ESTUDIO DEL SECTOR

CONTENIDO

OBJETO

CLASIFICACIÓN UNSPSC

SECTOR AL CUAL PERTENECE

DEFINICIONES

A. **ASPECTOS GENERALES**

1. Económico.
2. Técnico.
3. Regulatorio.

B. ESTUDIO DE LA OFERTA

1. Cadena de suministro.
2. Identificación de Proveedores.
3. MIPYMES: Acceso a mercados de bienes y servicios
4. Análisis de Costos y Precios

C. ESTUDIO DE LA DEMANDA

1. ¿Cómo ha adquirido la Entidad Estatal en el pasado este bien, obra o servicio?
2. ¿Cómo adquieren las Entidades Estatales y las empresas privadas este bien, obra o servicio?

D. VALOR ESTIMADO DEL CONTRATO

E. FOMENTO A LA EJECUCIÓN DE CONTRATOS ESTATALES POR PARTE DE POBLACIÓN EN POBREZA EXTREMA, DESPLAZADOS POR LA VIOLENCIA, PERSONAS EN PROCESO DE REINTEGRACIÓN O REINCORPORACIÓN Y SUJETOS DE ESPECIAL PROTECCIÓN CONSTITUCIONAL – ARTÍCULO 3 DECRETO 1860 DE 2021.

ESTUDIO DEL SECTOR

De conformidad con el artículo 2.2.1.1.1.6.1 del Decreto 1082 de 2015 el cual establece que la Entidad Estatal deberá hacer 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. La Entidad Estatal debe dejar constancia de este análisis en los Documentos del Proceso. El análisis del sector permite establecer el contexto del Proceso de Contratación, identificar algunos de los Riesgos y determinar los requisitos habilitantes. La Alcaldía de San Pedro de Urabá , con lo establecido en la guía para la elaboración de estudios del sector de Colombia Compra Eficiente estructura el análisis del sector del siguiente proceso en las siguientes áreas.

A. Aspectos Generales
B. Estudio de la Oferta
C. Estudio de la Demanda
D. Valor Estimado del Contrato
E. Fomento a la ejecución de contratos estatales por parte de población en pobreza extrema, desplazados por la violencia, personas en proceso de reintegración o reincorporación y sujetos de especial protección constitucional – artículo 3 decreto 1860 de 2021.

OBJETO

APOYO LOGÍSTICO PARA LA ORGANIZACIÓN Y DESARROLLO DE LAS ACTIVIDADES CONMEMORATIVAS DEL DIA DE LA MUJER EN EL MUNICIPIO DE SAN PEDRO DE URABÁ, ANTIOQUIA.

CLASIFICACIÓN UNSPSC

De Conformidad con el clasificador de bienes y servicios de Naciones Unidas, versión 14 del UNSPSC, consultado en la página web. www.colombiacompra.gov.co/clasificacion, el objeto a contratar se encuentra codificado así:

DESCRIPCION	Segmento	Familia	Clase	Producto
GESTION DE EVENTOS	80	14	16	07

SECTOR AL CUAL PERTENECE

El sector secundario (a veces llamado simplificadamente sector industrial) es el sector de la economía que transforma la materia prima, que es extraída o producida por el sector primario, en productos de consumo, o en bienes de equipo. Es decir: mientras que el sector primario se limita a obtener de manera directa los "recursos de la naturaleza", el sector secundario ejecuta procedimientos industriales para transformar dichos recursos. Recuperado en https://es.wikipedia.org/wiki/Sector_secundario.

El sector servicios o sector terciario es el sector económico que engloba las actividades relacionadas con los servicios no productores o transformadores de bienes materiales. Generan servicios que se ofrecen para satisfacer las necesidades de cualquier población en el mundo.

Incluye subsectores como comercio, comunicaciones, centro de llamadas, finanzas, turismo, hostelería, ocio, cultura, espectáculos, la administración pública y los denominados servicios públicos, los presta el Estado o la iniciativa privada (sanidad, educación, atención a la dependencia), entre otros.

Dirige, organiza y facilita la actividad productiva de los otros sectores (sector primario y sector secundario). Aunque se le considera un sector de la producción, propiamente su papel principal se encuentra en los dos pasos siguientes de la actividad económica: la distribución y el consumo. Recuperado en https://es.wikipedia.org/wiki/Sector_servicios.

A. ASPECTOS GENERALES

El sector secundario (a veces llamado simplificadamente sector industrial) es el sector de la economía que transforma la materia prima, que es extraída o producida por el sector primario, en productos de consumo, o en bienes de equipo. Es decir: mientras que el sector primario se limita a obtener de manera directa los "recursos de la naturaleza", el sector secundario ejecuta procedimientos industriales para transformar dichos recursos. Recuperado en https://es.wikipedia.org/wiki/Sector_secundario

El sector servicios o sector terciario es el sector económico que engloba las actividades relacionadas con los servicios no productores o transformadores de bienes materiales. Generan servicios que se ofrecen para satisfacer las necesidades de cualquier población en el mundo.

Incluye subsectores como comercio, comunicaciones, centro de llamadas, finanzas, turismo, hostelería, ocio, cultura, espectáculos, la administración pública y los denominados servicios públicos, los presta el Estado o la iniciativa privada (sanidad, educación, atención a la dependencia), entre otros.

Dirige, organiza y facilita la actividad productiva de los otros sectores (sector primario y sector secundario). Aunque se le considera un sector de la producción, propiamente su papel principal se encuentra en los dos pasos siguientes de la actividad económica: la distribución y el consumo. Recuperado en https://es.wikipedia.org/wiki/Sector_servicios.

El segmento de suministro de alimentacion, hidratacion, traslado está compuesto por una gran variedad de productos, entre ellos: (a) jabones, detergentes y líquidos limpiadores; (b) elementos y maquinaria para el aseo como escobas, traperos, recogedores, cepillos, esponjillas, limpiones, baldes, carros de limpieza, guantes, tapabocas, canecas de basura, aspiradoras y brilladoras; y (c) productos y maquinaria de cafetería como los vasos desechables, el café, el azúcar, las aromáticas, las grecas y los dispensadores de agua, entre otros. En el segmento de Bienes de Aseo y Cafetería, los Productos de Aseo (jabones, detergentes y líquidos limpiadores) es el grupo más representativo en términos de información de mercado.

El grupo de Productos de suministro de alimentacion, hidratación, está inmerso en el sector de aseo y cosméticos. Los gremios, Entidades Estatales y empresas analistas de mercado, agrupan estas dos líneas de productos debido a que las Empresas Fabricantes tienen la capacidad de utilizar la misma maquinaria e instalaciones para la producción y comercialización de ambas líneas. Lo anterior da lugar a la

combinación de los productos de aseo y cosméticos en informes sectoriales, bases de datos y otras fuentes de información. El sector de aseo y cosméticos ha tenido un comportamiento positivo y cuenta con un buen potencial de desarrollo. La Cámara de Cosméticos y Aseo de la ANDI afirma en su Informe de Sostenibilidad de 2012 que la industria ha experimentado un gran crecimiento, demostrando así su potencial como motor de la economía nacional.

En concordancia con lo anterior, el Gobierno colombiano incluyó el sector de aseo y cosméticos entre los 12 sectores estratégicos de la Política de Transformación Productiva. A través del documento CONPES 3678 de 20105, el Gobierno Nacional estableció como objetivo “Desarrollar el potencial del sector a través de la creación de una oferta de productos originales, de alto valor agregado y con base en ingredientes naturales, mediante el aprovechamiento de las ventajas provenientes del uso sostenible de la biodiversidad, el apoyo al fortalecimiento del encadenamiento productivo y la optimización de los esfuerzos e inversiones en torno a los requerimientos específicos en procesos de I+D para la industria”.

En el sector de suministro de alimentacion, hidratacion, la fabricación de Productos ha tenido un crecimiento importante en los últimos años. Este grupo aumentó su producción de manera continua desde el año 2002 y creció en un promedio anual del 15% entre los años 2005 y 2009. Lo anterior, gracias a la creciente demanda del mercado nacional soportada en el mayor poder adquisitivo de los colombianos y a los cambios en los patrones de consumo. Los Productos de Aseo dejaron de ser percibidos como bienes lujosos y pasaron al segmento de artículos de primera necesidad.

En cuanto al comercio internacional, el mercado de Productos de Aseo, presenta un déficit comercial para Colombia. No obstante, el monto de las importaciones no es relevante en el mercado colombiano pues constituye entre el 15% y el 20% del total de Productos de Aseo.

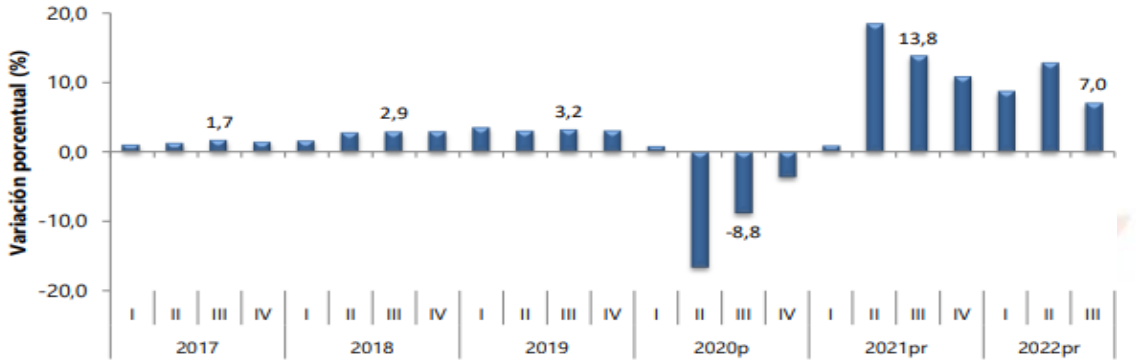
El impacto del Acuerdo Comercial con Estados Unidos en el sector de aseo y cosméticos puede desarrollar nuevos mercados y atraer inversión extrajera al país. Sin embargo, este impacto puede ser mínimo en el caso de los Productos de Aseo, pues estos se componen principalmente de agua, un ingrediente que genera altos costos de transporte en relación con su valor, e impide la generación de economías de escala.

Los bienes de suministro de alimentación, hidratación, provienen de sectores diversos como el agrícola y las industrias de plásticos, metal y papelera, cada una con características y comportamiento propios. La distribución y venta de los bienes de cafetería hace parte de la actividad comercial al por mayor de las Empresas Distribuidoras. Los ingresos operacionales de una muestra de 1.021 empresas clasificadas en la actividad económica G5190 – Comercio al por mayor, hay un aumento en los ingresos operacionales de estas empresas entre 2012 y 2013 de aproximadamente $473.766 millones de pesos. Adicionalmente, la actividad de comercio al por mayor y al detal fue una de las más dinámicas en la creación de empresas, con un 40% del total de empresas creadas en el primer trimestre de 2014. Es claro entonces que el comportamiento del sector de los bienes utilizados para la prestación del Servicio Integral de Aseo y Cafetería es positivo.

1. Económico.

III trimestre 2022 preliminar

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



Fuente: DANE, Cuentas nacionales

Industrias manufactureras

En el tercer trimestre de 2022pr, el valor agregado de las industrias manufactureras crece 7,0% en su serie original, respecto al mismo periodo de 2021pr. Esta dinámica se explica por los siguientes comportamientos (ver tabla 4):

- Elaboración de productos alimenticios; elaboración de bebidas; elaboración de productos de tabaco
- crece 2,7%.
- Fabricación de productos textiles; confección de prendas de vestir; curtido y recurtido de cueros; fabricación de calzado; fabricación de artículos de viaje, maletas, bolsos de mano y artículos similares, y fabricación de artículos de talabartería y guarnicionería; adobo y teñido de pieles crece 14,8%.
- Transformación de la madera y fabricación de productos de madera y de corcho, excepto muebles; fabricación de artículos de cestería y espartería; fabricación de papel, cartón y productos de papel y de cartón; actividades de impresión; producción de copias a partir de grabaciones originales crece 10,2%.
- Coquización, fabricación de productos de la refinación del petróleo y actividad de mezcla de combustibles; fabricación de sustancias y productos químicos; fabricación de productos farmacéuticos, sustancias químicas medicinales y productos botánicos de uso farmacéutico; fabricación de productos de caucho y de plástico; fabricación de otros productos minerales no metálicos crece 6,4%.
- Fabricación de productos metalúrgicos básicos; fabricación de productos elaborados de metal, excepto maquinaria y equipo; fabricación de aparatos y equipo eléctrico; fabricación de productos informáticos, electrónicos y ópticos; fabricación de maquinaria y equipo n.c.p.; fabricación de vehículos automotores, remolques y semirremolques; fabricación de otros tipos de equipo de transporte; instalación, mantenimiento y reparación especializado de maquinaria y equipo crece 10,4%.
- Fabricación de muebles, colchones y somieres; otras industrias manufactureras crecen 9,0%.

