ESTUDIO DE MERCADO

En cumplimiento al artículo 2.2.1.1.1.6.1., del Decreto 1082 de 2015, el cual establece que, "*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*", el Servicio Nacional de Aprendizaje - SENA, Regional Chocó, elaboró el presente documento, en el que se plasma el análisis necesario para lograr satisfacer la necesidad de la Entidad que permita establecer el contexto del Proceso de Contratación, identificar algunos de los Riesgos y determinar los requisitos habilitantes para el desarrollo del mismo, así como el contexto en el cual los posibles proveedores desarrollan su actividad.

OBJETO: CONTRATAR APOYO LOGÍSTICO PARA REALIZAR LAS ACTIVIDADES DE CLIMA ORGANIZACIONAL EN LA REGIONAL CHOCÓ.

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

1. CLASIFICACIÓN UNSPSC

UNSPSC – Decreto 1082 de 2015			
ÍTEM	**GRUPO**	**CÓDIGO**	**DENOMINACIÓN**
1	[F] Servicios	90101603	Servicios de Catering
2	[F] Servicios	80141607	Gestion de eventos
3	[F] Servicios	93141701	Organización de eventos culturales

2. SECTOR PERTENECIENTE AL OBJETO CONTRACTUAL

SECTOR ECONÓMICO
Sector terciario o de servicios
Servicios profesionales

3. ANÁLISIS DEL SECTOR

Para dar cumplimiento al decreto 1082 de 2015 se establece un análisis al sector sobre la oferta y la demanda del mercado que nos permita, entre otras actividades:

- Conocer las características de las empresas que conforman el segmento del mercado que tienen la capacidad de suplir la necesidad de contratación en este centro de formación.
- Determinar las variables técnicas y/o financieras que sirvan de base para estructurar el proceso de selección, garantizando la pluralidad de oferentes y su selección objetiva.

- Establecer precios referentes en el mercado y el presupuesto del servicio a contratar tomando de referencia el análisis efectuado de los precios suministrados por parte del mercado.

4. Análisis del Mercado:

La Entidad Estatal debe revisar los aspectos generales del mercado del bien, obra o servicio que sean relevantes en el Proceso de Contratación. Para el efecto, Colombia Compra Eficiente recomienda analizar, entre otros, los siguientes contextos, los cuales pueden tener un alcance local, regional, nacional o internacional, dependiendo del Proceso de Contratación.

Diferencias entre el sector primario, secundario y terciario

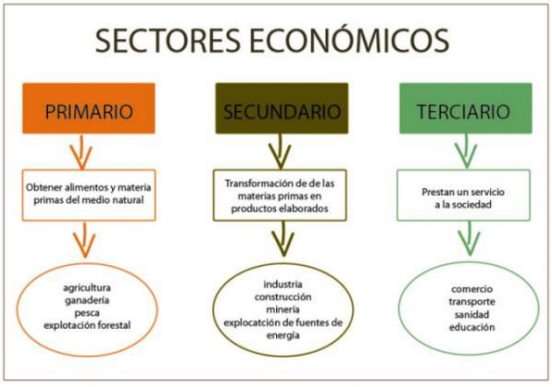
Ahora que ya conoces la definición de sector primario, secundario y terciario, entraremos de lleno en sus diferencias para que puedas entender mejor el funcionamiento de estas actividades económicas. A modo de resumen, es importante que sepas que:

Sector Primario: lo conforman las actividades que se centran en la obtención de materias primas. Aquí encontramos actividades como la agricultura o la ganadería

Sector Secundario: son las actividades que se dedican a transformas las materias primas obtenidas en el primer sector y, por tanto, haciendo productos nuevos. Por ejemplo, de la uva que se obtiene en el campo, en la fábrica se consigue elaborar vino.

Sector Terciario: son las actividades que lo que hacen es poner a la venta estos productos que se han creado con los sectores anteriores. Pero, además de esto, en este sector también se incluyen otros servicios como, por ejemplo, la educación, la sanidad, etcétera.

Cómo vemos, todos los sectores son correlativos, es decir, no podría haber sector secundario sin primario, ni terciario sin secundario. Digamos que es como una "cadena de montaje" que permite aprovechar los recursos de la tierra para el consumo humano.



La actividad objeto del presente proceso, hace parte del sector terciario o de servicios de la economía colombiana, sector que incluye todas aquellas actividades nacionales que no producen una mercancía en sí, pero que son necesarias para el funcionamiento de la economía, por ejemplo, servicio a la educación, servicios profesionales, servicios empresariales entre otros.

A diferencia de los sectores agropecuarios e industrial, el tercer sector se considera no productivo, puesto que no produce bienes tangibles sin embargo contribuye a la formación del ingreso nacional y del producto nacional.

El sector terciario de Colombia es uno de los más desarrollados. De acuerdo con el Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas de Colombia (DANE), el sector terciario aloja más del 80 % de la fuerza laboral del país.

En economía, el **sector terciario** es aquel que se encarga de las actividades de comercio, servicios y transporte. A diferencia de los sectores primario y secundario, el sector terciario no se encarga de producir sino de ofrecer y distribuir productos. Por este motivo, se le conoce como el sector del servicio. A pesar de que este sector no produce bienes, contribuye con el desarrollo de los demás sectores, ya que es a través del sector terciario que se importa la materia prima necesaria para la creación de muchos productos. Asimismo, el sector terciario genera ingresos al país.

