ANÁLISIS DEL SECTOR

TURISMO, AGROINDUSTRIA, ARTESANÍAS, PAPELERÍA Y CONSTRUCCIÓN.

1.Identificación y Contexto del Sector turístico.

El sector turístico en Colombia es un pilar fundamental de la economía, reconocido por su diversidad cultural, riqueza natural y creciente innovación. El turismo ha demostrado ser un motor de crecimiento, generando divisas y empleo, integrando nuevas zonas del país y enalteciendo su historia y biodiversidad. Colombia se ha posicionado como un destino atractivo y prometedor, impulsado por mejoras en seguridad y accesibilidad, así como por un fuerte compromiso con la sostenibilidad.

Contexto del Sector Turístico en Colombia:

Crecimiento y Desarrollo: El sector turístico colombiano ha mostrado un crecimiento constante en los últimos años, convirtiéndose en un motor de desarrollo económico, cultural y social.

Diversidad de Atractivos: Colombia ofrece una amplia gama de atractivos turísticos, desde sus paisajes naturales (como la Sierra Nevada de Santa Marta y el Parque Nacional Natural Tayrona), hasta su riqueza cultural e histórica (como Cartagena de Indias y la Catedral de Sal de Zipaquirá).

Innovación y Sostenibilidad: El sector turístico colombiano está innovando constantemente en su oferta, buscando satisfacer las necesidades de los viajeros más exigentes y promoviendo el turismo sostenible.

Turismo Interno y Extranjero: El sector turístico incluye tanto el turismo interno (viajes dentro de Colombia) como el turismo internacional (viajes de extranjeros a Colombia).

Impacto Económico: El turismo genera divisas, crea empleos, impulsa la economía regional y fomenta el desarrollo de las comunidades locales.

Desafíos y Oportunidades: El sector turístico colombiano enfrenta desafíos como la seguridad, la accesibilidad y la sostenibilidad, pero también presenta grandes oportunidades para el crecimiento y la innovación.

1.1 Productos Incluidos en el Sector:

En la actualidad el turismo en Colombia ya no es un producto de lujo reservado sólo a las personas con tiempo libre y recursos económicos, sino que es reconocido como una necesidad e incluso, como un derecho que contribuye a su vez al desarrollo de los países y regiones.

[1]

1.1.1 Productos Turísticos:

Turismo Cultural: Es un tipo de actividad turística en el que la motivación esencial del visitante es aprender, descubrir, experimentar y consumir los atractivos/productos culturales, materiales e inmateriales, de un destino turístico.

---

[1].Ministerio de industria comercio y turismo - https://www.mincit.gov.co/minturismo/analisis-sectorial-y-promocion/preguntas-frecuentes-relacionadas-con-formalizacio/20-cuales-son-los-prestadores-de-servicios-turisti

2.universidad Externado de Colombia - https://revistas.uexternado.edu.co/index.php/tursoc

3.Scielo - http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2619-65732018000100151

4.DANE - https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/servicios/turismo

5.Presidencia.gov.co - https://www.presidencia.gov.co/prensa/Paginas/Cifras-del-Dane-comprueban-que-el-turismo-en-Colombia-fue-uno-de-los-principales-motores-de-la-economia-250124.aspx

6. ACOTUR https://www.acotur.co/es

Turismo de Naturaleza: Aborda la exploración de parques naturales, reservas, áreas protegidas, avistamiento de aves y otras actividades al aire libre.

Turismo Rural: Se enfoca en experiencias en el campo, incluyendo visitas a fincas, haciendas, actividades tradicionales y turismo comunitario.

Turismo de Aventura: Ofrece actividades como buceo, rafting, rapel, senderismo y otras experiencias emocionantes en la naturaleza.

Turismo de Bienestar: Incluye spas, centros de bienestar, yoga, meditación y otras actividades para la relajación y el rejuvenecimiento.

Turismo Médico: Se centra en la oferta de servicios de salud y bienestar para turistas, como tratamientos estéticos y quirúrgicos.

Turismo Marino Costero: Aborda las actividades relacionadas con el mar, como la navegación, el buceo, el surf y la pesca.

Turismo MICE: Dirigido a congresos, convenciones, ferias y eventos de incentivos.

Otros Productos:

Paquetes Turísticos: Combinaciones de servicios como transporte, alojamiento y actividades, con precios predeterminados.

Servicios de Alojamiento: Hoteles, hostales, apartahoteles, glamping y otras opciones de hospedaje.

Servicios de Transporte: Desde transporte terrestre hasta vuelos y cruceros.

Guías Turísticos: Profesionales que acompañan a los turistas en sus visitas.

Actividades Turísticas: Rutas guiadas, visitas a lugares de interés, talleres y otras experiencias.

1.2 Agentes que Componen el Sector:

El sector turístico en Colombia está compuesto por diversos agentes, tanto públicos como privados, que interactúan para ofrecer y gestionar servicios turísticos. Estos agentes se pueden clasificar en:

1. Agentes Públicos:

Gobierno Nacional: Representado por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (MinCIT), que formula políticas, planes y programas para el sector.

Gobernaciones y Alcaldías: Promueven la ejecución de planes y políticas turísticas a nivel departamental y municipal.

Entidades de Financiación: Como el Fondo Nacional de Turismo (FONTUR), que apoya proyectos turísticos.

2. Agentes Privados (Prestadores de Servicios Turísticos):

Agencias de Viajes y Turismo: Facilitan la venta y gestión de servicios turísticos, incluyendo agencias mayoristas y operadoras.

Hoteles, Hostales y Otros Alojamientos: Ofrecen servicios de hospedaje en diversas categorías, desde hoteles hasta campamentos y viviendas turísticas.

Transporte Turístico: Empresas de transporte terrestre, aéreo o marítimo que facilitan el desplazamiento de turistas.

Compañías de Intercambio Vacacional: Permiten el intercambio de propiedades o servicios turísticos entre viajeros.

Parques Temáticos, Ecoturismo y Agroturismo: Ofrecen actividades recreativas y experiencias en espacios naturales o temáticos.

Plataformas Digitales: Ofrecen servicios de reserva y venta de productos turísticos a través de internet.

Organización de Congresos, Ferias y Convenciones: Facilitan eventos profesionales y de ocio.

Proveedores de Servicios Adicionales: Restaurantes, bares, guías turísticos, etc.

3. Otros Agentes:

Comunidad Local: Participa en la creación y desarrollo de productos turísticos, así como en la recepción y atención a los visitantes.

Turistas: Son los consumidores finales de los servicios turísticos.

Asociaciones de Turismo: Como ANATO, COTELCO y ACORDES, que representan a los diferentes sectores del turismo.

Estos agentes trabajan de manera coordinada para impulsar el desarrollo del sector turístico en Colombia, ofreciendo una amplia gama de experiencias y servicios a los turistas.

1.3 Gremios y asociaciones que participan en el sector turístico.

En el sector turístico en Colombia, diversos gremios y asociaciones juegan un papel importante en la representación y promoción de los intereses de sus miembros. Algunos de los más destacados son:

Gremios y Asociaciones Destacados:

ANATO (Asociación Colombiana de Agencias de Viajes y Turismo): Representa a las agencias de viajes y turismo en Colombia, defendiendo sus intereses y promoviendo el desarrollo del sector.

COTELCO (Asociación Hotelera y Turística de Colombia): Agrupa a hoteles y establecimientos turísticos, promoviendo la mejora de la calidad y el crecimiento de la industria hotelera, según su sitio web.

ACOTUR (Asociación Colombiana de Turismo Responsable): Fomenta el turismo sostenible y responsable, promoviendo la conservación del patrimonio natural y cultural, según su sitio web.

FEDEC (Federación Colombiana de Ecoparque, Ecoturismo y Turismo de Aventura):
Promueve y representa a empresas y operadores de turismo de naturaleza, ecoturismo y turismo de aventura.

Otras Organizaciones y Asociaciones:

ProColombia: Es una entidad estatal que promueve la inversión extranjera, las exportaciones y el turismo internacional en Colombia.

Autoridades Departamentales y Municipales de Turismo: Son las entidades locales que gestionan el turismo en cada departamento y municipio.

Dirección General Marítima: Regula el turismo marítimo y fluvial, según MINCIT.

Fondo Nacional de Turismo (FONTUR): Apoya el desarrollo del sector turístico a través de la promoción y el financiamiento de proyectos turísticos.

Organización Mundial de Turismo (UNWTO): Organismo internacional que promueve el turismo sostenible y responsable, según MINCIT.

Dirección General Marítima: Es una entidad gubernamental encargada de la seguridad y regulación de la navegación marítima, según MINCIT.

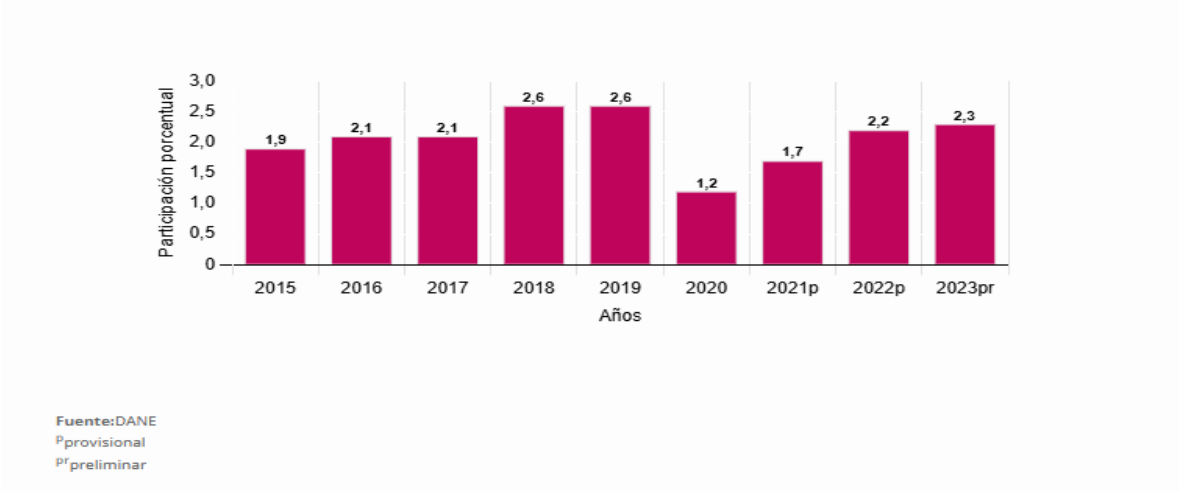
Comité Interinstitucional de Ecoturismo: Coordina las acciones de diferentes entidades públicas y privadas para promover el ecoturismo en Colombia.

Estos gremios y asociaciones juegan un papel vital en la promoción, regulación y desarrollo del sector turístico en Colombia, brindando apoyo a sus miembros y contribuyendo al crecimiento económico del país.

1.4 Cifras Totales de Venta sector turístico.

El gasto del turismo receptor pasó de 44,6 billones de pesos en 2022p a 50,8 billones de pesos en 2023pr, lo que representó un crecimiento de 13,8%.

Participación porcentual del valor agregado del sector turismo en el valor agregado total de la economía 2015-2023[pr]



Fuente:DANE
[p]provisional
[pr]preliminar

El gasto para el último año estuvo relacionado principalmente con la compra de servicios de transporte aéreo de pasajeros con 13,2 billones de pesos, seguido de servicios de provisión de alimentos y bebidas con 11,6 billones de pesos y los servicios de alojamiento para visitantes con 8,9 billones de pesos.

Por su parte, para 2022p el gasto del turismo receptor presentó un crecimiento de 75,1% con respecto a 2021p, pasando de 25,5 billones de pesos a 44,6 billones de pesos.

En 2023pr los flujos de turistas presentaron un crecimiento de 21,2% al pasar de 3,2 millones de personas en 2022p a 3,9 millones de personas en 2023pr. Mientras que para 2022p el flujo de turistas presentó un crecimiento de 106,0% con respecto a 2021p.

Fuente: DANE

-Desempeño del Sector Turístico en 2024

En 2024, el sector turístico colombiano experimentó un desempeño notable, rompiendo récords en la llegada de visitantes no residentes y generando ingresos significativos para la economía del país. La estrategia de promoción internacional y el aumento en la demanda de viajes y transporte aéreo contribuyeron a este éxito. Detallando así:

- **Llegada de visitantes:**

  Colombia recibió casi 6,7 millones de visitantes no residentes en 2024, superando el récord anterior y representando un aumento del 8,5% con respecto a 2023.

- **Ingresos:**

  El país cerró el año con US$10.082 millones en ingresos por viajes y transporte aéreo, lo que representa un crecimiento del 12,8% con respecto a 2023.

- **Crecimiento de vuelos internacionales:**

  Entre enero y noviembre de 2024, se registró un crecimiento del 18,3% en la llegada de pasajeros en vuelos internacionales regulares, en comparación con los primeros once meses de 2023.

- **Aporte a la economía:**

  El turismo generó más de $40 billones a la economía colombiana, superando incluso la generación de divisas de sectores como el café y el carbón.

- **Empleo:**

  El sector turístico también representó 1.25 millones de puestos de trabajo, lo que equivale al 5.6% del total de empleos en el país, superando los niveles de 2019.

- **Destinos destacados:**

  Destinos como Santa Marta, Barranquilla, Bogotá, Cali, Pereira y Armenia destacaron por su crecimiento turístico.

- **Recuperación y futuro:**
  El 2024 fue un año de recuperación para el sector turístico a nivel mundial, y Colombia se ha posicionado como un referente en la inversión extranjera.

Desempeño parcial del Sector Turístico en lo que va el año 2025:

El 2024 cerró con cifras muy significativas tanto para el turismo emisivo como receptivo. De hecho, 2025 empieza a mostrar señales positivas del comportamiento que tendría el sector a lo largo del año.

Una de estas señales se relaciona con las reservas de vuelos internacionales para el primer semestre de 2025, las cuales ya alcanzan un aumento del 9,2%, al compararse con el mismo periodo de 2024, y hace pensar que la senda positiva que se venía viendo el año pasado, cuando se llegó a un incremento del 8,5% anual, podría mantenerse durante este año.

“Existe un punto importante que destacamos en estos resultados y es que el 76% de las reservas tienen como motivo de viaje, placer, y además, que 55% corresponden a vuelos directos entre la ciudad de origen y destino, lo que aparte de dar muestra del buen momento por el que pasa el turismo vacacional en nuestro país, ratifica que el fortalecimiento que ha venido reportando la conectividad aérea internacional, ha generado mayor competitividad en el mercado y mayores estímulos para que los viajeros elijan a Colombia antes de otros destinos”, explicó Paula Cortés Calle, presidente ejecutiva de ANATO.

Igualmente se resalta el crecimiento de las reservas provenientes de Argentina, Chile y Ecuador para el primer semestre de 2025; pero también, el interés que viene teniendo Medellín y Bogotá como destino, la primera con un crecimiento del 30%; y la capital colombiana, con una participación del 55% del total de reservas.

“Estamos muy positivos sobre la tendencia de viajes para este año. Estimamos un repunte significativo para el sector. De la mano de la conectividad, estamos haciendo posible el crecimiento, desarrollo y visibilidad de destinos tradicionales, pero también de aquellos con vocación turística”, concluyó la dirigente gremial.

