ESTUDIO DEL SECTOR

El cumplimiento del Artículo 2.2.1.1.1.6.1 del Decreto 1082 de 2015, según: Le Entidad Estatal debe hacer, durante la etapa de planeación, el análisis necesario para conocer el sector relativo al objeto del proceso de contratación desde la perspectiva legal, comercial, técnica y de análisis de riesgo. Se realizó el análisis del sector desarrollando los aspectos que se reflejan en este documento.

Objeto del contrato: SUMINISTRO DE INSUMOS Y ARTÍCULOS DE ASEO Y CAFETERÍA PARA EL INSTITUTO DE LA JUVENTUD EL DEPORTE Y LA RECREACIÓN DE BUCARAMANGA -INDERBU-.

Presupuesto Oficial: El INDERBU estima el valor de la presente contratación con todo incluido por la suma de **CIENTO TREINTA Y NUEVE MILLONES NOVECIENTOS NOVENTA Y NUEVE MIL NOVECIENTOS SETENTA Y CINCO PESOS CON VEINTIDOS CENTAVOD MCTE ($ 139.999.975,22),** incluido IVA, y los demás costos directos e indirectos en que incurra el contratista para la ejecución del contrato. La suma anterior, se obtiene de la información contenida en el Estudio del sector económico y del Mercado.

Plazo del contrato: Se determina que el plazo de ejecución del contrato será de **TRES (03) MESES**, sin sobrepasar vigencia 2026.

CLASIFICACIÓN DEL BIEN O SERVICIO A CONTRATAR

Según la reglamentación de Colombia Compra Eficiente se identificó la clasificación o codificación UNSPSC siguiendo la Guía para la codificación de bienes y servicios de acuerdo con el código estándar de productos y servicios de Naciones Unidas.

NOMBRE – PRODUCTO	CÓDIGO
Herbicidas	10171700
Pesticidas o repelentes de plagas	10191500
Escobas, traperos, cepillos y accesorios	47131600
Soluciones de limpieza y desinfección	47131800
Café y té	50201700
Platos, utensilios para servir y recipientes para almacenar	52152000

ESTUDIO ECONÓMICO

El INSTITUTO DE LA JUVENTUD EL DEPORTE Y LA RECREACIÓN DE BUCARAMANGA-INDERBU, estima como presupuesto oficial, el valor de **CIENTO TREINTA Y NUEVE MILLONES NOVECIENTOS NOVENTA Y NUEVE MIL NOVECIENTOS SETENTA Y CINCO PESOS CON VEINTIDOS CENTAVOD MCTE ($ 139.999.975,22).**

Este valor está disponible para suplir la necesidad de este servicio y se ajusta al valor que se paga por el mismo de acuerdo con cotizaciones realizadas, las cuales hacen parte integral del presente estudio. Valor que lleva implícitos los costos directos e indirectos derivados de la ejecución, los costos de legalización, publicación de necesitarse, impuestos, tasas y deducciones será a cargo del contratista al igual que los imprevistos que pueda tener el contratista en la ejecución del contrato.

DESCRIPCIÓN DEL MERCADO

ASPECTOS GENERALES- ASPECTOS ECONÓMICOS

Los aspectos económicos contextualizan el sector macroeconómico, indicando su participación en la economía del país, las principales variables que lo afectan, agentes que lo conforman, costos generales, agremiaciones importantes, etc.

Teniendo en cuenta el objeto del proceso contemplado en los estudios previos, el sector más relevante al cual pertenecen los posibles oferentes, corresponde al sector de COMERCIO, especialmente para el sector de aseo y cafetería.