El sector terciario es importante debido a que constituye una gran fuente de empleo en la sociedad, lo cual beneficia en gran medida la economía de un país. Además, permite organizar, dirigir y controlar aquellas actividades que se efectúan en la vida diaria de la población. Por lo tanto, se encuentra muy presente en la vida de las personas, por ejemplo, al transportarse en la ciudad, al viajar, al hacer las compras, al mirar televisión, etc.

Ahora bien, el sector servicios es uno de los rubros más importantes de la composición del PIB, especialmente, cuando nos referimos a las economías de países desarrollados, pero también en las economías en desarrollo. En los últimos años este sector ha ido creciendo debido al proceso de especialización. Por esa razón, se puede decir que es una actividad muy importante en todos los ámbitos de las tareas humanas.

El sector está regulado por instituciones tales como: La DIAN, Cámaras de Comercio y la Superintendencia de Industria y Comercio. En tal sentido el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, tiene como objetivo primordial dentro del marco de su competencia formular, adoptar, dirigir y coordinar las políticas generales en materia de desarrollo económico y social del país, relacionadas con la competitividad, integración y desarrollo de los sectores productivos de la industria, la micro, pequeña y mediana empresa, el comercio exterior de bienes, servicios y tecnología, la promoción de la inversión extranjera, el comercio interno y el turismo; y ejecutar las políticas, planes generales, programas y proyectos de comercio exterior.

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

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

- ✓ Distribución. El transporte tanto de mercancías elaboradas, materias primas o personas, estas últimas con fines laborales, recreativos o de cualquier otra índole.

- ✓ Comercialización. Es el paso final de las cadenas productivas, pues consiste en llevar el producto final a sus consumidores y hacerlo disponible al mercado de consumo local. En algunos casos este último puede ser realmente amplio, como ocurre con la venta online de productos a cualquier parte del mundo.

Algunos ejemplos del sector servicios son:

- ✓ Empresas transportistas. Tanto aquellas encargadas de movilizar la materia prima del sector primario al secundario, como aquellas que ofrecen directamente servicios de desplazamiento a los consumidores: aerolíneas, líneas marítimas, líneas de autobuses, etc.

- ✓ Distribuidoras de libros. Una vez salidos de la imprenta, los libros deben repartirse en las tiendas y librerías donde serán comprados por sus lectores. Dicha labor a menudo la lleva a cabo una empresa distribuidora.

- ✓ Tiendas por departamento. Los bienes que una tienda ofrece al público no fueron realizados por su personal, sino recibidos para su venta luego de haber pasado por toda su cadena productiva. Así, las tiendas son las encargadas de brindar servicios de venta de la mercadería.

- ✓ Empresas de limpieza. Tanto para oficinas, espacios públicos o fábricas, las empresas de servicios de limpieza brindan una labor indispensable: mantener los espacios limpios, ordenados, mediante un personal entrenado en dichas labores y dotados del equipamiento necesario.

- ✓ Servicios técnicos o de reparación. Aquellos servicios de asistencia para reparar artefactos, reparar daños estructurales del hogar o incluso para ofrecer cambios de la decoración, etc.

- ✓ Servicios de catering. Para la producción de eventos (fiestas, presentaciones, exposiciones, etc.) se suele requerir de servicios de cocina, bebida y mesonería, para lo cual existen empresas disponibles en el mercado.

5. ANÁLISIS DE LA OFERTA.

Sobre los eventos y la logística:[1]

[1] https://www.protocoloimep.com/articulos/que-es-un-evento-y-clasificacion/

Un evento es todo acontecimiento previamente organizado que reúne a un determinado número de personas en tiempo y lugar preestablecidos, que desarrollarán y compartirán una serie de actividades afines a un mismo objetivo para estímulo del comercio, la industria, el intercambio social y la cultura general.

Y que se pueden clasificar teniendo en cuenta diferentes aspectos como, por ejemplo, el target al que se dirige el evento, la admisión, la envergadura o por la duración y programación. Si los eventos se clasifican en función del público pueden ser:

- Abiertos: Son aquellos que se realizan para todos los públicos sin necesidad de una invitación o entrada, suelen estar organizados en espacios más amplios y con unos fines más comerciales.
- Cerrados: Son aquellos organizados para un número específico de asistentes en los que cada uno

tiene una invitación, anteriormente enviada por la empresa u organización, y la cual se ha de presentar a la entrada del acto.

La logística se convierte en parte esencial de las actividades que vinculan todas las áreas de la compañía, desde la programación de compras hasta el servicio posventa, pasando por el aprovisionamiento de materias primas, la planificación y gestión de la producción, el almacenamiento, la manipulación y gestión de stock, el empaque y embalaje, el transporte, la distribución física, los flujos de la información y el flujo de retorno. Es el proceso de planear, controlar y administrar la cadena de abastecimiento y distribución, desde el proveedor hasta el cliente y con un enfoque en la red de valor y colaboración entre los actores de la red logística interna y externa.

Esta se convierte en una ventaja competitiva para las empresas, pues de su desarrollo surgen las inmensas oportunidades de rentabilidad (optimización de niveles de inventario), de eficiencia (optimización de la red de distribución) y de diferenciación ante el cliente (entregas completas y a tiempo).

Hoy en día, más países están centrando su atención en el desarrollo de estadísticas de la industria como herramienta para comprobar su valor y su impacto económico, abriendo el campo para su desarrollo y promoción adecuada. En Colombia se ha visto un crecimiento constante en los últimos años, gracias al trabajo mancomunado del sector público-privado en cabeza de entidades como Procolombia y los Burós de Convenciones de varias ciudades del país. Sin embargo, es vital que estudios como estos se lleven a cabo, más aún cuando vemos que la tendencia continúa. De conformidad con lo establecido en el artículo 2.2.1.1.1.6.1 del decreto 1082 de 2015, La entidad procede a realizar el análisis necesario para conocer el sector relativo al objeto del proceso de contratación, desde la perspectiva legal, comercial, financiera, organizacional y técnica, para lo cual deja constancia en el presente documento.