Fuente: ProColombia

Colombia se consolida en 2025 como un destino turístico de primer orden, atrayendo tanto a visitantes internacionales como a nacionales que redescubren la riqueza de su tierra. La diversidad de experiencias que ofrece el país abarca desde el lujo hasta deportes extremos, satisfaciendo las expectativas de todo tipo de viajeros. Esta tendencia se ve reflejada en el incremento del turismo basado en la naturaleza, ya sea en forma de ecoturismo o turismo de aventura, impulsado por la vasta biodiversidad del territorio y una creciente conciencia hacia experiencias sostenibles y responsables con el medio ambiente.

La Asociación Colombiana de Viajes y Turismo (ANATO) y el Fondo Nacional de Turismo (Fontur) han identificado varias tendencias que se fortalecen este año, con la expectativa de atraer a millones de turistas. Entre ellas destaca el turismo sostenible y el ecoturismo, donde los visitantes buscan experiencias más verdes y responsables. Colombia, con su riqueza en biodiversidad, se presenta como un escenario ideal para actividades como el senderismo y el avistamiento de aves. El país alberga cerca de 2.000 especies de aves, lo que lo convierte en un paraíso para los observadores de aves. Lugares como el Valle del Cauca han experimentado un auge en el aventurismo, beneficiando económicamente a las comunidades rurales y promoviendo la conservación de los ecosistemas.

El turismo de bienestar también ha cobrado relevancia, respondiendo a la necesidad de desconexión y renovación de muchos viajeros. Desde opciones básicas hasta servicios premium, Colombia ofrece una amplia gama de experiencias en spas, retiros de yoga y actividades en la naturaleza. Destinos como el Parque Nacional Natural Tayrona, San Andrés, el Eje Cafetero y Putumayo se destacan por su oferta en hotelería enfocada en el bienestar, gastronomía saludable y termalismo.

Para los más aventureros, Colombia se posiciona como un destino ideal para la práctica de deportes extremos como el Trek King, ciclismo de montaña, parapente y buceo. La geografía diversa del país ofrece escenarios únicos para estas actividades, atrayendo a turistas que buscan emociones fuertes y contacto directo con la naturaleza. ANATO resalta a Colombia como un lugar atractivo para el ciclismo y el running, disciplinas que han ganado popularidad en los últimos años.

La riqueza cultural y patrimonial de Colombia es otro de los pilares que impulsan el turismo en 2025. Los 32 departamentos del país son un libro abierto lleno de historias y tradiciones que los turistas desean conocer. Desde festivales coloridos hasta recorridos históricos, los visitantes buscan autenticidad y aprendizaje sobre los territorios y sus habitantes. Eventos como el Festival Mundial de Salsa en Cali y el Carnaval de Barranquilla son ejemplos de cómo la cultura local atrae a miles de turistas cada año.

La gastronomía colombiana ha ganado reconocimiento internacional, situándose como un atractivo turístico por sí mismo. Chefs y restaurantes colombianos han sido destacados en listados prestigiosos a nivel mundial, lo que ha despertado el interés de los turistas por degustar la cocina local. Productos emblemáticos como el café, el cacao y las frutas tropicales enriquecen la oferta gastronómica del país, permitiendo a los visitantes disfrutar de sabores únicos y auténticos.

El turismo de lujo ha experimentado un crecimiento notable en Colombia. El país ha fortalecido su oferta de experiencias exclusivas para viajeros de alto poder adquisitivo, incluyendo hoteles boutique, viajes en yate y resorts de playa de lujo. Ciudades como Bogotá y Medellín se han convertido en epicentros del segmento "Bleisure" (negocios + ocio), gracias a su conectividad, oferta hotelera y gastronómica. Este fenómeno ha sido impulsado por la creciente demanda de experiencias personalizadas que combinan trabajo y placer.

La tecnología también juega un papel fundamental en la transformación del turismo en Colombia. La implementación de herramientas digitales, como el "Candelaria" en Bogotá, mejora la experiencia del viajero al ofrecer recomendaciones personalizadas y facilitar la planificación de itinerarios. Además, la inteligencia artificial y el 5G están revolucionando la forma en que los turistas planifican y disfrutan de sus viajes, permitiendo experiencias más conectadas y personalizadas.

La sostenibilidad se ha convertido en una prioridad para el sector turístico colombiano. El turismo regenerativo, que busca no solo minimizar el impacto ambiental sino también mejorar los ecosistemas y comunidades locales, está ganando terreno. Destinos menos transitados y microaventuras ofrecen a los turistas la oportunidad de explorar lugares inéditos mientras contribuyen positivamente al entorno. Esta tendencia refleja una evolución hacia un turismo más consciente y responsable.

La inclusión es otro de los pilares del turismo en 2025. Bogotá, por ejemplo, ha implementado herramientas tecnológicas que mejoran la experiencia de los viajeros, como información en tiempo real y recomendaciones de espacios accesibles. La ciudad avanza en su recertificación como Destino Turístico Inteligente, evaluada en aspectos como innovación, tecnología y accesibilidad, asegurando una experiencia inclusiva y cómoda para todos los visitantes.

La moda sostenible también se integra en la oferta turística colombiana. Sectores como San Victorino, Chapinero y El Restrepo en Bogotá se han consolidado como referentes en moda accesible y responsable, ofreciendo prendas de alta calidad a precios competitivos. Esta tendencia, liderada por la generación Z, convierte a la moda vintage en un recuerdo único y significativo de la ciudad, enriqueciendo la experiencia de compra de los turistas.

1.5 Perspectivas de Crecimiento, Inversión y Ventas:

El sector turístico en Colombia muestra un fuerte crecimiento y potencial de inversión. Las perspectivas de crecimiento, inversión y ventas son positivas, con el turismo como un pilar clave para el desarrollo económico del país. Se observa un incremento en la llegada de turistas internacionales, nacionales y colombianos residentes en el exterior.

- **Crecimiento y Ventas:**

Turismo Internacional: Colombia ha experimentado un crecimiento significativo en la llegada de turistas internacionales, superando las expectativas y consolidándose como un destino atractivo en América Latina. En 2024, se registró un récord histórico de 6,7 millones de turistas, un aumento del 30% en comparación con 2023.

Turismo Interno: El turismo interno también ha mostrado un aumento, con el 7,8% de los colombianos viajando a destinos nacionales en el tercer trimestre de 2024, un incremento de 0,8 puntos respecto al mismo período de 2023.

Ingresos: El valor agregado del turismo en 2023 fue de $33,2 billones, la cifra más alta desde que existe la medición de este indicador. Los ingresos por turismo en el primer semestre de 2024 alcanzaron los US$4.770 millones en divisas, un aumento del 15,3% respecto al mismo período de 2023.

Gasto del Turista: El gasto promedio de los turistas aumentó un 4%, alcanzando los US$1.785.

- **Inversión:**

Crecimiento en la Inversión: Se observa un crecimiento en la inversión en la mejora del producto turístico, con un aumento del 10% en las plazas de 4 y 5 estrellas en 2024, en comparación con 2019.

Inversión en Sostenibilidad y Digitalización: El sector turístico está promoviendo la inversión en sostenibilidad y transición digital, con un aumento del 6,2% en la inversión en las ramas turísticas en media anual desde 2019.

Inversión en Tecnologías: El crecimiento en el sector de viajes y turismo ha impulsado la inversión en tecnologías, incluyendo alojamiento alternativo, hotelería entre otras.

- **Perspectivas Futuras:**

Sostenibilidad e Innovación: La sostenibilidad y la innovación se perfilan como clave para el futuro del sector turístico.

Impacto Positivo: El turismo está generando un impacto positivo en la economía local, creando empleo y aumentando los ingresos.

Turismo de Negocios: Colombia también destaca en turismo de negocios, ocupando el tercer lugar en Latinoamérica, detrás de Brasil y México.

En resumen, el sector turístico en Colombia muestra una tendencia positiva de crecimiento, inversión y ventas, con perspectivas prometedoras para el futuro. Se espera que el turismo siga siendo un motor clave para el desarrollo económico del país, impulsado por el crecimiento de la demanda, la inversión en innovación y la sostenibilidad.

1.6 Variables Macroeconómicas que Afectan el Turismo:
El sector turístico en Colombia es uno de los pilares fundamentales para el crecimiento económico, gracias a su diversidad cultural, paisajística y la creciente inversión en infraestructura turística. Sin embargo, enfrenta desafíos significativos debido a las fluctuaciones en las variables económicas internas y externas. Por eso se analiza las principales variables económicas que afectan el turismo en Colombia, con un enfoque en su impacto a corto y largo plazo.

-Inflación:

La inflación afecta directamente los costos operativos del sector turístico. Según el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE), la inflación en Colombia se ha mantenido alta en los últimos años, lo que incrementa los costos de transporte, alojamiento y alimentación, reduciendo la competitividad del país como destino turístico (DANE, 2024). Esto también puede disminuir el poder adquisitivo de los turistas nacionales, reduciendo la demanda interna.

-Tasa de Cambio:

La volatilidad del tipo de cambio es otro factor crucial. Cuando el peso colombiano se devalúa frente al dólar, Colombia se vuelve más atractiva para turistas internacionales al hacer sus productos y servicios relativamente más económicos. Sin embargo, esta misma situación encarece los costos para los turistas nacionales que buscan viajar al exterior (Banco de la República, 2024).

-Tasas de Interés:

Las tasas de interés impactan directamente la inversión en infraestructura turística. Un aumento en las tasas encarece los créditos necesarios para modernizar hoteles, restaurantes y servicios turísticos, limitando su capacidad de competir a nivel internacional (Asobancaria, 2024). Además, esto puede afectar la capacidad de pequeños empresarios turísticos para financiar mejoras en sus servicios.

Factores Económicos Internacionales

4. Políticas de Comercio Exterior:

Las políticas comerciales de otros países también afectan el turismo. Acuerdos como los Tratados de Libre Comercio (TLC) pueden facilitar el flujo de turistas al reducir los costos de viaje y los requisitos de visado. Por otro lado, políticas proteccionistas o restricciones migratorias pueden frenar el crecimiento del sector (ProColombia, 2024).

3. Tasas de Interés:

Las tasas de interés impactan directamente la inversión en infraestructura turística. Un aumento en las tasas encarece los créditos necesarios para modernizar hoteles, restaurantes y servicios

turísticos, limitando su capacidad de competir a nivel internacional (Asobancaria, 2024). Además, esto puede afectar la capacidad de pequeños empresarios turísticos para financiar mejoras en sus servicios.

Factores Económicos Internacionales

4. Políticas de Comercio Exterior:

Las políticas comerciales de otros países también afectan el turismo. Acuerdos como los Tratados de Libre Comercio (TLC) pueden facilitar el flujo de turistas al reducir los costos de viaje y los requisitos de visado. Por otro lado, políticas proteccionistas o restricciones migratorias pueden frenar el crecimiento del sector (ProColombia, 2024).

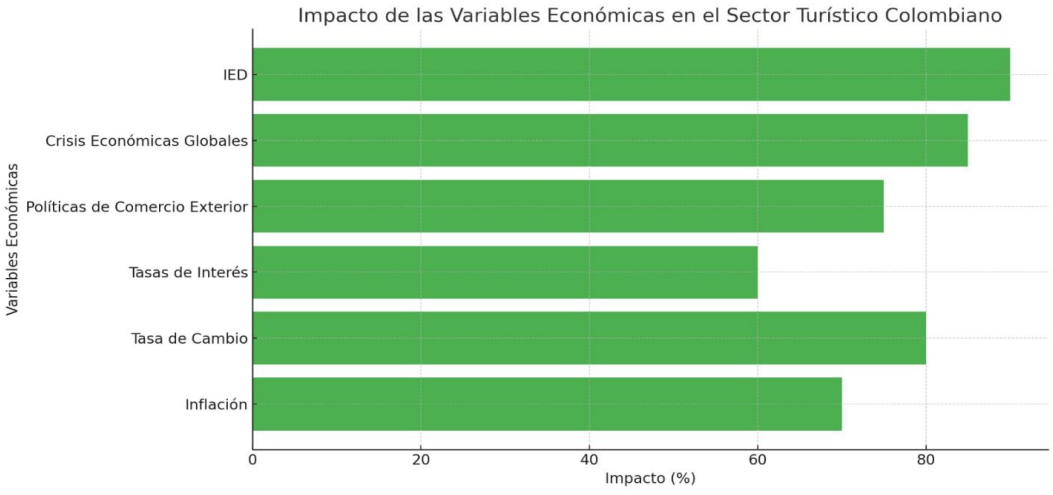
5. Crisis Económicas Globales:

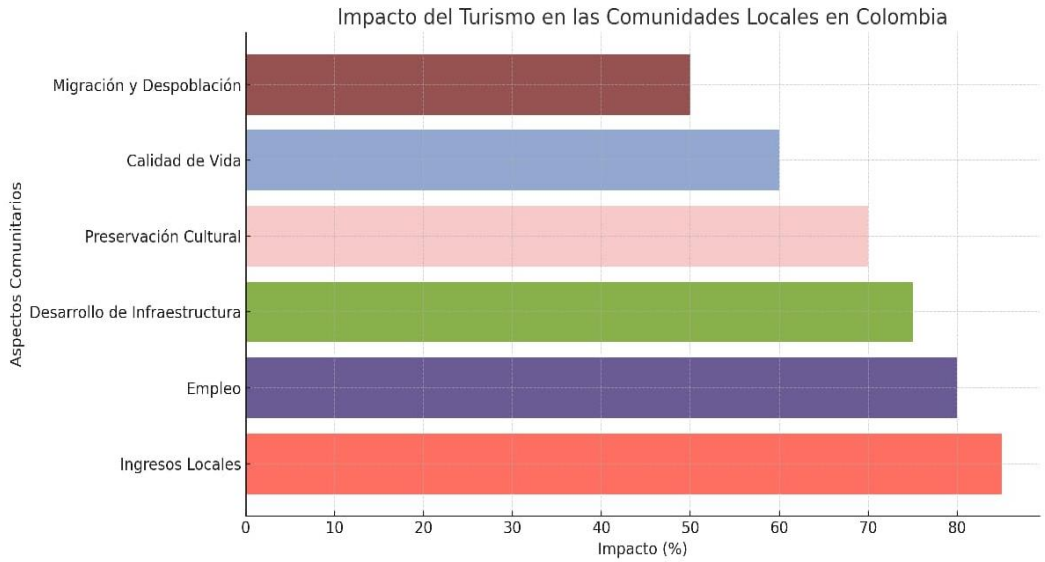
El turismo colombiano también es vulnerable a las recesiones en mercados emisores como Estados Unidos y Europa. Durante la pandemia de COVID-19, el flujo turístico global cayó drásticamente, revelando la necesidad de diversificar los mercados emisores hacia economías más estables o emergentes (Organización Mundial del Turismo, OMT, 2024).

6. Inversión Extranjera Directa (IED):

El crecimiento del turismo en Colombia depende en gran parte de la inversión extranjera para el desarrollo de infraestructura. Sin un entorno fiscal favorable y políticas claras para atraer inversionistas, el sector puede estancarse, limitando su capacidad de ofrecer experiencias turísticas de alta calidad (Banco Mundial, 2024).

Las variables económicas juegan un papel determinante en el desempeño del sector turístico colombiano. Para enfrentar estos desafíos, es crucial implementar políticas públicas que mitiguen el impacto negativo de la inflación, la volatilidad cambiaria y las tasas de interés. Además, es importante diversificar los mercados emisores y fortalecer las alianzas estratégicas para reducir la dependencia de unos pocos países. Esto permitirá que el turismo colombiano se mantenga competitivo y resiliente ante futuros desafíos económicos.





