ANEXO No. 2

ANÁLISIS DEL SECTOR Y ANÁLISIS DE RIESGO Y FORMA DE MITIGARLO

El SENA Regional Risaralda, realiza el análisis del sector en cumplimiento a lo establecido en Artículo 2.2.1.1.1.6.1. Decreto 1082 de 2015, bajo los lineamientos de Colombia Compra Eficiente, así:

OBJETO: Prestar servicios de apoyo para implementar acciones de fortalecimiento comunitario y promoción de la economía popular en la Regional Risaralda, en el marco de la estrategia de Formación Continua Especial Popular – FCEP, mediante una Asociación Público–Popular (APPo), en colaboración con el SENA.

1. ASPECTOS GENERALES

La divulgación de eventos empresariales se centra en informar y promocionar estos eventos para asegurar una buena asistencia y lograr los objetivos propuestos. Esto implica una planificación estratégica que abarca desde la definición del público objetivo hasta la elección de canales de comunicación y la medición de resultados.

La Ley 2462 de 2025 reconoce al campesinado como sujeto de especial protección constitucional y garantiza el derecho a su participación, representación y desarrollo integral. Esta ley promueve el fortalecimiento de políticas públicas orientadas al bienestar del campesinado, dentro de las cuales se contempla: La promoción de espacios de participación y organización social del campesinado.

El acceso a mercados campesinos como forma de dinamizar las economías locales y mejorar las condiciones de vida rural.

El impulso a la asociatividad rural y a los procesos de formación y fortalecimiento de capacidades en el territorio.

Con base en esta ley, el SENA, como entidad del Estado con funciones de formación para el trabajo y el desarrollo productivo, está llamado a implementar estrategias como CampeSENA, que se alinean con las finalidades establecidas por la Ley 2462.

Dando cumplimiento a la política pública establecida en el Plan Nacional de Desarrollo 2022 – 2026 “Colombia Potencia Mundial de la Vida”, la cual se enfoca la priorización de atención a la población perteneciente a la Economía Campesina, desde el Servicio Nacional de Aprendizaje SENA se creó una estrategia que permite la atención diferencial a esta población, la cual fue establecida a través del acuerdo 003 de 2023 Estrategia CampeSENA

Así mismo, en el Plan de Acción 2025 “Transformando Juntos: Formación para el Cambio”, se establecieron las acciones institucionales dirigidas a fortalecer la formación para el trabajo en coherencia con las iniciativas del gobierno nacional; en el cual, uno de los factores relevantes para el cambio se encamina a la Transformación Productiva del campesinado, lineamientos establecidos en el numeral 3 “Estrategias Institucionales” del señalado plan.
La realización de estas actividades de apoyo a la economía no solo responde al compromiso institucional, con el reconocimiento y visibilización del campesinado, sino que constituye un espacio de diálogo social, encuentro cultural y fortalecimiento comunitario, a través del cual se busca:

✓ Fortalecer el vínculo entre la Entidad y las comunidades rurales.

✓ Difundir la oferta institucional disponible en materia de formación, emprendimiento y desarrollo
productivo.

✓ Reconocer el liderazgo y los saberes campesinos.

✓ Promover espacios de integración e identidad territorial.

Enfoque de género

La **equidad de género** y el reconocimiento de la **mujer rural** como agente clave del desarrollo sostenible también tienen un rol protagónico. En efecto, el **artículo 17 de la Ley 2462 de 2025** establece que el SENA debe garantizar el acceso de las mujeres rurales, campesinas y de la pesca a todos sus programas de formación, con enfoque interseccional, territorial y de equidad.

Esta norma ordena, además:

- Diversificar la oferta formativa para adaptarse a los estilos de vida y roles sociales de las mujeres rurales.
- Fortalecer los procesos de **Reconocimiento de Aprendizajes Previos (RAP)**.
- Validar formalmente saberes ancestrales como la agroecología, medicina tradicional y manejo sostenible de recursos.

Acciones definidas para 2025

En cumplimiento de estos mandatos, el SENA ha definido acciones estratégicas de fomento dirigidas a visibilizar procesos organizativos, productivos e innovadores liderados por campesinas, campesinos y sus asociaciones, tales como:
Encuentros de Mujeres Campesinas: espacios de liderazgo, empoderamiento y articulación territorial.

- **Muestras Productivas de Mujeres**: visibilización del impacto de la formación y el emprendimiento femenino rural.
- **Ferias Empresariales y Mercados Campesinos**: fortalecimiento de canales de comercialización.
- **Ruedas de Negocios**: articulación entre la oferta rural y los mercados formales.

- **Agendas Académicas**: difusión de la oferta de CampeSENA y Full Popular con enfoque territorial.

Estas actividades están articuladas a los programas **SENA Emprende Rural**, **AGROSENA** y **Formación para el Trabajo (Full Popular)**, con recursos asignados por regional y centro de formación.

Aspectos generales de la divulgación:

- **Definición de objetivos:** Antes de comenzar, es crucial tener claro el propósito del evento y a quién se dirige para poder adaptar la comunicación.
- **Identificación del público objetivo:** Conocer el perfil de los asistentes ayuda a personalizar la estrategia de comunicación.
- **Estrategia de comunicación:** Elegir los canales más adecuados para llegar al público objetivo, como redes sociales, correo electrónico, prensa, etc.
- **Creación de contenido atractivo:** Elaborar mensajes persuasivos y relevantes que despierten el interés de los asistentes.
- **Promoción del evento:** Utilizar diferentes herramientas para dar a conocer el evento, como invitaciones, boletines informativos, anuncios, etc.
- **Gestión de la inscripción:** Simplificar el proceso de inscripción para facilitar la asistencia.
- **Seguimiento y evaluación:** Medir el impacto de la divulgación para identificar áreas de mejora.