- Respecto al trimestre inmediatamente anterior en su serie ajustada por efecto estacional y calendario, el valor agregado de las industrias manufactureras crece en 0,9%, explicado por:
- Elaboración de productos alimenticios; elaboración de bebidas; elaboración de productos de tabaco decrece 2,4%.
- Fabricación de productos textiles; confección de prendas de vestir; curtido y recurtido de cueros; fabricación de calzado; fabricación de artículos de viaje, maletas, bolsos de mano y artículos similares, y fabricación de artículos de talabartería y guarnicionería; adobo y teñido de pieles decrece 0,2%.
- Transformación de la madera y fabricación de productos de madera y de corcho, excepto muebles; fabricación de artículos de cestería y espartería; fabricación de papel, cartón y productos de papel y de cartón; actividades de impresión; producción de copias a partir de grabaciones originales decrece 0,2%.
- Coquización, fabricación de productos de la refinación del petróleo y actividad de mezcla de combustibles; fabricación de sustancias y productos químicos; fabricación de productos farmacéuticos, sustancias químicas medicinales y productos botánicos de uso farmacéutico; fabricación de productos de caucho y de plástico; fabricación de otros productos minerales no metálicos crece 2,0%.
- Fabricación de productos metalúrgicos básicos; fabricación de productos elaborados de metal, excepto maquinaria y equipo; fabricación de aparatos y equipo eléctrico; fabricación de productos informáticos, electrónicos y ópticos; fabricación de maquinaria y equipo n.c.p.; fabricación de vehículos automotores, remolques y semirremolques; fabricación de otros tipos de equipo de transporte; instalación, mantenimiento y reparación especializado de maquinaria y equipo crece 1,7%.
- Fabricación de muebles, colchones y somieres; otras industrias manufactureras decrecen 0,5%.

Tabla 4. Industrias manufactureras
Tasas de crecimiento en volumen[1]
Tercer trimestre 2022[pr]

Actividad económica	Tasas de crecimiento (%)		
	Serie original		Serie ajustada por efecto estacional y calendario
	Anual	Año corrido	Trimestral
	2022[pr]- III / 2021[pr]-III	2022[pr] / 2021[pr]	2022[pr]- III / 2022[pr]-II
Elaboración de productos alimenticios[2]	2,7	9,0	-2,4
Fabricación de productos textiles[3]	14,8	22,9	-0,2
Transformación de la madera y fabricación de productos de madera y de corcho, excepto muebles[4]	10,2	25,2	-0,2
Coquización, fabricación de productos de la refinación del petróleo y actividad de mezcla de combustibles[5]	6,4	10,5	2,0
Fabricación de productos metalúrgicos básicos[6]	10,4	13,0	1,7
Fabricación de muebles, colchones y somieres; otras industrias manufactureras	9,0	15,9	-0,5
Industrias manufactureras	**7,0**	**12,6**	**0,9**

Fuente: DANE, Cuentas nacionales

Entre enero y septiembre de 2022, el índice de producción real, de ventas reales y de empleo de la industria de Atlántico, Bolívar y Córdoba creció. En Atlántico, el buen desempeño de la producción, las ventas y el empleo estuvo impulsado por las clases industriales de alimentos y bebidas; químicos, farmacéuticos, caucho y plástico; y minerales no metálicos. En Bolívar, la mayor contribución sobre el incremento registrado en la producción, las ventas y el empleo provino del resto de la industria. En Córdoba, tanto la producción real como las ventas reales continuaron con buen ritmo de crecimiento, asociado la baja base de comparación frente al año anterior, debido a la parálisis de la actividad minero-industrial por actividades de mantenimiento y reparación en una de sus plantas (Cuadro 3). El análisis mensual de la producción real entre julio y septiembre de 2022 muestra aceleración en el crecimiento de la industria de Atlántico, desaceleración en la de Bolívar y caída en Córdoba al cierre de periodo. Se destaca el crecimiento continuo en los dos primeros territorios desde inicios de 2021 (Gráfico 3). En Atlántico, sobresale el incremento en la producción de bebidas por temporada de fin de año, de medicamentos por alta demanda institucional, de productos de aseo personal para atender el mercado externo, de vidrio estructural para exportación, de productos agroquímicos y de materiales de construcción. En córdoba, la actividad minero- industrial se vio limitada por menor demanda y por mantenimientos programados En el orden nacional el balance mostró una menor dinámica de crecimiento en el tercer trimestre de 2022; en particular, el Índice de Confianza Industrial (ICI) de Fedesarrollo creció un 9,7% en julio, un 7,1% en agosto y un 7,0% en septiembre.

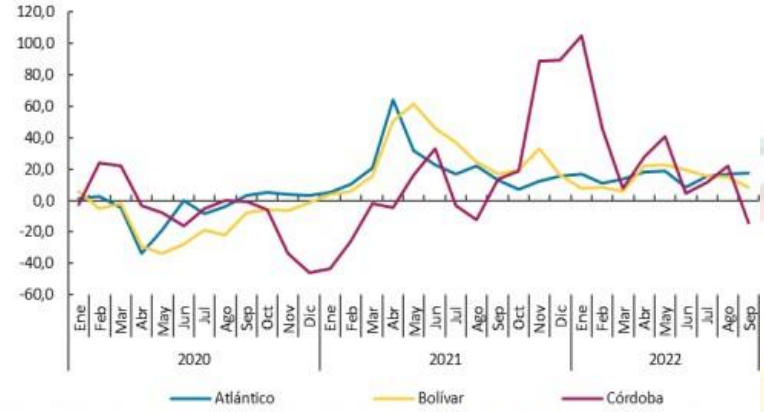
Cuadro 3
Región Caribe. Producción real, ventas reales y empleo
(crecimiento anual y contribución)

Porcentaje

Clases industriales	Enero - septiembre, 2021-2022p					
	Crecimiento anual			Contribución al crecimiento		
	Producción real	Ventas reales	Empleo	Producción real	Ventas reales	Empleo
		Atlántico				
Alimentos y bebidas	7,6	8,1	2,5	3,0	3,2	0,6
Textiles, confecciones y cuero	13,5	9,1	10,0	0,2	0,1	0,9
Madera y muebles	1,9	5,0	0,3	0,0	0,1	0,0
Papel e imprentas	40,2	37,0	8,3	1,6	1,5	0,4
Sustancias y productos químicos, farmacéuticos, de caucho y plástico	21,6	16,3	5,6	5,9	4,5	1,3
Minerales no metálicos	35,5	34,3	16,3	3,4	3,3	1,8
Productos metálicos	-3,3	3,4	6,7	-0,3	0,3	0,8
Resto de industria	18,4	16,6	10,5	1,5	1,4	1,4
Total	15,2	14,3	7,1	15,2	14,3	7,1
		Bolívar				
Alimentos y bebidas	7,8	17,6	7,4	0,4	0,8	1,8
Sustancias y productos químicos, farmacéuticos, de caucho y plástico	1,9	1,0	-0,1	0,8	0,4	0,0
Resto de industria	24,2	25,8	8,9	12,7	13,5	3,9
Total	13,9	14,8	5,6	13,9	14,8	5,6
		Córdoba				
Total	22,8	18,5	3,3	22,8	18,5	3,3

p: cifras provisionales.
Nota: la información corresponde a datos provisionales. Alimentos y bebidas incluye las divisiones CIIU4 10 y 11; madera y muebles (CIIU4 16 y 31); minerales no metálicos (CIIU4 23); papel e imprentas (CIIU4 17 y 18); productos metálicos (CIIU4 24 y 25); sustancias y productos químicos, farmacéuticos, de caucho y plástico (CIIU4 20 a 22); y textiles, confecciones y cuero (CIIU4 13 y 14).
Fuente: DANE, Encuesta Mensual Manufacturera con Enfoque Territorial (EMMET); cálculos del Banco de la República.

Gráfico 3
Región Caribe. Producción real
(crecimiento anual)
(porcentaje)



Fuente: Encuesta Mensual Manufacturera con Enfoque Territorial (EMMET) DANE; cálculos del Banco de la República.

Exportaciones

En el tercer trimestre de 2022pr, las exportaciones crecen 14,5% en su serie original, respecto al mismo periodo de 2021pr. Para la serie ajustada por efecto estacional y calendario, las exportaciones decrecen en 1,8%, respecto al trimestre inmediatamente anterior (ver tabla 17).

Tabla 17. Exportaciones
Tasas de crecimiento en volumen[1]
Tercer trimestre 2022pr

Componente del gasto	Tasas de crecimiento (%)		
	Serie original		Serie ajustada por efecto estacional y calendario
	Anual	Año corrido	Trimestral
	2022pr- III / 2021pr-III	2022pr / 2021pr	2022pr- III / 2022pr-II
Exportaciones	14,5	21,0	-1,8

Fuente: DANE, Cuentas nacionales

La Encuesta Nacional Agropecuaria – ENA 2019 indicó que, la producción total registrada fue de 63.247.863 toneladas de las cuales 42.208.363 toneladas corresponden al grupo de agroindustriales (66,7%), 6.712.167 toneladas a frutales (10,6%), 6.404.514 toneladas a tubérculos y plátano (10,1%), 4.423.183 toneladas a cereales (7,0%), 3.051.481 toneladas a las hortalizas, verduras y legumbres (4,8%) y 448.154 toneladas (0,7%) a árboles frutales dispersos.

Importaciones

En el tercer trimestre de 2022pr, las importaciones crecen 23,3% en su serie original, respecto al mismo periodo de 2021pr . Para la serie ajustada por efecto estacional y calendario, las importaciones crecen en 4,5%, respecto al trimestre inmediatamente anterior.

Tabla 18. Importaciones
Tasas de crecimiento en volumen[1]
Tercer trimestre 2022[pr]

Componente del gasto	Tasas de crecimiento (%)		
	Serie original		Serie ajustada por efecto estacional y calendario
	Anual	Año corrido	Trimestral
	2022[pr]- III / 2021[pr]-III	2022[pr] / 2021[pr]	2022[pr]- III / 2022[pr]-II
Importaciones	23,3	29,2	4,5

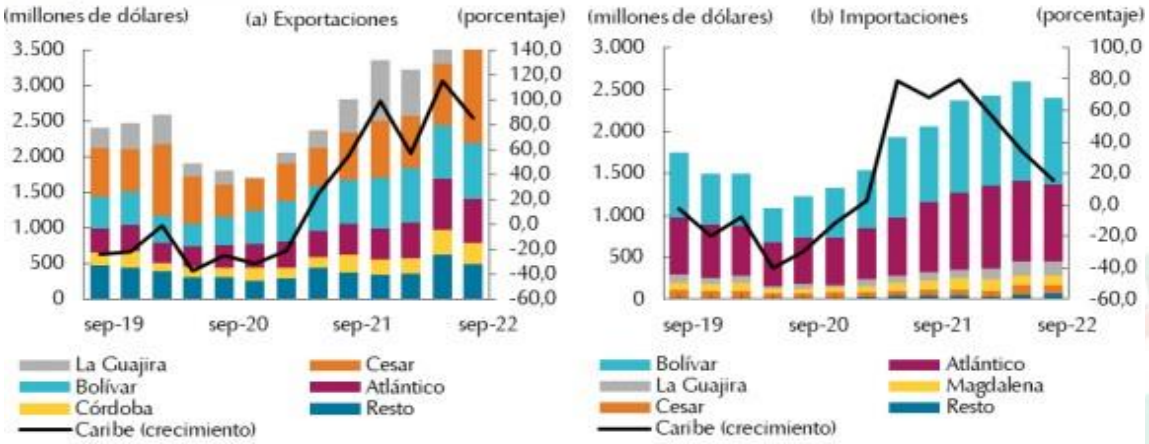
Fuente: DANE, Cuentas nacionales

Entre julio y septiembre de 2022, el comercio exterior de la región Caribe mantuvo el buen dinamismo iniciado en el segundo trimestre de 2021, por tanto, completó seis trimestres con crecimiento anual tanto en exportaciones como en importaciones (Gráfico 11). Las ventas externas crecieron en un 86,0%, con un nivel exportado de US$ 5.236 millones FOB, cifra que marca un récord histórico dentro de las exportaciones trimestrales. Las compras externas se incrementaron en un 15,9%, con un valor importado de US$ 2.395 millones CIF, cifra que revela un menor ritmo frente a los dos periodos anteriores. Durante el tercer trimestre de 2022, los departamentos de La Guajira, Cesar, Bolívar y Atlántico concentraron el 85,0% de las exportaciones regionales. Por departamento y principales rubros de exportación, se destacó durante el periodo: La Guajira y Cesar con el carbón, debido al potencial de la industria extractiva en estos territorios; Bolívar con las materias plásticas y el petróleo crudo, característico de su consolidada industria petroquímica; Atlántico con los aluminios, los combustibles para reactores y turbinas, y los fungicidas, reflejo de su industria diversificada; Córdoba con el ferroníquel, como pilar de su actividad minero-industrial; Sucre con el petróleo crudo, favorecido por su posición geográfica como terminal en las ventas externas del combustible; y Magdalena con el aceite de palma y los bananos, como principales productos agrícolas de exportación en la región.