2. Identificación y Contexto del Sector Agroindustrial

El sector Agropecuario y el sector Agroindustrial tienen una relación estrecha y complementaria: el sector Agropecuario provee materia prima y el sector agroindustrial la transforma en productos con mayor valor agregado. El sector agropecuario es la base y el sector agroindustrial es el siguiente eslabón en la cadena de valor. Juntos forman el sector agroalimentario, esencial para el desarrollo rural y económico del país.

El sector agropecuario comprende la producción primaria: cultivos agrícolas (como arroz, café, frutas, hortalizas) y actividades pecuarias (como cría de ganado, aves, cerdos, producción de leche y huevos).

El sector agroindustrial se encarga de procesar y transformar los productos agropecuarios en bienes elaborados o semielaborados, ejemplo: café tostado y empacado a partid el grano seco. Lácteos como queso y yogurt a partir de leche. Jugos, conservas, mermeladas a partir de frutas. Embutidos y carnes frías a partir de carne bovina o porcina. Harina y productos de panadería a partir de cereales.

2.1 Productos Incluidos en el Sector

En Colombia, el sector agropecuario abarca todas las actividades económicas relacionadas con la agricultura y la ganadería. Este sector es clave para la economía del país, por su aporte al empleo rural y su participación en las exportaciones.

El sector Agroindustrial comprende los productos que resultan de la transformación de los insumos agropecuarios (materias primas de origen agrícola y pecuario) en productos de mayor valor agregado, que son consumidos a nivel nacional e internacional. Este sector no solo juega

---

Ministerio de agricultura. (2017). Marco Nacional de Cualificaciones. Recuperado de https://acortar.link/z4og8E
un papel importante en la industrialización de productos agropecuarios, sino que también genera empleo y está estrechamente vinculado a las exportaciones

2.2 Productos agrícolas

Cultivos de ciclo corto (transitorios):
Arroz, Maíz, Papa, Fríjol, Sorgo, Yuca, Hortalizas (como cebolla, tomate, zanahoria)

Cultivos permanentes: Café (uno de los productos insignia del país), Caña de azúcar, Cacao, Palma de aceite, Plátano y banano, Frutas tropicales (mango, piña, aguacate, maracuyá, guanábana, lulo), Flores (exportadas especialmente a EE. UU. y Europa)

Productos pecuarios (ganadería): Ganado bovino (carne y leche), Ganado porcino (cerdo), Avicultura (pollo, huevos), Caprinos y ovinos (menos representativos, pero presentes en algunas regiones), Piscicultura (tilapia, cachama), Apicultura (producción de miel).

Productos agroindustriales derivados de cultivos agrícolas

- Procesamiento de cereales y leguminosas: Harinas (de trigo, maíz, arroz, sorgo, etc.). Galletas y panadería (pan, pasteles, galletas). Avena procesada y cereal listo para comer
- Transformación de frutas: Jugo de frutas (de naranja, mango, guanábana, piña, maracuyá). Mermeladas y conservas (de guayaba, mora, fresa). Frutas congeladas (piña, mango, fresa). Pulpa de frutas (como pulpa de lulo, maracuyá, mango)
- Productos de la caña de azúcar: Azúcar (blanca, morena). Panela (en bloques, en polvo)
  Jugo de caña (especialmente en algunas regiones).
- Aceites vegetales: Aceite de palma (uno de los más importantes exportados), Aceite de girasol (derivado de la semilla de girasol).

Productos agroindustriales derivados de cultivos permanentes
Café: Café tostado (en grano y molido), Café soluble (instantáneo)
Cacao: Chocolate (tabletas, polvo para bebidas, coberturas), Productos derivados (como cacao en polvo y crema de cacao),
Aceite de palma: Aceite de palma refinado y crudo (uno de los principales productos de exportación)

Productos agroindustriales derivados de la ganadería
Productos cárnicos: Carne de res (fresca y congelada), Carne de cerdo (fresca, embutidos, salchichones), Productos procesados (como hamburguesas, embutidos, salchichas).
Productos lácteos: Leche líquida (en envases de larga vida), Yogur (de varios sabores), Quesos (queso fresco, cuajada, queso costeño, mozzarella), Mantequilla y crema de leche.
Productos derivados del huevo: Huevos (frescos y envasados), Productos procesados a base de huevo (como claras y yemas pasteurizadas).

Bebidas y productos fermentados
Jugos naturales (de frutas tropicales, como maracuyá, guanábana, piña). Cerveza artesanal y bebidas alcohólicas (como aguardiente y ron, en menor medida). Vino de frutas (en algunas regiones de Colombia, aunque no es tan común como otros productos).
Productos agroindustriales para la nutrición animal
Alimentos balanceados (para aves, cerdos, ganado). Harinas de subproductos (harina de pescado, harina de soya). Subproductos de la caña de azúcar (melaza, bagazo).

Productos derivados de otros cultivos y actividades agropecuarias: Aceites esenciales (derivados de plantas como la citronela o el romero). Harinas de tubérculos (harina de yuca, de papa). Conservas de hortalizas (como tomate, pepino en vinagre).

Productos de la apicultura: Miel de abeja, Cera de abeja, Polen y propóleos (aunque en menor volumen).

Productos pesqueros y acuícolas: Pescado procesado (tilapia, trucha, cachama), Mariscos (principalmente en las regiones costeras), Productos de acuicultura (especialmente tilapia, trucha y otros peces).

2.3 Agentes que Componen el Sector

En los sectores agropecuario y agroindustrial hay una serie de agentes que desempeñan roles clave a lo largo de la cadena de valor, desde la producción primaria hasta la transformación y comercialización de los productos. Los Agentes interactúan entre si para garantizar el funcionamiento eficiente de los sectores. El sector agropecuario depende de la agroindustria para dar valor agregado a sus productos y acceder a mercados más amplios, mientras que la agroindustria depende del suministro constante y estable de materias primas de alta calidad. Los principales agentes que componen ambos sectores son:

Agentes del sector agropecuario

Productores primarios

- **Agricultores**: Son los encargados de cultivar y cosechar productos agrícolas (frutas, hortalizas, cereales, etc.).
- **Ganaderos**: Criadores de animales para la producción de carne, leche, huevos, entre otros.
- **Pesqueros y acuicultores**: Productores de peces, mariscos y otros productos acuáticos (tilapia, trucha, etc.).

Mano de obra rural

- Trabajadores que están directamente involucrados en las actividades de cultivo, cosecha, ordeño, crianza de animales, etc.
- Muchos de estos trabajadores son temporales y provienen de áreas rurales.

Proveedores de insumos agropecuarios

- Empresas que suministran **semillas**, **fertilizantes**, **agroquímicos**, **herramientas y maquinaria agrícola**, **alimentos para animales**, etc.
- También incluye proveedores de **biotecnología** y **tecnología agrícola** para mejorar la productividad.

Cooperativas y asociaciones

- Agrupaciones de productores que se asocian para mejorar su poder de negociación, acceso a insumos y servicios, así como la comercialización de sus productos.

Entidades financieras

- **Bancos** (como el Banco Agrario) y cooperativas de crédito que otorgan préstamos y microcréditos a productores agrícolas y ganaderos.
- Empresas aseguradoras que ofrecen seguros agropecuarios para mitigar riesgos climáticos o enfermedades.

Instituciones de apoyo y asistencia técnica

- **Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural** (MADR), **ICA** (Instituto Colombiano Agropecuario), **Agrosavia** (para investigación agrícola), **CENICAFE** (para la caficultura), entre otros.
- Estas instituciones proporcionan asistencia técnica, investigación, extensión agrícola, control sanitario y certificación.

Gobierno y organismos regulatorios
- **Ministerio de Agricultura**: Encargado de la formulación de políticas públicas relacionadas con el sector.
- **ICA**: Regula la sanidad agropecuaria y controla la calidad de los productos.
- **UMATAS**: Unidades municipales de asistencia técnica agropecuaria, que ayudan a los productores rurales en la implementación de buenas prácticas.

Agentes del sector agroindustrial:

Empresas agroindustriales
- **Transformadores**: Empresas encargadas de procesar y transformar la materia prima agrícola y pecuaria en productos de mayor valor agregado, como harinas, jugos, lácteos, embutidos, y conservas.
- **Industria de bebidas**: Empresas que producen jugos, refrescos, cervezas, aguardiente y otros productos.
- **Industria alimentaria**: Empresas que procesan productos como arroz, azúcar, panadería, pasteles, galletas, entre otros.

Proveedores de tecnología y maquinaria
- Empresas que suministran la **tecnología** y **maquinaria** para los procesos industriales, como equipos de procesamiento, envasado, refrigeración y conservación.
- **Empresas de ingeniería industrial** que proveen soluciones para la optimización de procesos y reducción de costos.

Trabajadores industriales
- **Operarios**: Encargados del manejo de maquinaria, control de calidad, y producción en las plantas agroindustriales.
- **Profesionales**: Ingenieros de alimentos, químicos, y técnicos en control de calidad que supervisan los procesos productivos y la seguridad alimentaria.

Proveedores de insumos y materia prima agropecuaria
- **Agricultores y ganaderos**: Los productores primarios de materias primas para la agroindustria, como frutas, vegetales, leche, carne, entre otros.
- **Proveedores de empaques y materiales**: Empresas que producen **envases**, **empaques** y materiales de embalaje para los productos agroindustriales.

Distribuidores y comercializadores
- **Mayoristas** y **distribuidores**: Encargados de la distribución de productos agroindustriales hacia puntos de venta y mercados internacionales.
- **Supermercados** y **tiendas de abastos**: Canal de venta al consumidor final.

Centros de investigación y desarrollo

- **Universidades**, **institutos de investigación** (como **Agrosavia**, **Cenicafé**, **Cenipalma**): Desarrollan nuevas tecnologías, mejoran la calidad de los productos y procesos, y fomentan la innovación en el sector agroindustrial.

Organismos regulatorios y de calidad

- **INVIMA**: Autoridad nacional que regula la seguridad alimentaria, verifica la calidad de los productos y autoriza su comercialización.
- **ICONTEC**: Establece normas técnicas y certifica productos y procesos dentro del sector agroindustrial.

Exportadores y agentes de comercio exterior

- **ProColombia**: Entidad que promueve la exportación de productos agroindustriales colombianos.
- **Cámaras de comercio**: Organizaciones que apoyan la exportación y comercialización internacional de productos.

2.4 Gremios y asociaciones que participan en los sectores agropecuario y agroindustrial

Sector Agropecuario

- **Sociedad de Agricultores de Colombia (SAC)**: organización más antigua del país y agrupa a asociaciones, instituciones y empresas del sector agropecuario colombiano.
- **Asociación Hortifrutícola de Colombia (ASOHOFRUCOL)**: Representa a más de 43.000 productores de frutas, hortalizas, raíces, tubérculos y plantas aromáticas en 22 departamentos del país.
- **Federación Nacional de Cafeteros de Colombia (FNC)**: Es una de las entidades más representativas del país, encargada de la organización y comercialización del café colombiano.
- **Federación Nacional de Arroceros (FEDEARROZ)**: Agrupa a los productores de arroz en Colombia, promoviendo su desarrollo y competitividad.
- **Federación Nacional de Cultivadores de Palma de Aceite (FEDEPALMA)**: Representa a los cultivadores de palma de aceite en Colombia, impulsando la sostenibilidad y el crecimiento del sector.
- **Federación Nacional de Productores de Panela (FEDEPANELA)**: Defiende los intereses de los productores de panela en el país.
- **Asociación Colombiana de Porcicultores (ASOPORC)**: Representa a los productores de carne de cerdo en Colombia.
- **Asociación Colombiana de Criadores de Ganado Cebú (ASOCEBÚ)**: Agrupa a los criadores de ganado Cebú, una raza bovina adaptada a las condiciones tropicales del país.
- **Asociación de Bananeros de Colombia (AUGURA)**: Representa a los productores de banano en Colombia, promoviendo la calidad y competitividad del sector.
- **Asociación Nacional de Usuarios Campesinos (ANUC)**: Defiende los derechos de los campesinos y promueve su bienestar social y económico.

Sector Agroindustrial

- **Asociación de Cultivadores de Caña de Azúcar de Colombia (ASOCAÑA)**: Representa al sector agroindustrial de la caña de azúcar, coordinando proyectos sectoriales y promoviendo el desarrollo sostenible.
- **Asociación de Profesionales y Técnicos por el Desarrollo del Sector Agroindustrial Colombiano (ASOPROAGROCOL)**: Apoya el desarrollo social, económico y ambiental del sector agroindustrial colombiano a través del fortalecimiento de emprendimientos.
- **Asociación Colombiana de Exportadores de Café (ASOEXPORT)**: Promueve la exportación de café colombiano, facilitando el acceso a mercados internacionales.

- **Federación Nacional de Cacaoteros (FEDECACAO)**: Representa a los productores de cacao en Colombia, impulsando la calidad y competitividad del sector.
- **Asociación Nacional de Productores de Leche (ANALAC)**: Defiende los intereses de los productores de leche en el país.
- **Federación Colombiana de Ganaderos (FEDEGAN)**: Representa a los ganaderos colombianos, promoviendo el desarrollo y sostenibilidad del sector.

2.5 Cifras Totales de Venta

Sector Agropecuario

A continuación, las cifras del sector agropecuario colombiano entre 2020 y 2024, basadas en datos oficiales del Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE) y otras fuentes oficiales

Valor Agregado del Sector Agropecuario (A Precios Constantes)

El valor agregado del sector agropecuario, que incluye agricultura, ganadería, silvicultura, pesca y café, ha mostrado variaciones significativas en los últimos años:

Año	Valor Agregado (Miles de Millones de pesos)
2020	$32.663
2021	$33.520
2022	$34.334
2023	$33.530

Fuente: DANE

En 2023, el sector agropecuario representó aproximadamente el 8,7% del Producto Interno Bruto (PIB) de Colombia .AméricaEconomía+3Cambio Colombia | Cambio Colombia+3ELESPECTADOR.COM+3

2.6 Exportaciones Agropecuarias

Las exportaciones del sector agropecuario también han experimentado fluctuaciones: Ministerio de Agricultura+3UPRA+3Diario La República+3

- **2020**: US$7.533 millones
- **2021**: US$8.000 millones
- **2022**: US$7.200 millones
- **2023**: US$7.533 millones
- **2024**: US$11.491 millones (un aumento del 14% respecto a 2023) https://upra.gov.co/es-co

Este crecimiento en 2024 fue impulsado por productos como café, banano y flores. Corporación Latinoamericana Sur+2UPRA+2ELESPECTADOR.COM+2

2.7 Análisis por Subsectores

- **Café**: En 2024, la producción de café alcanzó un máximo histórico de aproximadamente 840.000 toneladas de grano verde, con un crecimiento del 23,35% respecto al año anterior .Corporación Latinoamericana Sur
- **Ganadería**: En 2024, el subsector ganadero generó un valor agregado de aproximadamente 16 billones de pesos constantes, con una expansión del 5,63% respecto a 2023 .Corporación Latinoamericana Sur

Desempeño en 2022

En 2022, el sector agropecuario experimentó una contracción del -0,8%, atribuida a factores como el aumento de costos, el clima y la inseguridad .Semana

Tendencias Recientes

En 2024, el sector agropecuario fue el principal motor de la economía colombiana, con un crecimiento del 8,1%, superando el promedio del PIB nacional del 1,7% .ELESPECTADOR.COM+1AméricaEconomía+1

Sector Agroindustrial

Ventas del Sector Agroindustrial en Colombia (2020–2024)

Año	Ventas del Sector Agroindustrial (USD FOB)	Variación Anual
2020	No disponible	No disponible
2021	No disponible	No disponible
2022	No disponible	No disponible
2023	No disponible	No disponible
2024	$11.491,8 millones	+14% respecto a 2023

Fuente: Presidencia de la República

Desempeño del Sector Agroindustrial en 2024

En 2024, el sector agroindustrial colombiano experimentó un crecimiento significativo, consolidándose como uno de los principales motores de la economía nacional. El Producto Interno Bruto (PIB) del sector agropecuario, que incluye actividades agroindustriales, creció un 8,1% en comparación con el año anterior, superando ampliamente el promedio del PIB nacional, que fue del 1,7% (AméricaEconomía).

