| | |
|---|---|
| Concejo de Envigado | **ANÁLISIS ECONÓMICO DEL SECTOR**<br><br>**PROCESOS DE SELECCIÓN** |

El Decreto 1082 de 2015 en su Artículo 2.2.1.1.1.6.1 establece lo siguiente:

> ***Artículo 2.2.1.1.1.6.1 DEBER DE ANÁLISIS DE LAS ENTIDADES ESTATALES. La Entidad Estatal debe 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.***

| **CÓDIGO CONTRACTUAL N° 01-00-32-20-004-25** | |
|---|---|
| **OBJETO:** | PRESTACIÓN DE SERVICIOS DE IMPRESIÓN, FOTOCOPIADO, MATERIAL PUBLICITARIO Y LITOGRÁFICO PARA EL DESARROLLO DE LAS ACTIVIDADES PROPIAS DEL CONCEJO DE ENVIGADO. |

## 1. ESTRUCTURA DEL ANÁLISIS ECONÓMICO DEL SECTOR

### 1.1 ASPECTOS GENERALES

En este acápite el operador jurídico deberá realizar un análisis de varios aspectos los cuales se enuncian a continuación, cuyo enfoque se basa en la respuesta a varios interrogantes que ayudarán a ubicar el contexto del estudio.

#### 1.1.1 Acuerdo marco de precios

***¿Existe acuerdo marco de precios para realizar esta contratación?***

El Concejo Municipal de Envigado procedió verificar el contenido de los acuerdos marco de precios con la información que registra la Agencia en su página web, considerando que actualmente **no existe el acuerdo marco de precios requerido para esta contratación.**

#### 1.1.2 Perspectiva Regulatoria

***¿Cuál es la regulación aplicable al objeto del proceso de contratación? (así como las modificaciones recientes a tales regulaciones y el impacto en su aplicación)***

- ***Regulaciones de tributarias.***

**LEY 1480 DE 2011.** Por medio de la cual se expide el Estatuto del Consumidor y se dictan otras disposiciones. **Artículo 2°**. Objeto. Las normas de esta ley regulan los derechos y las obligaciones surgidas entre los productores, proveedores y consumidores y la responsabilidad de los productores y proveedores tanto sustancial como procesalmente.

Las normas contenidas en esta ley son aplicables en general a las relaciones de consumo y a la responsabilidad de los productores y proveedores frente al consumidor en todos los sectores de la economía respecto de los cuales no exista regulación especial, evento en el cual aplicará la regulación especial y suplementariamente las normas establecidas en esta Ley.
Esta ley es aplicable a los productos nacionales e importados.

- ***Regulaciones de mercado y de precios***

[1]**ESTATUTO TRIBUTARIO.** Artículo 468. Tarifa general del impuesto sobre las ventas.

* -Modificado- La tarifa general del impuesto sobre las ventas es del diecinueve por ciento (19%) salvo las excepciones contempladas en este título

A partir del año gravable 2017, del recaudo del impuesto sobre las ventas un (1) punto se destinará así:

a) 0.5 puntos se destinarán a la financiación del aseguramiento en el marco del Sistema General de Seguridad Social en Salud.
b) 0.5 puntos se destinarán a la financiación de la educación. El cuarenta por ciento (40%) de este recaudo se destinará a la financiación de la Educación Superior Pública.
PARÁGRAFO 1°. Los directorios telefónicos quedarán gravados a la tarifa general del impuesto sobre las ventas, únicamente cuando se transfieran a título oneroso.

- ***Regulaciones ambientales***

**REGISTRO ÚNICO AMBIENTAL:** El Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial, a través de Resolución 1023 de 2010 puso en funcionamiento el Registro Único Ambiental (RUA). Su objetivo es obtener información estandarizada sobre el uso, aprovechamiento o afectación de los recursos naturales renovables por las diferentes actividades económicas. Esta resolución es aplicable a los establecimientos cuya actividad productiva principal está incluida en la Sección D –Industrias Manufactureras, divisiones 15 a 37 de la Clasificación Industrial Internacional Uniforme– CIIU, Revisión 3.0 adaptada para Colombia por el DANE, o aquella que la modifique o sustituya, que de acuerdo a la normativa ambiental vigente, requiera de licencia ambiental, plan de manejo ambiental, permisos, concesiones, y demás autorizaciones ambientales, así como aquellas actividades que requieran de registros de carácter ambiental.

[1] https://estatuto.co/468

**SELLO AMBIENTAL COLOMBIANO:** Es establecido a través de la Norma Técnica Colombiana – NTC 6019 y hace referencia a los criterios ambientales para pulpa, papel y cartón y productos derivados. La NTC 6016 incluye lineamientos para el uso de tintas amigables con el medio ambiente, minimizar el uso de materias primas nocivas para la salud, reducción en el uso de materiales y el uso de materiales reciclables, reutilizables o degradables. De acuerdo con el Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible, la etiqueta ecológica consiste en un sello obtenido de forma voluntaria, otorgado por un organismo de certificación, debidamente acreditado por el Organismo Nacional de Acreditación -ONAC y autorizado por la Autoridad de Licencias Ambientales- ANLA. No obstante, muy pocas empresas del sector cuentan con este sello.

**DECRETO N° 1076 DE 2015:** Por medio del cual se expide el decreto único reglamentario del Sector Ambiente y Desarrollo Sostenible.

### 1.1.3 Perspectiva Económica

***¿A qué sector de la economía pertenecen los posibles oferentes de la presente contratación?***

Para identificar el sector de la economía al cual pertenecen los posibles oferentes, debemos tener claros los diferentes sectores en los cuales se dividen:

**[2] División según la economía clásica**

Según la división de la economía clásica, los sectores de la economía son los siguientes:

- **Sector primario o sector agropecuario**: Es el sector que obtiene el producto de sus actividades directamente de la naturaleza, sin ningún proceso de transformación. Dentro de este sector se encuentran la agricultura, la ganadería, la silvicultura, la caza y la pesca. No se incluyen dentro de este sector a la minería y a la extracción de petróleo, las cuales se consideran parte del sector industrial.

- **Sector secundario o sector Industrial:** Comprende todas las actividades económicas de un país relacionadas con la transformación industrial de los alimentos y otros tipos de bienes o mercancías, los cuales se utilizan como base para la fabricación de nuevos productos.

  Se divide en dos sub-sectores: industrial extractivo e industrial de transformación:

  ***Industrial extractivo:*** extracción minera y de petróleo.
  ***Industrial de transformación:*** envasado de legumbres y frutas, embotellado de refrescos, fabricación de abonos y fertilizantes, vehículos, cementos, aparatos electrodomésticos, etc.

[2] http://enciclopedia.banrepcultural.org/index.php?title=Sectores_econ%C3%B3micos

- **Sector terciario o sector de servicios:** 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. Es indispensable aclarar que los dos primeros sectores producen bienes tangibles, por lo cual son considerados como sectores productivos. El tercer sector se considera no productivo, puesto que no produce bienes tangibles pero, sin embargo, contribuye a la formación del ingreso nacional y del producto nacional.

[3] **El sector primario** es el que inicia la cadena productiva, mediante la extracción u obtención de recursos a partir de la naturaleza: la materia prima. Dicha materia prima se obtiene interviniendo el medio ambiente y a menudo bajo estrictas reglas ecológicas u operativas que el Estado tiene la misión de supervisar, ya que el sector primario suele operar bajo la figura de la licitación estatal: un permiso legal para extraer un bien o un recurso.

**El sector secundario** recibe la materia prima del sector primario y se ocupa de someterla a procedimientos especializados de transformación, obteniendo así productos elaborados listos para su consumo, o bien productos semielaborados que irán a su vez a otra industria del sector para formar parte de otros productos elaborados. Se trata del sector industrial por excelencia, el encargado de fabricar las cosas que consumimos.