Gráfica del precio del dólar



Gráfico 11
Región Caribe. Comercio exterior
(nivel y crecimiento anual)



Nota: Resto incluye los departamentos de Magdalena, Sucre y San Andrés (exportaciones); y Córdoba, Sucre y San Andrés (Importaciones).
Fuente: DANE - DIAN, cálculos del Banco de la República.

Este saldo fue superior en US$ 2.123 millones FOB al registrado en igual periodo de 2021, también se ubicó por encima del trimestre anterior en US$ 301 millones. Es importante mencionar que desde el primer trimestre de 2016 la región se mantuvo continuamente como un exportador neto, es decir, con una balanza comercial positiva. Por departamentos, Atlántico y Bolívar se han caracterizado por mantener una balanza comercial negativa. Por su parte, Cesar y La Guajira se destacaron por registrar balanzas favorables.

PIB desde el enfoque de la producción

En el tercer trimestre de 2024pr, el Producto Interno Bruto, en su serie original, crece 5,2% respecto al mismo periodo de 2023pr (ver tabla 1).

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).
- En lo corrido del año 2022pr, respecto al mismo periodo del año anterior, el Producto Interno Bruto presenta un crecimiento 9,4%.

Tabla 1. Valor agregado por actividad económica
Tasas de crecimiento en volumen[1]
Tercer trimestre 2022pr

Actividad económica	Tasas de crecimiento (%)		
	Serie original		Serie ajustada por 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**
Total impuestos menos subvenciones sobre los productos	10,8	11,9	3,1
Producto Interno Bruto	**7,0**	**9,4**	**1,6**

Fuente: DANE, Cuentas nacionales

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 crece 2,8%.
- Explotación de minas y canteras crece 1,9%.

Comercio al por mayor y al por menor

En el tercer trimestre de 2024pr, el valor agregado de 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% en su serie original, respecto al mismo periodo de 2021pr.

Esta dinámica se explica por los siguientes comportamientos (ver tabla 7):

- Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas crece 3,8%.
- Transporte y almacenamiento crece 18,1%.
- Alojamiento y servicios de comida crece 7,6%.

Respecto al trimestre inmediatamente anterior en su serie ajustada por efecto estacional y calendario, el valor agregado de comercio al por mayor y al por menor, reparación de vehículos automotores y motocicletas; transporte y almacenamiento; alojamiento y servicios de comida crece en 0,9%, explicado por:

- Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas crece 1,2%.
- Transporte y almacenamiento crece 4,2%.
- Alojamiento y servicios de comida decrece 3,1%.

Tabla 7. Comercio al por mayor y al por menor[1]
Tasas de crecimiento en volumen[2]
Tercer trimestre 2022[pr]

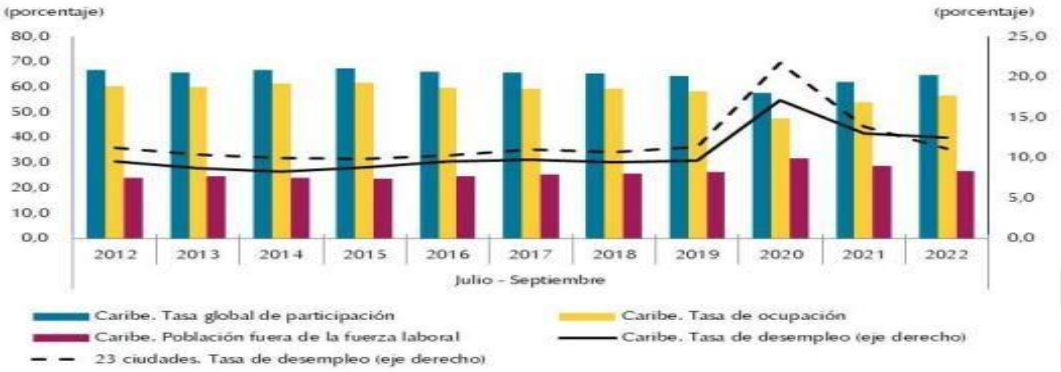
Actividad económica	Tasas de crecimiento (%)		
	Serie original		Serie ajustada por efecto estacional y calendario
	Anual	Año corrido	Trimestral
	2022[pr]- III / 2021[pr]-III	2022[pr] / 2021[pr]	2022[pr]- III / 2022[pr]-II
Comercio al por mayor y al por menor[3]	3,8	8,2	1,2
Transporte y almacenamiento	18,1	22,8	4,2
Alojamiento y servicios de comida	7,6	23,4	-3,1
Comercio al por mayor y al por menor[1]	**8,1**	**15,1**	**0,9**

Fuente: DANE,Cuentas nacionales

Mercado laboral

El DANE, con su nueva metodología para las estadísticas de mercado laboral, realizó la retroproyección de los datos de la Gran Encuesta Integrada de Hogares (GEIH)9 para el periodo 2001 - 2020 a partir del Censo Nacional de Población y Vivienda 2018, es por esto que ya es posible realizar un análisis comparativo de la serie de tiempo.

Gráfico 13
Región Caribe y 23 ciudades. Tasa global de participación, ocupación, población fuerza de la fuerza laboral y desempleo



Nota: no incluye el departamento de San Andrés
Fuente: DANE- Gran Encuesta Integrada de Hogares; cálculos del Banco de la República

En el tercer trimestre del 2022, el mercado laboral de la región Caribe evidenció una TD de 12,5% inferior a la registrada en igual trimestre del año anterior (13,1%). Por su parte, la TO fue del 56,7 % con aumentó en 2,8 pp, al igual que la TGP en 2,7 pp (Grafico 13 y Cuadro 14). Cabe anotar que la TO presentó un aumento de 128 mil personas impulsado por la población de asalariados (obreros y empleados particulares seguido de empleado domestico) y con una reducción principalmente en los trabajadores por cuenta propia. Según la GEIH, en el trimestre de análisis, Valledupar, Riohacha y Montería superaron la TD regional (12,5%); aunque de las siete ciudades con información se observó que dos de ellas (Cartagena y Valledupar) tuvieron una desmejora frente a igual periodo de 2021. No obstante, Cartagena con una TD de 10,4% tiene la menor cifra para este indicador en la región, siendo a su vez la ciudad donde más descendió la oferta laboral, pues la TGP cayó 1,6 pp. Adicional a esto, cabe resaltar que, Barranquilla, Santa Marta, Sincelejo, Montería y Valledupar fueron las ciudades de la región que presentaron avances en la TO con 6,1 pp, 4,0 pp, 2,3 pp, 1,4 pp y 0,5 pp; mientras que en Cartagena y Riohacha descendieron en 2,5 pp, y 1,0 pp respectivamente (Cuadro 14).

Cuadro 14
Región Caribe. Indicadores de mercado laboral
Tercer trimestre — Porcentaje

Ciudad	Año	Población en edad de trabajar	Tasa global de participación	Tasa de ocupación	Tasa de desempleo
Barranquilla	2021	76,3	60,6	51,8	14,6
	2022	76,6	65,8	57,9	12,0
Cartagena	2021	76,0	70,0	63,8	8,9
	2022	76,3	68,4	61,3	10,4
Montería	2021	76,7	62,0	52,6	15,1
	2022	77,0	63,2	54,0	14,6
Riohacha	2021	68,9	60,6	50,9	16,0
	2022	69,2	59,3	49,9	15,9
Santa Marta	2021	75,8	58,6	51,4	12,3
	2022	76,2	62,5	55,4	11,3
Sincelejo	2021	75,6	58,5	49,2	15,8
	2022	76,0	58,8	51,5	12,4
Valledupar	2021	73,4	58,5	50,8	13,1
	2022	73,8	62,2	51,3	17,6
Caribe	2021	75,7	62,1	53,9	13,1
	2022	76,0	64,8	56,7	12,5

Nota: no incluye el departamento de San Andrés
Fuente: DANE- Gran Encuesta Integrada de Hogares; cálculos del Banco de la República

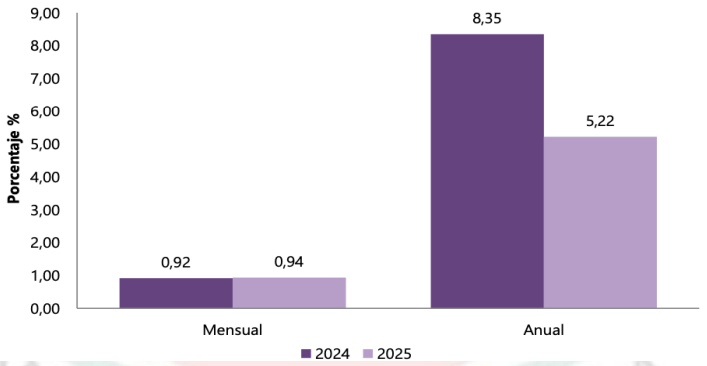
En cuanto al mercado laboral por género, en el tercer trimestre de 2022, en la región Caribe la TD de las mujeres se ubicó en 16,3% con una disminución de 0,9 pp comparada con el mismo trimestre de 2021, mientras que la TD de los hombres fue de 9,4% y descendió 0,6 pp en igual periodo,

evidenciando así una brecha laboral de género de 6,9 pp. En el análisis regional la mayor TD femenina se registró en la ciudad de Valledupar (20,5%), seguido de Riohacha (19,0%), Montería (18,6%), Sincelejo (17,0%), Cartagena (16,0%), Santa Marta (15,9%) y Barranquilla (14,9%). Cabe resaltar que ninguna ciudad de la región se encuentra por debajo de la TD nacional femenina (13,5%). Por su parte, las ciudades con mayor porcentaje de TD para los hombres y que superaron a la nacional (8,8%) fueron: Valledupar (15,2%), Riohacha (13,5%), Montería (11,5%), Barranquilla (9,7%) y Sincelejo (9,1%); mientras que Cartagena (5,4%), y Santa Marta (7,6%) se ubicaron por debajo de la nacional; en tanto que Cartagena, Santa Marta y Sincelejo se encuentran por debajo de la TD regional (9,4%). En la región Caribe la TGP de las mujeres fue 54,7% con aumento de 4,4 pp y la de los hombres de 76,1% que disminuyó en 0,8 pp, lo que significó que más mujeres salieron a buscar empleo. Así mismo, la TO en la región fue de 45,8 % para las mujeres y 69,0% para los hombres, con un aumento de 4,2 pp y 1,2 pp, en su orden. En el análisis regional la mayor TO femenina se registró en Cartagena (50,8%) y la menor en Riohacha (38,4%). Por otra parte, la mayor TO de los hombres se evidenció en Cartagena (73,1%) y la menor en Valledupar (62,1%). No obstante, el gran número de mujeres que había salido del mercado de trabajo para dedicarse principalmente a los cuidados del hogar no remunerados y que ahora está volviendo a hacer parte de la fuerza laboral explica el incremento significativo de mujeres ocupadas. La población femenina por fuera de la fuerza laboral se redujo en 71 mil personas, mientras la población masculina se redujo en 8 mil personas.