Conforme al Decreto 803 de 2013 y en su artículo segundo reglamentó lo que se debe entender como Contrato de Catering

"*Articulo 2.- Servicios de alimentación prestados bajo contrato catering excluidos del impuesto nacional al consumo y gravados con el impuesto sobre las ventas. De conformidad con lo previsto en el parágrafo del artículo 426 del Estatuto Tributario, y en el parágrafo del artículo 512-8 del mismo Estatuto, los servicios de alimentación institucional o alimentación a empresas, prestados bajo contrato catering, entendido éste como el suministro de comidas o bebidas preparadas para los empleados de la empresa contratante, se encuentran excluidos del impuesto nacional al consumo y gravados con el impuesto sobre las ventas a la tarifa general."*
De conformidad con lo previsto en el parágrafo del artículo 426 del Estatuto Tributario, y en el parágrafo del artículo 512 -8 del mismo Estatuto, los servicios de alimentación institucional o alimentación a empresas, prestados bajo contrato catering, entendido este como el suministro de comidas o bebidas preparadas para los empleados de la empresa contratante, se encuentran excluidos del impuesto nacional al consumo y gravados con el impuesto sobre las ventas a la tarifa general; lo cual lo hace aplicable al Régimen Común.

¿Qué es un servicio de catering?[2]

El servicio de cáterin (o catering), es una prestación profesional y especializada que consiste en el suministro, preparación, transporte, presentación y servicio de alimentos y bebidas para un grupo determinado de personas en el marco de eventos, celebraciones o reuniones específicas que se desarrollan fuera de las instalaciones habituales del proveedor (ya sea en un centro de eventos, una sede empresarial, o una locación particular).

Este servicio es integral y va más allá de la simple entrega de comida; incluye la planificación logística completa, la adecuación de la infraestructura necesaria (menaje, cristalería, mantelería), el despliegue de personal de servicio (camareros, cocineros) y, en muchos casos, la decoración temática. El objetivo principal del cáterin es ofrecer una solución gastronómica completa y de calidad que permita a la entidad anfitriona concentrarse en la gestión y el desarrollo de su evento, garantizando la satisfacción de los asistentes.





[2] https://cocinasocultas.com/blog/que-es-el-catering-y-como-puedo-sacarle-provecho/

- **Retos y limitaciones**

A pesar de las tendencias favorables, el mercado de los catering para eventos cuenta con limitaciones en su crecimiento en el corto y mediano plazo. Entre ellos destacan:

1. **Retos Logísticos y Operacionales**

Estos son los desafíos inherentes a la ejecución del servicio en una ubicación ajena a la cocina central.

- **Mantenimiento de la Cadena de Frío/Calor y Calidad:** El reto más crítico es el **transporte y conservación de los alimentos** para asegurar que lleguen al lugar del evento en su temperatura ideal, manteniendo su frescura, presentación y sabor, tal como fueron preparados. Cualquier fallo en el control de la temperatura compromete la calidad y la seguridad alimentaria.

- **Logística en el Lugar del Evento (Montaje):** La mayoría de los lugares no están equipados como una cocina profesional. El cáterin debe crear una "cocina temporal" funcional, lo que implica el transporte, montaje y distribución de equipos (hornos, refrigeradores, mesas de servicio, menaje) y asegurar el acceso a servicios básicos como agua potable y energía eléctrica adecuada.
- **Gestión del Flujo y Reposición en Eventos Masivos:** En eventos con alta afluencia, el desafío es evitar las colas y la congestión en las estaciones de comida (buffet o *food stations*). Esto requiere una planificación espacial eficiente y una coordinación precisa del personal para reponer los alimentos rápidamente sin interferir con el flujo de los invitados.
- **Coordinación de Personal:** Se requiere un equipo grande y especializado (cocineros, meseros, *runners*) que debe ser gestionado eficazmente en un entorno desconocido y con tiempos muy estrictos. La inexperiencia o falta de capacitación del personal puede arruinar la experiencia del servicio.

2. **Limitantes de Calidad y Seguridad Alimentaria**

Estos retos están directamente relacionados con la protección de la salud de los comensales y la reputación de la empresa.

- **Riesgo de Contaminación Cruzada:** Al manipular, transportar y servir grandes volúmenes de comida en espacios no diseñados para ello, el riesgo de contaminación y de problemas de higiene se incrementa drásticamente si no se siguen protocolos de seguridad alimentaria rigurosos (HACCP, BPM).
- **Restricciones Dietéticas y Alergias:** Existe una demanda creciente de atender necesidades dietéticas especiales (veganos, vegetarianos, intolerantes al gluten, alérgicos a frutos secos). La limitante es asegurar la trazabilidad y la preparación separada de estos alimentos para prevenir reacciones alérgicas, lo que añade una capa de complejidad al proceso de menú.

- **Desperdicio de Alimentos (Food Waste):** La dificultad para estimar con precisión el número de asistentes y sus hábitos de consumo genera a menudo una sobreproducción de alimentos, resultando en pérdidas económicas y un impacto negativo en la sostenibilidad.

3. **Retos de Mercado y Experiencia del Cliente**

Estos desafíos se centran en la competitividad y la satisfacción personalizada.