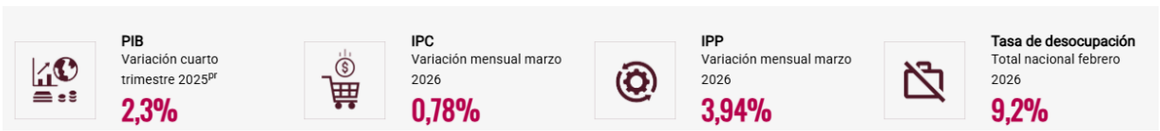
La reactivación del consumo también se evidenció en el acumulado del primer trimestre, con un crecimiento del 10% en las ventas minoristas frente al mismo periodo de 2025. Si bien este avance sigue concentrado en categorías de alto valor, el comportamiento es aún desigual entre regiones y líneas de mercancías. Ciudades como Bogotá y Medellín lideran la reactivación, mientras que departamentos como Cundinamarca y Atlántico muestran señales de rezago, tanto en ventas como en empleo.

Desde el punto de vista empresarial, el panorama se ha tornado más complejo. Aunque el Índice de Confianza Comercial se mantiene en terreno positivo en comparación con 2024, registró una disminución mensual, reflejando una combinación de incertidumbre regulatoria, efectos rezagados de los shocks logísticos globales y percepciones pesimistas sobre la evolución de las ventas. Las encuestas gremiales revelan una mayor cautela entre los comerciantes: seis de cada diez empresarios consideran que la situación de sus negocios no mejorará en el corto plazo, y el 66% cerró el trimestre por debajo de sus metas de venta.

El mercado laboral del sector continúa tensionado. El empleo total volvió a caer en marzo, arrastrado por la contracción en el personal temporal y contratado externamente, aunque el empleo permanente sigue mostrando una leve resiliencia. Este patrón sugiere una reconfiguración de la estructura laboral hacia formas de contratación más estables, al tiempo que sectores como cultura, tecnología y cuidado personal mantienen una relativa fortaleza frente a los ajustes en vestuario, alimentos y movilidad básica.

Mirando hacia el tercer trimestre, el desempeño del comercio dependerá de la consolidación de políticas monetarias que faciliten el consumo financiado, así como de acciones públicas orientadas a reducir la informalidad, fomentar la digitalización y mejorar la logística del comercio interno. En un entorno aún volátil, la capacidad del sector para sostener el impulso dependerá de su adaptación a nuevas condiciones de consumo, la eficiencia en la gestión de inventarios y la recuperación del empleo formal como eje de sostenibilidad económica.

