FORMATO ANÁLISIS DEL SECTOR

1. **OBJETO:**

41_1010_185 Realización de cinco Diálogos Territoriales Comunitarios en el marco del Proyecto Zonal de Gestión del Conocimiento - Estrategia CampeSENA.

2. **CLASIFICACIÓN UNSPSC:**

El objeto contractual se clasifica en el siguiente código del Clasificador de Bienes y Servicios, así:

UNSPSC – DECRETO 1082 DE 2015						
ÍTEM	**GRUPO**	**SEGMENTO**	**FAMILIA**	**CLASE**	**PRODUCTO**	**DESCRIPCIÓN**
1	MATERIA PRIMA	14000000	14110000	14111500	14111519	PAPEL CARTULINA
2	MATERIA PRIMA	14000000	14110000	14111500	14111511	PAPEL ESCRITURA
3	EQUIPO INDUSTRIAL	24000000	24110000	24111500	24111509	BOLSAS DE AGUA
4	COMPONENTE Y SUMINISTROS	31000000	31200000	31201500	31201503	CINTA DE ENMASCARAR
5	PRODUCTO FINAL	44000000	44120000	44121700	44121708	MARCADORES
6	SERVICIOS	90000000	90100000	90101800	90101801	COMIDA PARA LLEVAR PROFESIONALMENTE
7	SERVICIO	80000000	80140000	80141900	80141902	REUNIONES Y EVENTOS

3. **ANÁLISIS DEL MERCADO:**

El SENA Regional Huila, realizó el Análisis del Sector en cumplimiento con lo establecido en el artículo 2.2.1.1.1.6.1. Del Decreto 1082 de 2015, el cual señala que:

“Artículo 2.2.1.1.1.6.1. Deber de análisis de las Entidades Estatales. La Entidad Estatal debe hacer, durante la etapa de planeación, el análisis necesario para conocer el sector relativo al objeto del Proceso de Contratación desde la perspectiva legal, comercial, financiera, organizacional, técnica, y de análisis de riesgo. La Entidad Estatal debe dejar constancia de este análisis en los Documentos del Proceso”.

FORMATO ANÁLISIS DEL SECTOR

Esta medida se basa en parámetros establecidos por Colombia Compra Eficiente, teniendo en cuenta lo dispuesto en la Guía para la Elaboración de Estudios de Sector G-EES-, para lo cual el análisis del Sector a realizar cubre las siguientes áreas:

- Análisis del mercado.
- Análisis de la demanda.
- Análisis de la oferta.

Aspectos Generales

En un país conocido por su biodiversidad y riqueza cultural, la industria gastronómica en Colombia se encuentra en una encrucijada emocionante. Con un mercado que crece año tras año, pero también enfrenta desafíos únicos, los dueños de restaurantes y empresarios del sector tienen la oportunidad de transformar estos retos en trampolines hacia el éxito.

¿Pero cómo hacerlo en un entorno donde los costos operativos se disparan y la informalidad laboral sigue siendo una realidad persistente?

En este artículo, exploraremos estrategias avanzadas y datos recientes que pueden guiar a los líderes del sector gastronómico colombiano hacia un crecimiento sostenible y rentable. Desde la adopción de prácticas sostenibles hasta el aprovechamiento de nuevas oportunidades de financiamiento, este es su mapa para navegar el competitivo mundo de la gastronomía en Colombia para el año 2025.

1. Innovación en sostenibilidad: Un diferenciador para atraer clientes y reducir costos

El consumidor colombiano es cada vez más consciente de la sostenibilidad, y esta tendencia no solo es una oportunidad para atraer clientes, sino también una vía para reducir costos. Según un estudio reciente de ProColombia, los turistas internacionales en el país buscan experiencias gastronómicas auténticas y sostenibles, un mercado que representa más del 40% del turismo extranjero en el país.

Estrategia práctica: Implemente un sistema de reducción de desperdicios en su cocina. ¿Sabía que en Colombia se desperdician 9.76 millones de toneladas de alimentos al año? Incorporar prácticas como el compostaje o alianzas con bancos de alimentos no solo mejora la imagen del restaurante, sino que puede reducir hasta un 20% los costos operativos. Además, explore el uso de insumos locales y orgánicos, promoviendo la economía circular y destacando en la narrativa de sostenibilidad que muchos consumidores buscan.

Dato clave: Según el Departamento Nacional de Planeación (DNP), las empresas que implementan estrategias de sostenibilidad logran reducir sus costos operativos en un promedio del 15%.

Estadística de impacto: Un estudio de WWF reveló que el 48% de los consumidores colombianos prefieren negocios que priorizan prácticas sostenibles, lo que puede aumentar la fidelización del cliente.

2. Financiamiento alternativo: Aproveche las oportunidades del ecosistema colombiano

El acceso a capital sigue siendo un desafío para muchos empresarios gastronómicos. Sin embargo, Colombia ha visto un aumento en plataformas fintech que ofrecen soluciones accesibles y rápidas para negocios pequeños y medianos. Estas herramientas están diseñadas para sectores con dificultades para acceder al sistema bancario tradicional, como la gastronomía.

Caso real: Una cadena de restaurantes en Medellín utilizó una plataforma fintech para financiar la remodelación de sus espacios y la implementación de menús digitales. El resultado: un aumento del 30% en las ventas en el primer trimestre tras los cambios.

Recomendación: Explore opciones como iNNpulsa y Bancóldex, que ofrecen líneas de crédito específicas para empresarios innovadores en Colombia. Además, considere campañas de crowdfunding que conecten su visión gastronómica con clientes apasionados.
Oportunidad financiera: En 2023, las fintech en Colombia representaron más del 10% de los créditos otorgados a pequeñas y medianas empresas, con tasas de aprobación 35% más rápidas que los bancos tradicionales (Asobancaria, 2023).
Caso adicional: Un restaurante en Cali utilizó créditos de Bancóldex para implementar un huerto urbano en su terraza, logrando ahorros del 18% en costos de insumos vegetales.

3. Tecnología y digitalización: Más allá de las reservas online

En Colombia, el 82% de los consumidores urbanos utiliza servicios de entrega a domicilio, según un informe de Euromonitor. Sin embargo, la digitalización en los restaurantes va más allá de las aplicaciones de delivery. Herramientas como la analítica avanzada pueden optimizar sus operaciones y mejorar la experiencia del cliente.
Estrategia avanzada: Implemente sistemas de predicción de demanda basados en datos históricos. Por ejemplo, un restaurante en Bogotá utilizó un software de inteligencia artificial para ajustar su inventario según patrones de clima y festividades locales, reduciendo el desperdicio en un 25%.
Dato técnico: Un estudio de la Cámara de Comercio de Bogotá muestra que el 67% de los restaurantes que integraron tecnología de automatización en sus operaciones vieron un incremento del 20% en la satisfacción del cliente.

Comparativa regional: Mientras que el promedio de penetración tecnológica en la industria gastronómica en América Latina es del 40%, en Colombia alcanza el 45%, mostrando un liderazgo relativo en adopción digital.
Dato de valor: Según la Cámara Colombiana de Comercio Electrónico, los negocios que integran tecnología avanzada reportan un crecimiento promedio del 35% en eficiencia operativa.

4. Capacitación estratégica: El motor del cambio en su equipo

El talento humano es el corazón de cualquier restaurante, pero en un país donde más del 55% de los trabajadores están en la informalidad, encontrar y retener talento calificado puede ser un desafío. Invertir en capacitación no solo mejora la calidad del servicio, sino que también aumenta la lealtad del personal.
Ejemplo práctico: Un restaurante de alta gama en Cartagena lanzó un programa interno de formación en mixología avanzada y maridaje. El resultado fue un aumento del 15% en las propinas del personal y un crecimiento del 20% en las ventas de bebidas premium.
Llamado a la acción: Evalúe los programas de formación disponibles a través de gremios como ACODRES y considere colaborar con instituciones locales para diseñar cursos específicos para su equipo.

Conclusión: Liderando el cambio en la gastronomía colombiana
La industria gastronómica en Colombia tiene un futuro vibrante, pero solo aquellos empresarios que adopten un enfoque estratégico, sostenible y tecnológicamente avanzado podrán prosperar en este entorno competitivo. En Voleo, entendemos los desafíos únicos que enfrenta su negocio y estamos aquí para ayudarle a transformarlos en oportunidades.

Fuente:https://voleo.com.co/retos-y-oportunidades-del-sector-gastronomico-en-colombia-para-el-

FORMATO ANÁLISIS DEL SECTOR

2025/

PERSPECTIVA INTERNACIONAL

Industria Global de Eventos – Por Tipo de Evento (Conciertos de Música, Festivales, Deportes, Exposiciones y Conferencias, Eventos Corporativos y Seminarios, Otros); Por Fuente de Ingresos (Venta de Entradas, Patrocinio, Otros); Por Región (América del Norte, Europa, Asia Pacífico, América Latina y Medio Oriente y África); Dinámica del Mercado (2024-2032) y Panorama Competitivo

Visión General de la Industria de Eventos

El mercado de eventos alcanzó un valor de USD 1,33 mil millones en el año 2023. Se estima que el mercado crecerá a una tasa de crecimiento anual compuesta del 9,3% entre 2024 y 2032, para alcanzar un valor de 2,97 mil millones de USD en 2032.