- **Necesidad de Experiencias Únicas:** Los clientes ya no buscan solo comida, sino una **experiencia gastronómica memorable. El cáterin se enfrenta al reto de innovar constantemente en la presentación de** platos, la ambientación y los estilos de servicio (estaciones interactivas, *food trucks*, etc.) en un mercado muy competitivo.
- **Presupuesto y Precios:** Existe una presión constante por ofrecer alta calidad a precios competitivos. El reto es mantener la excelencia de los ingredientes y el servicio sin que los altos costos logísticos (transporte, personal temporal, alquiler de equipos) disparen el precio final.
- **Dependencia del Entorno:** A diferencia de un restaurante fijo, el servicio de cáterin depende del lugar, el clima y las instalaciones del anfitrión. Problemas como la falta de espacio, una iluminación inadecuada o condiciones meteorológicas adversas (en eventos al aire libre) se convierten en limitantes directas para la ejecución exitosa del servicio.

- **Aspectos Técnicos:**

En el mercado chocoano existen gran cantidad de empresas del régimen común, cuyo objeto social se relaciona directamente con el objeto contractual que se está adelantando mediante el presente proceso; del análisis realizado se evidencia que en el Sector existen varios oferentes que brindan cotización de los bienes relacionados y con los que se puede adelantar un mayor poder de negociación, se generaliza que estos actúan como competidores presentes en el mercado, con lo que se logrará obtener precios más bajos y condiciones más favorables para la entidad.

En este sentido, la entidad tuvo en cuenta cotizaciones de varias empresas prestadoras del bien requerido, y se realizó verificación en cuanto a cantidades, condiciones técnicas como garantía, tiempo de entrega, precios y forma de pago; que ofertan a nivel nacional, de tal manera que se identificó que en este mercado existen múltiples empresas cuyo objeto social se relaciona directamente con el objeto contractual que se está adelantando.

De los procesos contractuales anteriores se concluye que existen posibles proveedores en el mercado local y nacional suficientes que cumplen con la capacidad técnica, operativa, para prestar el servicio solicitado, en las condiciones de oportunidad, calidad y cantidad que la entidad requiere.

¿Qué es el clima organizacional?[3]

El clima organizacional se define como un conjunto de propiedades medibles acerca del espacio de trabajo percibido, directa o indirectamente, por los individuos que trabajan en este ambiente y que influencia su motivación y comportamientos.

El clima organizacional tiene que ver con el sentido compartido alrededor de las políticas, prácticas y medidas de una organización que se relacionan con la experiencia de los empleados.

Es importante resaltar que se trata de un concepto percibido por los empleados que depende del juicio de valor que puede variar grandemente de persona a persona, pues incluye dimensiones físicas, mentales y emocionales. Sin embargo, su peso radica en que tiene una influencia importante en la productividad, comportamiento y motivación de los empleados.

Características del clima organizacional

Existen varias características que ayudan a definir el concepto del clima organizacional y la manera en que este concepto afecta el funcionamiento de una organización, entre las que podemos encontrar:

- Es un concepto multidimensional: El clima organizacional es considerado un concepto en el cual las numerosas dimensiones que entran en juego pueden incluir el grado de conflicto, el estilo de liderazgo, la estructura de la autoridad y la naturaleza autónoma de la organización.
- Tiene una cualidad durable: El clima organizacional se construye sobre un cierto período y es la representación de la cualidad perdurable del ambiente interno de la compañía, como es experimentado por los empleados.
- Es medible: Es un conjunto de propiedades que puede llegar a medirse por el instrumento adecuado, por ejemplo, una encuesta de clima organizacional.
- Es influenciado fuertemente por la estructura organizacional: Tiene que ver con el apoyo que los empleados sienten que reciben de la organización.
- Refleja el grado de motivación de los empleados: Tiene efectos positivos y negativos en el comportamiento de las personas en el espacio de trabajo, por lo que se relaciona con la calidad y sustentabilidad del trabajo.
- Constituye la identidad única de la organización: Es el clima organizacional el que da a la organización una identidad única o distintiva, y ofrece una imagen rápida de las relaciones entre la organización y sus empleadores.

[3] https://www.questionpro.com/blog/es/que-es-el-clima-organizacional/#:~:text=el%20clima%20organizacional.-,%C2%BFPor%20qu%C3%A9%20es%20importante%20un%20buen%20clima%20organizacional%3F,los%20empleados%20a%20nivel%20individual

¿Por qué es importante un buen clima organizacional?

La importancia de garantizar un clima organizacional adecuado dentro de una entidad radica en que este constituye un factor determinante para el desempeño, la productividad y el bienestar integral de los servidores públicos. El clima laboral influye de manera directa en la motivación, las actitudes, el nivel de compromiso, la estabilidad emocional y la satisfacción de los empleados, repercutiendo en la forma como desarrollan sus funciones y en la calidad de los servicios que prestan.

Desde un enfoque jurídico y administrativo, el establecimiento de un entorno laboral sano y equilibrado se encuentra alineado con los principios constitucionales de dignidad humana, eficiencia, moralidad e igualdad (Art. 1, 2 y 209 de la Constitución Política), así como con las disposiciones contenidas en la normativa laboral y en el Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo (Decreto 1072 de 2015), que exigen a las entidades la creación de ambientes de trabajo seguros y saludables.

La evidencia técnica demuestra que cuando los servidores experimentan un clima organizacional positivo, se incrementan sus niveles de satisfacción laboral, lo cual se traduce en mayor eficiencia, reducción de conflictos, disminución del ausentismo laboral, mejor comunicación interna y cohesión entre equipos de trabajo. En este sentido, se reconoce que el clima organizacional se encuentra directamente relacionado con la eficacia institucional, ya que la satisfacción del servidor tiene un impacto directo en el logro de metas, resultados y objetivos estratégicos.

