ANÁLISIS DEL SECTOR

En cumplimiento con lo ordenado y lo dispuesto en el Artículo 2.2.1.1.1.6.1 del Decreto 1082 de 2015, se realiza este Análisis del sector económico y de los oferentes por parte de las entidades estatales.

OBJETO: "SUMINISTRO DE ENTREGAS DE AYUDAS HUMANITARIAS INMEDIATAS A LA POBLACIÓN VÍCTIMA DEL CONFLICTO ARMADO DEL MUNICIPIO DE LA APARTADA CÓRDOBA".

De Conformidad con el clasificador de bienes y servicios de Naciones Unidas, UNSPSC, consultado en la página web. www.colombiacompra.gov.co/clasificacion, el objeto a contratar se encuentra codificado así:

CLASIFICACIÓN UNSPSC	DESCRIPCION
501515	Grasas y aceites vegetales comestibles
501615	Chocolates, azucares, edulcorantes productos
501719	Salmuera y salsa y aceitunas
501929	Pastas O Tallarines Natural
502017	Café Y Te
502210	Legumbres
502211	Cereales
504018	Frijoles
504045	Lentejas
531315	Dentales
141117	Productos De Papel Para Uso Personal
811416	Manejo De Cadena De Suministros

VALOR DEL CONTRATO: TREINTA MILLONES DE PESOS M/CTE ($30.000.000,oo).

1. ASPECTOS GENERALES

De conformidad a lo previsto Artículo 2.2.1.1.1.6.1 del Decreto 1082 de 2015, que establece que la Entidad Estatal debe hacer durante la etapa de planeación, el análisis necesario para conocer el sector relativo al objeto del Proceso de Contratación, realizado y con base en la metodología para la elaboración de estudio del sector, realizado por Colombia Compra Eficiente, procede al Municipio a realizar el estudio del sector.

De conformidad con lo anterior, el Municipio hizo el siguiente análisis:

ASPECTOS GENERALES DEL MERCADO

1.1. Aspectos Económicos.

La actividad económica de un país está dividida en sectores económicos, de acuerdo a los procesos de producción que ocurren al interior de cada uno de ellos; donde cada sector se encarga de realizar una parte de la actividad económica total; un sector económico posee elementos y características comunes, constituyéndose como una unidad, diferenciándose así de otros sectores.

Acorde con este criterio, nos centraremos en el sector terciario de la economía, el cual se subdivide a su vez en sectores, como el comercio, los restaurantes, los hoteles, el transporte, los servicios financieros, comunicaciones, los servicios de educación, los servicios profesionales, el Gobierno, etc., que contribuyen en gran medida a la formación del ingreso nacional y del producto nacional.

1.2 Aspectos Macroeconómicos nacionales:

Las cuentas nacionales trimestrales constituyen una síntesis de la información de coyuntura económica, mediante la cual se articulan los indicadores de estadísticas básicas en los principales agregados macroeconómicos. Para tal efecto, las cuentas trimestrales se soportan en los estándares internacionales de medición económica definidos por la Organización de Naciones Unidas y el Fondo Monetario Internacional.

1.2.1. Balanza Comercial.

La balanza comercial tiene una relación directa con la productividad y competitividad de un país; si un país no produce, no exporta, tendrá que importar lo que necesita y la importación requiere dinero, dinero que difícilmente se consigue si no se produce, sino se exporta, de allí que algunos países arrastren una pesada deuda externa.

En octubre de 2022 se registró un déficit en la balanza comercial colombiana de US$1.475,1 millones FOB, mientras que en octubre de 2021 se presentó un déficit de US$1.515,1 millones FOB. La balanza comercial es la diferencia que existe entre el total de las exportaciones e importaciones de un país.

Balanza Comercial			
Colombia, balanza comercial anual 2000 - 2022ᵖ*			
Años	Millones de dólares FOB		
	Exportaciones	**Importaciones**	**Balanza**
2000	13.158	10.998	2.160
2001	12.330	11.997	333
2002	11.975	11.897	78
2003	13.129	13.026	103
2004	16.788	15.649	1.140

2005	21.146	19.799	1.347
2006	24.512	24.534	-22
2007	30.279	30.807	-528
2008	36.786	37.152	-366
2009	32.846	31.181	1.665
2010	39.713	38.154	1.559
2011	56.915	51.556	5.358
2012	60.125	56.102	4.023
2013	58.826	56.620	2.206
2014	54.857	61.088	-6.231
2015	36.018	51.598	-15.581
2016	31.768	42.849	-11.081
2017	38.022	43.972	-5.950
2018	41.905	48.945	-7.040
2019	39.489	50.271	-10.782
2020	31.056	41.185	-10.130
2021	41.390	56.649	-15.259
2022*	48.042	60.379	-12.337
Fuente: DIAN- DANE (IMPO)			
[p] provisional			
* Corresponde hasta el mes de octubre			
Actualizado el 20 de diciembre de 2022			

Ventas reales.

En noviembre de 2022, frente al mismo mes de 2021, las ventas reales del comercio minorista, excluyendo las empresas del grupo CIIU 473 (Comercio al por menor de combustible, lubricantes, aditivos y productos de limpieza para automotores, en establecimientos especializados), aumentaron 1,5%. Según los departamentos desagregados, la mayor contribución positiva a las ventas del comercio minorista sin combustibles ni lubricantes se registró en Bogotá D.C. con 0,9 puntos porcentuales, seguido de Cundinamarca con un aporte de 0,3 puntos porcentuales.

Al comparar noviembre de 2022 frente a noviembre de 2019 la variación fue de 13,4%.

1.6 Grandes almacenes e hipermercados minoristas (GAHM)

Tabla 12. Variación porcentual de las ventas nominales y personal ocupado en grandes almacenes e hipermercados minoristas
Total nacional[Pr]
Noviembre 2022 / noviembre 2021
Noviembre 2022 / noviembre 2019

Porcentaje (%)

Indicador	Anual - trienal		Corrido anual - corrido trienal	
	Nov 2022 / nov 2021	Nov 2022 / nov 2019	Ene - nov 2022/ ene -	Ene - nov 2022/ ene - nov 2019
Ventas nominales	16,7	43,9	24,2	49,1
Personal ocupado	3,3	0,0	2,4	0,7

Fuente: DANE – EMC
Pr: preliminar

Ventas nominales

En noviembre de 2022 las ventas nominales del comercio minorista en los grandes almacenes e hipermercados alcanzaron un total de $9,2 billones, lo que significó un aumento de 16,7%, frente a noviembre de 2021.

En el periodo enero - noviembre 2022, las ventas nominales del comercio minorista en los grandes almacenes e hipermercados ascendieron a $91,6 billones, lo que significó un aumento de 24,2%, frente al periodo enero - noviembre 2021.

Si se comparan las ventas nominales de grandes almacenes e hipermercados minoristas del comercio al por menor de noviembre de 2022 con las de noviembre de 2019, se observa una variación de 43,9%. Para el periodo enero – noviembre 2022 frente a enero - noviembre de 2019 la variación fue de 49,1%.

1.7. Comercio al por mayor nacional

Variación anual margen comercial
Noviembre 2022/ noviembre 2021
Noviembre 2022/ noviembre 2019

La variación del margen comercial (ventas - costo de la mercancía vendida) del comercio al por mayor (División 46) fue 14,7% para el mes de noviembre de 2022 en relación con noviembre de 2021. Para este mes los tres (3) dominios de publicación presentaron variaciones positivas, siendo el margen comercial del comercio de Maquinaria y equipo, especializado en otros productos; No especializado el que presentó la mayor contribución al total de la división con 5,7 puntos porcentuales, seguido de Materias primas agropecuarias; Alimentos, bebidas y tabaco; Artículos y enseres domésticos exceptuando productos farmacéuticos, medicinales, cosméticos y de tocador con 5,3 puntos porcentuales.