Índice de Precios al Consumidor (IPC)

Enero 2025

Gráfico 1. IPC Variaciones
Total Nacional
Enero 2024 - 2025



En el mes de enero de 2025, el IPC registró una variación de 0,94% en comparación con diciembre de 2024, cuatro divisiones se ubicaron por encima del promedio nacional (0,94%): Restaurantes y hoteles (1,90%), Transporte (1,71%), Alimentos y bebidas no alcohólicas (1,62%) y por último, Salud (1,04%). Por debajo se ubicaron: Muebles, artículos para el hogar y para la conservación ordinaria del hogar (0,70%), Bebidas alcohólicas y tabaco (0,64%), Bienes y servicios diversos (0,54%), Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles (0,39%), Educación (0,00%), Prendas de vestir y calzado (-0,15%), Recreación y cultura (-0,18%) y por último, Información y comunicación (-0,19%).

Cuadro 1. IPC Variación y contribución mensual
Según divisiones de gasto
Enero 2024 - 2025

		2024		2025	
Divisiones de Gasto	Peso (%)	Variación (%)	Contribución Puntos Porcentuales	Variación (%)	Contribución Puntos Porcentuales
Restaurantes y hoteles	9,43	1,72	0,19	1,90	0,21
Transporte	12,93	1,99	0,27	1,71	0,23
Alimentos y bebidas no alcohólicas	15,05	0,48	0,09	1,62	0,30
Salud	1,71	1,10	0,02	1,04	0,02
TOTAL	100,00	0,92	0,92	0,94	0,94
Muebles, artículos para el hogar y para la conservación ordinaria del hogar	4,19	0,69	0,03	0,70	0,03
Bebidas alcohólicas y tabaco	1,70	1,11	0,02	0,64	0,01
Bienes y servicios diversos	5,36	0,97	0,05	0,54	0,03
Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles	33,12	0,84	0,26	0,39	0,12
Educación	4,41	0,00	0,00	0,00	0,00
Prendas de vestir y calzado	3,98	0,30	0,01	-0,15	0,00
Recreación y cultura	3,79	-0,21	-0,01	-0,18	-0,01
Información y comunicación	4,33	-0,12	0,00	-0,19	-0,01

Fuente: DANE, IPC
Nota**:** La diferencia en la suma de las variables obedece al sistema de aproximación en el nivel de dígitos trabajados en el índice.

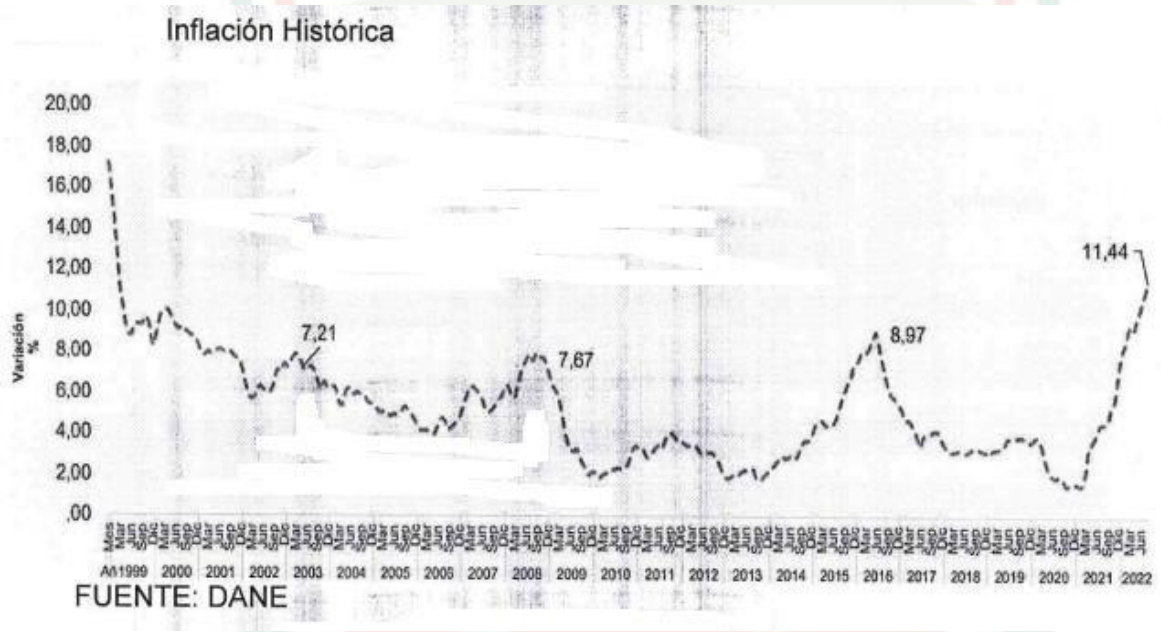
Los mayores aportes a la variación mensual del IPC (0,94%), se ubicaron en las divisiones de: Alimentos y bebidas no alcohólicas, Transporte, Restaurantes y hoteles y Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles, las cuales aportaron 0,87 puntos porcentuales a la variación total.

En enero de 2025 en comparación con diciembre de 2024, la variación de las subclases que más aportaron al índice total fueron: transporte urbano (incluye tren y metro) (4,03%), comidas en establecimientos de servicio a la mesa y autoservicio (2,23%), arriendo imputado (0,46%), tomate (28,68%), arriendo efectivo (0,45%), carne de aves (2,66%), comidas preparadas fuera del hogar para consumo inmediato (1,39%), hortalizas y legumbres frescas (5,68%), servicio doméstico (2,25%) y electricidad (0,60%). Las subclases con aportes negativos a la variación fueron: transporte de pasajeros y equipaje en avión (incluye pagos por exceso de equipaje) (-6,51%), plátanos (-2,70%), papas (-2,27%), cines y teatros (-2,92%) y equipos de telefonía móvil, similares y reparación (-4,49%).

Cuadro 2. IPC Variación y contribución mensual
Por principales subclases
Enero 2025

Subclase	Variación (%)	Contribución Puntos porcentuales
Transporte urbano (incluye tren y metro)	4,03	0,19
Comidas en establecimientos de servicio a la mesa y autoservicio	2,23	0,17
Arriendo imputado	0,46	0,06
Tomate	28,68	0,06
Arriendo efectivo	0,45	0,04
Carne de aves	2,66	0,04
Comidas preparadas fuera del hogar para consumo inmediato	1,39	0,03
Hortalizas y legumbres frescas	5,68	0,03
Servicio doméstico	2,25	0,02
Electricidad	0,60	0,02

Fuente: DANE, IPC.
Nota: La diferencia en la suma de las variables obedece al sistema de aproximación en el nivel de dígitos trabajados en el índice.

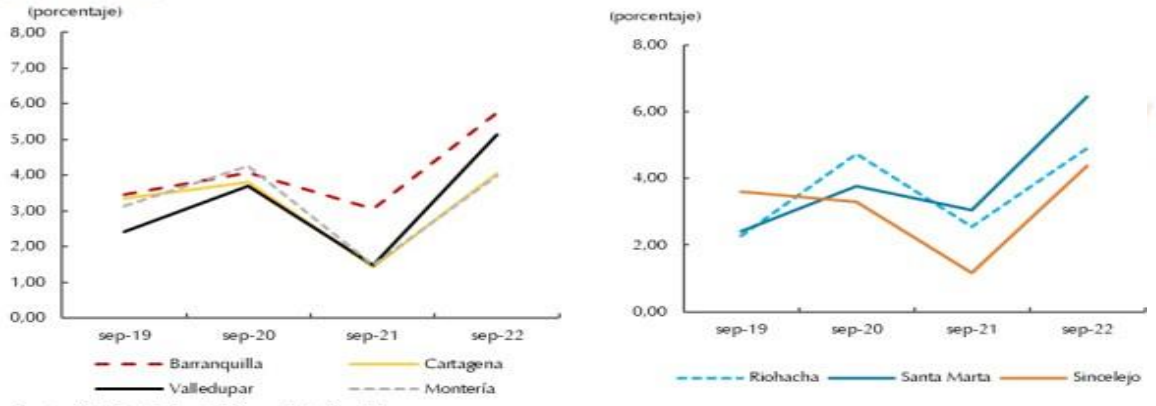


Precios

En el tercer trimestre de 2022, las ciudades de la región Caribe mantuvieron una tendencia alcista. La variación anual del Índice de Precios al Consumidor (IPC) fue de 12,87% en promedio, cifra mayor en 8,49 puntos porcentuales (pp) a la presentada en igual trimestre de 2021, y en 2,04 pp por encima de la nacional (10,83%). Estas cifras históricamente altas, y con una inflación anual de dos dígitos, son consecuencia de distintos factores externos, tales como: presiones de oferta acentuadas por la guerra en Ucrania; oferta alimentaria restringida por políticas de soberanía alimentaria en algunos países, que han limitado o suspendido los volúmenes exportados; además de sequias en varios lugares del mundo. En cuanto a factores internos se encuentran: la fuerte depreciación acumulada del peso frente al dólar, una fuerte demanda interna que supera la capacidad productiva de la economía, una indexación a tasas más altas de algunos rubros regulados y servicios, así como por un menor abastecimiento de algunos alimentos debido

a las mayores exportaciones o ciclos productivos adversos (Banco de la República, Informe de Política Monetaria, octubre, 2022). Como se observa en el Gráfico 14 y Cuadro 17, en septiembre de 2022, todas las ciudades de la región Caribe presentaron una inflación superior a la del total Nacional que fue de 11,44%, siendo Santa Marta, Valledupar y Riohacha las tres ciudades con inflación más alta. Por el contrario, las tres de menor variación de precios fueron: Sincelejo, Cartagena y Barranquilla.

Gráfico 14
Región Caribe. IPC por ciudades
(variación anual)



Fuente: DANE; cálculos del Banco de la República.

El Cuadro 17 muestra las variaciones anuales del IPC por grupos de bienes y servicios de las ciudades de la región Caribe en septiembre de 2022, y se observa que las tres mayores alzas se dieron en: alimentos y bebidas no alcohólicas donde sobresalieron las hortalizas y legumbres frescas, aceites comestibles, y la yuca para consumo en el hogar; seguidos de restaurantes y hoteles, en especial las comidas en restaurantes de servicio a la mesa, preparadas fuera del hogar para consumo inmediato, bebidas calientes y pago por alimentación en comedores; y muebles, artículos del hogar y para la conservación ordinaria del hogar, principalmente lavadoras, secadoras y lava vajillas, equipos de 27 iluminación y aparatos electrónicos pequeños. Por el contrario, los grupos que presentaron variaciones negativas fueron: información y comunicaciones, especialmente equipo para la grabación, recepción y reproducción de imagen y sonido.

Cuadro 17
Región Caribe, IPC por grupo de bienes y servicios
(variación anual en septiembre de 2022)

Porcentaje

Grupo de bienes y servicios	Ciudades						
	Barranquilla	Cartagena	Valledupar	Montería	Riohacha	Santa Marta	Sincelejo
Total	13,16	12,53	14,38	13,23	14,34	14,41	12,39
Alimentos y bebidas no alcohólicas	25,35	26,48	27,14	26,08	29,38	24,54	27,94
Bebidas alcohólicas y tabaco	6,95	7,22	10,63	6,05	8,19	9,33	6,59
Prendas de vestir y calzado	3,09	4,9	2,93	6,57	2,24	6,55	6,94
Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles	9,62	7,81	13,02	11,12	13,37	12,95	10,02
Muebles, artículos para el hogar y para la conservación ordinaria del hogar	18,22	17,4	20,25	16,57	13,24	16,37	12,99
Salud	8,23	12,18	10,07	12,4	6,8	11,46	7,32
Transporte	7,99	7,44	6,39	7,77	5,55	6,88	5,73
Información y comunicación	-7,27	-4,73	-6,99	-7,28	-4,79	-6,67	-6,26
Recreación y cultura	4,72	5,47	5,92	2,87	4,82	4,39	3,26
Educación	6,69	10,01	0,47	8,12	7,99	7,29	4,10
Restaurantes y hoteles	20,48	16,91	21,39	11,86	17,21	19,12	14,07
Bienes y servicios diversos	12,92	12,71	11,61	12,96	11,63	10,86	9,54

Nota: no incluye el departamento de San Andrés Islas
Fuente: DANE; cálculos del Banco de la República

El Cuadro 18 muestra la variación anual en septiembre de 2022 de otras clasificaciones del gasto, para tres ciudades de la región Caribe, observándose que las mayores presiones alcistas se dieron principalmente en los alimentos tanto primarios o perecederos como en los procesados. Le siguen los bienes sin alimento ni regulados donde se destacaron artículos en oro, plata, piedras preciosas y su reparación, compra de bicicleta y piezas para bicicleta.