El sector de los eventos planifica, comercializa y ejecuta actos como conferencias, bodas y festivales. Incluye actividades como la selección del lugar de celebración, el catering y el entretenimiento, y se divide en subsectores como los eventos corporativos y deportivos. Este sector es importante para el turismo, la hostelería y el ocio, y evoluciona constantemente con nuevas tendencias y tecnologías para promocionar marcas y conectar con el público.

La industria global de eventos está experimentando un crecimiento, impulsado en gran medida por la creciente comercialización de los deportes y el aumento del número de eventos deportivos, lo que ha creado oportunidades para que las empresas de gestión de eventos aprovechen estos acontecimientos con fines de marketing y publicidad. Además, el cambio en las preferencias del público y los aficionados hacia la asistencia a espectáculos en directo, incluidos conciertos de música y otros eventos celebrados en diversos lugares del mundo, también está contribuyendo al crecimiento del sector. Se espera que esta tendencia siga impulsando el crecimiento del mercado de la industria de eventos.

Durante el periodo de pronóstico, se prevé que Norteamérica mantenga su presencia regional dominante, con importantes actores mundiales como Access Destination Services y Rafanelli Events con sede en la región. Esto se debe a que Norteamérica tiene una próspera cultura de eventos que atiende a diversos nichos y genera importantes ingresos por ventas durante todo el año. En los anos futuros, se espera que la región de Asia-Pacífico experimente un crecimiento en el mercado de la industria de eventos debido al aumento de las inversiones en eventos para impulsar el turismo nacional e internacional.

Factores Vitales que Favorecen los Cambios Positivos de la Industria de Eventos:

Avances tecnológicos: El sector de los eventos está muy influido por los avances tecnológicos, que incluyen desde eventos virtuales e híbridos hasta software de gestión de eventos y aplicaciones móviles. Además, proporcionan nuevas formas de atraer al público y mejorar la experiencia global del evento, lo que está impulsando la demanda de eventos y exposiciones.

Cambio en las preferencias de los consumidores: La demanda de nuevos tipos de eventos y experiencias está aumentando en todo el mundo debido al cambio en las preferencias y el comportamiento de los consumidores. La gente se inclina y se siente atraída por temas como la sostenibilidad y el bienestar, lo que provoca un aumento de los eventos ecológicos y los festivales centrados en la salud.

FORMATO ANÁLISIS DEL SECTOR

Aumento de la globalización y la urbanización: El aumento de los viajes y el comercio a nivel mundial está dando lugar a un incremento de los eventos internacionales, como conferencias y ferias comerciales. Esta tendencia fomenta aún más la demanda de servicios de eventos multilingües y culturalmente sensibles.

Crecimiento del PIB: Las condiciones económicas, como el crecimiento del PIB, las tasas de desempleo y el gasto de los consumidores, tienen un impacto significativo en el tamaño del sector de los eventos. Las recesiones económicas pueden provocar un descenso de la demanda de eventos, mientras que el crecimiento económico puede impulsar un aumento de la inversión en eventos y conferencias.
Sobre la base del tipo de evento, el mercado se segmenta en:

- Conciertos de Música Festivales
- Deportes
- Exposiciones y Conferencias

Eventos Corporativos y Seminarios Otros
Por fuente de ingresos, la industria se divide en:
Venta de Entradas Patrocinio
Otros

Por fuente de ingresos, el segmento del patrocinio representa la mayor cuota de mercado de la industria de eventos debido a la mayor variedad de oportunidades que ofrece a los organizadores de eventos. De este modo, patrocinadores y organizadores pueden aportar nuevos estilos y conceptos y disponer de flexibilidad para los eventos específicos.
Hay varias regiones que muestran positivas perspectivas de la industria de eventos, como, América del Norte, Europa, Asia Pacífico, América Latina y Medio Oriente y África.

Fuente: https://www.informesdeexpertos.com/informes/industria-de-eventos

Aspecto Económico

En junio de 2025 la variación mensual del IPC fue 0,10%

Variación mensual, año corrido y anual del Índice de Precios al Consumidor (IPC)
Total, nacional
2024 - 2025 (junio)

IPC	Junio					
	Variación Mensual		Variación Año corrido		Variación Anual	
	2024	2025	2024	2025	2024	2025
IPC total	0,32	**0,10**	4,12	**3,74**	7,18	**4,82**

Fuente: DANE, IPC.

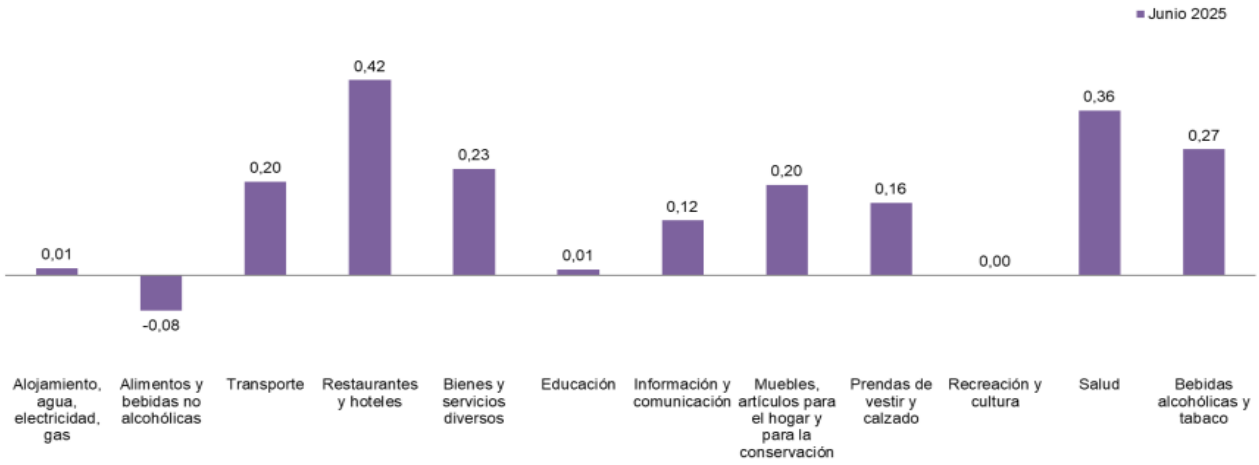
En junio de 2025 la variación mensual del IPC fue 0,10%, la variación año corrido fue 3,74% y la anual 4,82%

FORMATO ANÁLISIS DEL SECTOR

En junio de 2025 la variación anual del IPC fue 4,82%, es decir, 2,36 puntos porcentuales menor que la reportada en el mismo periodo del año anterior, cuando fue de 7,18%.

El comportamiento mensual del IPC total en junio de 2025 (0,10%) se explicó principalmente por la variación mensual de las divisiones Restaurantes y hoteles y Transporte. Las mayores variaciones se presentaron en las divisiones Restaurantes y hoteles (0,42%) y Salud (0,36%).

Variación mensual del Índice de Precios al Consumidor (IPC)
Por Divisiones
2025 (junio)



Fuente: DANE, IPC
Nota: el orden de las divisiones responde a su ponderación dentro de la canasta del IPC (izq – der).

En junio de 2025 la variación mensual del IPC fue 0,10%, frente a mayo de 2025. La división Restaurantes y hoteles registró una variación mensual de 0,42%, siendo esta la mayor variación mensual. En junio de 2025 los mayores incrementos de precio se registraron en las subclases: bebidas calientes: tinto, café con leche, chocolate, té, bebida achocolatada caliente, leche, agua de panela, agua aromática, avena caliente y similares para consumo inmediato (1,47%), comidas preparadas fuera del hogar para consumo inmediato (0,55%) y gastos en discotecas, bares, griles, tabernas, fondas y tiendas dentro y al aire libre (0,42%). Los menores incrementos de precio se reportaron en las subclases: servicios de alojamiento en hoteles, pensiones, posadas, hostales y moteles (0,04%), gaseosa y otros refrescos en establecimientos de servicio a la mesa y autoservicio (0,09%) y comidas en establecimientos de servicio a la mesa y autoservicio (0,38%).

La división Salud registró una variación mensual de 0,36%, siendo esta la segunda mayor variación mensual. En junio de 2025 los mayores incrementos de precio se registraron en las subclases: servicios médicos auxiliares no hospitalarios (1,75%), servicios médicos menores (pequeña cirugía, cirugía ambulatoria, urgencias, etc.) (1,15%) y artefactos y equipo terapéutico y su reparación (0,76%). La mayor disminución de precio se reportó en la subclase: elementos implementos médicos (-0,10%).

FORMATO ANÁLISIS DEL SECTOR

La división Alimentos y bebidas no alcohólicas registró una variación mensual de -0,08%, siendo esta la menor variación mensual. En junio de 2025 las mayores disminuciones de precio se reportaron en las subclases: papas (-13,79%), moras (-9,33%) y tomate (-7,30%). Los mayores incrementos de precio se registraron en las subclases: tomate de árbol (17,09%), zanahoria (10,05%) y café y productos a base de café (6,19%).