Si se compara el margen comercial del comercio al por mayor de noviembre de 2022 frente a noviembre de 2019, se evidencia que se registró una variación trienal de 48,1% y los tres (3) dominios de publicación presentaron variación positiva.

Tabla 13. Variación del margen comercial mayorista nominal y personal ocupado
Total nacional
Noviembre 2022 / noviembre 2021
Noviembre 2022 / noviembre 2019[pr]

Dominio CIIU Rev. 4 A. C. Código - Descripción	Margen comercial Nov 2022 /nov 2021 Var (%)	Margen comercial Nov 2022 /nov 2021 Cont. (pp)	Personal Nov 2022 /nov 2021 Var (%)	Personal Nov 2022 /nov 2021 Cont. (pp)	Margen comercial Nov 2022 /nov 2019 Var (%)	Margen comercial Nov 2022 /nov 2019 Cont. (pp)	Personal Nov 2022 /nov 2019 Var (%)	Personal Nov 2022 /nov 2019 Cont. (pp)
Total comercio al por mayor	**14,7**	**14,7**	**3,4**	**3,4**	**48,1**	**48,1**	**5,1**	**5,1**
462 - 463 - 4641 - 4642 - 4643 -4644 - 4649. Materias primas agropecuarias; Alimentos bebidas y tabaco; Artículos y enseres domésticos exceptuando productos farmacéuticos, medicinales, cosméticos y de tocador.	15,2	5,3	4,2	1,4	48,0	16,8	4,1	1,4
4645. Productos farmacéuticos, medicinales, cosméticos y de tocador.	16,0	3,7	5,3	1,1	33,5	8,6	14,0	2,8
465 - 466 - 469. Maquinaria y equipo, especializado en otros productos; No especializado.	13,6	5,7	2,0	0,9	57,9	22,7	2,0	0,9

Fuente: DANE – EMC
Pr: preliminar

La balanza comercial tiene una relación directa con la productividad y competitividad de un país; si un país no produce, no exporta, tendrá que importar lo que necesita y la importación requiere dinero, dinero que difícilmente se consigue si no se produce, sino se exporta, de allí que algunos países arrastren una pesada deuda externa.

En octubre de 2022 se registró un déficit en la balanza comercial colombiana de US$1.475,1 millones FOB, mientras que en octubre de 2021 se presentó un déficit de US$1.515,1 millones FOB. La balanza comercial es la diferencia que existe entre el total de las exportaciones e importaciones de un país.

Inflación.

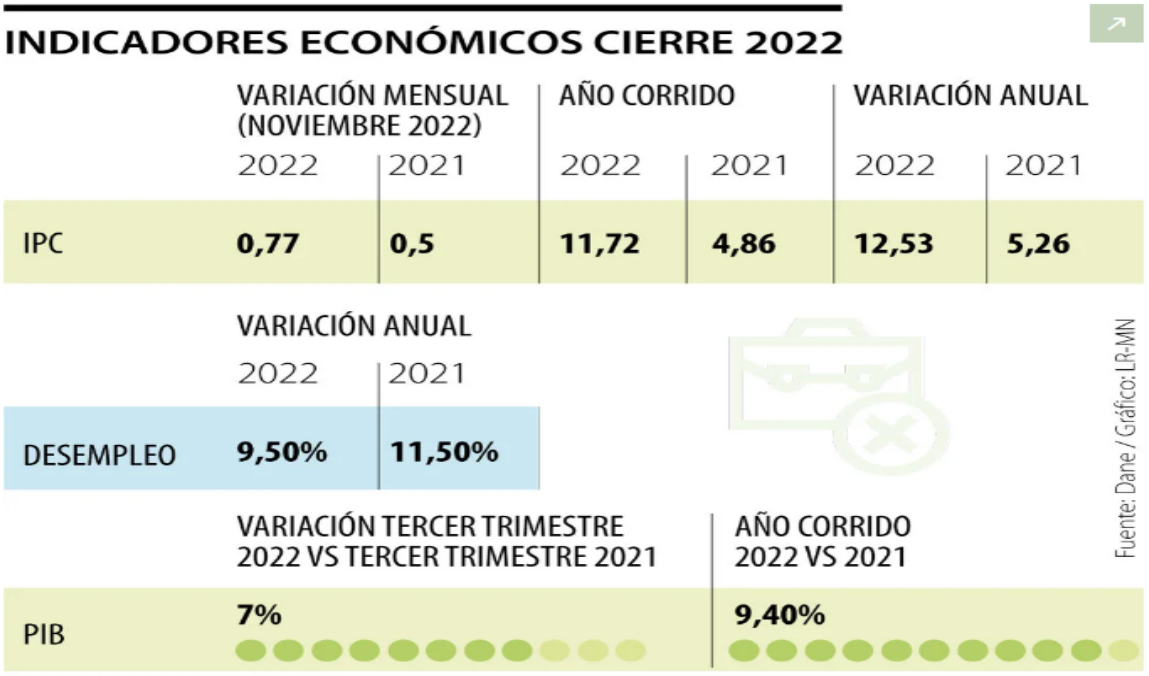
La inflación es el aumento generalizado y sostenido del nivel de precios existentes en el mercado durante un período de tiempo. Cuando el nivel general de precios aumenta, con cada unidad de moneda se adquieren menos bienes y servicios. Es decir, que la inflación refleja la disminución del poder adquisitivo de la moneda: “una pérdida del valor real del medio interno de intercambio y unidad de medida de una economía”. Una medida frecuente de la inflación es el índice de precios, que corresponde al porcentaje anualizado de la variación general de precios en el tiempo (el más común es el índice de precios al consumidor)

El cierre de 2022 terminó con un balance de leve recuperación en cuanto a los indicadores macroeconómicos de PIB y desempleo. Sin embargo, el impacto del IPC en la capacidad de consumo de los hogares, fue uno de los factores que complicó lo

que fue este año en materia economica. El conflicto entre Rusia y Ucrania es uno de los hechos internacionales que influyó en el aumento generalizado de precios.

Cabe destacar que, iniciando 2022 la economía aún recibía el impacto de la pandemia del covid 19 y, el para nacional de 2021 y la crisis de los contenedores. Este último hecho elevó los precios de los productos de la cadena de valor a nivel internacional, elevando a su vez, el valor del producto final.
Pero una vez entrando en lo que sería este año, uno de los hechos que más complicó la economía internacional este año fue el conflicto entre Rusia y Ucrania, que estalló a finales de febrero de 2022. En especial, la tensión entre ambas naciones afectó al sector de alimentos en Colombia, pues estos países son grandes abastecedores de cereales y fertilizantes.

Así fue como se generó un escenario de aumento de costos en el sector agropecuario del país. Para dar un ejemplo de esto, en el sector de la piscicultura el valor de los concentrados tuvo un aumento de 32%. Esto también se evidencia si se analiza la evolución que tuvo la inflación a lo largo de 2022, pues precisamente los alimentos fueron los que más jalonaron el aumento generalizado de precios. Iniciando el año la inflación se encontraba en 6,94%, superó registros históricos y hoy se encuentra en 12,53% .



Y es que, pasando al sector de alimentos y bebidas no alcohólicas, tuvieron un incremento promedio de 24,49% entre enero y noviembre, por encima de la inflación. Los otros dos sectores en los que se presentaron cifras por encima del promedio nacional fueron muebles, artículos para el hogar y la conservación del hogar con 17,06% y restaurantes y hoteles 15,63%.