Indicadores actualizados para abril de 2026 en la página oficial del DANE

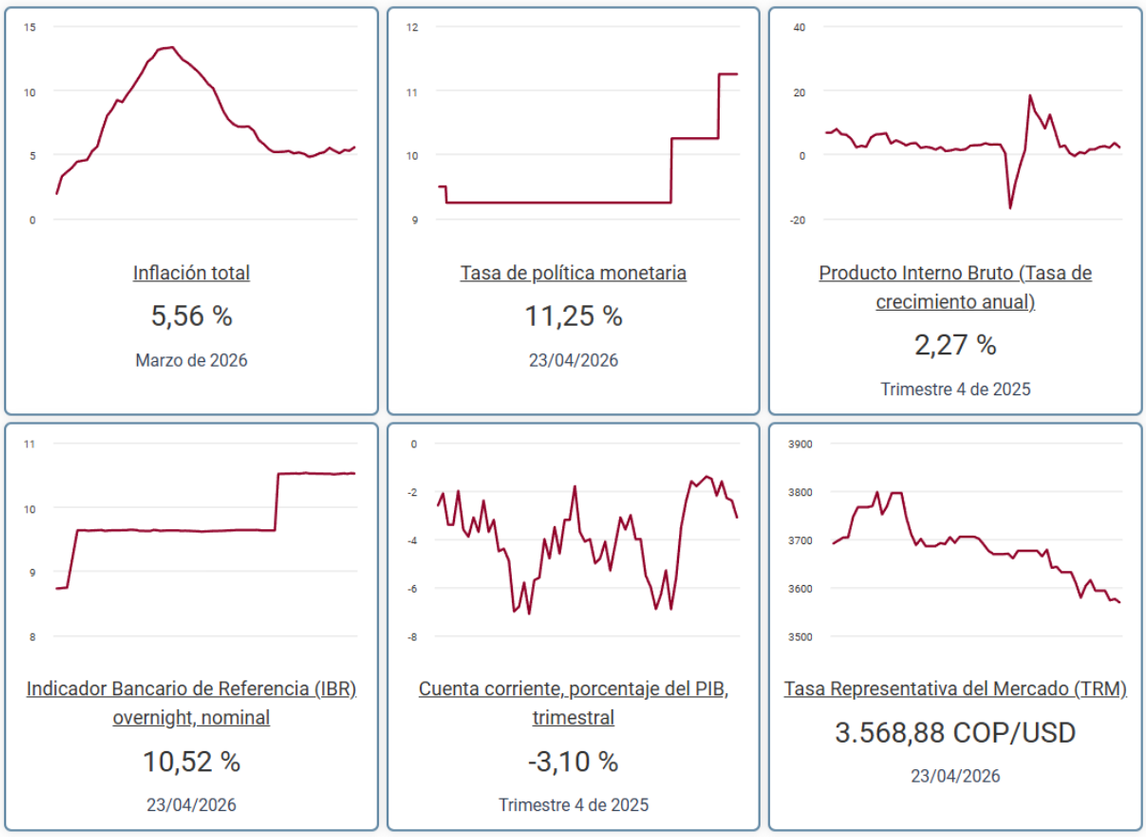


Fuente: DANE

Los indicadores económicos nacionales como factor de análisis del comportamiento de la economía colombiana que pueden incidir en el presente proceso contractual reflejan la siguiente información tomada del BANCO DE LA REPÚBLICA Colombia así:

Indicadores Económicos

Fuente: Boletín Indicadores Económicos (BIE) Banco de la República| Colombia



PIB

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 4,6% (contribuye 0,9 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 4,5% (contribuye 0,8 puntos porcentuales a la variación anual).
- 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 9,9% (contribuye 0,4 puntos porcentuales a la variación anual).

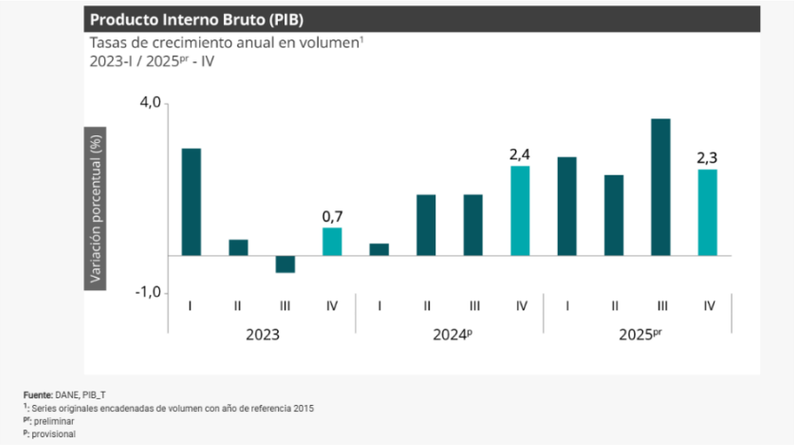
En el cuarto trimestre de 2025^{pr}, el Producto Interno Bruto en su serie original, crece 2,3% respecto al mismo periodo de 2024^{p}. Las actividades económicas que más contribuyen a la dinámica del valor agregado son:

- Administración pública y defensa; planes de seguridad social de afiliación obligatoria; Educación; Actividades de atención de la salud humana y de servicios sociales crece 4,8% (contribuye 0,9 puntos porcentuales a la variación anual).
- Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas; Transporte y almacenamiento; Alojamiento y servicios de comida crece 3,4% (contribuye 0,7 puntos porcentuales a la variación anual).
- 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 11,5% (contribuye 0,5 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 0,1%. 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 4,6%.
- Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas; Transporte y almacenamiento; Alojamiento y servicios de comida crece 1,6%.
- Explotación de minas y canteras crece 1,2%.