Herramientas de divulgación:

- **Redes sociales:** Plataformas como Facebook, LinkedIn, Twitter, etc., son ideales para llegar a un público amplio y diversificado.
- **Correo electrónico:** Permite una comunicación personalizada y segmentada con los asistentes.
- **Sitios web:** Ofrecen una plataforma para presentar información detallada sobre el evento y facilitar la inscripción.
- **Prensa:** Publicar notas de prensa y realizar entrevistas con los medios de comunicación.
- **Partnerships:** Colaborar con otras empresas o instituciones para ampliar el alcance de la divulgación.

Aspectos clave para una divulgación exitosa:

- **Planificación detallada:** La planificación es esencial para asegurar que la divulgación se realice de manera efectiva y que los resultados sean los esperados.
- **Comunicación clara y concisa:** La información debe ser fácil de entender y transmitir.
- **Personalización de los mensajes:** Adaptar los mensajes a cada público objetivo para lograr una mayor resonancia.
- **Creatividad y originalidad:** Destacar el evento para llamar la atención de los asistentes.

- **Seguimiento y medición de resultados:** Evaluar el impacto de la divulgación para mejorar la estrategia en el futuro.

La oferta en la divulgación de eventos empresariales debe ser atractiva, relevante y clara, enfocada en el público objetivo y en los objetivos del evento. Se debe comunicar la información clave de manera concisa y llamativa, utilizando diversos canales y formatos para maximizar el alcance y la participación.
Elementos clave de la oferta:

- **Objetivo del evento:** ¿Qué se pretende lograr con el evento? ¿Ventas, generación de leads, fidelización de clientes, lanzamiento de un nuevo producto o servicio, etc.?
- **Beneficios para los asistentes:** ¿Qué ventajas obtendrán los asistentes al participar en el evento? ¿Conocimiento, networking, oportunidades de negocio, formación, etc.?
- **Contenido y programa:** ¿Qué temas se abordarán, qué ponentes participarán, qué tipo de actividades se realizarán?
- **Fecha, hora y ubicación:** ¿Cuándo y dónde se llevará a cabo el evento?
- **Costo y opciones de inscripción:** ¿Cuánto cuesta participar en el evento y cómo se puede inscribir?
- **Información de contacto:** ¿Cómo pueden los interesados obtener más información o registrarse?

Canales de divulgación:

- **Página web del evento:** Debe ser una plataforma completa y actualizada, que proporcione toda la información relevante sobre el evento.
- **Redes sociales:** Crear perfiles en las redes sociales relevantes y compartir contenido atractivo, como imágenes, videos y actualizaciones sobre el evento.
- **Correo electrónico:** Envío de boletines informativos, invitaciones personalizadas y recordatorios.
- **Comunicados de prensa:** Difundir información sobre el evento a través de medios de comunicación.
- **Patrocinios:** Buscar colaboraciones con otras empresas o instituciones para ampliar el alcance del evento.
- **Publicidad online:** Anuncios en plataformas de búsqueda y redes sociales.

2. ASPECTOS ECONOMICOS DEL SECTOR

La divulgación de eventos empresariales presenta importantes aspectos económicos, tanto para la empresa que organiza el evento como para la economía local y la industria de eventos en general. Los eventos generan ingresos, impulsan la economía y fortalecen la marca.
Para la empresa organizadora:

- **Generación de ingresos:** Algunos eventos, como ferias y congresos, pueden generar ingresos directos a través de entradas, patrocinios o venta de productos/servicios.

- **Mejora del marketing:** Los eventos son una excelente oportunidad para promocionar la marca, generar leads y fortalecer la imagen de la empresa.
- **Construcción de relaciones:** Permiten construir y fortalecer relaciones con clientes, socios comerciales y empleados.
- **Impulso de la cultura empresarial:** Los eventos pueden fortalecer los valores y la identidad de la organización.

Para la economía local:

- **Impacto económico directo:** Los eventos atraen a visitantes y participantes que gastan en alojamiento, alimentación, transporte y otras actividades, lo que genera ingresos para la economía local.
- **Creación de empleo:** La organización de eventos genera empleos directos e indirectos, tanto en el sector de la hostelería como en otras áreas.
- **Promoción turística:** Los eventos pueden atraer a turistas y contribuir a la promoción de la ciudad o región.

Para la industria de eventos:

- **Aporte a la economía:** La industria de eventos es un sector importante que contribuye al PIB y genera empleos.
- **Generación de valor:** Los eventos son una forma de generar valor a través de la capacitación, el networking y la promoción de negocios.
- **Posicionamiento de marca:** La industria de eventos ofrece herramientas para posicionar la marca, atraer patrocinadores y generar ingresos.

En resumen, la divulgación de eventos empresariales es una estrategia económica efectiva que beneficia a la empresa organizadora, la economía local y la industria de eventos en general. La clave está en planificar y ejecutar eventos que sean atractivos, relevantes y que generen un impacto positivo.

3. ASPECTO NORMATIVO

La divulgación de eventos empresariales, desde el punto de vista normativo, implica el cumplimiento de regulaciones y estándares para garantizar una comunicación efectiva, transparente y legal. Esto incluye la gestión de permisos, la seguridad, la calidad de los alimentos y bebidas, y la protección de datos personales.