Por consiguiente, fortalecer el clima organizacional no solo constituye una buena práctica administrativa, sino una obligación institucional orientada a salvaguardar el bienestar de los empleados y a asegurar el cumplimiento de los fines esenciales de la organización.

Ventajas de un buen clima organizacional

Mantener un clima organizacional positivo y saludable en el entorno de trabajo permite alcanzar ventajas estratégicas que contribuyen al cumplimiento efectivo de los objetivos institucionales. Entre las más relevantes se destacan:

- Incremento de la productividad y eficiencia: Las personas motivadas y satisfechas ejecutan sus funciones con mayor compromiso, precisión y proactividad.
- Mejor comunicación interna: Un clima favorable facilita la interacción respetuosa y efectiva entre los miembros de la entidad, reduciendo malentendidos y fortaleciendo el trabajo colaborativo.
- Reducción de riesgos psicosociales: Se disminuyen factores como estrés, agotamiento emocional, conflictos interpersonales y otros elementos que afectan la salud mental.
- Mayor sentido de pertenencia: Los empleados se sienten valorados, fortalecen su identidad institucional y desarrollan vínculos de lealtad hacia la organización.
- Retención del talento humano: Un ambiente la-boral positivo reduce la rotación del personal y preserva el conocimiento organizacional.

- Mejora en la calidad del servicio: Los servidores motivados proyectan actitudes positivas hacia los usuarios y ciudadanía, contribuyendo a la excelencia en la prestación del servicio.
- Contribución al cumplimiento del MIPG: Se favorece la gestión del talento humano como dimensión estratégica, fortaleciendo los procesos misionales y de apoyo.

En el mercado chocoano se identifica la presencia de un número significativo de empresas pertenecientes al régimen común, cuyo objeto social guarda relación directa con el objeto contractual que se desarrolla mediante el presente proceso. Del análisis de mercado realizado, conforme a los principios de planeación, economía, transparencia y responsabilidad previstos en la Ley 80 de 1993, la Ley 1150 de 2007 y el Decreto 1082 de 2015, se evidencia que en el sector existe una oferta amplia y diversa de proveedores que suministran los bienes y servicios requeridos, situación que fortalece la libre competencia y posibilita una mayor capacidad de negociación para la entidad.

Se concluye que los oferentes analizados actúan como competidores reales y presentes en el mercado, lo cual garantiza condiciones más favorables en términos de precios, calidad, eficiencia y cumplimiento. Esta dinámica competitiva permite proyectar procesos contractuales ajustados al principio de selección objetiva, facilitando que la entidad obtenga condiciones contractuales ventajosas y acordes con la normativa vigente en materia de contratación pública.

- **Sector de Las Mipymes**

En Colombia el segmento empresarial esta clasificado en micro, pequeñas, medianas y grandes empresas, esta clasificación estuvo reglamentada en la Ley 590 de 2000 conocida como la Ley Mipymes y sus modificaciones (Ley 905 de 2004); y posteriormente por el Decreto MinCIT No. 957 del 5 de junio de 2019, que rige actualmente.

Cuadro Clasificacion 2025 1 UVT = $49.799 pesos:

Cuadro clasificación 2025 1 UVT= $49.799 pesos:

Clasificación	Manufactura	Servicios	Comercio
Microempresas	Hasta $1.173.413.837	Hasta $1.642.769.412	Hasta $2.229.451.431
Pequeñas empresas	Superior a $1.173.413.837 y hasta $10.208.546.005	Superior a $1.642.769.412 y hasta $6.571.027.849	Superior a $2.229.451.431 y hasta $21.473.129.604
Medianas empresas	Superior a $10.208.546.005 y hasta $86.479.200.435	Superior a $6.571.027.849 y hasta $24.054.610.166	Superior a $21.473.129.604 y hasta $104.600.300.908
Grandes empresas	Superior a $86.479.200.435	Superior a $24.054.610.166	Superior a $104.600.300.908

- **Mipymes tendrán facilidades para poder contratar con el Estado, ¿cuáles son?**[4]

En Colombia, el sistema de compras públicas busca facilitar la participación de las MiPymes en las contrataciones estatales, reconociendo su importancia para el crecimiento económico y la reducción de la inequidad. Se han implementado medidas para reducir barreras de acceso y promover la inclusión de estas empresas en los procesos de contratación pública.

Marco normativo y políticas:

- **Ley 590 de 2000:**
  Esta ley establece lineamientos para la estructuración de políticas públicas inclusivas para las MiPymes.
- **Ley de Emprendimiento (Ley 2069 de 2020) y Decreto 1860 de 2021:**
  Estas normas modificaron el sistema de compra y contratación pública para fomentar la participación de las MiPymes.
- **Plan Nacional de Desarrollo - Ley 2294 de 2023:**
  Fomenta la participación de las MiPymes en las compras públicas como un pilar fundamental para el crecimiento económico y la reducción de la inequidad.

Medidas para la inclusión:

- **Criterios diferenciales para MiPymes:**
  Se establecen requisitos habilitantes diferenciales que promueven y facilitan la participación de las MiPymes en los procesos de selección competitivos.
- **División de procesos por segmentos:**
  Se alienta a las entidades públicas a dividir los procesos de contratación por segmentos para reducir requisitos y facilitar la participación de las MiPymes.
- **Catálogo inclusivo:**
  Se busca crear un catálogo para la adquisición de bienes y servicios con características uniformes y no uniformes, incluyendo productos de origen agropecuario y de la economía popular.
- **Ferias de negocios inclusivas:**
  Se implementan espacios para identificar barreras de acceso en los procesos de contratación por parte de las MiPymes y actores de la economía popular.
- **Mecanismos para superar barreras:**
  Se busca eliminar barreras de acceso al sistema de compras públicas que impidan la participación de las MiPymes.