PIB- Valor agregado por actividad económica

Comercio al por mayor y al por menor

Para el año 2025pr, el valor agregado de comercio al por mayor y al por menor, reparación de vehículos automotores y motocicletas; transporte y almacenamiento; alojamiento y servicios de comida crece 4,6%, respecto al año 2024p. Esta dinámica se explica por los siguientes comportamientos (ver tabla 7):

• Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas crece 7,5%.
• Transporte y almacenamiento crece 2,2%.
• Alojamiento y servicios de comida crece 0,5%.

En el cuarto trimestre de 2025pr, el valor agregado de comercio al por mayor y al por menor, reparación de vehículos automotores y motocicletas; transporte y almacenamiento; alojamiento y servicios de comida crece 3,4% en su serie original, respecto al mismo periodo de 2024p. Esta dinámica se explica por los siguientes comportamientos (ver tabla 7):

• Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas crece 7,0%.
• Transporte y almacenamiento decrece 1,7%.
• Alojamiento y servicios de comida crece 0,1%.

Respecto al trimestre inmediatamente anterior en su serie ajustada por efecto estacional y calendario, el valor agregado de comercio al por mayor y al por menor, reparación de vehículos automotores y motocicletas; transporte y almacenamiento; alojamiento y servicios de comida

crece en 1,6%, cuando se observa el comportamiento de las actividades económicas relacionadas:

• Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas crece 0,9%.
• Transporte y almacenamiento decrece 2,3%.
• Alojamiento y servicios de comida crece 2,2%.

Tabla 7. Comercio al por mayor y al por menor[1]
Tasas de crecimiento en volumen[2]
Cuarto trimestre 2025[pr]

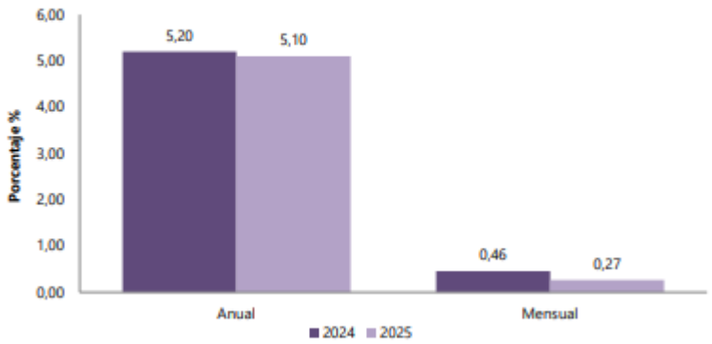
Actividad económica	Tasas de crecimiento (%)		
	Serie original		Serie ajustada por efecto estacional y calendario
	Año total	Anual	Trimestral
	2025[Pr] / 2024[P]	2025[Pr]-IV / 2024[P]-IV	2025[Pr]-IV / 2025[Pr]-III
Comercio al por mayor y al por menor[3]	7,5	7,0	0,9
Transporte y almacenamiento	2,2	-1,7	-2,3
Alojamiento y servicios de comida	0,5	0,1	2,2
Comercio al por mayor y al por menor[1]	**4,6**	**3,4**	**1,6**

Fuente: DANE, PIB_T
[Pr]preliminar
[P]provisional

INFLACIÓN

En el mes de diciembre de 2025, el IPC registró una variación de 5,10% en comparación con diciembre de 2024. En el último año, las divisiones Restaurantes y hoteles (7,91%), Educación (7,36%), Salud (7,20%), Bebidas alcohólicas y tabaco (6,37%) y; por último, Transporte (5,35%) se ubicaron por encima del promedio nacional (5,10%). Entre tanto, las divisiones Alimentos y bebidas no alcohólicas (5,07%), Bienes y servicios diversos (4,97%), Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles (4,76%), Muebles, artículos para el hogar y para la conservación ordinaria del hogar (3,31%), Prendas de vestir y calzado (2,12%), Recreación y cultura (1,85%) y; por último, Información y comunicación (1,22%) se ubicaron por debajo del promedio nacional.