Entre los productos agroindustriales que destacaron en 2024 se encuentran:

- **Café**: Creció un 22,5%, con un repunte del 33,1% solo en el último trimestre del año.
- **Ganadería**: Se expandió un 5,6% anual, con un aumento del 6,6% en el último trimestre.
- **Servicios de apoyo a la agricultura y ganadería**: Crecieron 8,3%, reflejando el avance en tecnología, infraestructura y logística para la producción agropecuaria.

Estos sectores contribuyeron significativamente al crecimiento del PIB agropecuario, que representó el 10,2% de la economía nacional en 2024 (El Espectador).

Perspectivas de Crecimiento, Inversión y Ventas: Las perspectivas para el sector de textiles y confecciones son positivas debido a varios factores:

Crecimiento

- La Cámara de Comercio Colombo Americana (AmCham Colombia) estima que las exportaciones del sector agroindustrial colombiano pueden crecer más del 250% al pasar de US$ 400,2 millones en 2021 a más de US$ 1.399,9 millones en 2027, gracias al fortalecimiento del macro sector y las condiciones favorables que ha ofrecido el Tratado de Libre Comercio con Estados Unidos .Cámara de Comercio Americana en Colombia

Inversión

- Se anticipa una mayor inversión en innovación tecnológica y sostenibilidad, con énfasis en la digitalización, biotecnología y prácticas agrícolas regenerativas .Blog Bancolombia+2ACIS+2www.eluniversal.com.co+2
- La adopción de tecnologías disruptivas como drones, sensores IoT y plataformas de big data también está en aumento, con una proyección de crecimiento del 25% en 2025 .Blog Bancolombia

Ventas

- Las exportaciones agroindustriales colombianas a Estados Unidos crecieron un 39% en 2022, alcanzando US$ 555,8 millones, y se espera que esta tendencia continúe en 2025 .Cámara de Comercio Americana en Colombia
- La diversificación de productos y la adopción de prácticas sostenibles están impulsando la competitividad y la demanda en mercados internacionales. ACIS

2.8 Variables económicas que pueden afectar el abastecimiento y precios en los sectores agropecuario y agroindustrial

Condiciones Climáticas y Cambio Climático:
Las condiciones climáticas afectan directamente la producción agrícola, especialmente en cultivos como café, banano, arroz, maíz, y frutas. Fenómenos como el *El Niño* o el *La Niña* alteran las precipitaciones y las temperaturas, lo que puede provocar sequías o inundaciones.
Consecuencias: Reducción de la oferta, aumento de los costos de producción y alteración de los precios debido a la menor disponibilidad de productos.

Precio de Insumos y Energía:
Impacto: Los costos de insumos como fertilizantes, plaguicidas, semillas, maquinaria y combustible tienen un impacto directo en los costos de producción en la agricultura y la agroindustria.

Consecuencias: Aumento en los costos de producción que puede traducirse en precios más altos para el consumidor final. Además, la escasez de insumos puede generar desabastecimiento en el mercado.

Tipo de Cambio (Devaluación del peso colombiano)
Impacto: El tipo de cambio afecta tanto las exportaciones como las importaciones de productos agropecuarios y agroindustriales.
Consecuencias:

- La devaluación del peso hace que los productos colombianos sean más competitivos en los mercados internacionales, lo que puede incrementar las exportaciones y los precios de los productos en el mercado local debido a la mayor demanda externa.
- La importación de insumos y maquinaria se vuelve más cara, lo que eleva los costos de producción.

Políticas Gubernamentales y Subsidios

Impacto: Las políticas gubernamentales, tales como subsidios a los insumos agrícolas, programas de apoyo a la producción y comercio, o la política fiscal (como impuestos sobre el agro) juegan un papel crucial en la economía del sector agropecuario.
Consecuencias:
Los subsidios pueden reducir los costos de producción y mejorar la competitividad, mientras que los impuestos y restricciones a las exportaciones pueden aumentar los costos.

- Políticas comerciales, como aranceles y barreras comerciales, pueden afectar el precio de los productos exportados o importados.

Oferta y Demanda Internacional
Impacto: La demanda de productos agropecuarios y agroindustriales en mercados internacionales afecta la oferta disponible en el mercado local. Si la demanda externa crece, los precios de los productos básicos pueden subir.
Consecuencias: La escasez de productos debido a un aumento en la demanda externa puede reducir la oferta interna y elevar los precios, creando presión inflacionaria en el mercado local.

Crisis Sanitaria (Pandemias)
Impacto: Crisis como la pandemia de COVID-19 han alterado las cadenas de suministro, las exportaciones, y el acceso a los mercados internacionales.
Consecuencias: Disminución de la oferta, interrupción de la producción y aumento de los precios debido a problemas logísticos (escasez de mano de obra, cierre de puertos, interrupción de la cadena de suministro).

Competencia Internacional y Acuerdos Comerciales
Impacto: La competencia de países productores de alimentos y productos agroindustriales puede afectar tanto el abastecimiento como los precios en Colombia.
Consecuencias: Los acuerdos comerciales y las importaciones de productos similares pueden hacer que los precios de los productos nacionales disminuyan debido a la competencia internacional, o viceversa, si el mercado local se ve presionado por productos importados más baratos.

Logística y Transporte
Impacto: La infraestructura vial, portuaria y ferroviaria afecta los costos de transporte, que son una parte importante del costo total en los sectores agropecuario y agroindustrial.
Consecuencias: Si los costos logísticos aumentan debido a una mala infraestructura, esto puede incrementar los precios finales de los productos, tanto para el consumidor local como para los productos exportados.

2.9 Cadena de producción y distribución

El sector agroindustrial transforma los productos agropecuarios en productos manufacturados o procesados, como alimentos procesados, bebidas, productos farmacéuticos y otros productos de valor agregado.

Producción de Insumos Agroindustriales

- **Proveedores de insumos**: Esta fase incluye la fabricación de maquinaria agrícola, equipos para el procesamiento de alimentos, y los insumos que se requieren en la agroindustria, como fertilizantes, plaguicidas y semillas mejoradas.

- **Transformación de productos**: La agroindustria utiliza los productos de la agricultura (frutas, granos, vegetales, leche, etc.) para convertirlos en productos elaborados, como jugos, galletas, conservas, lácteos, aceites, alimentos preparados, entre otros.

Procesamiento Industrial

- **Procesamiento de alimentos**: Los productos agroindustriales pasan por varios procesos de transformación que pueden incluir la pasteurización, el empaquetado, la deshidratación, la molienda, la fermentación, la elaboración de productos lácteos, etc.
- **Industria de la bebida**: En este segmento se incluyen la producción de bebidas alcohólicas (cerveza, aguardiente, vinos) y no alcohólicas (jugos, refrescos, aguas minerales).
- **El sector cárnico**: En el caso de la carne, la cadena incluye el sacrificio de animales y su posterior procesamiento para obtener carne fresca o productos cárnicos procesados.

Comercialización y Exportación

- **Mercados locales**: Los productos agroindustriales se comercializan a través de redes de supermercados, tiendas de conveniencia, y otros puntos de venta minoristas. La distribución local también se realiza a través de canales directos como tiendas en línea.
- **Exportaciones**: Los productos agroindustriales colombianos, como alimentos procesados, jugos, cacao, y conservas, tienen una fuerte demanda en mercados internacionales, especialmente en Estados Unidos, Europa y Asia.
- **Certificaciones internacionales**: La calidad y los estándares internacionales (como ISO, HACCP, o la certificación orgánica) son cruciales para asegurar la aceptación de los productos en mercados globales.

La **cadena de producción y distribución** de los sectores agropecuario y agroindustrial en Colombia está estrechamente vinculada con diversos factores que incluyen la infraestructura logística, las condiciones climáticas, las políticas gubernamentales, y las dinámicas del mercado global. Cada eslabón de la cadena tiene su propio conjunto de desafíos, pero también ofrece oportunidades de mejora mediante la inversión en tecnología, innovación y sostenibilidad.

Dinámica de las importaciones y exportaciones

Exportaciones: El sector agroindustrial transforma los productos agropecuarios en productos elaborados o procesados.

Los principales productos de exportación son los alimentos procesados, bebidas, aceites y productos derivados, cacao procesado y productos lácteos.

Los principales mercados de exportación son Estados Unidos, América Latina, Europa y Asia.
I**mportaciones:** Al igual que el sector agropecuario, el sector agroindustrial depende de la importación de insumos y maquinaria.

Los productos importados para el sector agroindustrial son la maquinaria y equipos de procesamiento, insumos para la industria alimentaria y tecnología para la Agroindustria.

Los principales mercados de procedencia de las importaciones son Estados Unidos, Unión Europea, México y Brasil.

2.10 Estudio de la oferta de la entidad:
Distribución Geográfica de los Proveedores:



Fuente: https://www.colombiacompra.gov.co/content/analisis-de-datos-de-compra-publica; 202
El gráfico presenta la distribución del valor total de los contratos por región, indicando el origen geográfico de los proveedores que participaron en los contratos adjudicados por el SENA. La distribución es la siguiente:
Antioquia (18.29%): Antioquia es la región con el mayor valor total estimado, representando una porción significativa de los contratos. Esto sugiere que esta región alberga una gran cantidad de proveedores que participan activamente en el sector de agroindustria, con una alta demanda de productos o servicios que el SENA necesita.
Es probable que las empresas ubicadas en Antioquia tengan una gran capacidad de producción y distribución, lo que les permite ser competitivas en el mercado público.
Distrito Capital de Bogotá (17%): Bogotá es otra región con una gran participación, representando alrededor del 17% del valor total. Como la capital del país, Bogotá es el centro económico y comercial de Colombia, por lo que no es sorprendente que una gran parte de los proveedores de papelería y productos relacionados provengan de allí.
Las empresas con sede en Bogotá probablemente tengan infraestructura más avanzada y una mayor capacidad de distribución, lo que les permite acceder fácilmente a los contratos del SENA.
Atlántico (14%): La región del Atlántico también tiene una participación importante en los contratos adjudicados. Esto puede deberse a la presencia de proveedores importantes en ciudades como Barranquilla, que son capaces de ofrecer precios competitivos y productos de calidad.
Cundinamarca (6.48%): Cundinamarca se encuentra en una posición intermedia, con una participación notable en los contratos del SENA. Esta región incluye áreas cercanas a Bogotá, lo que les da ventaja en términos de proximidad y logística para entregar productos rápidamente.
Santander (5.98%): Santander tiene una participación considerable en el valor de los contratos, lo que indica que existen proveedores activos que han logrado captar la atención del SENA.
Risaralda (5.17%): Risaralda, en el Eje Cafetero, también tiene presencia en los contratos, aunque en menor medida. Esto puede indicar la presencia de empresas locales que participan en la oferta de suministros o papelería.
Otras Regiones: Valle del Cauca, Norte de Santander, Chocó, Boyacá, Magdalena y Tolima tienen una participación más baja en comparación con las regiones más grandes como Antioquia y Bogotá. Sin embargo, la presencia de estos departamentos en el gráfico muestra que el SENA ha diversificado su red de proveedores a nivel nacional, permitiendo la inclusión de empresas de diferentes regiones.
Conclusiones: Alta concentración en Antioquia y Bogotá: Las regiones de Antioquia y Bogotá dominan el mercado de proveedores del SENA. Esto puede reflejar una alta capacidad de oferta de productos en estas regiones, donde se encuentran muchos de los principales actores económicos del país.
Proveedores regionales diversificados: A pesar de que Antioquia y Bogotá concentran una gran parte de los contratos, el SENA también trabaja con proveedores de otras regiones como Atlántico y Cundinamarca, lo que sugiere un esfuerzo por descentralizar las compras y apoyar la participación de proveedores en distintas partes del país.
Oportunidades para otras regiones: Aunque las regiones más pequeñas tienen una participación menor, el SENA sigue buscando proveedores en lugares como Risaralda, Valle del Cauca, Chocó, y otros, lo que puede indicar que están abriendo la puerta a empresas de diferentes regiones para promover la competencia y desarrollar mercados locales

3.Identificación y Contexto del Sector artesanal

El sector artesanal en Colombia es un sector importante que contribuye significativamente a la economía local, regional y nacional. Se caracteriza por la participación de más de 350,000 personas de diversas áreas y etnias, dedicadas a diferentes oficios artesanales. La artesanía colombiana es reconocida por su riqueza cultural y diversidad regional, con una amplia gama de productos elaborados con materiales locales como bambú, lana, fique, arcilla, madera, cuero, totumo y metales preciosos. [2]

3.1.1 Productos artesanales

Los productos artesanales son los producidos por artesanos, ya sea totalmente a mano, o con la ayuda de herramientas manuales o incluso de medios mecánicos, siempre que la contribución manual directa del artesano siga siendo el componente más importante del producto acabado. Se producen sin limitación por lo que se refiere a la cantidad y utilizando materias primas procedentes de recursos sostenibles. La naturaleza especial de los productos artesanales se basa en sus características distintivas, que pueden ser utilitarias, estéticas, artísticas, creativas, vinculadas a la cultura, decorativas, funcionales, tradicionales, simbólicas y significativas religiosa y socialmente.

El objeto artesanal cumple una función utilitaria o decorativa y en algunos casos tiende a adquirir carácter de obra de arte. La artesanía se puede clasificar en: artesanía indígena, artesanía tradicional popular, artesanía contemporánea o Neoartesanía.

Artesanía indígena: Producción de bienes útiles, rituales y estéticos. Se constituye en expresión material de la cultura de comunidades con unidad étnica y relativamente cerradas. Elaborada para satisfacer necesidades sociales, integrando los conceptos de arte y funcionalidad. Materializa el conocimiento de la comunidad sobre el potencial de cada recurso del entorno geográfico, el cual es transmitido a través de las generaciones.

Artesanía tradicional popular: Producción de objetos útiles y, al mismo tiempo, estéticos, realizada en forma anónima por un determinado pueblo, exhibiendo un dominio de materiales, generalmente procedentes del hábitat de cada comunidad. Esta actividad es realizada como un oficio especializado, transmitido de generación en generación, y constituye expresión fundamental de la cultura con la que se identifican, principalmente, las comunidades mestizas y negras, y cuyas tradiciones están constituidas por el aporte de poblaciones americanas y africanas, influidas o caracterizadas en diferentes grados por rasgos culturales de la visión del mundo de los originarios inmigrantes europeos.