Cuadro 18
IPC por otras clasificaciones del gasto en tres ciudades de la región Caribe Colombiana
(variación anual en septiembre) Porcentaje

	Barranquilla		Cartagena		Montería	
	2021	2022	2021	2022	2021	2022
Total	5,75	13,16	4,05	12,53	3,98	13,23
Sin Alimentos	4,37	10,12	2,13	8,84	2,80	9,66
Bienes sin alimentos ni regulados	2,25	12,42	3,79	11,78	2,84	11,11
Servicios sin alimentos ni regulados	2,81	6,03	0,44	4,69	1,45	4,30
Regulados	8,51	16,56	4,18	14,59	5,60	19,05
Alimentos	11,66	25,35	12,05	26,48	8,46	26,08
Alimentos primarios o perecederos	9,83	31,56	10,49	33,45	1,90	34,09
Alimentos procesados	12,09	23,92	12,45	24,70	10,17	24,15

Fuente: DANE; cálculos del Banco de la República

En junio de 2022, las ventas reales del comercio minorista aumentaron 17,2% y el personal ocupado creció 4,6% en relación con el mismo mes de 2021. Excluyendo el comercio de combustibles, la variación de las ventas reales del sector fue de 17,1%. Si se comparan los resultados de junio de 2022 con los de junio de 2019 se evidencia un incremento de 25,6% en las ventas del comercio minorista y con relación al personal ocupado una caída de 0,8%.

Tabla 1. Variación porcentual anual, bienal, año corrido y doce mesesPr
Junio 2022

Indicador	Variación anual Junio 2022 / junio 2021	Variación año corrido Enero - junio 2022 / enero - junio 2021	Variación doce meses Julio 2021 - junio 2022 / julio 2020 - junio 2021	Variación Trienal Junio 2022 / 2019	Variación año corrido Trienal Enero - junio 2022 / enero - Junio 2019
Total ventas comercio al por menor y vehículos	17,2	18,2	17,9	25,6	23,3
Total comercio minorista y vehículos (excepto grupo CIIU 473*)	17,1	17,7	17,6	28,2	25,0
Total ventas comercio al por menor sin vehículos automotores ni motocicletas	20,0	17,5	16,1	24,4	21,6
Total ventas comercio al por menor sin combustibles	17,1	17,7	17,6	28,1	25,0
Total ventas comercio al por menor sin combustibles ni vehículos	20,7	16,8	15,1	27,1	23,1
Total Personal ocupado	4,6	2,9	2,2	-0,8	-1,7

Fuente: DANE – EMC

En junio de 2022, las ventas del comercio minorista aumentaron 17,2% frente a las registradas en el mismo mes de 2021. Diecisiete líneas de mercancía registraron variaciones positivas en sus ventas reales y, por otra parte, dos líneas de mercancía registraron variaciones anuales negativas en sus ventas. Las mayores contribuciones positivas, a la variación anual se presentaron en las líneas de Combustibles para vehículos automotores, Equipo de informática y telecomunicaciones para uso personal o doméstico,

Electrodomésticos, muebles para el hogar, Equipos y aparatos de sonido y video aportando en conjunto 9,9 puntos porcentuales a la variación total del comercio minorista.

Tabla 2. Variación porcentual y contribución de las ventas reales del comercio minorista según grupos de mercancías
Total nacional
Junio 2022/ junio 2021
Junio 2022/ junio 2019[Pr]

Líneas de mercancías	Junio de 2022/ junio de 2021		Junio de 2022 / junio de 2019	
	Variación %	Contribución PP	Variación %	Contribución PP
Total comercio minorista	**17,2**	**17,2**	**25,6**	**25,6**
Combustibles para vehículos automotores	17,5	3,2	15,7	3,2
Equipo de informática y telecomunicaciones para uso personal o doméstico	73,1	2,8	157,9	4,4
Electrodomésticos, muebles para el hogar	54,2	2,0	83,4	2,7
Equipos y aparatos de sonido y video	108,2	1,9	90,5	1,9
Otros vehículos automotores y motocicletas***	20,0	1,8	43,7	3,5
Prendas de vestir y textiles	36,3	1,7	30,1	1,6
Repuestos, partes, accesorios y lubricantes para vehículos	19,1	1,2	27,8	1,8
Alimentos (víveres en general)	3,8	0,7	0,5	0,1
Calzado, artículos de cuero y sucedáneos del cuero	34,9	0,6	24,5	0,5
*Otras mercancías para uso personal o doméstico, no especificadas anteriormente	16,8	0,5	23,7	0,7
Productos de aseo personal, cosméticos y perfumería	12,9	0,5	9,0	0,4
Artículos de ferretería, vidrios y pinturas	8,6	0,4	33,5	1,3
Bebidas alcohólicas, cigarros, cigarrillos y productos del tabaco	16,2	0,3	17,2	0,4
Artículos y utensilios de uso doméstico	17,7	0,2	38,2	0,5
Bebidas no alcohólicas	12,9	0,1	6,6	0,1
Libros, papelería, periódicos, revistas y útiles escolares	26,4	0,1	22,5	0,1
Productos farmacéuticos y medicinales	0,4	0,0	13,4	0,4
Productos para el aseo del hogar	-5,2	-0,2	23,4	0,6
Vehículos automotores y motocicletas principalmente de uso de los hogares**	-7,5	-0,8	20,8	1,8

Fuente: DANE - EMC.

El personal ocupado por el comercio minorista en junio de 2022 aumentó 4,6% frente al mismo mes del año anterior, como resultado del aumento de 3,9% del personal permanente, 3,2% del personal temporal directo, 13,0% del personal temporal contratado a través de empresas y 5,3% de los aprendices. Al comparar el personal ocupado registrado en el mes de junio de 2022 con el mismo mes del año 2019, se registra una disminución de 0,8%.

Tabla 6. Variación porcentual y contribución del personal ocupado por tipo de contratación y actividad económica
Total nacional
Junio 2022/ junio 2021
Junio 2022/ junio 2019[Pr]

Tipos de contratación y actividad económica	Junio de 2022 / junio de 2021		Junio de 2022 / junio de 2019	
	Variación %	Contribución PP	Variación %	Contribución PP
Total comercio y vehículos	**4,6**	**4,6**	**-0,8**	**-0,8**
Total comercio y vehículos (excepto grupo CIIU 473*)	**4,6**		**-0,4**	
Desagregación por tipo de contratación				
Personal permanente	**3,9**	**2,6**	**1,7**	**1,1**
Personal temporal directo	**3,2**	**0,7**	**-5,4**	**-1,3**
Personal temporal contratado a través de empresas	**13,0**	**1,1**	**-2,4**	**-0,2**
Personal Aprendices	**5,3**	**0,1**	**-14,6**	**-0,4**
Desagregación por actividad económica				
4711 -472. No especializados con surtido compuesto principalmente por alimentos y especializados en la venta de alimentos.	0,5	0,2	-0,7	-0,3
4719. No especializados con surtido compuesto principalmente por productos diferentes de alimentos, bebidas y tabaco.	6,2	0,4	8,6	0,5
4771 - 4772. Prendas de vestir y sus accesorios; Calzado y artículos sucedáneos al cuero en establecimientos especializados.	17,5	1,5	-6,5	-0,7
4511. Vehículos automotores nuevos	8,9	0,7	-0,1	0,0
4773. Productos farmacéuticos, medicinales, odontológicos; artículos de perfumería, cosméticos y de tocador	8,3	0,6	13,6	0,9
475. Otros enseres domésticos en establecimientos especializados.	2,8	0,3	-3,7	-0,4
4731. Comercio al por menor de combustible para automotores.	3,6	0,3	-5,8	-0,4
4530. Partes, piezas (autopartes) y accesorios (lujos) para vehículos automotores	3,6	0,2	-0,1	0,0
4541. Motocicletas y de sus partes, piezas y sus accesorios.	7,2	0,2	0,5	0,0
476. Artículos culturales y de entretenimiento en establecimientos especializados.	9,2	0,1	-15,6	-0,3
4774. Otros productos nuevos en establecimientos especializados.	6,6	0,1	-9,7	-0,1
474. Equipos de informática y comunicaciones en establecimientos especializados.	7,4	0,0	8,8	0,0
4732. Comercio al por menor de lubricantes, aditivos y productos de limpieza para vehículos automotores.	4,6	0,0	-7,2	0,0

Fuente: DANE – EMC.

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.)pr
Total nacional*
Junio 2022/ junio 2021

Indicador	Variación anual Junio 2022 / junio 2021	Contribución (pp)	Variación año corrido Enero - junio 2022 / enero - junio 2021	Contribución (pp)	Participación en las ventas totales de junio 2022	Participación en las ventas totales de junio 2021
Ventas totales	31,1	31,1	28,6	28,6	100,0	100,0
Ventas realizadas a través de comercio electrónico [a]	108,8	2,9	27,7	0,8	4,2	2,6
Ventas realizadas a través de canales diferentes al comercio electrónico [b]	29,0	28,2	28,7	27,9	95,8	97,4

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.

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.)Pr
Total nacional*
Junio 2022 / junio 2019

Indicador	Variación trienal Junio 2022 / 2019	Contribución (pp)	Variación año corrido trienal Enero - junio 2022 / enero - Junio 2019	Contribución (pp)
Ventas totales	42,0	42,0	38,8	38,8
Ventas realizadas a través de comercio electrónico [a]	373,7	4,7	232,7	2,7
Ventas realizadas a través de canales diferentes al comercio electrónico [b]	37,7	37,3	36,5	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.

2. Comercio al por menor por departamentos

2.1 Variación anual
Junio 2022/ junio 2021
Junio 2022/ junio 2019

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

Departamento	Junio de 2022 / junio de 2021						Junio de 2022 / junio 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*)	**17,1**	**17,1**		**4,6**	**4,6**		**28,2**	**28,2**		**-0,4**	**-0,4**	
Bogotá D.C.	15,8	5,2		3,3	0,9		27,4	9,0		-4,7	-1,3	
Cundinamarca	36,4	2,3		2,6	0,1		77,1	4,1		4,9	0,2	
Antioquia	10,4	1,7		4,4	0,7		26,6	4,0		0,1	0,0	
Valle del Cauca	13,0	1,3		1,5	0,2		13,1	1,5		-7,2	-0,9	
Atlántico	20,1	1,0		7,3	0,5		28,9	1,5		6,2	0,4	
Santander	21,6	0,8		8,9	0,4		31,0	1,1		6,9	0,3	
Otros departamentos	18,5	4,8		6,4	1,9		26,1	7,0		3,2	0,9	

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 junio 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 17,1%. 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 5,2 puntos porcentuales, seguido de Cundinamarca con un aporte de 2,3 puntos porcentuales.

Al comparar junio de 2022 frente a junio de 2019 la variación fue de 28,2%.

Personal ocupado
En junio de 2022 frente a junio de 2021, la contratación de personal por parte del comercio minorista sin combustibles ni lubricantes creció 4,6%, en los siete (7) dominios departamentales se presentaron variaciones positivas.

La variación del margen comercial (ventas - costo de la mercancía vendida) del comercio al por mayor (División 46) fue 6,9% para el mes de junio de 2022 en relación con junio de 2021. Para este mes los tres (3) dominios de publicación presentaron variaciones positivas, siendo el margen comercial del comercio de Materias primas agropecuarias; Alimentos bebidas y tabaco; Artículos y enseres domésticos exceptuando productos farmacéuticos, medicinales, cosméticos y de tocador el que presentó la mayor contribución al total de la división con 4,8 puntos porcentuales, seguido de Maquinaria y equipo, especializado en otros productos y no especializado con 1,3 puntos porcentuales. Si se compara el margen comercial del comercio al por mayor de junio de 2022 frente a junio de 2019 se evidencia que se registró una variación trienal de 44,3% y los tres (3) dominios de publicación presentaron variación positiva.

