



**FORMATO- ANÁLISIS DEL SECTOR ECONÓMICO-  
(DIFERENTE A CONTRATACION DIRECTA Y  
REGIMEN ESPECIAL ESPECIAL)**

**Código: A-CO-F-046**

**Versión: 01**

**Fecha: 27-12-2024**



## ANÁLISIS DEL SECTOR ECONÓMICO

Mínima cuantía

**Estudio Previo:** CMC001-2026

**Objeto:** Impresión de tiquetes estudiantiles para el desarrollo del proyecto “Estímulo para la permanencia en el sistema escolar – Tiquetes” de la Secretaría de Educación y Cultura del Municipio de Girardota, para la vigencia 2026.

### Clasificación UNSPSC

Nivel	Código	Descripción
Segmento	78	Servicios de impresión y reproducción
Familia	7811	Servicios de impresión comercial
Clase	781115	Impresión de formularios y tickets

### 1. Análisis del Mercado

**1.1. Aspectos generales del Mercado:** comercial y editorial, además de periódicos, revistas, empaques y etiquetas. Este sector representa una industria fundamental para la difusión de información, promoción comercial y preservación de identidades institucionales.

#### Características del Sector en Colombia

La industria gráfica en Colombia ha experimentado una transformación significativa en los últimos años, adaptándose a las nuevas tecnologías digitales mientras mantiene servicios tradicionales de impresión. El sector se caracteriza por:

**Diversificación de servicios:** Desde impresión offset tradicional hasta soluciones digitales personalizadas.

**Segmentación por especialidades:** Empresas dedicadas a productos específicos como material publicitario, editorial, o productos de seguridad (como los tiquetes estudiantiles).

**Adaptación tecnológica:** Incorporación de sistemas de gestión del color, impresión digital y acabados especiales.

#### Relevancia para el Proyecto de Tiquetes Estudiantiles



**FORMATO- ANÁLISIS DEL SECTOR ECONÓMICO-  
(DIFERENTE A CONTRATACION DIRECTA Y  
REGIMEN ESPECIAL ESPECIAL)**

**Código: A-CO-F-046**

**Versión: 01**

**Fecha: 27-12-2024**



En el contexto del proyecto "Estímulo para la permanencia en el sistema escolar – Tiquetes" de la Secretaría de Educación y Cultura del Municipio de Girardota, la comunicación gráfica juega un papel crucial:

**Seguridad documental:** Los tiquetes requieren numeración secuencial y elementos de control que solo proveedores especializados pueden garantizar.

**Identidad institucional:** La reproducción precisa de colores institucionales (CMYK específicos) y logos oficiales.

**Durabilidad:** El uso de papel Propal 300gr responde a la necesidad de resistencia para el uso diario de los estudiantes.

### **Tendencias del Mercado**

El sector de impresión de documentos de valor como tiquetes estudiantiles ha evolucionado hacia:

- Mayor personalización y control de calidad.
- Incorporación de elementos de seguridad.
- Optimización de procesos para reducir tiempos de entrega.
- Sostenibilidad en materiales y procesos.

La industria gráfica en Colombia ha demostrado ser un pilar fundamental de la economía nacional, con un impacto significativo en diversos sectores productivos. Si bien las cifras y estadísticas pueden brindar una visión clara de su importancia, es el dinamismo y la innovación que caracterizan a esta industria lo que la convierte en un actor clave en el panorama empresarial colombiano.

Según datos recientes, en el 2023 la producción nacional de la industria gráfica alcanzó 5,6 billones de pesos, lo que subraya su relevancia en el contexto económico del país. Además, la industria de la comunicación gráfica tuvo una participación del 5,0% dentro del producto interno bruto de la industria manufacturera y representó un 0,6% del PIB nacional<sup>1</sup>.

El sector de la comunicación gráfica desempeña un papel fundamental en varias cadenas productivas, siendo un componente esencial en la cadena de valor de numerosos sectores que conforman la economía colombiana. Con cálculos basados en la información de la Gran Encuesta Integrada de Hogares que realiza el DANE, en 2023, se estima que la industria de la comunicación gráfica empleó en promedio casi 273 mil personas.

Además, la industria gráfica colombiana se destaca por su capacidad exportadora, con productos relacionados que alcanzaron los \$251,2 millones de dólares FOB en el año 2023. Los principales destinos de exportación fueron EE.UU., Ecuador y México, con Antioquia, Bogotá y Valle del Cauca como los principales departamentos exportadores.

En el ámbito local, Medellín se destacó en 2023 como la segunda ciudad con mayor participación en las exportaciones totales, alcanzando el 24,7% del total exportado. El segmento de empaques y envases tuvo mayor representatividad en Antioquia, mientras que Medellín lideró en la exportación de etiquetas.

<sup>1</sup> <https://andigrafmarket.com/blogs/noticias/tendencias-del-empaque-de-alimentos-innovacion-y-sostenibilidad-en-2023>



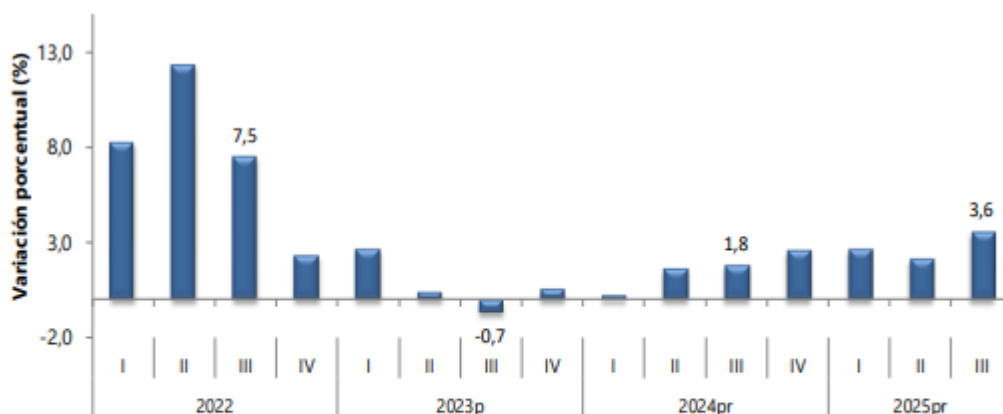
**DANE**

**Boletín técnico**

Bogotá D.C. 18 de noviembre de 2025

## Producto Interno Bruto (PIB) III trimestre 2025 preliminar

Gráfico 1. Producto Interno Bruto  
Tasa de crecimiento en volumen<sup>1</sup>  
2022-I / 2025<sup>pr</sup>-III



Fuente: DANE, PIB\_T

<sup>1</sup>Series encadenadas de volumen con año de referencia 2015

<sup>pr</sup>preliminar

<sup>p</sup>provisional

<https://www.dane.gov.co/files/operaciones/PIB/bol-PIB-IIItrim2025.pdf>

La producción nacional de la industria gráfica en el primer trimestre de 2024 alcanzó 1,3 billones de pesos, cayendo 1,6% respecto al mismo periodo de 2023 y con un dinamismo inferior al total de la industria manufacturera.

Descripción	Producción bruta trimestral (miles de millones de pesos)			
	Ene - Mar 2023	Ene - Mar 2024	Variación	Participación
Papel, cartón y productos de papel y cartón	951,8	956,5	0,5%	3,6%
Impresión y producción de copias	467,0	439,7	-5,8%	1,7%
Comunicación Gráfica	1.419	1.396	-1,6%	5,3%
<b>Industria Manufacturera</b>	<b>28.069</b>	<b>26.418</b>	<b>-5,9%</b>	<b>100,0%</b>

En el marzo de 2024, el índice de precios al productor de las industrias manufactureras decreció 0,6%, siguiendo un patrón similar observamos un decrecimiento de 1,3% en el caso de las actividades de