**Se denomina sector terciario** o sector servicios al eslabón de la cadena económica que, a diferencia de los dos anteriores, no se dedica a la extracción de materia prima ni a su transformación en bienes de consumo, sino a la satisfacción de necesidades operativas y comerciales o de cualquier otra naturaleza que requieran tanto los consumidores finales como otras empresas e industrias.

Este sector se encarga a menudo de brindar soporte especializado en la conducción de sus operaciones a tanto el sector primario como el secundario, sobre todo en asuntos que no involucran directamente la actividad económica específica a la que se dedican.

Por ejemplo, una industria farmacéutica requerirá el envío de sus medicinas a la gente que las consume, y para ello acude a una empresa transportista en lugar de hacerlo por sí misma, recibiendo así servicios de transporte. A esto se le conoce como *tercerización*.

El sector terciario es por naturaleza sumamente diverso y específico, pero a grandes rasgos sus tres áreas principales de acción son el soporte, la distribución y la comercialización.

**Soporte:** Servicios en la resolución de problemas de un área específica, o en la obtención de recursos humanos, tecnológicos o en la supervisión de la estructura de funcionamiento de las diversas formas productivas.

[3] https://concepto.de/sector-terciario/#ixzz5tJIVswQT

**Distribución:** El transporte tanto de mercancías elaboradas, materias primas o personas, estas últimas con fines laborales, recreativos o de cualquier otra índole.
**Comercialización:** Es el paso final de las cadenas productivas, pues consiste en llevar el producto final a sus consumidores y hacerlo disponible al mercado de consumo local. En algunos casos este último puede ser realmente amplio, como ocurre con la venta online de productos a cualquier parte del mundo.

[4] El sector de servicios económicos o sector terciario se compone de áreas de la economía tales como:

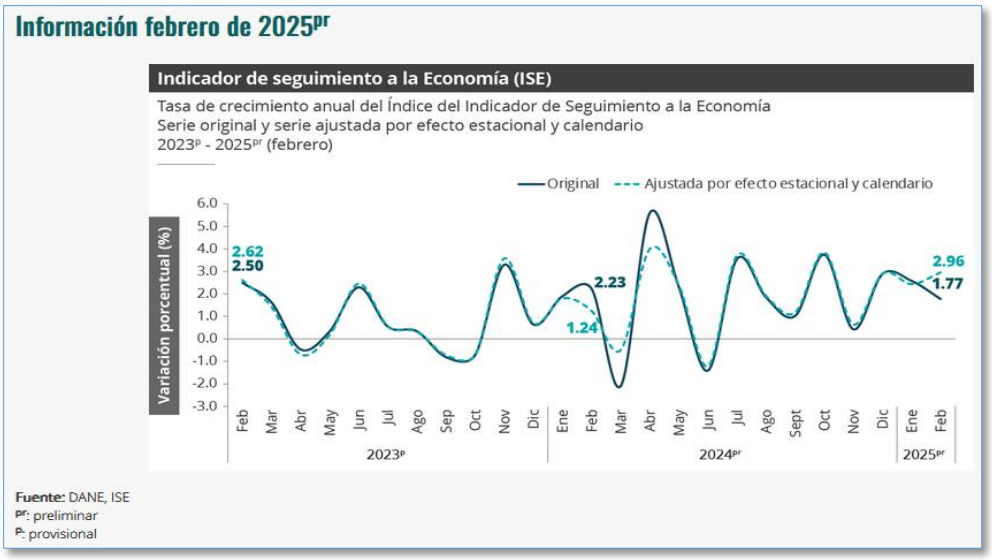
- Comercio (mayorista, minorista, franquicias)
- Actividades financieras (banca, seguros, bolsa y otros mercados de valores)
- Servicios personales, los más importantes de los cuales son los que se identifican con el estado de bienestar (especialmente educación, sanidad y atención a la dependencia -servicios públicos, se presten por el Estado o por la iniciativa privada), pero también otros (como las peluquerías)
- Servicios a empresas de cualquier sector, como la gestión y administración de empresas (incluyendo el nivel ejecutivo), la publicidad y las consultorías y asesoramientos económico, jurídico, tecnológico, de inversiones, etc.
- Función pública, administración pública, actividades de representación política y de servicios a la comunidad, como las actividades en torno a la seguridad y defensa (ejército, policía, protección civil, bomberos, etc.) y las actividades en torno a la justicia (jueces, abogados, notarios, etc.)
- Hotelería y las actividades en torno al turismo
- Las actividades en torno al ocio, la cultura, el deporte y los espectáculos, que incluyen las llamadas industrias audiovisuales o de imagen y sonido (industria musical, industria cinematográfica y similares, como los videojuegos); la industria editorial se incluye, con las artes gráficas, entre los sectores industriales (es decir, en el sector secundario)
- Transporte y comunicación (según se trasladen mercancías o información)
- Medios de comunicación, especialmente los medios de comunicación de masas o sociales (periodismo escrito -prensa-, radio y televisión)
- Telecomunicaciones, especialmente los medios personales (telefonía)
- Otras aplicaciones de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC), especialmente la informática e Internet.

Una vez analizada la división según la economía clásica, puede decirse que el presente objeto contractual se encuentra enmarcado en el **sector terciario de la economía**.

[4] https://es.wikipedia.org/wiki/Sector_servicios

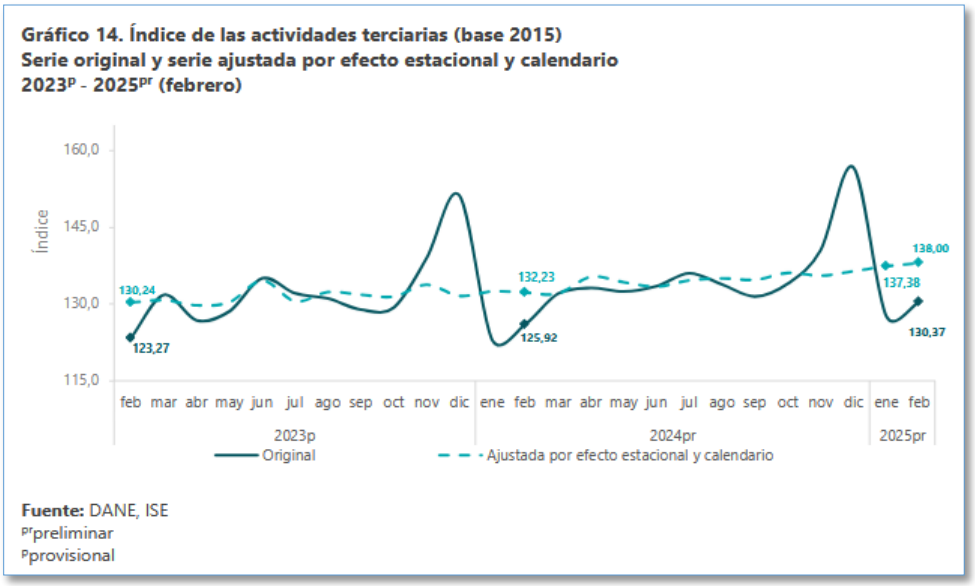
***¿Qué participación tiene el sector enunciado en la economía colombiana?***

**Indicador de Seguimiento a la Economía (ISE)** [5]




Para el mes de febrero de 2025 el ISE en su serie original, se ubicó en 118,59, lo que representó un crecimiento de 1,77% respecto al mes de febrero de 2024 (116,53).