Aspectos a considerar:

- **Permisos y autorizaciones:** Dependiendo del tipo de evento (cultural, deportivo, etc.) y del lugar, se requerirán permisos específicos de las autoridades locales (municipalidad, gobernación) para la organización, funcionamiento y seguridad.
- **Normativa de seguridad:** Es fundamental cumplir con las normas de seguridad para la protección de los participantes, incluyendo la capacidad del espacio, sistemas de

evacuación, señalización y personal de seguridad.

- **Salud y alimentación:** Si se sirve comida o bebida, es crucial cumplir con las regulaciones de sanidad, higiene y calidad de los alimentos, así como con las normas sobre etiquetado y alergias.
- **Protección de datos personales:** Al recolectar información de los participantes (registros, encuestas, etc.), se debe cumplir con la legislación de protección de datos, garantizando la seguridad y privacidad de la información.
- **Protocolo y etiqueta:** Un protocolo de eventos empresariales es el conjunto de normas para saber cómo actuar dependiendo de la situación del evento, buscando cuidar la imagen y valores de la empresa.
- **Comunicación:** La comunicación del evento debe ser clara, coherente y alineada con los valores y objetivos de la empresa, tanto en la invitación como en la presentación y discursos.
- **Norma ISO 20121:** Esta norma internacional establece los requisitos para la gestión de eventos desde el punto de vista de la calidad y sostenibilidad, certificando a la empresa que organiza el evento.
- **Norma NTS-OPC 001:** Esta norma técnica sectorial establece los requisitos de calidad que deben cumplir los operadores profesionales de congresos, ferias y convenciones.
- **Manual de protocolo empresarial:** Este documento debe ser accesible para todos los integrantes de la compañía, para que conozcan su actuar y funciones en el día a día y durante un evento.
- **Ley General de Protección de Datos Personales en Posesión de Sujetos Obligados:** Garantiza el derecho de las personas a controlar su información personal.
- **Decreto 1276 de 2020 (Colombia):** Define la autorización para espectáculos públicos de las artes escénicas.
- **Normas locales de sanidad y seguridad:** Establecen los requisitos para la operación de eventos en cada municipio o departamento.
- **Ley 2294 del 19 de mayo de 2023** es la norma que expide el Plan Nacional de Desarrollo 2022-2026, titulado "Colombia Potencia Mundial de la Vida". Este plan establece las bases para el desarrollo del país durante ese período, enfocándose en la transformación social, la justicia económica y la estabilidad macroeconómica, entre otros aspectos
- **Resolución 1617 de 2017**-Programa Empleos Verdes para la Paz en el marco del Mecanismo de Protección al Cesante, para promover el empleo y el emprendimiento rural
- Política de Crecimiento Verde (Conpes 3934 de 2018)
- Estrategia Distrital de Crecimiento Verde 2021-2030
- Política para la Reactivación, la Repotenciación y el Crecimiento Sostenible e Incluyente: nuevo compromiso por el futuro de Colombia (Conpes 4023 del 2021).
- Ley de Acción Climática (Ley 2169 de 2021)
- **Circular No. 3-2025-000054 del SENA**

En resumen, la divulgación de eventos empresariales debe estar en consonancia con las

normas legales y de protocolo, asegurando la transparencia, seguridad y protección de los participantes, así como la imagen de la empresa.

4. ASPECTOS AMBIENTALES

Para divulgar eventos empresariales de manera ambientalmente responsable, es fundamental enfocarse en la sostenibilidad en todas las etapas del proceso, desde la planificación hasta la post-evento. Esto implica considerar aspectos como la ubicación, el transporte, el consumo de recursos, el uso de materiales, la gestión de residuos y la comunicación, a tener en cuenta antes, durante y después del evento de divulgación empresarial:

- **Planificación:**
  - Establecer objetivos de sostenibilidad desde el inicio del proceso.
  - Realizar un análisis de impacto ambiental.
  - Diseñar el evento de forma que minimice el impacto en el medio ambiente.
- **Divulgación:**
  - Informar a los asistentes sobre las prácticas sostenibles implementadas.
  - Utilizar herramientas de comunicación digital para reducir el uso de papel.
  - Fomentar la participación de los asistentes en las acciones de sostenibilidad.
- **Post-evento:**
  - Medir y analizar el impacto ambiental del evento.
  - Compartir los resultados con los asistentes y las partes interesadas.
  - Implementar mejoras para futuros eventos.

Al implementar estos aspectos, se puede lograr que los eventos empresariales no solo sean exitosos desde una perspectiva comercial, sino también desde una perspectiva ambiental y social.

Aspectos clave a considerar en la divulgación de eventos empresariales:

- **Ubicación:**
  - Priorizar espacios con buenas infraestructuras y accesibilidad.
  - Evaluar el impacto ambiental del lugar, considerando el acceso al transporte público, la eficiencia energética y la gestión de residuos.
- **Transporte:**
  - Fomentar el uso de transporte público, bicicletas y opciones de movilidad sostenible.
  - Reducir el uso de vehículos particulares y promover la participación en programas de transporte compartido.
- **Consumo de recursos:**
  - Optar por proveedores que generen menor impacto ambiental y priorizar productos reutilizables.
  - Implementar prácticas de ahorro de agua y energía, utilizando iluminación natural y sistemas eficientes.
- **Materiales y residuos:**

- Comunicar sin papel, utilizar materiales reciclados y evitar el desperdicio alimentario.
- Promover la separación y el reciclaje de residuos, así como la reutilización de materiales en futuros eventos.