## FORMATO- ANÁLISIS DEL SECTOR ECONÓMICO- (DIFERENTE A CONTRATACION DIRECTA Y REGIMEN ESPECIAL ESPECIAL)

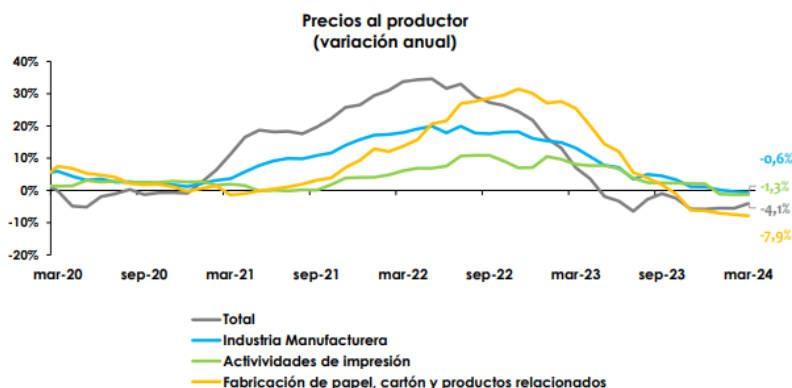
Código: A-CO-F-046

Versión: 01

Fecha: 27-12-2024

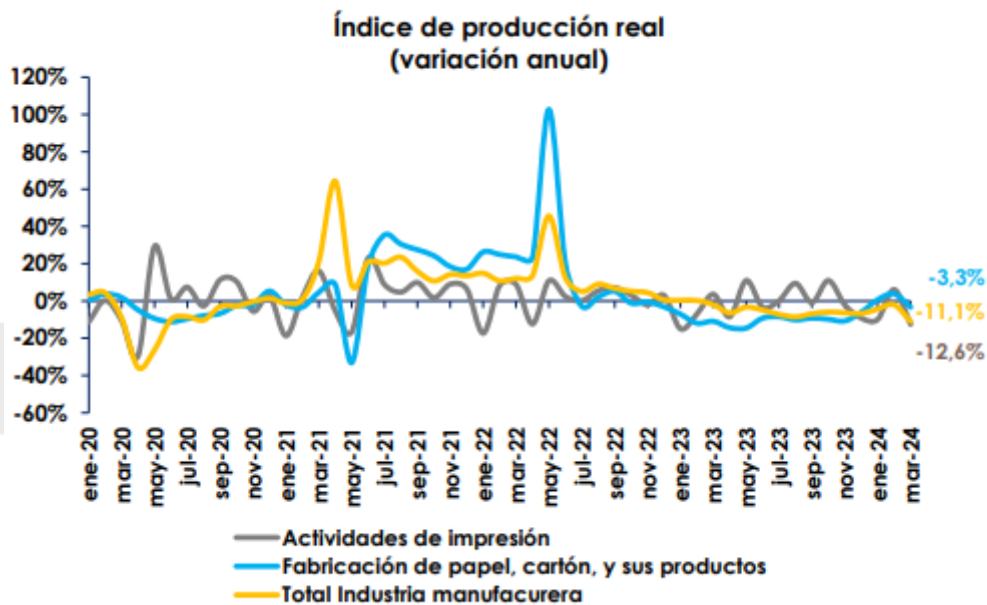


impresión. Por el lado de la fabricación de papel, cartón y productos relacionados, observamos una reducción de 7,9%.



Fuente: Procesado y elaborado por Andigraf, datos DANE (30/05/2024)

Con un deterioro en la producción de las actividades de impresión en 2023, el desempeño de este sector en los últimos 3 años ha promediado un mejor resultado que el total de la industria, a su vez que, para el primer trimestre de 2024, mantiene un comportamiento similar al total de la industria. En el caso de la fabricación de papel y cartón muestra una leve recuperación.



Fuente: Procesado y elaborado por Andigraf, datos DANE (30/05/2024)

En marzo de 2024 las ventas de las actividades de impresión como de la fabricación de papel y cartón exhibieron un crecimiento anual de - 14,2% y - 4,1% respectivamente. No obstante, en el caso de las actividades de impresión, las ventas han tenido un mejor desempeño en el promedio anual de los últimos



## FORMATO- ANÁLISIS DEL SECTOR ECONÓMICO- (DIFERENTE A CONTRATACION DIRECTA Y REGIMEN ESPECIAL ESPECIAL)

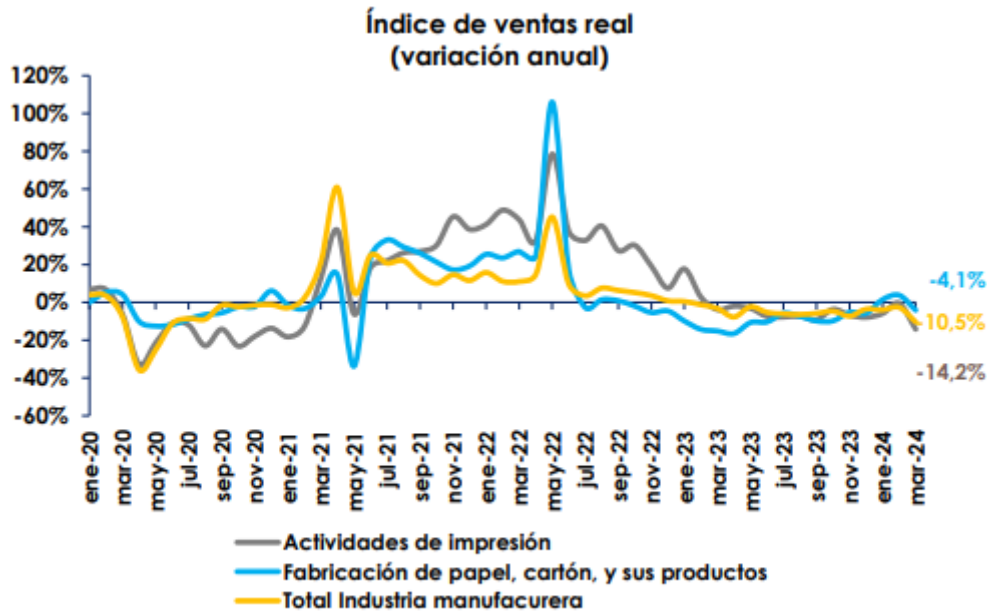
Código: A-CO-F-046

Versión: 01

Fecha: 27-12-2024



3 años y para la fabricación de papel, cartón y sus productos presenta un mejor desempeño en los últimos meses.



Fuente: Procesado y elaborado por Andigraf, datos DANE (30/05/2024)

## 1.2. Perspectiva económica:

### 1. Cambios en los Presupuestos Públicos

Los fondos destinados por las administraciones nacionales y municipales constituyen un elemento decisivo en la capacidad adquisitiva del municipio para comunicación publicitaria. Durante los últimos periodos fiscales, el presupuesto orientado al sector educativo ha experimentado diversas modificaciones como consecuencia de fluctuaciones en la economía colombiana y los enfoques de política pública implementados por cada gobierno.

Según el Boletín Económico de ANDIGRAF (2024), estos ajustes presupuestarios representan simultáneamente desafíos y ventanas de oportunidad para el sector gráfico-publicitario, dependiendo de la disponibilidad financiera en cada ciclo fiscal. La industria de comunicación gráfica, que experimentó una contracción del 7.6% en 2023, encuentra en el sector público un cliente estratégico que puede estabilizar la demanda en periodos de incertidumbre económica.

Resulta fundamental que los departamentos responsables de adquirir materiales publicitarios educativos se adapten ágilmente a estas variaciones presupuestarias, estableciendo prioridades efectivas en la distribución de recursos y considerando tanto las necesidades informativas de la comunidad escolar como las tendencias del mercado publicitario, donde segmentos como el



## FORMATO- ANÁLISIS DEL SECTOR ECONÓMICO- (DIFERENTE A CONTRATACION DIRECTA Y REGIMEN ESPECIAL ESPECIAL)

Código: A-CO-F-046

Versión: 01

Fecha: 27-12-2024



material publicitario institucional mantienen mayor resiliencia frente a otros sectores de la industria gráfica.

### 2. Cambios en las Formas de Adquisición

El sector de comunicación gráfica ha experimentado una profunda reestructuración en sus modelos de contratación pública, impulsada principalmente por la revolución digital y la implementación de ecosistemas tecnológicos integrados. Los antiguos esquemas de adjudicación para servicios publicitarios, caracterizados por su rigidez administrativa y extensos tiempos de gestión, han dado paso a plataformas electrónicas que potencian la visibilidad de los procesos y optimizan los recursos públicos.

Según el Boletín Económico de ANDIGRAF (2024), la impresión digital ha transformado radicalmente las dinámicas de adquisición, permitiendo:

- Personalización masiva de materiales publicitarios con tiempos de entrega reducidos en un 40%.
- Producción bajo demanda que minimiza inventarios y reduce desperdicios en campañas institucionales.
- Integración de elementos digitales (códigos QR, realidad aumentada) en piezas impresas tradicionales.

Esta metamorfosis, sin embargo, presenta desafíos significativos para el ecosistema publicitario municipal. Las dependencias gubernamentales enfrentan la necesidad de actualizar competencias técnicas en su personal para evaluar adecuadamente las nuevas posibilidades que ofrece la impresión digital, como la gestión del color con estándares ISO 12647-2 o la implementación de elementos de seguridad en documentos oficiales.

Las entidades territoriales deben mantenerse actualizadas sobre estas innovaciones tecnológicas y adaptar sus pliegos de condiciones para aprovechar las ventajas competitivas que ofrece la nueva cadena de valor publicitaria, garantizando que los materiales de comunicación institucional sean contratados bajo parámetros que maximicen tanto la eficiencia presupuestaria como el impacto comunicacional en la ciudadanía.

### 3. Fluctuaciones en los Ciclos de Producción

La elaboración de elementos para comunicación publicitaria institucional se encuentra sujeta a ciclos productivos específicos condicionados por múltiples variables determinantes, incluyendo patrones estacionales de demanda, disponibilidad de insumos gráficos y capacidades operativas de los proveedores tanto regionales como nacionales.

