**ANEXO 2**
**ANÁLISIS DEL SECTOR**

En cumplimiento con lo dispuesto en el artículo 2.2.1.1.1.6.1 del Decreto 1082 de 2015, donde se estipula que es deber de las Entidades Estatales realizar 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 Centro de Logística y Promoción Ecoturística del Magdalena, realizó el análisis del sector, teniendo en cuenta además lo dispuesto en el literal B de laGuía para la Elaboración de Estudios del Sector de Colombia Compra Eficiente, el cual señala:

> *"En los Procesos de Contratación de mínima cuantía el alcance del estudio de sector debe ser proporcionado al valor del Proceso de Contratación, la naturaleza del objeto a contratar, el tipo de contrato y a los Riesgos identificados para el Proceso de Contratación. En esta modalidad de selección no es necesario hacer un estudio extensivo de las condiciones generales de los potenciales oferentes, definir su participación en el PIB industrial o estudiar la estructura de los estados financieros de los posibles proveedores y de la industria. En estos casos, es necesario revisar las condiciones particulares de otros Procesos de Contratación similares, acopiar información suficiente de precios, calidad, condiciones y plazos de entrega con otros clientes del proveedor públicos o privados, solicitar información a los proveedores, verificar la idoneidad de los mismos y plasmar tal información en los Documentos del Proceso, siempre con el propósito de que la decisión de negocio sea adecuada y garantice la satisfacción de la necesidad de la Entidad Estatal, cumpliendo los objetivos de eficiencia, eficacia y economía y buscando promover la competencia"*

De conformidad con lo anterior y atendiendo la modalidad de contratación, a continuación,se detalla el análisis del sector:

1. **OBJETO**: "CONTRATAR LA COMPRA DE INSTRUMENTOS MUSICALES, ELEMENTOS DEPORTIVOS Y DE ARTE PARA EL GRUPO DE BIENESTAR AL APRENDIZ DEL CENTRO DE LOGÍSTICA Y PROMOCIÓN ECOTURÍSTICA DEL MAGDALENA".

2. **CODIGO UNSPSC**

Los bienes o servicios que la entidad pretende adquirir se encuentran identificados

en el clasificador de bienes y servicios en los códigos descritos a continuación, el cual se puedeverificar en https://www.colombiacompra.gov.co/clasificador-de-bienes-y-Servicios

| **UNSPSC – Decreto 1082 de 2015 (o norma vigente)** | | | |
|---|---|---|---|
| **ÍTEM** | **GRUPO** | **CÓDIGO** | **DENOMINACIÓN (Clase o producto)** |
| 1 | Servicio | 49221500 | Equipos, Suministros y Accesorios para Deportes y Recreación, Equipo y accesorios para deportes, Accesorios para deporte |
| 2 | | 49221505 | Equipos, Suministros y Accesorios para Deportes y Recreación Equipo |
| 3 | | 53102700 | Ropa, Maletas y Productos de Aseo Personal, Ropa, Uniformes |
| 4 | | 53102900 | Maletas y Productos de Aseo Personal, Ropa, Prendas de deporte |
| 5 | | 53121602 | Maletas y Productos de Aseo Personal, Maletas, bolsos de mano, mochilas y estuches, |

| | | | |
|---|---|---|---|
| | | | Monederos, bolsos de mano y bolsas, Tulas |

## 3. ASPECTOS GENERALES

El Centro de Logística y de Promoción Ecoturística del Magdalena ha identificado la necesidad de Contratar LA COMPRA DE INSTRUMENTOS MUSICALES, ELEMENTOS DEPORTIVOS Y DE ARTE PARA EL GRUPO DE BIENESTAR AL APRENDIZ DEL CENTRO DE LOGÍSTICA Y PROMOCIÓN ECOTURÍSTICA DEL MAGDALENA.

- **Sector económico al que perteneces el objeto: Sector terciario**

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. El sector terciario incluye todas aquellas actividades que se relacionan con la provisión de bienes y servicios a un consumidor.

La actividad económica está dividida en sectores económicos. 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. Su división se realiza de acuerdo con los procesos de producción que ocurren al interior de cada uno de ellos.

La economía clásica establece que son tres los grandes sectores de la economía: sector primario o sector agropecuario, sector secundario o sector Industrial, sector terciario o sector de servicios. El sector analizado en el presente estudio se ubica dentro del sector terciario o de servicios el cual incluye todas aquellas actividades que no producen una mercancía en sí, pero que son necesarias para el correcto desarrollo y funcionamiento de la economía, pues se enfoca en la distribución y el consumo de mercancía, en la prestación de servicios personales tales como servicios públicos, salud, educación, entre otros. Dentro del sector terciario encontramos los subsectores de: comercio, turismo, administración pública, finanzas, consultorio e interventoría, entre otros más.

Pese a que la teoría económica define estos grandes sectores de la economía, existen diferentes especialidades que llevan a establecer aún más sectores análogos a los ya mencionados y dan una aproximación mayor al mercado en su totalidad.

- **Son intangibles**

En primer lugar, la intangibilidad implica que los servicios no pueden ser percibidos por los sentidos. Por esa razón, no se pueden ver, tocar, oler o probar. Así, no se da una transferencia de bienes, pero el comprador sí recibe un beneficio.

Sin duda, esta característica es básica o prioritaria para concebir algo como un servicio. Por ejemplo, cuando una persona compra servicios de telecomunicaciones, el beneficio que recibe es obtener señal para poderse comunicar.

- **Son heterogéneos**

En segundo lugar, la heterogeneidad se refiere a que los servicios no pueden ofrecerse en forma estandarizada. Al recibir un servicio, el beneficio recibido es único y diferente. Esto se produce porque los servicios los puede incluso ofrecer una misma empresa, pero los brinda una persona diferente. Para poder ejemplificar, podemos mencionar el caso de una persona que asiste frecuentemente a un salón de belleza a realizarse un corte de cabello. El resultado final de cada corte dependerá de la persona que atienda al solicitante del servicio.

- **Son inseparables**

En tercer lugar, la inseparabilidad de los servicios se refiere a que es imposible separar el servicio de la persona que lo proporciona. Se podría decir que tanto la producción como el consumo del servicio se dan de forma simultánea. El servicio se proporciona con la presencia del cliente.

- **Son perecederos**

En cuarto lugar, los servicios son perecederos dado que no se pueden embodegar o almacenar, puesto que la producción y consumo son simultáneos. En otras palabras, un servicio solo sirve si se consume en el momento que se están produciendo. Por ejemplo, un médico que realiza una operación no puede operar ni antes, ni después; sino únicamente cuando sea necesario o requerido.

Similarmente, para ilustrar esta característica, pensemos en los servicios dentales. Un dentista no puede ofrecer sus servicios si el cliente no se encuentra presente**.**

- **No se adquieren en propiedad**

Finalmente, cuando se compra un servicio, lo que se adquiere es el derecho a recibir un beneficio o una prestación. Pero nunca se puede adquirir la propiedad de ese beneficio. El goce del beneficio solo tiene duración mientras se está dando la prestación del servicio. Por tanto, el cliente solo se queda con la experiencia que vivió**.**

En efecto, sería el caso de una persona que va al cine, y al final de la función solo queda la satisfacción del beneficio recibido.ASPECTO ECONÓMICO:

El servicio a contratar se encuentra dentro del sector terciario o de servicios, la importancia del sector de serviciosdentro de la producción y el comercio ha venido creciendo en las últimas décadas. Además, el desarrollo del sector ha tenido implicaciones directas sobre el resto de la economía, ya que es un intermediario importante en laproducción de otros bienes. En relación con los indicadores de Seguimiento a la Economía (ISE) se evidenciaronlos siguientes resultados;

a. Resultados del índice de las actividades terciarias

**Gráfico 14. Índice de las actividades terciarias (base 2015)**
**Serie original y serie ajustada por efecto estacional y calendario**
**2021ᵖ - 2023ᵖʳ (diciembre)**




**Fuente:** DANE, ISE
ᵖʳpreliminar
ᵖprovisional

El renglón de artículos deportivos en Colombia modificó su comportamiento en el mercado en 2020, debido a que la práctica de deportes se trasladó a los hogares del país. Y en 2021, este segmento prevé mantener esa curva deventas ascendente.