- **Comunicaciones:**
  - Utilizar herramientas digitales para la difusión de información, reduciendo el uso de papel.
  - Informar a los asistentes sobre las prácticas de sostenibilidad implementadas en el evento.
- **Post-evento:**
  - Analizar el impacto ambiental del evento, incluyendo el transporte, el consumo de energía y agua, y la gestión de residuos.
- Realizar un informe detallado sobre las acciones sostenibles implementadas

Sectores con potenciales empleos verdes.

En Colombia, existen diferentes sectores productivos y económicos con gran potencial para implementar, crear e identificar empleos verdes. La transición hacia prácticas más sostenibles, junto con la innovación en estos sectores, pueden fortalecer tanto el mercado laboral como el compromiso ambiental del país. Con el liderazgo del Ministerio del Trabajo y la Estrategia de Transición Justa de la Fuerza Laboral, que orienta los lineamientos de política necesarios para el avance hacia el carbono neutralidad y la sostenibilidad de los sistemas productivos nacionales, se han priorizado los sectores productivos incluidos en la ley 2160 de 2021, a ser transformados en el marco de esta estrategia: reconozca las dinámicas, necesidades y potencialidades de estos sectores productivos de manera estratégica.

• Minero-energético
• Agroindustria
• Transporte
• Comercio
• Industria
• Turismo
• Construcción

Que sumados a sectores estratégicos como el manejo de residuos, la silvicultura, la conservación y la educación suponen sectores estratégicos de transformación para hacer de la transición justa un proceso incluyente y que reconozca las dinámicas, necesidades y potencialidades de estos sectores productivos de manera estratégica

5. ESTUDIO DEL MERCADO

Analizando el mercado se evidencia que **CORPORACION SOCIAL MANANTIAL** es una entidad que tiene como objetivo el de contribuir al mejoramiento de la competitividad y la productividad a nivel local, regional o nacional, induciendo la demanda por conocimiento

científico, desarrollo tecnológico y/o innovación entre el Estado, el Sector Productivo, los Centros de Generación de Conocimiento y la Sociedad Civil, así como promover la interacción y el flujo de información entre ellos.

De acuerdo a la Circular No. 3-2025-000054 del SENA la cual expide lineamientos para la contratación de la tipología contractual Asociación Público Popular (APPo); teniendo en cuenta que el contrato a celebrar se encuentra enmarcado dentro de la mínima cuantía de contratación del SENA se justifica la contratación a través de modalidad de contratación directa con entidad sin ánimo de lucro perteneciente a la Economía Popular y Comunitaria, para lo cual CORPORACION SOCIAL MANANTIAL cumple con lo estipulado para realizar dicha modalidad de contratación.

Que el decreto 1082 en el CAPÍTULO 2, DISPOSICIONES ESPECIALES DEL SISTEMA DE COMPRAS Y CONTRATACIÓN PÚBLICA, SECCIÓN 1, MODALIDADES DE SELECCIÓN, SUBSECCIÓN 4, CONTRATACIÓN DIRECTA, en su Artículo 2.2.1.2.1.4.4., dispone que “La modalidad de selección para la contratación entre Entidades Estatales es la contratación directa; y en consecuencia, le es aplicable lo establecido en el artículo 2.2.1.2.1.4.1 del presente decreto “Cuando la totalidad del presupuesto de una Entidad Estatal hace parte del presupuesto de otra con ocasión de un convenio o contrato interadministrativo, el monto del presupuesto de la primera deberá deducirse del presupuesto de la segunda para determinar la capacidad contractual de las Entidades Estatales”.

De conformidad con el numeral 4 del Artículo 2.2.1.2.1.5.1 del Decreto 1082 de 2015 y en atención al literal d del numeral 2 de la Circular 3-2013-000162 sobre los lineamientos para la elaboración de estudios previos y el numeral 1 de la Circular 3-2013-133, para establecer el valor estimado del contrato, se tuvo en cuenta la precotización recibida por parte de CORPORACION SOCIAL MANANTIAL

El valor para el presente proceso es de **TREINTA MILLONES DE PESOS ($ 30.000.000)** el cual se realizará como contratación directa.

6. ANÁLISIS DE LA DEMANDA

Para adelantar el respectivo análisis, se efectuaron las consultas pertinentes en la página de Colombia compra eficiente SECOP (www.colombiacompra.gov.co). Lo anterior, con el objetivo de tomar como referencia procesos similares adelantados, obteniendo los siguientes resultados:

NÚMERO DE PROCESO - AÑO	TIPO DE PROCESO-MODALIDAD	ESTADO	ENTIDAD	OBJETO	DEPARTAMENTO Y MUNICIPIO DE EJECUCIÓN	PRECIO ESTIMADO TOTAL