Según el Boletín Económico de ANDIGRAF (2024), la industria gráfica experimenta una marcada concentración de solicitudes de materiales publicitarios institucionales en periodos que anteceden a campañas educativas y calendarios académicos, generando incrementos significativos en los volúmenes de producción a escala nacional y municipal. Este comportamiento cíclico impacta directamente en dos dimensiones críticas:



## FORMATO- ANÁLISIS DEL SECTOR ECONÓMICO- (DIFERENTE A CONTRATACION DIRECTA Y REGIMEN ESPECIAL ESPECIAL)

Código: A-CO-F-046

Versión: 01

Fecha: 27-12-2024



Girardota con  
calidad

**Estructura de costos:** La presión sobre la cadena productiva durante estos períodos pico puede generar incrementos temporales en los precios de insumos como papel estucado y tintas especializadas, que experimentaron fluctuaciones significativas en el índice de precios al productor durante 2023 (con caídas del 6.3% en papel y cartón, pero incrementos del 2.1% en actividades de impresión).

**Eficiencia en entregas:** Los tiempos de respuesta y distribución de materiales publicitarios institucionales se ven comprometidos cuando la planificación de campañas no contempla adecuadamente estos ciclos productivos, especialmente considerando que la industria manufacturera colombiana operó con una contracción del 3.5% durante 2023.

Esta dinámica sectorial exige que las entidades gubernamentales implementen estrategias de contratación anticipada que mitiguen los riesgos asociados a las fluctuaciones estacionales del mercado de comunicación gráfica institucional.

#### 4. Fluctuaciones en los Precios de las Materias Primas y Costos de Producción

El valor de los materiales base utilizados en la producción de comunicación publicitaria institucional (papeles especiales, tintas, sustratos gráficos) y los costos asociados a su transformación, incluyendo mano de obra especializada y consumo energético, experimentan oscilaciones significativas en el mercado. Según el Boletín Económico de ANDIGRAF (2024), estas fluctuaciones responden a dinámicas complejas del sector gráfico colombiano.

La industria de comunicación gráfica registró comportamientos diferenciados en sus componentes de costos durante 2023: mientras el índice de precios al productor para actividades de impresión aumentó un 2.1%, el segmento de fabricación de papel y cartón experimentó una reducción del 6.3%. Esta disparidad refleja las tensiones en la cadena de suministro del sector publicitario institucional.

Factores externos como interrupciones logísticas internacionales, variaciones en la tasa de cambio (que afecta el 72% de insumos importados), y eventos climáticos que impactan la producción de materias primas celulósicas, pueden generar incrementos súbitos en los costos de producción publicitaria. Para las entidades gubernamentales, estas variaciones representan un desafío presupuestario significativo, ya que reducen el poder adquisitivo de los recursos asignados a comunicación institucional y pueden comprometer el alcance de las campañas informativas dirigidas a la ciudadanía.

La implementación de estrategias como contratos a monto agotable con proveedores estratégicos y la diversificación de formatos publicitarios permite a las instituciones públicas mitigar el impacto de estas fluctuaciones en sus programas de comunicación.

#### 5. Inflación y Devaluación de la Moneda



**FORMATO- ANÁLISIS DEL SECTOR ECONÓMICO-  
(DIFERENTE A CONTRATACION DIRECTA Y  
REGIMEN ESPECIAL ESPECIAL)**

**Código: A-CO-F-046**

**Versión: 01**

**Fecha: 27-12-2024**



Girardota con  
**calidad**

La inflación y la depreciación del peso colombiano constituyen variables macroeconómicas determinantes en la estructura de costos asociada a servicios de comunicación publicitaria institucional, como la impresión de tiquetes estudiantiles. Según el Boletín Económico de ANDIGRAF (2024), la inflación general cerró en 9.3% en 2023, mientras que los precios al productor en actividades de impresión registraron un incremento del 2.1%, generando presiones asimétricas en la cadena de valor gráfica.

El fenómeno inflacionario ocasiona un incremento sistemático en los precios de insumos críticos para la producción publicitaria institucional, reduciendo significativamente el poder adquisitivo de los presupuestos municipales asignados a comunicación. Paralelamente, la fluctuación del tipo de cambio (que alcanzó niveles de \$4,800 COP/USD en 2023 antes de estabilizarse en \$3,822) impacta directamente el costo de materiales especializados como papeles estucados, tintas de seguridad y planchas de impresión, componentes que representan hasta el 72% de los insumos del sector gráfico y que dependen mayoritariamente de importaciones.

Para entidades territoriales como el municipio de Girardota, este escenario configura un desafío presupuestario significativo en la planificación y ejecución de contratos de comunicación institucional, particularmente en proyectos estratégicos como los tiquetes estudiantiles. La volatilidad de estas variables económicas puede comprometer la sostenibilidad financiera de programas de permanencia escolar, ya que los recursos inicialmente proyectados podrían resultar insuficientes para mantener tanto la calidad como el volumen requerido de materiales publicitarios e informativos destinados a la comunidad educativa.

## **6. Índices Económicos Relevantes para el Sector**

La evaluación sistemática de los principales indicadores macroeconómicos nacionales resulta fundamental para comprender las dinámicas que afectan al sector de comunicación gráfica y publicidad institucional. Según el Boletín Económico de ANDIGRAF (2024), variables como el comportamiento del Producto Interno Bruto sectorial (-7.6% en 2023), los índices de precios al productor para actividades de impresión (+2.1%), las fluctuaciones cambiarias y las tasas de interés configuran el entorno operativo para proveedores de servicios publicitarios gubernamentales.

La industria gráfica muestra sensibilidad particular a estos indicadores, como evidencia la contracción del 14.0% en la producción de actividades de impresión durante 2023. Una desaceleración económica como la experimentada por Colombia (crecimiento de apenas 0.6% en 2023) genera repercusiones directas en las asignaciones presupuestarias para comunicación institucional, comprometiendo tanto el volumen como la calidad de materiales publicitarios disponibles para programas municipales.

Paralelamente, el mantenimiento de tasas de interés elevadas (12.75% en la tasa de intervención) incrementa significativamente los costos financieros asociados a la adquisición de equipos de impresión digital y materiales especializados, restringiendo la capacidad de inversión de proveedores locales y limitando las opciones disponibles para entidades gubernamentales que requieren servicios de comunicación gráfica con especificaciones técnicas rigurosas.



**FORMATO- ANÁLISIS DEL SECTOR ECONÓMICO-  
(DIFERENTE A CONTRATACION DIRECTA Y  
REGIMEN ESPECIAL ESPECIAL)**

**Código: A-CO-F-046**

**Versión: 01**

**Fecha: 27-12-2024**



### 1.3. Perspectiva internacional:

En un contexto globalizado, el mercado de suministro de la impresión de publicidad institucional no solo está influenciado por factores internos nacionales y locales, sino que también responde a dinámicas internacionales. Aspectos como los acuerdos comerciales, el comportamiento del mercado global, las fluctuaciones de los precios internacionales de materias primas e insumos, las tendencias en la importación y exportación de productos y servicios, así como las tasas de cambio, juegan un papel clave en la configuración del entorno de adquisiciones. A continuación, se presentan los principales factores internacionales que pueden afectar la impresión de tickets estudiantiles en el municipio de Girardota.

#### **Acuerdos Comerciales Internacionales**

Los acuerdos comerciales internacionales, tanto bilaterales como multilaterales, tienen un impacto directo sobre la disponibilidad y el precio de los insumos necesarios para la actividad de referencia. Acuerdos como el Tratado de Libre Comercio (TLC) entre Colombia y Estados Unidos, o la Alianza del Pacífico, facilitan el acceso a productos importados a precios más competitivos y con menores barreras arancelarias. Estos acuerdos pueden ser un factor clave en la reducción de costos. De igual manera, las negociaciones y tratados con la Unión Europea y países asiáticos podrían influir en las políticas de importación de materias primas específicas que Colombia utiliza para la producción local de estos productos.

Además, las negociaciones globales sobre comercio justo o regulaciones internacionales sobre el comercio de bienes pueden generar estándares de calidad o sostenibilidad que los proveedores deben cumplir, lo que afecta tanto los costos de producción como los criterios de adquisición.

Se procedió verificar el contenido de los acuerdos marco de precios con la información que registra la Agencia en su página web, considerando que se debe tener presente que, el contratista será el encargado del embalaje, transporte hasta las instalaciones de la alcaldía municipal, por lo tanto, el contratista debe contar con la capacidad operativa para realizar diferentes embalajes con diferentes cantidades de tickets de impresión de acuerdo a las cantidades contratadas y solicitadas por el municipio de Girardota, situación que no se encuentra prevista dentro de acuerdos marco.

#### **Comportamiento del Mercado Global**

El comportamiento del mercado internacional, especialmente en lo que respecta a los productos y materiales utilizados en la impresión de tickets, está determinado por diversos factores globales como el consumo, la oferta de productos, la competencia y las dinámicas de producción. En un mercado global, los grandes fabricantes internacionales de artículos escolares (como empresas de papelería, tecnología educativa o textiles) juegan un rol importante en la configuración de los precios y la oferta de estos productos.