Tabla 13. Variación del margen comercial mayorista nominal y personal ocupado
Total nacional[Pr]
Junio 2022 / junio 2021
Junio 2022 / junio 2019

Dominio CIIU Rev. 4 A. C. Código - Descripción	Margen comercial Jun 2022 /jun 2021		Personal Jun 2022 /jun 2021		Margen comercial Jun 2022 /jun 2019		Personal Jun 2022 /jun 2019	
	Var (%)	Cont. (pp)	Var (%)	Cont. (pp)	Var (%)	Cont. (pp)	Var (%)	Cont. (pp)
Total comercio al por mayor	6,9	6,9	5,4	5,4	44,3	44,3	4,3	4,3
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.	16,0	4,8	6,5	2,1	47,0	14,9	3,3	1,1
4645. Productos farmacéuticos, medicinales, cosméticos y de tocador.	3,3	0,8	6,7	1,4	27,9	7,5	12,6	2,5
465 - 466 - 469. Maquinaria y equipo, especializado en otros productos; No especializado.	3,0	1,3	4,1	1,9	53,1	21,9	1,6	0,8

Fuente: DANE – EMC
Pr: preliminar

Alianzas comerciales

Las siguientes son las alianzas vigentes en Colombia.



Acuerdo	Paises involucrados	Tipo de acuerdo
Asociación Europea de Libre Comercio (AELC-EFTA)	Suiza Noruega Islandia Liechtenstein	Acuerdo de libre comercio de manera bilateral
Alianza del Pacífico	Chile Perú Mexico	Mecanismo de articulación política, económica y de cooperación e integración.
Comunidad Andina (CAN)	Perú Ecuador Bolivia	Acuerdo comercial de manera bilateral
Mercosur	Argentina Brasil Paraguay Uruguay	Acuerdo de complementación económica. Comercio bilateral
Triangulo Norte	Guatemala El Salvador Honduras	Acuerdo comercial de manera bilateral
Acuerdo de Complementación Económica (ACE)	Chile	Acuerdo que incorpora disciplinas en servicios, compras públicas, inversión, compromisos de materia laboral y
Caricom	Trinidad y Tobago Jamaica Barbados Guyana Antigua y Barbuda Bélice Dominica Granada Moserrat San Cristóbal y Nieves Santa Lucía San Vicente Las Granadinas	Comercio y cooperación económica y técnica.

Fuente. Informe Ministerio de Industria y Turismo, 2018.



Fuente: https://dolar.wilkinsonpc.com.co/divisas/dolar.html

El monto del salario mínimo para el año 2023 quedó en $ 1'160.000 de pesos (Un millón ciento sesenta mil pesos) con un auxilio de transporte de $ 140.606 pesos ($ 1'300.606 pesos de salario + auxilio de transporte) y fue acordado entre los sindicatos, gremios y el gobierno nacional el 15 de diciembre. Con la TRM del 15 de diciembre de 2022, el salario mínimo 2023 en Colombia equivale a $242.77 dólares estadounidenses ($272.19 dólares si se incluye el subsidio de transporte).

1. **Técnico**

Los estipulados en los estudios previos.

2. Regulatorio

Marco regulatorio para los segmentos de Bienes de Aseo y Cafetería y Servicios de Aseo y Cafetería

Eje	Tema	Normativa	Detalle
Fabricación y Comercializac	Fabricación y comercialización de Productos de Aseo	Decreto 1545 de 1998 y sus modificaciones	Reglamenta los regímenes sanitarios, del control de calidad y de vigilancia de los productos de aseo, higiene y limpieza de uso doméstico.
		Resolución 3113 de 1998 del INVIMA	Establece normas de fabricación de los productos de aseo, higiene y limpieza de uso doméstico.
Eje	**Tema**	**Normativa**	**Detalle**
		Decisión de la Comunidad Andina 706 de 2008	Armoniza las legislaciones en materia de productos de higiene doméstica y productos absorbentes de higiene personal.
		Circular Externa INVIMA DG-0100-284 de 2002	Determina qué se debe tener en cuenta para identificar si un producto es de aseo, higiene y limpieza de uso doméstico o de aseo, higiene y limpieza de uso industrial.
		Circular Externa INVIMA DG-100-004400-2013	Aplicación del artículo 12 de la Decisión 706 de 2008 – variedad para ambientadores.
		Circular Externa INVIMA DG-100-00439-2013	Vigencia Notificación Sanitarias Obligatorias.
	Fabricación y comercialización de Productos Cosméticos	Decreto 219 de 1998	Reglamenta los regímenes sanitarios de control de calidad y de vigilancia de los Productos Cosméticos.
		Decisión de la Comunidad Andina 516 de 2002	Armoniza las legislaciones en materia de Productos Cosméticos.
		Decisión de la Comunidad Andina 784 de 2013	Modificación de la Decisión 516 "Armonización de legislaciones en materia de productos cosméticos".
		Decisión de la Comunidad Andina 783 de 2013	Directrices para el agotamiento de existencia de productos cuya Notificación Sanitaria Obligatoria ha terminado su vigencia o se ha modificado y aún existan productos en el mercado.
	Fabricación y comercialización de tapabocas	Decreto 4725 de 2005	Reglamenta el régimen de registros sanitarios, permiso de comercialización y vigilancia sanitaria de los dispositivos médicos para uso humano.
	Uso y manejo de plaguicidas a nivel doméstico	Decreto 1843 de 1991	Reglamenta el régimen aplicable al uso y manejo de plaguicidas.

Laboral	Contratación de personal	Código Sustantivo del Trabajo y demás leyes laborales vigentes en Colombia.	Establece las condiciones de contratación mínimas obligatorias, como el SMMLV, las prestaciones sociales y los aportes parafiscales.
	Seguridad laboral / Trabajo en alturas	Resolución 3673 de 2008 del Ministerio de la Protección Social	Establece el reglamento técnico de trabajo Seguro en Alturas que aplica a todos los empleadores, empresas, contratistas, subcontratistas y trabajadores de todas las actividades económicas de los sectores formales e informales de la economía, que desarrollen trabajos en alturas con peligro de caídas. Para efectos de la aplicación de la norma se entiende por trabajo en alturas, toda labor o desplazamiento que se realice a 1,50 metros o más sobre un nivel inferior.
		Resolución 1409 de 2012 del Ministerio de Trabajo	Establece el reglamento de seguridad para la protección contra caídas en trabajo en alturas.
		Resolución 2578 de 2012 del SENA	Establecen lineamientos para el cumplimiento de la Resolución número 1409 del 23 de julio de 2012, expedida por el Ministerio del Trabajo, sobre trabajo en alturas
		Resolución 1903 de 2013 del Ministerio de Trabajo	Esta resolución modifica la Resolución 1409 de 2012, en lo concerniente a lo estipulado en el numeral 5 del artículo 10,
Ambiental	Desechos peligrosos	Decreto 4741 de 2005	Establece las obligaciones de las empresas generadoras, importadoras y transportadoras de desechos peligrosos, así como las del ente receptor una vez haya recibido el suministro por parte del transportador.
		Decreto 351 de 2014	Reglamenta la gestión integral de los residuos generados en la atención en salud y otras actividades.
		Ley 1252 de 2008	Regula todo lo relacionado con la exportación e importación de residuos peligrosos en el territorio nacional.

Fuente: Estudio de mercado para celebrar un Acuerdo Marco para la contratación del Servicio Integral de Aseo y Cafetería. Colombia Compra Eficiente.

B. ESTUDIO DE LA OFERTA

1. Cadena de Suministro.

El mercado de Bienes y Servicios de Aseo y Cafetería está compuesto por 4 eslabones, cada uno con un actor principal:

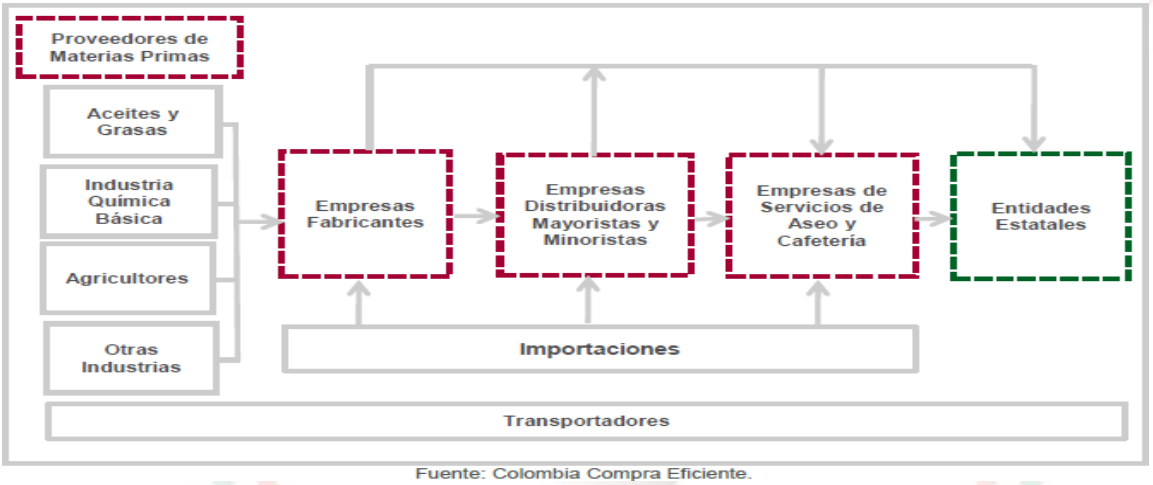
- Primer eslabón: Desarrollado por los proveedores de materias primas tales como las empresas de la industria química, los productores de aceites y grasas, las empresas papeleras, las empresas de la industria de plásticos, los agricultores, y las empresas de metal y aluminio.
- Segundo eslabón: Lo conforman las Empresas Fabricantes las cuales utilizan materias primas para la producción de Bienes de Aseo y Cafetería, venden sus productos a las Empresas de Servicios de Aseo y Cafetería y a las Entidades Estatales directamente, o a través de Empresas Distribuidoras. Estas últimas, garantizan un volumen de venta elevado, reduciendo el desgaste administrativo y logístico. Algunas Empresas Fabricantes cuentan incluso con su propia línea distribuidora encargada de integrar el tercer eslabón de la cadena en el negocio.
- Tercer eslabón: Lo desarrollan las Empresas Distribuidoras que cuentan con la capacidad de ofrecer Bienes de Aseo y Cafetería y la totalidad del portafolio de productos de diferentes características y calidad. Estas empresas venden los Bienes de Aseo y Cafetería a las Empresas de Servicios de Aseo y Cafetería o directamente a las Entidades Estatales.
- Cuarto eslabón: Constituido por las Empresas de Servicios de Aseo y Cafetería que administran personal y proveen los insumos para prestar el servicio en las Entidades Estatales. Colombia Compra Eficiente evidenció un cierto grado de integración vertical, pues algunas Empresas de

Servicios de Aseo y Cafetería fabrican los insumos que requieren para ejecutar las actividades propias de su actividad económica.

Las Empresas Fabricantes, las Empresas Distribuidoras y las Empresas de Servicios de Aseo y Cafetería importan materias primas, insumos, elementos y maquinaria para llevar a cabo sus actividades comerciales. Los insumos importados más relevantes son los líquidos limpiadores concentrados, carros exprimidores de traperos, carros de limpieza, carros de bebidas y maquinaria.

Los transportadores cumplen un papel relevante en la logística y transporte de materias y Bienes de Aseo y Cafetería para los demás actores de la cadena de suministro

Cadena de suministro de Bienes de Aseo y Cafetería y Servicios de Aseo y Cafetería



Fuente: Colombia Compra Eficiente.

La guía para para la elaboración de estudio de sector, concierta qué; la Alcaldía Municipal de Pueblo Nuevo, debe identificar los proveedores en el mercado del bien, obra o servicio, así como sus principales características como tamaño empresarial, ubicación, esquemas de producción y comportamiento financiero. Esta identificación permite determinar posibles Riesgos de colusión y también establecer el poder de negociación de los proveedores, el cual está relacionado con el número de competidores presentes en el mercado y las participaciones de cada uno en el mercado.