La división Recreación y cultura registró una variación mensual de 0,00%, siendo esta la segunda menor variación mensual. En junio de 2025 los mayores incrementos de precio se registraron en las subclases: servicios prestados por escenarios deportivos (1,50%), plantas naturales: ramos de flores, matas, arbustos (1,33%) y aparatos de procesamiento de información y hardware (1,10%). Las mayores disminuciones de precio se reportaron en las subclases: material impreso diverso (-8,39%), cines y teatros (-1,02%) y paquetes turísticos completos (-0,75%).

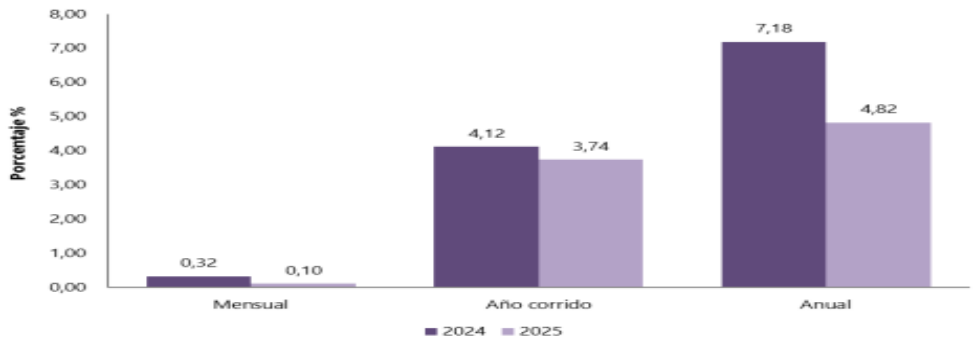
En junio de 2025 las mayores contribuciones a la variación mensual en las doce divisiones del IPC Total se registraron en las siguientes subclases: arriendo imputado con 0,04 puntos porcentuales, arriendo efectivo con 0,03 puntos porcentuales y comidas en establecimientos de servicio a la mesa y autoservicio 0,03 puntos porcentuales. Las subclases con las menores contribuciones fueron: electricidad con -0,07 puntos porcentuales, papas con -0,06 puntos porcentuales y tomate con -0,02 puntos porcentuales.

Fuente: https://www.dane.gov.co/files/operaciones/IPC/jun2025/cp-IPC-jun2025.pdf

Índice de Precios al Consumidor (IPC)

Junio 2025

Gráfico 1. IPC Variaciones
Total Nacional
Junio 2024 - 2025



Fuente: DANE, IPC.

Comportamiento de la variación mensual del IPC según divisiones y subclases
Variación y contribución mensual por divisiones de gasto

FORMATO ANÁLISIS DEL SECTOR

En el mes de junio de 2025, el IPC registró una variación de 0,10% en comparación con mayo de 2025, ocho divisiones se ubicaron por encima del promedio nacional (0,10%): Restaurantes y hoteles (0,42%), Salud (0,36%), Bebidas alcohólicas y tabaco (0,27%), Bienes y servicios diversos (0,23%), Bienes y servicios para el hogar y para la conservación ordinaria del hogar (0,20%), Transporte (0,20%), Prendas de vestir y calzado (0,16%) y por último, Información y comunicación (0,12%). Por debajo se ubicaron: Educación (0,01%), Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles (0,01%), Recreación y cultura (0,00%) y por último, Alimentos y bebidas no alcohólicas (-0,08%).

Cuadro 1. IPC Variación y contribución mensual
Según divisiones de gasto
Junio 2024 – 2025

		2024		2025	
Divisiones de Gasto	Peso (%)	Variación (%)	Contribución Puntos Porcentuales	Variación (%)	Contribución Puntos Porcentuales
Restaurantes y hoteles	9,43	0,39	0,04	0,42	0,05
Salud	1,71	0,49	0,01	0,36	0,01
Bebidas alcohólicas y tabaco	1,70	0,08	0,00	0,27	0,00
Bienes y servicios diversos	5,36	0,14	0,01	0,23	0,01
Bienes y servicios para el hogar y para la conservación ordinaria del hogar	4,19	0,07	0,00	0,20	0,01
Transporte	12,93	0,19	0,03	0,20	0,03
Prendas de vestir y calzado	3,98	0,09	0,00	0,16	0,00
Información y comunicación	4,33	0,08	0,00	0,12	0,00
TOTAL	100,00	0,32	0,32	0,10	0,10
Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles	33,12	0,58	0,18	0,01	0,00
Educación	4,41	-0,18	-0,01	0,01	0,00
Recreación y cultura	3,79	0,10	0,00	0,00	0,00
Alimentos y bebidas no alcohólicas	15,05	0,30	0,06	-0,08	-0,01

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

Los mayores aportes a la variación mensual del IPC (0,10%), se ubicaron en las divisiones de: Restaurantes y hoteles, Transporte y Salud, las cuales aportaron 0,09 puntos porcentuales a la variación total.

Los mayores aportes a la variación mensual del IPC (0,10%), se ubicaron en las divisiones de: Restaurantes y hoteles, Transporte y Salud, las cuales aportaron 0,09 puntos porcentuales a la variación total.

Variaciones y contribuciones de las subclases en el mes

En junio de 2025 en comparación con mayo de 2025, la variación de las subclases que más aportaron al índice total fueron: arriendo imputado (0,33%), arriendo efectivo (0,33%), comidas en establecimientos de servicio a la mesa y autoservicio (0,38%), café y productos a base de café (6,19%), carne de res y derivados (0,86%), cebolla (6,09%), comidas preparadas fuera del hogar para consumo inmediato (0,55%), tomate de árbol (17,09%), servicios relacionados con la copropiedad (0,82%) y transporte de pasajeros y equipaje en avión (5,00%). Las subclases con aportes negativos a la variación fueron: electricidad (-1,95%), papas (-13,79%), tomate (-7,30%), frutas frescas (-1,45%) y carne de cerdo y derivados (-1,60%).

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

Subclase	Variación (%)	Contribución Puntos porcentuales
Arriendo imputado	0,33	0,04
Arriendo efectivo	0,33	0,03
Comidas en establecimientos de servicio a la mesa y autoservicio	0,38	0,03
Café y productos a base de café	6,19	0,02
Carne de res y derivados	0,86	0,02
Cebolla	6,09	0,02
Comidas preparadas fuera del hogar para consumo inmediato, en establecimientos de servicio a la mesa y autoservicio	0,55	0,01
Tomate de árbol	17,09	0,01
Servicios relacionados con la copropiedad	0,82	0,01
Transporte de pasajeros y equipaje en avión	5,00	0,01

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

Comportamiento de la variación anual del IPC según divisiones y subclases
Variación y contribución anual por divisiones de gasto

En lo corrido del año, (enero - junio), cinco divisiones de bienes y servicios se ubicaron por encima del promedio nacional (3,74%): Educación (5,69%), Alimentos y bebidas no alcohólicas (4,80%), Restaurantes y hoteles (4,80%), Transporte (4,38%) y por último, Salud (3,77%). El resto de las divisiones se ubicaron por debajo del promedio: Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles (3,39%), Bebidas alcohólicas y tabaco (3,27%), Bienes y servicios diversos (2,85%), Bienes y servicios para el hogar y para la conservación ordinaria del hogar (2,70%), Prendas de vestir y calzado (1,53%), Recreación y cultura (0,87%) y por último, Información y comunicación (-0,64%).

Cuadro 3. IPC Variación y contribución año corrido
Según divisiones de gasto
Junio 2024 - 2025

		2024		2025	
Divisiones de Gasto	Peso (%)	Variación (%)	Contribución Puntos Porcentuales	Variación (%)	Contribución Puntos Porcentuales
Educación	4,41	8,70	0,33	5,69	0,23
Alimentos y bebidas no alcohólicas	15,05	3,79	0,72	4,80	0,90
Restaurantes y hoteles	9,43	5,21	0,56	4,80	0,53
Transporte	12,93	4,30	0,58	4,38	0,59
Salud	1,71	4,11	0,07	3,77	0,06
TOTAL	100,00	4,12	4,12	3,74	3,74
Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles	33,12	5,09	1,56	3,39	1,06
Bebidas alcohólicas y tabaco	1,70	3,70	0,06	3,27	0,06
Bienes y servicios diversos	5,36	2,57	0,14	2,85	0,15
Muebles, artículos para el hogar y para la conservación ordinaria del hogar	4,19	1,97	0,08	2,70	0,11
Prendas de vestir y calzado	3,98	1,49	0,05	1,53	0,05
Recreación y cultura	3,79	-1,01	-0,03	0,87	0,03
Información y comunicación	4,33	-0,10	0,00	-0,64	-0,02

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

. Los mayores aportes a la variación en lo corrido del año (enero - junio), se ubicaron en las divisiones de Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles, Alimentos y bebidas no alcohólicas, Transporte y Restaurantes y hoteles, las cuales en conjunto contribuyeron con 3,07 puntos porcentuales a la variación total.