**Resultados del índice de las actividades terciarias**

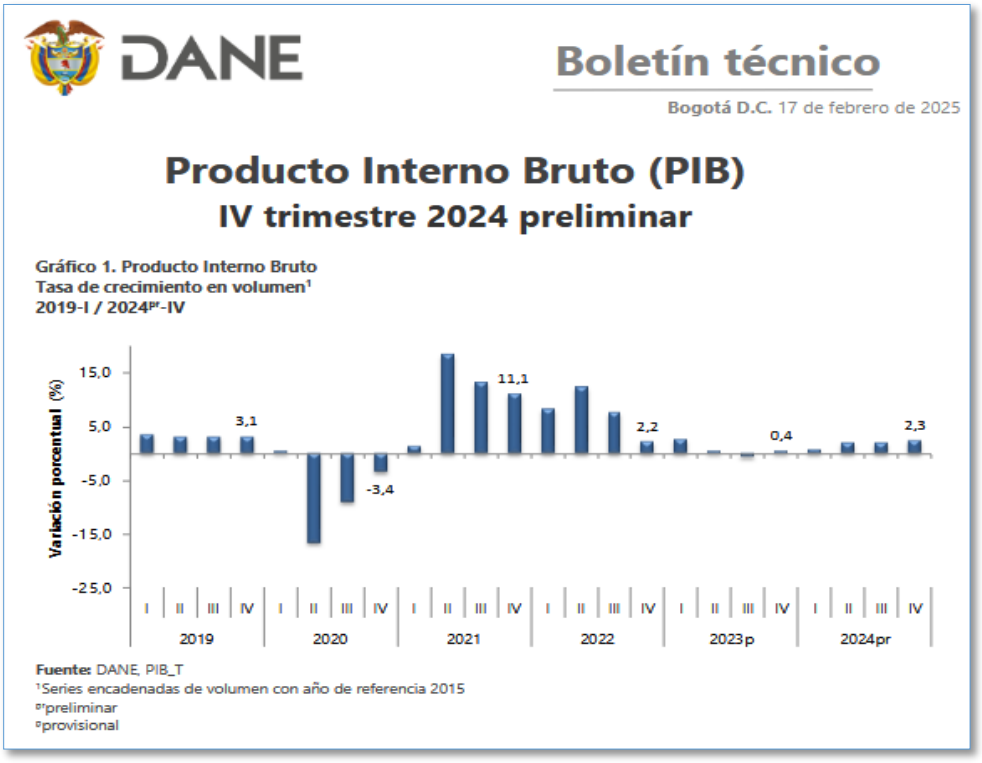



[5] https://www.dane.gov.co/files/operaciones/ISE/bol-ISE-feb2025.pdf

***Algunas cifras económicas que reflejan las dinámicas del sector al cual pertenece la contratación:***

**Producto Interno Bruto (PIB)**[6]

El Producto Interno Bruto crece 1,7% en el año 2024 respecto al año 2023.




**Índice de Precios al Consumidor (IPC)**[7]

Variación mensual, año corrido y anual
Total nacional
2024 - 2025 (marzo)

| IPC | Marzo | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | Variación mensual | | Variación Año corrido | | Variación Anual | |
| | 2024 | 2025 | 2024 | 2025 | 2024 | 2025 |
| IPC total | 0,70 | **0,52** | 2,73 | 2,62 | 7,36 | 5,09 |

**Fuente:** DANE, IPC

[6] https://www.dane.gov.co/files/operaciones/PIB/bol-PIB-IVtrim2024.pdf
[7] https://www.dane.gov.co/files/operaciones/IPC/ene2025/bol-IPC-ene2025.pdf

En el mes de marzo de 2025, el IPC registró una variación de 0,52% en comparación con febrero de 2025, cinco divisiones se ubicaron por encima del promedio nacional (0,52%): Salud (1,01%), Alimentos y bebidas no alcohólicas (0,86%), Restaurantes y hoteles (0,57%), Bebidas alcohólicas y tabaco (0,57%) y, por último, Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles (0,56%). Por debajo se ubicaron: Muebles, artículos para el hogar y para la conservación ordinaria del hogar (0,42%), Transporte (0,41%), Bienes y servicios diversos (0,34%), Recreación y cultura (0,19%), Prendas de vestir y calzado (0,18%), Educación (0,08%) y, por último, Información y comunicación (-0,20%).

### 1.1.4 Perspectiva Comercial

***¿De qué forma suele adquirirse el bien, obra o servicio que se pretende contratar? (Manera como se adquiere en el sector público y en el sector privado de acuerdo a las tradiciones comerciales del sector)***

El proceso de compra en las entidades públicas tiene en lo fundamental etapas que sirven para la planeación de la adquisición del bien y servicio, dentro de los cuales se encuentra el plan anual de adquisiciones, documento que plasma las necesidades de la entidad en la adquisición de bienes, obras y servicios que se pretende adquirir durante el año, en donde se enuncia las diferentes modalidades de contratación. El estado interviene en el desarrollo de la actividad económica como consumidor y como productor. Así, actúa como unidad económica de consumo cuando adquiere bienes y servicios de las empresas privadas para desarrollar las funciones y los objetivos que se tienen por cumplir con la contratación a desarrollar.

Para la adquisición de bienes y servicios en las entidades públicas, es obligación respecto de todos los procesos contractuales, la escogencia de los contratistas de forma objetiva. Esto significa que en ningún caso la selección del contratista puede ser subjetiva. Es por tal motivo que los bienes o servicios que se pretenden contratar para el normal funcionamiento administrativo o para el cumplimiento de los fines estatales, deben ceñirse a lo dispuesto por el estatuto de contratación de la administración pública, es decir la Ley 80 de 1993, Ley 1150 de 2007, Ley 1474 de 2011, Decreto 019 de 2012, Decreto 1082 de 2015, Ley 1882 de 15 de enero de 2018 y demás normas que lo deroguen, modifiquen o complementen.

Igualmente se debe cumplir con los principios de la contratación estatal, los cuales rigen todos los procesos de selección que se desarrollan en la entidad estatal, sin importar la modalidad de selección por la cual se va adquirir el bien o servicio. Dichos principios son: transparencia, planeación, responsabilidad, publicación, debido proceso, supremacía de lo sustancial sobre lo formal.

A diferencia del sector público, el sector privado se compone de la actividad empresarial que es propiedad privada y está financiada y administrada por particulares. Las empresas que conforman el sector privado pueden ser: pequeñas empresas, propiedad de una sola

persona o de grandes empresas como las multinacionales que operan en el mundo. El objetivo de las empresas en el sector privado es obtener un beneficio económico.

Una de las grandes diferencias de la adquisición de los bienes y servicios entre la empresa privada y el sector público es el origen y la aplicación de los requisitos. Las empresas del sector privado obtienen ingresos, controlan sus gastos y aplican políticas estrictamente tendientes a armonizar su política de inversiones y ganancias. La adquisición de bienes y servicios se realiza de una manera muy diferente al sector púbico pues las adquisiciones se pueden realizar de manera directa, es decir por factura de compra en donde se adquiere el bien según el precio y la ganancia que se obtengan de dicha compra, en donde el precio de referencia se obtiene de la oferta más favorable para la organización; un poco similar al sector público pero a diferencia, en el sector privado no se requiere de la elaboración de procesos de selección para la compra de artículos o bienes muebles e inmuebles y solo se requiere la voluntad de las partes para la ejecución contractual de manera inmediata es decir un ganancia de oferta y demanda. Para el caso de contratación de servicios en el sector privado, se realiza una selección con base en la experiencia y recomendaciones que se tengan de la organización que llevaría a cabo dicho servicio y en la oferta más favorable en cuanto a términos financieros para la organización.

### 1.1.5 Perspectiva Financiera

***¿De qué forma el sector económico que se pretende impactar adquiere sus sistemas de financiación para el adecuado manejo y cumplimiento de las labores propias de su ejercicio comercial?***

El sector en el cual se enmarca esta contratación adquiere sus sistemas de financiamiento de acuerdo en la forma que reúna el capital lo cual se conoce como financiamiento. Esta adquisición de capital le permite a las empresas la posibilidad de mantener una economía estable y eficiente al igual que mantener sus actividades comerciales que contribuyen a un mayor aporte al sector económico.

Dentro de las fuentes de financiamiento del sector encontramos:

- **Ahorros personales:** Para la mayoría de los negocios o servicios la principal fuente de financiamiento proviene de recursos personales.
- **Bancos o cooperativas de crédito:** En este aspecto encontramos los préstamos que realizan los bancos tanto a las personas naturales como jurídicas.
- **Inversión per capital:** En su mayoría son organizaciones que prestan ayuda a las compañías que se encuentran en expansión y/o crecimiento a cambio de acciones o ganancias parciales del negocio.
- **Inversión Estatal:** En caso de empresas industriales y comerciales del estado.

