. Comercio moderno integrado: El grupo de empresas del sector comercio que pertenecen a este segmento se caracterizan por la construcción de mecanismos de integración vertical entre eslabones de la cadena producto-consumo. Representa el 1% del comercio en Colombia.

El comercio es un sector líder de la actividad económica ya que juega un rol fundamental de intermediario entre el productor de bienes y el consumidor, y es un importante generador de empleo. El desarrollo de este sector jalona otros sectores de la economía por sus importantes encadenamientos hacia atrás, los cuales se derivan de su interrelación con otros sectores de la economía.[3]

Una amplia literatura se ha enfocado en analizar el tema específico de la interrelación del comercio con los demás sectores de la economía, tanto para países desarrollados como para países en desarrollo. Una de las razones para ello es que su papel en intermediación hace que su dinámica dependa estrechamente del comportamiento del conjunto de la economía, o dicho en otros términos, que cuando a la economía le va bien al sector comercio también le va bien.

El sector comercio representa el eslabón final en la cadena de distribución de los sectores productivos. Específicamente, conecta los sectores productivos con el consumidor final, logrando influir directamente en las ventas de las diferentes industrias del país.

De acuerdo con el DANE, la actividad del comercio la conforman: i) el comercio al por mayor, ii) el comercio al por menor y iii) la venta y reparación de vehículos de motor y motocicletas. El primero está relacionado con las ventas de bienes o mercancías a los comercios minoristas, usuarios de negocios industriales, comerciales, institucionales u otros, mientras que el segundo se refiere a la venta directamente al consumidor final del producto.

Ahora bien, la actividad comercial se clasifica en: en comercio mayorista y el minorista.

El comercio mayorista es un intermediario que se caracteriza por vender a los detallistas, a otros mayoristas o a los fabricantes, pero no al consumidor final. Las compras las efectúa al producto o a otros mayoristas.

El comercio minorista compra productos en grandes cantidades a fabricantes o importadores, bien directamente o a través de un mayorista. Sin embargo, vende unidades individuales o pequeñas cantidades al público en general, normalmente, en un espacio físico llamado tienda. También se les llama detallistas.

En el comercio minorista el comprador es el consumidor final, en este caso, el tipo de negocio es denominado Retail. Comprende a aquellos sistemas de distribución de bienes y servicios de consumo final o intermedio donde el Estado otorga cierto recurso o privilegio especial para que sea transferido al consumidor o usuario en la medida de su necesidad.

En febrero de 2021 la economía en Colombia se contrajo 3,48 %, en comparación con el mismo periodo del 2020, cuando este índice mostró un crecimiento de 4,53 %, informó el Departamento Administrativo Nacional de Estadística, Dane.

En el segundo mes del 2021 se hicieron importaciones por US$3.904,2 millones, es decir que estas cayeron un 1,6 %.

---

[3] El Sector Comercio en Colombia y el Crédito de Proveedores, octubre de 2019. Recuperado de https://www.repository.fedesarrollo.org.co

Por sectores, el comercio al por mayor y al menor fue el que tuvo la caída más pronunciada con 8,69 %, seguido de las actividades agropecuarias que cayeron 8,49 %. En tercer lugar quedaron las industrias manufactureras que reportaron un declive de 7,32 %.

Adicionalmente, la caída de estos sectores que se dio entre un año y otro no fue lo único que afectó, pues además fueron los que mayor aporte a la caída representaron con -1,8 puntos para el comercio, -1,3 puntos para las manufacturas y -1,1 puntos para el sector agrícola.

Cabe resaltar que a pesar de la caída anual, en el reporte intermensual y que permite ver cambios entre un mes y otro, la economía mostró un impulso, reportando una cifra de 2,52 %, frente a la caída que hubo en enero por los cierres de 1,15 %.

En este sentido, las actividades que mayor repunte mostraron entre enero y febrero de 2021 fueron, en su orden: el comercio, el agro y el sector de información y comunicaciones.

El Despacho de la Dirección de la Regional Magdalena ha identificado la necesidad de Contratar la adquisición de la dotación de calzado para los trabajadores oficiales del SENA Regional Magdalena., en el Sector - Confecciones que comprende todas las actividades económicas de un país relacionadas con la transformación industrial del cuero y comercialización de productos relacionados con el sector, entre otros; puesto que este las empresas y organizaciones relacionadas con el sector son las adecuadas para el suministro de la dotación de calzado que se pretenden adquirir.

El objeto del presente proceso contractual pretende la adquisición de la dotación de calzado para los trabajadores oficiales del SENA Regional Magdalena y Centros de formación adscritos, en cumplimiento con lo establecido en el Artículo 79 de la Convención Colectiva vigente.

A través del tiempo el gobierno nacional ha venido adoptando e implementando normas que velan por la seguridad de las personas durante actividades diarias de trabajo, lo que ha permitido que haya empresas en el mercado local y nacional que comercializan productos que contribuyen a la seguridad industrial, con productos nacionales y extranjeros, permitiéndole a las entidades y empresas la posibilidad de escoger en el mercado, el material que supla sus necesidades de la mejor forma.

Una de las características más importantes del sector textil – confecciones de Colombia es su integración vertical, que ha permitido la elaboración conjunta de prendas y el cumplimiento de estándares internacionales. No obstante, se pueden encontrar empresas especializadas en distintos productos:

Calzado:

El calzado es un importante sector de la economía Colombiana, aportando desarrollo, empleo, crecimiento y bienestar social. A rasgos generales se puede dividir el sector según el precio del producto entre calzado económico, medio y de alta gama.

Actualmente el sector enfrenta dificultades como la entrada de producto chino, que además de ser más económico, entra por medio de contrabando, evadiendo impuestos, con lo que sus precios pueden ser aún más competitivos. La volatilidad de la tasa cambiaría genera inestabilidad para las exportaciones, actualmente la tasa está a la baja, lo cual empuja hacia un déficit la balanza comercial del sector.

Por otra parte, el crecimiento nacional, de poder adquisitivo y de la población, así como las actuales bajas tasas de interés, representan oportunidades de crecimiento para el sector. Entre otros factores que pueden ser claves para la definición del mismo, se encuentran los tratados de libre comercio, las buenas relaciones político-económicas que está manejando el país, la creación de clústeres, la ubicación geográfica del país y las reformas tributarias y legales que se están dando.

La industria del calzado en Colombia presenta un declive debido al incremento en las importaciones y la baja en la demanda local, que cayó en un 4,9%, según un informe publicado esta semana por la consultor a Raddar y el Instituto para la Exportación de la Móda (Inexmoda) .

Aproximadamente el 98% de las empresas de calzado en Colombia son Mipymes, y en su mayoría de acuerdo con estudios de FUNDES, presentan restricciones crediticias que impiden su crecimiento y apropiada tecnificación. Adicionalmente, dada la alta carga impositiva, la constante modificación de los regímenes tributarios, la multiplicidad de impuestos, los costos laborales asociados, la competencia desleal en el mercado interno, el bajo poder de negociación con los proveedores, entre otros, la industria de calzado presenta múltiples dificultades asociadas como son "la informalidad, la competencia China, el contrabando y la revaluación", lo cual en ultimas conlleva a una baja productividad del aparato productivo de la industria del calzado, pues dadas las condiciones antes mencionadas se incrementa la incapacidad del empresariado para acceder a tecnologías que les permitan hacer uso de las economías a escala con el fin de competir por precios, teniendo así un sistema de producción cuasi artesanal, y adicionalmente, por la competencia desleal y la informalidad, hay una alta mortalidad de empresas que operan formalmente en el sector, y una mayor dificultad para competir en mercados internacionales.

El sector de calzado y el sector textil hacen parte del sector secundario de la economía, como quiera que, en éste sector se transforma la materia prima extraída por el sector primario, tales como caucho, cuero, petróleo, lino, algodón, entre otros. Dicha materia prima, se transforma en calzado y vestido de labor.

Los elementos de dotación configuran un mercado importante y relevante para el mercado nacional en el sector industrial, debido a que las empresas públicas y privadas por ley deben suministrar vestido y calzado, lo anterior ocasiona que la demanda en el sector textil y en el sector de calzado sea alta y tenga un flujo económico constante.

Otro aspecto importante de analizar es el modo de entrega, si tenemos en cuenta que la norma prohíbe al empleador compensar los valores de la Dotación, sin embargo esto no puede confundirse con la entrega de "Bonos de dotación" que manejan entidades que expiden bonos de compras, pues dichos Bonos, si están impresos con la palabra "DOTACIÓN O ROPA DE TRABAJO ", únicamente podrán ser utilizados con dicho fin, pues en almacenes de cadena o grandes superficies o almacenes que reciben dichos bonos, no son recibidos para comprar otras cosas, por ejemplo, alimentos, aseo, etc.

El uso de órdenes de entrega o retiro, por parte de LA ENTIDAD, busca que la carga de la entrega de las prendas finales no se traslade al beneficiario, sino que éste pueda retirarlo en el municipio de su sede de trabajo o en las instalaciones de la empresa que redima tales ordenes de retiro cercanas a su jurisdicción.

Cadena suministro del Calzado:

El proceso productivo de la cadena de calzado cuenta con cuatro (4) eslabones, los cuales comienzan en la producción agropecuaria de insumos en los hatos ganaderos, hasta la fabricación y comercialización de bienes del sector.

Primer eslabón: corresponde a la fabricación de materias primas de cuero, el cual se obtiene luego del sacrificio de los animales. Además de cuero, los zapatos pueden tener como principal materia prima materiales de caucho, plástico o textiles.