Importancia de las MiPymes:

[4] https://www.bancoldex.com/es/sobre-bancoldex/quienes-somos/clasificacion-de-empresas-en-colombia

- Las MiPymes son actores estratégicos en el crecimiento de la economía, la transformación del aparato productivo y el mejoramiento de la competitividad del país.
- Su participación en las compras públicas contribuye a la generación de empleo y a la distribución más equitativa de la riqueza.

Sistema de Compras Públicas (SECOP II):

- Es un sistema electrónico para la consulta, registro y seguimiento de información sobre los procesos contractuales con recursos públicos.
- Administrado por Colombia Compra Eficiente, el ente rector en materia de compras públicas.

Desafíos:

- A pesar de los esfuerzos, aún existen barreras para la participación efectiva de las MiPymes en las compras públicas.
- Es importante seguir trabajando para reducir estas barreras y garantizar un acceso equitativo para todas las empresas, especialmente las MiPymes.

Las Mipymes son esenciales para el desarrollo y la generación de empleo en el país, por lo tanto, es fundamental reconocerlas como uno de los principales agentes de la reactivación económica.
Para este proceso los posibles oferentes son micro, pequeña y medianas empresas del contexto local, departamental y nacional como personas naturales y jurídicas con experiencia en el servicio relacionados con el objeto de la contratación.

- **Aspectos Regulatorio**

Las empresas dispuestas para el servicio, son empresas con experiencia las cuales se comprometen a mantener siempre los documentos necesarios para contratar (por Ley), además de no presentar antecedentes frente a los organismos de control nacional y así brindar el servicio acorde con las necesidades de la Entidad contratante, creando un ambiente de confianza y calidad.

6. Análisis Técnico.

De conformidad con lo establecido en el numeral 4 del artículo 2.2.1.2.1.5.1 del Decreto 1082 de 2015, el valor estimado del contrato debe estar soportado en un estudio de mercado realizado por la entidad, así mismo el Manual de Contratación Administrativa (GCCON-M-001) versión 4, del Servicio Nacional de Aprendizaje SENA, establece que en los estudios de mercado que se realicen para determinar el presupuesto oficial estimado de una contratación, se pueden incluir algunas de las siguientes metodologías: cotizaciones, consulta en páginas web especializadas, indexación de precios históricos, contrataciones realizadas en el mismo periodo, precios regulados, panel de expertos, etc.

-**ESTUDIO TECNICO**: Es procedente efectuar la contratación toda vez que las condiciones técnicas enunciadas en el presente estudio permitirán satisfacer las necesidades.

-**ESTUDIO ECONOMICO**: El análisis económico se realiza a través de cotizaciones estableciendo expresamente que la cotización no genera compromiso u obligación por parte del SENA, pues no corresponden a un procedimiento de selección. El valor estimado del contrato se determinó de acuerdo a lo establecido en la **circular N°3-2013-000133** utilizando la(s) siguiente(s) opción(es):

PRECOTIZACIONES: la cual se publicó en la plataforma transaccional Secop II PROCESOS - SOLICITUD DE INFORMACION CHC- 230-2025, y como resultado de ese estudio de mercado se recibieron las siguientes precotizaciones.

ESTUDIO DE MERCADO

Con base en el siguiente promedio se establece el presupuesto para la contratación:

ITEM	DESCRIPCIÓN	CANT	UNIDAD DE MEDIDA	VALOR UNITARIO 01- Pacific Networks Business SAS	VALOR UNITARIO 02- ISABELLA VARGAS CANO	VALOR UNITARIO 03- BEDOYA GAVIRIA	Promedio	SUBTOTAL
1	**Taller #1 Manejo de equipos**. El taller vivencial de clima organizacional se llevará a cabo con una jornada de cuatro (4) horas. El contenido del taller 1, en el primer día va dirigido para Director, Misional, Coordinadores Académicos, Coordinador Grupo Mixto, Coordinador Talento Humano, Coordinador de Relaciones Corporativas y APE, Líder de Emprendimiento y lideres de procesos. El tema es Inteligencia emocional y Manejo de equipos. Taller de 4 horas, en el Horario de 8:00 am a 12:00 am. **PERFIL PROFESIONAL DEL TALLERISTA: Profesional en psicología y afines al núcleo básico del conocimiento, o administrador de empresas o trabajador social con conocimiento en: comportamiento organizacional o gestión humana o talento humano o seguridad y salud en el trabajo, desarrollo organizacional o comportamiento organizacional. Con experiencia profesional relacionada y certificada en procesos o actividades de capacitación o entrenamiento a personas o grupos de trabajo o empresas en lo referente a clima laboral y a fin a los temas objeto de intervención como lo son: manejo de equipos, fortalecimiento de competencias de liderazgo y fortalecimiento de la comunicación en ambientes laborales.** Una vez iniciada la ejecución del contrato se debe remitir la hoja de vida del profesional para ser revisada y avalada por el Supervisor del contrato. Capacidad 58 asistentes	1	GLOBAL	$ 1,000,000	$ 1,200,000	$ 1,050,000	**$ 1,083,333**	$ 1,083,333