En línea con lo que ha sido el Fenómeno de la Niña, el cual lleva afectando al país por más de 29 meses seguidos, productos como la arracacha, ñame y otros tubérculos se encarecieron 101,16%. Sin duda, esto afectó la capacidad de consumo de los colombianos pues, hacer un mercado con solo alimentos hoy cuesta 27% más de lo que necesitaba para ir a mercar en noviembre de 2021.

Respecto al desempleo, el panorama no deja de ser desalentador. Sin embargo, en el mes de noviembre el presidente Gustavo Petro destacó que se haya regresado a un cifra de un solo dígito, hoy se ubica en 9,5% . Para el mes de noviembre de 2021 esta tasa se ubicó en 11,5 %. También hubo una leve recuperación en cuanto a la informalidad del mercado laboral; sin embargo, este aspecto se debe seguir fortaleciendo. Según el Dane, para noviembre de 2022, la proporción de población ocupada informal se ubicó en 58,1%, teniendo una reducción de 0,8 puntos porcentuales frente al mismo mes de 2021.
Cabe resaltar el aumento de 16% que decidió el Gobierno Nacional en los últimos días, incremento que se hizo teniendo en cuenta una productividad de 1,24% y la proyección de inflación de 12,64% para el cierre del año, de acuerdo con la más reciente encuesta de expectativas del Banco de la República.

Pese a las dificultades que se tuvieron que sortear en el año, en el tercer trimestre hubo una recuperación de la producción. El Producto Interno Bruto, en su serie original, creció aproximadamente 7% respecto al mismo periodo de 2021.

Las actividades que más contribuyeron a esto fueron el Comercio al por mayor y al por menor; Reparación de vehículos automotores y motocicletas; Transporte y almacenamiento; Alojamiento y servicios de comida .

No obstante, la proyección para 2023 es de cautela, pues aún se seguirá sintiendo el impacto de las coyunturas internacionales. En los últimos días, Fedesarrollo anunció que para 2023 se anticipa un crecimiento de la economía colombiana del 1,5 %, lo que significó una reducción frente al informe de septiembre, cuando proyectaban un aumento de 2,4 %.

Producto interno bruto:

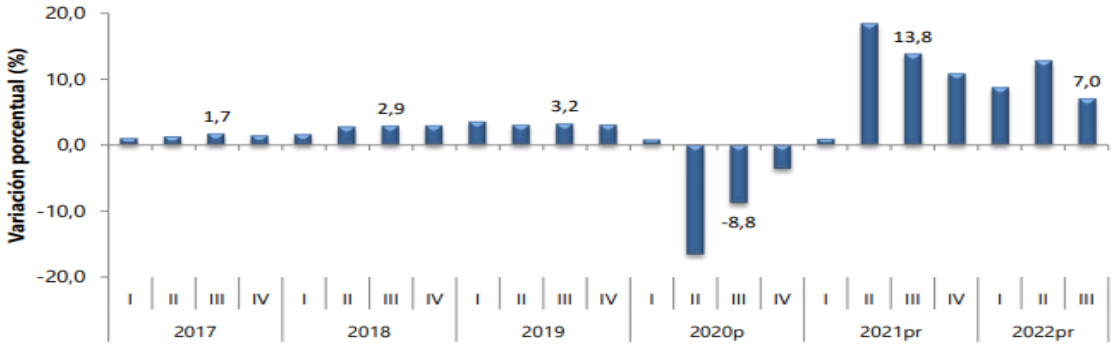
En el tercer trimestre de 2022, comparado con el trimestre inmediatamente anterior, el PIB crece 1,6%, ajustada por efecto estacional y calendario.
• Durante lo corrido del año 2022pr, el Producto Interno Bruto presenta un crecimiento 9,4%, respecto al mismo periodo del año anterior.
• En el tercer trimestre de 2022pr, el PIB en su serie original crece 7,0%, respecto al mismo periodo del año anterior.
• La actividad económica que más contribuye al crecimiento del tercer trimestre de 2022pr del valor agregado es Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas; Transporte y almacenamiento; Alojamiento y servicios de comida que crece 8,1% y contribuye 1,6 puntos porcentuales a la

variación anual.

Producto Interno Bruto (PIB)

III trimestre 2022 preliminar

Gráfico 1. Producto Interno Bruto
Tasa de crecimiento en volumen[1]
2017-I / 2022[pr]- III



Fuente: DANE, Cuentas nacionales
[1]Series encadenadas de volumen con año de referencia 2015
[pr]preliminar
[p]provisional

En el tercer trimestre de 2022, el Producto Interno Bruto, en su serie original, crece 7,0% respecto al mismo periodo de 2021.

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 8,1% (contribuye 1,6 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 36,9% (contribuye 1,1 puntos porcentuales a la variación anual).
• Industrias manufactureras crece 7,0% (contribuye 0,9 puntos porcentuales a la variación anual).
Durante el año corrido de 2022, respecto al mismo periodo del año anterior, el Producto Interno Bruto presenta un crecimiento 9,4%.

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 15,1% (contribuye 2,9 puntos porcentuales a la variación anual).
• Industrias manufactureras crece 12,6% (contribuye 1,6 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 37,0% (contribuye 1,2 puntos porcentuales a la variación anual). Respecto al trimestre inmediatamente anterior, el Producto Interno Bruto en su serie ajustada por efecto estacional y calendario crece 1,6%.

Esta variación se explica principalmente por la siguiente dinámica:
• 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 7,5%.
• Construcción 2,8%.
• Explotación de minas y canteras crece 1,9%.

Producto Interno Bruto (PIB)
Enfoque de la producción
Tasa de crecimiento (%) anual, año corrido y trimestral en volumen[1] por actividad económica
2021pr - 2022pr tercer trimestre

Actividad económica	Serie original		Serie corregida de efecto estacional y calendario
	Anual	Año corrido	Trimestral
	2022pr - III / 2021pr - III	2022pr / 2021pr	2022pr - III / 2022pr - II
Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca	-1,4	-1,0	-1,2
Explotación de minas y canteras	2,5	1,3	1,9
Industrias manufactureras	7,0	12,6	0,9
Suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado[2]	2,7	4,9	-0,4
Construcción	13,4	9,2	2,8
Comercio al por mayor y al por menor[3]	8,1	15,1	0,9
Información y comunicaciones	14,0	17,6	1,5
Actividades financieras y de seguros	9,2	5,8	-0,2
Actividades inmobiliarias	2,1	2,0	0,4
Actividades profesionales, científicas y técnicas[4]	7,9	10,0	1,6
Administración pública, defensa, educación y salud[5]	2,9	6,1	-0,7
Actividades artísticas, de entretenimiento y recreación y otras actividades de servicios[6]	36,9	37,0	7,5
Valor agregado bruto	**6,6**	**9,2**	**0,9**
Impuestos menos subvenciones sobre los productos	**10,8**	**11,9**	**3,1**
Producto Interno Bruto	**7,0**	**9,4**	**1,6**

REFLEXIÓN SOBRE EL SECTOR

Según la división de la economía clásica, los sectores de la economía son: Sector primario o sector agropecuario, sector secundario o sector Industrial y el sector terciario o sector de servicios.

El sector terciario de la economía (comercio y/o suministros) incluye todas aquellas actividades que no producen una mercancía en sí, pero que son necesarias para el funcionamiento de la economía. Como ejemplos de ello tenemos el comercio, los restaurantes, los hoteles, el transporte, los servicios financieros, las comunicaciones, los servicios de educación, los servicios profesionales, el Gobierno, etc.

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 y a la vez que es impulsado por ellos.