Fuente: https://www.dane.gov.co/files/operaciones/IPC/jun2025/bol-IPC-jun2025.pdf

SECTOR PERTENECIENTE AL OBJETO DEL CONTRATO:

SECTOR ECONÓMICO
Sector Terciario

DESEMPEÑO DEL SECTOR:

Los sectores económicos de Colombia se dividen en tres: el sector primario o sector agrícola, el sector secundario o sector industrial y el sector terciario o sector de prestación de servicios. Esta división y diferenciación es acorde a lo planteado por los estudios en economía clásica. Cada uno de estos sectores posee actividades económicas en común dentro de cada grupo y se diferencia de los demás. En otras palabras, las categorías están divididas de esta manera de acuerdo con las actividades económicas que se llevan a cabo en cada una. Esto quiere decir que cada sector guarda características en común, posee una unidad y se diferencia de los otros sectores precisamente debido a lo anterior.

Según la economía clásica, se considera al sector primario y al sector secundario como productores de bienes tangibles. Esto quiere decir que, gracias a su funcionamiento, se obtienen bienes y productos físicos.

Por su parte, el sector terciario, al tratarse de servicios, no produce bienes tangibles y no es considerado como un sector productivo. Sin embargo, es necesario aclarar que, a pesar de no producir bienes tangibles, el sector terciario contribuye a la formación del producto y del ingreso nacional.

En el caso del objeto contractual del proceso que es materia de estudio, nos referimos al sector de servicios, que enmarcan todas las actividades que prestan algún servicio a la comunidad, a las empresas y a las personas en general. Dentro de este sector se encuentran actividades como las telecomunicaciones, el transporte, la medicina, la enseñanza, el comercio, el turismo, el gobierno, el sector financiero, administrativo y el sector de sanidad. Se incluyen también todas las actividades directamente relacionadas con el ocio, las artes y la cultura. Por último, es necesario aclarar que el comercio es un servicio que no solo se presta a nivel nacional, sino también internacional en lo que se conoce como comercio exterior.

A pesar de no producir por sí mismo mercancías, el sector terciario se caracteriza por ser fundamental para el correcto desarrollo de la economía, pues se enfoca en la distribución y el consumo de mercancía, en la prestación de servicios personales tales como servicios públicos, salud, educación, entre otros. Gracias a la organización y administración prestada por el sector terciario, el sector primario y el secundario pueden ser más productivos para Colombia.

3.2 Análisis de la Demanda

FORMATO ANÁLISIS DEL SECTOR

El Servicio Nacional de Aprendizaje SENA en sus diferentes Regionales, realizó procesos de contrataciones similares en vigencias anteriores por la modalidad de mínima cuantía, por su presupuesto asignado, mismo que fue definido a través de un estudio de mercado y el cual fue publicado en el desarrollo de los procesos de contratación en la página de Colombia Compra Eficiente, como se muestra a continuación:

Número de Proceso	Entidad/ Regional	Objeto	CONTRATO	Departamento y Municipio de Ejecución	Plazo de Ejecución	Valor del Contrato
MC-ATL-0029-2024	SENA REGIONAL ATLANTICO	CONTRATAR LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS COMO OPERADOR LOGÍSTICO PARA LA REALIZACIÓN DE ENCUENTROS EMPRESARIALES Y FERIAS, MICRO FERIAS Y JORNADAS ESPECIALES EN EL MARCO DE LA GESTIÓN DE EMPLEO Y DE EMPRENDIMIENTO CON ENFOQUE DIFERENCIAL DEL SENA REGIONAL ATLÁNTICO.	CO1.PCCNTR.6240538	BARRANQUILLA ATLANTICO	237 días	$49.745.688
MC-HIL-001-2024	SENA Regional Huila	41_1010_203 Realizar dos Ferias de emprendimiento de población víctima de la violencia "Sembradores de Paz" - Economía Popular.	CO1.PCCNTR.6239681	Neiva - Huila	180 días	$42.025.000

Link:
https://community.secop.gov.co/Public/Tendering/OpportunityDetail/Index?noticeUID=CO1.NTC.4396397&isFromPublicArea=True&isModal=False

Link:
https://community.secop.gov.co/Public/Tendering/OpportunityDetail/Index?noticeUID=CO1.NTC.5974456&isFromPublicArea=True&isModal=False

Así mismo y haciendo uso de la herramienta de Análisis de la Demanda dispuesta por Colombia Compra Eficiente www.colombiacompraeficiente.gov.co a través del Modelo de Abastecimiento Estratégico, se consultaron los procesos de contratación que se ha llevado a cabo en el Servicio Nacional de Aprendizaje SENA, con objetos similares al del presente proceso, para determinar el comportamiento de los mismos, aclarando que existen infinidad de variables que hacen completamente heterogéneo un proceso de otro, por ser específico para cada entidad dependiendo las necesidades y características propias.

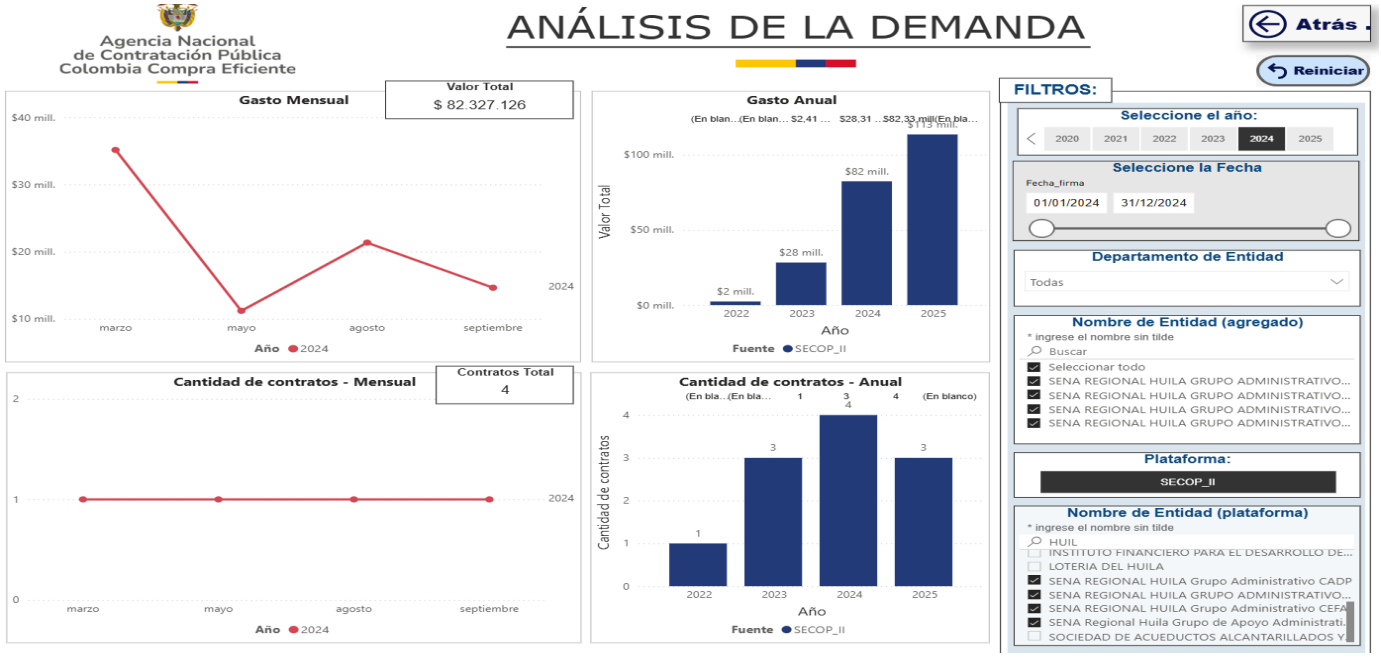
Para el análisis de la demanda se tomaron como referencia las categorías del segmento 14, 24, 31, 44, 90 arrojando la siguiente información:

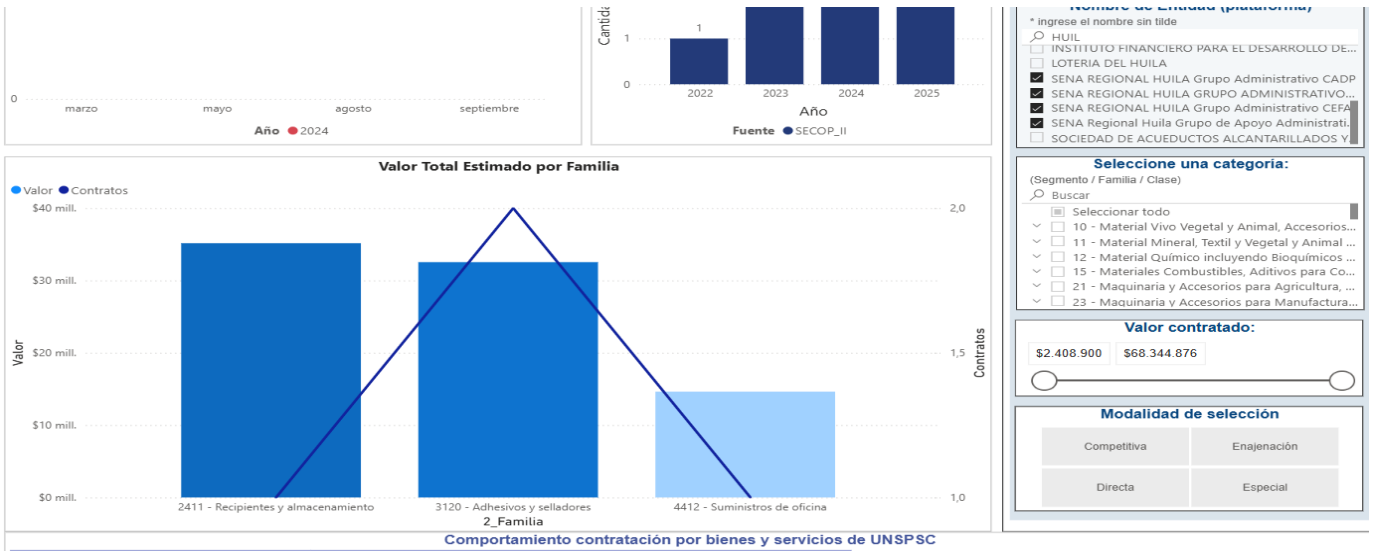
Análisis de la Oferta

La Entidad identificó que la necesidad puede ser satisfecha por persona natural o jurídica que cumpla con los requisitos exigidos en el Estudio Previo y que ofrezca el menor precio sin que este sea

artificialmente bajo, para el cumplimiento del objeto contractual y en este caso serían personas o empresas que presten el servicio de apoyo para la prestación del servicio.