Segundo eslabón: comprende el proceso de curtido de las pieles para convertirlas en un material duradero. Luego de este proceso, se realiza el teñido y acabado de las pieles. En total, la preparación del cuero puede tomar de 20 a 30 días. Aunque el cuero es la principal materia prima del sector, en la fabricación de calzado se utilizan otros insumos como suelas, tacones, telas, entre otros, los cuales en condiciones normales tienen un proceso de producción de 15 a 20 días.

Tercer eslabón: comprende el proceso de cortado de las partes del zapato, hasta el montaje. El cortado se hace directamente en las fábricas y puede tomar hasta 15 días, luego se hace la costura del zapato, donde es común el uso de empresas satélites o maquilas para no encarecer el costo del zapato, esto puede tardar de siete (7) a 15 días. Por último, el proceso de montaje se hace nuevamente en la fábrica. Es decir que el tiempo total de producción oscila entre 45 y 60 días.

Cuarto eslabón: la venta del producto final del sector se realiza directamente por las empresas fabricantes o a través de comercializadores. Cabe señalar que dentro de las comercializadoras existen empresas que fabrican productos directamente y que a su vez importan algunos bienes.

Clasificación de la industria de Calzado

La **industria del calzado,** es el conjunto de actividades de diseño, fabricación, distribución, comercialización, y venta de todo tipo de calzado para el pie.

La industria puede agruparse por segmentos de productos tales como zapatos de vestir, zapatillas, zapatos para niños, zapatos para señoras, botas, zapatillas para deportes, calzados especiales u ortopédicos, botas especiales para deportes (esquí, patinaje, equitación), sandalias.

La industria también puede ser analizada desde la posición y tareas que las distintas empresas ocupan en la cadena productiva, como ser:

. Suministro de materias primas . Diseño . Corte de materiales . Confección y fabricación . Producción . Distribución . Ventas

El sector del calzado constituye una industria muy diversificada que abarca una gran variedad de materiales (tela, plástico, caucho y cuero) y productos, desde los tipos generales de calzado para hombre, mujer y niños hasta productos más especializados, como botas para practicar snowboard y calzado de protección. Esta diversidad de productos finales no es sino fiel reflejo de la multitud de procesos industriales, empresas y estructuras de mercado existentes.

2.2. Aspectos económicos del sector

El Departamento Administrativo Nacional de Estadística (Dane), indicó que el déficit comercial de Colombia en el primer mes del año (Enero) alcanzó los US$1.704,9 millones, de acuerdo con las cifras también reportadas por la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (Dian).

Así, en el primer mes del año en curso las importaciones sumaron US$5.486,5 millones, mientras que las exportaciones fueron de US$3.781,6 millones, lo que arroja el déficit mencionado de US$1.704,9 millones.

En el mismo mes de 2021, el déficit comercial alcanzó los US$986,9 millones, luego de sumar US$3.597,9 millones en importaciones y otros US$2.610,9 millones en exportaciones.

En enero de 2022 las importaciones colombianas crecieron 58,3% tras alcanzar US$6.050,6 millones frente los US$3.822 millones en el mismo mes en 2021. Así, las compras de la división de combustibles crecieron 110,3%, seguidas de las categorías de manufacturas (59,5%) y agropecuarios y alimentos (27,4%).

Dentro de la categoría de combustibles, los productos que más contribuyeron al aumento fueron petróleo, productos derivados del petróleo y productos conexos (115,1%), que aportaron 88,5 puntos porcentuales a la variación total del grupo.

En enero de 2023, las importaciones de Colombia originarias de China participaron con 29,1% del total de las importaciones; le siguieron las compras externas desde Estados

Unidos (23,6%), Brasil (5,8%), México (4,7%), Francia (3,8%), Alemania (3%) e India (1,5%).

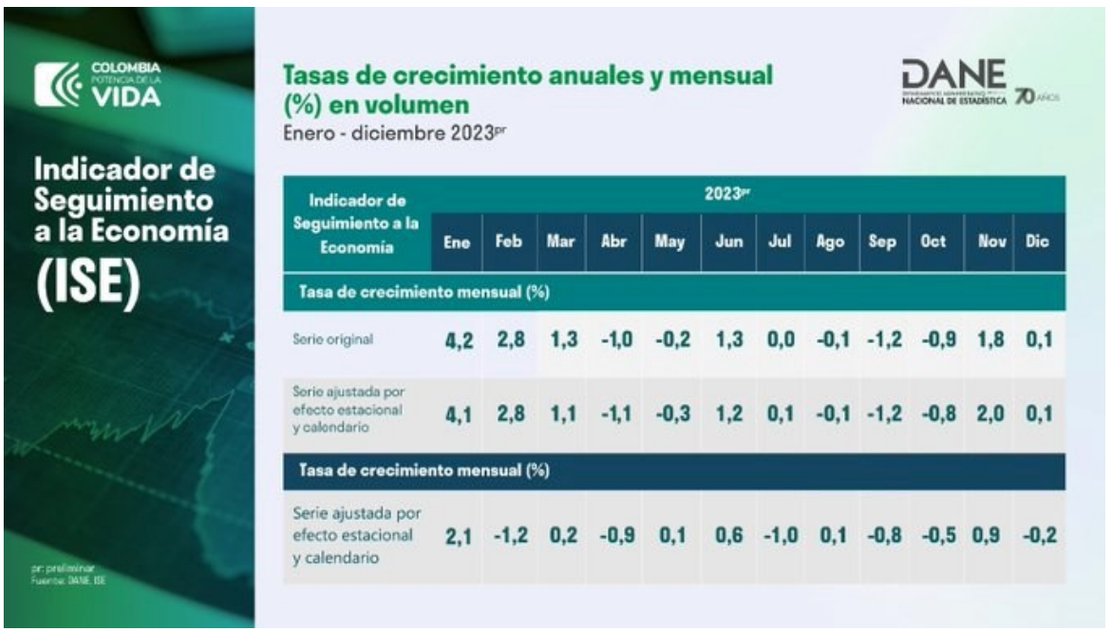
En este período crecieron 73% las importaciones de computadores portátiles desde el gigante asiático.

Así las cosas, el déficit comercial entre Bogotá y Moscú creció 453,14% entre enero de 2022 y el mismo mes de 2021. En el primer mes del año en curso el desbalance sumó US$49,8 millones al comparar las importaciones con valor de US$63,2 millones y las exportaciones por US$13,4 millones.

Por otro lado, entre enero de 2023, el déficit comercial de la relación comercial entre Bogotá y Kiev creció en 608,76%. En el primer mes del año actual, el desbalance sumó US$12,9 millones luego de registrar importaciones por US$29,2 millones y exportaciones por US$16,3 millones.

Esta es la evolución del Indicador por Sectores de la Economía, desde enero del año pasado hasta hoy:

ISE, por actividad económica enero a Diciembre 2023



Tasas de crecimiento anuales y mensual (%) en volumen
Enero - diciembre 2023pr

DANE 70 AÑOS

Indicador de Seguimiento a la Economía	2023pr											
	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic
Tasa de crecimiento mensual (%)												
Serie original	4,2	2,8	1,3	-1,0	-0,2	1,3	0,0	-0,1	-1,2	-0,9	1,8	0,1
Serie ajustada por efecto estacional y calendario	4,1	2,8	1,1	-1,1	-0,3	1,2	0,1	-0,1	-1,2	-0,8	2,0	0,1
Tasa de crecimiento mensual (%)												
Serie ajustada por efecto estacional y calendario	2,1	-1,2	0,2	-0,9	0,1	0,6	-1,0	0,1	-0,8	-0,5	0,9	-0,2

Fuente: DANE • Variaciones anuales.

Las ventajas para la industria de calzado, confección, diseño y moda son amplias si se tiene en cuenta que Colombia es reconocida internacionalmente por la calidad de su materia prima, mano de obra calificada, diseño e innovación. En este sentido, Proexport ha identificado productos como ropa de control, vestidos de baño, ropa interior, jeans, calcetería, uniformes, manufacturas de cuero, calzado, joyería y bisutería, tienen un importante potencial en el mercado europeo.

La industria en Colombia cuenta con más de 100 años de experiencia y una cadena de producción consolidada y experimentada. El sector representa el 8% del PIB manufacturero y el 3% del PIB nacional, constituye más del 5% del total de exportaciones del país. Colombia es reconocida internacionalmente como un país innovador de productos y procesos con un talento humano competitivo a nivel internacional que aporta valor agregado al sistema moda. Convirtiéndose en un polo transformador, en un proveedor de productos de alto calidad especializados y logrando obtener marcas propias. El sector significa más del 5% del total de las exportaciones del país y más del 20% del total de la población es ocupada en el sector manufacturero Un sector consolidado con un importante crecimiento; sector prioritario para el país impulsado por el Programa de Transformación Productiva, alianza público-privada que trabaja por la consolidación del sistema moda colombiano como un sector de talla mundial. A lo largo de la última década,

la producción del sistema moda colombiano alcanza una tasa compuesta anual del 9,4%, ubicándose como segundo país en la región después de Brasil que participa con el 13%. La creciente demanda de textiles, las importaciones de esta categoría aumentaron a una tasa del 49% entre 2010 y 2012, para suplir los requerimientos del mercado local y oferta exportable de bienes terminados hacia principales socios comerciales como Estados Unidos, México y Ecuador.

De acuerdo al Ministerio de Industria, Comercio y Turismo; Colombia en su sector textil y de la confección; es un polo de producción y destacado HUB logístico en las Américas 13 Tratados de Libre Comercio que ofrecen beneficios arancelarios y estabilidad para Página 3 de 53 las inversiones a largo plazo. Posibilidad de acceso preferencial a más de 1.500 millones de consumidores gracias a la ubicación geográfica del país y a los Tratados de Libre Comercio que se tiene con países de la Comunidad Andina, Nafta, Mercosur, Estados Unidos, Unión Europea, Triángulo Norte y Canadá.