Artesanía contemporánea o Neoartesanía: Producción de objetos útiles y estéticos, desde el marco de los oficios, y en cuyo proceso se sincretizan elementos técnicos y formales, procedentes de diferentes contextos socioculturales y niveles tecno económicos. Se caracteriza por realizar una transición hacia la tecnología moderna y/o por la aplicación de principios estéticos de tendencia universal y/o académicos, y destaca la creatividad individual expresada por la calidad y originalidad del estilo.

---

[2] Revista Externado de Colombia https://revistas.uexternado.edu.co/index.php/propin/article/view/6346/863.
Artesanías de Colombia https://artesaniasdecolombia.com.co/PortalAC/General/template_index.jsf
ProColombia - https://procolombia.co/colombiatrade/exportador/articulos/exportacion-artesanias-colombianas
Departamento de planeación - https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Inversiones%20y%20finanzas%20pblicas/Excedentes%20y%20Utilidades/Informes EICE-SEM/2024/artesanias2024.pdf
Ministerio de industria comercio y turismo - https://www.mincit.gov.co/minturismo/analisis-sectorial-y-promocion/preguntas-frecuentes-relacionadas-con-formalizacio/20-cuales-son-los-prestadores-de-servicios-turisti
DANE - https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/pib/sateli_cultura/economia-naranja/8vo-reporte-economia-cultural-creativa.pdf

3.2 Agentes que Componen el Sector: El sector de artesanías en Colombia está conformado por diversos agentes que interactúan para la creación, producción y comercialización de productos artesanales. Estos incluyen a:

Artesanos individuales: Son los creadores de las artesanías, quienes utilizan técnicas tradicionales o innovadoras para producir sus productos.

Cooperativas y asociaciones de artesanos: Agrupan a artesanos de una misma región o especialidad, facilitando la organización, la capacitación y la comercialización conjunta de sus productos.

Empresas que venden artesanías: Son establecimientos comerciales que comercializan productos artesanales, tanto a nivel local como nacional e internacional.

Entidades gubernamentales: El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y Artesanías de Colombia (vinculado al ministerio) lideran políticas de apoyo al sector, promoviendo el desarrollo productivo incluyente.

Instituciones de apoyo: Organizaciones no gubernamentales, universidades y otros organismos que brindan capacitación, asistencia técnica y financiamiento a los artesanos.

Organismos internacionales: Instituciones que apoyan la promoción del sector artesanal a nivel internacional, buscando el intercambio de conocimientos y el acceso a mercados globales.

3.3 Gremios y asociaciones que participan en el sector artesanal

En Colombia, varias asociaciones desempeñan un papel crucial en el sector de las artesanías como Artesanías de Colombia (antes S.A.-BIC) es la entidad líder, impulsando el desarrollo del sector y apoyando a los artesanos, esta entidad, vinculada al *Ministerio de Comercio, Industria y Turismo*, se enfoca en la preservación de la tradición artesanal y en el desarrollo productivo de los artesanos, ofreciendo asistencia técnica, promoción y comercialización. Asociaciones regionales y sectoriales: En cada departamento y región de Colombia, existen asociaciones que agrupan a los artesanos, promoviendo la producción y venta de sus productos a nivel local y regional. ProColombia: Esta entidad estatal apoya la exportación de productos artesanales colombianos, brindando asesoría y servicios a los exportadores. Consejo Nacional para el Desarrollo de la Actividad Artesanal: Este consejo, establecido por la ley 2184 de 2022, se enfoca en la producción y gestión de la información del sector artesanal. Cámara Colombiana de los oficios de las artes, las industrias creativas y culturales y el patrimonio cultural: Esta cámara busca fortalecer el sector de las artes y oficios artesanales, promoviendo la creación de valor a través del talento humano.

3.4 Cifras Totales de Venta sector de artesanías

En 2020, el sector artesanal colombiano generó ingresos significativos. En ferias y eventos, se obtuvieron $2.784.791.331,8; a través de negocios facilitados, se alcanzaron $3.023.577.906; y por comercialización en Artesanías de Colombia, $2.062.840.115,2. En total, se estima que el sector generó $6.180.309.353,0. En general, el sector artesanal fue una fuente importante de ingresos para los artesanos y para la economía colombiana en 2020.

En 2021, las ventas totales del sector de artesanías en Colombia se situaron en $78.784 millones de pesos. Esta cifra representa un desempeño considerable, destacando a 2019 como el año de mayor desempeño en ventas dentro del periodo de 2016 a 2021.

En 2022, el sector de artesanías en Colombia generó ingresos totales de $31.220 millones para los artesanos. En comparación con el año 2023, la Feria de Artesanías de Colombia generó ingresos por $5.858 millones en ventas. En 2023, las exportaciones colombianas de artesanías alcanzaron US$6.5 millones, un crecimiento del 13.7% respecto a los US$5.7 millones de 2022.

En 2023, el sector de la artesanía en Colombia experimentó un récord en exportaciones, alcanzando un valor de US$6,5 millones, lo que representa un aumento del 13,7% en comparación con los US$5,7 millones de 2022. Las estatuillas, cerámicas y cestería fueron los productos más exportados. Además, la facturación en vitrinas comerciales y ventas institucionales de Artesanías de Colombia sumó $4.943.967.169.

En 2024, Colombia experimentó un crecimiento en las ventas de artesanías. Las exportaciones de artesanías alcanzaron US$6,5 millones, lo que representó un aumento del 13,7% en comparación con 2022.

3.5 Perspectivas de Crecimiento, Inversión y Ventas

El sector artesanal en Colombia presenta un futuro prometedor, con oportunidades de crecimiento, inversión y ventas. El gobierno y entidades como Artesanías de Colombia están trabajando para impulsar el desarrollo del sector, apoyar a los artesanos y mejorar la comercialización de sus productos.

Crecimiento:

Apoyo estatal: El gobierno colombiano, a través de Artesanías de Colombia, implementa programas y políticas para fortalecer el sector artesanal, promoviendo la productividad, la innovación y la competitividad de los artesanos.

Inversión en infraestructura: Se están realizando inversiones en infraestructura para facilitar la promoción y comercialización de las artesanías, incluyendo la creación de catálogos, tarjetas de presentación y canales de comunicación.

Desarrollo de nuevas rutas artesanales: Se promueve la creación de rutas artesanales en el territorio nacional para aumentar la visibilidad y el acceso a las artesanías, tanto para el público nacional como internacional.

Integración con otras industrias: El sector artesanal se está integrando con otras industrias, como el turismo y las industrias creativas, para generar nuevas oportunidades comerciales.

Inversión:

Aprobación de fondos: Artesanías de Colombia ha recibido una apropiación aprobada por el CONFIS para inversiones en el sector, con el objetivo de apoyar el desarrollo productivo y comercial de los artesanos.

Inversión extranjera: Se busca atraer inversión extranjera para impulsar el desarrollo de mega proyectos en el sector artesanal.

Zonas francas y económicas especiales: Se busca fortalecer las zonas francas y zonas económicas especiales para impulsar el crecimiento y desarrollo del sector artesanal.

Ventas:

Fortalecimiento de canales de comercialización: Se está trabajando para fortalecer los canales de comercialización de las artesanías, incluyendo la participación en ferias y la creación de plataformas digitales.

Aumento de la visibilidad: Se promueve la visibilización del sector artesanal a través de diferentes estrategias, como la participación en ferias y la difusión de información a través de dispositivos móviles.

Desarrollo de nuevos productos: Se busca el desarrollo de nuevos productos alineados con las expectativas del mercado, para ampliar los portafolios y oportunidades comerciales de los artesanos.

Innovación en el diseño: Se promueve la innovación en el diseño de productos artesanales para mejorar su atractivo y valor comercial.

Artesanías más vendidas: Las artesanías más vendidas en Colombia incluyen mochilas Wayúu y Arhuacas, hamacas, cerámicas de Ráquira, sombreros vueltiaos y ruana colombiana, entre otras.

3.7 Variables Macroeconómicas que Afectan el sector artesanal

Las variables macroeconómicas que afectan el sector artesanal en Colombia incluyen la inflación, la tasa de cambio, las políticas monetarias y fiscales del gobierno, así como la situación económica global. Estas variables influyen en los costos de producción, la demanda de productos artesanales y la competitividad de las artesanías en los mercados nacionales e internacionales.

Inflación: Un aumento en la inflación eleva los costos de las materias primas, la mano de obra y otros insumos necesarios para la producción artesanal. Esto puede reducir la rentabilidad de los artesanos y dificultar la competitividad de sus productos en el mercado.

Tasa de cambio: La variación en la tasa de cambio entre el peso colombiano y otras monedas afecta el valor de las exportaciones artesanales. Un peso colombiano débil puede aumentar el valor de las exportaciones en dólares, lo que podría aumentar la demanda de artesanías en el extranjero, pero también puede elevar el costo de las importaciones de insumos.

Políticas monetarias y fiscales: Las decisiones del gobierno sobre las tasas de interés, la oferta monetaria y los impuestos pueden influir en el sector artesanal.

Situación económica global: La economía mundial también puede afectar el sector artesanal. Por ejemplo, una recesión en países importantes para las exportaciones colombianas puede reducir la demanda de artesanías en el extranjero.

En resumen, las variables macroeconómicas pueden tener un impacto significativo en el sector artesanal, tanto en términos de costos como de demanda. Es importante que los artesanos y las autoridades gubernamentales estén atentos a estas variables para poder tomar decisiones informadas sobre la producción, la comercialización y la competitividad de las artesanías.

3.8 materias primas necesarias para la producción.

Las artesanías colombianas utilizan una amplia gama de materias primas, tanto de origen natural como manufacturadas. Algunas de las más comunes incluyen barro, piedra, madera, fibras naturales (como el algodón, la seda, el fique, la palma estera), vidrio y metales. El 83% de las materias primas utilizadas en Colombia para la artesanía son de origen natural, y muchas de ellas son plantas silvestres.

- Materias Primas de Origen Natural:

Fibras vegetales, Algodón (Utilizado para tejidos, bordados y otros trabajos artesanales), **Calceta de plátano Caña flecha, Fique (u**na fibra vegetal resistente utilizada en la fabricación de sacos, bolsas y otros productos artesanales)**, Iraca, Paja blanca (s**e utiliza en la elaboración de sombreros y otros productos artesanales)**, Guadua (U**n tipo de bambú utilizado en la construcción de muebles, canastas y otros productos artesanales)**, Mimbre, Barro, Piedra, Madera, Semillas, Resinas naturales**, lana y cuero.

- Materias Primas Manufacturadas:

Vidrio, **Metales**, **Plásticos**, **Materiales cerámicos avanzados**

3.9 Variación de los Precios de los Insumo

La variación de los precios de los insumos para la artesanía en Colombia puede fluctuar debido a diversos factores, incluyendo la inflación, la disponibilidad de materiales y las fluctuaciones en el mercado. Los artesanos a menudo enfrentan dificultades para conseguir insumos a precios accesibles, lo que puede afectar la rentabilidad y la producción.

Factores que influyen en la variación de precios:
Inflación: La inflación generalizada en la economía colombiana afecta los precios de los insumos, haciendo que sean más caros con el tiempo.
Disponibilidad de materiales: La escasez o falta de disponibilidad de ciertos materiales, como la madera, el barro o las fibras naturales, puede generar un aumento en los precios debido a la alta demanda.
Fluctuaciones en el mercado: Las variaciones en el precio de las materias primas a nivel nacional e internacional pueden impactar en los costos de los insumos para la artesanía.
Costo de la mano de obra: El costo del trabajo también influye en los precios de los insumos, ya que los artesanos deben considerar la remuneración de los trabajadores y el costo de la capacitación.
Transporte y gasolina: El costo del transporte de los insumos desde el lugar de producción o suministro hasta el taller del artesano puede aumentar los precios finales.
Efectos de la variación de precios en los artesanos:
Reducción de la rentabilidad: Los artesanos pueden ver reducidos sus márgenes de ganancia debido al aumento en los costos de los insumos.
Dificultad para competir: La variación de precios puede hacer que sea más difícil para los artesanos competir en el mercado, tanto a nivel nacional como internacional.
Problemas para mantener la producción: El aumento en los costos de los insumos puede dificultar la producción y la innovación en el sector artesanal.
Necesidad de buscar alternativas: Los artesanos pueden buscar alternativas para reducir costos, como la búsqueda de proveedores más económicos, la utilización de materiales reciclados o la producción en mayor escala.

4. Identificación y Contexto del Sector de Papelería[1]

4.1 Productos Incluidos en el Sector

El sector de papelería abarca una amplia gama de productos que son esenciales para el funcionamiento de oficinas, escuelas, hogares, empresas y entidades gubernamentales. Los productos principales incluyen:

- **Papeles:**

Papel bond (de uso general), Papel reciclado, Papel fotográfico, Papel para impresoras (tintas y láser), Papel kraft, cartulina, entre otros.

- **Artículos de Oficina:**

Cuadernos, agendas, carpetas, fichas, sobres, etiquetas, etc.

Lápices, bolígrafos, marcadores, correctores, reglas, tijeras, etc.

---

[1] **ANDI (Asociación Nacional de Empresarios de Colombia)**. (2021). *Informe sobre la industria del papel en Colombia*. Recuperado de https://www.andi.com.co
ACPO (Asociación Colombiana de Productores de Papel y Cartón). (2020). *Análisis del mercado de papel y cartón en Colombia*. Recuperado de https://www.acpo.org.co
DANE (Departamento Administrativo Nacional de Estadística). (2021). *Estadísticas sobre la producción y consumo de productos de papelería en Colombia*. Recuperado de https://www.dane.gov.co

4.2 Agentes que Componen el Sector[2]

Los agentes principales que componen el sector de papelería en Colombia incluyen:

- **Fabricantes:** Empresas que producen papel y otros materiales directamente, tanto a nivel local como internacional.
- **Distribuidores**: Empresas que compran los productos de los fabricantes y los venden a minoristas o directamente a consumidores finales. Estas empresas suelen ser grandes cadenas o distribuidores regionales.
- **Minoristas**: Son las tiendas físicas y plataformas en línea que venden directamente al consumidor. Incluyen papelerías, supermercados y plataformas de e-commerce.
- **Proveedores de servicios:** Empresas que ofrecen soluciones de impresión y otros servicios relacionados con papelería, como la personalización de productos.

4.3 Gremios y Asociaciones que Participan en el Sector

Existen varias asociaciones y gremios que influyen en el desarrollo del sector de papelería en Colombia, algunos de los más relevantes incluyen:

- **ANDI (Asociación Nacional de Empresarios de Colombia):** A través de su Comité de Industria Papelera, agrupa a los fabricantes de papel y productos relacionados.
- **ACPO (Asociación Colombiana de Productores de Papel y Cartón):** Representa a los productores de papel en Colombia y promueve la competitividad del sector.
- **Cámara de Comercio de Bogotá: A** través de su sector de comercio, agrupa a los minoristas y distribuidores de papelería en el país.
- **Fedecafé:** Aunque está más enfocada en el sector cafetero, algunas de sus actividades se cruzan con los gremios de productos de papel, especialmente en la fabricación de empaques y materiales promocionales.

4.4 Cifras Totales de Venta

El mercado de papelería en Colombia está compuesto por una mezcla de ventas tanto para consumo local como para exportación. Para obtener cifras más exactas, es importante consultar fuentes como el DANE (Departamento Administrativo Nacional de Estadística) y los informes anuales de la ANDI y ACPO. En términos generales:

- Venta interna: En los últimos años, la venta de papelería ha mostrado un crecimiento moderado, con un aumento del 5-7% anual en la venta de productos de papelería de oficina y escolar.