Gregory Ferreira, gerente de Sportfitness Shop Colombia, mencionó que las ventas de estos elementos en el primer trimestre de 2021 aumentaron sustancialmente respecto al mismo periodo del año anterior.

Accesorios como mancuernas, colchonetas, elásticos y ruedas abdominales, han sido los más cotizados teniendo en cuenta el espacio que tienen los usuarios en sus viviendas. La demanda en quipos de spinning trotadoras y equipos multifuncionales también se disparó, dijo el Ferreira.

“En 2020 el crecimiento fue 180%. Para este año aspiramos a mantener las cifras del año pasado, que fueron récord. Queremos sostenernos y no decrecer”, agregó el directivo.

Marcela Osorio, directora de la tienda Decathlon del Centro comercial El Edén, apuntó que las personas están redescubriendo muchas prácticas deportivas que no eran tan populares el año pasado por las restricciones, comodeportes de montaña o senderismo. Esto, sumado al cambio de hábitos en la población, ha permitido que el uso de productos deportivos se incremente. Los deportes que más siguen aumentando la actividad comercial son los relacionados con las tendencias fitness, roller y el ciclismo.

En esta última disciplina, Luis Aconcha, CEO de KOM Sportswear, resaltó que 2021 es un buen momento para consolidar la estrategia de negocios y que se encuentran en etapa de repunte, después del impacto de la pandemia. Adicionó que las gorras de ciclismo, la baselayer, balacas, mangas, cuellos, chaquetas, chalecos, licras, jerseys yhasta tapabocas, han sido algunos de los productos más requeridos en este mercado para el año en curso.

Aconcha explicó que 2020 fue un año donde la industria del ciclismo creció hasta 100%, loque trajo consigo un crecimiento de las marcas de ciclismo en general.

El Comercio electrónico también se incrementó; Las transacciones de productos del rubro deportivo en línea también registraron un incremento. La Cámara Colombiana de Comercio Electrónico (Ccce), acotó que durante 2020la participación de este sector (deportivo) en línea aumentó hasta cuatro puntos porcentuales, lo que se tradujo enun rango de comercio superior. Así mismo, PayU mencionó que, en 2020, tan solo en Colombia, facturó en artículos deportivos US$16,1 millones, según destacó Carlos Fajardo, gerente de mercadeo PayU Latam, por lo que el canal electrónico se fortaleció en este sector.

“El deporte tiene unos encadenamientos muy importantes en la actividad económica del país”, aseguró el directordel Dane, Juan Daniel Oviedo, quien afirmó que los productos asociados directamente con el deporte venían aportando en los últimos años en promedio0,25 puntos porcentuales de la producción a precios básicos en la economía por cerca de
$4 billones. Estas cuentas incluyen artículos de deporte, calzado deportivo, servicios de promoción, organización y funcionamiento de instalaciones para deporte y la oferta pública de estos servicios.

Vale mencionar que este nivel de producción se vio afectado en 2020, por la pandemia, y cayó a $2,5 billones, siendo este el último dato disponible de forma consolidada anual.
Entre algunas de las actividades que destacó la autoridad estadística y que se

relacionan con el deporte está las construcciones deportivas al aire libre para fútbol, béisbol, rugby, atletismo, tenis, carreras de autos o bicicletas y carreras de caballos, entre otros deportes, campos de golf o puertos para embarcaciones de recreo.

Estas reportaron un avance de 26,2% en el primer trimestre y aportaron 0,3 puntos al crecimiento de todas las obras civil

El Dane presentó información a partir de la 'Encuesta nacional del uso del tiempo', según la cual, 24,9% de la población realiza actividades físicas con el objetivo de sentirse mejor, y que el 11,5% participa diariamente de manera libre algún deporte, bailar, hacer yoga, ejercicio físico o ir al gimnasio.

En el primer trimestre de 2023pr, el Producto Interno Bruto crece 13,8% a precios corrientes respecto al mismo periodo de 2022pr (ver tabla 19). Las actividades económicas que más contribuyen a la dinámica del valor agregado son:  Comercio al por mayor y al por menor; Reparación de vehículos automotores y motocicletas; Transporte y almacenamiento; Alojamiento y servicios de comida crece 14,7% (contribuye 3,0 puntos porcentuales a la variación anual).  Industrias manufactureras crece 14,2% (contribuye 1,8 puntos porcentuales a la variación anual). Administración pública y defensa; planes de seguridad social de afiliación obligatoria; Educación; Actividades de atención de la salud humana y de servicios sociales crece 11,6% (contribuye 1,7 puntos porcentuales a la variación anual).

Respecto al trimestre inmediatamente anterior, el Producto Interno Bruto en su serie ajustada por efecto estacional y calendario crece 3,9% a precios corrientes. Esta variación se explica principalmente por la siguiente dinámica: Actividades artísticas, de entretenimiento y recreación y otras actividades de servicios; Actividades de los hogaresindividuales en calidad de empleadores crece 6,6%.  Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca crece 5,6%.  Administración pública y defensa; planes de seguridad social de afiliación obligatoria; Educación; Actividades de atención de la salud humana y de servicios sociales crece 5,3%.

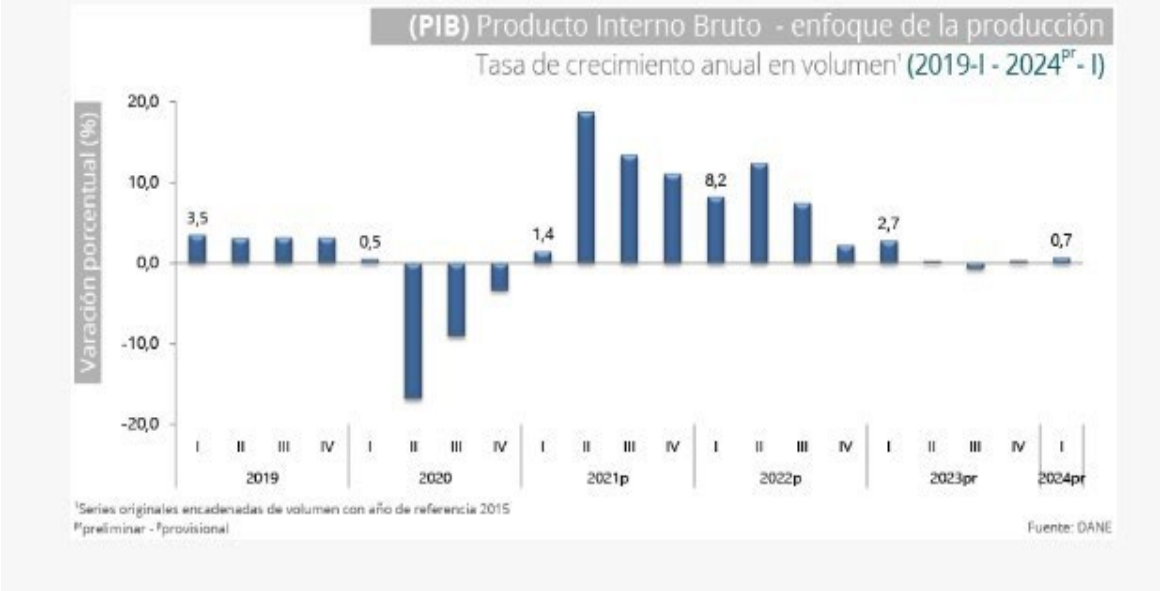



**Tabla 19. Valor agregado por actividad económica**
**Tasas de crecimiento a precios corrientes**
**Primer trimestre 2023pr**

| Actividad económica | Tasas de crecimiento (%) | |
|---|---|---|
| | Serie Original | Serie ajustada por efecto estacional y calendario |
| | Anual | Trimestral |
| | 2023pr-I / 2022pr-I | 2023pr-I / 2022pr-IV |
| Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca | 17,4 | 5,6 |
| Explotación de minas y canteras | 12,0 | -2,8 |
| Industrias manufactureras | 14,2 | 3,1 |
| Suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado[1] | 19,1 | 3,7 |
| Construcción | 8,0 | 1,7 |
| Comercio al por mayor y al por menor[2] | 14,7 | 3,8 |
| Información y comunicaciones | 7,0 | 2,1 |
| Actividades financieras y de seguros | 16,8 | 3,6 |
| Actividades inmobiliarias | 6,3 | 1,8 |
| Actividades profesionales, científicas y técnicas[3] | 11,3 | 3,6 |
| Administración pública, defensa, educación y salud[4] | 11,6 | 5,3 |
| Actividades artísticas, de entretenimiento y recreación y otras actividades de servicios[5] | 29,7 | 6,6 |
| **Valor agregado bruto** | **13,6** | **4,2** |
| Total impuestos menos subvenciones sobre los productos | 15,3 | 1,0 |
| **Producto Interno Bruto** | **13,8** | **3,9** |

**Fuente:** DANE, Cuentas nacionales

En el primer trimestre de 2024pr, el Producto Interno Bruto en su serie original, crece 0,7% respecto almismo periodo de 2023.