Las fuerzas macroeconómicas como la inflación, la tensión geopolítica aumentada por la invasión rusa de Ucrania y los aumentos en los precios de las materias primas intensificaron las interrupciones de la cadena de suministro en 2022, que incluyeron limitaciones de capacidad, mayores costos de flete, escasez de mano de obra y ralentizaciones portuarias.

Según una encuesta de profesionales de logística y cadena de suministro realizada en diciembre de 2022, alrededor del 71,8% de las empresas estaban lidiando con interrupciones en la cadena de suministro, mientras que el 57,7% estaba tratando de sortear la escasez de capacidad de transporte. De estos encuestados, el 93% esperaba que estos desafíos continuaran en 2023.

El comercio internacional aumentó en 2021 a medida que los países reabrieron tras los confinamientos por la pandemia de COVID-19, y este impulso se prolongó hasta la primera mitad de 2022. El volumen de comercio mundial alcanzó un récord de 32 billones de dólares en el año, impulsado por los altos precios de la energía, según el Informe de la Conferencia sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD) “Revisión del Transporte Marítimo 2022” de la ONU.

Sin embargo, a partir del tercer trimestre, los flujos comerciales disminuyeron, siendo Asia oriental la única región que registró un crecimiento comercial positivo. El Banco Mundial ahora espera que el crecimiento del comercio mundial se desacelere bruscamente en 2023 al 1%.

Si bien una desaceleración del comercio debería ayudar a aliviar los cuellos de botella en las cadenas de suministro, el advenimiento de nuevas estrategias para mitigarlos, incluida la diversificación de proveedores, la reubicación, la reubicación cercana y la reubicación de amigos, significa que las cadenas de suministro aún están cambiando. Esto, a su vez, presenta oportunidades para que los mercados emergentes llenen las brechas de producción y fabricación y desarrollen relaciones comerciales regionales y globales más sólidas.

Brechas de producción

En términos generales, se esperaba que la pandemia provocara una interrupción sin precedentes en la mecánica de la mayoría de las economías, independientemente de su tamaño o etapa de desarrollo. A pesar de su amenaza menguante para la salud mundial, los efectos de la pandemia han socavado directamente algunos aspectos de la economía mundial.

A lo largo de 2022, la política de cero COVID-19 de China provocó una desaceleración económica, lo que limitó la producción manufacturera y suprimió la demanda de los consumidores. Estas políticas tuvieron un efecto dominó en los mercados emergentes, especialmente en aquellos cuyos insumos de fabricación se exportan a China.

Por primera vez en décadas, el pronóstico de crecimiento de China del 2,8% en 2022 fue superado por los otros 23 países de la región de Asia oriental y el Pacífico, que prevén un crecimiento del 5,3%.

Desde 2020, muchas empresas y gobiernos han seguido la llamada estrategia China+1, diversificando su capacidad de producción estableciendo operaciones en otros países y manteniendo una presencia significativa en China.

Tal vez ningún país haya tomado medidas más enérgicas para atraer inversiones extranjeras y proporcionar una alternativa regional de fabricación y cadena de suministro a China que Vietnam, cuyo aumento de las exportaciones a EE. UU. y otros mercados ha ayudado a estabilizar la economía.

Vietnam registró un crecimiento del 8% en 2022, su tasa más alta desde 2011, impulsada por un crecimiento del 11,9% en el sector logístico.

Dos acuerdos comerciales firmados antes de la pandemia, el Acuerdo de Libre Comercio UE-Vietnam y el Acuerdo Integral y Progresista para la Asociación Transpacífico, sentaron las bases para este desempeño positivo y son un buen augurio para el futuro.

Bangladesh, India, Malasia y Tailandia también han reemplazado a China en las cadenas de suministro globales, lo que subraya la solidez del desempeño de Asia oriental en 2022.

El año pasado, muchos analistas predijeron que EE. UU. buscaría en América Latina para satisfacer sus necesidades de fabricación e importación más cerca de casa, y el comercio, de hecho, ha aumentado.

Después de oscilar entre 30.000 millones de dólares y 35.000 millones en 2021, las importaciones mensuales de México a los EE. UU. aumentaron a máximos históricos en 2022 de 37.000 a 41.000 millones de dólares. China incluso ha tratado de invertir

en instalaciones de fabricación en México para eludir los aranceles de EE. UU. y reducir los costos de envío al país estadounidense.

En tanto, la Comunidad de Estados Latinoamericanos y Caribeños (CELAC), un bloque de 33 países que incluye a pesos pesados regionales como Argentina, Colombia y México, firmó el Plan de Acción Conjunto China-CELAC para la Cooperación en Áreas Clave 2022-24, que abarca una gran cantidad de áreas, incluida la inversión en infraestructura.

El Área de Libre Comercio Continental Africana de 43 países también ha impulsado desarrollos en los países africanos, como los esfuerzos continuos de Ghana para establecer zonas económicas especiales para aumentar la capacidad de fabricación y transformarse en un procesador y exportador clave.

EVOLUCION DEL SECTOR EN COLOMBIA

1.1 Evolución de las principales variables total nacional

En noviembre de 2022, las ventas reales del comercio minorista aumentaron 1,7% y el personal ocupado creció 4,0% en relación con el mismo mes de 2021. Excluyendo el comercio de combustibles, la variación de las ventas reales del sector fue de 1,6%.

Si se comparan los resultados de noviembre de 2022 con los de noviembre de 2019 se evidencia un incremento de 13,5% en las ventas del comercio minorista y con relación al personal ocupado una caída de 1,2%.

Tabla 1. Variación porcentual anual, trienal, año corrido y doce meses[Pr]
Total nacional
Noviembre 2022

Indicador	Variación anual Noviembre 2022 / noviembre 2021	Variación año corrido Enero - noviembre 2022 / enero - noviembre 2021	Variación doce meses Diciembre 2021 - noviembre 2022 / diciembre 2020 - noviembre 2021	Variación Trienal Noviembre 2022 / 2019	Variación año corrido Trienal Enero - noviembre 2022 / enero - noviembre 2019
Total ventas comercio al por menor y vehículos	1,7	11,8	12,2	13,5	21,2
Total comercio minorista y vehículos (excepto grupo CIIU 473*)	1,5	11,5	12,1	13,4	22,7
Total ventas comercio al por menor sin vehículos automotores ni motocicletas	1,1	10,9	11,5	14,4	19,6
Total ventas comercio al por menor sin combustibles	1,6	11,5	12,1	13,4	22,6
Total ventas comercio al por menor sin combustibles ni vehículos	0,6	10,3	11,1	14,6	20,8
Total Personal ocupado	4,0	3,2	3,1	-1,2	-1,5

Fuente: DANE – EMC
Pr: Preliminar
a. Total comercio minorista sin vehículos: corresponde a la sumatoria de 17 líneas de mercancía, excepto las de Vehículos automotores y motocicletas principalmente de uso de los hogares y Otros vehículos automotores y motocicletas.
Existe diferencia entre el total sin combustibles por línea y el total sin el grupo 473 (comercio de combustibles y lubricantes) por actividad CIIU Rev. 4 A.C., debido a que en la CIIU se excluyen todas las ventas realizadas por las empresas cuya actividad principal es el comercio de combustibles y lubricantes, las cuales pueden realizar ventas de productos de otras líneas de mercancía.