Ahora bien, se identificaron a través de la herramienta de Clasificador de Bienes y Servicios dispuesta por Colombia Compra Eficiente www.colombiacompraeficiente.gov.co, los proveedores nacionales en el mercado que han apoyo para la prestación del servicio para lo cual se tomó como referencia las categorías del segmento 14, 24, 31, 44, 90 arrojando el siguiente listado.

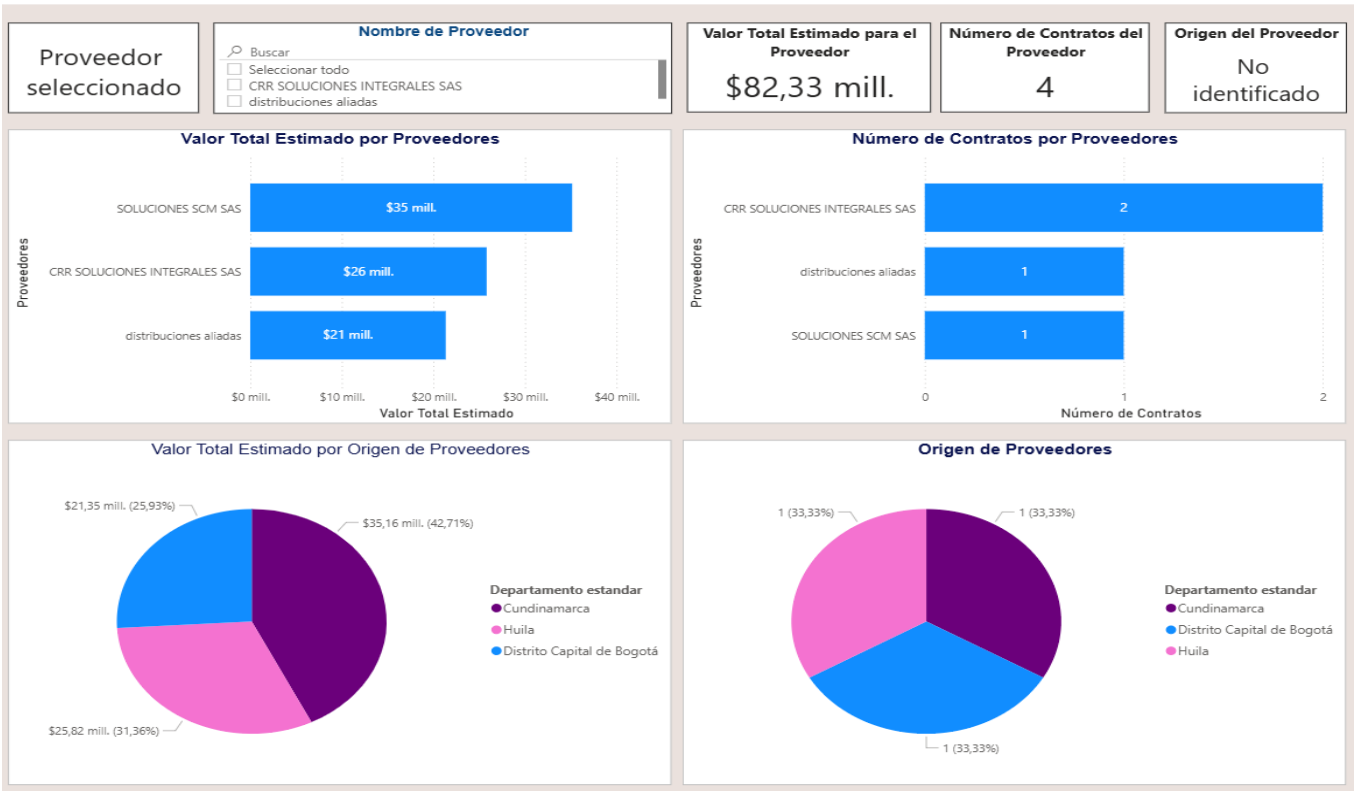


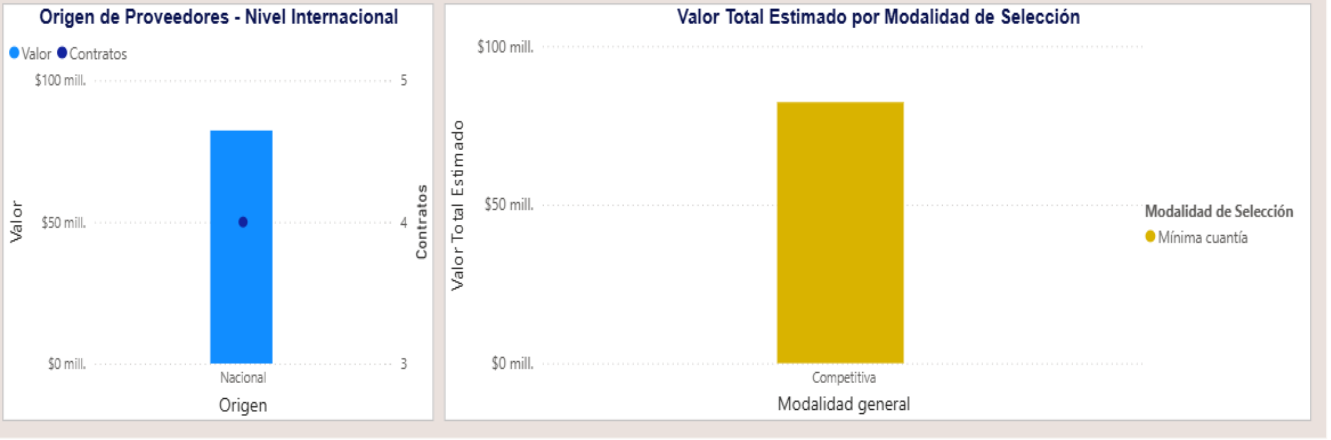


Comportamiento contratación por bienes y servicios de UNSPSC

Año	2024			Total		
Clasificador de Bienes y Servicios - Familia	Contratos	Valor	Participación	Contratos	Valor	Participación
2411 - Recipientes y almacenamiento	1	$35.158.375	42,71%	1	$35.158.375	42,71%
3120 - Adhesivos y selladores	2	$32.539.526	39,52%	2	$32.539.526	39,52%
4412 - Suministros de oficina	1	$14.629.225	17,77%	1	$14.629.225	17,77%
Total	**4**	**$82.327.126**	**100,00%**	**4**	**$82.327.126**	**100,00%**

FORMATO ANÁLISIS DEL SECTOR





De acuerdo con el artículo 3 de la Ley 1712 de 2014, sobre el principio de calidad de la información, las Entidades Estatales son responsables de la oportunidad, objetividad y veracidad de la información que publican.

La Agencia Nacional de Contratación Pública - Colombia Compra Eficiente no es responsable por la información publicada en el SECOP. Si requiere información o Documentos del Proceso debe solicitarlos a la Entidad Estatal que adelantó el Proceso de Contratación respectivo.