CO1.PCCNTR.6726590 DE 2024	MÍNIMA CUANTÍA	PROCESO ADJUDICADO Y CELEBRADO	SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE -SENA	PRESTAR SERVICIOS LOGÍSTICOS, TÉCNICOS, OPERATIVOS Y ACOMPAÑAMIENTO, PARA REALIZAR ACTIVIDADES DE MANERA PRESENCIAL EN EVENTOS DE RENDICIÓN DE CUENTAS Y FOMENTO DE ECONOMÍA CAMPESINA Y POPULAR SENA REGIONAL RISARALDA.	CRA 8 N 26-79 PEREIRA	$26.376.651
MC-MGN-CLPE-023-2023	MÍNIMA CUANTÍA	PROCESO ADJUDICADO Y CELEBRADO	SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE -SENA	CONTRATAR UN OPERADOR LOGÍSTICO PARA LA REALIZACIÓN DE EVENTOS DE DIVULGACIÓN TECNOLÓGICA ASOCIADOS	AVENIDA DEL FERROCARIL NO 27-97 SANTA MARTA MAGDALENA COLOMBIA	$7.028.366
MC-RSR-CASA- 041 - 2024	Mínima cuantía	Proceso adjudicado y celebrado	Sena regional Risaralda grupo de apoyo administrativ o	PRESTAR EL SERVICIO DE OPERADOR LOGÍSTICO PARA DESARROLLAR LAS DISTINTAS ACTIVIDADES DEL CENTRO ATENCIÓN SECTOR AGROPECUARIO, QUE DENTRO DEL PROGRAMA DE BIENESTAR AL APRENDIZ DESARROLLAN COMO APORTE A LA FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL DE LOS APRENDICES, DURANTE LA VIGENCIA 2024	Risaralda	20.080.00 0
OSU_93_ 2022	Contratació n régimen especial	Proceso adjudicado y celebrado	UNIVERSID AD NACIONAL DE COLOMBIA	SUMINISTRAR ALIMENTOS Y BEBIDAS CON SERVICIOS CONEXOS, PARA LAS DIFERENTES SESIONES, EVENTOS Y CAPACITACIONES REALIZADOS EN EL MARCO DEL PROYECTO LABORATORIO DE INNOVACIÓN EN ALTA TENSIÓN Y ENERGÍAS RENOVABLES LIATER ADSCRITO A LA FACULTAD DE INGENIERÍA DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE COLOMBIA.	Bogotá	7.990.850
MC-NRÑ-BS-CSCLI-032-2023	MÍNIMA CUANTÍA	PROCESO ADJUDICADO Y CELEBRADO	SENA REGIONAL NARIÑO CENTRO SUR COLOMBIANO	CONTRATAR EL SERVICIO LOGÍSTICO NECESARIO PARA DESARROLLAR EL EVENTO DE DIVULGACIÓN TECNOLÓGICA DE LA	CARRERA 7 NO. 24ª – 48 IPIALES NARIÑO COLOMBIA	$10.000.000

			DE LOGISTICA INTERNACIONAL	TECNOACADEMIA ITINERANTE NARIÑO DEL CENTRO SUR COLOMBIANO DE LOGÍSTICA INTERNACIONAL EN LA VIGENCIA 2023.		
MC-NRÑ-RN-00047-2023	MÍNIMA CUANTÍA	PROCESO ADJUDICADO Y CELEBRADO	SENA REGIONAL NARIÑO GRUPO DE APOYO ADMINISTRATIVO MIXTO	SERVICIOS DE APOYO LOGÍSTICO REQUERIDOS PARA LA EJECUCIÓN DE LA SEGUNDA FERIA DE EMPRENDIMIENTO PARA POBLACIÓN VÍCTIMA DEL CONFLICTO ARMADO, LA FERIA DE EMPRENDIMIENTO Y SENA EMPRENDE RURAL -SER-, ENCUENTROS EMPRESARIALES DE LA AGENCIA PÚBLICA DE EMPLEO Y EMPRENDIMIENTO Y BOOTCAMP E IDEATÓN A DESARROLLARSE POR EL SENA REGIONAL NARIÑO Y SUS CENTROS DE FORMACIÓN EN EL MARCO DEL FORTALECIMIENTO DEL DESARROLLO EMPRESARIAL Y EL EMPRENDIMIENTO EN EL DEPARTAMENTO DE NARIÑO.	CALLE 22 11 E 05 VÍA A ORIENTE PASTO NARIÑO COLOMBIA	$104.425.443
MC-RDC-0576-2021	MÍNIMA CUANTÍA	PROCESO ADJUDICADO Y CELEBRADO	SENA REGIONAL DISTRITO CAPITAL GRUPO DE APOYO ADMINISTRATIVO MIXTO CSF	CONTRATAR LA PRESTACIÓN DEL APOYO LOGÍSTICO PARA EL DESARROLLO DE TALLERES DE APRENDIZAJE VIVENCIAL CON EL FIN DE FORTALECER EL CLIMA ORGANIZACIONAL, DIRIGIDOS A FUNCIONARIOS Y CONTRATISTAS DE LA REGIONAL DISTRITO CAPITAL DEL SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE SENA	CARRERA 13 N 65_10 BOGOTÁ DISTRITO CAPITAL DE BOGOTÁ COLOMBIA	$63.350.000

7. ESTUDIO DE LA OFERTA

Con el propósito de facilitar y fortalecer la contratación y de acuerdo con lo requerido por la entidad, según las tendencias actuales del mercado, las empresas que pretendan ofertar sus bienes o servicios para el proceso de selección deberán contar con la experiencia suficiente relacionada con el objeto del proceso. Por otro lado, deben disponer de personal humano idóneo y competente, que permita la ejecución o garantía efectiva del objeto

contractual dentro del plazo establecido por la Entidad. Como antecedente contractual la Entidad ha realizado contratación en iguales o similares condiciones, por ello, la entidad tuvo como referencia el comportamiento de los procesos contractuales desarrollados en vigencias anteriores para contratar el respectivo bien/ servicio, realizados por el Servicio Nacional de Aprendizaje SENA a nivel Nacional y cuyos objetos sociales se encuentran relacionados directamente con el objeto en mención, se consideraron algunos de los posibles oferentes.

En la divulgación de eventos empresariales, puedes encontrar servicios ofrecidos por agencias de comunicación y organización de eventos, agencias de marketing, profesionales de relaciones públicas, empresas especializadas en eventos corporativos, y algunos organizadores independientes.