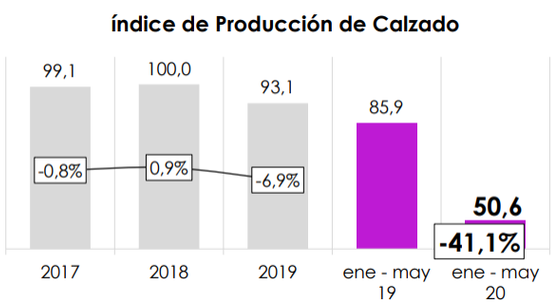
Colombia cuenta con localización competitiva, con fácil acceso a los mercados mundiales, 10 acuerdos internacionales de inversión con Colombia. Incluyen acuerdos para la promoción y protección recíproca de las inversiones. Competitividad en acceso al mercado norteamericano a costos logísticos en promedio 3 veces más bajos que los que se incurren desde China.

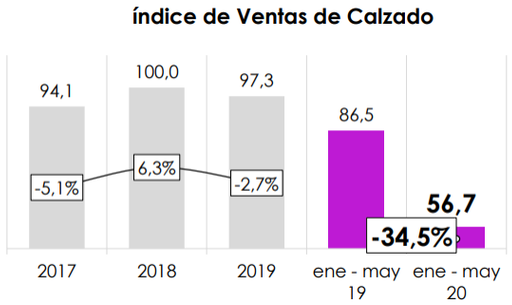
El sector en los últimos 10 años reporta una dinámica de crecimiento en sus exportaciones a una tasa anual del 8,4%, situando al país en tercer lugar en el ranking regional después de Brasil y Perú, y por encima de países como Chile y México, con un tejido empresarial con cerca de 450 fabricantes de textiles y 10.000 unidades productivas de confecciones, contando los pequeños talleres, las principales ciudades en las que se encuentran ubicadas las empresas del sector son Medellín, Bogotá, Cali, Pereira, Manizales, Barranquilla, Ibagué y Bucaramanga. En Medellín existe una alta concentración de empresas del sector: 48% de las textileras y 35% de las confeccionistas del país están en esta región; con un mercado interno dinámico con un crecimiento entre 2003 y 2012 del 12,4% en el consumo de artículos de moda, alcanzando más de US $566 millones en compras de los hogares en esta categoría.

La importancia del sector y sus cifras hacen que importantes empresas extranjeras han escogido a Colombia como destino de su inversión: Kaltex, México; compró parte de las acciones de la colombiana Coltejer (US $118 MM), Coats, Reino Unido; hace más de cincuenta años esta empresa opera en Colombia bajo Coats Cadena en la ciudad de Pereira/Risaralda, Polymer Group, Estados Unidos; planta de producción en la Zona Franca del Pacífico, en Cali/Valle del Cauca, ParkDale Mils, Estados Unidos; opera en Colombia con la empresa colombiana de Hilados con una planta de producción ubicada en la Zona Franca de Rionegro en Antioquia.

Producción y Ventas

El sector calzado es una de las actividades industriales con más afectaciones, incluso antes de la pandemia. Si bien en los días sin IVA el calzado fue de los artículos más vendidos, no permite compensar la dinámica negativa de todo el año.





EL CALZADO CON RÉCORD DE VENTAS EN LOS DÍAS SIN IVA

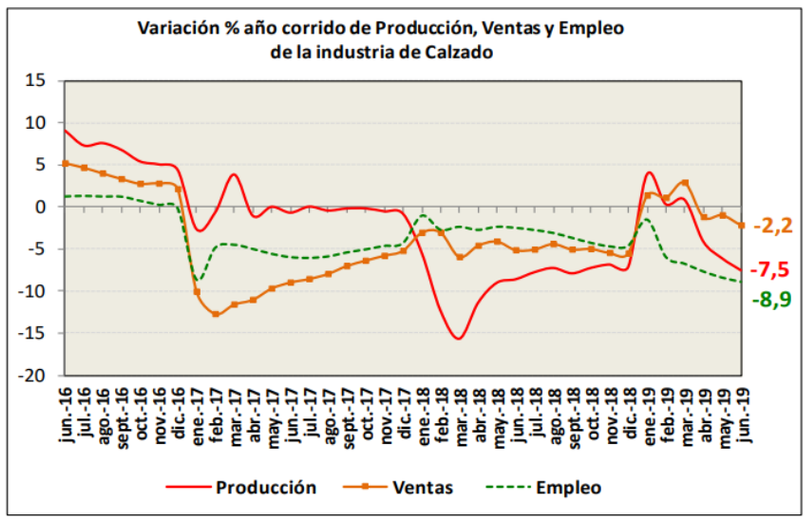
Las ventas de calzado han registrado disminución en las ventas en lo corrido del año afectando el desempeño del sector. Sin embargo, para el primer día sin IVA las

plataformas de pago indicaron que moda y calzado fueron de las categorías con mayores ventas, lo que anima a las empresas a implementar medidas para fortalecer su negocio a través del canal online.

En total, las ventas de moda y calzado registraron crecimiento en ventas del 801%, siendo las grandes cadenas del retail las protagonistas en ventas.

Además, las tiendas online destinadas a la venta de ropa, tiendas de accesorios y zapatos representaron el 50% del total de ventas realizadas entre el 1 y 18 de junio, con un ticket promedio de compra de $216.000 pesos.

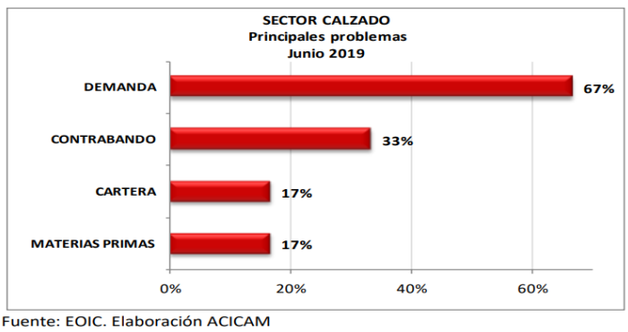
Según la Encuesta Mensual Manufacturera con Enfoque Territorial (EMMET) del DANE, la producción y ventas reales del sector de calzado en enero a junio de 2023, registraron variaciones de -7.5% y -2.2% respectivamente. En cuanto al empleo, registró una caída de 8.9%. Este descenso de las variables fundamentales, se debe principalmente al incremento de los inventarios en el segundo trimestre, a la disminución de los pedidos, a las menores proyecciones de ventas esperadas y al descenso de lanzamientos de productos[4].



Fuente: DANE. Elaboración ACICAM.

Según la Encuesta de Opinión Industrial Conjunta -EOIC-, la capacidad instalada utilizada en el mes de junio fue de 37.8%.

Respecto a la pregunta de la EOIC sobre las expectativas frente al futuro, el 50% de los empresarios respondió que la situación seguirá igual, el 33.3% que será mejor y el 16.7% piensa que será peor.



Fuente: EOIC. Elaboración ACICAM

El 88.3% de los empresarios manifiesta tener un nivel de inventario alto, el 11.4% bajo y el 0.3% normal. El 49.7% de los encuestados reporta que su volumen de pedidos para los próximos meses es normal, el 38.9% regular, el 11.1% alto y el 0.3% que es alto.

[4] ¿Cómo va el sector? Enero a Junio 2019 – Asociación Colombiana de Industrias del Calzado, el Cuero y sus Manufacturas

3. DETERMINACIÓN DEL PRESUPUESTO

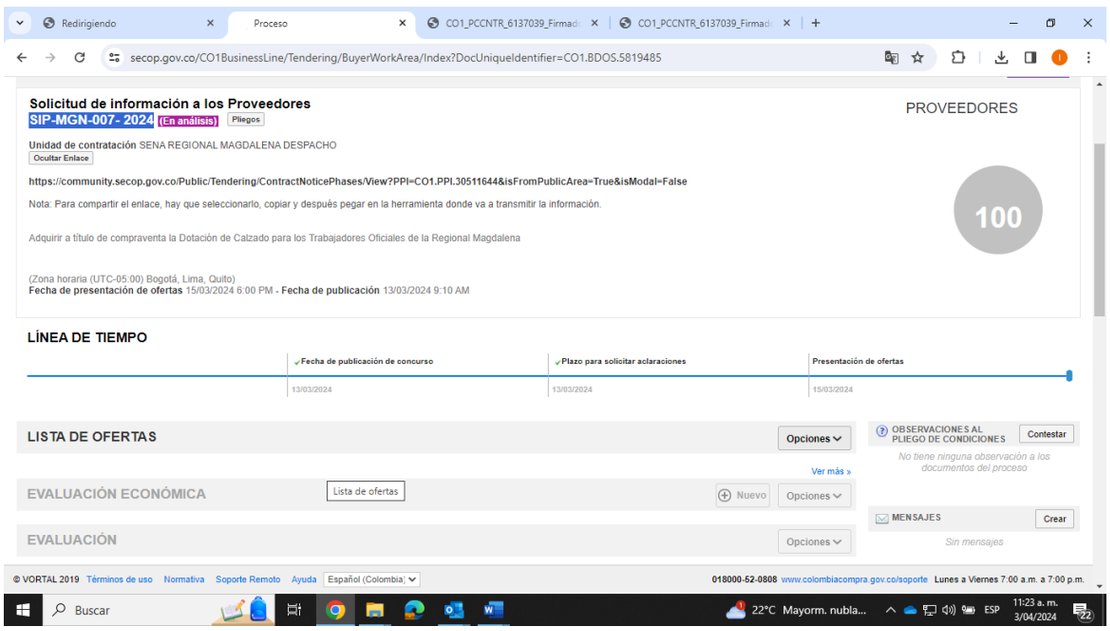
Conforme a lo establecido en el numeral 4.2.3. ESTUDIO DEL MERCADO Y DEL SECTOR del Manual de Contratación del SENA, el cual establece que el comité técnico estructurador tendrá la posibilidad de realizar el estudio del mercado a través de los siguientes mecanismos:

1. Solicitud de cotizaciones: (i) Podrán solicitarse a los correos que tenga el área, centro o regional en su base de datos de proveedores. (ii) Será optativo la publicación de solicitud de cotizaciones en la página web del SENA. (iii) Siempre deberá publicarse en SECOP II mediante el módulo de solicitud de información a proveedores. En cualquier caso, se les deberá dar a los interesados un plazo mínimo de 3 días hábiles para remitir su cotización, la cual como mínimo deberá tener una vigencia de treinta (30) días calendario.