Así mismo, dentro de las fuentes de financiamiento encontramos otras fuentes de financiación que es a corto plazo y están representado por:

- Créditos comerciales
- Créditos bancarios
- Pagares
- Líneas de crédito

***¿De qué manera puede ello impactar en la ejecución del contrato?***

Este tipo de financiamiento puede impactar la contratación respecto al índice de endeudamiento con el cual cuenta la organización o empresa en el caso de una persona jurídica. Ahora bien, el financiamiento tiene importancia en la contratación, ya que de esto depende que las organizaciones mantengan una economía estable y una continuidad de sus actividades comerciales y como consecuencia brindar al estado seguridad para que la contratación se ejecute de la manera como fue planeada.

### 1.1.6 Perspectiva Organizacional

***¿Desde el punto de vista de la organización normalmente el mercado cómo está conformado para el cumplimiento de un contrato como el que se pretende celebrar?***

Aunque la actividad económica está dividida en sectores económicos, es común que las actividades económicas se diferencien aún más dependiendo de su especialización. Cada sector se refiere a una parte de la actividad económica cuyos elementos tienen características comunes, guardan una unidad y se diferencian de otras agrupaciones. Dada la naturaleza del objeto, la presente contratación se ubica dentro de la clasificación análoga del **sector servicios**[8] del sector terciario de la economía.

El sector comercial y de servicios en Colombia es uno de los segmentos más importantes dentro del Producto Interno Bruto ya que es de los que más aporta. Gracias a los tratados de libre comercio ratificados por Colombia, el crecimiento de la economía en el país durante los últimos años ha tendido al alza.

El sector terciario a diferencia del primario y secundario no está agrupado en un gremio en sí, pero si en diferentes asociaciones y federaciones que permiten medir el crecimiento de este sector, al igual que conocer las cifras de impacto en el producto interno bruto.

Para el cumplimiento del objeto contractual este sector normalmente está conformado por personas jurídicas o naturales que cumplen con los requisitos de ley en concordancia con los principios constitucionales y normativos relacionados con la publicidad, la transparencia y la participación ciudadana.

[8] https://enciclopedia.banrepcultural.org/index.php/Sectores_económicos

***¿Pueden señalarse cadenas de producción y/o distribución del bien, obra o servicio?***

La cadena productiva es el conjunto de operaciones necesarias para llevar a cabo la producción de un bien o servicio, que ocurre de forma planificada y producen un cambio o transformación de materiales.

El concepto de cadena de valor se refiere a la organización de la producción bajo una secuencia de actividades específicas, de valor agregado, desde la concepción hasta el uso o consumo de una mercancía o servicio.

Kaplinsky (2000) denomina cada fase productiva en la cadena de valor como "eslabón". La cantidad y tipos de fases productivas o eslabones dependerán del rubro o industria a la que pertenezca la actividad económica y pueden incluir actividades compartidas que van desde la concepción, el diseño, las ventas al por menor, las funciones de Investigación y Desarrollo (I+D) e incluso la gestión y el reciclaje de residuos.

Del mismo modo, existen gamas de actividades dentro de cada eslabón de la cadena y bajo este esquema la producción per se es solo uno más de los eslabones. Aunque esté representada a menudo como cadena vertical, los eslabonamientos intracadena están conectados de diversas maneras.




**Fuente:** Kaplinsky, Raphael y Mike Morris (2010), *Un manual para investigación de cadenas de valor,* Research International Development Research Center/Centro de investigación para el desarrollo internacional (IDRC), pág. 8.

Cada una de las actividades que intervienen desde la concepción del bien o servicio hasta su consumo en conjunto conformarán el objeto de análisis de la cadena. Uno de los elementos más innovadores de este enfoque es que posibilita abordar las actividades de concepción, producción, comercialización y consumo de manera integrada[9]

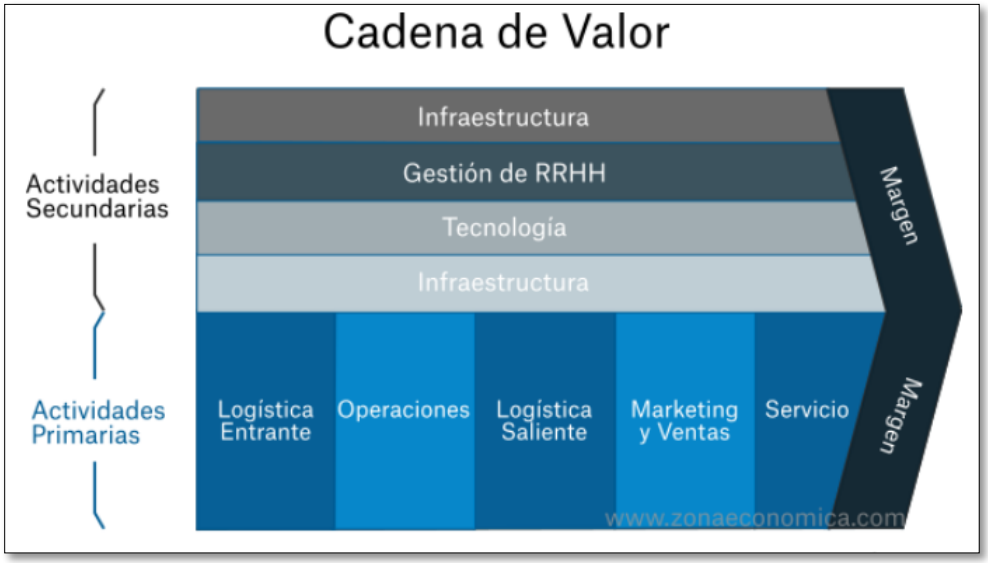
[9] https://www.google.com/url?sa=i&rct=j&q=&esrc=s&source=images&cd=&ved=2ahUKEwjW9tWmnZTkAhUquVkKHV53D2wQjhx6BAgBEAI&url=https%3A%2F%2Frepositorio.cepal.org%2Fbitstream%2Fhandle%2F11362%2F44070%2F1%2FS1800878_es.pdf&psig=AOvVaw0PzKoBZ6ClbVoz_mqPNQUq&ust=1566485934403265

**En la prestación de servicios** la cadena de producción y/o distribución está enmarcada en la calidad y la satisfacción del servicio, en donde el cliente experimenta factores diferenciadores como la recordación, la lealtad y la fidelidad que lleva a generar la nueva contratación y la recompra.

**La Cadena de Valor Genérica**[10]

La cadena de valor es un modelo teórico que gráfica y permite describir las actividades de una organización para generar valor al cliente final y a la misma empresa. Porter (1985)

En base a esta definición se dice que una empresa tiene una ventaja competitiva frente a otra cuando es capaz de aumentar el margen (ya sea bajando los costos o aumentando las ventas). Este margen se analiza por supuesto a través de la cadena de valor de Michael Porter.




La cadena de valor se divide en dos partes:

1. Actividades Primarias: se refieren a la creación física del producto, su venta y el servicio postventa, y pueden también a su vez, diferenciarse en sub-actividades. El modelo de la cadena de valor distingue cinco actividades primarias:

2. Actividades Secundarias: están apoyadas o auxiliadas por las también denominadas ‘actividades secundarias:

[10] https://m.zonaeconomica.com/modelo-cadena-valor

Toda empresa tiene actividades de valor directo, indirecto y de aseguramiento de Calidad. Los tres tipos no solo están presentes entre las actividades primarias, sino en las actividades de apoyo.