Agencias de comunicación y organización de eventos:

- **Servicios:** Estrategias de comunicación, branding, diseño visual, publicidad, diseño gráfico, creación de videos, gestión de redes sociales, relaciones con la prensa.
- **Ejemplos:** Tuset Eventos.

Agencias de marketing:

- **Servicios:** Desarrollo de estrategias de marketing para eventos (presenciales y online), gestión de campañas de publicidad, creación de contenido.
- **Ejemplos:** ON24.

Relaciones públicas:

- **Servicios:** Comunicación con la prensa, gestión de medios, creación de mensajes, organización de ruedas de prensa, gestión de crisis.
- **Ejemplos:** Profesionales independientes o agencias especializadas.

Event planners y organizadores de eventos corporativos:

- **Servicios:** Planificación, organización y coordinación de eventos internos y externos, selección de locaciones, gestión de catering, transporte, alojamiento, entretenimiento, seguridad, etc.
- **Ejemplos:** Empresas especializadas, como Factory Events.

Organización independiente:

- **Servicios:**

Diseño y ejecución de estrategias de divulgación personalizadas, gestión de redes sociales, creación de contenido, gestión de la prensa, etc. Por parte de Profesionales independientes con experiencia en marketing, comunicación y eventos.

Esto incluye catering, alquiler de equipos, decoración, audio y video, transporte, y cualquier otro servicio necesario. La gestión de estos proveedores es vital para asegurar que todos los aspectos del evento se realicen según lo planeado.

En Pereira, varias entidades ofrecen servicios para la divulgación de eventos empresariales. Entre ellas se encuentran la Cámara de Comercio de Pereira, Movich Hotels, Comfamiliar Risaralda y diferentes organizaciones de eventos

A fin de establecer los requisitos para el presente proceso de contratación el Despacho del SENA Regional Risaralda, se consideraron algunos posibles oferentes, que han

participado en anteriores procesos de cotización y/o selección y cuyos objetos sociales se encuentran relacionados directamente con el objeto del proceso, se consideraron algunos de los posibles oferentes así: Movich Hotels, Comfamiliar Risaralda, Corporación Social Manantial, entre otros, y las demás, que cuenten con la capacidad de ejecutar el objeto contractual en las condiciones establecidas en los documentos y estudios previos del proceso.

8. DETERMINACION DEL PRESUPUESTO OFICIAL

Se establece el valor del proceso, según los recursos asignados, la entidad estimó que el valor total del proceso será de **TREINTA MILLONES DE PESOS MCTE ($30.000.000);** incluido el Impuesto al Valor Agregado (I.V.A.) y demás impuestos, tasas, contribuciones de carácter nacional y/o municipal de carácter legal.

El contenido de la Circular No. 3-2025-000054 del SENA la cual expide lineamientos para la contratación de la tipología contractual Asociación Público Popular (APPo); teniendo en cuenta que el contrato a celebrar se encuentra enmarcado dentro de la mínima cuantía de contratación del SENA se justifica la contratación a través de modalidad directa persona natural perteneciente a la Economía Popular y Comunitaria.

De conformidad con el artículo 2.2.1.1.1.6.1 de decreto 1082 de 2015 y en atención al literal d. del numeral 2 circular 3- 2013-000162. Sobre los lineamientos para la elaboración de estudios previos y el numeral 1 de la circular 3-2013-133 para determinar el valor estimado del contrato, se tuvo en cuenta para de **TREINTA MILLONES DE PESOS MCTE ($30.000.000).**

9. ACUERDO MARCO DE PRECIOS

De acuerdo con la definición contenida en el artículo 2.2.1.1.1.3.1 del Decreto 1082 de 2015, los Acuerdo Marco de Precios son contrato celebrado entre uno o más proveedores y Colombia Compra Eficiente, o quien haga sus veces, para la provisión a las Entidades Estatales de Bienes y Servicios de Características Técnicas Uniformes, en la forma, plazo y condiciones establecidas en este.

Catálogo para Acuerdos Marco de Precios: Ficha que contiene: (a) la lista de bienes y/o servicios; (b) las condiciones de su contratación que están amparadas por un Acuerdo Marco de Precios; y (c) la lista de los contratistas que son parte del Acuerdo Marco de Precios.

Para validar se cuenta con Acuerdos Marco vigentes para la adquisición de los materiales, elementos, bienes e insumos o para la prestación de servicios de salud, la entidad verificó la existencia de los bienes y/o servicios requeridos, mediante **consulta de los Acuerdos Marco vigentes y próximos en la Tienda Virtual del Estado Colombiano- TVEC,**

https://colombiacompra.gov.co/tienda-virtual-del-estado- colombiano/acuerdos-marco y, hasta el día 23 de Octubre de 2025 fecha de consulta, **NO** existe Acuerdo Marco de Precios – AMP que contenga o contemple el objeto a contratar".

10. ACUERDOS COMERCIALES

De acuerdo con la definición contenida en el artículo 2.2.1.1.1.3.1 del Decreto 1082 de 2015, los Acuerdos Comerciales son tratados internacionales vigentes celebrados por el Estado colombiano, que contienen derechos y obligaciones en materia de compras públicas, en los cuales existe como mínimo el compromiso de trato nacional para: (i) los bienes y servicios de origen colombiano y (ii) los proveedores colombianos.

Artículo 2.2.1.2.4.1.1. ***Aplicación de los Acuerdos Comerciales en Procesos de Contratación.*** **- Modificado por Decreto 1676 de 2016-** Las Entidades Estatales deben adelantar los Procesos de Contratación de acuerdo con lo previsto en los Acuerdos Comerciales, cuando estos les sean aplicables.