Las actividades económicas que más contribuyen a la dinámica del valor agregado son: Administración pública y defensa; planes de seguridad social de afiliación obligatoria; Educación; Actividades de atenciónde la salud humana y de servicios

**Tabla 1. Valor agregado por actividad económica**
**Tasas de crecimiento en volumen[1]**
**Primer trimestre 2024[Pr]**

| Actividad económica | Tasas de crecimiento (%) | |
|---|---|---|
| | Serie original | Serie ajustada por efecto estacional y calendario |
| | Anual | Trimestral |
| | 2024[Pr]-I / 2023[Pr]-I | 2024[Pr]-I / 2023[Pr]-IV |
| Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca | 5,5 | 1,4 |
| Explotación de minas y canteras | -1,5 | 0,9 |
| Industrias manufactureras | -5,9 | 0,7 |
| Suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado[2] | 4,5 | 1,9 |
| Construcción | 0,7 | 1,1 |
| Comercio al por mayor y al por menor[3] | -0,8 | -0,02 |
| Información y comunicaciones | -1,6 | -3,1 |
| Actividades financieras y de seguros | -3,0 | -2,8 |
| Actividades inmobiliarias | 1,7 | 0,5 |
| Actividades profesionales, científicas y técnicas[4] | -0,2 | -0,1 |
| Administración pública, defensa, educación y salud[5] | 5,3 | 2,0 |
| Actividades artísticas, de entretenimiento y recreación y otras actividades de servicios[6] | 5,2 | 3,7 |
| **Valor agregado bruto** | **0,7** | **1,2** |
| Impuestos menos subvenciones sobre los productos | 0,4 | 1,3 |
| **Producto Interno Bruto** | **0,7** | **1,1** |

**Fuente:** DANE, PIB_T

sociales crece 5,3% (contribuye 0,7 puntos porcentuales a la variación anual. Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca crece 5,5% (contribuye 0,5 puntos porcentuales a la variación anual). Suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado; Distribución de agua; evacuación y tratamiento de aguas residuales, gestión de desechos y actividades de saneamiento ambiental crece 4,5% (contribuye 0,2 puntos porcentuales a la variación anual). Respecto al trimestre inmediatamente anterior, el Producto Interno Bruto en su serie ajustada por efecto estacional y calendario crece 1,1%. Cuando se observa el comportamiento de las actividades económicas relacionadas: Actividades artísticas, de entretenimiento y recreación y otras actividades de servicios; Actividades de los hogares individuales en calidad de empleadores; actividades no diferenciadas de los hogares individuales como productores de bienes y servicios para uso propio crece 3,7%. Administración pública y defensa; planes de seguridad social de afiliación obligatoria; Educación; Actividades de atención de la salud humana y de servicios sociales crece 2,0%. Suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado; Distribución de agua; evacuación y tratamiento de aguas residuales, gestión de desechos y actividades de saneamientoambiental crece 1,9%.

**Valor Agregado por Actividad Económica**

Industrias manufactureras En el primer trimestre de 2024pr, el valor agregado de las industrias manufactureras decrece 5,9% en su serie original, respecto al mismo periodo de 2023pr. Esta dinámica se explica por los siguientes comportamientos (ver tabla 4): • Elaboración de productos alimenticios; elaboración de bebidas; elaboración de productos de tabaco decrece 5,3%. • Fabricación de productos textiles; confección de prendas devestir; curtido y recurrido de cueros; fabricación de calzado; fabricación de artículos de viaje, maletas, bolsos de mano y artículos similares, y fabricación de artículos de talabartería y guarnicionería; adobo y teñido de pieles decrece 13,0%. • Transformación de la madera y fabricación de productos de madera y de corcho, excepto muebles; fabricación de artículos de cestería y espartería; fabricación de papel, cartón y productos de papel y decartón; actividades de impresión; producción de copias a partir de grabaciones originales decrece 3,2%. • Coquización, fabricación de productos de la refinación del petróleo y actividad de mezcla de combustibles; fabricación de sustancias y productos químicos; fabricación de productos farmacéuticos, sustancias químicas medicinales y productos botánicos de uso farmacéutico; fabricación de productos de caucho y de plástico; fabricación de otros productos minerales no metálicos decrece 4,5%. • Fabricación de productos metalúrgicos básicos; fabricación de productos elaborados de metal, excepto maquinaria y equipo; fabricación de aparatos y equipo eléctrico; fabricación de productos informáticos, electrónicos y ópticos; fabricación de maquinaria y equipo n.c.p.; fabricación de vehículos automotores, remolques y semirremolques; fabricación de otros tipos de equipo de transporte; instalación, mantenimiento y reparación especializado de maquinaria y equipo decrece 7,3%. • Fabricación de muebles, colchones y somieres; otras industrias manufactureras decrecen 8,3%

El sector deportivo sin duda alguna fue una de las actividades que contribuyó en gran medida al crecimiento de laeconomía en el país, pues fue una de las herramientas salvavidas del confinamiento ocasionado por la pandemiapor COVID-19.

En el sector de manufactura y de consumo ventas al menor y mayor, en el que se encuentra en cuadrada la presente necesidad, ha tenido un ligero crecimiento para el presente año, como se puede observar en los datos anteriores y para los próximos meses se espera mayor crecimiento.

persistente y los conflictos regionales minaron la confianza de los consumidores, mientras que las empresas continuaron luchando con los inventarios, principalmente con el exceso de existencias, porque la demanda anticipada no se materializó. Pero el sector volvióa demostrar su resiliencia. El crecimiento de los ingresos en 2023 fue del 6 por ciento (comparado con el 2 por ciento en 2022), en

medio de un desempeño más fuerte en todas las zonas geográficas. (E uro monitor, octubre 2023)

A comienzos de 2024, 2025 y 2026 aún se mantiene el incremento de actividades deportivas este informe destaca una renovada sensación de optimismo entre los líderes de la industria. Esto refleja las oportunidades derivadas de la mejora del entorno del mercado y de las nuevas preferencias de losconsumidores. Cada vez más personas eligen deportes que se aprenden más rápido, requieren menos compromiso y son más sociales, en lugar de deportes organizados con compromisos de tiempo fijos o requisitos de equipos o altos niveles de habilidad. La participación se ha convertido en un motor tan importante como el desempeño. Y después de los desequilibrios entre la oferta y la demanda en el período reciente, las empresas están recurriendo a la planeación y el análisis integrados del negocio para ayudarles a navegar en tiempos más volátiles. Mientras tanto, los ecosistemas deportivos y las exigencias de sostenibilidad ofrecen potencial para la innovación. Con estos temas en mente, el informe sobre artículos deportivos de este año dibuja un panorama de una industria en un momento crucial, que se enfrenta no solo a retos, sino también a oportunidades para lograr uncrecimiento sostenido.