2. Históricos: El área que presenta la necesidad podrá hacer uso de la información histórica que el SENA tenga respecto a la contratación del objeto contractual, cuantía, modalidad y condiciones, así como de la información que pueda ser consultada de otras entidades; la información debe ser comparable teniendo en cuenta el movimiento de los datos de conformidad con el mercado y la variación del IPC, y no podrá superar los tres (3) años anteriores a la fecha del respectivo estudio de mercado.

3. Tarifas Reguladas: Verificar sobre el bien y/o servicio a contratar, la existencia de tarifas reguladas por el gobierno nacional (ejemplo: vigilancia, combustible), en caso de ser así bastará con referir las mismas.

El Grupo de Contratación del Despacho Regional Magdalena, una vez establecidas las especificaciones técnicas y condiciones del objeto a contratar, implementó mecanismos de convocatoria para determinar los precios de referencia, los mismos que servirán de soporte para adelantar el proceso de contratación, publicando en la Plataforma Secop ii a través del siguiente Link : **https://community.secop.gov.co/Public/Tendering/ContractNoticePhases/View?PPI=CO1.PPI.30511644&isFromPublicArea=True&isModal=False** la Solicitud de Información a Proveedores Nº SIP-MGN-007- 2024 desde el 13 hasta el 15 de marzo, con el fin de obtener un mayor número de cotización en las necesidades requeridas y estimar el presupuesto oficial mas acorde a realidad del mercado de la cual no se recibieron precotizaciones dentro del término estipulado en el cronograma de la presente solicitud en la plataforma secop II.



sin embargo al correo lceledon@sena.edu.co fueron allegadas tres cotizaciones así:

1 GRUPO LCMI DISTRIBUCIONES SAS, 2. PUNTA GAIRA 3- RED TAB TIENDA.

Así las cosas, se procedió a realizar el estudio de mercado con base a las cotizaciones allegadas al Correo electrónico lceledon@sena.edu.co a fin de establecer el valor unitario de los bienes a contratar, con los cuales, para la estimación del valor del presupuesto, se promediaron los valores unitarios de cada prenda incluido iva de cada una de las cotizaciones allegadas y se obtuvo el valor del presupuesto estimado. **Ver Anexo 2. – Estudio de Mercado.**

Por lo anterior, y de acuerdo con los recursos asignados a la Regional Magdalena se estima el presupuesto oficial es **VEINTI SEIS MILLONES CIENTO OCHENTA Y SEIS MIL SEISCIENTOS CINCUENTA PESOS ($ 26.186.650) M/CTE,** incluido el IVA, el cual está amparado con el Certificado de Disponibilidad Presupuestal 4224 de fecha 2024-01-24, emitido por la Coordinadora del Grupo de Apoyo Administrativo.

El valor para cada uno de los lotes es el que se detalla a continuación:

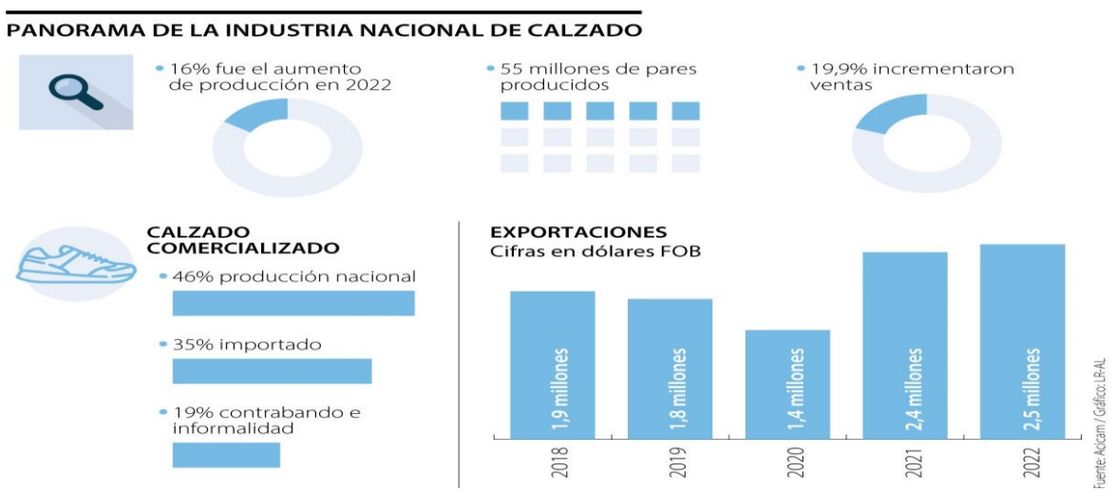
No. DE LOTES	NOMBRE	VALOR
LOTE 1	**MUJERES – CALZADO DE CALLE**	**$8.520.000**
LOTE 2	**HOMBRES - CALZADO DE CALLE**	**$17.666.650**
TOTAL		**$26.186.650**

La Entidad adjudicara el proceso por el valor de la oferta al proponente que oferte el menor valor, sin que este valor sobre pase el precio techo arrojado como resultado del estudio de mercado realizado por el Despacho Regional y del presupuesto de la Entidad.

4. ASPECTOS INTERNACIONALES

COMERCIO EXTERIOR

El sector de calzado y sus partes en el primer semestre de 2023, registró exportaciones por 15.3 millones de dólares, con una caída de 1.8%, frente a las exportaciones de enero a junio de 2018. Respecto a las exportaciones de calzado terminado, estas alcanzaron USD 12.7 millones con un incremento de 3.5% en valores y una caída de 5.1% en cantidades, para un total de 846 mil pares, esto significó un incremento de los precios. El aumento en valores se explica principalmente por el ascenso de las ventas a Estados Unidos, Brasil, Venezuela y Panamá[5].



[5] Bis

En 2023, el sector crecerá a un ritmo menor debido, principalmente, a aumentos de hasta 40% en los costos de insumos, producto de la devaluación. Sin embargo, los fabricantes se muestran optimistas.

Juan Raúl Vélez, presidente de Cueros Vélez, afirma que 2023 será un buen año para el sector a pesar de la devaluación, que afecta el costo de los insumos. La empresa sigue "con su proceso de expansión internacional con más de 30 tiendas en otros países de la región como: Panamá, Perú, Costa Rica, Guatemala y El Salvador. Próximamente abrirá su primera tienda en Puerto Rico y prevé abrir 20 tiendas en Chile durante los próximos cinco años", indica.

Jovical prevé ventas de 40.000 millones, un incremento de 25% y aumentar la producción entre 17% y 19%. Mussi, a pesar de que pronostica los gastos más altos de su historia, espera crecimientos de 16% en ventas y 12% en producción.

Esto significaría que la industria nacional siga ganando terreno a las importaciones. Según Acicam, ya 46% del consumo de calzado corresponde a producción nacional.

Entre las cinco empresas con mayores ventas en el sector, según Raddar, tres son nacionales: Cueros Vélez, Manisol y Croydon. El primer y quinto lugar lo ocupan marcas extranjeras: Adidas y Sportline America.

La industria está todavía lejos de los 80 millones de pares producidos en 2008, el máximo histórico que se logró antes de la entrada masiva de zapatos asiáticos. "Pero si se cumplen factores de formalización, políticas favorables y lucha contra el contrabando, esperamos recuperar esa cifra en cinco años", afirma Jorge Andrés Zuluaga, presidente de Acicam.

5. ASPECTO TÉCNICO:

Las características técnicas específicas de acuerdo con los materiales correspondientes al proceso de contratación, están descritas en el estudio previo, adicional a ello se requiere adquirir productos que cumplan con las adecuadas condiciones de oportunidad, calidad y cantidad, junto con las condiciones y tiempos de entrega.

Las especificaciones técnicas se determinan teniendo en cuenta las necesidades satisfacer con excelencia en términos de calidad, tecnología y personal idóneo basados en una cultura orientada al mejoramiento continuo en la gestión y desempeño de los procesos del SGC (Sistema de garantía de calidad) y cumpliendo con todos los requisitos legales y reglamentarios. Por tanto, el SENA construye desde sus necesidades, las fichas técnicas con las especificaciones requeridas para ofrecer al trabajador una indumentaria adecuada a sus funciones, por lo que, su ropa y calzado debe ajustarse a las características y naturaleza propias de cada función.