Gráfico 1. IPC Variaciones
Total Nacional
Diciembre 2024 - 2025



Fuente: DANE, IPC.

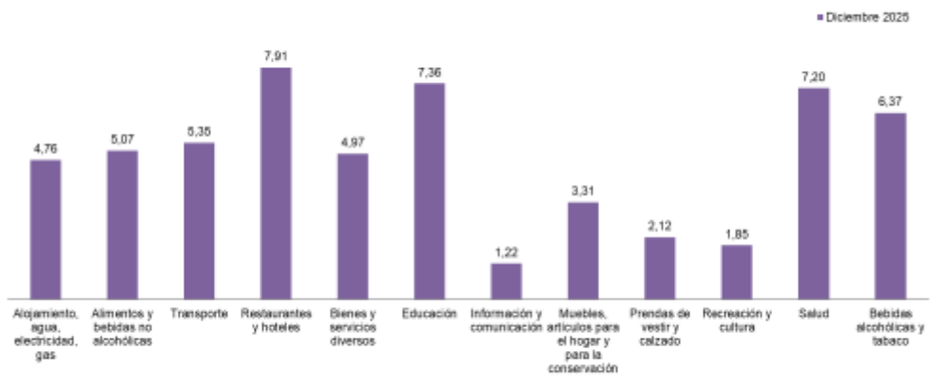
En diciembre de 2025 la variación anual del IPC fue 5,10%. El comportamiento anual del IPC total en diciembre de 2025 (5,10%) se explicó principalmente por la variación anual de las divisiones Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles y Alimentos y bebidas no alcohólicas. La división Restaurantes y hoteles registró una variación anual de 7,91%, siendo esta la mayor variación anual. En diciembre de 2025 los mayores incrementos de precio se registraron en las subclases: bebidas calientes : tinto, café con leche, chocolate, té, bebida achocolatada caliente, leche, agua de panela, agua aromática, avena caliente y similares para consumo inmediato (13,22%), pago por alimentación en comedores (8,64%) y comidas en establecimientos de servicio a la mesa y autoservicio (7,99%). Los menores incrementos de precio se reportaron en las subclases: gastos en discotecas, bares, griles, tabernas, fondas y tiendas dentro y al aire libre (4,67%), servicios de alojamiento en hoteles, pensiones, posadas, hostales y moteles (4,90%) y gaseosa y otros refrescos en establecimientos de servicio a la mesa y autoservicio (7,62%).

La división Educación registró una variación anual de 7,36%, siendo esta la segunda mayor variación anual. En diciembre de 2025 los mayores incrementos de precio se registraron en las subclases: educación secundaria (8,76%), educación preescolar y básica primaria (8,69%) y cursos de educación no formal (6,46%). Los menores incrementos de precio se reportaron en las subclases: diplomados, educación continuada, preicfes, preuniversitarios (1,75%), inscripciones y matrículas en postgrados (4,73%) e inscripciones y matrículas en carreras técnicas, tecnológicas y universitarias (4,96%). La división Información y comunicación registró una variación anual de 1,22%, siendo esta la menor variación anual. En diciembre de 2025 el mayor incremento de precio se registró en la subclase: servicios de comunicación fija y móvil y provisión a internet (2,64%).