Si bien es cierto, aún del todo no se ha recuperado, una de las cosas que nos dejó fueron los buenos hábitos y el deporte como escape a la cotidianidad, por ello, es importante seguir inculcando en cada persona estos buenos hábitos, a fin de que el sector se reconforte aún más y pueda seguir aportando cifras significativas a la economía colombiana

## 4. ESTUDIO DEL MERCADO

Conforme a lo establecido en el numeral 2.4 análisis del sector del Manual de Contratación del SENA, en la estructuración del análisis del mercado la Metodología Abastecimiento Estratégico – MAE- realizada por Colombia Compra Eficiente es obligatoria a efectos de garantizar la transparencia, eficiencia y generación de valor por dinero. Además del MAE y según las circunstancias específicas de tiempo, modo y lugar, se podrá recurrir a los siguientes mecanismos:

1) Solicitud de cotizaciones: Se deberá realizar a través de la plataforma SECOP II mediante el módulo de solicitud de información a proveedores. En virtud de los principios de publicidad y transparencia, la plataforma SECOP II facilita los procesos de solicitud de cotizaciones y aunque no sea la única metodología, ni obligatorio su uso, se recomienda tenerla como una opción preferente. Sin perjuicio de lo anterior, la no participación de proponentes en la solicitud de cotización puede ser razón para no dar inicio al proceso de selección, lo cual

deberá evaluarlo cada unidad de contratación. No obstante, si debido a situaciones de orden logístico, técnico o administrativo, no se pudiere publicar dicha solicitud a través del SECOP II, esta podrá tramitarse por medio de la página web del SENA.

2) Históricos: El área que presenta la necesidad podrá hacer uso de la información histórica que el SENA tenga respecto a la contratación del objeto contractual, cuantía, modalidad y condiciones, así como de la información que pueda ser consultada de otras entidades. La información debe ser comparable y actualizada teniendo en cuenta el movimiento de los datos de conformidad con el mercado y la variación del IPC y no podrá superar los tres (3) años anteriores a la fecha del respectivo estudio de mercado.
3) Tarifas Reguladas: Verificar la existencia de tarifas reguladas por el gobierno nacional (ejemplo: vigilancia, combustible) respecto del bien y/o servicio a contratar. En caso de ser aplicable, bastará con referir las mismas.
4) Base de datos especializadas: Datos de calidad e idoneidad tratada y recopilada por una fuente especializada de confianza, información que debe guarda relación con la necesidad de compra.

De conformidad a lo anterior, se procedió con:

1. Publicación en Secop II, la Solicitud de Información a Proveedores No. SIP-MGN-CLPE 004-2026 de conformidad con lo establecido en la normativa vigente y en los lineamientos internos de la entidad. Como resultado de dicha publicación, se recibió una (01) cotización dentro del plazo previsto

| No. | RAZON SOCIAL |
|---|---|
| 1 | TUTTOS SPORT CARIBE LTDA |

LINK:https://community.secop.gov.co/Public/Tendering/ContractNoticePhases/View?PPI=CO1.PPI.45999829&isFromPublicArea=True&isModal=False.

2. Se recibieron tres (02) cotizaciones radicadas en la oficina de correspondencia Ubicada en la Avenida del ferrocarril No. 27-97 Centro de Logística y Promoción Turística del Magdalena.

| No. | RAZON SOCIAL |
|---|---|
| 1 | FUNMEHI FUNDACION MADRES E HIJOS RADICADO No. 47-12026-000516 DE FECHA 24/03/2026 |
| 2 | SIMMIN S.A.S RADICADO No. 47-1-2026-000517 DE FECHA 24/03/2026 |

Las cotizaciones sobre las cuales se realizó el estudio del mercado se encuentran clasificadas en la actividad económica, sin embargo, en el análisis de mercado realizado por la entidad se tuvo que descartar la cotización de SIMMIN S.A.S, debido a que los precios de la cotización no eran promediables.

Del valor disponible en el rubro presupuestal C-3603-1300-20-20305C-3603025-02, conforme a la planeación financiera efectuada por el Centro para atender integralmente las contrataciones y gastos asociados a la ejecución del Plan de Bienestar del Centro de Logística y Promoción Ecoturística del Magdalena durante la vigencia 2026, asciende a la suma de El valor estimado del contrato será hasta por la suma de **SESENTA Y NUEVE MILLONES OCHOCIENTOS TREINTA Y SEIS MIL CUATROCIENTOS CATORCE PESOS M/CTE ($69. 836.414,00)**

Nota. Si bien es cierto que el CDP 3426 tiene un valor de $ 212.502.914,00, de conformidad a las necesidades allegadas, relacionadas a la ejecución del plan de bienestar del centro, surgen dos procesos contractuales con sectores comerciales diferentes, por lo tanto, no fue posible unificar en un solo proceso.

Con base en la anterior información, tenemos que el valor promedio es de las cotizaciones recibidas ascendía el valor de **SETENTA MILLONES SETENTA Y CUATRO MIL OCHOCIENTOS CINCO PESOS M/CTE ($70.074.805) (VER ANEXO 1 Estudio de Mercado)**

De conformidad a lo anterior, teniendo en cuenta que valor total disponible para esta contratación es menor al valor del consolidado del estudio del mercado realizado, se hizo necesario la modificación y eliminación de las cantidades de los siguientes ítems de necesidad inicial **(REVISAR ANEXO DE NECESIDADES CON ESPECIFICACIONES)**

| ITEMS | DESCRIPCION | CANTIDAD INICIAL | CANTIDAD FINAL |
|---|---|---|---|
| 1 | GUANTES | 4 | 4 |
| 2 | TROFEOS | 10 | 10 |
| 3 | PROTECTOR | 2 | 2 |
| 4 | MEDALLAS | 100 | 60 |
| 5 | BALON | 10 | 10 |
| 6 | TULA | 50 | 20 |
| 7 | BALON | 5 | 4 |
| 8 | COLCHONETAS | 10 | 5 |
| 9 | UNIFORMES | 12 | 12 |
| 10 | UNIFORMES | 12 | 12 |
| 12 | UNIFORMES | 2 | 2 |

| | | | |
|---|---|---|---|
| 13 | UNIFORMES | 2 | 2 |
| 14 | UNIFORMES | 2 | 2 |
| 15 | UNIFORMES | 2 | 2 |
| 16 | UNIFORMES | 12 | 12 |
| 17 | UNIFORMES | 12 | 12 |
| 18 | TULA | 1 | 1 |
| 19 | SILBATOS | 3 | 0 |
| 20 | UNIFORMES | 12 | 12 |
| 21 | UNIFORMES | 12 | 12 |
| 22 | UNIFORMES | 12 | 12 |
| 23 | UNIFORMES | 12 | 12 |
| 24 | UNIFORMES | 50 | 50 |
| 25 | RAQUETAS | 4 | 0 |

| | | | |
|---|---|---|---|
| 26 | PILAS | 50 | 50 |
| 27 | MALLA | 2 | 0 |
| 28 | TERMOS | 50 | 50 |
| 29 | Malla de Boleivol | 2 | 1 |
| 30 | Tubos de voleibol | 2 | 0 |
| 31 | Tulas para balones | 3 | 1 |
| 32 | máquina de lat pulldown | 1 | 1 |
| 33 | Rack para barras olimpicas | 2 | 1 |
| 34 | Discos olimpicos | 18 | 0 |
| 35 | Mancuerna Rusa Kettlebell | 18 | 0 |
| 36 | Mancuernas | 22 | 0 |
| 37 | Rack para mancuernas | 1 | 1 |
| 38 | GORRAS | 50 | 50 |
| 39 | CABINA ACTIVA | 2 | 2 |

| | | | |
|---|---|---|---|
| 40 | Soporte microfono | 10 | 5 |
| 41 | Consola | 1 | 1 |
| 42 | Sobwoofer | 2 | 2 |
| 43 | Microfono | 2 | 2 |
| 44 | Cables xlr | 10 | 10 |