Desde el punto de vista técnico, es ventajoso que la entidad consulte varias referencias para orientar a los proponentes en la presentación de los elementos, siendo el factor de calidad, el de mayor grado de importancia dentro del proceso de selección y además se tendrán en cuenta:

El objeto a contratar presenta las siguientes especificaciones técnicas:

ITEM	DESCRIPCION DE LA NECESIDAD	CODIGO FICHA TECNICA SENA	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD SOLICITADA
GRUPO - MUJERES - CALZADO DE CALLE LOTE 1				
1	ZAPATO DAMA	VER FICHA TO	UND	24
GRUPO - HOMBRES - CALZADO DE CALLE LOTE 2				

2	ZAPATO CABALLERO	VER FICHA TO	UND	64

Calzado

VARIABLES	CRITERIO
CALIDAD MATERIALES DE MODA	Capellada en Cuero 100%
	Forros en Cuero 100%
	Plantilla y Sobre plantilla en Cuero Suelas (Neolite), tr)
DISEÑOS PRESENTADOS	Diseños y Modelos modernos
	Hormas Anatómicas
CALIDAD DE CONFECCIÓN	Guarnición (Hilos, Costuras)
	Montaje (Trompas-Contrafuertes)
	Terminación (Interna, Externa) (Finaje, Pegue, Acabados)
	Altura del Tacón

NOTA 1: Se anexa ficha técnica SENA donde se encuentra toda la descripción y/o especificación técnica de la dotación requerida.
Nota 2: Los gastos directos o indirectos que se generen por la contratación deben estar comprendidos en su oferta ya que el servicio de transporte requerido será asumido por cuenta del contratista
Nota 3: El SENA se reserva el derecho de adjudicar mayor o menor cantidad de las relacionadas, de acuerdo con las necesidades de dotación una vez se legalice el contrato, toda vez que la planta de personal es dinámica.
Nota 4: El o (los) adjudicatarios que tenga su sede principal en otras ciudades, deban tener establecimientos de comercio, sucursales, agencias comerciales, distribuidor, concesiones o franquicias abiertos al público en el D.T.C.H. de Santa Marta, los cuales deben estar registrados en el registro mercantil.
Nota 5: Muestras: El comité técnico evaluador, en la etapa de evaluación y verificación, mediante acta de visita técnica, verificará en los puntos de venta ofrecidos por el proponente, las muestras de los calzados los cuales no deben presentar ninguna clase de defectos.

ENTREGA: Una vez surtido el proceso de contratación, el (los) proveedor (es) seleccionado (s) asistirá a reunión previa con el supervisor del contrato para presentar muestras iniciales de los elementos con el propósito de acordar y aprobar la calidad de los acabados y materiales, detalles finales en cuanto a tallas y colores para dar visto bueno o aprobación para la elaboración de la totalidad de los elementos así como también acordar la forma y fecha de entrega de los bienes objeto de este proceso, que puede ser a través de órdenes de retiro u órdenes de entrega. En caso de que la entidad requiera la entrega de los elementos por medio de órdenes de retiro / ordenes de entrega, el proveedor deberá emitir documentos que deben contener como datos básicos: Nombre completo del Servidor Público, documento de identificación, prenda, cantidad a retirar, Valor total, y nombre y direcciones de los establecimientos. Este documento debe venir firmado por el representante legal o quien haya sido designado para tal fin.

En cumplimiento con lo establecido en el artículo 2.2.1.1.6.1. del Decreto 1082 de 2015 el comité jurídico señala que el objeto del presente proceso, conforme con lo establecido en el Código Civil artículos 1518 y 1519, es lícito no contraviene normas de carácter público, el mismo existe en el comercio nacional y se encuentran determinado en su género.

De igual forma y atendiendo a la naturaleza del objeto a contratar, se estableció que en el sector tanto público como privado, el tipo de contrato a celebrar es el de COMPRAVENTA y teniendo en cuenta la tipología contractual que se enmarca este se encuentra regulado normativamente por el artículo 1849 del Código Civil, el cual señala:

“La compraventa es un contrato en que una de las partes se obliga a dar una cosa y la otra a pagarla en dinero. Aquélla se dice vender y ésta comprar. El dinero que el comprador da por la cosa vendida se llama precio”

El contrato de compraventa es un contrato bilateral a través del cual una de las partes (vendedora) se obliga a la entrega de una cosa determinada y la otra (compradora) a pagar por ella un precio, ya sea en dinero o signo que lo represente.

Las obligaciones del vendedor según el artículo 1880 del código civil son las siguientes:

• La entrega o tradición de la cosa vendida.
• El saneamiento de la cosa vendida

Respecto a la entrega de la cosa, esta debe realizarse en el tiempo estipulado por las partes y debe entregarse exactamente la cosa que figura en el contrato; en el artículo 1882 del código civil expresa que si el vendedor retarda por culpa suya la entrega el comprador tiene dos opciones, preservar el contrato con derecho de ser indemnizado o desistir del contrato también con derecho a pedir indemnización de perjuicios.

En cuanto al saneamiento de la cosa vendida encontramos dos situaciones la primera es la obligación de amparar al comprador en el dominio y posesión de la cosa vendida para que este la ejerza de manera pacífica, y por otro lado responder por los vicios redhibitorios (vicios ocultos). Cuando se ampara al comprador en su dominio y posesión de la cosa esto comprende el saneamiento por evicción, evicción no es más que amparar al comprador cuando este ha sido privado en todo o en parte de la cosa por sentencia judicial.

Por otra parte, en cuanto al saneamiento por evicción según lo expresado en el artículo 1895 del código civil, solo debe responder el vendedor cuando las evicciones tengan una causa anterior a la venta a menos que en el contrato se haya estipulado otra cosa.

- **Criterios Ambientales y Seguridad y Salud en el Trabajo**:

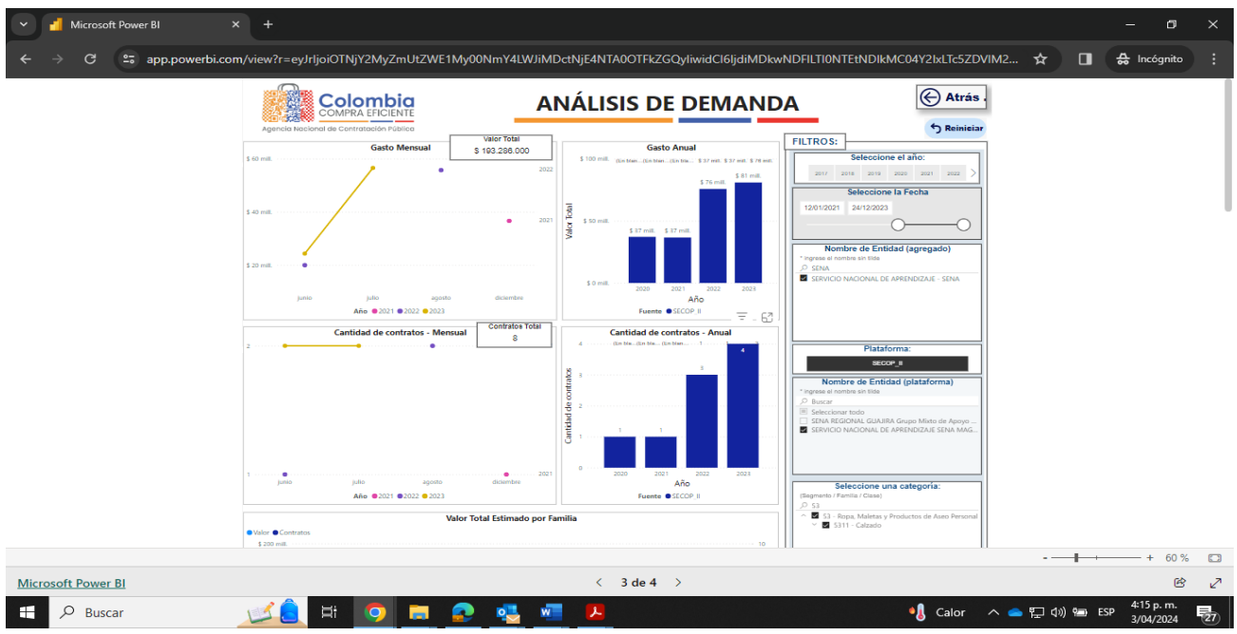
Criterios para compra de insumos consumibles de bioseguridad para la prevención del Covid-19	Etapa
El proponente deberá anexar el Formato Certificado de Implementación del Sistema de Gestión de la Seguridad y Salud en el Trabajo. GCCON-F-065 V.02.	Precontractual
Protocolo de bioseguridad para el manejo del covid	Precontractual
Entregar las fichas de datos de seguridad suministrada por el fabricante, comercializador o importador acorde con lo definido en el Sistema Globalmente Armonizado de Clasificación y Etiquetado de Productos Químicos Nota: Las Fichas de datos de seguridad deben ser en idioma español, contener los 16 ítems que establece la Resolución 773 de 2021 y estar actualizadas (fechas no superiores a los 5 años)	Contractual
Entregar los productos debidamente etiquetados acorde con lo establecido en el Sistema Globalmente Armonizado de Clasificación y Etiquetado de Productos Químicos	Contractual

Certificado de implementación del SG-SST acorde a la evaluación de estándares mínimos, certificación firmada el Representante Legal, y con los siguientes soportes: 1. Fotocopia de cédula y licencia de seguridad y salud en el trabajo del profesional que evalúa los estándares mínimos. 2.evaluacion de estándares mínimos y respectivo plan de acción de acuerdo a la aplicación de estándares mínimos aplicables - Dec. 1072/2015(2.2.4.6.1) y Res 0312-2019	Contractual
Entregar informe donde se evidencia la desinfección de la mercancía	Contractual