La cadena de valor no es una colección de actividades independientes, sino un sistema de actividades interdependientes. Las actividades de valor están relacionadas por eslabones dentro de la cadena de valor. Los eslabones son las relaciones entre la manera en que se desempeñe una actividad y el costo o desempeño de otra. (Arimany, 2010)

***¿El producto obra o servicio requiere la realización de labores de importación de mercancías y/o servicios?***

No requiere de la importación de mercancías y/o servicios pues en el país se cuenta con gran cantidad de empresas, agremiaciones y organizaciones que prestan los servicios que se pretenden contratar.

### 1.1.7 Perspectiva Técnica

***¿El bien, obra o servicio que se pretende adquirir requiere una condición técnica especial y especifica?***

Si, para ello los posibles oferentes deberán remitirse a los estudios y documentos previos que hacen parte integral del proceso de contratación con el fin de analizar las características o condiciones específicas que deberá cumplirse en el contrato.

***¿El producto bien o servicio involucra elementos de innovación tecnológica o técnica?***

**Litografía**[11]

La litografía es el proceso por el que un diseño consistente en un determinado motivo geométrico se transfiere a un sustrato, de modo que este sustrato queda estructurado en la micro o nanoescala.

**Litografía de nanoimpresión**
El estampado en caliente/litografía de nanoimpresión permite estructurar, tanto en discontinuo como en continuo, polímeros termoplásticos tanto en masa (bulk) como depositados como capa fina sobre un sustrato, permitiendo en este caso la réplica del molde original (máster) o su inverso, mediante la combinación con procesos de ataque y deposición.

[11] https://www.tekniker.es/es/litografia

Mediante estos procesos se pueden obtener resoluciones en el rango del máster empleado, llegando a obtener estructuras definidas en el rango de decenas de nanómetros.

**Litografía ultravioleta (UV)**
La alineadora para fotolitografía ultravioleta permite la realización de procesos fotolitográficos a medida en sustratos planos de hasta 6 pulgadas de diámetro (ampliable a superficies aún mayores), para fabricar microestructuras (resolución de hasta 1 µm) que pueden ser empleadas en sensórica, microfluídica, litografía blanda, etc.

El proceso es compatible con el equipo de pegado anódico EVG 501 y permite el alineamiento del sustrato por ambas caras.

**Características de la litografía**

- La litografía de nanoimpresión permite la fabricación de prototipos poliméricos con gran rapidez.
- La litografía de nanoimpresión permite la replicación de sellos con motivos nanométricos.
- Los sustratos micro y nanoestructurados fabricados mediante litografía pueden ser empleados para aplicaciones muy variadas (óptica y fotónica, biotecnología, sensórica, obtención de superficies superhidrófobas, acabados decorativos, diseños antifalsificación, etc.).

***¿Qué garantías tiene el producto, bien o servicio tradicionalmente en el mercado?***

Todos los bienes por adquirir presumen la garantía comercial y la garantía legal. La garantía comercial será un complemento de la garantía legal para asegurar que, en caso de un defecto del producto, el almacén donde lo compró o la marca que lo fabricó puedan ofrecerle una solución al respecto.

Para la Superintendencia de Industria y Comercio (SIC), la obligación de responderle al consumidor por un defecto o falla debe estar presente tanto en el fabricante como en el que comercializa determinado artículo.

Tanto la garantía legal como la garantía comercial deben respetar los derechos que tiene todo consumidor frente a un producto que adquirió y presenta defectos. En este sentido, según el tipo de la falla registrada, el usuario tiene derecho a la reparación del artículo dañado, la sustitución del producto por otro de iguales prestaciones, la devolución de su dinero o la resolución del contrato.

Así las cosas, la entidad considera pertinente que **la garantía mínima presunta de los bienes** que lo requieran **en ningún caso podrá ser inferior a doce (12) meses**, contados a partir de la fecha de entrega de estos.

## 1.2 ESTUDIO DE LA OFERTA

### 1.2.1 Empresas del sector

***¿Puede nombrar algunas de las empresas del sector al cual pertenece la adquisición del bien, obra o servicio?***

Los siguientes son los posibles oferentes que se encuentran en el mercado local y/o nacional:

- VENEPLAS LTDA.
- ABC PUBLICIDAD INTEGRAL S.A.
- CADENA S.A.
- CARVAJAL Y CASTRO PUBLICIDAD S.A.S.
- CASA EDITORIAL EL TIEMPO S.A.
- CENTRAL COPY
- CPT EXPRESS S.A.S.
- CREATIVOS DE COLOMBIA S.A.S.
- D&D S.A.S.
- DISPAPELES S.A.S.
- DYNAMIC S.A.S.
- EDITORIAL PLANETA COLOMBIA S.A.
- ENTRELIBROS S.A.S.
- ESTELAR IMPRESORES LTDA.
- FORMAS Y PAPELES S.A.S.
- L.P. IMPRESORES
- LITOGRAFIA DINAMICA
- MUNDO NUEVO EDITORES
- OFIPRINT S.A.S.
- PUNTO LITOGRAFICO EDITORIAL
- SOLUTION COPY LTDA.
- SUFORMA S.A.S.

**MODELO DE ABASTECIMIENTO ESTRATÉGICO –MAE–** [12]

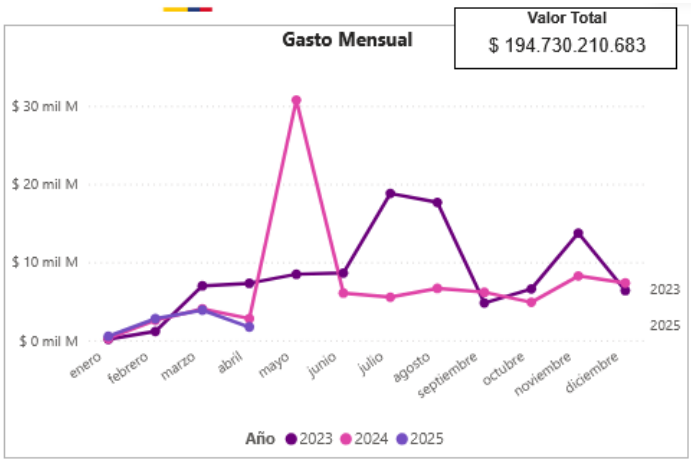


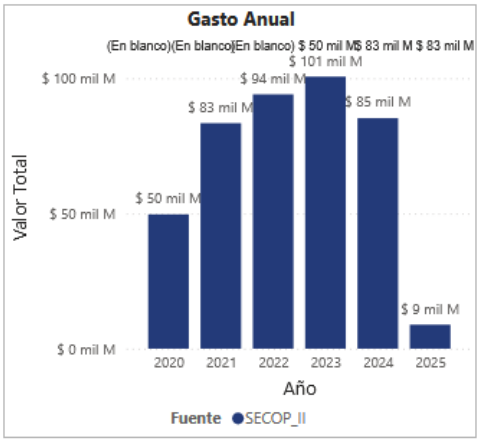

El Modelo de Abastecimiento Estratégico desarrollado por la Agencia Nacional de Contratación Pública - Colombia Compra Eficiente, busca mejorar las buenas prácticas en la planeación y gestión de los procesos contractuales para que los participantes del Sistema de Compra Pública lo adopten y se destaquen por sus niveles de transparencia, eficiencia y generación de mayor valor por dinero.