AGENCIA NACIONAL DE CONTRATACIÓN PÚBLICA - COLOMBIA COMPRA EFICIENTE -
Subdirección de Estudios de Mercado y Abastecimiento Estratégico (EMAE)
https://www.colombiacompra.gov.co/ informacion.emae@colombiacompra.gov.co
Agencia Nacional de Contratación Pública Colombia Compra Eficiente

De las gráficas podemos concluir que en lo corrido del año 2024 se llevaron a cabo 4 contratos SENA a nivel de los 5 centros de formación con categorías similares al presente Estudio Previo. Podemos

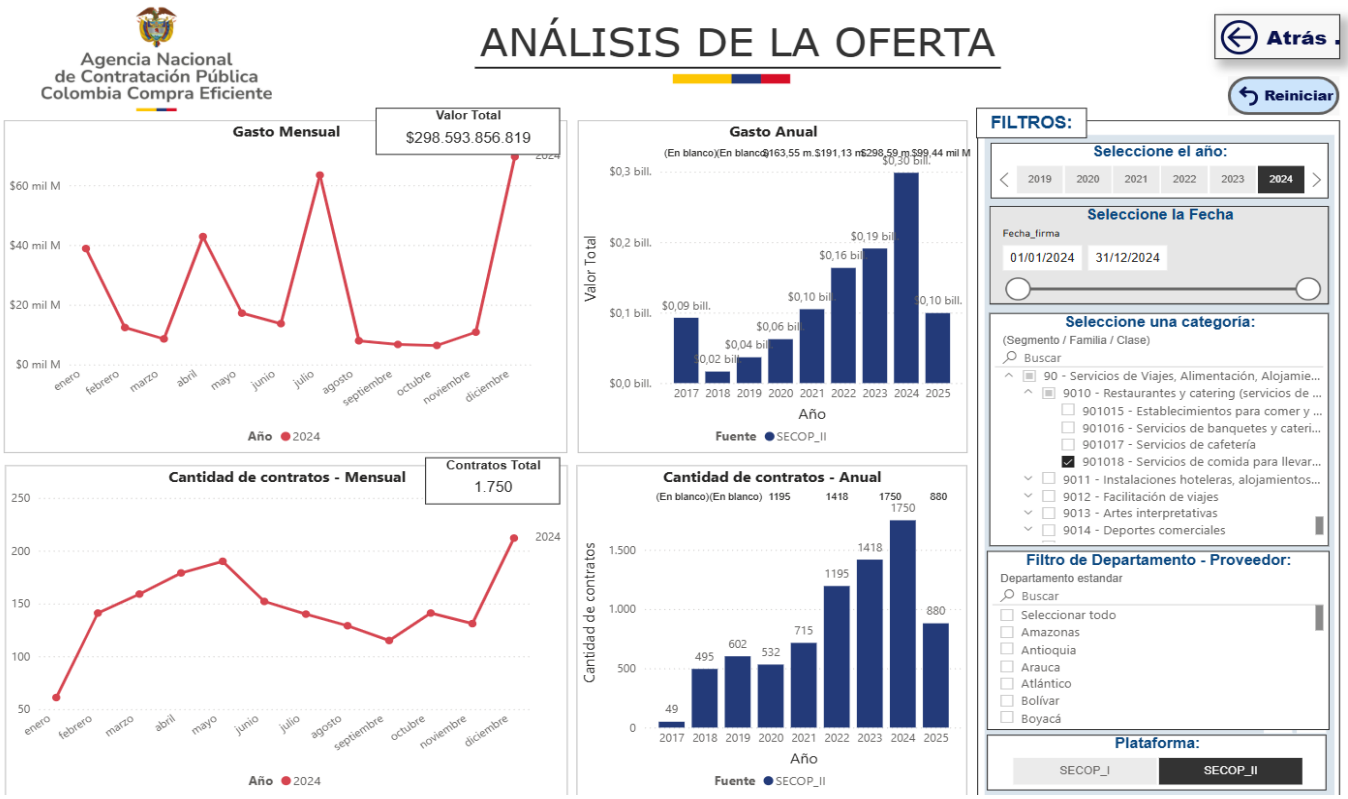
observar que para el año 2024 se presentó un aumento significativo comparado con el año 2023 respecto en la adquisición del servicio. El presente análisis hace referencia a la modalidad de contratación Mínima Cuantía.

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

Análisis de la Oferta

La Entidad identificó que la necesidad puede ser satisfecha por persona natural o jurídica que cumpla con los requisitos exigidos en el Estudio Previo y que ofrezca el menor precio sin que este sea artificialmente bajo, para el cumplimiento del objeto contractual y en este caso serían personas o empresas que presten el servicio de apoyo para la prestación del servicio.

Ahora bien, se identificaron a través de la herramienta de Clasificador de Bienes y Servicios dispuesta por Colombia Compra Eficiente www.colombiacompraeficiente.gov.co, los proveedores nacionales en el mercado que han apoyo para la prestación del servicio para lo cual se tomó como referencia las categorías del segmento 48 y 50 arrojando el siguiente listado.

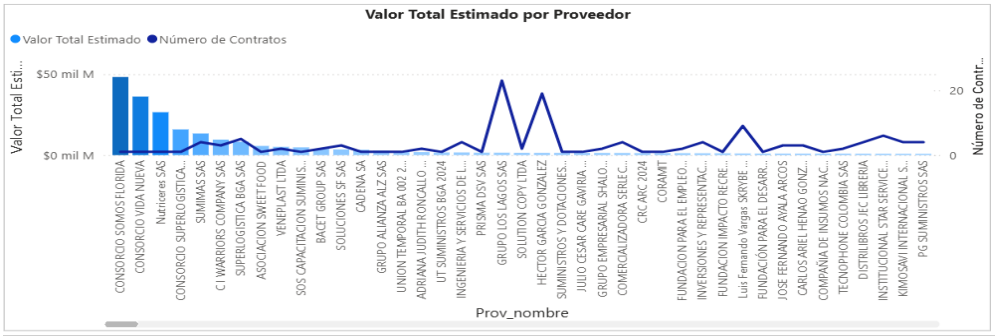


FORMATO ANÁLISIS DEL SECTOR

Valor Contratación
$298,59 mil M

Número de Proveedores
1122

Número de Contratos
1750

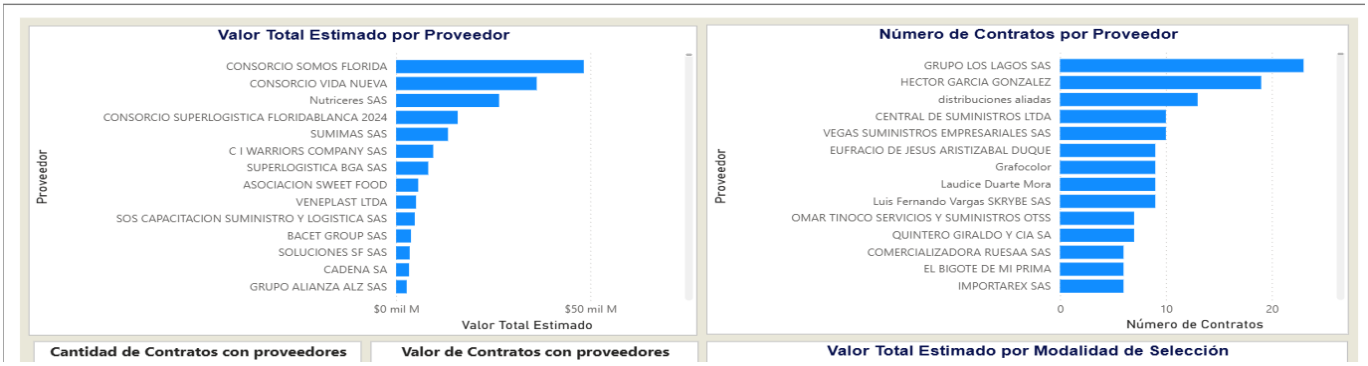


Nombre de Proveedor
Buscar
Seleccionar todo
GRUPO EMPRESARIAL TORISA SAS
VENEPLAST LTDA
1051240376
10981307675

Documento de Proveedor (Plataforma)
Buscar
Seleccionar todo
0000000000

Valor contratado:
$0 $310.000.000.000

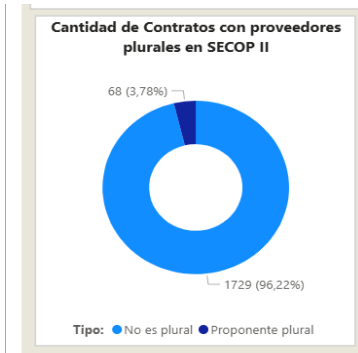
Modalidad de selección
Competitiva | Enajenación
Directa | Especial