6. ANALISIS DE LA DEMANDA:

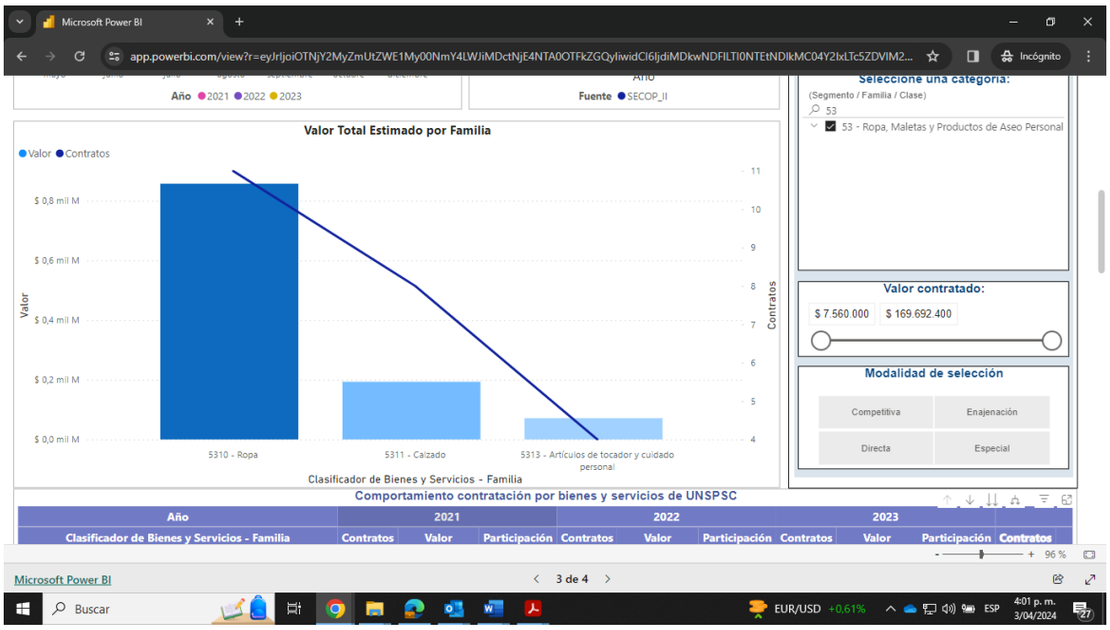
El Análisis de la demanda tiene como referencia el comportamiento de los procesos contractuales desarrollados en vigencias anteriores por la entidad para contratar los bienes objeto del presente estudio, este análisis se realiza desde la herramienta interactiva de visualización de la plataforma de Colombia Compra Eficiente denominada Herramienta de Análisis de Demanda, en la cual a partir de filtrar los datos

correspondientes a Entidad, Categoría del objeto a contratar, Fecha, Valor, se obtiene la información sobre el valor de la contratación, la comparación de la contratación con vigencias anteriores, número total de contratos, proveedores contratados y en qué proporción en cuanto a número de contrato y valor contratado.[6]

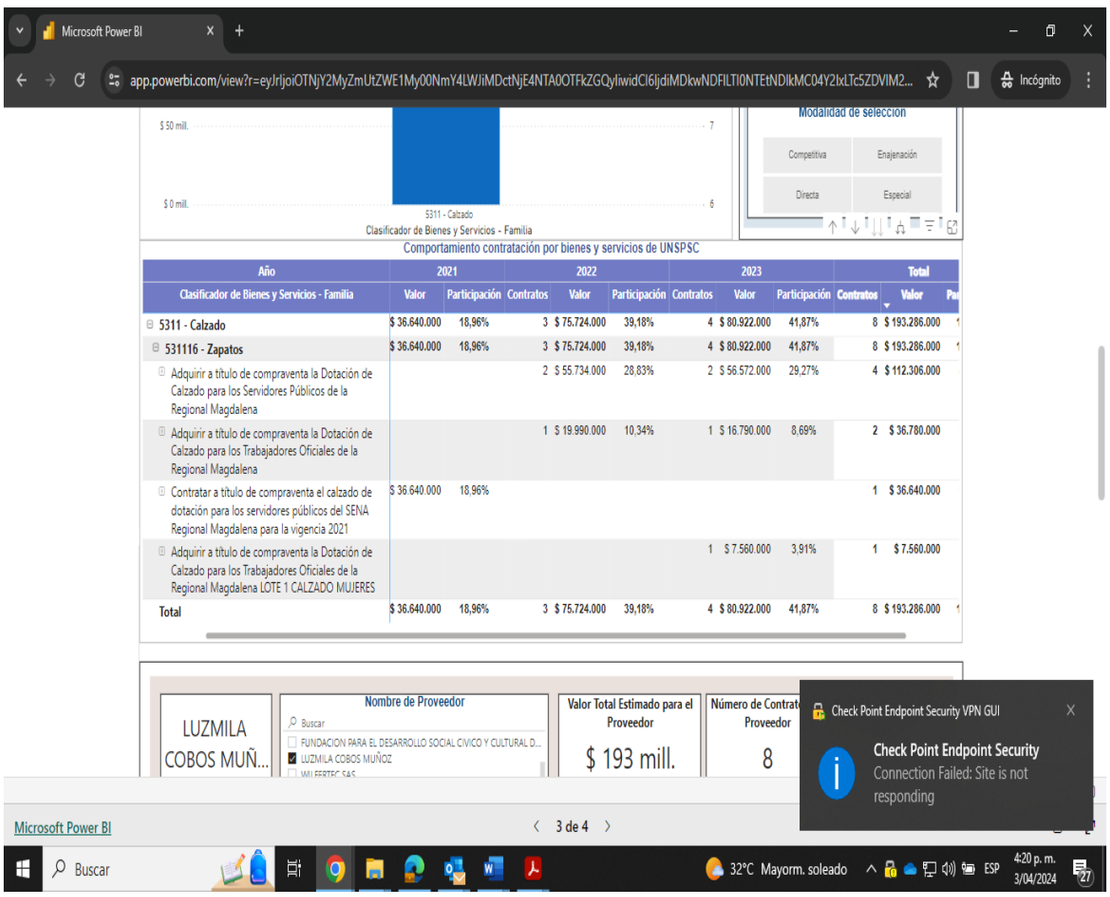


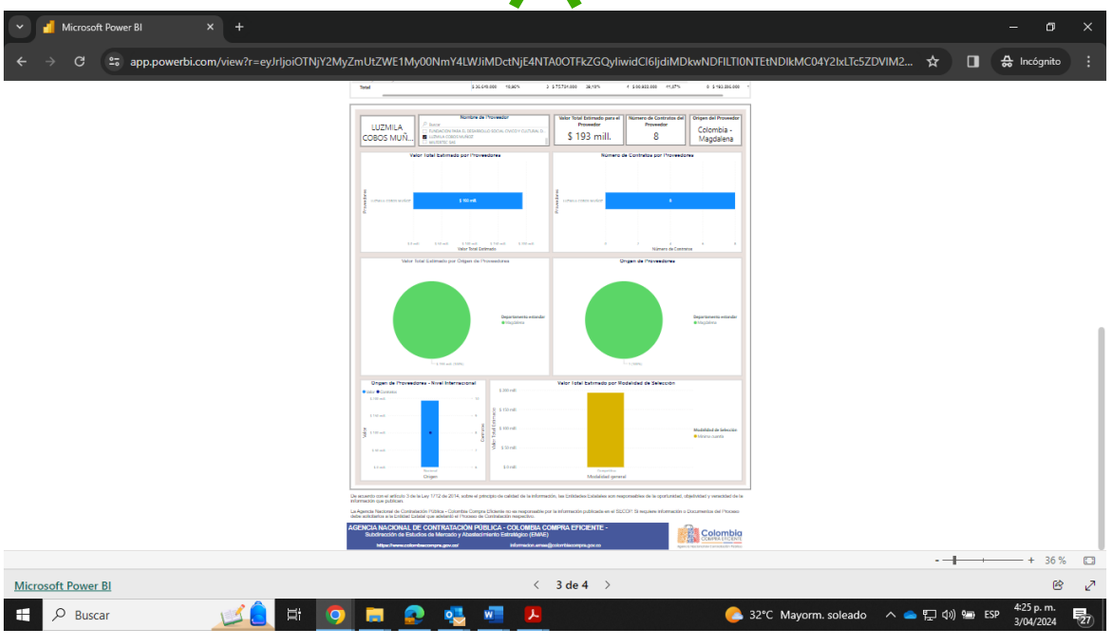
De acuerdo con la información obtenida luego de los filtros empleados, se observa que la Entidad ha contratado un total de $193.286.000 durante las vigencias 2021, 2022 y 2023, relacionando con calzado, lo cual indica que cada año se viene adelantando una contratación en relación con el objeto.

6
https://app.powerbi.com/view?r=eyJrIjoiMGY4MWZmZmUtNGJlYy00YTBlLTgzYmYtZGE2NGRkZDA1YTJlIiwidCI6IjdiMDkwNDFlLTI0NTEtNDlkMC04Y2IxLTc5ZDVlM2Q4YzFiZSIsImMiOjR9&pageName=ReportSection17ad17361e56dd6a009c



COMPORTAMIENTO CONTRATACIÒN POR BIENES Y SERVICIOS DE UNSPSC AÑO 2021-2022-2023





Del resultado arrojado sobre el Origen de Proveedores, se evidencia que en gran parte del territorio nacional se encuentran proveedores que proporcionan el servicio a contratar y que además demuestran interés en participar en las convocatorias publicadas por la Entidad; sin embargo, las contrataciones se han suscrito con proveedores domiciliados en los Departamento del Magdalena.