Como resultado de promediar los valores cotizados y una vez efectuada la disminución y ajuste de las cantidades, se consolidó la nueva necesidad de la siguiente forma:

| ITEM | DESCRIPCION | ESPECIFICACION | CANTIDAD |
|---|---|---|---|
| 1 | GUANTES | Guantes portero unisex | protección antifractura, correas ajustables de velcro, unisex | 4 |
| 2 | TROFEOS | trofeos para deportistas primer y segundo lugar en los deportes de futbol, tenis de mesa, baloncesto y voleybol masculino y femenino | logo institucional, nombre de la disciplina deportiva, con los apliques en cerámica, la figura que define la forma en resina y | 10 |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| | | | la peana en madera | |
| 3 | PROTECTOR | Protector o forro para mesa de tenis de mesa | Funda funcional para proteger la mesa de ping-pong de exterior del mal tiempo, la suciedad y los rayos UV. | 2 |
| 4 | MEDALLAS | Medallas Dimensiones 24C (Cinta), 2H (M) 5CM X 5CM. Oro (100 medallas) y plata (100 medallas) con cinta de cuello. Medalla de soplete de logro. Listo para usar. Alta calidad. | N/A | 60 |
| 5 | BALON | Balón para actividades de futbol sala Balon de competición futsala, elaborado en PVC. | Diseño laminado y texturizado, logotipo de la marca en la zona frontal y detalles abstractos con acabados brillantes. Tiene camara de butilo, peso de 400 a 440 g, circunsferencia aproximdada de 64 CM y apto para superficies artificales, madera, baldosas y caucho. | 10 |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| | | | Resistente a altas temperaturas, mejor rendimiento, impermeable, peso estable para mayor control, resistencia y durabilidad. Estructura laminada al calor. Cámara interior de butilo de 2 capas. Enmallado en nylon. Cubierta en PVC. Procesos certificados ISO 9001:2008. Estampado con tintas de alta calidad. | |
| 6 | TULA | Tula Deportiva Impermeable: de color negro, bolsillo externo con cremallera. Dos cordones para cierre. tamaño 40 cms de alto por 30 cms de ancho. Material tela impermeable, con estampado del logo del Sena Regional Magdalena. | N/A | 20 |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| 7 | BALON | Balon voleibol | Balon voleibol n°5: Elaborado en material sintético tpu, con construcción laminado. Diseño 18 paneles, superficie de juego interior y exterior. Peso 260 a 280g. Circunferencia 65 a 67 cm, rebote 115 cm. | 4 |
| 8 | COLCHONETAS | Colchoneta | Colchoneta: Material cordobán impermeable rellena en cassata indeformable, ideal para trabajos en el piso. Medidas: 100cm x 50cm Espesor 3,5 cm. Uso: tráfico pesado. | 5 |
| 9 | UNIFORMES | UNIFORME PARA LA COMPETENCIA DE FUTBOL SALA (JUGADOR MASCULINO). | Camiseta en tela deportiva con propiedades Dry Fit. Con diseños (logo) sublimados en el total de la camiseta. Numeración parte posterior, en la | 12 |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| | | | parte frontal izquierda se debe colocar el logo del SENA y debajo el nombre de la Regional Magdalena. El diseño y las tallas se revisarán con la entidad una vez se suscriba el contrato." | |
| 10 | UNIFORMES | UNIFORME PARA LA COMPETENCIA DE FUTBOL SALA (JUGADOR MASCULINO) Pantaloneta en una tela deportiva con propiedades Dry Fit, con diseños (logos) sublimados en el total de la pantaloneta. Numeración en la parte delantera lado izquierdo, escudo del SENA parte delantero lado derecho. El diseño y las tallas se revisarán con la entidad una vez se suscriba el contrato." | N/A | 12 |
| 11 | UNIFORMES | UNIFORME PARA LA COMPETENCIA DE FUTBOL SALA (ARQUERO MASCULINO).Buzo en tela deportiva con propiedades Dry Fit. con diseños (logo) sublimados en el total estampados. El diseño y las | N/A | 2 |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| | | tallas se revisarán con la entidad una vez se suscriba el contrato. | | |
| 12 | UNIFORMES | UNIFORME PARA LA COMPETENCIA DE FUTBOL SALA (ARQUERO MASCULINO) Sudadera de futbol Sala masculino de color negro confeccionada en tela 8002. logos estampados en técnica transfer. Numeración en la parte delantera lado izquierdo. uniforme masculino. El diseño y las tallas se revisarán con la entidad una vez se suscriba el contrato | N/A | 2 |
| 13 | UNIFORMES | UNIFORME PARA LA COMPETENCIA DE FUTBOL (ARQUERO FEMENINO).Buso en tela deportiva con propiedades Dry Fit. con diseños (logo) sublimados en el total estampados. El diseño y las tallas se revisarán con la entidad una vez se suscriba el contrato. | N/A | 2 |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| 14 | UNIFORMES | UNIFORME PARA LA COMPETENCIA DE FUTBOL (ARQUERO FEMENINO) Sudadera de futbol femenino color negro confeccionada en tela 8002. logos estampados en técnica transfer. Numeración en la parte delantera lado izquierdo. uniforme masculino. El diseño y las tallas se revisarán con la entidad una vez se suscriba el contrato. | N/A | 2 |
| 15 | UNIFORMES | UNIFORME PARA LA COMPETENCIA DE FUTBOL (JUGADOR FEMENINO). Camiseta en tela deportiva con propiedades Dry Fit. Con diseños (logo) sublimados en el total de la camiseta. Numeración parte posterior, en la parte frontal izquierda se debe colocar el logo del SENA y debajo el nombre de la Regional Magdalena. El diseño y las tallas se revisarán con la entidad una vez se suscriba el contrato." | N/A | 12 |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| 16 | UNIFORMES | UNIFORME PARA LA COMPETENCIA DE FUTBOL SALA (JUGADOR FEMENINO) Pantaloneta en una tela deportiva con propiedades Dry Fit, con diseños (logos) sublimados en el total de la pantaloneta. Numeración en la parte delantera lado izquierdo, escudo del SENA parte delantero lado derecho. El diseño y las tallas se revisarán con la entidad una vez se suscriba el contrato." | N/A | 12 |
| 17 | TULA | Tula guarda pelotas en Lona Grande tula balones en nylon 15 balones aprox. de poliester, medida 106cms de altura x 64cms de ancho. | N/A | 1 |
| 18 | UNIFORMES | UNIFORME PARA LA COMPETENCIA DE VOLEIBOL (JUGADOR FEMENINO). Camiseta confeccionada en tela deportiva con propiedades Dry Fit. con diseños (logo) sublimados en el total de la camiseta. Numeración parte posterior de la camisa. MANGAS SISAS. En la parte frontal izquierda se debe colocar el logo del SENA y debajo el nombre de la Regional Magdalena. El diseño y las tallas se revisarán con la entidad una vez se suscriba el contrato. | N/A | 12 |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| 19 | UNIFORMES | UNIFORME PARA LA COMPETENCIA DE VOLEIBOL (JUGADOR FEMENINO) Pantaloneta femenina confeccionada en tela deportiva con propiedades Dry Fit. con diseños (logo) sublimados en el total de la camiseta. Numeración en la parte delantera lado izquierdo. Las tallas se revisarán con la entidad una vez se suscriba el contrato | N/A | 12 |
| 20 | UNIFORMES | UNIFORME PARA LA COMPETENCIA DE VOLEIBOL (JUGADOR MASCULINO). Camiseta confeccionada en tela deportiva con propiedades Dry Fit. con diseños (logo) sublimados en el total de la camiseta. Numeración parte posterior de la camisa. MANGAS SISAS. En la parte frontal izquierda se debe colocar el logo del SENA y debajo el nombre de la Regional Magdalena. El diseño y las tallas se revisarán con la entidad una vez se suscriba el contrato | N/A | 12 |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| 21 | UNIFORMES | UNIFORME PARA LA COMPETENCIA DE VOLEIBOL (JUGADOR MASCULINO) Pantaloneta femenina confeccionada en tela deportiva con propiedades Dry Fit. con diseños (logo) sublimados en el total de la camiseta. Numeración en la parte delantera lado izquierdo. Las tallas se revisarán con la entidad una vez se suscriba el contrato | N/A | 12 |