**FORMATO- ANÁLISIS DEL SECTOR ECONÓMICO-  
(DIFERENTE A CONTRATACION DIRECTA Y  
REGIMEN ESPECIAL ESPECIAL)**

**Código: A-CO-F-046**

**Versión: 01**

**Fecha: 27-12-2024**



Las variaciones en la demanda de productos escolares a nivel internacional también pueden afectar la disponibilidad y el precio de los insumos. Por ejemplo, un aumento en la demanda de productos educativos en mercados de países en desarrollo podría incrementar la competencia por ciertos bienes, generando una subida de precios que afectaría tanto a compradores internacionales como a los entes estatales de Girardota.

### **Fluctuaciones en los Precios Internacionales de Bienes y Servicios**

Las fluctuaciones de los precios internacionales de los bienes y servicios, especialmente en lo que se refiere a las materias primas y productos que se requieren para la impresión de tickets, tienen un impacto significativo en los costos de adquisición. Los precios de materias primas clave, como el papel y tintas especiales dependen de factores globales como la oferta y demanda internacional, las condiciones climáticas y las tensiones geopolíticas.

Por ejemplo, si el precio internacional del petróleo sube, esto podría afectar el costo de transporte y producción de los insumos, lo que a su vez incrementaría el precio de otros insumos.

### **Información sobre Importación y Exportación de Bienes y Servicios**

La importación y exportación de bienes y servicios juega un rol crucial en la configuración del mercado de la impresión de tickets. En Colombia, alguno de los insumos relacionados provienen de diversos mercados internacionales, incluidos China, Estados Unidos y países europeos. Las políticas de importación y exportación, junto con las tarifas arancelarias, pueden afectar la competitividad de los precios en el mercado local.

Las estadísticas sobre importación de estos productos son clave para entender la dinámica del mercado. Si los costos de importación aumentan debido a aranceles más altos o barreras no arancelarias (como estándares técnicos más estrictos), esto podría encarecer los productos importados, lo que afectaría el poder adquisitivo de las entidades estatales colombianas.

### **Impacto de las Tasas de Cambio**

Las tasas de cambio entre el peso colombiano y las principales monedas internacionales (dólar estadounidense, euro, yen, etc.) tienen un impacto directo en los costos de los insumos importados. Dado que algunos de los materiales necesarios para los kits escolares son adquiridos en mercados internacionales, cualquier devaluación del peso frente a estas monedas aumentará el costo de los productos importados. Este fenómeno se ve particularmente en el caso de las materias primas o productos terminados que no se producen localmente y que deben ser adquiridos en mercados extranjeros.

Por ejemplo, si el peso colombiano se devalúa frente al dólar, los costos de adquisición de materiales provenientes de Estados Unidos o Asia aumentarán, lo que se traducirá en un encarecimiento de los kits escolares para las entidades estatales. Esto podría llevar a que el



**FORMATO- ANÁLISIS DEL SECTOR ECONÓMICO-  
(DIFERENTE A CONTRATACION DIRECTA Y  
REGIMEN ESPECIAL ESPECIAL)**

**Código: A-CO-F-046**

**Versión: 01**

**Fecha: 27-12-2024**



municipio de Girardota deba ajustar su presupuesto para cubrir los incrementos de precios o buscar alternativas de producción local más económicas.

El sector de suministro de elementos de publicidad institucional y operativa en el municipio de Girardota no está aislado de las dinámicas internacionales. Los acuerdos comerciales, el comportamiento global del mercado, las fluctuaciones de los precios internacionales de materias primas e insumos, así como las políticas de importación y exportación, tienen un impacto directo sobre los costos y la disponibilidad de los productos. Además, la tasa de cambio juega un papel fundamental en la determinación de los precios de los insumos importados.

**1.4. Perspectiva técnica:** No requiere de la importación de mercancías y/o servicios pues en el país se cuenta con gran cantidad de empresas, agremiaciones y organizaciones que prestan los servicios que se pretenden contratar. Los bienes a adquirir pueden obtenerse en el mercado local y pueden encontrarse diferentes marcas de industria nacional. Por tanto, no requiere directamente labores de importación.

El sector de la publicidad, algunos productos requieren de la importación de mercancías. Según el DANE, las estadísticas de importaciones registran el ingreso legal de mercancías originarias de otro país o de una Zona Franca colombiana hacia el territorio aduanero nacional. Estas cifras se producen con base en las declaraciones de importación, presentadas ante las diferentes administraciones de aduanas del país, y se registran estadísticamente según la fecha de presentación ante las entidades financieras autorizadas para recaudar los tributos aduaneros.

Las estadísticas de importaciones colombianas son producidas por la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN).

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

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

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

Todos los bienes a adquirir presumen la garantía comercial y la garantía legal. La garantía comercial será un complemento de la garantía legal para asegurar que, en caso de un defecto del producto, el almacén donde lo compró o la marca que lo fabricó puedan ofrecerle una solución al respecto. Para la Superintendencia de Industria y Comercio (SIC), la obligación de responderle al consumidor por un defecto o falla debe estar presente tanto en el fabricante como en el que comercializa determinado artículo. Tanto la garantía legal como la garantía comercial deben respetar los derechos que tiene todo consumidor frente a un producto que adquirió y presenta defectos. En este sentido, según el tipo de la falla registrada, el usuario tiene derecho a la reparación del artículo dañado, la sustitución del producto por otro de iguales prestaciones, la devolución de su dinero o la resolución del contrato. Así las cosas, la entidad considera pertinente que la garantía mínima presunta de los bienes que lo



requieran en ningún caso podrá ser inferior a doce (12) meses, contados a partir de la fecha de entrega de los mismos.

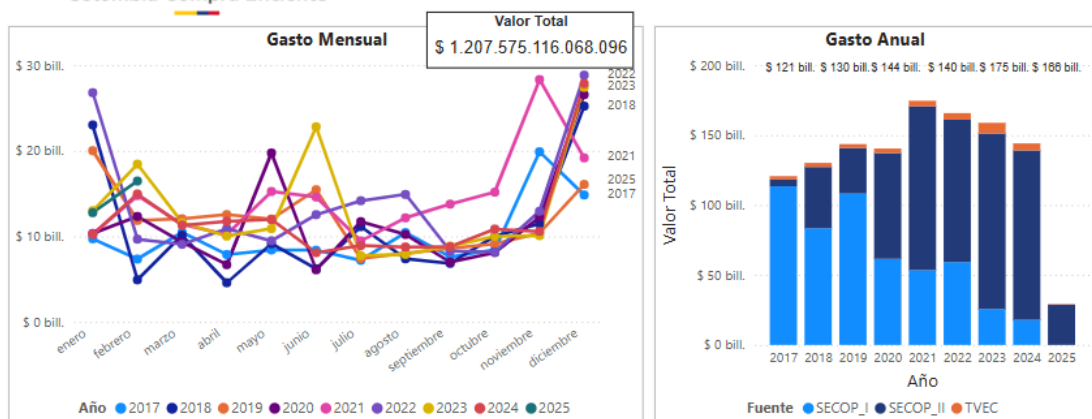
Se consulta el modelo de abastecimiento estratégico de Colombia Compra Eficiente encontrando la siguiente información sobre estudio de la oferta.

**MODELO DE ABASTECIMIENTO ESTRATÉGICO –MAE–**

El Modelo de Abastecimiento Estratégico corresponde a una agrupación de buenas prácticas en abastecimiento estratégico para la gestión de compra de las entidades públicas colombianas. La Agencia Nacional de Contratación Pública – Colombia Compra Eficiente - desarrolló el Modelo De Abastecimiento Estratégico para facilitar y mejorar los procesos de compras de las entidades, buscando que se destaque por sus niveles de transparencia, eficiencia y generación de valor por dinero.



**ANÁLISIS DE LA DEMANDA**



**Análisis de presupuesto oficial**

Para analizar los precios del mercado se utilizaron varios métodos que se describen a continuación:

1. Se consultaron páginas web de los artículos incrementando su valor unitario en un 10% (8.8% estampillas e industria y comercio, 1.2% pólizas) correspondiente a los gastos de pólizas, estampillas y demás deducciones aplicables dentro del proceso de manera que se pudiera comparar de forma equitativa con las cotizaciones de los demás proveedores.
2. Finalmente, entre todos los valores unitarios obtenidos multiplicados por la cantidad de artículos requeridos se realiza un promedio simple entre ellos para obtener el precio techo unitario.