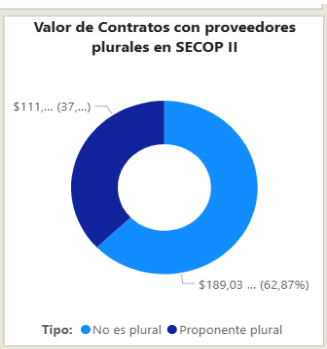


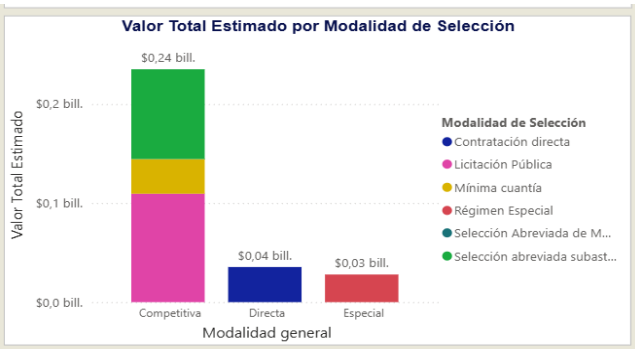
Cantidad de Contratos con proveedores

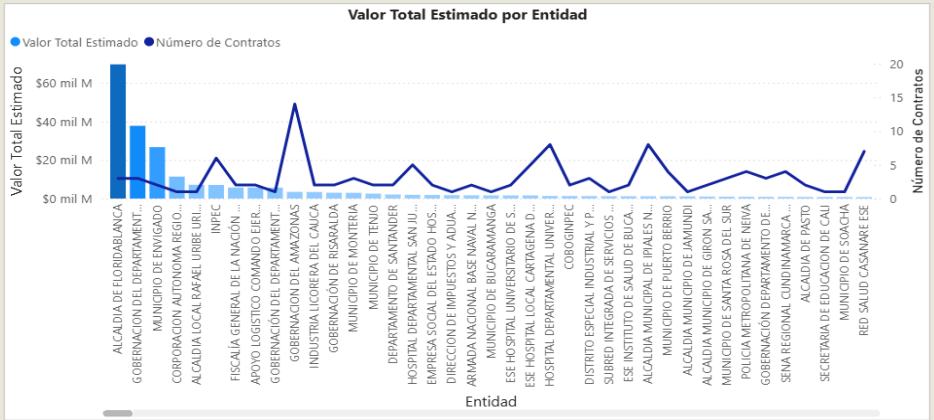
Valor de Contratos con proveedores

Valor Total Estimado por Modalidad de Selección







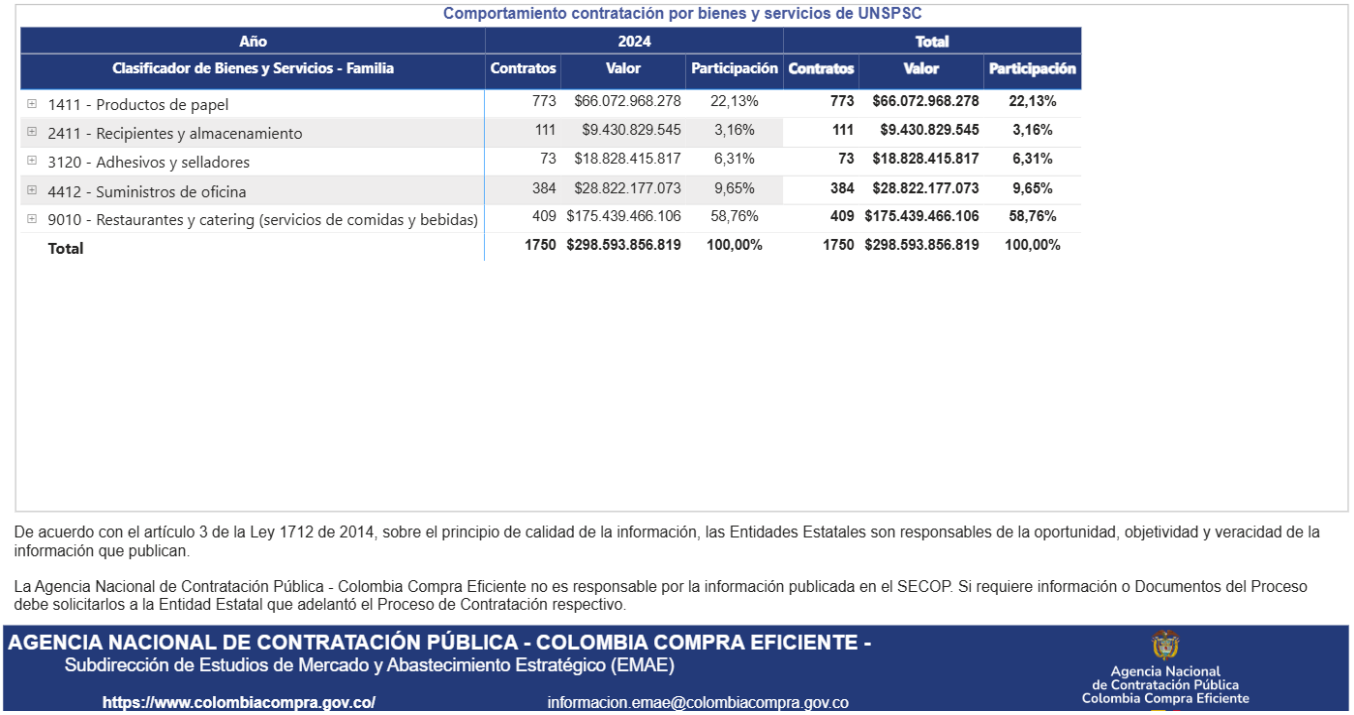


Departamento de Entidad
Todas

Nombre de Entidad (agregado)
* ingrese el nombre sin tilde
Buscar
Seleccionar todo
(En blanco)
AGENCIA DE RENOVACION DEL TERRITORIO
AGENCIA LOGISTICA DE LAS FUERZAS MILITARES
AGENCIA NACIONAL DE CONTRATACION PUBLICA (...
AGENCIA NACIONAL DE MINERIA - ANM

Nombre de Entidad (plataforma)
Buscar
Seleccionar todo
ESTABLECIMIENTO PENITENCIARIO DE MEDIANA SE...
ALCALDIA MUNICIPAL FUSAGASUGA
APC COLOMBIA
COMANDO DE RECLUTAMIENTO Y CONTROL RESER...
CORPOURABA
ESTABLECIMIENTO PENITENCIARIO DE MEDIANA SE...

FORMATO ANÁLISIS DEL SECTOR



Comportamiento contratación por bienes y servicios de UNSPSC

Año	2024			Total		
Clasificador de Bienes y Servicios - Familia	Contratos	Valor	Participación	Contratos	Valor	Participación
⊞ 1411 - Productos de papel	773	$66.072.968.278	22,13%	**773**	**$66.072.968.278**	**22,13%**
⊞ 2411 - Recipientes y almacenamiento	111	$9.430.829.545	3,16%	**111**	**$9.430.829.545**	**3,16%**
⊞ 3120 - Adhesivos y selladores	73	$18.828.415.817	6,31%	**73**	**$18.828.415.817**	**6,31%**
⊞ 4412 - Suministros de oficina	384	$28.822.177.073	9,65%	**384**	**$28.822.177.073**	**9,65%**
⊞ 9010 - Restaurantes y catering (servicios de comidas y bebidas)	409	$175.439.466.106	58,76%	**409**	**$175.439.466.106**	**58,76%**
Total	**1750**	**$298.593.856.819**	**100,00%**	**1750**	**$298.593.856.819**	**100,00%**

De acuerdo con el artículo 3 de la Ley 1712 de 2014, sobre el principio de calidad de la información, las Entidades Estatales son responsables de la oportunidad, objetividad y veracidad de la información que publican.

La Agencia Nacional de Contratación Pública - Colombia Compra Eficiente no es responsable por la información publicada en el SECOP. Si requiere información o Documentos del Proceso debe solicitarlos a la Entidad Estatal que adelantó el Proceso de Contratación respectivo.

AGENCIA NACIONAL DE CONTRATACIÓN PÚBLICA - COLOMBIA COMPRA EFICIENTE -
Subdirección de Estudios de Mercado y Abastecimiento Estratégico (EMAE)
https://www.colombiacompra.gov.co/ informacion.emae@colombiacompra.gov.co
Agencia Nacional de Contratación Pública Colombia Compra Eficiente

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

Aspecto Legal

El marco legal del presente proceso de mínima cuantía y del contrato que se derive de su adjudicación, está conformado por la Constitución Política, las leyes de la República de Colombia y en especial por las siguientes disposiciones:

a) Ley 80 de 1993, Ley 1150 de 2007,
b) Disposiciones de los Códigos Civil, de Comercio, la invitación púbica, aclaraciones, adendas, formatos y anexos.
c) Las demás normas concordantes con la materia, que rijan o lleguen a regir los aspectos del proceso de mínima cuantía.
d) Las normas vigentes que resulten pertinentes de acuerdo con la Ley Colombiana se presumen conocidas por todos los proponentes

En caso de contradicciones entre la invitación pública y la Ley, primará lo establecido en la Ley y demás normas legales.

Para esta contratación, se cuenta con la regulación del siguiente marco normativo:
• Ley 80 de 1993
• Ley 1150 de 2007
• Ley 1474 de 2011
• Decreto 1082 de 2015

FORMATO ANÁLISIS DEL SECTOR

• Decreto 1860 de 2021

• Resoluciones No. 223 del 25 de febrero de 2021, No. 392 del 25 de marzo de 2021, No. 777 del 02 de junio de 2021- Minsalud.