| 22 | UNIFORMES | UNIFORME DE PRESENTACION Camisetas tipo polo - uniforme masculino apropiadas para clima cálido. En la camiseta en la parte frontal izquierda se debe colocar el logo del SENA y debajo el nombre de la Regional Magdalena. Las tallas se revisarán con la entidad una vez se suscriba el contrato. | N/A | 50 |
| 23 | PILAS | Pilas Doble AA alkalinas de larga duración | N/A | 50 |
| 24 | TERMOS | Termo con asa en acero inocidable conserva el agua caliente y fria de 1200 mm. | N/A | 50 |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| 25 | Malla de Boleivol | Las medidas estándar para la red de voleibol son \ (9,50\) metros de largo por \ (1\) metro de alto. La altura de la red varía según la categoría: \ (2,43\) metros para hombres y \ (2,24\) metros para mujeres en categorías senior y juvenil. | Malla profesional | 1 |
| 26 | Tulas para balones | Tulas para balones<br>Tula Pading Nylon Oxford Malla 12 M10701-PAD-12 | | 1 |
| **27** | **máquina de *lat pulldown*** | polea alta<br><br>Estructura PTS de 50 x 100 Calibre 2,5mm. Pintura electrostática. Torre de peso:250Lb. Poleas en Nylon Cablealma de acero de 5,8mm. Sistemas de bujes inyectados de alta resistencia.<br><br>Carenaje protector placas Stickers de movimiento y ejecución del ejercicio.<br><br>Polea Alta a esta adaptado de modo que el movimiento se puede realizar por delante o por detrás de la cabeza cómodamente.<br><br>El ajuste del muslo en la plataforma es tenido en cuenta para una amplia variedad de usuarios. | | 1 |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| | | Los mangos pueden ser intercambiados Dimensiones Largo: 1.85 Ancho: 1.09, Altura 2.34 | | |
| 28 | Rack para barras olimpicas | **Rack para barras estandar olimpicas** | Plataforma en hierro. Pintura electrostática. Incluye: 5 soportes para barra olímpica y 4 soportes para barra estándar. Medidas: Profundidad; 50 cm. Ancho; 50 cm. Alto; 15.5 cm. | 1 |
| 29 | Rack para mancuernas | Rack Para Mancuernas 2 Niveles Negro | Cantidad de niveles: 2. Peso máximo que soporta: 180kg. Sus medidas son: 60cm de largo x 85cm de ancho x 80cm de alto. Esta hecho de: hierro. | 1 |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| | | | Es apto para mancuernas. | |
| 30 | GORRAS | Gorra en material en Dril o en algodón, tipo beisbolera, talla única, en colores negro y verde con broche metálico y cinta de ajuste en su parte trasera. Debe venir estampada con lema en la parte de adelante y logo Sena según requerimiento del supervisor del contrato, diseño de la gorra a convenir con el supervisor del contrato. | N/A | 50 |
| 31 | CABINA ACTIVA | Cabina actica de 15 pulgadas<br><br>Sonido característico Electro-Voice con modos seleccionables MUSIC / LIVE<br>Potencia de 1000 W con SPL máximo de 126 dB<br>Entradas flexibles mic/línea con ajuste sencillo de una perilla, medidor de señal de doble color y detección de picos<br>Streaming de audio Bluetooth® con salida de mezcla mono/estéreo conmutable<br>Voltaje de entrada universal 100 V ~ 240 V con conmutación automática | Sonido característico Electro-Voice con modos seleccionables MUSIC / LIVE<br>Potencia de 1000 W con SPL máximo de 126 dB<br>Entradas flexibles mic/línea con ajuste sencillo de una perilla, medidor de señal de doble color y detección de picos<br>Streaming de audio Bluetooth® | 2 |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| | | | con salida de mezcla mono/estéreo conmutable Voltaje de entrada universal 100 V ~ 240 V con conmutación automática | |
| 32 | Soporte microfono | base o sopore para micrfono | Dimensión de la base: Ø 720 mm Altura mínima: 975 mm Altura máxima: 1580 mm Peso: 2,1 kg Longitud del boom: 560/810 mm Materiales de construcción: Acero - Aluminio fundido - Goma soft grip - Nailon Color: Negro mate Extremo roscado de 3/8" con adaptador de 5/8" incluido | 5 |
| 33 | Consola | Co9nsola digital de audio | Control vía Tablet, PC o Smartphone. Wi-Fi integrado IOS, Android, | 1 |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| | | | Windows, Mac OS y Linux<br>Preamplificadores de micrófono con control remoto recuperables<br>DSP de dbx, DigiTech & Lexicon<br>Ecualizador de 4 bandas por canal, HPF y dinámica<br>GEQ y dinámica de 31 bandas en todas las salidas<br>Reverb, Delay y Chorus<br>Analizador de frecuencia en tiempo real<br>Reproducción USB de 2 canales<br><br>Floor-Ready Wi-Fi enrutador Wi-Fi a bordo<br>Control de Ethernet Sí<br>Número de entradas 16<br>Conexiones XLR 8 mic / línea, 4 mic<br>Entrada Hi-Z 2<br>Salida principal XLR y 1/4<br>Envíos AUX. | |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| | | | Envíos Aux / Monitor: 4 balanceados XLR Reproducción y grabación de audio USB de 2 canales USB Salida HDMI Sí Auriculares Auriculares 1/4 "Salida: 2 Entrada de línea RCA estéreo RCA: Sí Dimensiones 4.3 x 7.0 x 19 "(110 x 177 x 483 mm) Peso 7.9 lb (3.61 kg) | |
| 34 | Sobwoofer | Cabinas de bajo activas | Bajo activo.<br>• Parlante de 12 pulgadas.<br>• Potencia 300W /600 program.<br>• Impedancia 8 ohmios.<br>• Respuesta de frecuencia (-3db):40Hz-250Hz.<br>• SPL máximo a 1 m: 118dB/124dB (PICO).<br>• 1 entrada combinada | 2 |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| | | | 6.35/XLR, 1 salida XLR.<br>• Control del volumen.<br>• Control de corte alto en la salida.<br>• Interruptor limitador.<br>• Material: Madera, abedul 15mm.<br>• Incluye manual de uso y cable de poder.<br>• Alimentación 110V/220V. | |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| 35 | Microfono | Microfono inhalambrico | Micrófono<br>• Tipo: Dinámico para voz, mano.<br>• Patrón polar: Supercardioide (aisla mejor la voz).<br>• Respuesta en frecuencia: ~50 Hz–16 kHz.<br>• Salida: -51 dBV/Pa (sensibilidad típica).<br><br>Sistema inalámbrico<br>• Tecnología: UHF inalámbrico analógico.<br>• Alcance máximo: ~300 ft / 90–91 m (línea de vista).<br>• Salida RF transmisor: ~10 mW.<br>• Canales disponibles: ~123 posibles frecuencias (varía por banda/país).<br>• Sistemas simultáneos: hasta ~12 por banda. | 2 |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| | | | 🔋 Alimentación y batería<br>• Transmisor: 2 × baterías AA.<br>• Duración: hasta 14 h continuas. 🆗<br><br>📻 Receptor (BLX4)<br>• Diversity: Sí, mejor recepción.<br>• Salidas de audio: XLR balanceada y ¼″ no balanceada.<br>• QuickScan: busca frecuencias libres automáticamente | |
| 36 | Cables xlr | Cables xlr | * Longitud 7.5 Metros ( siete punto cinco metros de largo)<br>* El cable viene blindado para evitar todo tipo de interferencia y ruido externo.<br>* Es 100% cobre lo que garantiza una óptima calidad de audio.<br>* La cubierta del cable es un | 10 |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| | | | encauchetado altamente resistente.<br>* Conectores totalmente metálicos y dorados.<br>* Excelente calidad de audio. | |