1.2 Grupos de mercancías
Ventas Reales

Variación
Noviembre 2022/ noviembre 2021
Noviembre 2022/ noviembre 2019

En noviembre de 2022, las ventas del comercio minorista aumentaron 1,7% frente a las registradas en el mismo mes de 2021. Once líneas de mercancía registraron variaciones positivas en sus ventas reales y, por otra parte, ocho líneas de mercancía registraron variaciones anuales negativas en sus ventas. Las mayores contribuciones positivas a la variación anual se presentaron en las líneas Otros vehículos automotores y motocicletas, Combustibles para vehículos automotores y Bebidas alcohólicas, cigarros, cigarrillos y productos del tabaco, aportando en conjunto 2,3 puntos porcentuales a la variación total del comercio minorista. La principal contribución negativa se da en la línea de Vehículos automotores y motocicletas principalmente para el uso de los hogares y Electrodomésticos, muebles para el hogar, contribuyendo negativamente con 0,6 puntos porcentuales cada una.

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

Total nacional
Noviembre 2022/ noviembre 2021
Noviembre 2022/ noviembre 2019Pr

Líneas de mercancías	Noviembre de 2022/ noviembre de 2021		Noviembre de 2022 / noviembre de 2019	
	Variación %	Contribución PP	Variación %	Contribución PP
Total comercio minorista	**1,7**	**1,7**	**13,5**	**13,5**
Otros vehículos automotores y motocicletas***	19,4	1,4	21,1	1,7
Combustibles para vehículos automotores	2,4	0,5	13,5	2,6
Bebidas alcohólicas, cigarros, cigarrillos y productos del tabaco	18,4	0,4	40,4	0,8
Productos de aseo personal, cosméticos y perfumería	6,2	0,2	13,4	0,5
Equipos y aparatos de sonido y video	10,1	0,2	13,8	0,3
Calzado, artículos de cuero y sucedáneos del cuero	10,3	0,2	18,5	0,4
Repuestos, partes, accesorios y lubricantes para vehículos	3,0	0,2	27,7	1,7
Equipo de informática y telecomunicaciones para uso personal o doméstico	3,6	0,2	50,4	1,8
Artículos y utensilios de uso doméstico	8,5	0,1	37,5	0,5
Bebidas no alcohólicas	11,5	0,1	16,2	0,2
Libros, papelería, periódicos, revistas y útiles escolares	16,4	0,1	35,7	0,2
Productos farmacéuticos y medicinales	-0,2	0,0	10,7	0,2
Prendas de vestir y textiles	-0,8	0,0	17,2	1,0
*Otras mercancías para uso personal o doméstico, no especificadas anteriormente	-2,1	-0,1	9,9	0,4
Alimentos (víveres en general)	-0,6	-0,1	-0,6	-0,1
Artículos de ferretería, vidrios y pinturas	-2,5	-0,1	16,5	0,7
Productos para el aseo del hogar	-14,9	-0,4	17,8	0,4
Electrodomésticos, muebles para el hogar	-14,7	-0,6	7,7	0,3
Vehículos automotores y motocicletas principalmente de uso de los hogares**	-6,2	-0,6	-0,1	0,0

Fuente: DANE - EMC.
Pr: preliminar
PP: puntos porcentuales

*Otras mercancías, incluye: juguetes, bicicletas, artículos de deporte, piñatería, artículos para bebés, gas propano en cilindros, equipo fotográfico, revestimiento para pisos, etc.
** Incluye: la venta de automóviles particulares, camperos, camionetas, motocicletas y similares nuevos y de vehículos usados realizadas en concesionario
*** Incluye la venta de flotillas o vehículos de cualquier tipo realizadas a través de licitaciones, las ventas a otros concesionarios y la venta de vehículos de transporte público, transporte de carga y otros tipos de vehículos como ambulancias, carros de bomberos, barredoras, etc.
La sumatoria de las contribuciones puede diferir con los anexos por redondeo de decimales.

1.3 Actividad comercial CIIU Rev. 4 A.C.

Variación anual
Noviembre 2022/ noviembre 2021
Noviembre 2022/ noviembre 2019

Para el mes de noviembre de 2022, las actividades económicas que más contribuyeron positivamente al comportamiento del comercio minorista y de vehículos fueron, las ventas de Vehículos automotores nuevos, con una variación de 6,3% , el comercio al por menor de combustibles para automotores y los almacenes no especializados con surtido compuesto principalmente por productos diferentes de alimentos, bebidas y tabaco, cada uno con una variación de 0,5%, que en conjunto contribuyeron con 2,1 puntos porcentuales a la variación del período.
Al comparar noviembre de 2022, con noviembre de 2019, la variación de las ventas del comercio al por menor fue de 13,5%.

Tabla 4. Variación porcentual y contribución de las ventas reales del comercio minorista según actividad económica
Total nacional[Pr]

Noviembre 2022/ noviembre 2021
Noviembre 2022/ noviembre 2019

	Noviembre de 2022 / noviembre de 2021			Noviembre de 2022 / noviembre de 2019		
Actividades económicas	Variación	%	Contribución PP	Variación	%	Contribución PP
Total comercio minorista	**1,7**		**1,7**	**13,5**		**13,5**
Total comercio minorista y vehículos (excepto grupo CIIU 473*)	1,5			13,4		
4711 -472. No especializados con surtido compuesto principalmente por alimentos y especializados en la venta de alimentos.	0,0		0,0	5,1		1,6
4719. No especializados con surtido compuesto principalmente por productos diferentes de alimentos, bebidas y tabaco.	5,8		0,5	31,4		2,4
4511. Vehículos automotores nuevos	6,3		1,1	12,5		2,4
4731. Comercio al por menor de combustible para automotores.	2,7		0,5	13,5		2,6
4771 - 4772. Prendas de vestir y sus accesorios; Calzado y artículos sucedáneos al cuero en establecimientos especializados.	5,8		0,3	25,8		1,4
4530. Partes, piezas (autopartes) y accesorios (lujos) para vehículos automotores	4,9		0,2	32,9		1,2
4773. Productos farmacéuticos, medicinales, odontológicos; artículos de perfumería, cosméticos y de tocador	2,6		0,1	17,5		0,5
476. Artículos culturales y de entretenimiento en establecimientos especializados.	4,5		0,0	3,7		0,0
4774. Otros productos nuevos en establecimientos especializados.	3,5		0,0	21,6		0,1
4732. Comercio al por menor de lubricantes, aditivos y productos de limpieza para vehículos automotores.	4,7		0,0	18,0		0,0
474. Equipos de informática y comunicaciones en establecimientos especializados.	-4,9		0,0	41,7		0,3
4541. Motocicletas y de sus partes, piezas y sus accesorios.	-8,8		-0,1	4,3		0,1
475. Otros enseres domésticos en establecimientos especializados.	-10,5		-0,9	11,0		0,9

Fuente: DANE – EMC
Pr: preliminar
PP: puntos porcentuales
*Establecimientos especializados en la venta de combustibles y lubricantes. Este subtotal es comparable al total comercio minorista y vehículos que se obtiene en los departamentos.

1.4 Comercio electrónico

Se presentan los resultados únicamente de las ventas al por menor realizadas a través de comercio electrónico (división 47 de la CIIU Rev. 4 A.C.).

Lo anterior teniendo en consideración que, en el comercio de vehículos automotores, motocicletas, sus partes piezas y accesorios (división 45 de la CIIU Rev. 4 A.C.) no se publica la información con el fin de asegurar la reserva estadística. Asimismo, en el

comercio al por mayor (división 46 de la CIIU Rev. 4 A.C.) no se divulga la variable ventas con el fin de evitar generar un indicador sesgado por la duplicidad de transacciones.