En cuanto a la modalidad de selección, la más utilidad por la Entidad corresponde a la Mínima Cuantía.

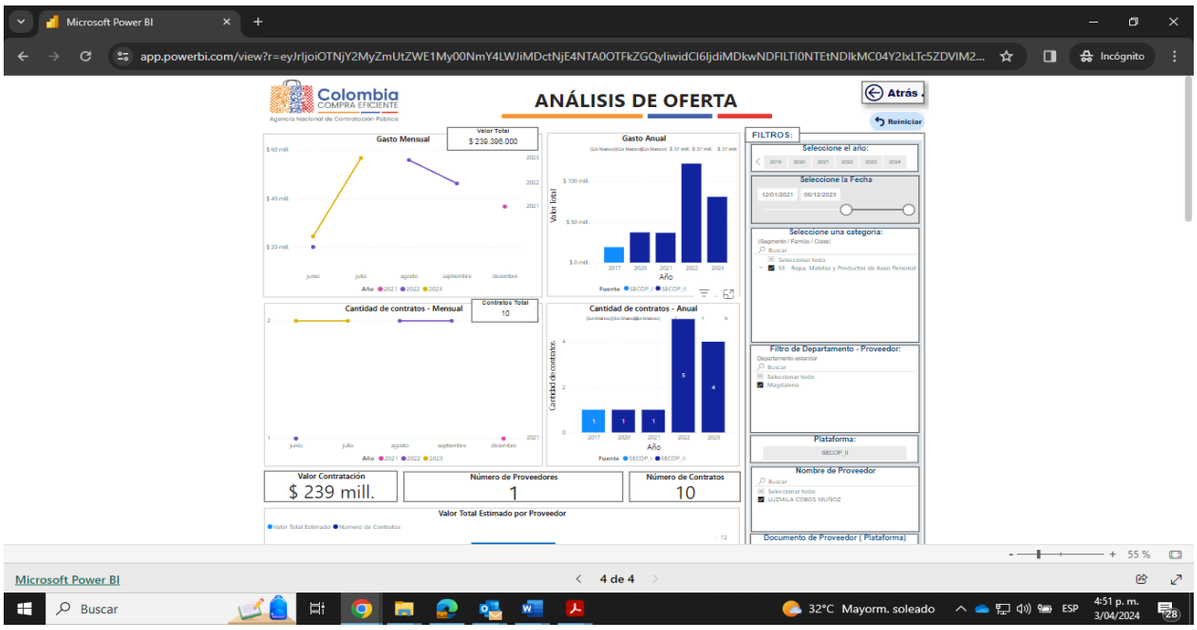
Además del análisis realizado por la *Herramienta de Análisis de Demanda*, tomaremos como referencia el comportamiento de los procesos contractuales desarrollados por el Despacho de la Regional para contratar la compra de calzado objeto del presente estudio, teniendo como resultado los siguientes aspectos:

ENTIDAD	MODALIDAD SELECCION	No. PROCESO	OBJETO	VALOR
SENA REGIONAL MAGDALENA	Mínima cuantía	MC-MGN-0028-2021	Contratar la compra de dotación de ropa de trabajo y calzado de los Servidores Públicos y Trabajadores Oficiales de la Regional Magdalena del Servicio Nacional de Aprendizaje SENA para la vigencia 2020 no incluidos en el AMP CCE-967-AMP-2019.	$36.640.000
SENA REGIONAL MAGDALENA	Mínima cuantía	**MC-MGN-0036-2022**	Adquirir a título de compraventa la Dotación de Calzado para los Trabajadores Oficiales de la Regional Magdalena Lote 1y 2	**$ 55.734.00**
SENA REGIONAL MAGDALENA	Mínima cuantía	**MC-MGN-0020-2023**	Adquirir a título de compraventa la Dotación de Calzado para los Trabajadores Oficiales de la Regional Magdalena Lote 1 y 2	**$ 56.572.000**

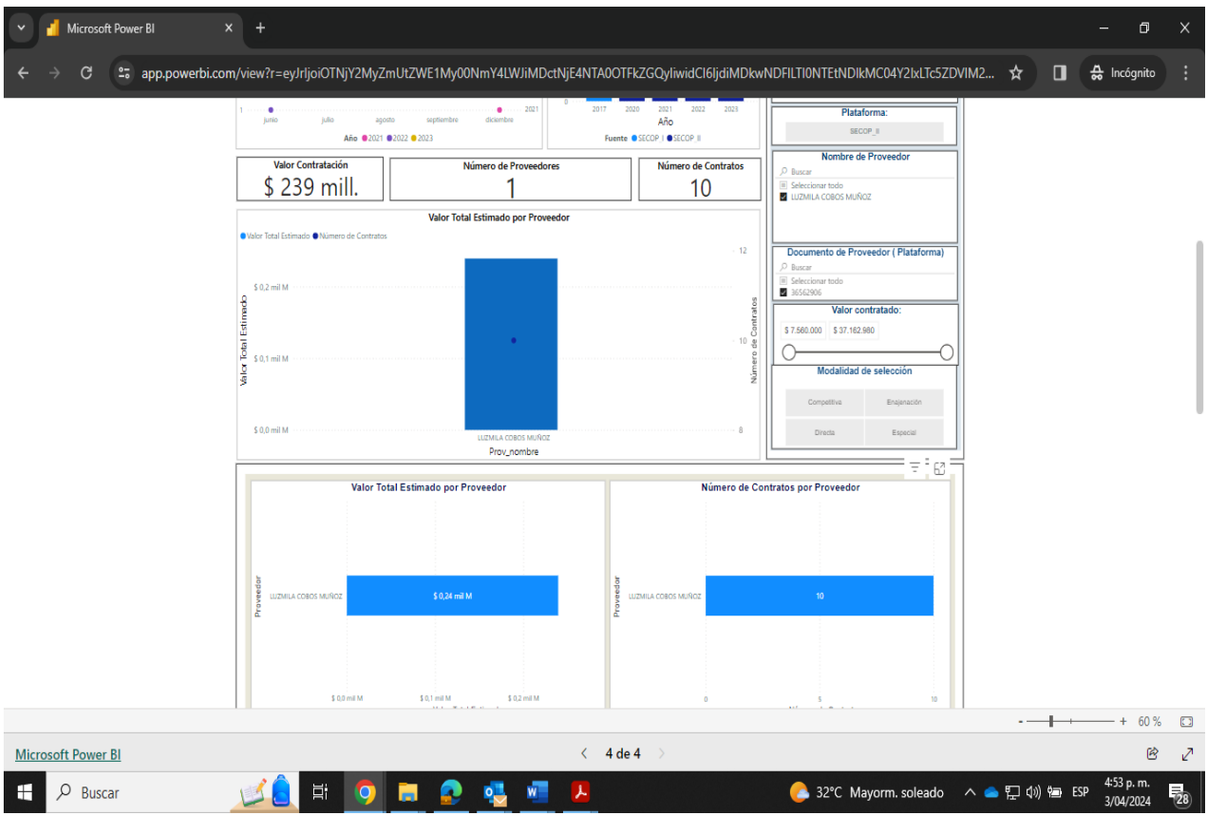
7. ANALISIS DE LA OFERTA

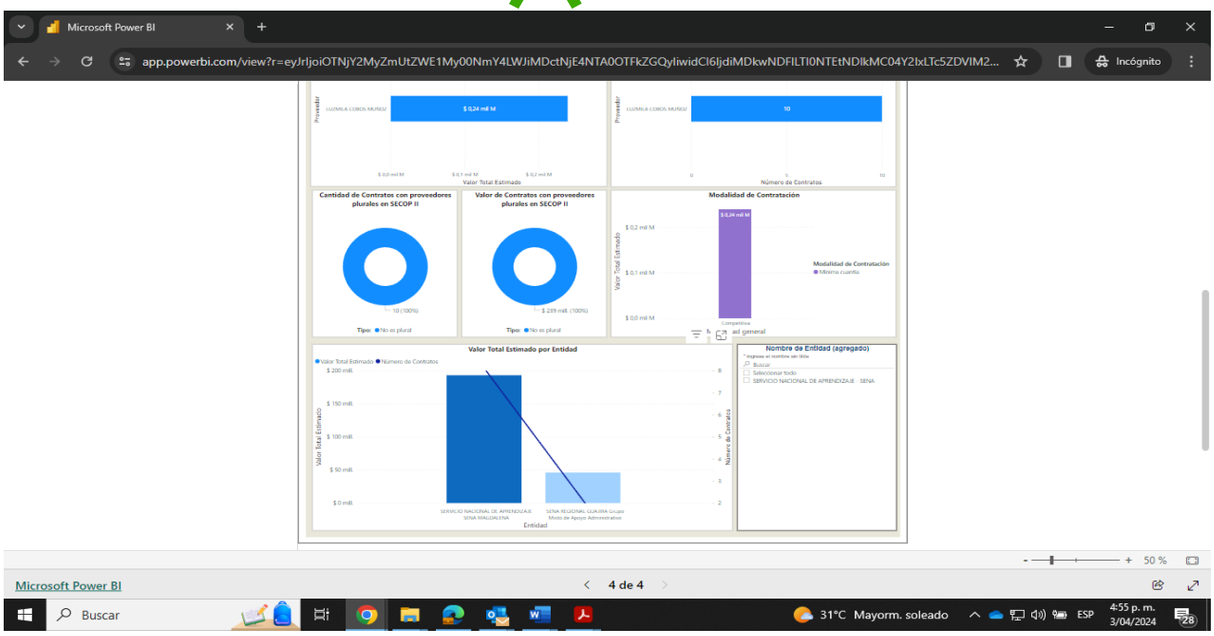
En economía se define la oferta como aquella cantidad de bienes y servicios que los ofertantes están dispuestos a poner a la venta en el mercado a unos precios concretos. Más concretamente, la oferta es la cantidad de bienes y servicios que diversas organizaciones, instituciones, personas o empresas están dispuestas a poner a la venta, es decir, en el mercado, en un lugar determinado (un pueblo, una región, un continente…) a un precio dado, bien por el interés del oferente o por la determinación pura de la economía. Los precios no tienen por qué ser iguales para cada tipo de productos e incluso en un mismo producto, dos oferentes diferentes pueden decidir poner un precio diferente.