Una vez realizada la disminución y eliminación de las cantidades, se determinó el presupuesto oficial para el proceso de contratación, por el valor de: SESENTA Y OCHO MILLONES SEISCIENTOS TREINTA Y DOS MIL PESOS ($68.632.000,00) .M incluido IVA, (Ver Anexo Estudio de Mercado Anexo No.2).

**ASPECTOS TECNICOS**

En la ejecución del objeto contractual, el contratista se obliga a entregar los bienes solicitados atendiendo la totalidad de las especificaciones técnicas, cantidades, presupuesto, garantía y demás requerimientos en la invitación pública, así como cualquier documento dado a conocer por la entidad a la comunidad mediante la publicación en el Sistema Electrónico de Colombia Compra Eficiente SECOP, exigidas a continuación

Nota 1: El listado adjunto es un referente, así mismo el bono se redime en cualquier producto de la sección de alimentos de la Canasta Familiar que el trabajador oficial requiera.

## 5. ANALISIS DE LA OFERTA

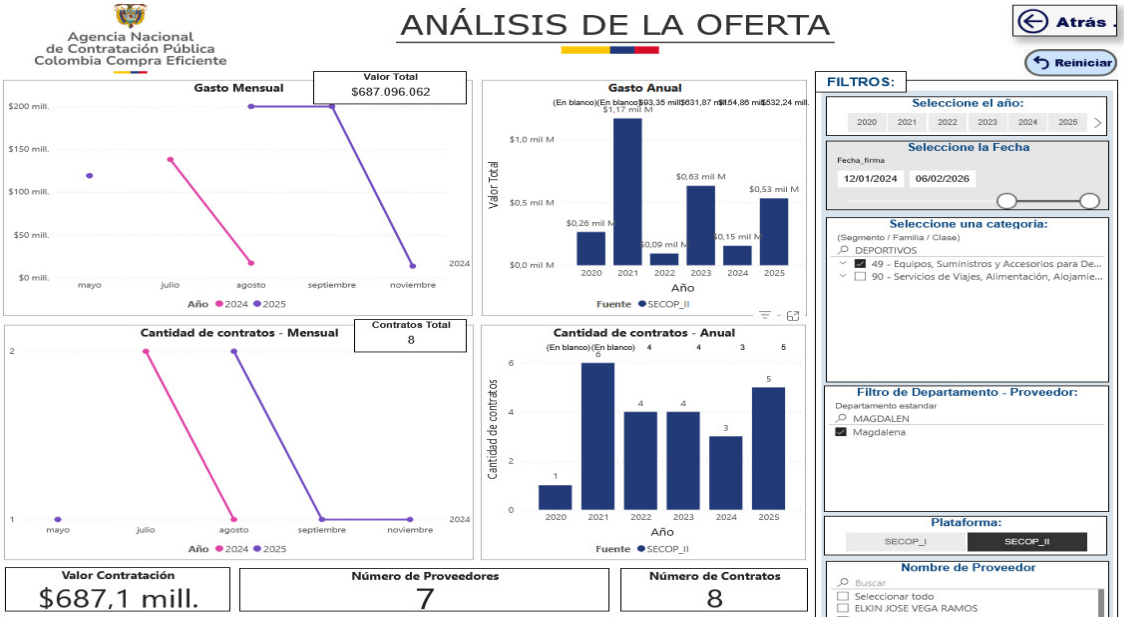
En economía se define la oferta como aquella cantidad de bienes y servicios que los ofertantes están dispuestos a poner a la venta en el mercado a unos precios concretos.

Más concretamente, la oferta es la cantidad de bienes y servicios que diversas organizaciones, instituciones, personas o empresas están dispuestas a poner a la venta, es decir, en el mercado, en un lugar determinado a un precio dado, en por el interés del oferente o por la determinación pura de la economía. Los precios no tienen por qué ser iguales para cada tipo de productos e incluso en un mismo producto, dos oferentes diferentes pueden decidir poner un precio diferente.

En este orden de ideas existe en el mercado Local y Nacional diferentes empresas que ofrecen el servicio objeto del presente proceso de selección capaces de satisfacer las necesidades del SENA quienes se encargan de atender comercialmente los requerimientos de las entidades públicas y privadas a nivel nacional.

A partir de la Herramienta de Análisis de Oferta en la cual, a partir de filtrar los datos correspondientes a Categoría del objeto a contratar, Fecha, Valor, Departamento de Proveedor, se obtiene la información sobre el listado de proveedores que, en la vigencia seleccionada, contrataron con entidades públicas en el departamento filtrado. El resultado arroja valor de la contratación anual, la comparación de la contratación con vigencias anteriores, número total de contratos, proveedores contratados y en qué proporcionen cuanto a número de contrato y valor contratado y las entidades públicas con las cuales contrataron.

Para este propósito, se realizó una búsqueda basada en criterios específicos, utilizando la información correspondiente a los años 2023 al 2026.

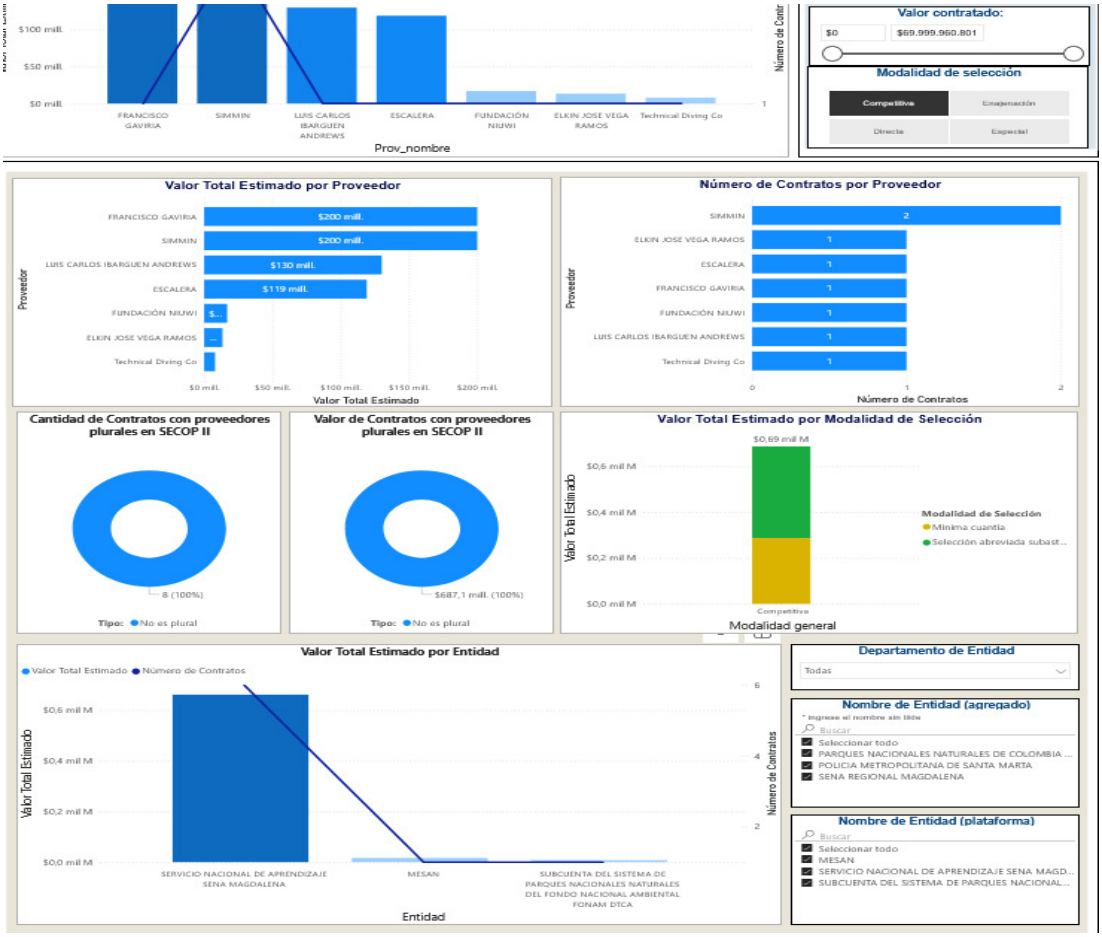



Mediante el estudio de las anteriores gráficas el sistema arroja que hay aproximadamente 7 proveedores en el departamento del Magdalena que ofrecen los servicios relacionados al proceso, por un total de $687,1, evidenciando un porcentaje considerable de contratos en el año 2026.

La modalidad de selección en las que más han contratados los proveedores corresponde a la Licitación Pública, también se adelantaron procesos bajo las modalidades de Licitación pública, Selección Abreviada por Subasta Inversa, Selección Abreviada por Menor Cuantía, Mínima Cuantía.