Los indicadores divulgados se basan en referentes internacionales, según los cuales se evidenció la importancia de calcular, no sólo la evolución de las ventas realizadas a través de comercio electrónico, sino además las participaciones y contribuciones. Es así como se generan salidas para las siguientes variables:

- Índices de las ventas realizadas por comercio electrónico del comercio al por menor.
- Índices de las ventas realizadas por canales diferentes al comercio electrónico del comercio al por menor.
-Participación, variación y contribución de las ventas realizadas a través de comercio electrónico en las ventas totales del comercio al por menor.
-Participación, variación y contribución de las ventas realizadas a través de canales diferentes al comercio electrónico en las ventas totales del comercio al por menor.

Es importante señalar que estos resultados dan alcance exclusivamente al comercio electrónico realizado por las empresas del sector comercio al por menor que son objeto de estudio de la Encuesta Mensual de Comercio - EMC y no a todas las empresas que realizan comercio electrónico en el país. No son objeto de medición las empresas que principal o exclusivamente comercializan a través de este canal.

Para la generación de estos resultados, se define el comercio electrónico como las transacciones realizadas a través de redes basadas en protocolos de Internet (TCP/IP) u otras redes telemáticas. Los bienes o servicios se contratan o reservan a través de estas redes, pero el pago o la entrega del producto puede realizarse en línea o fuera de ella, a través de cualquier otro canal. No hacen parte del comercio electrónico los pedidos realizados por teléfono (fijo o Voz IP), fax, celular o mediante correo electrónico escrito de forma manual.

La variación de las ventas totales en términos nominales del comercio al por menor (División 47 de la CIIU Rev. 4 A.C.) en noviembre de 2022, frente a noviembre de 2021 fue de 14,6%, las ventas realizadas a través de comercio electrónico variaron -3,2%.

En el periodo de enero a noviembre de 2022, en comparación con el mismo periodo del año 2021, la variación de las ventas del comercio al por menor (División 47 de la CIIU Rev. 4 A.C.) fue de 22,8%, las ventas realizadas a través de comercio electrónico variaron 13,2% y aportaron 0,4 puntos porcentuales a esta variación.
En noviembre de 2022 las ventas realizadas a través de comercio electrónico por las empresas dedicadas al comercio al por menor (División 47 de la CIIU Rev. 4 A.C.) participaron con 3,1% en las ventas totales de estas empresas; mientras que para noviembre de 2021 la participación del comercio electrónico en las ventas fue de 3,7%.

Tabla 8. Principales indicadores de las ventas nominales totales y según canal de comercialización del comercio al por menor (División 47 de la CIIU Rev. 4 A.C.)
Total nacional*
Noviembre 2022/ noviembre 2021Pr

Indicador	Variación anual Noviembre 2022 / noviembre 2021	Contribución (pp)	Variación año corrido Enero - noviembre 2022 / enero - noviembre 2021	Contribución (pp)	Participación en las ventas totales de noviembre 2022	Participación en las ventas totales de noviembre 2021
Ventas totales	14,6	14,6	22,8	22,8	100,0	100,0
Ventas realizadas a través de comercio electrónico [a]	-3,2	-0,1	13,2	0,4	3,1	3,7
Ventas realizadas a través de canales diferentes al comercio electrónico [b]	15,3	14,7	23,1	22,4	96,9	96,3

Fuente: DANE – EMC.
Pr: preliminar
*La información corresponde únicamente al comercio electrónico realizado por las empresas del sector comercio que son objeto de estudio de la Encuesta Mensual de Comercio - EMC. No son objeto de medición las empresas que principalmente comercializan a través de este canal.
[a]Se define el comercio electrónico como las transacciones realizadas a través de redes basadas en protocolos de Internet (TCP/IP) u otras redes telemáticas. Los bienes o servicios se contratan o reservan a través de estas redes, pero el pago o la entrega del producto puede realizarse en línea o fuera de ella, a través de cualquier otro canal. No hacen parte del comercio electrónico los pedidos realizados por teléfono (fijo o Voz IP), fax, celular o mediante correo electrónico escrito de forma manual.
[b] Incluye las ventas realizadas en establecimientos, por correo, por teléfono, vendedores itinerantes y demás mecanismos diferentes al comercio electrónico.

Si se comparan las ventas del comercio al por menor de noviembre de 2022, con las de mismo mes de 2019, la variación fue de 35,6%. Las ventas realizadas a través de comercio electrónico variaron 125,2% y aportaron 2,3 puntos porcentuales a esta variación.

Tabla 9. Principales indicadores de las ventas totales y según canal de comercialización del comercio al por menor (División 47 de la CIIU Rev. 4 A.C.)
Total nacional*
Noviembre 2022 / noviembre 2019 Pr

Indicador	Variación trienal Noviembre 2022 / 2019	Contribución (pp)	Variación año corrido trienal Enero - noviembre 2022 / enero - noviembre 2019	Contribución (pp)
Ventas totales	35,6	35,6	38,5	38,5
Ventas realizadas a través de comercio electrónico [a]	125,2	2,3	193,2	2,4
Ventas realizadas a través de canales diferentes al comercio electrónico [b]	33,9	33,3	36,6	36,1

Fuente: DANE – EMC
Pr: preliminar
*La información corresponde únicamente al comercio electrónico realizado por las empresas del sector comercio que son objeto de estudio de la Encuesta Mensual de Comercio - EMC. No son objeto de medición las empresas que principalmente comercializan a través de este canal.
[a]Se define el comercio electrónico como las transacciones realizadas a través de redes basadas en protocolos de Internet (TCP/IP) u otras redes telemáticas. Los bienes o servicios se contratan o reservan a través de estas redes, pero el pago o la entrega del producto puede realizarse en línea o fuera de ella, a través de cualquier otro canal. No hacen parte del comercio electrónico los pedidos realizados por teléfono (fijo o Voz IP), fax, celular o mediante correo electrónico escrito de forma manual.
[b] Incluye las ventas realizadas en establecimientos, por correo, por teléfono, vendedores itinerantes y demás mecanismos diferentes al comercio electrónico.
La sumatoria de las contribuciones puede diferir con los anexos por redondeo de decimales.

1.5 Comercio al por menor por departamentos 2.1 Variación anual Noviembre 2022/ noviembre 2021 Noviembre 2022/ noviembre 2019

Tabla 10. Variación de las ventas minoristas reales y el personal ocupado sin combustibles ni lubricantes
Siete dominios departamentales
Noviembre 2022/ noviembre 2021
Noviembre 2022/ noviembre 2019Pr

Departamento	Noviembre de 2022 / noviembre de 2021				Noviembre de 2022 / noviembre de 2019			
	Ventas		Personal ocupado		Ventas		Personal ocupado	
	Variación %	Contribución PP	Variación %	Contribución PP	Variación %	Contribución PP	Variación %	Contribución PP
Total comercio minorista y vehículos (excepto grupo 473*)	**1,5**	**1,5**	**4,0**	**4,0**	**13,4**	**13,4**	**-0,9**	**-0,9**
Bogotá D.C.	2,8	0,9	1,4	0,3	13,8	4,5	-6,0	-1,6
Cundinamarca	4,2	0,3	-0,6	0,0	34,1	2,0	1,7	0,1
Santander	3,8	0,1	4,7	0,2	10,6	0,4	5,8	0,2
Antioquia	0,3	0,0	2,8	0,5	14,1	2,2	-0,6	-0,1
Atlántico	0,1	0,0	4,4	0,3	11,2	0,6	3,9	0,2
Valle del Cauca	-3,0	-0,3	6,5	0,8	6,9	0,7	-5,2	-0,7
Otros departamentos	1,6	0,4	6,5	1,9	11,5	3,1	2,9	0,8

Fuente: DANE – EMC.
Pr: Preliminar
*Establecimientos especializados en la venta de combustibles y lubricantes. Este subtotal es comparable al total comercio minorista y vehículos que se obtiene eliminando la actividad 473 (tabla 6).