2	**Taller #2 Comunicación asertiva.** El taller vivencial de clima organizacional se llevará a cabo con una jornada de cuatro (4) horas. El contenido del taller 2, en el segundo día va dirigido para todos los funcionarios, en la temática de Comunicación asertiva. Taller de 4 horas, en el Horario de 8:00 am a 12:00 am **PERFIL PROFESIONAL DEL TALLERISTA: Profesional en psicología y afines al núcleo básico del conocimiento, o administrador de empresas o trabajador social con conocimiento en: comportamiento organizacional o gestión humana o talento humano o seguridad y salud en el trabajo, desarrollo organizacional o comportamiento organizacional. Con experiencia profesional relacionada y certificada en procesos o actividades de capacitación o entrenamiento a personas o grupos de trabajo o empresas en lo referente a clima laboral y a fin a los temas objeto de intervención como lo son: manejo de equipos, fortalecimiento de competencias de liderazgo y fortalecimiento de la comunicación en ambientes laborales.** Una vez iniciada la ejecución del contrato se debe remitir la hoja de vida del profesional para ser revisada y avalada por el Supervisor del contrato. Capacidad 58 asistentes	1	GLOBAL	$ 1,000,000	$ 1,200,000	$ 1,050,000	**$ 1,083,333**	$ 1,083,333
3	**Taller #3 Liderazgo.** El taller vivencial de clima organizacional se llevará a cabo con una jornada de cuatro (4) horas. El contenido del taller 3, en el tercer día va dirigido para todos los funcionarios de la Regional Chocó, en la temática de liderazgo. Taller de 4 horas, en el Horario de 8:00 am a 12:00 am. **PERFIL PROFESIONAL DEL TALLERISTA: Profesional en psicología y afines al núcleo básico del conocimiento, o administrador de empresas o trabajador social con conocimiento en: comportamiento organizacional o gestión humana o talento humano o seguridad y salud en el trabajo, desarrollo organizacional o comportamiento organizacional. Con experiencia profesional relacionada y certificada en procesos o actividades de capacitación o entrenamiento a personas o grupos de trabajo o empresas en lo referente a clima laboral y a fin a los temas objeto de intervención como lo son: manejo de equipos, fortalecimiento de competencias de liderazgo y fortalecimiento de la comunicación en ambientes laborales**. Una vez iniciada la ejecución del contrato se debe remitir la hoja de vida del profesional para ser revisada y avalada por el Supervisor del contrato. Capacidad 58 asistentes	1	GLOBAL	$ 1,000,000	$ 1,200,000	$ 1,050,000	**$ 1,083,333**	$ 1,083,333

4	**Salón y/o auditorio.** Espacio necesario para la realización de los tres días de talleres, para ello se establecen los siguientes requerimientos: 1. El sitio de desarrollo de la actividad debe estar ubicado en el perímetro urbano de la Ciudad de Quibdó. 2. El lugar debe estar disponible iniciando a las 8:00 am y finalizando a las 12:00pm, durante tres (3) días. 3. El lugar debe contar con un auditorio o salón con capacidad mínima de 100 personas, con espacios amplios, con aire acondicionado y que permitan la realización de actividades teóricas y lúdicas para los participantes del evento 4. El sitio de ejecución de los talleres debe garantizar excelente iluminación y ventilación permanentemente. 5. El auditorio debe contar con servicio de baterías sanitarias organizadas para damas y caballeros. 6. Se debe garantizar sillas y mesas para la población participante. 7. El lugar debe ser de fácil acceso para personal en condición de movilidad disminuida. 8. El espacio debe contar con ayudas audiovisuales (sonido, micrófono, video beam, telón) 9. Se debe contar con espacios amplios para el consumo de alimentos.	3	UN	$ 1,083,900	$ 1,200,000	$ 1,100,000	**$ 1,127,967**	$ 3,383,900
5	**Estación permanente de Café, aromática y agua**. En el salón/auditorio se debe garantizar estación de tinto, agua, aromática junto con sus desechables, mezcladores y azúcar, durante el desarrollo de las actividades contratadas, no se podrá utilizar empaques de ICOPOR, pitillos revolvedores plásticos. El contratista deberá garantizar que el material sea reutilizable biodegradable o reciclable. 2 horas (disponibilidad de 4 horas por cada uno de los 3 días)	3	GLOBAL	$ 250,000	$ 200,000	$ 199,500	**$ 216,500**	$ 649,500
6	**Refrigerios**. Entrega de refrigerios a los asistentes a cada uno de los eventos, a las 10:00 am. Se presentan las siguientes Opciones: • **Opción 1**. Croissant de 90 gramos cada uno, por persona, de jamón y/o queso, junto con una porción de fruta manzana y/o pera de 200 gramos, una bebida puede ser café con leche chocolate o jugo de fruta natural de 10 onz. • **Opción 2**. Pastel de carne y/o pollo de 130 gramos cada uno, por persona, junto con una porción de fruta manzana y/o pera de 200 gramos y una bebida puede ser café con leche, chocolate o jugo de fruta natural de 10 onz.	136	UN	$ 18,000	$ 15,000	$ 17,500	**$ 16,833**	$ 2,289,333
7	**Almuerzos**. Entrega de almuerzos a la 12:00 pm, a los asistentes de los talleres # 2 y # 3; consistente en: Entrada fruta de 120 gramos con una sopa o crema 12 onzas, arroz blanco 1 porción por 90 gramos; 1 harina, puede ser papa o yuca o plátano o maduro por 60 gramos, 1 proteína, pierna de cerdo, carne punta de anca o pollo (pechuga o pierna pernil) de 150 gramos al servir. 1 porción de ensalada de varias verduras o frutas puede ser cocidas o crudas por 100gr, jugos de fruta natural de 10 onzas. Postres de 50 gramos **Nota**: Entrega por los días 2 y 3 para el Taller respectivo, la cantidad exacta de almuerzos por Taller será dada al proveedor previo al día de la actividad, según la confirmación de los funcionarios.	116	UN	$ 50,000	$ 51,200	$ 49,000	**$ 50,067**	$ 5,807,733
8	**Camisetas.** Entrega de Camisetas tipo polo para los asistentes al taller #3. La aprobación del logo se realizará por la oficina	58	UN	$ 52,000	$ 51,800	$ 50,000	**$ 51,267**	$ 2,973,467