**FORMATO- ANÁLISIS DEL SECTOR ECONÓMICO-  
(DIFERENTE A CONTRATACION DIRECTA Y  
REGIMEN ESPECIAL ESPECIAL)**

**Código: A-CO-F-046**

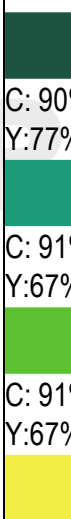

**Versión: 01**

**Fecha: 27-12-2024**



**Girardota con  
calidad**

- Es importante resaltar que para el momento de planeación contractual no es posible determinar la cantidad exacta de estudiantes ya que la proyección de estudiantes puede variar para el momento de la ejecución. Ante la imposibilidad de determinar este dato con precisión se realiza la planeación del presupuesto por valores unitarios, sin embargo, para la solicitud de cotizaciones se aportaron a los proveedores datos estimados de las posibles cantidades a adquirir de manera que los precios ofertados correspondan a los volúmenes de artículos necesarios.
- Con la estimación de cantidades se llega al valor del presupuesto oficial para garantizar que se dispone del recurso necesario para cubrir las cantidades proyectadas en esta fase del proceso, y el contrato se realizara por monto agotable.
- Las cantidades descritas a continuación son una referencia para que los interesados en participar en el proceso tengan una estimación de sus costos y para la determinación del presupuesto oficial, más es importante reiterar que el contrato se adjudicará por la totalidad del presupuesto oficial y el oferente deberá presentar su propuesta en valores unitarios. La unidad ejecutora una vez conocida la cifra final de la población estudiantil informará al contratista la cantidad precisa de tiquetes estudiantiles.

ÍTEM	DESCRIPCIÓN	ELEMENTO	CANT/UND
1.	<p><b>TIQUETES ESTUDIANTILES RURALES</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>Con valor de \$2.000</li><li><b>Dimensiones:</b> 7 x 5 cm</li><li><b>Colores:</b> Institucionales</li></ul>  <p>C: 90% M:38% Y:77% K:39%</p> <p>C: 91% M:14% Y:67% K: 02%</p> <p>C: 91% M:14% Y:67% K: 2%</p> <p>C: 5% M: 1% Y: 100% K: 0%</p>	 <p>*El diseño del tiquete está sujeto a modificaciones, por favor consultar antes de proceder con la impresión.</p>	<b>476.000 UNIDADES</b>



**FORMATO- ANÁLISIS DEL SECTOR ECONÓMICO-  
(DIFERENTE A CONTRATACION DIRECTA Y  
REGIMEN ESPECIAL ESPECIAL)**

**Código: A-CO-F-046**

**Versión: 01**

**Fecha: 27-12-2024**



Girardota con  
**calidad**

<p>2.</p>	<p>(Como aparece en el modelo).</p> <p>Se enviará el diseño en formato de curvas para evitar cambios.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Tipo de papel:</b> Propal 300gr.</li> <li>• <b>Tinta:</b> Full Color</li> <li>• <b>Especificaciones:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Tipo de letra: Isidora Sans</li> <li>✓ Logos institucionales de la empresa de transporte Expreso Girardota y de la Alcaldía de Girardota.</li> <li>✓ Numerados al reverso.</li> <li>✓ Fechados al reverso.</li> </ul> </li> </ul> <p><b>TIQUETES ESTUDIANTILES UNIVERSITARIOS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Con valor de \$2.000</li> <li>• <b>Dimensiones:</b> 7 x 5 cm</li> <li>• <b>Colores:</b></li> </ul> <div style="display: flex; flex-direction: column; gap: 5px;"> <div style="display: flex; align-items: center;"> <div style="width: 20px; height: 20px; background-color: #1a4d3d; margin-right: 5px;"></div> <p>C: 90% M:38% Y:77% K:39%</p> </div> <div style="display: flex; align-items: center;"> <div style="width: 20px; height: 20px; background-color: #20a387; margin-right: 5px;"></div> <p>C: 91% M:14% Y:67% K: 02%</p> </div> <div style="display: flex; align-items: center;"> <div style="width: 20px; height: 20px; background-color: #76c73a; margin-right: 5px;"></div> <p>C: 91% M:14% Y:67% K: 2%</p> </div> <div style="display: flex; align-items: center;"> <div style="width: 20px; height: 20px; background-color: #f1c232; margin-right: 5px;"></div> <p>C: 5% M: 1%</p> </div> </div>	<p>*El diseño del tiquete está sujeto a pequeñas modificaciones, por favor consultar antes de proceder con la impresión.</p> <div style="border: 1px dashed gray; padding: 10px; text-align: center;"> <p>¡Estamos construyendo sueños y potenciando oportunidades!</p> <p><b>Tiquete</b> para transporte <b>Estudiantil Universitario</b></p> <div style="border: 1px solid gray; padding: 5px; display: inline-block;"> <p>Valor <b>\$2.000</b> Válido del <b>3 al 7</b> de marzo</p> </div> <p style="font-size: small; margin-top: 5px;">girardota.gov.co @f2x0 @alcaldiagirardota</p> </div>	<p><b>28.400 UNIDADES</b></p>
-----------	---	---	-------------------------------

GIRARDOTA



**FORMATO- ANÁLISIS DEL SECTOR ECONÓMICO-  
(DIFERENTE A CONTRATACION DIRECTA Y  
REGIMEN ESPECIAL ESPECIAL)**

Código: A-CO-F-046

Versión: 01

Fecha: 27-12-2024



Girardota con  
**calidad**

Y: 100% K: 0%

(Como aparece en el modelo).

Se enviará el diseño en formato de curvas para evitar cambios.

• **Tipo de papel:**

Propal 300gr.

• **Tinta:**

Full Color

• **Especificaciones:**

- ✓ Tipo de letra:  
Isidora Sans
- ✓ Logos institucionales de la empresa de transporte Expreso Girardota y de la Alcaldía de Girardota.
- ✓ Numerados al reverso (serial aparte)

**La cantidad de tiquetes se requiere según el diseño (los cuales serán enviados al contratista) y va distribuido de la siguiente manera:**

FECHAS	RURAL	UNIVERSITARIO
<b>FEBRERO</b>		
DEL 16 AL 20 DE FEBRERO	14.000	1.000
DEL 23 AL 27 DE FEBRERO	14.000	1.000
<b>TOTAL</b>	<b>28.000</b>	<b>2.000</b>
<b>MARZO</b>		
DEL 2 AL 6 DE MARZO	14.000	1.000
DEL 9 AL 13 DE MARZO	14.000	1.000
DEL 16 AL 20 DE MARZO	14.000	1.000
DEL 24 AL 27 DE MARZO	11.200	800
<b>TOTAL</b>	<b>53.200</b>	<b>3.800</b>
<b>ABRIL</b>		
DEL 6 AL 10 DE ABRIL	14.000	1.000
DEL 13 AL 17 DE ABRIL	14.000	1.000
DEL 20 AL 24 DE ABRIL	14.000	1.000
DEL 27 AL 30 DE ABRIL	11.200	800
<b>TOTAL</b>	<b>53.200</b>	<b>3.800</b>
<b>MAYO</b>		
DEL 4 AL 8 DE MAYO	14.000	1.000
DEL 11 AL 15 DE MAYO	14.000	1.000

(+57) 4 3224299

contactenos@girardota.gov.co

Centro Administrativo Simón Bolívar

Cra. 15 N°6-35 Código Postal 051030 Girardota- Antioquia



www.girardota.gov.co



**FORMATO- ANÁLISIS DEL SECTOR ECONÓMICO-  
(DIFERENTE A CONTRATACION DIRECTA Y  
REGIMEN ESPECIAL ESPECIAL)**

**Código: A-CO-F-046**

**Versión: 01**

**Fecha: 27-12-2024**



**Girardota con  
calidad**

DEL 19 AL 22 DE MAYO	11.200	800
DEL 25 AL 29 DE MAYO	14.000	1.000
<b>TOTAL</b>	<b>53.200</b>	<b>3.800</b>
<b>JUNIO</b>		
DEL 1 AL 5 DE JUNIO	14.000	NO
DEL 9 AL 12 DE JUNIO	11.200	NO
<b>TOTAL</b>	<b>25.200</b>	<b>0</b>
<b>JULIO</b>		
DEL 6 AL 10 DE JULIO	14.000	NO
DEL 13 AL 17 DE JULIO	14.000	NO
DEL 21 AL 24 DE JULIO	11.200	NO
DEL 27 AL 31 DE JULIO	14.000	NO
<b>TOTAL</b>	<b>53.200</b>	<b>0</b>
<b>AGOSTO</b>		
DEL 3 AL 6 DE AGOSTO	11.200	800
DEL 10 AL 14 DE AGOSTO	14.000	1.000
DEL 18 AL 21 DE AGOSTO	11.200	800
DEL 24 AL 28 DE AGOSTO	14.000	1.000
31 DE AGOSTO	2.800	200
<b>TOTAL</b>	<b>53.200</b>	<b>3.800</b>
<b>SEPTIEMBRE</b>		
DEL 1 AL 4 DE SEPTIEMBRE	11.200	800
DEL 7 AL 11 DE SEPTIEMBRE	14.000	1.000
DEL 14 AL 18 DE SEPTIEMBRE	14.000	1.000
DEL 21 AL 25 DE SEPTIEMBRE	14.000	1.000
DEL 28 AL 30 DE SEPTIEMBRE	8.400	600
<b>TOTAL</b>	<b>61.600</b>	<b>4400</b>
<b>OCTUBRE</b>		
1 Y 2 DE OCTUBRE	5.600	400
DEL 13 AL 16 DE OCTUBRE	11.200	800
DEL 19 AL 23 DE OCTUBRE	14.000	1.000
DEL 26 AL 30 DE OCTUBRE	14.000	1.000
<b>TOTAL</b>	<b>44.800</b>	<b>3.200</b>
<b>NOVIEMBRE</b>		
DEL 3 AL 6 DE NOVIEMBRE	11.200	800
DEL 9 AL 13 DE NOVIEMBRE	14.000	1.000
DEL 17 AL 20 DE NOVIEMBRE	11.200	800