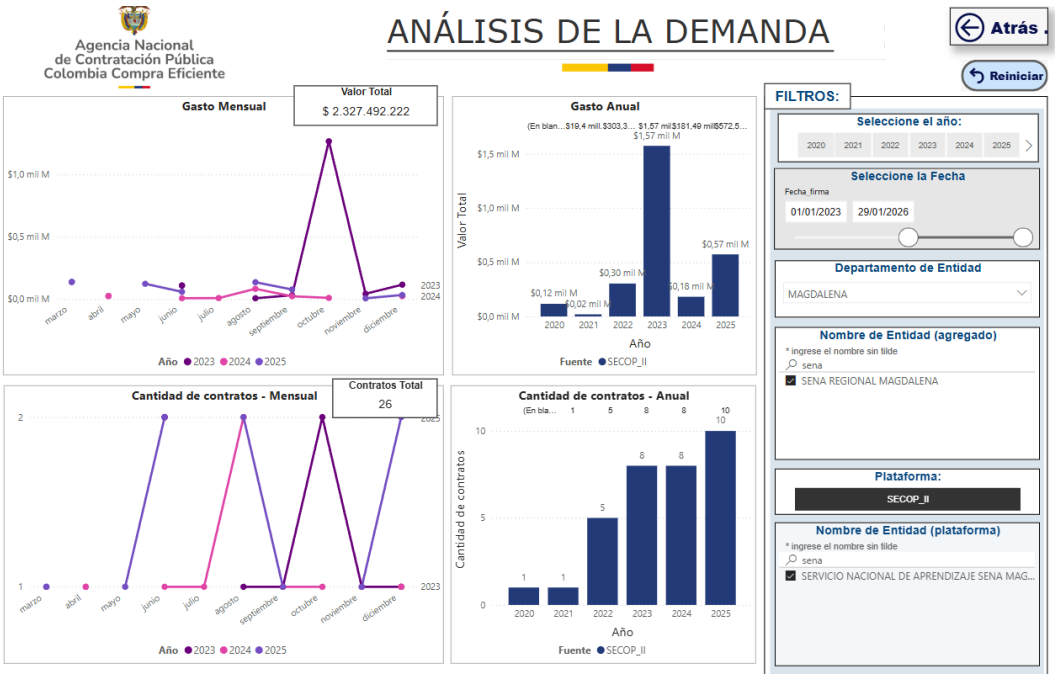
A partir de la Herramienta de Análisis de Oferta se obtiene la información sobre el listado de proveedores que, en las vigencias seleccionadas, contrataron con entidades públicas en el departamento filtrado. El resultado arroja valor de la contratación anual, la comparación de la contratación con vigencias anteriores, número total de contratos, proveedores contratados y en qué proporcionen cuanto a número de contrato y valor contratado y las entidades públicas.

Estos proveedores se convierten en potenciales contratistas del Centro de Formación




## 6. ANALISIS DE LA DEMANDA:

El Análisis de la demanda tiene como referencia el comportamiento de los procesos contractuales desarrollados en vigencias anteriores por la entidad para contratar los bienes objeto del presente estudio, este análisis se realiza desde la herramienta interactiva de visualización de la plataforma de Colombia Compra Eficiente denominada Herramienta de Análisis de Demanda, en la cual a partir de filtrar los datos correspondientes a Entidad, Categoría del objeto a contratar, Fecha, Valor, obtiene la información sobre el valor de la contratación, la comparación de la contratación con vigencias anteriores, número total de contratos, proveedores contratados y en qué proporción en cuanto a número de contrato y valor contratado.




Se logro evidenciar que en la entidad SENA durante las vigencias, 2024 al 2026 se realizó una contratación que asciende a la suma de $ 2.327.492.222 en un total de 26 contratos, lo cual indica la cantidad que se maneja en relación con el objeto contractual.

Se evidencia también que la cantidad de proveedores que han participado en los procesos en el Departamento del Magdalena fueron mediante la modalidad de mínima cuantía, selección abreviada de menor cuantía.

Del resultado arrojado sobre el Origen de Proveedores, se evidencia que en los tres últimos años los bienes han sido adquiridos con proveedores que se encuentran ubicados en el Departamento del Magdalena con el 50 % y en menor proporción con proveedores de otras regiones del país.

En Colombia las Pymes tienen una alta participación en el mercado nacional, en efecto el 95.9% de las empresas son de tamaño micro y el 3% son de tamaño pequeño con los cual su presencia en el mercado nacional es muy importante. Por su parte es la actividad comercial en donde se concentran el mayor número de empresas con un total de 397380 compañías en total.

Así mismo, se puede observar que en la ciudad de Santa Marta se encuentran registradas en la Cámara de Comercio empresas que desarrollan la actividad

relacionada con el objeto contractual, las cuales se relacionan a continuación

| A | B | C |
|---|---|---|
| NIT | Razon Social | Estado |
| 901561168 | APORTES Y DISTRIBUCIONES S.A.S. | ACTIVA |
| 901646498 | ARD LOGISTICA SAS | ACTIVA |
| 901844979 | CENTRO EMPRESARIAL Y LOGISTICAS MILAN S.A. | ACTIVA |
| 901498911 | EMPRESA DE TRANSPORTE LOGISTICO TRES C SEI | ACTIVA |
| | GRUPO EMPRESARIAL LOGISTICO JOTA JOTA S.A | ACTIVA |
| 901913445 | HH CARGA & LOGISTICA S.A.S | ACTIVA |
| 901558643 | INVERSIONES & LOGISTICA JF S.A.S "DISUELTA Y | ACTIVA |
| 901752887 | J.C.L. LOGISTICA Y TRANSPORTE DE CARGA EXTR | ACTIVA |
| 900174057 | JUSTO A TIEMPO LOGISTICA LIMITADA S.U. EN LI | ACTIVA |
| 901307937 | LOGISTICA G&M S.A.S | ACTIVA |
| 901037407 | LOGISTICA PEDRAZA ESCORCIA S.A.S. | ACTIVA |
| 900406973 | LOGISTICA RIVAS HERNANDEZ S.A.S. | ACTIVA |
| 901463690 | LOGISTICA Y DISTRIBUCIONES LL S.A.S. | ACTIVA |
| 900943663 | M&M LOGISTICA DE EVENTOS EMPRESARIALES S | ACTIVA |
| | PROMOCION Y DESARROLLO DE ZONAS LOGISTI | ACTIVA |
| | Q22 SANTA MARTA BAVARIA VIVERO | ACTIVA |
| 900426565 | REGALADO & TORRES LOGISTICA S.A.S. EN LIQUI | ACTIVA |
| | SERVICIO INTEGRAL DE TRANSPORTES SAS "CAN | ACTIVA |
| 901880633 | TRANSPORTES Y LOGISTICA INTEGRAL DEL NORT | ACTIVA |

https://www.rues.org.co/RM

Los anteriores proveedores se convierten en potenciales oferentes dentro del proceso de selección que adelantará el Centro Formación, así las cosas, se puede determinar que el presente proceso, puede ser susceptible de limitación a mipymes del orden territorial con domicilio en el Distrito de Santa Marta, previo el cumplimiento de lo establecido en el decreto 1082 de 2015.

Los anteriores proveedores se convierten en potenciales oferentes dentro del proceso de selección que adelantará el Centro Formación, así las cosas, se puede determinar que el presente proceso, puede ser susceptible de limitación a mipymes del orden territorial con domicilio en el Distrito de Santa Marta, previo el cumplimiento de lo establecido en el decreto 1082 de 2015.

Santa Marta,

Firmado digitalmente por CORREA PADILLA SILVANA PATRICIA
Fecha: 2026.04.27 14:22:29 -05'00'

**SILVANA CORREA PADILLA**

Subdirector (E) del Centro de Logística y Promoción Ecoturística del Magdalena

Elaboró: Lenis Diaz – Apoyo contratación
Revisó componente jurídico: Celia Maestre– Líder Contratación
Revisó componente técnico: FARLY MANES–
Revisó componente financiero: Gustavo Teran - Presupuesto