---

[2] **Fedepapel**. (2020). *La industria papelera en Colombia: Producción, distribución y perspectivas*. Recuperado de https://www.fedepapel.com
Superintendencia de Industria y Comercio de Colombia. (2020). *Estudio de mercado del sector de papelería en Colombia*. Recuperado de https://www.sic.gov.co

- Exportaciones: Colombia también ha comenzado a exportar productos de papelería, especialmente hacia países de América Latina y el Caribe.

- Previsión de crecimiento: Se espera que el mercado continúe creciendo debido a la expansión de las escuelas, universidades y oficinas, así como la transición hacia materiales reciclados.

4.5 Perspectivas de Crecimiento, Inversión y Ventas

Las perspectivas de crecimiento del sector de papelería en Colombia son positivas. A pesar de la digitalización, la demanda de productos básicos de papelería sigue siendo alta. Se espera un crecimiento del mercado de aproximadamente 5-8% anual, impulsado por:

- **Educación:** El aumento de estudiantes en colegios y universidades contribuye significativamente a la demanda.

- **Oficinas y empresas:** Las empresas, especialmente las PYMES, requieren suministros de papelería y material de oficina.

- **Sostenibilidad:** La creciente demanda de productos ecológicos está llevando a una expansión en el mercado de papelería reciclada y productos respetuosos con el medio ambiente.

4.6 Variables Económicas que Pueden Afectar el Abastecimiento o los Precios en el Sector[3]

Las principales variables económicas que afectan el abastecimiento o los precios de los productos de papelería son:

- **Inflación:** La inflación puede aumentar los costos de producción, especialmente de materiales como el papel, que depende de la madera y otros insumos que pueden tener precios más altos debido a la inflación.

- **Variación del SMMLV (Salario Mínimo Mensual Legal Vigente):** La variación del SMMLV puede afectar los costos laborales de los fabricantes, lo que podría reflejarse en los precios finales de los productos.

- **Tasa de cambio:** La fluctuación en la tasa de cambio del peso colombiano frente al dólar afecta los precios de los productos importados, especialmente aquellos que dependen de insumos importados como el papel de calidad superior y los cartuchos de tinta.

4.7 Cadena de Producción y Distribución

La cadena de producción de productos de papelería se divide en varias etapas:

---

3 **Banco de la República de Colombia**. (2021). *Informe sobre la inflación y su impacto en el sector industrial*. Recuperado de https://www.banrep.gov.co
Ministerio de Hacienda y Crédito Público de Colombia. (2021). *Impacto de la variación del SMMLV en la industria colombiana*. Recuperado de https://www.minhacienda.gov.co

A. Fabricación de Papel: Empresas como Smurfit Kappa, Papeteries de Genval, y otras fabricantes locales producen papel, ya sea a partir de pulpa de madera o papel reciclado.

B. Fabricación de Artículos de Papelería: Los artículos como cuadernos, carpetas, lápices y bolígrafos son fabricados por empresas especializadas.

C. Distribución: Las distribuidoras se encargan de vender los productos a minoristas y entidades. Existen grandes distribuidores nacionales y algunos importadores internacionales que abastecen el mercado colombiano.

D. Venta al por menor: Los minoristas venden los productos a través de tiendas físicas o en línea.

4.8 Materias Primas Necesarias para la Producción y la Variación de sus Precios

Las materias primas esenciales para la fabricación de productos de papelería incluyen:

- **Pulpa de papel:** Procedente de árboles como eucalipto, pino y otros. Su precio puede fluctuar debido a la demanda global, los costos de producción y el impacto ambiental.
- **Productos químicos:** Se utilizan para el blanqueo del papel y la mejora de la calidad, cuyo precio puede verse afectado por cambios en los costos del petróleo.
- **Tinta y pigmentos:** Se utilizan en la producción de papel fotográfico, carteles y otros materiales impresos.

La variación en el precio de estas materias primas puede influir en el costo final de los productos de papelería, especialmente si la demanda internacional de pulpa de papel aumenta o si hay fluctuaciones en el costo de los productos químicos.

4.9 Dinámica de Importaciones y Exportaciones[4]

- **Importaciones:** Colombia importa una gran cantidad de papel de alta calidad y productos especializados, especialmente de países como Estados Unidos, Brasil y algunos países de Europa.
- **Exportaciones:** Aunque la producción local de papel y artículos de papelería está creciendo, las exportaciones siguen siendo limitadas en comparación con la demanda interna.

Las importaciones están influenciadas por la tasa de cambio y los acuerdos comerciales, mientras que las exportaciones pueden verse impulsadas por la demanda de productos ecológicos y reciclados.

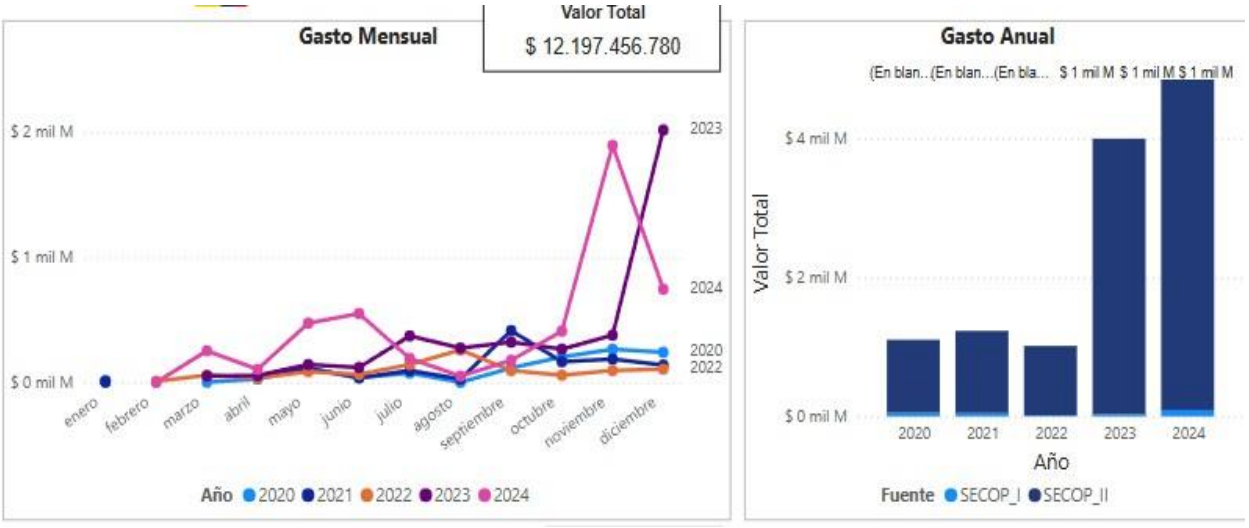
4.10 Comportamiento del gasto histórico:

[4] **cámara de Comercio de Bogotá**. (2020). *Estudio sobre las importaciones y exportaciones de productos de papelería en Colombia*. Recuperado de https://www.ccb.org.co
Cámaras de Comercio. (2021). *Comercio exterior y tendencias de importación en la industria de papelería*. Recuperado de https://www.confecamaras.org.co

En el análisis de cómo la entidad ha adquirido históricamente (del año 2020 a 2024) productos de papelería, se encontraron los siguientes datos:

4.10.1 Estudio de la demanda de la entidad:

4.10.2 Análisis del Gasto del SENA en Papelería (2020-2024)



Fuente: https://www.colombiacompra.gov.co/content/analisis-de-datos-de-compra-publica; 2025

Gasto Mensual

Diciembre de 2023: El gasto elevado en diciembre de 2023 puede ser un comportamiento común en el SENA, especialmente al final de cada año, cuando las entidades públicas tienden a ejecutar el presupuesto restante para evitar la devolución de fondos no utilizados. También podría reflejar compras para cumplir con los requerimientos de material para la capacitación y actividades programadas para el inicio del siguiente año académico.

Enero y febrero de 2020-2021: El bajo gasto en los primeros meses de 2020 y 2021 puede reflejar una planificación inicial del año fiscal, que suele ser más contenida hasta que se realiza la ejecución de los planes de capacitación y los proyectos educativos del SENA. En estos meses, las compras pueden ser más moderadas.

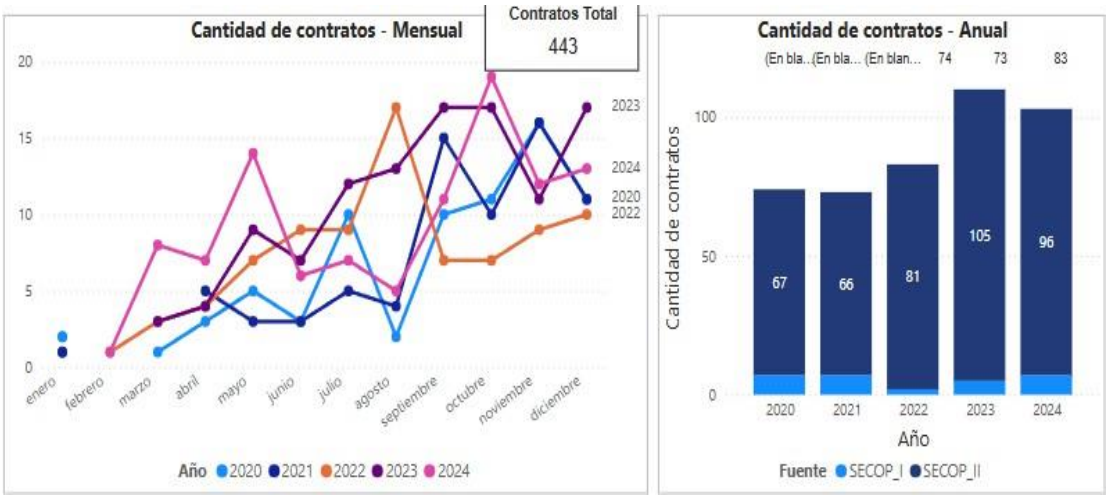
Incremento a partir de 2022: A medida que se acerca 2023 y 2024, es evidente un crecimiento progresivo en las adquisiciones mensuales de papelería, lo que puede estar relacionado con un aumento en los programas de formación del SENA o un incremento en la demanda de materiales para los estudiantes y programas de formación técnica.

Gasto Anual

El gráfico de gasto anual muestra un crecimiento progresivo en las compras de papelería a lo largo de los años. En 2020, el gasto es bajo y sigue aumentando de forma estable en 2021 y 2022. Sin embargo, el gasto experimenta un pico significativo en 2023, que es el año con el mayor valor en comparación con los demás. Este aumento puede reflejar un mayor número de adquisiciones, un cambio en la política de compras o necesidades extraordinarias de productos.

Para el año 2024, se proyecta una continuación del incremento en el gasto, lo que podría indicar un crecimiento constante en las necesidades de papelería de las entidades estatales, o bien, una previsión de incremento de presupuesto por cambios en la cantidad de proyectos públicos o expansión de servicios.

4.10.3 Análisis del Gasto en Contratos - SENA (2020-2024)



Fuente: https://www.colombiacompra.gov.co/content/analisis-de-datos-de-compra-publica; 2025

2020-2022: En los primeros años, la cantidad de contratos es relativamente baja:

2020 (67 contratos) y 2021 (66 contratos) muestran un comportamiento de compra más estable y menos frecuente, lo cual puede indicar un inicio de planificación, y un enfoque más conservador en la adquisición de papelería.

Durante estos años, se mantiene un número constante de contratos, lo que sugiere que las compras eran probablemente más pequeñas o distribuidas entre varias entidades o áreas dentro del SENA.

2022-2024: En 2022 y 2023, la cantidad de contratos empieza a incrementarse significativamente:

2022 (81 contratos) y 2023 (105 contratos) reflejan un aumento considerable en las adquisiciones de productos o servicios relacionados con papelería. Este aumento podría estar asociado con una expansión de programas educativos, más cursos de formación o un ajuste en los presupuestos.

En 2024, con una proyección de 96 contratos, se sigue la tendencia de crecimiento, lo que podría estar vinculado con una previsión de mayor necesidad en términos de recursos educativos y administrativos.

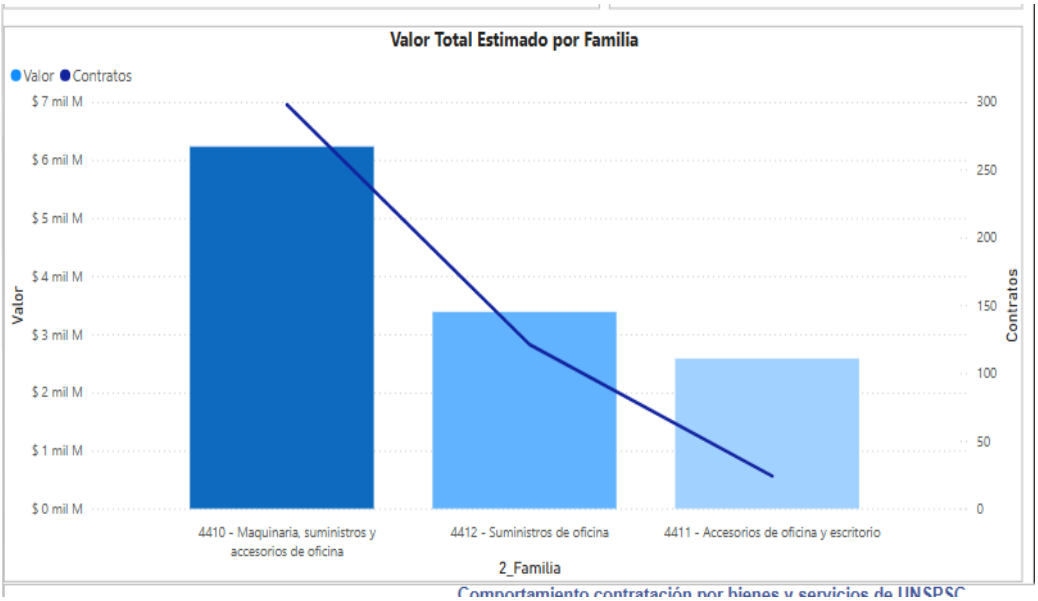
Tendencia General:

La tendencia muestra que el número de contratos ha crecido en el tiempo, especialmente a partir de 2022, lo que podría implicar una mayor demanda de productos de papelería a medida que el SENA amplía su cobertura y mejora sus servicios de formación.

Los picos de contratos en diciembre de cada año pueden indicar que el SENA realiza compras o ajustes de contrato para cubrir sus necesidades de fin de año, con la finalidad de asegurar suministros antes de que inicie el siguiente ciclo de actividades.

4.10.4 Valor Total Estimado por Familia

El gráfico muestra el valor total estimado y el número de contratos correspondientes a tres familias de productos bajo la clasificación UNSPSC:



Fuente: https://www.colombiacompra.gov.co/content/analisis-de-datos-de-compra-publica; 2025

4410 - Maquinaria, suministros y accesorios de oficina:

Esta categoría tiene el valor total más alto en los contratos del SENA, con un gran número de contratos asociados. Este valor refleja una gran demanda de productos de oficina como impresoras, fotocopiadoras, y equipos relacionados. Este tipo de productos suele tener un mayor costo debido a la tecnología y durabilidad de los equipos.