(+57) 4 3224299

contactenos@girardota.gov.co

Centro Administrativo Simón Bolívar

Cra. 15 N°6-35 Código Postal 051030 Girardota- Antioquia



www.girardota.gov.co



**FORMATO- ANÁLISIS DEL SECTOR ECONÓMICO-  
(DIFERENTE A CONTRATACION DIRECTA Y  
REGIMEN ESPECIAL ESPECIAL)**

Código: A-CO-F-046

Versión: 01

Fecha: 27-12-2024



DEL 23 AL 27 DE NOVIEMBRE	14.000	1.000
<b>TOTAL</b>	<b>50.400</b>	<b>3600</b>
<b>TOTAL ACUMULADO</b>	<b>476.000</b>	<b>28.400</b>
<b>TOTAL DE TIQUETES RURALES Y UNIVERSITARIOS</b>	<b>504.400</b>	

**OBSERVACIÓN:** Dentro del plazo establecido, se ha determinado que se harán dos entregas, las cuales serán solicitadas por parte de la dependencia al proveedor, con antelación y con las indicaciones de diseño requeridas (en caso de un cambio de diseño).

- ❖ Entregas: El contratista deberá hacer la primera entrega (que se informa a continuación), a más tardar el día 13 de febrero de 2026.

#### **TIQUETES PARA TRANSPORTE ESTUDIANTILES RURALES**

##### **Febrero**

- Válido del 16 al 20 de febrero (5 días): 14.000 tiquetes
- Válido del 23 al 27 de febrero (5 días): 14.000 tiquetes

##### **Marzo**

- Válido del 2 al 6 de marzo (5 días): 14.000 tiquetes
- Válido del 9 al 13 de marzo (5 días): 14.000 tiquetes

**Total: 56.000 tiquetes**

#### **TIQUETES PARA TRANSPORTE UNIVERSITARIOS**

##### **Febrero**

- Válido del 16 al 20 de febrero (5 días): 1.000 tiquetes
- Válido del 23 al 27 de febrero (5 días): 1.000 tiquetes

##### **Marzo**

- Válido del 2 al 6 de marzo (5 días): 1.000 tiquetes
- Válido del 9 al 13 de marzo (5 días): 1.000 tiquetes

**Total: 4.000 tiquetes**

Total para la primera entrega: 60.000 tiquetes

- ❖ Las demás entregas se efectuarán de acuerdo a los requerimientos del supervisor del contrato, previa notificación que hará con mínimo 5 días de antelación.



**FORMATO- ANÁLISIS DEL SECTOR ECONÓMICO-  
(DIFERENTE A CONTRATACION DIRECTA Y  
REGIMEN ESPECIAL ESPECIAL)**

**Código: A-CO-F-046**

**Versión: 01**

**Fecha: 27-12-2024**



El Presupuesto del presente proceso contractual se efectuara a través de la modalidad de monto agotable, por el valor total de **CATORCE MILLONES CIENTO CUARENTA Y OCHO MIL QUINIENTOS CUARENTA Y CUATRO PESOS M/L (\$14.148.144)** no obstante, para fines de definir el presupuesto de la oferta, se tomara la sumatoria del valor unitario de cada ítem, esto es **SESENTA Y COHO PESOS M/L (\$68)**, por lo que el oferente deberá anexar la oferta discriminando el valor individual de cada uno de los ítems y sobre dicha oferta es que se evaluara el oferente ganador.

El contratista se compromete a mantener los precios fijos de los bienes y/o servicios presentados en su oferta, en la cual están comprendidos todos los costos directos e indirectos incluidos gastos de envío, impuestos, embalajes y/o seguros que se presenten antes del cumplimiento del contrato.

### **1.5. Perspectiva legal:**

Es responsabilidad del estado a través de las entidades territoriales lograr el cumplimiento efectivo de los derechos fundamentales, para el caso que nos ocupa el derecho fundamental de la educación expresado en el artículo 44° de la Constitución Política Nacional.

Ley 115 de febrero 8 de 1994, Por la cual se expide la ley general de educación, señala las normas generales para regular el Servicio Público de la Educación que cumple una función social acorde con las necesidades e intereses de las personas, de la familia y de la sociedad. Se fundamenta en los principios de la Constitución Política sobre el derecho a la educación que tiene toda persona, en las libertades de enseñanza, aprendizaje, investigación y cátedra y en su carácter de servicio público.

De conformidad con el objeto contractual a ejecutar, las normas aplicables son: En cumplimiento con lo establecido en el artículo 15 del Decreto 1510 de 2013, el objeto del presente proceso, conforme con lo establecido en el Código Civil artículos 1518 y 1519, es lícito no contraviene normas de carácter público, el mismo existe en el comercio nacional y se encuentran determinado en su género. De igual forma y atendiendo a la naturaleza del objeto a contratar, se estableció que en el sector tanto público como privado, el tipo de contratar a celebrar es suministra a la luz de lo establecido en el artículo 32 de la Ley 80 de 1993, la Ley 1150 de 2007, la Ley 1474 de 2011, el Decreto 1082 de 2015 y demás normas reglamentarias en la materia.

#### **Normativa General de Publicidad**

**Ley 1480 de 2011 - Estatuto del Consumidor:** Define la publicidad como "toda forma y contenido de comunicación que tenga como finalidad influir en las decisiones de consumo" (Art. 5).

Prohíbe expresamente la publicidad engañosa, definida como "aquella cuyo mensaje no corresponda a la realidad o sea insuficiente, de manera que induzca o pueda inducir a error, engaño o confusión" (Art. 5).

**Superintendencia de Industria y Comercio (SIC):** Entidad facultada para investigar y sancionar a quienes incumplan las normas de protección al consumidor, incluyendo publicidad engañosa.



**FORMATO- ANÁLISIS DEL SECTOR ECONÓMICO-  
(DIFERENTE A CONTRATACION DIRECTA Y  
REGIMEN ESPECIAL ESPECIAL)**

**Código: A-CO-F-046**

**Versión: 01**

**Fecha: 27-12-2024**



Puede imponer multas de hasta 2,000 SMMV, ordenar cierres temporales o definitivos, y prohibir la producción o distribución de productos (Art. 61, Ley 1480).

### **Autorregulación del Sector**

Comisión Colombiana de Autorregulación Comercial (Autocontrol Colombia)  
Creada en 2019 por la Asociación Nacional de Anunciantes (ANANDA) y la Asociación Nacional de Medios de Comunicación (Asomedios).

Adoptó el Código de Publicidad y Comunicaciones de Mercadeo de la Cámara de Comercio Internacional.

### **Publicidad Institucional y Estatal**

#### **Ley 2345 de 2023 - Manual de Identidad Visual y Austeridad en Publicidad Estatal**

**Objeto:** Unificar la imagen de entidades estatales, prohibir marcas de gobierno y establecer medidas de austeridad en publicidad estatal (Art. 1).

**Ámbito de aplicación:** Entidades estatales del orden nacional y territorial, incluyendo ministerios, departamentos administrativos, superintendencias y organismos del Estado (Art. 2).

**Manual de Identidad Visual (MIV):** Documento obligatorio que debe contener elementos esenciales de identidad institucional, color institucional, vocerías y aplicaciones visuales (Art. 4).

#### **Prohibiciones específicas:**

Uso o implementación de marcas de gobierno (Art. 4b).

Autopromocionar, enaltecer o denigrar la imagen de funcionarios públicos (Art. 6).

Promoción de cuentas personales en redes sociales de funcionarios (Art. 6).

Imposición de mensajes, imágenes y marcas de gobierno en bienes públicos (Art. 6).

#### **Identidad visual obligatoria:**

**Entidades nacionales:** Escudo de Armas de Colombia como logotipo con el nombre de la entidad (Art. 4c).

**Entidades territoriales:** Escudo o bandera del ente territorial con valor histórico y cultural (Art. 4d).

**Vocerías institucionales:** Las cuentas de vocería pertenecen a la entidad y no pueden ser conservadas por servidores públicos al dejar el cargo (Art. 7).

**Austeridad:** Prohibición de gasto en elementos distintivos hasta la adopción del MIV (Art. 8).

Verificación y Cumplimiento



**FORMATO- ANÁLISIS DEL SECTOR ECONÓMICO-  
(DIFERENTE A CONTRATACION DIRECTA Y  
REGIMEN ESPECIAL ESPECIAL)**

**Código: A-CO-F-046**

**Versión: 01**

**Fecha: 27-12-2024**



El Departamento Administrativo de la Función Pública verifica el cumplimiento del MIV y emite informes anuales con recomendaciones (Art. 4, Parágrafo 3).