Los servicios demandados en el presente proceso de contratación son muy comunes con una gran oferta en el mercado, teniendo en cuenta para el funcionamiento de cualquier empresa o entidad se requieren los equipos de cómputo el cual ayuda en al funcionamiento de las labores de cada empresa y/o entidad.

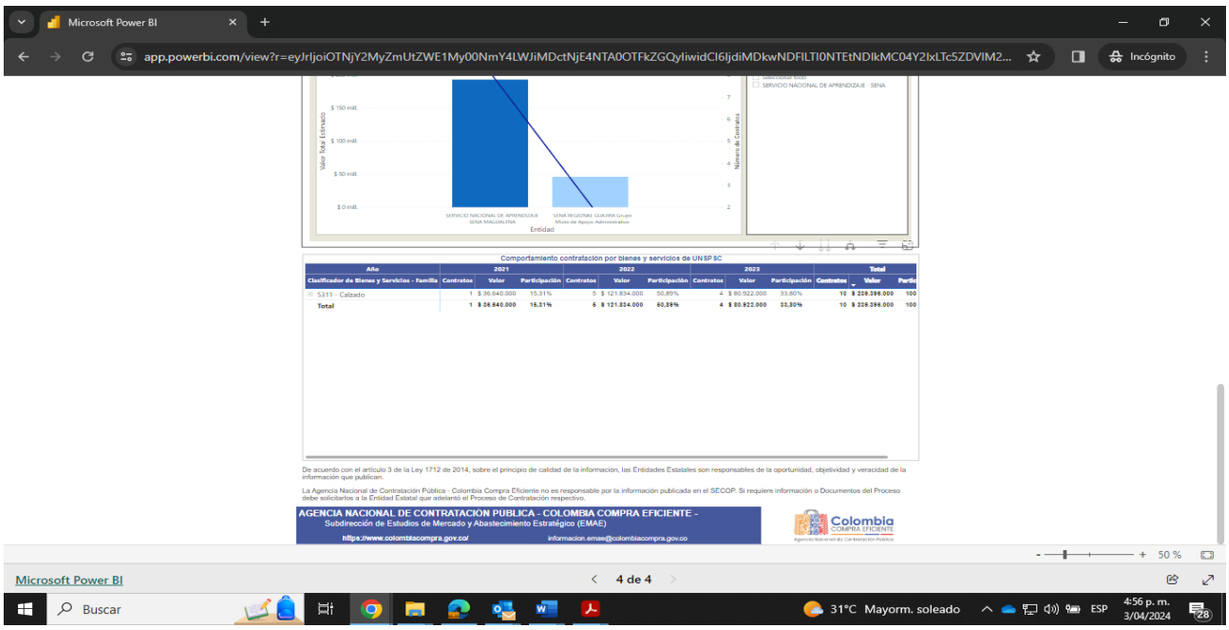


Empleando los mismos filtros de la Análisis de la Demanda en cuanto a Fecha, Categoría y Departamento, se observa que existe en el mercado Local empresas que ofrecen el servicio objeto del presente proceso de selecciones capaces de satisfacer las necesidades del SENA quienes se encargan de atender comercialmente los requerimientos de las entidades públicas y privadas a nivel nacional. En el Departamento del Magdalena se han suscrito un total de 10 por un total de $ 239.000.000 con 1 proveedor en la modalidad mínima cuantía.





COMPORTAMIENTO CONTRATACION POR BIENES Y SERVICIOS UNSPSC



Más concretamente, la oferta es la cantidad de bienes y servicios que diversas organizaciones, instituciones, personas o empresas están dispuestas a poner a la venta, es decir, en el mercado, en un lugar determinado (un pueblo, una región, un continente…) y a un precio dado, bien por el interés del oferente o por la determinación pura de la economía.

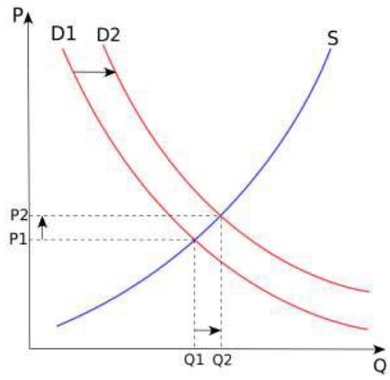
Con la diversificación y tecnificación de la economía, el concepto de oferta ha ido en evolución constante a lo largo de tiempo. Desde una única unidad de venta (por ejemplo, la oferta de pan en la Edad Media era única y a un precio fijo), hasta contar con verdaderas discriminaciones de precios, en función de calidad, la cantidad, el lugar donde se ofrezca e incluso al mercado objetivo al que vaya destinado.

En cualquier sistema económico, ya sea de economía planificada o libre mercado, la oferta juega un papel fundamental en la determinación del precio, ya que es la interacción de esta con la demanda en ese momento la que podrá trasladar al precio la cuantificación y valoración de los productos y servicios a las necesidades de los demandantes.

Por otra parte, en ocasiones la oferta no viene dada por acciones del mercado, sino que viene impuesta por alguna institución (Estado, Administración, Organización…) para poder suplir unas necesidades.

Esto se produce, aunque no haya demanda, e incluso en ocasiones los productores pactan ofrecer unos mismos bienes a un precio similar, rompiéndose la cadena de libre mercado y quebrando la competencia.

Trasladando a un gráfico los comportamientos de la oferta y demanda que acabamos de explicar, se comprende que la curva de oferta (S) sea creciente y la curva de demanda (D) sea decreciente.



Estos servicios son prestados por empresas locales y nacionales pero por razones de cercanía, es conveniente que las empresas tengan sede en la ciudad. Atendiendo las ofertas que se han presentado en la Entidad en vigencias anteriores en la venta de este tipo de bienes, éstos se especializan en el Sector Secundario-Bienes y Servicios y se analizan las características de los oferentes, utilizando bases de datos, reportes empresariales, directorio telefónico, internet.
Se hizo el análisis de la oferta para identificar los posibles oferentes, encontrándose que a nivel local.

En tal sentido, a continuación, se presenta el listado de las empresas que pueden prestar los productos solicitados por la Entidad: así

NOMBRE EMPRESA	DIRECCION
MATTELSA	Cra. 5 #26b7, Santa Marta, Magdalena Teléfonos: 01-800-0413757
GEF PUNTO BLANCO	Centro Comercial Buenavista, Calle 29A #9-14 Local 47ª Teléfono: (5) 4334270
ALMACENES D'MODA SA	Cra. 5 #13-25 Teléfono: 3400320
ARTURO CALLE	C.C. Buenavista Local 92 Avenida el libertador Teléfono: (5) 4331149
QUEST S.A.S.	Calle 29 # 15 - 100, Centro Comercial Ocean Mall Local 132 (2) 4895000 ext. 9084
ALMACEN EL CAMPEON	Cl 11 8-18 Teléfonos : (57) (5) 4215193
ALMACÉN SOFÍA	Cl 29 14-190 L-25 C.C. Ocean Mall Teléfonos : (57) (5) 4308414
ALMACÉN LINA MARÍA	Cr4 21-28 Teléfonos : (57) (5) 4213485
CALZADO STATUS	Cl 12 7-27 Teléfonos : (57) (5) 4316253
RED TAB	Cl 13 4-29 San Andresito Teléfonos : (57) (5) 4211094
CALZADO SPRING STEP	Cra. 5, Santa Marta Teléfonos : (57) (5) 4314485
BOSI BUENAVISTA	Calle 14 Dg 34-01 Centro Comercial Sta Marta Buenavista Teléfonos : (57) (5) 4334282
CALZADO STATUS	Cl. 12 #7-27 Teléfonos : (57) (5) 4214138
CALZADO BUCARAMANGA	Cl. 19 #4-73 Teléfonos : (57) (5) 4233496
ECOCUEROS	C.C. Plazuela 23 Cl. 23 No. 6- 18, Santa Marta

Atendiendo las ofertas que se han presentado en la Entidad en vigencias anteriores en la prestación de este tipo de bienes, éstos se especializan en el Sector Terciario- comercio y se analizan las características de los oferentes.

Firmado digitalmente por CARLOS HELMAN URIBE TARAZONA
Fecha: 2024.04.15 17:28:41 -05'00'

CARLOS HELMAN URIBE TARAZONA
Director SENA Regional Magdalena

Vo. Bo. Belkis Peña Fernandez- Coordinadora Grupo de Apoyo Administrativo Mixto

Revisó: Lisneida Celedón Urbina- Abogada Grupo de Apoyo Administrativo Mixto

Proyectó Comité estructurador:

Área Solicitante: *Lisneys Rosellon Barros* ***Técnico Grado 02*** ***(lrosellon@sena.edu.co)***

Área Jurídica: *Lisneida Celedón Urbina - Abogada - Contratación. (lceledon@sena.edu.co)*

Área Financiera: *Nelson Ribón Garcia - Auxiliar Grado 2 (nribon@sena.edu.co)*