Artículo 2.2.1.2.4.1.3. Existencia de trato nacional. La Entidad Estatal debe conceder trato nacional a: (a) los oferentes, bienes y servicios provenientes de Estados con los cuales Colombia tenga Acuerdos Comerciales, en los términos establecidos en tales Acuerdos Comerciales; (b) a los bienes y servicios provenientes de Estados con los cuales no exista un Acuerdo Comercial pero respecto de los cuales el Gobierno Nacional haya certificado que los oferentes de Bienes y Servicios Nacionales gozan de trato nacional, con base en la revisión y comparación de la normativa en materia de compras y contratación pública de dicho Estado; y (c) a los servicios prestados por oferentes miembros de la Comunidad Andina de Naciones teniendo en cuenta la regulación andina aplicable a la materia.

El Ministerio de Relaciones Exteriores debe expedir el certificado por medio del cual se acredite la situación mencionada en el literal (b) anterior en relación con un Estado en particular, lo cual no es requerido para acreditar las situaciones a las que se refieren los literales (a) y (c) anteriores. Para constatar que los oferentes de Bienes y Servicios Nacionales gozan de trato nacional en un Estado, el Ministerio de Relaciones Exteriores debe revisar y comparar la normativa en materia de compras y contratación pública del respectivo Estado para lo cual puede solicitar el apoyo técnico del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y de Colombia Compra Eficiente, dentro de sus competencias legales. (…)(…).

La indicación de si el Proceso de Contratación está cobijado por un Acuerdo Comercial o no, se encuentra establecida en los estudios y documentos previos, de conformidad con el artículo 2.2.1.1.2.1.1 del Decreto 1082 de 2015, y en atención a directrices impartidas por Colombia Compra eficiente, en su Manual para el manejo de los Acuerdos Comerciales en Procesos de Contratación, "Las Entidades Estatales deben determinar en la etapa de planeación de cada Proceso de Contratación si los Acuerdos Comerciales son aplicables al Proceso de Contratación que están diseñando y en caso de que sean aplicables, cumplir con las obligaciones derivadas de los mismos. Para el efecto, Colombia Compra Eficiente

ofrece a los partícipes del Sistema de Contratación Pública el presente manual para ser utilizado como guía para determinar los Acuerdos Comerciales a los cuales está sujeto un Proceso de Contratación. (Versión M-MACPC-14, la cual reemplaza la versión M-MACPC-13)", de igual forma la información disponible en www.mincomercio.gov.co

ACUERDO COMERCIAL		¿VIGENTE?	LA ENTIDAD ESTA CUBIERTA EN EL ACUERDO COMERCIAL	VALOR A PARTIR DEL CUAL ES APLICABLE EL ACUERDO COMERCIAL PARA ENTIDADES ESPECIALES DEL NIVEL NACIONAL	VALOR DEL PROCESO DE CONTRATACIÓN SUPERIOR AL UMBRAL DEL ACUERDO COMERCIAL	EXCEPCIÓN APLICABLE AL PROCESO DE CONTRATACIÓN	PROCESO DE CONTRATACIÓN CUBIERTO POR EL ACUERDO COMERCIAL	DE APLICARSE EL ACUERDO COMERCIAL PLAZO DE PRESENTACIÓN OFERTAS
ALIANZA DEL PACIFICO	CHILE	SI	SI	BIENES Y SERVICIOS $ 286.754.038 SERVICIOS DE CONSTRUCCIÓN $ 28.675.403.847	NO	NO	NO	NO APLICA
	PERÚ	SI	SI	BIENES Y SERVICIOS $ 544.832.673 SERVICIOS DE CONSTRUCCIÓN $ 28.675.403.847	NO	NO	NO	NO APLICA
	MÉXICO	SI	SI	BIENES Y SERVICIOS $ 286.754.038 SERVICIOS DE CONSTRUCCIÓN $ 44.095.402.983	NO	NO	NO	NO APLICA
CANADÁ		SI	SI	BIENES Y SERVICIOS $ 435.580.321 SERVICIOS DE CONSTRUCCIÓN $ 28.620.713.796	NO	NO	NO	NO APLICA
CHILE		SI	SI	BIENES Y SERVICIOS $ 287.055.445 SERVICIOS DE CONSTRUCCIÓN $ 28.705.544.496	NO	NO	NO	NO APLICA
COREA		SI	SI	BIENES Y SERVICIOS $ 401.000.000 SERVICIOS DE CONSTRUCCIÓN $ 28.670.000.000	NO	NO	NO	NO APLICA

ESTADOS AELC	SI	SI	BIENES Y SERVICIOS $ 696.380.112 SERVICIOS DE CONSTRUCCIÓN $ 26.783.850.461	NO	NO	NO	NO APLICA
ESTADOS UNIDOS Y COSTA RICA	SI	SI	BIENES Y SERVICIOS $ 436.349.451 SERVICIOS DE CONSTRUCCIÓN $ 28.617.834.543	NO	NO	NO	NO APLICA
TRIÁNGULO NORTE (EL SALVADOR GUATEMALA HONDURAS) **HONDURAS N/A**	SI	SI	BIENES Y SERVICIOS $142.350.001 SERVICIOS DE CONSTRUCCIÓN $142.350.001	SI	SALVADOR -SI-38 GUATEMALA -NO	NO SI	NO APLICA 10 DÍAS
UNIÓN EUROPEA	SI	SI	BIENES Y SERVICIOS $ 696.380.112 SERVICIOS DE CONSTRUCCIÓN $ 26.783.850.461	NO	NO	NO	NO APLICA
ISRAEL	SI	SI	BIENES Y SERVICIOS $ 130.000 DEG SERVICIOS DE CONSTRUCCIÓN 5.000.000 DEG	NO	NO	NO	NO APLICA
COMUNIDAD ANDINA	SI	SI	N/A	SI	NO	SI	El aplicable a la normatividad del país Decreto 1082 de 2022.
ESTADOS UNIDOS MEXICANOS	SI	SI	BIENES Y SERVICIOS $ 391.900.299 SERVICIOS DE CONSTRUCCIÓN $ 50.947.068.122	NO	NO	NO	NO APLICA