**Transición:** Las entidades pueden seguir usando elementos distintivos y papelería existentes hasta su agotamiento (Art. 8).

## 2. Análisis de la demanda

Para el análisis se debe tener en cuenta las condiciones en las cuales se ha adquirido en el pasado el bien o servicio. Además, como lo han hecho otras Entidades Estatales de similares características. Para el efecto podrá consultar documentos de especificaciones técnicas y modalidades de contratación de otras entidades similares en el SECOP.

### 2.1. Adquisiciones previas del Municipio de Girardota

El municipio de Girardota ha realizado las siguientes adquisiciones previas de bienes y/o servicios similares:

Entidad contratante: **MUNICIPIO DE GIRARDOTA**

Número del Contrato: **5308/CMC006/2025**

Objeto del Contrato: "Impresión de tiquetes estudiantiles para el desarrollo del proyecto "Tiquetes Urbanos y Rurales" de la Secretaría de Educación y Cultura del Municipio de Girardota, para la vigencia 2024".

Tipo de contrato: Mínima cuantía.

Cuantía Definitiva del Contrato: 11.825.425 COP

Plazo: 210 días

<https://community.secop.gov.co/Public/Tendering/OpportunityDetail/Index?noticeUID=CO1.NTC.6412073&isFromPublicArea=True&isModal=true&asPopupView=true>

Entidad contratante: **MUNICIPIO DE GIRARDOTA**

Número del Contrato: **5308/CMC028/2024**

Objeto del Contrato: "Impresión de tiquetes estudiantiles para el desarrollo del proyecto "Tiquetes Urbanos y Rurales" de la Secretaría de Educación y Cultura del Municipio de Girardota, para la vigencia 2024".

Tipo de contrato: Mínima cuantía.

Cuantía Definitiva del Contrato: 2.660.364 COP

Plazo: 60 días

<https://community.secop.gov.co/Public/Tendering/OpportunityDetail/Index?noticeUID=CO1.NTC.4720521&isFromPublicArea=True&isModal=true&asPopupView=true>

Entidad contratante: **MUNICIPIO DE GIRARDOTA**

Número del Contrato: **5308/CMC019/2023**

Objeto del Contrato: "Impresión de tiquetes estudiantiles para el desarrollo del proyecto Tiquetes Urbanos y



**FORMATO- ANÁLISIS DEL SECTOR ECONÓMICO-  
(DIFERENTE A CONTRATACION DIRECTA Y  
REGIMEN ESPECIAL ESPECIAL)**

**Código: A-CO-F-046**

**Versión: 01**

**Fecha: 27-12-2024**



Rurales de la Secretaría de Educación y Cultura del Municipio de Girardota, para la vigencia 2023”.

Tipo de contrato: Mínima cuantía.

Cuantía Definitiva del Contrato: 7.185.696 COP

Plazo: cuatro (04) días hábiles después de publicada el acta de inicio y cumplimiento de requisitos legales.

<https://community.secop.gov.co/Public/Tendering/OpportunityDetail/Index?noticeUID=CO1.NTC.4476234&isFromPublicArea=True&isModal=true&asPopupView=true>

Entidad contratante: **MUNICIPIO DE GIRARDOTA**

Número del Contrato: **5308/CMC013/2024**

Objeto del Contrato: “Impresión de tiquetes estudiantiles para el desarrollo del proyecto Tiquetes Urbanos y Rurales de la Secretaría de Educación y Cultura del Municipio de Girardota, para la vigencia 2023”.

Tipo de contrato: Mínima cuantía.

Cuantía Definitiva del Contrato: 1.407.722 COP

Plazo: cuatro (04) días hábiles después de publicada el acta de inicio y cumplimiento de requisitos legales.

**2.2. Histórico de compras o adquisiciones de otras Entidades Estatales y otros consumidores del bien o servicios**

Con el fin de obtener mayor información pertinente para el proceso de contratación que se pretende adelantar, se realizó búsqueda de procesos de contratación con objetos similares en la página <http://www.colombiacompra.gov.co/>, encontrando que diversas entidades estatales contrataron servicios profesionales o de apoyo a la gestión a través de la modalidad de selección: contratación directa.

A continuación, se relacionan algunos de los procesos encontrados en la página de Colombia Compra Eficiente así:

<https://community.secop.gov.co/Public/Tendering/OpportunityDetail/Index?noticeUID=CO1.NTC.6691381&isFromPublicArea=True&isModal=true&asPopupView=true>

Entidad contratante: **MUNICIPIO DE GUARNE**

Número del Contrato: **CMC-014-2024**

Objeto del Contrato: “ELABORACIÓN Y SUMINISTRO DE TIQUETES ESTUDIANTILES, COMO ESTRATEGIA DE BENEFICIO Y APOYO AL PROGRAMA DE ACCESO Y PERMANENCIA, A LA EDUCACIÓN DEL MUNICIPIO DE GUARNE 2024”.

Tipo de contrato: Mínima cuantía.

Cuantía Definitiva del Contrato: 31.809.878 COP

Plazo: VEINTE (20) DÍAS contados a partir de la legalización del contrato y la suscripción del acta de inicio del contrato.

<https://community.secop.gov.co/Public/Tendering/OpportunityDetail/Index?noticeUID=CO1.NTC.2929711&isFromPublicArea=True&isModal=true&asPopupView=true>



**FORMATO- ANÁLISIS DEL SECTOR ECONÓMICO-  
(DIFERENTE A CONTRATACION DIRECTA Y  
REGIMEN ESPECIAL ESPECIAL)**

**Código: A-CO-F-046**

**Versión: 01**

**Fecha: 27-12-2024**



Entidad contratante: **MUNICIPIO DE GUARNE**

Número del Contrato: 1004-CS-007-2022

Objeto del Contrato: "ELABORACIÓN Y SUMINISTRO DE TIQUETES ESTUDIANTILES, COMO ESTRATEGIA DE BENEFICIO Y APOYO AL PROGRAMA DE ACCESO Y PERMANENCIA, A LA EDUCACIÓN DEL MUNICIPIO DE GUARNE 2022".

Tipo de contrato: Mínima cuantía.

Cuantía Definitiva del Contrato: 21.817.502 COP

Plazo: VEINTE (20) DÍAS contados a partir de la legalización del contrato y la suscripción del acta de inicio del contrato.

### 3. Análisis de la oferta

#### 3.1. ¿Quién vende?

El sector de impresión y comunicación gráfica en Colombia está conformado por una red diversificada de actores que abastecen tanto a entidades gubernamentales como al público general. Este ecosistema incluye desde grandes imprentas industriales hasta pequeños establecimientos especializados.

Los principales proveedores de servicios de impresión para comunicación gráfica institucional incluyen:

#### **Establecimientos Especializados**

**Imprentas comerciales:** Representan el 45% del mercado minorista, ofreciendo servicios de impresión offset y digital para documentos de valor como tiquetes estudiantiles.

**Papelerías técnicas:** Establecimientos que combinan la venta de insumos con servicios de impresión personalizada, particularmente relevantes en municipios de segundo nivel como Girardota.

**Centros de servicios gráficos:** Negocios que integran diseño, impresión y acabados, atendiendo principalmente a instituciones educativas y entidades gubernamentales.

#### Cadena de Distribución

El comercio minorista de productos de comunicación gráfica opera mediante una estructura de tres niveles:

**Fabricantes e importadores:** Empresas como Carvajal Pulpa y Papel o Smurfit Kappa que producen o importan los insumos básicos.

**Distribuidores mayoristas:** Intermediarios que abastecen a comercios más pequeños, manejando volúmenes significativos de materiales especializados.



**FORMATO- ANÁLISIS DEL SECTOR ECONÓMICO-  
(DIFERENTE A CONTRATACION DIRECTA Y  
REGIMEN ESPECIAL ESPECIAL)**

**Código: A-CO-F-046**

**Versión: 01**

**Fecha: 27-12-2024**



Comercios minoristas: Establecimientos de contacto directo con el cliente final, que han evolucionado para ofrecer servicios de valor agregado como personalización e impresión bajo demanda.

#### Tendencias y Especialización

El sector ha experimentado una notable transformación, especialmente en Antioquia, donde los comercios tradicionales han evolucionado hacia modelos de negocio más especializados:

Digitalización de servicios: Implementación de plataformas de pedidos en línea y sistemas de gestión del color que cumplen con estándares ISO 12647-2.

Servicios de impresión de seguridad: Especialización en documentos con elementos de verificación como numeración secuencial y tintas especiales, particularmente relevantes para tiquetes estudiantiles y documentos institucionales.

Este ecosistema de proveedores constituye un componente esencial para la implementación efectiva de programas institucionales como el de tiquetes estudiantiles en Girardota, donde la calidad y seguridad de los materiales impresos impactan directamente en la eficacia de las políticas públicas educativas

En este ítem se deben identificar los proveedores en el Mercado nacional, departamental y Municipal del bien o servicio y a quienes han participado como proveedores y contratistas en procesos de contratación en Entidades Estatales, lo que permite tener información financiera sobre el sector y alguno de sus miembros en particular; para que se pueda establecer los requisitos habilitantes.