Ventas reales

En noviembre de 2022, frente al mismo mes de 2021, las ventas reales del comercio minorista, excluyendo las empresas del grupo CIIU 473 (Comercio al por menor de combustible, lubricantes, aditivos y productos de limpieza para automotores, en establecimientos especializados), aumentaron 1,5%. Según los departamentos desagregados, la mayor contribución positiva a las ventas del comercio minorista sin combustibles ni lubricantes se registró en Bogotá D.C. con 0,9 puntos porcentuales, seguido de Cundinamarca con un aporte de 0,3 puntos porcentuales.

Al comparar noviembre de 2022 frente a noviembre de 2019 la variación fue de 13,4%.

1.6 Grandes almacenes e hipermercados minoristas (GAHM)

Tabla 12. Variación porcentual de las ventas nominales y personal ocupado en grandes almacenes e hipermercados minoristas
Total nacional[Pr]
Noviembre 2022 / noviembre 2021
Noviembre 2022 / noviembre 2019

Porcentaje (%)

Indicador	Anual - trienal		Corrido anual - corrido trienal	
	Nov 2022 / nov 2021	Nov 2022 / nov 2019	Ene - nov 2022/ ene -	Ene - nov 2022/ ene - nov 2019
Ventas nominales	16,7	43,9	24,2	49,1
Personal ocupado	3,3	0,0	2,4	0,7

Fuente: DANE – EMC
Pr: preliminar

Ventas nominales

En noviembre de 2022 las ventas nominales del comercio minorista en los grandes almacenes e hipermercados alcanzaron un total de $9,2 billones, lo que significó un aumento de 16,7%, frente a noviembre de 2021.

En el periodo enero - noviembre 2022, las ventas nominales del comercio minorista en los grandes almacenes e hipermercados ascendieron a $91,6 billones, lo que significó un aumento de 24,2%, frente al periodo enero - noviembre 2021.

Si se comparan las ventas nominales de grandes almacenes e hipermercados minoristas del comercio al por menor de noviembre de 2022 con las de noviembre de 2019, se observa una variación de 43,9%. Para el periodo enero – noviembre 2022 frente a enero - noviembre de 2019 la variación fue de 49,1%.

1.7.Comercio al por mayor nacional

Variación anual margen comercial
Noviembre 2022/ noviembre 2021
Noviembre 2022/ noviembre 2019

La variación del margen comercial (ventas - costo de la mercancía vendida) del comercio al por mayor (División 46) fue 14,7% para el mes de noviembre de 2022 en relación con noviembre de 2021. Para este mes los tres (3) dominios de publicación presentaron variaciones positivas, siendo el margen comercial del comercio de Maquinaria y equipo, especializado en otros productos; No especializado el que presentó la mayor contribución al total de la división con 5,7 puntos porcentuales, seguido de Materias primas agropecuarias; Alimentos, bebidas y tabaco; Artículos y enseres domésticos exceptuando productos farmacéuticos, medicinales, cosméticos y de tocador con 5,3 puntos porcentuales.
Si se compara el margen comercial del comercio al por mayor de noviembre de 2022 frente a noviembre de 2019, se evidencia que se registró una variación trienal de 48,1% y los tres (3) dominios de publicación presentaron variación positiva.

Tabla 13. Variación del margen comercial mayorista nominal y personal ocupado
Total nacional
Noviembre 2022 / noviembre 2021
Noviembre 2022 / noviembre 2019[pr]

Dominio CIIU Rev. 4 A. C. Código - Descripción	Margen comercial Nov 2022 /nov 2021 Var (%)	Margen comercial Nov 2022 /nov 2021 Cont. (pp)	Personal Nov 2022 /nov 2021 Var (%)	Personal Nov 2022 /nov 2021 Cont. (pp)	Margen comercial Nov 2022 /nov 2019 Var (%)	Margen comercial Nov 2022 /nov 2019 Cont. (pp)	Personal Nov 2022 /nov 2019 Var (%)	Personal Nov 2022 /nov 2019 Cont. (pp)
Total comercio al por mayor	**14,7**	**14,7**	**3,4**	**3,4**	**48,1**	**48,1**	**5,1**	**5,1**
462 - 463 - 4641 - 4642 - 4643 -4644 - 4649. Materias primas agropecuarias; Alimentos bebidas y tabaco; Artículos y enseres domésticos exceptuando productos farmacéuticos, medicinales, cosméticos y de tocador.	15,2	5,3	4,2	1,4	48,0	16,8	4,1	1,4
4645. Productos farmacéuticos, medicinales, cosméticos y de tocador.	16,0	3,7	5,3	1,1	33,5	8,6	14,0	2,8
465 - 466 - 469. Maquinaria y equipo, especializado en otros productos; No especializado.	13,6	5,7	2,0	0,9	57,9	22,7	2,0	0,9

Fuente: DANE – EMC
Pr: preliminar

3. ANALISIS COMERCIAL

La apertura económica es una estrategia que deben adoptar los países para poder ingresar al mercado mundial; la importancia de este tema radica en el cambio de rumbo que te ha dado la apertura al mercado colombiano, proyectándolo hacia el exterior.

Ahora las empresas nacionales deben tomar decisiones que se encuentren a su alcance según su campo de acción para poder competir tanto en el mercado nacional como en el internacional, dando buena cantidad y precios justos, lo cual no ha sido del todo fácil gracias a nuestras antiguas bases económicas. Por esto la apertura económica es un cambio tan importante para la economía de nuestro país, con la cual los empresarios han tenido que aprender a tratar de una u otra forma para salir adelante, y aunque han sido muchos los que se han quedado en el camino, este es el precio que tiene que pagar un país como Colombia para poder llegar a desarrollarse económicamente y estar a la par del resto del mundo.

4. OFERTA

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:

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.

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.

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.

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.

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.

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.

4. ANALISIS ACUERDOS COMERCIALES

Acuerdo comercial	**Entidades Estatales del nivel municipal y departamental**	**Entidades Generales del nivel nacional**	**Entidades Especiales del nivel nacional**
Canadá	N/A	Bienes y servicios $145’556.000 Servicios de construcción $14.010’191.000	Bienes y servicios $714’000.000 Servicios de construcción $14.396’882.000

Chile	Bienes y servicios $560’408.000 Servicios de construcción $14.010’191.000	Bienes y servicios $145’556.000 Servicios de construcción $14.010’191.000	Bienes y servicios $616’448.000 Servicios de construcción $14.010’191.000
Estados Unidos	Bienes y servicios $1.021’549.000 Servicios de construcción $14.645’862.000	Bienes y servicios $145’556.000 Servicios de construcción $14.645’862.000	Bienes y servicios $457’683.000 Servicios de construcción $14.645’862.000
El Salvador Guatemala Honduras	Bienes, servicios y servicios de construcción $0		
Liechtenstein y Suiza	Bienes y servicios $560’408.000 Servicios de construcción $14.010’191.000	Bienes y servicios $364’265.000 Servicios de construcción $14.010’191.000	Bienes y servicios $616’448.000 Servicios de construcción $14.010’191.000
México	N/A	Bienes y servicios $146’992.000 Servicios de construcción $19.108’843.000	Bienes y servicios $734’956.000 Servicios de construcción $23.518’577.000
Unión Europea	Bienes y servicios $560’408.000 Servicios de construcción $14.010’191.000	Bienes y servicios $364’265.000 Servicios de construcción $14.010’191.000	Bienes y servicios $560’408.000 Servicios de construcción $14.010’191.000

6. ANALISIS DE LA DEMANDA

Para realizar este análisis se utilizó información registrada en el Sistema de Vigilancia para la Contratación Estatal SECOP tomando una muestra de los procesos efectuados durante el último año con cuantías y objeto similar.