4412 - Suministros de oficina:

La familia de suministros de oficina muestra un valor inferior al de la categoría anterior, pero aún es significativa. Estos productos incluyen papelería básica, materiales para escribir, carpetas, y otros artículos de oficina. Aunque el valor es menor que en la categoría anterior, estos productos se compran de manera más frecuente y en mayores cantidades, lo que genera una mayor cantidad de contratos.

4411 - Accesorios de oficina y escritorio:

Esta categoría tiene el valor total más bajo y una menor cantidad de contratos. Los productos en esta categoría incluyen artículos como organizadores, soportes para

escritorio, y otros accesorios que no son tan críticos para las operaciones diarias de la oficina, pero que siguen siendo necesarios.

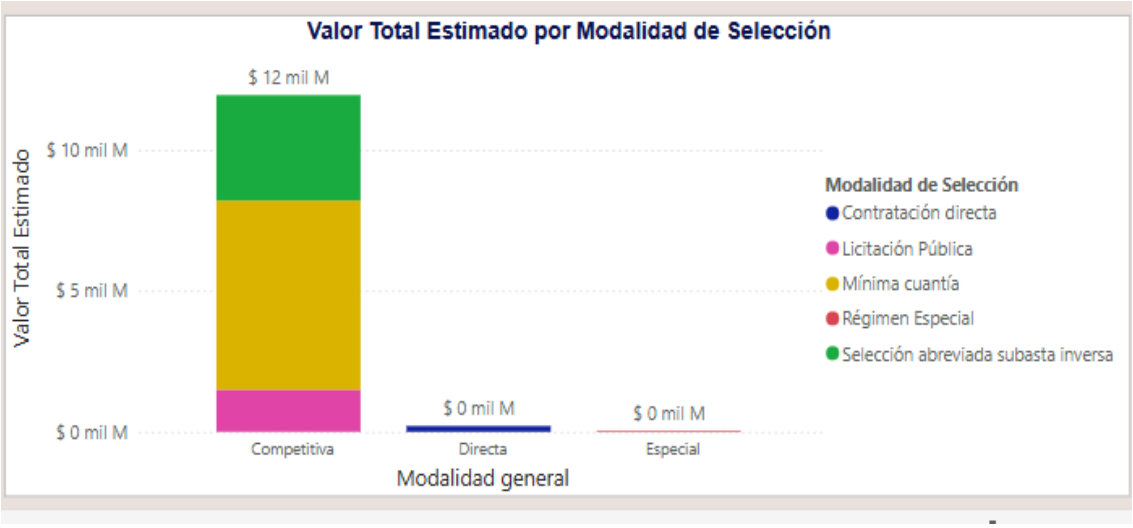
Tendencia del Gasto y Contratos:

Maquinaria, suministros y accesorios de oficina (4410): Esta categoría tiene un alto valor total, lo que indica que el SENA realiza contratos con un alto monto económico en la compra de equipos de oficina, como maquinaria o tecnología. Además, su número de contratos es considerablemente alto, lo que podría indicar que las compras son distribuidas en varios contratos, quizás debido a la compra de diferentes equipos o por varias oficinas y sedes del SENA.

Suministros de oficina (4412): Aunque el valor total de esta categoría es inferior al de la categoría anterior, el número de contratos es también significativo, lo que refleja la alta rotación y frecuencia de compra de suministros de oficina básicos, como papelería, bolígrafos, y carpetas.

Accesorios de oficina y escritorio (4411): Esta familia tiene un valor bajo tanto en términos de montos como de cantidad de contratos, lo que puede indicar que estos artículos son adquiridos menos frecuentemente y con un presupuesto menor.

4.10.5 Análisis del Valor Total Estimado por Modalidad de Selección



Fuente: https://www.colombiacompra.gov.co/content/analisis-de-datos-de-compra-publica; 2025

El gráfico presenta los siguientes tipos de modalidad de selección para los contratos del SENA:

a.Modalidades de Selección (Competitiva):

Selección Abreviada (verde): Esta modalidad es utilizada ampliamente y tiene un valor significativo, lo que indica que el SENA realiza muchas compras a través de esta modalidad. La Selección Abreviada es común en compras de menor valor y en las que se puede evaluar

rápidamente a los proveedores. El SENA se inclina significativamente por esta modalidad, lo que refuerza el objetivo de maximizar la eficiencia y transparencia en las compras. Esto es muy positivo, ya que los procesos de subasta inversa permiten obtener precios más bajos en productos donde el criterio principal es el costo.

Mínima Cuantía (amarillo): Aunque esta modalidad está diseñada para compras de menor cuantía, sigue siendo importante, ya que permite al SENA realizar compras menores sin necesidad de procedimientos largos o complejos. La frecuencia de su uso está reflejada en su valor dentro de la modalidad competitiva.

Licitación Pública (rosa): Aunque el valor de esta modalidad es significativo, su uso no es tan alto como el de la Selección Abreviada. Las licitaciones públicas son más formales y suelen utilizarse para contratos de mayor valor, lo que significa que el SENA aún utiliza esta modalidad para asegurar la competitividad y transparencia en adquisiciones mayores.

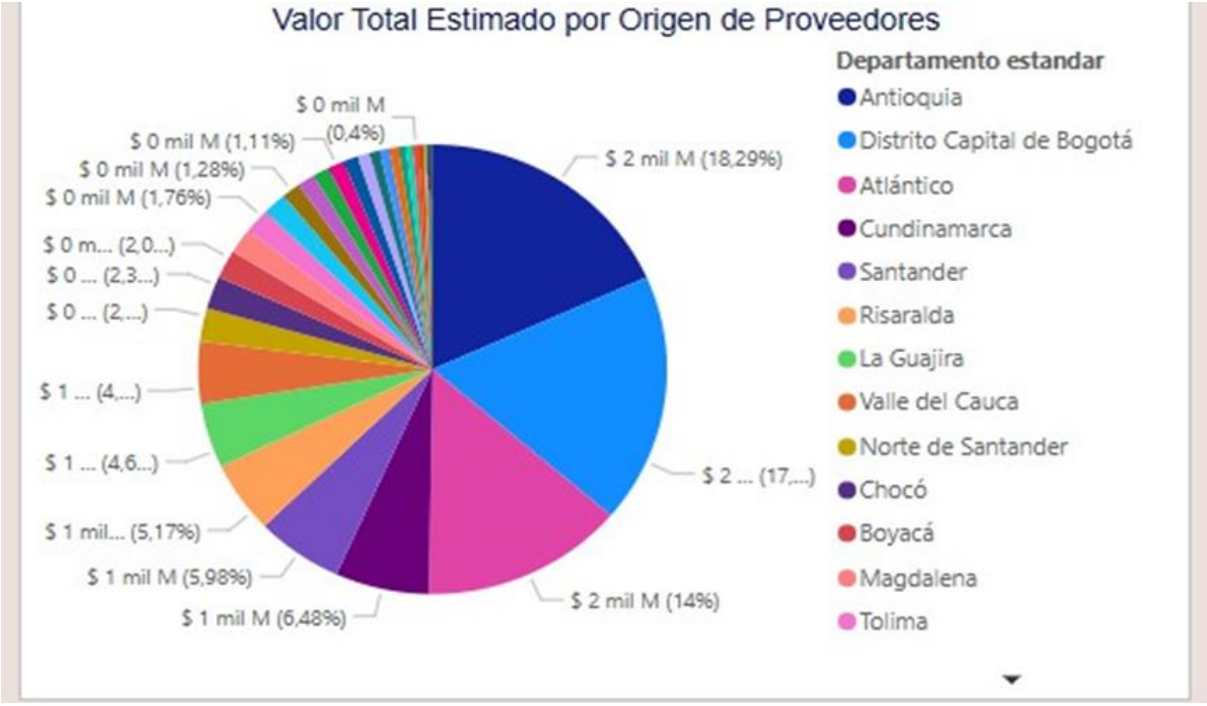
b.Modalidades No Utilizadas:

Contratación Directa (azul): El gráfico indica que el SENA no ha recurrido a contratación directa en el período analizado, lo que es una buena práctica, ya que limita esta modalidad a situaciones muy específicas. Esto refuerza el uso de procesos más transparentes y competitivos.

Régimen Especial (rojo): De igual manera, no se ha utilizado el régimen especial para estos contratos, lo que también es positivo, ya que se evita la utilización de esta modalidad en situaciones que podrían no justificarla.

4.11 Estudio de la oferta de la entidad:

4.11.1 Distribución Geográfica de los Proveedores:



Fuente: https://www.colombiacompra.gov.co/content/analisis-de-datos-de-compra-publica; 2025

El gráfico presenta la distribución del valor total de los contratos por región, indicando el origen geográfico de los proveedores que participaron en los contratos adjudicados por el SENA. La distribución es la siguiente:

Antioquia (18.29%): Antioquia es la región con el mayor valor total estimado, representando una porción significativa de los contratos. Esto sugiere que esta región alberga una gran cantidad de proveedores que participan activamente en el sector de papelería y suministros, con una alta demanda de productos o servicios que el SENA necesita.

Es probable que las empresas ubicadas en Antioquia tengan una gran capacidad de producción y distribución, lo que les permite ser competitivas en el mercado público.

Distrito Capital de Bogotá (17%): Bogotá es otra región con una gran participación, representando alrededor del 17% del valor total. Como la capital del país, Bogotá es el centro económico y comercial de Colombia, por lo que no es sorprendente que una gran parte de los proveedores de papelería y productos relacionados provengan de allí.

Las empresas con sede en Bogotá probablemente tengan infraestructura más avanzada y una mayor capacidad de distribución, lo que les permite acceder fácilmente a los contratos del SENA.

Atlántico (14%): La región del Atlántico también tiene una participación importante en los contratos adjudicados. Esto puede deberse a la presencia de proveedores importantes en ciudades como Barranquilla, que son capaces de ofrecer precios competitivos y productos de calidad.

Cundinamarca (6.48%): Cundinamarca se encuentra en una posición intermedia, con una participación notable en los contratos del SENA. Esta región incluye áreas cercanas a

Bogotá, lo que les da ventaja en términos de proximidad y logística para entregar productos rápidamente.

Santander (5.98%): Santander tiene una participación considerable en el valor de los contratos, lo que indica que existen proveedores activos que han logrado captar la atención del SENA.

Risaralda (5.17%): Risaralda, en el Eje Cafetero, también tiene presencia en los contratos, aunque en menor medida. Esto puede indicar la presencia de empresas locales que participan en la oferta de suministros o papelería.

Otras Regiones: Valle del Cauca, Norte de Santander, Chocó, Boyacá, Magdalena y Tolima tienen una participación más baja en comparación con las regiones más grandes como Antioquia y Bogotá. Sin embargo, la presencia de estos departamentos en el gráfico muestra que el SENA ha diversificado su red de proveedores a nivel nacional, permitiendo la inclusión de empresas de diferentes regiones.

Conclusiones: Alta concentración en Antioquia y Bogotá: Las regiones de Antioquia y Bogotá dominan el mercado de proveedores del SENA. Esto puede reflejar una alta capacidad de oferta de productos en estas regiones, donde se encuentran muchos de los principales actores económicos del país.

Proveedores regionales diversificados: A pesar de que Antioquia y Bogotá concentran una gran parte de los contratos, el SENA también trabaja con proveedores de otras regiones como Atlántico y Cundinamarca, lo que sugiere un esfuerzo por descentralizar las compras y apoyar la participación de proveedores en distintas partes del país.

Oportunidades para otras regiones: Aunque las regiones más pequeñas tienen una participación menor, el SENA sigue buscando proveedores en lugares como Risaralda, Valle del Cauca, Chocó, y otros, lo que puede indicar que están abriendo la puerta a empresas de diferentes regiones para promover la competencia y desarrollar mercados locales.

5. Identificación y Contexto del Sector de construcciones.

5.1 Productos incluidos en el sector: El sector de la construcción de edificaciones en Colombia incluye una amplia gama de productos y materiales esenciales para la edificación de viviendas, oficinas, edificios comerciales e industriales. Los productos más relevantes son:

- Materiales de construcción: cemento, ladrillos, acero, cal, arena, gravas, piedra, vidrio, y madera.
- Sistemas eléctricos y de fontanería: cables, conductores, interruptores, luminarias, sistemas de tuberías, grifos, válvulas, etc.
- Equipos y maquinaria: excavadoras, grúas, mezcladoras de cemento, y maquinaria pesada.
- Acabados y revestimientos: cerámica, pintura, acabados en madera, papel tapiz, entre otros.
- Mobiliario y accesorios: puertas, ventanas, sanitarios, y sistemas de calefacción y aire acondicionado.

5.2 Agentes que componen el sector: El sector de la construcción de edificaciones en Colombia involucra diversos actores que influyen directamente en la cadena de producción y ejecución de proyectos. Entre los principales agentes están:

- Constructores y contratistas: empresas encargadas de la ejecución física de

los proyectos.

- Proveedores de materiales: empresas que suministran los productos esenciales como cemento, ladrillos, acero, etc.
- Arquitectos e ingenieros: profesionales encargados del diseño y supervisión de la obra.
- Gobierno y entidades públicas: involucrados en la regulación del sector, el otorgamiento de licencias y el control de la normativa de construcción.
- Financieras y bancos: entidades que facilitan el financiamiento para la construcción, especialmente en proyectos de gran escala.
- Consumidores: individuos o empresas que demandan nuevas edificaciones, ya sea para vivienda o uso comercial.

5.3 Gremios y asociaciones que participan en el sector: En Colombia existen varios gremios y asociaciones que representan y apoyan al sector de la construcción de edificaciones:

- Camacol (Cámara Colombiana de la Construcción): organización que agrupa a empresas del sector de la construcción y promueve la competitividad y sostenibilidad del sector.
- Fiduciarias de la construcción: entidades que facilitan la financiación y gestión de proyectos inmobiliarios.
- ACOPAC (Asociación Colombiana de Productores de Cemento): gremio que agrupa a las principales productoras de cemento en Colombia.

- Andesco: Asociación Nacional de Empresas de Servicios Públicos y Comunicaciones, que regula los servicios relacionados con el sector de la construcción como energía y agua.
- Asocaña: gremio que también influye en la construcción, especialmente en obras que requieren materiales derivados del azúcar y otros productos agroindustriales.

5.4 Cifras totales de venta: El sector de la construcción en Colombia ha mostrado un crecimiento sostenido en los últimos años, especialmente en el segmento de la vivienda de interés social (VIS) y el comercial. Algunas cifras relevantes incluyen:

- Ventas en el sector inmobiliario: En 2021, el sector de la construcción y la venta de viviendas generó un crecimiento del 16% con relación al año anterior.
- Inversión pública: Según el Ministerio de Hacienda, en 2020 el gobierno colombiano invirtió más de $12 billones en infraestructura pública, lo que incluye edificaciones públicas.
- Proyectos residenciales: Se han incrementado tanto las ventas de apartamentos como la construcción de proyectos de VIS, debido a incentivos fiscales y programas como Mi Casa Ya.

5.5 Perspectivas de crecimiento, inversión y ventas: El futuro del sector de la construcción de edificaciones en Colombia se ve con un crecimiento moderado, con un enfoque en la construcción de vivienda social y la urbanización en ciudades intermedias. Las perspectivas incluyen:

- Incentivos gubernamentales: A través de programas como Mi Casa Ya, y Proyectos de Vivienda de Interés Prioritario (VIP), que han sido un motor de crecimiento en el sector.
- Proyectos de infraestructura: El gobierno está implementando un plan de inversión

en infraestructura para mejorar las condiciones de vivienda y generar empleo.