Los proveedores en el Mercado del Departamento de Antioquia.

<b>NOMBRE</b>	<b>TELEFONO</b>	<b>CORREO ELECTRONICO</b>	<b>CIUDAD</b>
Litografía Rocco Gráficas	(+57-604) 448 90 95	rocco@roccograficas.com	Medellín
Real Color	3194010821		Medellín
litoimpres	316 470 3994	comercial@litoimpres.com.co	Medellín
litocreativos	604 490 3612	cotizaciones@litocreativos.co	Medellín
Impresos fenix	(+57) 318 700 38 36		Medellín
Industria Grafica s.a.s. Girarte	(604) 289 4966	<a href="mailto:girarteig@une.net.co">girarteig@une.net.co</a>	Girardota
Litografía Artes Gráficas Del Norte	(604) 2894640		Girardota

### 3.2. ¿Cuál es la dinámica de producción, distribución y entrega de los bienes y servicios?



**FORMATO- ANÁLISIS DEL SECTOR ECONÓMICO-  
(DIFERENTE A CONTRATACION DIRECTA Y  
REGIMEN ESPECIAL ESPECIAL)**

**Código: A-CO-F-046**

**Versión: 01**

**Fecha: 27-12-2024**



Aunque la actividad económica está dividida en sectores económicos, es común que las actividades económicas se diferencien aún más dependiendo de su especialización. Cada sector se refiere a una parte de la actividad económica cuyos elementos tienen características comunes, guardan una unidad y se diferencian de otras agrupaciones.

Dada la naturaleza del objeto, la presente contratación se ubica dentro de la clasificación análoga del sector comercio que hace parte del sector terciario de la economía, e incluye comercio al por mayor, minorista, centros comerciales, cámaras de comercio, San Andresito, plazas de mercado y, en general, a todos aquellos que se relacionan con la actividad de comercio de diversos productos a nivel nacional o internacional.

El sector comercial y de servicios en Colombia es uno de los segmentos más importantes dentro del Producto Interno Bruto ya que es de los que más aporta. Gracias a los tratados de libre comercio ratificados por Colombia, el crecimiento de la economía en el país durante los últimos años ha tendido al alza. Las relaciones entre oferta y demanda facilitan la prestación del servicio de consultoría como los que se requieren a través de este contrato.

En Colombia el sector terciario se encarga de todas las actividades relacionadas con el comercio, servicios personales, servicios logísticos y transporte. El sector terciario a diferencia del primario y secundario no está agrupado en un gremio en sí, pero sí en diferentes asociaciones y federaciones que permiten medir el crecimiento de este sector, al igual que conocer las cifras de impacto en el producto interno bruto.

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

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

El concepto de cadena de valor se refiere a la organización de la producción bajo una secuencia de actividades específicas, de valor agregado, desde la concepción hasta el uso o consumo de una mercancía o servicio. Kaplinsky (2000) denomina cada fase productiva en la cadena de valor como "eslabón".

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

Del mismo modo, existen gamas de actividades dentro de cada eslabón de la cadena y bajo este esquema la producción por se es solo uno más de los eslabones. Aunque esté representada a



menudo como cadena vertical, los eslabonamientos intracadena están conectados de diversas maneras.



Cada una de las actividades que intervienen desde la concepción del bien o servicio hasta su consumo en conjunto conformarán el objeto de análisis de la cadena.

Uno de los elementos más innovadores de este enfoque es que posibilita abordar las actividades de concepción, producción, comercialización y consumo de manera integrada. En la prestación de servicios la cadena de producción y/o distribución está enmarcada en la calidad y la satisfacción del servicio, en donde el cliente experimenta factores diferenciadores como la recordación, la lealtad y la fidelidad que lleva a generar la nueva contratación y la recompra.

La cadena de valor es un modelo teórico que gráfica y permite describir las actividades de una organización para generar valor al cliente final y a la misma empresa. Porter (1985) En base a esta definición se dice que una empresa tiene una ventaja competitiva frente a otra cuando es capaz de aumentar el margen (ya sea bajando los costos o aumentando las ventas). Este margen se analiza por supuesto a través de la cadena de valor de Michael Porter.

#### 4. lineamientos en materia de Compras Públicas Innovadoras, Sostenibles y Socialmente Responsables para el Municipio de Girardota.

##### **Criterios de Sostenibilidad:**

Para el contrato de impresión de tiquetes estudiantiles en el Municipio de Girardota, se sugiere incluir criterios de sostenibilidad que consideren el ciclo de vida de los materiales utilizados. Esto alineado con la política de Gestión Ambiental responsable promovida por Colombia Compra Eficiente:

Uso de materiales reciclados: Incluir el uso de papel reciclado o certificado FSC/PEFC para la impresión de tiquetes, reduciendo el impacto ambiental de la producción.



**FORMATO- ANÁLISIS DEL SECTOR ECONÓMICO-  
(DIFERENTE A CONTRATACION DIRECTA Y  
REGIMEN ESPECIAL ESPECIAL)**

**Código: A-CO-F-046**

**Versión: 01**

**Fecha: 27-12-2024**



Tintas ecológicas: Promover el uso de tintas vegetales o biodegradables, que cumplan con estándares de sostenibilidad ambiental.

Eficiencia energética: Priorizar proveedores que utilicen tecnologías de impresión con bajo consumo energético.

**Criterios de Innovación:**

La inclusión de criterios de innovación puede impulsar la adopción de tecnologías avanzadas en la impresión de tiquetes, alineándose con la política de Compra Pública para la Innovación de Colombia Compra Eficiente:

Tecnologías de impresión digital: Fomentar el uso de impresoras digitales que permitan personalización masiva y reduzcan tiempos de entrega.

Integración de elementos digitales: Incluir códigos QR o realidad aumentada en los tiquetes para mejorar la interacción con los estudiantes.

Desarrollo de nuevos materiales: Promover la investigación y uso de materiales innovadores que combinen durabilidad con sostenibilidad.

**Criterios Socialmente Responsables:**

Para fomentar la inclusión social en la contratación pública, se pueden implementar criterios que beneficien a poblaciones de especial protección constitucional:

Inclusión de MIPYMES locales: Priorizar la contratación de pequeñas y medianas empresas locales, especialmente aquellas lideradas por mujeres o personas con discapacidad.

Capacitación laboral: Incluir cláusulas que obliguen a los contratistas a ofrecer capacitaciones o empleo a personas de grupos vulnerables.

Beneficios para comunidades rurales: Asegurar que los proveedores contribuyan al desarrollo de las comunidades rurales donde se implementa el proyecto.

¿En el presente proceso es posible la inclusión de alguno de los criterios ya definidos?

SI  NO

Si la respuesta es afirmativa, describa los criterios establecidos acorde con el modelo para que sea tenido en cuenta dentro del proceso contractual:

En el marco del Decreto 1860 de 2021, las entidades estatales pueden implementar criterios diferenciales **para fomentar la participación de MIPYMES** en los procesos de contratación pública. Este decreto regula la modalidad de mínima cuantía y establece incentivos para las micro, pequeñas y medianas



**FORMATO- ANÁLISIS DEL SECTOR ECONÓMICO-  
(DIFERENTE A CONTRATACION DIRECTA Y  
REGIMEN ESPECIAL ESPECIAL)**

**Código: A-CO-F-046**

**Versión: 01**

**Fecha: 27-12-2024**



empresas, especialmente aquellas con domicilio en los departamentos o municipios donde se ejecuta el contrato (Art. 2.2.1.2.4.2.18 del Decreto 1082 de 2015, modificado por el Decreto 1860 de 2021).

Para el proceso de selección se sugiere incluir los siguientes criterios sociales que promuevan la participación de **MIPYMES LOCALES A NIVEL MUNICIPAL Y/O DEPARTAMENTAL**.

Priorización en Procesos de Mínima Cuantía: De acuerdo con el Decreto 1860 de 2021, las entidades estatales pueden limitar los procesos de mínima cuantía a MIPYMES si al menos dos de estas empresas solicitan limitar el proceso a MIPYMES municipales o departamentales. Esto facilita su acceso a contratos públicos y promueve el desarrollo económico local (Art. 2.2.1.2.4.2.18).

**SANTIAGO OROZCO CARMONA**  
Secretario de Educación y Cultura

Proyectó:	Revisó:	Aprobó:
<b>Nombre</b> Edison Mauricio Mena <b>Cargo:</b> Contratista oficina jurídica.	<b>Nombre</b> Jhon Jairo Cadavid Madrigal <b>Cargo</b> Jefe de Almacén	<b>Nombre</b> Santiago Orozco Carmona <b>Cargo</b> Secretario de Educación y Cultura
Los arriba firmantes declaramos que hemos revisado el documento y lo encontramos ajustado a las normas y disposiciones legales vigentes y por tanto, bajo nuestra responsabilidad lo presentamos para la firma.		

**ORIGINAL CONTIENE FIRMAS**

GI  
RAR  
DO  
TA