Colombia COMPRA EFICIENTE
Agencia Nacional de Contratación Pública

## ANÁLISIS DE OFERTA

Este análisis permite tener un entendimiento claro sobre el mercado de la oferta y todas las variables y actores que allí se unen. En otras palabras, el Análisis de la Oferta da un entendimiento a las dinámicas que afectan los sectores, la cadena de abastecimiento, y permite identificar los proveedores que existen en el mercado[13]



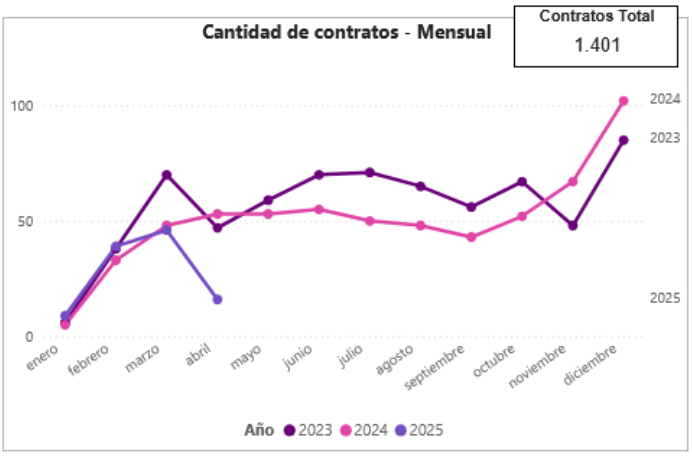



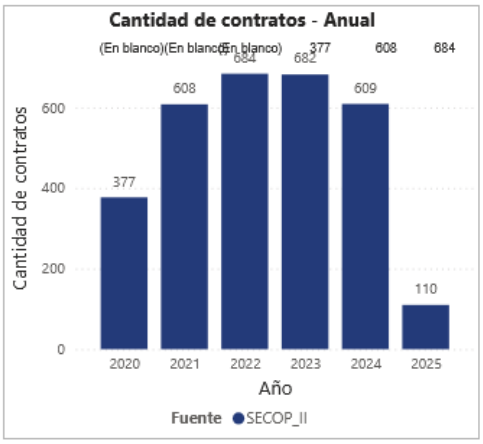

[12] https://app.powerbi.com/view?r=eyJrIjoiZGM0NzAyYjAtNTFmMy00MjYzLTg5ODAtZWUxNDYxMDlkZmZkIiwidCI6IjdiMDkwNDFlLTI0NTEtNDlkMC04Y2IxLTc5ZDVlM2Q4YzFiZSIsImMiOjR9&pageName=ReportSection17ad17361e56dd6a009c

[13] https://www.colombiacompra.gov.co/sites/cce_public/files/files_2020/e-book_final_9-11-2022_1.pdf

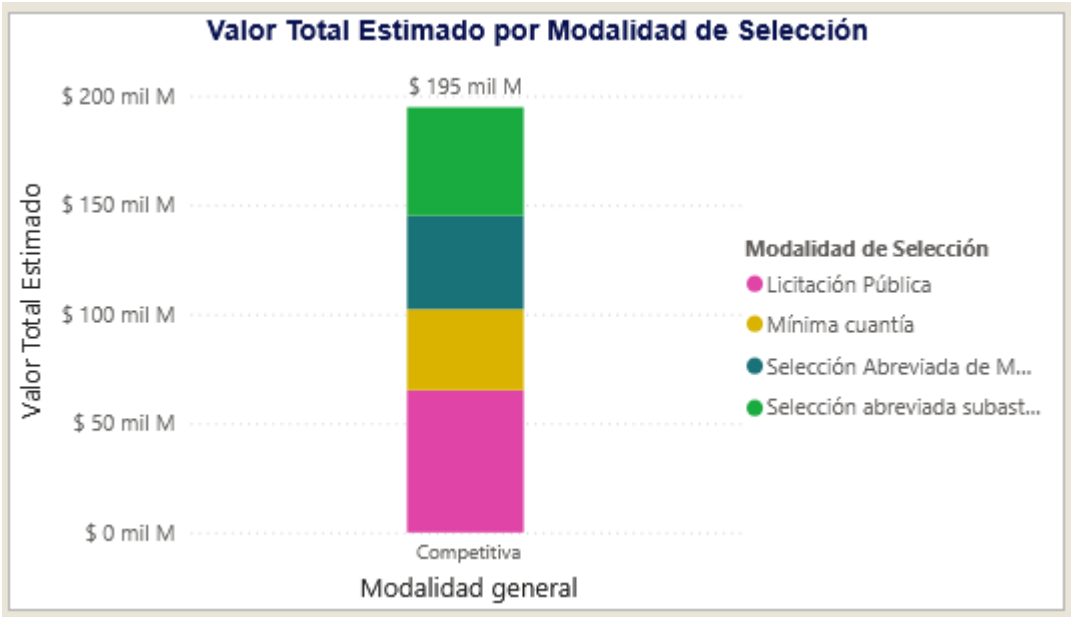
# ANÁLISIS ECONÓMICO DEL SECTOR

# PROCESOS DE SELECCIÓN




| Valor Contratación | Número de Proveedores | Número de Contratos |
|---|---|---|
| $ 195 mil M | 664 | 1401 |




Comportamiento contratación por bienes y servicios de UNSPSC

| Año | 2023 | | 2024 | | | 2025 | | | Total | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Clasificador de Bienes y Servicios - Familia | | Participación | Contratos | Valor | Participación | Contratos | Valor | Participación | Contratos | Valor | Participación |
| **8210 - Publicidad** | 11.298 | 24,11% | 274 | $ 42.014.859.768 | 21,58% | 50 | $ 4.133.488.405 | 2,12% | 632 | $ 93.099.259.471 | 47,81% |
| 821015 - Publicidad impresa | 11.298 | 24,11% | 274 | $ 42.014.859.768 | 21,58% | 50 | $ 4.133.488.405 | 2,12% | 632 | $ 93.099.259.471 | 47,81% |
| **8212 - Servicios de reproducción** | 07.044 | 27,55% | 335 | $ 43.231.694.872 | 22,20% | 60 | $ 4.745.249.296 | 2,44% | 769 | $ 101.630.951.212 | 52,19% |
| 821215 - Impresión | 88.279 | 24,46% | 249 | $ 39.152.297.998 | 20,11% | 33 | $ 3.669.329.286 | 1,88% | 556 | $ 90.460.165.563 | 46,45% |
| 821217 - Fotocopiado | 18.765 | 3,09% | 86 | $ 4.079.396.874 | 2,09% | 27 | $ 1.075.920.010 | 0,55% | 213 | $ 11.170.785.649 | 5,74% |
| **Total** | 18.342 | 51,66% | 609 | $ 85.246.554.640 | 43,78% | 110 | $ 8.878.737.701 | 4,56% | 1401 | $ 194.730.210.683 | 100,00% |

### 1.2.2 Análisis de presupuesto oficial

**Revisión de precios por solicitud de cotizaciones**

**Determinación de precios techo y presupuesto oficial:**
Para obtener los resultados del análisis del sector se tienen en cuenta **dos (2) cotizaciones actuales** cuya descripción cumple con las requeridas por la entidad**,** de allí se realiza el promedio simple para así determinar el precio techo del cual se parte como límite máximo para las ofertas de los posibles proponentes.

Resultado del análisis para determinar el presupuesto oficial:

| ÍTEM | DESCRIPCIÓN | UNIDAD DE MEDIDA | COTIZACIÓN 1 Valor unitario IVA incluido | COTIZACIÓN 2 Valor unitario IVA incluido | CANTIDAD | PROMEDIO Valor unitario IVA incluido |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | Estandartes y banderas (porta pendones tipo rollab 1x2 metros) | UNIDAD | $ 380.800,00 | $ 428.400,00 | 1 | $ 404.600,00 |
| 2 | Etiquetas impresas autoadhesivas de papel (tamaño carta) | UNIDAD | $ 4.760,00 | $ 7.140,00 | 1 | $ 5.950,00 |
| 3 | Carteles litográficos - afiches (papel propalcote 150g) | UNIDAD | $ 8.925,00 | $ 10.115,00 | 1 | $ 9.520,00 |
| 4 | Carteles, avisos, Catálogos, folletos y otras impresiones publicitarias | UNIDAD | $ 11.900,00 | $ 15.470,00 | 1 | $ 13.685,00 |
| 5 | Paquete x 1,000 Volantes publicitarios a una o varias tintas (propalcote tamaño media carta 14x22) | PAQUETE | $ 178.500,00 | $ 212.400,00 | 1 | $ 195.450,00 |
| 6 | Vallas, avisos y otros similares elaborados en material textil (lona), en medidas de 100x70 | UNIDAD | $ 41.650,00 | $ 53.550,00 | 1 | $ 47.600,00 |
| 7 | Agendas y similares con cubierta de material plástico (media carta hoja bone o ecológica) | UNIDAD | $ 39.270,00 | $ 53.550,00 | 1 | $ 46.410,00 |
| 8 | Agendas y similares con cubierta de material pasta cartón industrial 4x1 (media carta hoja bone o ecológica) | UNIDAD | $ 39.270,00 | $ 53.550,00 | 1 | $ 46.410,00 |
| 9 | Servicios de copia y reproducción | UNIDAD | $ 357,00 | $ 476,00 | 1 | $ 417,00 |