Esta selección se realizó con los procesos adjudicados y que no presentaron problemas dentro de su ejecución, en la mayoría de ellos se siguieron los requisitos definidos por la reglamentación para la prestación del servicio y con solicitudes de garantías definidas por la ley y que se ajustan al contrato que se pretende realizar en el proceso actual.

La modalidad empleada por excelencia en los procesos presentados corresponde a mínima cuantía por el monto a contratar. Esta selección debe obedecer a la categorización presupuestal del Municipio o de las Entidades del Orden Nacional que contratan.

7. ANÁLISIS DE RIESGO.

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

7.1 TIPOS DE RIESGO:

Para efectos de lo previsto en el Artículo 4° de la Ley 1150 de 2007, concordante con el Artículo 17 del Decreto 1510 de 2013, compilado por el Decreto 1082 de 2015 los riesgos previsibles que pueden afectar el equilibrio económico del contrato son los que a continuación se enlistan:

No.	Clase	Fuente	Etapa	Tipo	Descripción (que puede pasar y como puede ocurrir)	Consecuencia de la ocurrencia del evento	Probabilid	Impacto	Valoración	Categoría
1	General	Externo	Planeación	Legal	Cambios en la Normatividad que afecten el proceso de Planeación del Proyecto	No se podrá desarrollar la elaboración del proyecto	Posible	Insignificante	5	Riesgo Medio
2	General	Externo	Selección	Legal	Presentación de Ofertas que no cumplen con los requisitos	Declaratoria de Desierta de la Contratación	Improbable	Mayor	6	Riesgo Alto
3	General	Externo	Contratación	Legal	Reclamos de terceros sobre la selección del oferente que retrasen el perfeccionamiento del Contrato	Retrasarían la Ejecución	Probable	Menor	6	Riego Alto

4	General	Externo	Ejecución	Económico	Cambio de Tasas, Impuestos y Contribuciones que les impongan al Contrato.	Demandas, y desestabilización económica del Contrato	Improbable	Mayor	6	Riesgo Alto
5	Especifico	Externo	Ejecución	Político o Social	Situación de Orden Público que afecte o impidan la ejecución del servicio	Retrasos en la Ejecución o la no culminación del Contrato	Posible	Catastrófico	8	Riesgo Extremo
6	Especifico	Interno	Ejecución	Económico	No pago oportuno por parte del contratista a proveedores, trabajadores, subcontratistas en relación con compra, alquiler, servicios, etc	Retrasos en la ejecución por paralizaciones, demandas judiciales	Posible	Mayor	5	Riesgo medio
7	General	Externo	Ejecución	Naturales	Eventos presentados durante la ejecución de las actividades por causas del medio ambiente tales como lluvias, inundaciones y similares que no estén contemplados como caso fortuitos o eventos de fuerza mayor	Retrasos en la Ejecución o la no culminación del Contrato	Improbable	Mayor	8	Riesgo Alto

¿A quién se le asigna?	Tratamientos/controles a ser implementados	Impacto después del tratamiento				Afecta la ejecución del contrato	Persona responsable por implementar el tratamiento	Fecha estimada en que se inicia el tratamiento	Fecha estimada en que se completa el tratamiento	Monitoreo y revisión	
		Probabilidad	impacto	Valoración del riesgo	Categoría					Probabilidad	impacto
Municipio de San Jose de Uré	Coordinar los Cálculos y Diseños con Legislación Vigente	Raro	Insignificante	2	Riesgo Bajo	Si	Secretaria de Gobierno	Etapa Precontractual - Planeación – Elaboración del Proyecto	30 días	Revisión de la Legislación Vigente	Mes
Municipio de San Jose de Uré	Elaborar Pliegos de Condiciones mas flexibles	Improbable	Moderado	5	Riesgo Medio	No	Oficina Jurídica	En la selección del Contratista	5 días	Verificar los documentos aportados	Cada vez que se presente la oportunidad

Municipio de San José de Uré	Realizar una buena escogencia del Contratista conforme a la Ley	Raro	Menor	3	Riesgo Bajo	No	Oficina Jurídica	En la Selección del Contratista	10 Días	Análisis calificación y selección del Contratista	Cada vez que se la presente oportunidad
Municipio San de Jose	Mantener Control Tributario en los Contratos	Raro	Insignificante	2	Riesgo Bajo	No	Secretaria de Hacienday Tesorería	Inmediatamente se inicie el proceso	Durante la Ejecución del Contrato	Informes Financieros del Municipio	Mes
Municipio de San José de Ure	Realizar Socialización del proyecto con la Comunidad Beneficiada	Raro	Moderado	4	Riesgo Bajo	No	Secretaria de Gobierno	Durante la ejecucion de las activiades	5 días	Aviso a las Veedurías y Población general	Mes
Contratista	Realizar a pagos oportunos, comunicar a la aseguradora los eventos.	raro	Moderado	5	Riesgo Medio	Si	Secretaria de Gobierno	Durante la ejecución del contrato	Durante la ejecucion del contrato	Aviso a aseguradores	Mes
Contratista	Elaborar un plan de contingenia para cuando se presenten estos eventos	Improbable	Moderado	5	Riesgo Medio	No	Secretaria de Gobierno	Durante la ejecución del contrato	Duraciòn del contrato	Revisión y seguimiento	Cada vez que se la presente oportunidad

Por lo anterior y de acuerdo a las cotizaciones realizadas en el comercio y los gastos inherentes a la ejecución del contrato se estima el valor del presente contrato en la suma de **TREINTA MILLONES DE PESOS M/CTE ($30.000.000.oo).**

Los cuales deberán ser cancelados así: El valor de las prestaciones derivadas de este contrato, se pagará de la siguiente manera: a monto agotable, mediante pagos parciales mensualizados contra entrega de los bienes, previa presentación de factura, cuenta de cobro, certificado de ingreso a almacén y la certificación de cumplimiento de las obligaciones contractuales por parte del supervisor del contrato. **PARÁGRAFO PRIMERO:** Para efectuar el pago final deberá presentarse informe final de cumplimiento, certificado del supervisor de que el objeto fue cumplido a cabalidad, acta de liquidación del contrato, actualización de las garantías y aprobación de las mismas cuando a ello haya a lugar y la acreditación de los pagos que en materia de salarios y seguridad social deberá efectuar el futuro contratista al personal que emplee en la ejecución del mismo, liquidación del contrato y demás a que haya lugar. **PARAGRAFO SEGUNDO: EL CONTRATISTA** deberá presentar la afiliación a salud y pensión, en los términos de Ley, al supervisor del contrato, del personal que haya empleado en la ejecución del objeto contractual.

NOTA: El Municipio no se responsabilizará por la demora presentada en el pago al CONTRATISTA, cuando ella fuere provocada por encontrarse incompleta la documentación que sirve de soporte para el trámite y previa recepción de los elementos a satisfacción por parte del contratista o no se ajusta a cualquiera de las condiciones establecidas en el contrato. El termino para el pago solo empezara a contratarse desde la fecha en que se presenten en debida forma y adjuntándola totalidad de los documentos exigidos de intereses o compensación de ninguna naturaleza. para tal efecto. Las demoras que se presenten por estos conceptos serán responsabilidad del CONTRATISTA elegido y no tendrá por ello derecho al pago.

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

Dado en La Apartada - Córdoba, a los CINCO (05) días del mes de Agosto de 2024.

-ORIGINAL FIRMADO-
DAIRO MOLINA BALDOVINO
Secretario General, de Gobierno y Desarrollo Comunitario
MUNICIPIO DE LA APARTADA