- Crecimiento en la construcción comercial: Los proyectos de oficinas y comercios en grandes ciudades como Bogotá, Medellín y Barranquilla continúan siendo atractivos.
- Sostenibilidad: Aumento de la demanda de edificaciones sostenibles y ecológicas, impulsadas por la conciencia ambiental y políticas como las normas de eficiencia energética.

5.6 Variables económicas que pueden afectar el abastecimiento o los precios en el sector: Diversas variables económicas pueden afectar al sector de la construcción en Colombia, especialmente en términos de precios de materiales y mano de obra:

- Inflación: Aumento en el precio de los materiales y productos básicos utilizados en la construcción.
- Variación del SMMLV (Salario Mínimo Mensual Legal Vigente): Impacto en los costos laborales para los trabajadores del sector.
- Tasa de cambio: Afecta a los importadores de materiales que provienen del exterior, como equipos de maquinaria pesada o ciertos productos específicos.
- Tipo de interés: Los préstamos para construcción o compra de vivienda se ven directamente afectados por los cambios en las tasas de interés.

5.7 Cadena de producción y distribución: La cadena de producción y distribución de los materiales de construcción en Colombia es bastante amplia y está compuesta por varios niveles:

- Extracción de materias primas: Incluye la minería de materiales como arena, cemento y cal.
- Fabricación de materiales: Fábricas que producen cemento, ladrillos, acero, etc.
- Distribuidores mayoristas: Empresas que compran materiales al por mayor y los distribuyen a contratistas y proyectos de construcción.
- Minoristas y ferreterías: Venta de productos al público en general, incluidos los materiales para reformas o proyectos pequeños.
- Construcción y edificación: La etapa final donde las empresas de construcción compran los materiales para llevar a cabo los proyectos de construcción.

5.8 Materias primas necesarias para la producción y la variación de sus precios:
Las materias primas esenciales para la construcción de edificaciones incluyen:

- Cemento: La demanda de cemento varía según el crecimiento de la construcción residencial y comercial.
- Acero y varilla: El precio del acero se ve influenciado por el mercado global y la demanda interna.
- Arena y piedra: Utilizados para la fabricación de concreto, sus precios están ligados a la oferta local.
- Madera y otros materiales de acabado: Los precios de estos materiales dependen de la oferta de recursos naturales y la demanda de productos de construcción ecológicos.

5.9 Dinámica de importaciones y contrabando: El sector de la construcción en Colombia se ve afectado por las importaciones y el contrabando, especialmente de materiales de alta calidad o especializados:

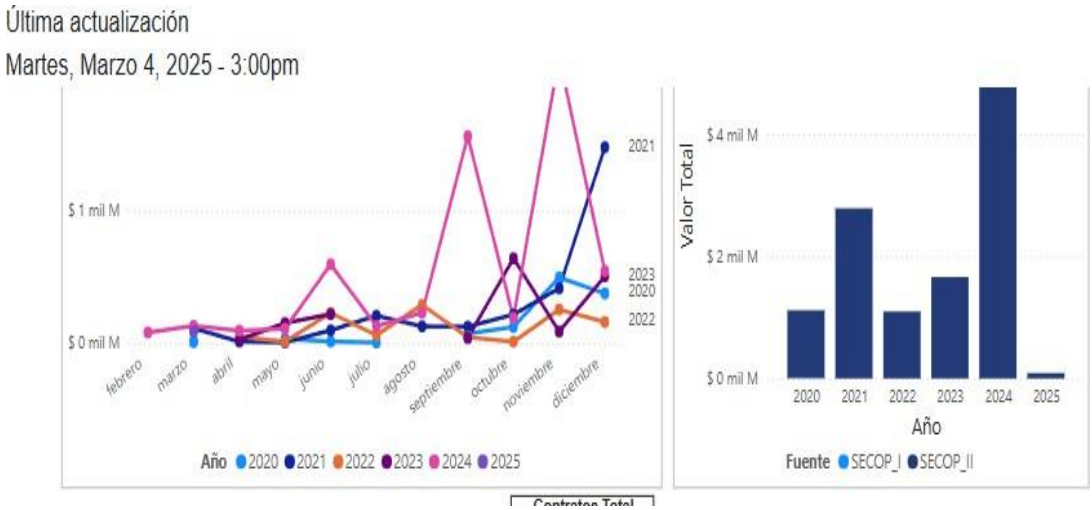
- Importaciones: Productos como maquinaria pesada, materiales de acabados y ciertos componentes eléctricos provienen de mercados internacionales como China y Estados Unidos.
- Contrabando: Aunque ha habido esfuerzos para erradicarlo, aún existen productos como cemento de baja calidad o materiales de construcción no certificados que ingresan al país de manera ilegal, afectando la calidad de los proyectos y la competencia en el mercado.

5.10 Comportamiento del gasto histórico:

En el análisis de cómo la entidad ha adquirido históricamente (del año 2020 a 2024) productos de construcción, se encontraron los siguientes datos:

Estudio de la demanda de la entidad:
Análisis del Gasto del SENA en materiales para construcción (2020-2024)

Fuente:



Fuente: https://www.colombiacompra.gov.co/content/herramienta-de-visualizacion-para-el-analisis-de-la-demanda- y-de-la-oferta

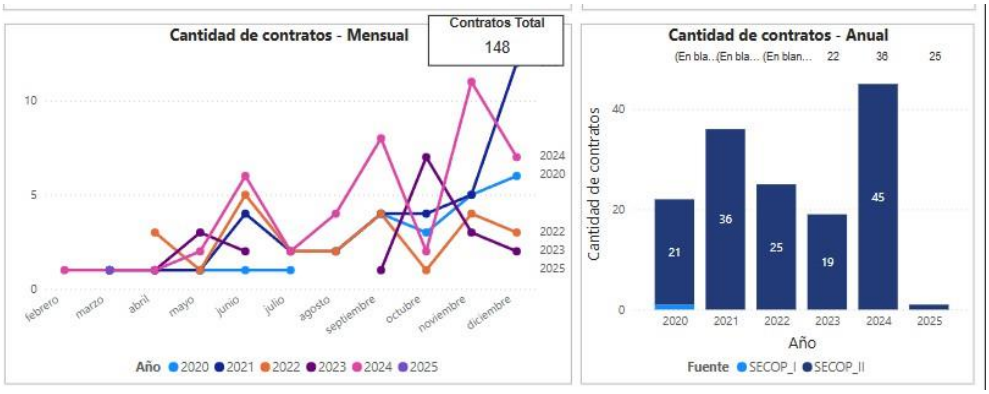
- **Gasto Mensual (2020 - 2025):**
- Tendencia general: Se observa una gran fluctuación en los valores de gasto mensual a lo largo de los años, con un aumento significativo en algunos meses de los años 2022 y 2023.
- Picos de gasto: El gráfico muestra un pico destacado en el año 2023 (marzo), con un gasto mensual elevado, mientras que en los otros años, el gasto es más regular y moderado, con picos menores en el mismo periodo.
- Estabilidad en 2024 y 2025: Los años 2024 y 2025 presentan gastos más estables durante los primeros meses, con picos menores a comparación de 2023, lo que podría indicar una planificación más controlada o un desgaste en la necesidad de compras en la primera parte de esos años.

- **Gasto Anual (2020 - 2025):**
- Aumento en 2023: En 2023, se refleja un aumento significativo del gasto (aproximadamente 3,5 millones de pesos), lo que coincide con el aumento de la compra en los primeros meses de 2023. Este comportamiento podría estar relacionado con

proyectos grandes o demandas más intensivas de materiales de construcción por parte del SENA en ese año.

- Caída en 2024 y 2025: Los años 2024 y 2025 presentan una caída notoria en el gasto anual, especialmente en comparación con el año 2023, lo que podría indicar una planificación más eficiente o una reducción en la cantidad de proyectos de construcción en esos años. Esta disminución podría reflejar un control de recursos más estricto o el cumplimiento de metas en años previos.

1.1.2. Análisis del Gasto en Contratos - SENA (2020-2024)

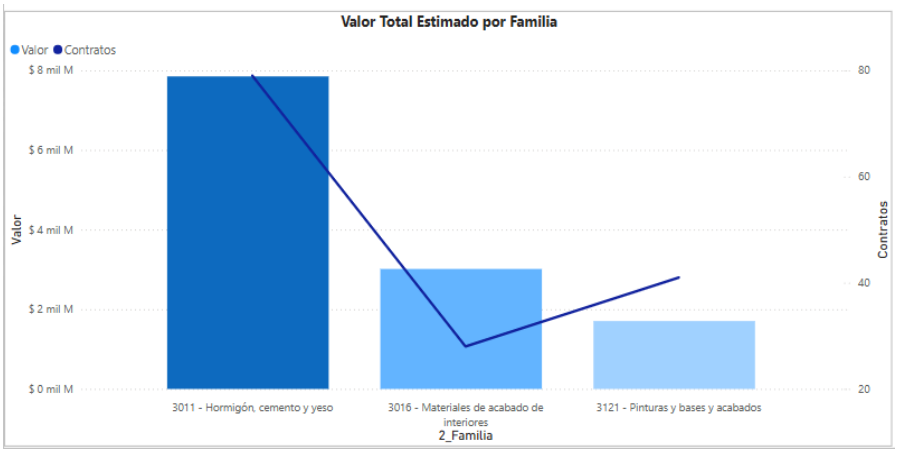


Fuente: https://www.colombiacompra.gov.co/content/herramienta-de-visualizacion-para-el-analisis-de-la-demanda- y-de-la-oferta

La gráfica refleja un comportamiento fluctuante en la cantidad de contratos a lo largo de los años, con un pico significativo en 2024. Esta tendencia podría ser indicativa de un aumento en la ejecución de proyectos de construcción para nuevas edificaciones, renovación de infraestructura o adquisición de materiales especializados en los años de mayor actividad. Además, los picos de contratos en ciertos meses indican que las compras y las contrataciones se realizan en función de las necesidades específicas de los proyectos, lo que sugiere una planificación anticipada por parte del SENA en algunos periodos.

El análisis sugiere que el SENA ha ajustado sus estrategias de compra y contratación para optimizar los recursos en 2025, con un enfoque más centrado en proyectos de mediana escala o enfocados en ciertos períodos del año.

1.1.1 Valor Total Estimado por Familia



Fuente: https://www.colombiacompra.gov.co/content/herramienta-de-visualizacion-para-el-analisis-de-la-demanda-y-de-la-oferta

La gráfica muestra la distribución de los valores en tres familias específicas de materiales:

1. **3011 - Hormigón, cemento y yeso**

-Esta familia tiene una gran participación en el gasto del SENA, representando una porción significativa del valor total estimado.

-Hormigón y cemento son esenciales para las estructuras de construcción y proyectos formativos que requieren procesos de fundición y construcción de bases. Esto sugiere que el SENA ha priorizado la adquisición de estos materiales para procesos formativos que involucren prácticas de construcción en edificaciones.

-El valor estimado es alto, lo que puede indicar un gran volumen de contratos para proyectos de formación técnica en áreas como construcción de edificaciones, donde se requieren grandes cantidades de cemento y hormigón.

2. **3016 - Materiales de acabado de interiores**

-Esta familia incluye materiales para acabados de interiores, como yeso, morteros y otros productos de acabado que se utilizan en las últimas etapas de la construcción.

-El valor estimado es considerablemente menor que el de hormigón y cemento, lo que refleja una menor prioridad en la compra de estos materiales en comparación con los materiales para la estructura. Sin embargo, esta categoría sigue siendo importante para los procesos formativos, ya que los estudiantes en programas de construcción deben aprender las técnicas de acabado y renovación de interiores.

-La caída abrupta en el valor de esta familia en el gráfico sugiere que, aunque se han comprado estos materiales, la cantidad de contratos en esta categoría es más reducida que para los materiales de construcción básica.

3. **3121 - Pinturas y bases y acabados**

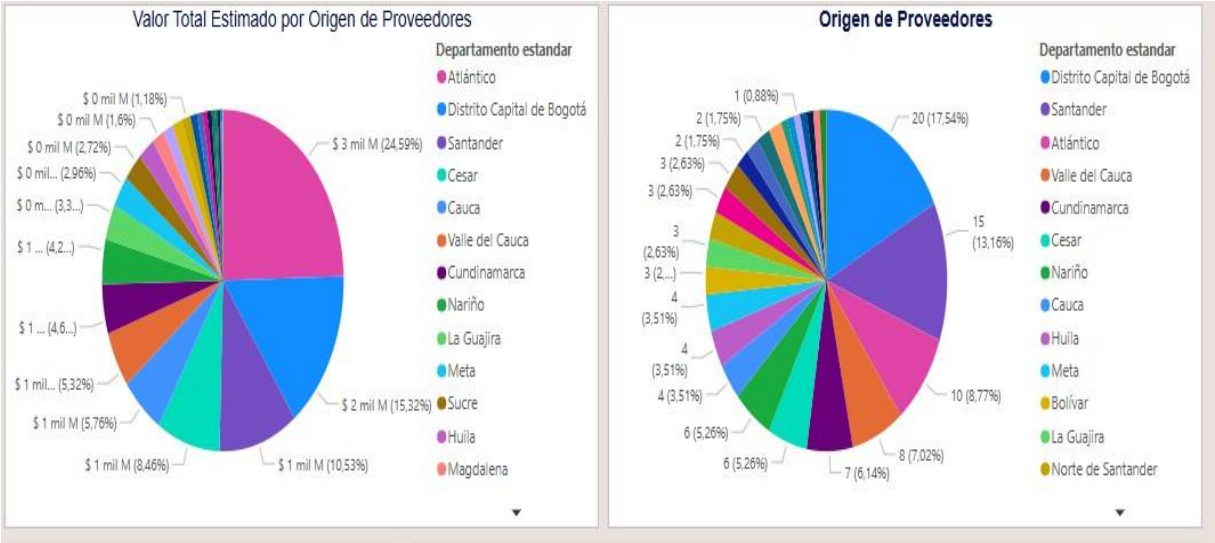
-Esta familia está relacionada con los materiales para los acabados finales de las obras, como las pinturas y otros productos para mejorar la apariencia estética de las edificaciones.

-El valor estimado en esta familia es bajo, lo que podría indicar que las compras de estos materiales son más limitadas y no tan frecuentes en comparación con los materiales estructurales y de acabado de interiores.

-Sin embargo, son igualmente importantes para el desarrollo de habilidades formativas en los estudiantes, ya que estos materiales son necesarios para que los aprendices realicen los acabados estéticos en sus prácticas.

1.1.1 Estudio de la oferta de la entidad:

1.1.1. Distribución Geográfica de los Proveedores:



Fuente: https://www.colombiacompra.gov.co/content/herramienta-de-visualizacion-para-el-analisis-de-la-demanda- y-de-la-oferta

El gráfico sugiere que las compras del SENA se realizan en diferentes regiones del país, lo que puede indicar un esfuerzo por descentralizar las adquisiciones e incluir proveedores locales. Esto es beneficioso para fomentar el desarrollo de las economías regionales y asegurar que el SENA tenga acceso a una oferta variada y competitiva.

Aunque Bogotá y Atlántico son predominantes, otras regiones como Cesar, Meta, Huila y Cundinamarca también presentan una participación creciente, lo que refleja una distribución más amplia del origen de los proveedores, asegurando que el SENA pueda obtener los productos necesarios de varias zonas geográficas.