Las Empresas Fabricantes están especializadas en líneas de bienes y no necesariamente cuentan con toda la gama de productos requerida por las Entidades Estatales. Se clasificó las empresas de acuerdo con los productos que ofrecen en: (i) jabones, detergentes y limpiadores; (ii) productos especializados para la limpieza de superficies y el cuidado de pisos, muebles y equipos; (iii) paños y esponjas; (iv) traperos, escobas, cepillos y brilladores; (v) productos de papel; (vi) productos derivados del plástico; (vii) maquinaria para el aseo; y (viii) dispensadores.

Se presenta las 20 Empresas Fabricantes de la muestra con mayores ingresos operacionales en 2015.

Empresas Fabricantes con mayores ingresos operacionales en 2015

N°	Empresa Fabricante	Departamento	Ingresos operacionales anuales de 2015, miles de pesos
1	Procter & Gamble Colombia Ltda.	Bogotá D.C	$852.831.064
2	Detergentes Ltda.	Bogotá D.C	$492.097.090
3	Familia del Pacífico S.A.S.	Antioquia	$453.775.565
4	Henkel Colombiana S.A.S.	Bogotá D.C	$317.862.074
5	Colgate Palmolive Compañía	Valle del Cauca	$297.413.898
6	Reckitt Benckiser Colombia S.A.	Valle del Cauca	$231.110.610
7	Amway Colombia	Bogotá D.C	$195.229.011
8	Jgb S.A.	Valle del Cauca	$180.588.592
9	Azul K S.A.	Bogotá D.C	$167.991.829
10	S C Johnson & Son Colombiana S.A.	Bogotá D.C	$162.036.471
11	Productos Familia Cajicá S.A.S.	Antioquia	$133.134.083
12	Clorox de Colombia S.A.	Bogotá D.C	$117.772.459
13	Simoniz S.A.	Bogotá D.C	$91.161.326
14	Hada S.A.	Caldas	$90.837.965
15	Laboratorios Cofarma S.A.	Atlántico	$72.376.690
16	Fuller Pinto S.A.	Bogotá D.C	$63.671.781
17	Ilko Arcoaseo S.A.S.	Cundinamarca	$43.189.068
18	Indulatex S.A.	Cundinamarca	$37.141.792
19	Béisbol De Colombia S.A.S.	Valle del Cauca	$34.562.009
20	Jabones El Tigre Y Roca S.A.	Cundinamarca	$30.752.675

Fuente: BPR 2015. Filtro realizado por Colombia Compra Eficiente.

Las Empresas Distribuidoras cuentan con la capacidad de ofrecer todos los productos requeridos por las organizaciones para las labores de limpieza y cafetería, y evitar el desgaste administrativo de contactar varios proveedores para satisfacer estas necesidades. Las Empresas Distribuidoras pueden ser mayoristas, minoristas o participar en ambos canales de ventas. Las Empresas Distribuidoras tienen cobertura a nivel nacional. Se identificó una muestra nacional de 72 Empresas Distribuidoras. La fuente principal fue la base de datos del BPR 2015, se muestra las 20 Empresas Fabricantes con mayores ingresos operacionales para 2015.

Empresas Distribuidoras con mayores ingresos operacionales en 2015

NIT	Empresa Distribuidora	Departamento	Ingresos operacionales anuales de 2015, miles de pesos
890900943	Colombiana de Comercio S.A.	Bogotá D.C	$4.179.588.844
890900250	John Restrepo A. y Cía. S.A.	Antioquia	$277.604.965
860028580	Distribuidora de Papeles S.A.S.	Bogotá D.C	$276.880.621
900397839	Compañía Dsierra S.A.S.	Bogotá D.C	$215.506.231
832000662	Ventas y Marcas S.A.S.	Bogotá D.C	$179.430.708
800052534	Distribuciones Axa S.A.	Bogotá D.C	$164.565.395
830001338	Sumimas S.A.S.	Cundinamarca	$99.044.160
900156826	Ofixpres S.A.S.	Bogotá D.C	$98.488.526
822007117	Distribuciones la Nieve Ltda.	Meta	$96.512.343
891223928	Distribuidora Tropipasto S.A.S.	Nariño	$72.077.847
802008192	Centro Mayorista Papelero Tauro Ltda.	Atlántico	$70.760.935
900213759	La Recetta Soluciones Gastronómicas Integradas S.A.S.	Cundinamarca	$67.320.536
890705018	Sierra Pineda S.A.S.	Tolima	$65.173.928
892003617	Distribuidora Tropillano S.A.S.	Meta	$60.301.851
900397836	Compañía Multiventas S.A.S.	Bogotá D.C	$42.747.471
800077198	Distribuidora Surtilima S.A.S.	Tolima	$41.706.318
830077655	Panamericana Outsourcing S.A.	Bogotá D.C	$39.831.926
890900137	Miguel Gomez y Compañía S.A.S.	Antioquia	$29.810.232
830021621	Distribuidora HB EU	Bogotá D.C	$29.007.045
800049074	Papelería y Servicios S.A.S.	Antioquia	$27.636.678

Fuente: BPR 2015. Filtro realizado por Colombia Compra Eficiente.

1.1 MIPYMES: Acceso a mercados de bienes y servicios

Artículo 12. Promoción del acceso de las MIPYMES al mercado de Compras Públicas. Con el fin de promover el acceso de las MIPYMES al mercado de Compras Públicas, las Entidades Estatales indistintamente de su régimen de contratación, los patrimonios autónomos constituidos por Entidades Estatales y los particulares que ejecuten recursos públicos:

1. Deberán en el Análisis de Sector identificar las MIPYMES que podrían ser potenciales proveedoras directas o indirectas, con el fin de definir reglas que promuevan y faciliten su participación en el Proceso de Contratación.
2. Desarrollarán programas de aplicación de la normativa del Sistema de Compra pública, en especial, la relacionada con las disposiciones que promueven la participación de las MIPYMES en las compras públicas, los incentivos y el Secop.
3. Promoverán e incrementarán, conforme a su respectivo presupuesto, la participación de micro, pequeñas y medianas empresas como proveedoras de los bienes y servicios que aquellas demanden.
4. Establecerán, en observancia de lo dispuesto en el artículo 11 de la presente ley, procedimientos administrativos que faciliten a micro, pequeñas y medianas empresas, el cumplimento de los requisitos y trámites relativos a pedidos, recepción de bienes o servicios, condiciones de pago y acceso a la información, por medios idóneos, sobre sus programas de inversión y de gasto.
5. Preferirán en condiciones de igual precio, calidad y capacidad de suministros y servicio a las MIPYMES nacionales.
6. Promoverán la división del Proceso de Contratación en lotes o segmentos que faciliten la participación de las MIPYMES en el Proceso de Contratación.
7. La Agencia Nacional de Contratación Pública -Colombia Compra Eficiente y el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, crearán un sistema de indicadores con el fin de evaluar anualmente la efectividad de la inclusión de las MIPYMES al mercado de compras públicas. A partir de esta evaluación, el Gobierno Nacional promoverá las mejoras que faciliten el acceso de éstas al mercado estatal a través de la implementación de ajustes normativos, nuevas herramientas, incentivos e instrumentos financieros.
8. En los dos primeros meses de cada año las entidades estatales definidas en este artículo deberán remitir información a la Agencia Nacional de Contratación Pública -Colombia Compra Eficiente-, sobre el cumplimiento y resultados de la adopción de las medidas establecidas en la presente disposición durante el año inmediatamente anterior, lo cual servirá como insumo para la evaluación anual de qué trata el presente numeral.

Los Consejos Superiores de microempresa y de pequeña y mediana empresa (pyme), de acuerdo con lo establecido en la Ley 590 de 2000, modificada por la Ley 905 de 2004, cumplen con las siguientes funciones, y están conformados según la disposición normativa así:

A. Consejo Superior de Microempresa
B. Consejo Superior de Pequeña y Mediana Empresa (Pyme)

CLASIFICACIÓN DEL TAMAÑO EMPRESARIAL

Que el artículo 2° de la, Ley 590 de 2000 "Por la cual se dictan disposiciones para promover el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas", modificado por el artículo 2° de la Ley 905 de 2004 y por el artículo 43 de la Ley 1450 de 2011, define las micro, pequeñas y medianas empresas, así:

"Artículo 2°. Definiciones de tamaño empresarial.

Para todos los efectos, se entiende por empresa, toda unidad de explotación económica, realizada por persona natural o jurídica. en actividades agropecuarias, industriales, comerciales o de servicios, en el área rural o urbana. Para la clasificación por tamaño empresarial, entiéndase micro, pequeña, mediana y gran empresa, se podrá utilizar uno o varios de los siguientes criterios.

1. Número de trabajadores totales.
2. Valor de ventas brutas anuales.
3. Valor activos totales.

Criterio para la clasificación del tamaño empresarial.

Para efectos de la clasificación del tamaño empresarial se tendrá como criterio exclusivo los ingresos por actividades ordinarias anuales de la respectiva empresa. El nivel de ingresos por actividades ordinarias anuales con base en el cual se determina el tamaño empresarial variará dependiendo del sector económico en el cual la empresa desarrolle su actividad.

- **Rangos para la Definición del Tamaño Empresarial**.

Para efectos de la clasificación del tamaño empresarial se utilizarán, con base en el criterio previsto en el artículo anterior, los siguientes rangos para determinar el valor de los ingresos por actividades ordinarias anuales de acuerdo con el sector económico de que se trate:

SECTOR	MICRO	PEQUEÑA	MEDIANA
SECTOR MANUFACTURERO	Inferior o igual a (23.563 UVT).	Superior a (23.563 UTV) e inferioro igual a (204.995 UVT)	Superior a (204.995 UTV) e inferioro igual a (1´736.565 UVT)
SECTOR SERVICIOS	Inferior o igual a (32.988 UVT).	Superior a (32.988 UTV) e inferioro igual a (131.951 UVT)	Superior a (131.951 UTV) e inferioro igual a (483.034 UVT)
SECTOR COMERCIO	Inferior o igual a (44.769 UVT).	Superior a (44.769 UTV) e inferioro igual a (431.196 UVT)	Superior a (431.196 UTV) e inferioro igual a (2´160.692 UVT)

UVT 2022 $38.004

SECTOR	MICRO	PEQUEÑA	MEDIANA
SECTOR MANUFACTURERO	Inferior o igual a $ 895.488.252	Superior a $ 895.488.252 e inferior oigual a $ 7´790.629.980	Superior a $ 7´790.629.980 e inferioro igual a $ 65´996.416.260
SECTOR SERVICIOS	Inferior o igual a $ 1´253.675.952	Superior a $ 1´253.675.952 e inferioro igual a $ 5´014.665.804	Superior a $ 5´014.665.804 e inferioro igual a $ 18.357.224.136
SECTOR COMERCIO	Inferior o igual a $ 1´701.401.076	Superior a $ 1´701.401.076 e inferioro igual a $ 16.387´172.784	Superior a $ 16.387´172.784 einferior o igual a $ 82.114.938.768

Adicionalmente se consulta en el departamento deCórdoba.
https://empresite.eleconomistaamerica.co/Actividad/SUMINISTRO-DE-ELEMENTOS-DE-ASEO-Y-CAFETERIA/departamento/CORDOBA//, encontrando resultados de empresas con alguna relación para la búsqueda "SUMINISTRO DE ELEMENTOS DE ASEO YCAFETERIA" en Córdoba.

MONTERIA (467 Empresas)
LORICA (56 Empresas)
TIERRALTA (51 Empresas)
SAHAGUN (32 Empresas)
MONITOS (30 Empresas)
PLANETA RICA (24 Empresas)
CERETE (23 Empresas)
MONTELIBANO (22 Empresas)
AYAPEL (19 Empresas)
CHINU (17 Empresas)
CIENAGA DE ORO (16 Empresas)
PUERTO LIBERTADOR (15 Empresas)
SAN ANTERO (14 Empresas)
PUERTO ESCONDIDO (13 Empresas)
SAN BERNARDO DEL VIENTO (13 Empresas)
VALENCIA (10 Empresas)
COTORRA (9 Empresas)
MOMIL (9 Empresas)
SAN PELAYO (9 Empresas)
PUEBLO NUEVO (8 Empresas)
LOS CORDOBAS (7 Empresas)
TUCHIN (7 Empresas)
PURISIMA (6 Empresas)
SAN ANDRES SOTAVENTO (5 Empresas)
CHIMA (4 Empresas)
BUENAVISTA (3 Empresas)
LA APARTADA (3 Empresas)
SAN CARLOS (3 Empresas)
CANALETE (2 Empresas)

Distribución de Empresas por Facturación,

Pequeñas (171 Empresas)
Medianas (11 Empresas)
Grandes (5 Empresas)

Proceso se puede limitar a MIPYMES Municipal o Departamental ya que se cuenta con empresas que pueden ofrecer los productos a nivel local

3. Análisis de Costos y Precios.

El análisis de Precios unitarios se elaboró con base a tres cotizaciones presentadas por empresas representativas del mercado del Departamento de Córdoba, en el suministro de productos de aseo y cafetería. Se tomo el valor de la menor cotización total.