	de comunicaciones, las tallas, el color y el diseño serán entregados por el supervisor del contrato.							
TOTAL								**$ 18,353,933**

El valor estimado del (de los) contrato(s) será hasta por la suma de **DIECIOCHO MILLONES TRESCIENTOS CINCUENTA Y TRES MIL NOVECIENTOS TREINTA Y TRES PESOS ($18.353.933) M/CTE**. IVA incluido, cuando a ello hubiere lugar, y demás impuestos, costos directos e indirectos, tasas, contribuciones de carácter nacional y/o municipal o de carácter legal.

7. Análisis de la demanda

EL SENA Regional Choco, para adelantar el respectivo estudio, efectuó las consultas pertinentes en la siguiente página web:

- Portal Colombia compra eficiente SECOP (www.colombiacompra.gov.co).

Lo anterior, con el objetivo de tomar como referencia las empresas que participan activamente en procesos de contratación, con similar objeto, modalidad de selección, presupuesto asignado y plazo de ejecución.

Con relación al análisis del comportamiento de contrataciones realizadas por parte del SENA, en cuanto al servicio por la Entidad, tenemos:

Año	Contratista	Regional	N° Contrato	Objeto	Valor	Plazo
2024	TYF COMPANY S.A.S.	REGIONAL CHOCÓ	CO1.PCCNTR. 6748893	CONTRATAR APOYO LOGÍSTICO PARA REALIZAR LAS ACTIVIDADES DE CLIMA ORGANIZACIONAL EN LA REGIONAL CHOCÓ	$18.312.474 COP	30 DIAS
2023	ANDGRUP INTEGRAL SAS	REGIONAL CHOCÓ	CO1.PCCNTR. 5316310	CONTRATAR APOYO LOGISTICO PARA REALIZAR LAS ACTIVIDADES DE CLIMA ORGANIZACIONAL EN LA REGIONAL CHOCÓ.	$8.956.000 COP	30 DIAS
2022	ANDGRUP INTEGRAL SAS	REGIONAL CHOCÓ	CO1.PCCNTR . 3873411	CONTRATAR APOYO LOGISTICO PARA REALIZAR LAS ACTIVIDADES DE CLIMA ORGANIZACIONAL EN LA REGIONAL CHOCÓ.	$23.612.000 COP	30 DIAS

2022	PROYECTOS Y SUMINISTROS H & m SAS	REGIONAL BOLIVAR	CO1.PCCNTR. 3765564 -	CONTRATAR LA INTERVENCIÓN PARA LA MEJORA DEL CLIMA ORGANIZACIONAL DEL SENA REGIONAL BOLÍVAR.	$21.806.000 COP	20 DIAS
2021	ANDGRUP INTEGRAL SAS	REGIONAL CHOCÓ	CO1.PCCNTR. 3098497	CONTRATAR APOYO LOGÍSTICO PARA REALIZAR LAS ACTIVIDADES DE CLIMA ORGANIZACIONAL EN LA REGIONAL CHOCÓ.	$6.880.000 COP	15 DIAS

8. Análisis de riesgos

8.1. Estimación, tipificación y asignación de los riesgos previsibles que puedan afectar el equilibrio económico del contrato:

El artículo 4 de la Ley 1150 de 2007 establece que la Entidad Estatal debe "incluir la estimación, tipificación y asignación de los riesgos previsibles involucrados en la contratación" en los pliegos de condiciones o su equivalente. El Decreto Ley 4170 de 2011 establece dentro del objetivo de Colombia Compra Eficiente optimizar los recursos públicos en el sistema de compras y contratación pública para lo cual es indispensable el manejo del riesgo en el sistema y no solamente el riesgo del equilibrio económico del contrato. Y en virtud de lo expuesto el Centro de Recursos Naturales Industria y Biodiversidad procedió a identificar y clasificar los riesgos con base en la probabilidad de ocurrencia y el impacto del evento de la siguiente manera. Se anexa matriz de riesgo. La matriz de riesgo se evidencia en los Estudios Previos del proceso.

Firmado digitalmente por Carmen Strella Arboleda Velásquez

CARMEN STRELLA ARBOLEDA VELÁSQUEZ
Directora Regional con funciones de Subdirector de Centro (E)

Elaboró: Natalia Plaza Ramirez - Abogada Contratación y Convenios - Sena Chocó CRNIB
Revisó componentes técnicos: Blyderson Arboleda Montañez, Coordinador Grupo Gestión Talento Humano
Revisó Aspectos Técnicos 01: María Celia Rivas Abadía, Psicóloga Eje Sena Mentalmente Saludable
Revisó componente jurídico: Ruby Zapata- Líder oficina de Contratación - Sena Chocó CRNIB
VoBo: Paola Andrea Aranda Santiago, Coordinadora GAAM - Sena Chocó CRNIB