| | |
|---|---|
| Concejo de Envigado | **ANÁLISIS ECONÓMICO DEL SECTOR**<br><br>**PROCESOS DE SELECCIÓN** |

| ÍTEM | DESCRIPCIÓN | UNIDAD DE MEDIDA | COTIZACIÓN 1 Valor unitario IVA incluido | COTIZACIÓN 2 Valor unitario IVA incluido | CANTIDAD | PROMEDIO Valor unitario IVA incluido |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 10 | Servicios de impresión litográfica n.c.p. (talonarios, volantes y hojas membrete) | UNIDAD | $ 142.800,00 | $ 183.736,00 | 1 | $ 163.268,00 |
| 11 | Carnet de 5x8 a color o blanco y negro | UNIDAD | $ 17.850,00 | $ 20.230,00 | 1 | $ 19.040,00 |
| 12 | Carnet de 10x15 a color o blanco y negro | UNIDAD | $ 29.750,00 | $ 35.700,00 | 1 | $ 32.725,00 |
| 13 | Placa con nombre en madera y acrílico dorado para escritorio | UNIDAD | $ 52.360,00 | $ 64.260,00 | 1 | $ 58.310,00 |
| 14 | Impresión libro o cuadernillo con carátula en propalcote y papel bone o ecológico | UNIDAD | $ 35.700,00 | $ 49.980,00 | 1 | $ 42.840,00 |
| 15 | Impresión libro o cuadernillo con carátula en cartón industrial y papel bone o ecológico | UNIDAD | $ 53.550,00 | $ 61.880,00 | 1 | $ 57.715,00 |
| 16 | Impresión full color 4x4 | UNIDAD | $ 4.760,00 | $ 7.140,00 | 1 | $ 5.950,00 |
| 17 | Foto a color o blanco y negro en material propalcote - adhesivo, medida a conveniencia | UNIDAD | $ 5.950,00 | $ 9.520,00 | 1 | $ 7.735,00 |
| 18 | Mugg / taza cerámica en blanco o negro con impresión DTF | UNIDAD | $ 17.850,00 | $ 24.990,00 | 1 | $ 21.420,00 |
| 19 | Bolsa / tote bag en tela quirúrgica con impresión DTF | UNIDAD | $ 15.470,00 | $ 19.040,00 | 1 | $ 17.255,00 |
| 20 | Gorra / cachucha en tela algodón, poliéster, nilón o lona con impresión DTF | UNIDAD | $ 15.470,00 | $ 20.230,00 | 1 | $ 17.850,00 |
| 21 | Broche / Botón / Escudo en acrílico | UNIDAD | $ 17.850,00 | $ 24.990,00 | 1 | $ 21.420,00 |
| | | | | | TOTAL PRECIOS UNITARIOS | $ 1.235.570 |

El **total de precios unitarios** se estima en la suma de **UN MILLÓN DOSCIENTOS TREINTA Y CINCO MIL QUINIENTOS SETENTA PESOS M/CTE ($1.235.570) IVA INCLUIDO**

| | |
|---|---|
| Concejo de Envigado | **ANÁLISIS ECONÓMICO DEL SECTOR**<br><br>**PROCESOS DE SELECCIÓN** |

El presupuesto oficial disponible para esta contratación es por la suma de **VEINTISIETE MILLONES QUINIENTOS MIL PESOS M/CTE ($27.500.000) IVA INCLUIDO**

**NOTAS ACLARATORIAS:**

1. El presente proceso de selección está determinado por bolsa o monto agotable.
2. El contrato se adjudicará por el valor total del presupuesto oficial.
3. El proponente deberá responder en la plataforma SECOP II al ítem “Lista de artículos” poniendo el valor del presupuesto oficial
4. En el formato Anexo - propuesta económica deberá ser presentada en precios unitarios para cada uno de los artículos solicitados, la no presentación del anexo se considera causal de rechazo.
5. La ejecución del presupuesto será destinado por el supervisor al solicitar los productos contratados, teniendo en cuenta los precios unitarios.
6. En todo caso de no utilizarse todo el recurso económico disponible, al terminar el plazo de ejecución, se liquidará el contrato con el saldo a favor del Concejo Municipal de Envigado.

El presupuesto asignado comprende todos los costos que pueda generar el objeto a contratar. Por lo tanto, el proponente deberá considerar todos los costos en que pudiera incurrir en la preparación de su propuesta y durante la ejecución del contrato; así como todos los valores correspondientes a los impuestos, gravámenes y demás erogaciones necesarias para la celebración y ejecución del contrato, los cuales son por cuenta del adjudicatario y no darán lugar a ningún pago adicional al de los precios pactados.

**PRESENTACIÓN DE OFERTAS**

La propuesta económica deberá ser diligenciada en el sistema SECOP II – SOBRE ECONÓMICO NÚMERO 2 poniendo el valor total del presupuesto y se deberá aportar el ANEXO DE PROPUESTA ECONÓMICA publicado por el Concejo Municipal de Envigado en formato “Libro de Excel (*.xlsx)”, en donde detallará el valor de su ofrecimiento, conforme a los ítems a que haya lugar..

**Nota 1:** Para el presente Proceso NO se aceptan propuestas parciales, ni alternativas

## A. MONEDA

La moneda oficial de presentación de las propuestas será el peso colombiano.

Si está expresado originalmente en una moneda diferente a dólares de los Estados Unidos de Norte América, debe convertirse a esta moneda utilizando para ello el valor correspondiente con el siguiente procedimiento de conversión:

1. Si la moneda de origen de la información es el Dólar de los Estados Unidos de América (USD), se debe hacer la conversión a pesos colombianos (COP) teniendo en cuenta la TRM (Tasa de Cambio Representativa del Mercado) vigente en la fecha de referencia de la información original, para lo cual se utilizará la base de datos histórica que sitio web http://www.banrep.gov.co/es/trm, la cual cuenta con información diaria de la TRM desde el año de 1991.

2. Si la moneda de origen de la información es diferente al dólar americano (USD), inicialmente se debe hacer la conversión de la moneda de origen a dólar americano (USD) teniendo en cuenta la fecha de referencia de la información original, para lo cual se utilizará la herramienta de Conversor de Divisas histórico que ofrece el sitio web www.oanda.com, Tipo de cambio: interbancario y Tasa: promedio compra. Una vez obtenida la información expresada en dólares (USD), se deberá seguir el procedimiento descrito en el punto 1.

Una vez que se tengan las cifras en dólares de los Estados Unidos de América o si la información se presenta originalmente en dicha moneda, para la conversión a pesos colombianos se debe tener en cuenta TRM (Tasa de Cambio Representativa del Mercado) vigente en la fecha de referencia de la información original.