Análisis de Precios

Para este proceso, se publicó el día 25 de junio de 2025 la solicitud de información a proveedores con No. SIP-HIL-013-2025 a través de la plataforma del SECOP II, la cual estuvo vigente hasta el día 4 de julio de 2025, invitando al proveedor a presentar su cotización, estableciendo expresamente que ni la formulación de la solicitud ni la presentación de la cotización generan compromiso u obligación por parte del SENA, pues no corresponden a un procedimiento de selección, para lo cual a través de la plataforma SECOP II, se recibió cotizaciones por parte de las empresas **LOS SABORES DE MI TIERRA, ASESORIA CONSULTORIA & INGENIERIA, ASESORIA CONSULTORIA & INGENIERIA** las cuales fueron objeto de análisis e precios a través de promedio aritmético, como se muestra en la siguiente tabla:

ITEM	ESPECIFICACIONES TÉCNICAS DE LOS BIENES	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COTIZACIÓN No. 1 LOS SABORES DE MI TIERRA		COTIZACIÓN No. 2 ASESORIA CONSULTORIA & INGENIERIA		COTIZACIÓN No. 2 ASESORIA CONSULTORIA & INGENIERIA		PRECIO UNITARIO PROMEDIO CON IVA	PRECIO TOTAL PROMEDIO CON IVA
				VALOR UNITARIO CON IVA	VALOR TOTAL CON IVA	VALOR UNITARIO CON IVA	VALOR TOTAL CON IVA	VALOR UNITARIO CON IVA	VALOR TOTAL CON IVA		
PLATO FUERTE											
1	Almuerzo tipo ejecutivo bandeja (bandeja con proteína pollo asado, arroz, ensalada, papa cocida, bebida natural jugo tamaño personal), empacado en caja de icopor, cubiertos desechables y entregados en el sitio del evento.	Unidad	350	**27.000**	**9.450.000**	**30.000**	**10.500.000**	**26.000**	**9.100.000**	**27.667**	**9.683.450**
2	Desayuno tipo americano: fruta o bebida natural (jugo) vaso 9 Oz, huevos al gusto cantidad mínima dos (2) (en cacerola y/o revueltos) con arepa y/o tajada de maduro, chocolate o café en leche vaso de 6 Oz, con pan 50 gramos y porción de queso 40 Gr y entregados en el sitio del evento	Unidad	350	**20.000**	**7.000.000**	**21.000**	**7.350.000**	**16.000**	**5.600.000**	**19.000**	**6.650.000**
3	Refrigerio: sándwich de jamón, tomate, lechuga y queso, acompañado con bebida fría tamaño personal 9 onzas o café en leche empacado en desechables de icopor. Se entregará empacado y con servilleta en el sitio del evento.	Unidad	350	**17.000**	**5.950.000**	**19.000**	**6.650.000**	**11.000**	**3.850.000**	**15.667**	**5.483.450**
4	Agua en botella de 250 ml	Unidad	350	**1.500**	**525.000**	**1.800**	**630.000**	**700**	**245.000**	**1.333**	**466.550**
5	Papel bond tamaño carta presentación (resmas)	Unidad	20	**27.000**	**540.000**	**28.000**	**560.000**	**13.500**	**270.000**	**22.833**	**456.660**
6	Papel Kraft 70x100 cm 115 gr	Unidad	150	**2.500**	**375.000**	**2.850**	**427.500**	**533**	**79.950**	**1.961**	**294.150**
7	Cartulina colores surtidos 70x100 cm	Unidad	100	**2.500**	**250.000**	**2.850**	**285.000**	**950**	**95.000**	**2.100**	**210.000**
8	Marcadores permanentes colores surtidos	UNIDAD	150	**3.000**	**450.000**	**3.500**	**525.000**	**1.466**	**219.900**	**2.655**	**398.250**

FORMATO ANÁLISIS DEL SECTOR

9	Cinta de enmascarar 24 mm x 40 multipropósito	UNIDAD	50	**17.000**	**850.000**	**18.200**	**910.000**	**4.200**	**210.000**	**13.133**	**656.650**
	TOTAL				**25.390.000**		**27.837.500**		**19.669.850**		**$ 24.299.160**

Una vez analizadas las cotizaciones Allegadas por las empresas **LOS SABORES DE MI TIERRA, ASESORIA CONSULTORIA & INGENIERIA, JOSE RICARDO RAMIREZ CUELLAR** se toma la fórmula del valor promedio para determinar los precios unitarios de cada ítem, y así definir el presupuesto oficial del presente proceso de contratación el cual es arroja un valor de **VEINTISÉIS MILLONES SEISCIENTOS TRECE MIL SETECIENTOS CINCUENTA MIL PESOS M/CTE. ($26.613.750,00). NOTA:** Se le sugiere al área técnica realizar una revisión de la presente solicitud toda vez que el valor arrojado en el análisis supera el valor del presupuesto asignado el cual es de VENTICUATRO MILLONES PESOS (24.000.000,00) M/CTE.

ITEM	ESPECIFICACIONES TÉCNICAS DE LOS BIENES	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COTIZACIÓN No. 1 LOS SABORES DE MI TIERRA		COTIZACIÓN No. 2 ASESORIA CONSULTORIA & INGENIERIA		COTIZACIÓN No. 2 ASESORIA CONSULTORIA & INGENIERIA		PRECIO UNITARIO PROMEDIO CON IVA	PRECIO TOTAL PROMEDIO CON IVA
				VALOR UNITARIO CON IVA	VALOR TOTAL CON IVA	VALOR UNITARIO CON IVA	VALOR TOTAL CON IVA	VALOR UNITARIO CON IVA	VALOR TOTAL CON IVA		
1	Almuerzo tipo ejecutivo bandeja (bandeja con proteína pollo asado, arroz, ensalada, papa cocida, bebida natural jugo tamaño personal), empacado en caja de icopor, cubiertos desechables y entregados en el sitio del evento.	Unidad	350	**27.000**	**9.450.000**	**30.000**	**10.500.000**	**26.000**	**9.100.000**	**27.667**	**9.683.450**
2	Desayuno tipo americano: fruta o bebida natural (jugo) vaso 9 Oz, huevos al gusto cantidad mínima dos (2) (en cacerola y/o revueltos) con arepa y/o tajada de maduro, chocolate o café en leche vaso de 6 Oz, con pan 50 gramos y porción de queso 40 Gr y entregados en el sitio del evento	Unidad	350	**20.000**	**7.000.000**	**21.000**	**7.350.000**	**16.000**	**5.600.000**	**19.000**	**6.650.000**
3	Refrigerio: sándwich de jamón, tomate, lechuga y queso, acompañado con bebida fría tamaño personal 9 onzas o café en leche empacado en desechables de icopor. Se entregará empacado y con servilleta en el sitio del evento.	Unidad	350	**17.000**	**5.950.000**	**19.000**	**6.650.000**	**11.000**	**3.850.000**	**15.667**	**5.483.450**
4	Agua en botella de 250 ml	Unidad	350	**1.500**	**525.000**	**1.800**	**630.000**	**700**	**245.000**	**1.333**	**466.550**
5	Papel bond tamaño carta presentación (resmas)	Unidad	10	**27.000**	**270.000**	**28.000**	**280.000**	**13.500**	**135.000**	**22.833**	**228.330**
6	Papel Kraft 70x100 cm 115 gr	Unidad	120	**2.500**	**300.000**	**2.850**	**342.000**	**533**	**63.960**	**1.961**	**235.320**
7	Cartulina colores surtidos 70x100 cm	Unidad	100	**2.500**	**250.000**	**2.850**	**285.000**	**950**	**95.000**	**2.100**	**210.000**
8	Marcadores permanentes colores surtidos	UNIDAD	145	**3.000**	**435.000**	**3.500**	**507.500**	**1.466**	**212.570**	**2.655**	**384.975**

9	Cinta de enmascarar 24 mm x 40 multipropósito	UNIDAD	50	**17.000**	**850.000**	**18.200**	**910.000**	**4.200**	**210.000**	**13.133**	**656.650**
	TOTAL				**25.030.000**		**27.454.500**		**19.511.530**		**$ 23.998.725**

Una vez analizadas las cotizaciones Allegadas por las empresas **LOS SABORES DE MI TIERRA, ASESORIA CONSULTORIA & INGENIERIA, JOSE RICARDO RAMIREZ CUELLAR** se toma la fórmula del valor promedio para determinar los precios unitarios de cada ítem, y así definir el presupuesto oficial del presente proceso de contratación el cual es arroja un valor de **VEINTISÉIS MILLONES SEISCIENTOS TRECE MIL SETECIENTOS CINCUENTA MIL PESOS M/CTE. ($26.613.750,00). NOTA:** Se le sugiere al área técnica realizar una revisión de la presente solicitud toda vez que el valor arrojado en el análisis supera el valor del presupuesto asignado el cual es de **VENTICUATRO MILLONES PESOS (24.000.000,00) M/CTE.**

Que una vez revisado el presente análisis de cotización el área técnica toma la decisión de disminuir cantidades así: del **ítem 5**: de 20 unidades a 10 unidades, **ítem 6:** de 150 a 120, del **ítem 8**: de 150 a 145.

Por lo anterior, y una vez analizadas las cotizaciones, se toma la fórmula del valor promedio para determinar el presupuesto oficial y definir los precios unitarios de cada ítem, definiendo el presupuesto del proceso por un valor de **VEINTITRÉS MILLONES NOVECIENTOS NOVENTA Y OCHO MIL SETECIENTOS VEINTICINCO PESOS M/CTE. ($23.998.725,00).**

3.4.1. Acuerdos Comerciales:

En observancia del numeral 8 del Artículo 2.2.1.1.2.1.1., del Decreto 1082 de 2015, establece: "…Las entidades Estatales no deben hacer el análisis de acuerdos comerciales para los procesos de Contratación adelantados por las modalidades de Selección de contratación directa y de mínima cuantía…".

Firmado digitalmente por Campo Elías Gutiérrez Polanía

CAMPO ELIAS GUTIÉRREZ POLANIA
Director Regional

Proyectó: Angela Pamela Racedo - Contratista Grupo Regional Gestión del Talento Humano

Revisó: Miguel Alirio Argote, Grupo de Coordinación Regional de Formación

Miguel Alirio Argote
Firmado digitalmente por Miguel Alirio Argote
Fecha: 2025.07.10 10:51:53 -05'00'