De conformidad con lo previsto en el artículo 5 del Decreto 1860 de 2021, que modifica el artículo 2.2.1.2.4.2.2. del Decreto 1082 de 2015, y el anexo 4 del manual para el manejo de los acuerdos comerciales en Procesos de Contratación, las convocatorias limitadas a MiPymes se encuentran excluidas de la aplicación de los acuerdos comerciales. El umbral para la limitación de MiPymes será el previsto por la norma equivalente a ciento veinticinco mil dólares de los Estados Unidos de América (US$125.000)."

De conformidad con lo previsto en el artículo 5 del Decreto 1860 de 2021, que modifica el artículo 2.2.1.2.4.2.2. del Decreto 1082 de 2015, y el anexo 4 del manual para el manejo de

los acuerdos comerciales en Procesos de Contratación, las convocatorias limitadas a MiPymes se encuentran excluidas de la aplicación de los acuerdos comerciales. El umbral para la limitación de MiPymes será el previsto por la norma equivalente a ciento veinticinco mil dólares de los Estados Unidos de América (US$125.000).

En los casos en que exista Trato Nacional por reciprocidad, la Entidad Estatal debe otorgar a los bienes, servicios y/o proveedores extranjeros, el mismo trato que da a los bienes, servicios y/o proveedores nacionales y en consecuencia dar a esas ofertas el puntaje adicional de que trata la Ley 816 de 2003 y las preferencias en caso de empates de acuerdo con el numeral 1 del artículo 35 de la Ley 2069 de 2020, así como las demás prerrogativas en cabeza de la industria colombiana. Lo anterior, siempre que el oferente del bien o servicio acredite que cumple con la regla de origen del país al que se certificó el Trato Nacional por reciprocidad.

Acuerdos comerciales y trato nacional por reciprocidad | Colombia Compra Eficiente | Agencia Nacional de Contratación Pública

https://www.colombiacompra.gov.co/compradores/secop-i/certificados-de-trato-nacional-por-reciprocidad

RESUMEN REGISTRO APLICACIÓN TRATO NACIONAL					
PAIS (CONSULTA DE FEBRERO 2023)[1]	**APLICACIÓN TLC**	**INTEGRANTE CAN**	**APLICACIÓN TRATO NACIONAL PARA CONTRATACIÓN - EXISTENCIA DE ACUERDO COMERCIAL**	**APLICACIÓN TRATO NACIONAL PARA CONTRATACIÓN DE BIENES Y SERVICIOS**	**CERTIFICADOS DE TRATO NACIONAL POR RECIPROCIDAD**
REPUBLICA ORIENTAL DEL URUGUAY	NO	NO	NO	NO	https://www.colombiacompra.gov.co/sites/cce_public/files/files_2020/2024.12.27_certificado_trato_nacional_uruguay_1.pdf
ARGENTINA	NO	NO	NO	NO	https://colombiacompra.gov.co/sites/cce_public/files/files_2020/22.07.27_certificado_trato_nacional_argentina_0.pdf
VIETMAN	NO	NO	NO	NO	https://colombiacompra.gov.co/sites/cce_public/files/files_2020/22.03.31_vietnam_certificado_trato_nal_0.pdf
Indonesia	NO	NO	NO	NO	https://colombiacompra.gov.co/sites/cce_public/files/files_2020/22.03.31_indonesia_certificado_trato_nal_1.pdf
Ecuador	NO	NO	NO	NO	https://colombiacompra.gov.co/sites/cce_public/files/files_2020/22.03.31_ecuador_certificado_trato_nal_0.pdf

Nueva Zelanda	NO	NO	NO	NO	https://colombiacompra.gov.co/sites/cce_public/files/files_2020/22.03.31_nueva_zelanda_certificado_trato_nal_0.pdf
PANAMA	NO	NO	NO	NO	https://colombiacompra.gov.co/sites/cce_public/files/files_2020/22.03.31_panama_certificado_trato_nal_0.pdf
ECUADOR	SI	SI	SI(1)	SI	https://www.tlc.gov.co/acuerdos/vigente/comunidad-andina
PERU	SI	SI	SI(1)	SI	
BOLIVIA	SI	SI	SI(1)	SI	

11. ACUERDOS COMERCIALES

El análisis de riesgo del presente proceso y las alternativas para mitigar cada riesgo se encuentran contenidos en Anexo 3 Matriz de Riesgo. En el anexo matriz de riesgo, se plasma la tipificación, estimación y asignación de los riesgos previsibles involucrados en la contratación definida por el SENA. La presentación de las ofertas implica de la aceptación por parte del proponente de la distribución de riesgos previsibles establecidos.

El presente documento se suscribe el 14 de Noviembre de 2025

Firmado digitalmente por CARDONA DELGADO JHON DERLYNG

JHON DERLYNG CARDONA DELGADO
Director (E) Regional Risaralda

Elaboró: Francia Rubio Gómez – Apoyo Gestión Contractual