## 1.3 ESTUDIO DE LA DEMANDA

### 1.3.1 Datos Históricos

***¿El Concejo de Envigado ha adquirido en el pasado bienes, obras o servicios iguales o similares y a través de qué contratos se ha hecho?***

| | |
|---|---|
| **Modalidad** | Mínima Cuantía |
| **No. del contrato** | 01-00-32-20-006-17 |
| **Objeto** | Servicios de Producción y elaboración de material litográfico del Concejo Municipal de Envigado, para el año 2017. |
| **Valor del contrato** | $ 652,010.00 |

| | |
|---|---|
| **Modalidad** | Mínima Cuantía |
| **No. del contrato** | 01-00-32-20-001-16 |
| **Objeto** | Servicios de Producción y elaboración de material litográfico y publicitario del Concejo Municipal de Envigado, durante la vigencia 2016. |
| **Valor del contrato** | $ 13,710,040.00 |

**MODELO DE ABASTECIMIENTO ESTRATÉGICO –MAE–** [14]

Colombia COMPRA EFICIENTE
Agencia Nacional de Contratación Pública

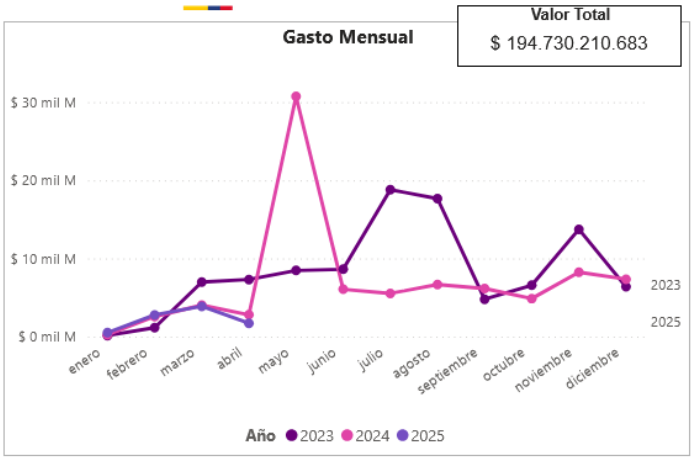
**ANÁLISIS DE DEMANDA**

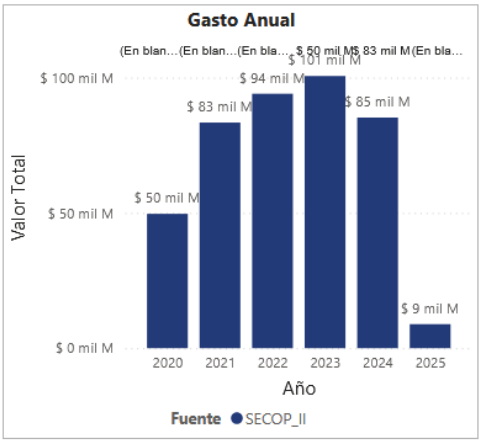
Esta es la primera fase en cualquier proceso de compra. Desde la visión de la compra pública, el Análisis de la Demanda es el proceso de caracterización de la necesidad, es decir, ¿qué queremos comprar?, ¿quién genera la necesidad?, etc. y del análisis de gasto de la entidad, por ejemplo: el histórico de compras, análisis de gasto por categorías, etc. Su objetivo principal es entender el comportamiento de compras de la entidad, identificar las necesidades de adquisiciones futuras y reconocer oportunidades de ahorro previo bajo una visión estratégica[15]

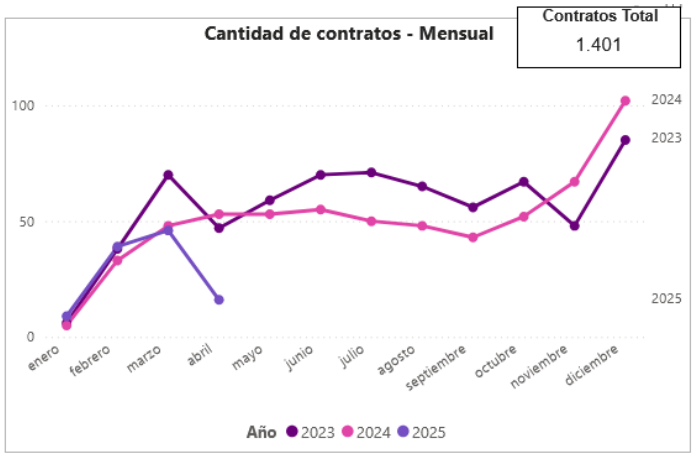
[14] https://www.colombiacompra.gov.co/colombia-compra/modelo-de-abastecimiento-estrategico
[15] https://www.colombiacompra.gov.co/sites/cce_public/files/files_2020/e-book_final_9-11-2022_1.pdf

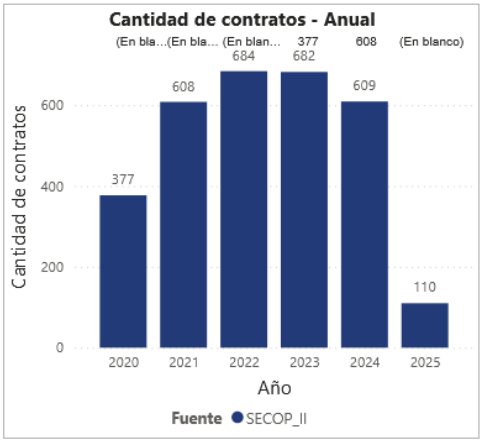
# ANÁLISIS ECONÓMICO DEL SECTOR

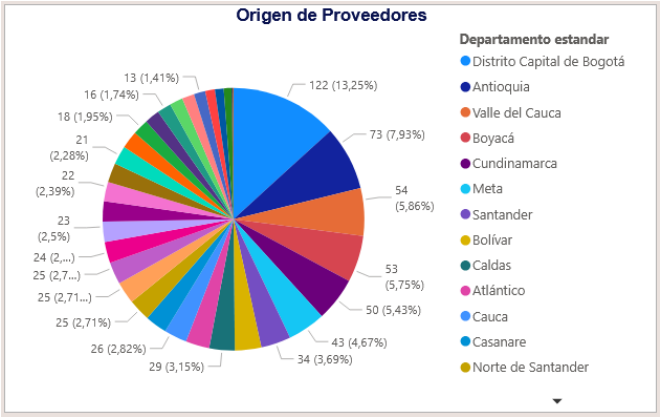
# PROCESOS DE SELECCIÓN






| | |
|---|---|
| Concejo de Envigado | **ANÁLISIS ECONÓMICO DEL SECTOR**<br><br>**PROCESOS DE SELECCIÓN** |




Comportamiento contratación por bienes y servicios de UNSPSC

| Año | 2023 | | 2024 | | | 2025 | | | Total | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Clasificador de Bienes y Servicios - Familia | | Participación | Contratos | Valor | Participación | Contratos | Valor | Participación | Contratos | Valor | Participación |
| **8212 - Servicios de reproducción** | 07.044 | 27,55% | 335 | $ 43.231.694.872 | 22,20% | 60 | $ 4.745.249.296 | 2,44% | 769 | $ 101.630.951.212 | 52,19% |
| 821215 - Impresión | 58.279 | 24,46% | 249 | $ 39.152.297.998 | 20,11% | 33 | $ 3.669.329.286 | 1,88% | 556 | $ 90.460.165.563 | 46,45% |
| 821217 - Fotocopiado | 58.765 | 3,09% | 86 | $ 4.079.396.874 | 2,09% | 27 | $ 1.075.920.010 | 0,55% | 213 | $ 11.170.785.649 | 5,74% |
| **8210 - Publicidad** | 11.298 | 24,11% | 274 | $ 42.014.859.768 | 21,58% | 50 | $ 4.133.488.405 | 2,12% | 632 | $ 93.099.259.471 | 47,81% |
| 821015 - Publicidad impresa | 11.298 | 24,11% | 274 | $ 42.014.859.768 | 21,58% | 50 | $ 4.133.488.405 | 2,12% | 632 | $ 93.099.259.471 | 47,81% |
| **Total** | 18.342 | 51,66% | 609 | $ 85.246.554.640 | 43,78% | 110 | $ 8.878.737.701 | 4,56% | 1401 | $ 194.730.210.683 | 100,00% |

| **Aprobó** | | |
|---|---|---|
| **Nombre** | **LUCAS GAVIRIA HENAO** | *(Firmado digitalmente a través de SECOP II)* |
| **Fecha de elaboración** | 02 de mayo de 2025 | |