C. ESTUDIO DE LA DEMANDA

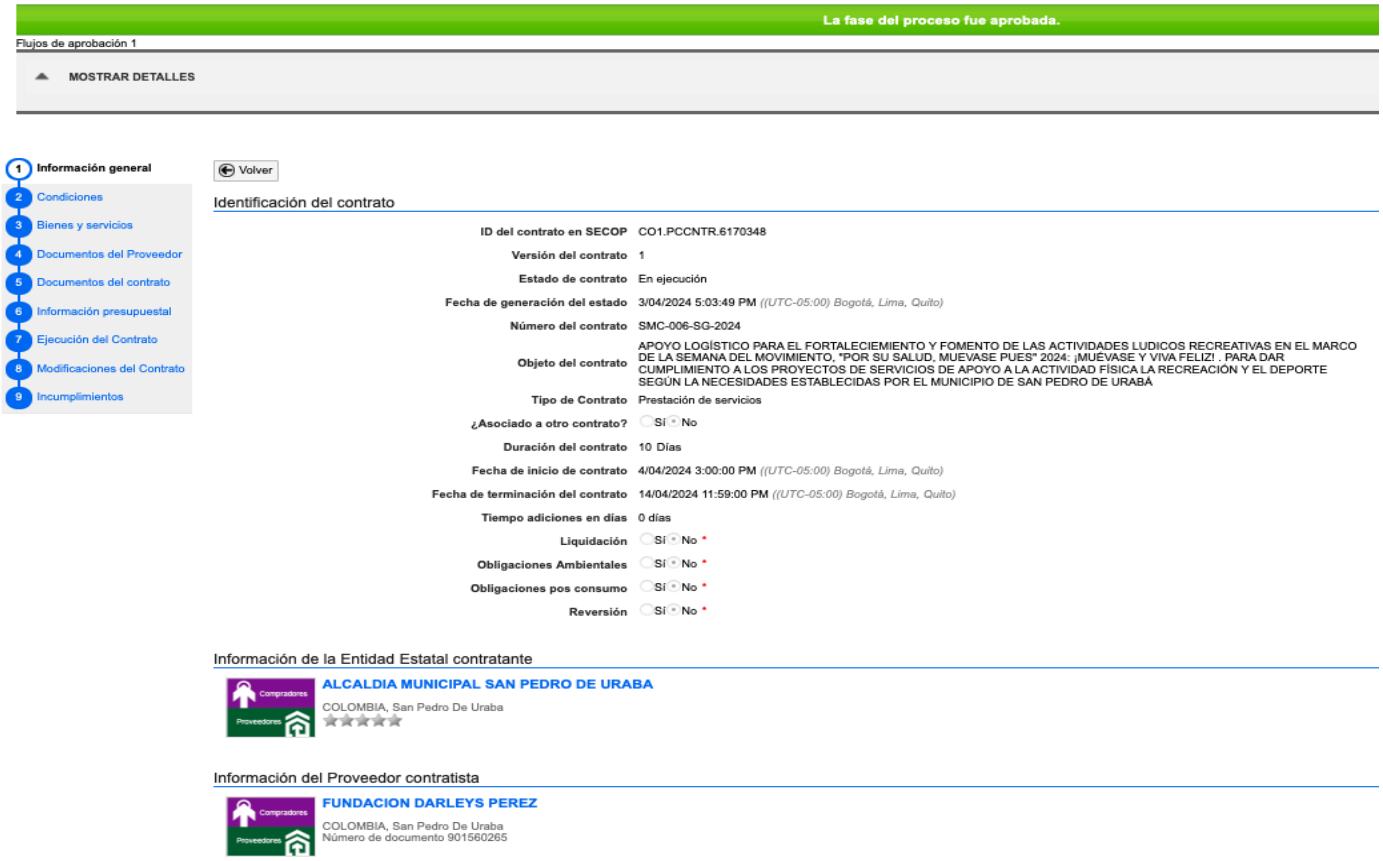
1. ¿Cómo ha adquirido la Entidad Estatal en el pasado este bien, obra o servicio?

De conformidad a lo establecido en el manual para el Análisis del sector, se realiza el correspondiente análisis del comportamiento de los procesos de contrataciones anteriores en la Alcaldía de San Pedro de Urabá , así:

NUMERO PROCESO	OBJETO	VALOR
SMC-006-SG-2024	APOYO LOGÍSTICO PARA EL FORTALECIEMIENTO Y FOMENTO DE LAS ACTIVIDADES LUDICOS RECREATIVAS EN EL MARCO DE LA SEMANA DEL MOVIMIENTO, "POR SU SALUD, MUEVASE PUES" 2024: ¡MUÉVASE Y VIVA FELIZ! PARA DAR CUMPLIMIENTO A LOS PROYECTOS DE SERVICIOS DE APOYO A LA ACTIVIDAD FÍSICA LA RECREACIÓN Y EL DEPORTE SEGÚN LA NECESIDADES ESTABLECIDAS POR EL MUNICIPIO DE SAN PEDRO DE URABÁ.	$36.000.000,00

2. ¿Cómo adquieren las Entidades Estatales y las empresas privadas este bien, obra o servicio?

Al revisar los archivos históricos del SECOP en https://www.contratos.gov.co/consultas/resultadoListadoProcesos.jsp#, se observan contrataciones con similitud o igualdad en el objeto del presente estudio del sector.



D. VALOR ESTIMADO DEL CONTRATO

Para el cálculo del Presupuesto de los bienes del objeto del presente proyecto, se tuvo en cuenta precios del mercado para obtener el valor, Dos (2) empresas presentaron listados de precios unitarios, una vez, verificados y clasificados dichos valores se tomó el promedio de las dos (2) cotizaciones, teniendo en cuenta que se cumpliera con las condiciones técnicas mínimas exigidas por la entidad. La definición de los factores de evaluación y costos del proyecto, se relacionan con la magnitud de la Adquisición, dando cumplimiento a los preceptos, de transparencia, economía, celeridad, responsabilidad, buena fe, contemplados en la ley 80 de 1993. Teniendo en cuenta lo dispuesto en el Decreto 1082 del 26 de mayo de 2015 y la Guía para la Elaboración de Estudios del Sector G-EES-02 emitida por Colombia Compra Eficiente el 31 de marzo de 2014, se procede a realizar un análisis del valor estimado del contrato y justificación de este.

ANALISIS PRECIOS DEL MERCADO						
ÍTEM	DESCRIPCIÓN ELEMENTO	UNIDAD	CANT	COTIZACIONES		MEDIA PRECIOS DE MERCADO
				COT. 1	COT.2	
1	Volantes Publicitarios Alusivo Al Evento A Realizar.	Unidad	500	$ 850.000	$ 860.000	$ 845.000

2	Pasacalle 5 Mts Largo X 80 Cmt De Ancho Con Logos Institucionales. Con Información Suministrada Por El Supervisor Designado Por El Municipio	Unidad	1	$ 360.000	$ 370.000	$ 355.000
3	Manillas Tipo Cinta Sublimadas Con Imagen De La Mujer, Logotipos Institucionales E Información Suministrada Por El Supervisor.	UNIDAD	1000	$3.000.000	$3.010.000	$2.995.000
4	Botones Sublimados Con Logotipos Institucionales E Información Suministrada Por El Supervisor.	UNIDAD	1000	$5.000.000	$5.010.000	$ 4.995.000
5	PENDON (200 Cm X 100 Cm Con Araña, Calibre 12 Onzas, Impresión Digital - Con Información Suministrada Por El Supervisor Designado Por El Municipio)	UNIDAD	1	$ 345.000	$ 355.000	$ 340.000
6	Certificados De participación En El Evento, Tipo Diploma (mujeres emprendedoras y destacadas)	UNIDAD	50	$ 500.000	$ 510.000	$ 495.000
7	Refrigerios: Ponqué Producto De Panadería De Sal De Mínimo 70 Gr, Una Fruta Entera De Temporada Con Minio 80 Gr Y Una Bebida De Refresco O Néctar De Fruta No Alcohólica, No Láctea, No Energizante De Mínimo 250 Ml.	UNIDAD	1000	$12.500.000	$12.510.000	$12.495.000
8	Hidratación (Paca X 40 Bolsa De Agua De 250 Ml)	UNIDAD	200	$ 1.600.000	$ 1.610.000	$ 1.595.000
9	Alquiler De Sillas Para La Comunidad Asistente Al Evento de Conmemoración (Con Brazos Y Sin Brazos Según Disponibilidad Del Contratante)	UNIDAD	1000	$ 2.400.000	$ 2.410.000	$ 2.395.000
10	Alquiler De Mesas Para La Comunidad Asistente Al Evento de Conmemoración del día de la Mujer.	UNIDAD	50	$ 65.000	$ 75.000	$60.000
11	Decoración Del Lugar Y Mobiliario Para La Mesa Principal.	UNIDAD	1	$ 1.560.000	$ 1.570.000	$ 1.555.000
12	Camisetas (Camisetas tipo piel de durazno, 180gr, en color blanco, con cuello redondo, estampada con logos institucionales y con información suministrada por el supervisor designado por el municipio)	UNIDAD	100	$ 3.770.000	$ 3.780.000	$ 3.765.000
13	Alquiler De Carpas De 2.2 Mts X 3 Mts Previendo Las Condiciones Climáticas.	Unidad	5	$ 550.000	$ 560.000	$ 545.000
14	Sonido 1 Cabina Activa De 750 Vta C/U Para 1000 Personas, Mas 2 Micrófonos Alámbricos Y Mixer, Espacio Abierto	UNIDAD	1	$ 2.500.000	$ 2.510.000	$ 2.495.000

En el presupuesto de la Alcaldía Municipal de San Pedro de Urabá, existe una partida para el objeto a contratar descrito en el presente estudio por la suma de **TREINTA Y CINCO MILLONES DE PESOS M/cte ($35.000.000)**, IVA INCLUIDO. Todos los costos y gastos directos e indirectos.

Para determinar el valor se tuvo en cuenta las cotizaciones de mercado que reposan en el expediente contractual

E. FOMENTO A LA EJECUCIÓN DE CONTRATOS ESTATALES POR PARTE DE POBLACIÓN EN POBREZA EXTREMA, DESPLAZADOS POR LA VIOLENCIA, PERSONAS EN PROCESO DE REINTEGRACIÓN O REINCORPORACIÓN Y SUJETOS DE ESPECIAL PROTECCIÓN CONSTITUCIONAL – ARTÍCULO 3 DECRETO 1860 DE 2021.

En cumplimiento de lo anterior, y dada la naturaleza del contrato a suscribir, el cual se enmarca en un contrato de suministro de elementos de aseo y cafetería, este NO requiere la provisión de un bien o servicio susceptible de ser prestado por una población en particularidad, dado que el presupuesto será utilizado en un 100% a la prestación del suministro, razón por la cual, la dependencia estructuradora considera que NO es pertinente ni necesario la vinculación del 5% de mano de obra tanto calificada como no calificada, por parte de población bien sea de extrema pobreza, desplazados por la violencia, personas en proceso de reintegración o reincorporación u otro sujeto de especial protección constitucional tales como: adultos mayores, madres cabeza de hogar, personas en condición de discapacidad, miembros de comunidades indígena o afrocolombiana, entre otros.

Dada en el Municipio de San Pedro de Urabá - Antioquia- a los Cuatro (4) días del mes de Marzo del 2025.

María Alejandra Mora Guerra

MARIA ALEJANDRA MORA GUERRA
Secretaria de Protección Social

Fuentes: https://www.contratos.gov.co/consultas/inicioConsulta.do http://www.dane.gov.co/
https://www.colombiacompra.gov.co/clasificador-de-bienes-y-servicios