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

IPC	Diciembre			
	Variación Anual		Variación Mensual	
	2024	2025	2024	2025
IPC total	5,20	**5,10**	0,46	**0,27**

Variación anual del Índice de Precios al Consumidor (IPC)
Por divisiones de gasto
2025 (diciembre)



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

En diciembre de 2025 las mayores contribuciones a la variación anual en las doce divisiones del IPC Total se registraron en las siguientes subclases: arriendo imputado con 0,65 puntos porcentuales, comidas en establecimientos de servicio a la mesa y autoservicio con 0,60 puntos porcentuales y arriendo efectivo con 0,49 puntos porcentuales. Las subclases con las menores contribuciones fueron: papas con -0,11 puntos porcentuales, electricidad con -0,09 puntos porcentuales y arroz con -0,07 puntos porcentuales.

MERCADO LABORAL

En noviembre de 2025 la Tasa de Desocupación (TD) fue del 7,0%, el nivel más bajo registrado para este mes en toda la serie histórica desde el 2001.

La población ocupada aumentó significativamente en 993 mil personas en noviembre de 2025, lo que equivale a un 4,2% más respecto al año anterior.

Para el total nacional, en noviembre de 2025, la proporción de población ocupada informal se ubicó en 55,4%. Esto representó un incremento de 0,2 puntos porcentuales.

La Tasa de Desocupación desestacionalizada preliminar para el total nacional fue del 8,3% en noviembre de 2025, una reducción de 0,5 p.p., respecto con el mes anterior donde se ubicó en 8,9%

En noviembre de 2025, la Tasa de Desocupación total nacional fue del 7,0% y en el total 13 ciudades y áreas metropolitanas fue del 7,3%.

Tasa global de participación (TGP), Tasa de ocupación (TO), Tasa de Desocupación (TD) y Tasa de subocupación (TS) noviembre (2024-2025)

Tasas (%)	Total Nacional		Total 13 ciudades y áreas metropolitanas	
	Noviembre 2024	Noviembre 2025	Noviembre 2024	Noviembre 2025
TGP	63,7	**64,7***	66,7	**67,4**
TO	58,5	**60,2***	61,4	**62,5**
TD	8,2	**7,0***	8,0	**7,3**
TS	7,5	**7,4**	7,4	**6,8**

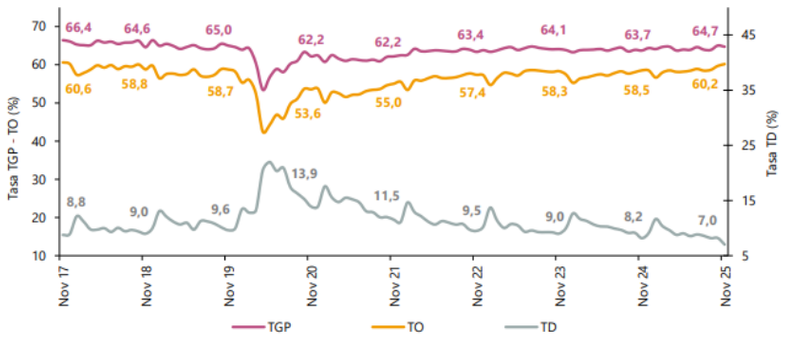
* Variación estadísticamente significativa.
Notas:
• 13 ciudades y áreas metropolitanas incluye Bogotá D.C., Medellín A.M., Cali A.M., Barranquilla A.M., Bucaramanga A.M., Manizales A.M., Pereira A.M., Cúcuta A.M., Pasto, Ibagué, Montería, Cartagena y Villavicencio.
• Datos expandidos con proyecciones de población elaboradas con base en los resultados del Censo Nacional de Población y Vivienda 2018.
Fuente: DANE, GEIH.

Para el mes de noviembre de 2025, la tasa de desocupación del total nacional fue 7,0%, lo que representó una disminución de 1,1 puntos porcentuales respecto al mismo mes de 2024 (8,2%). La tasa global de participación se ubicó en 64,7%, lo que significó un aumento de 1,0 puntos porcentuales frente a noviembre de 2024 (63,7%). Finalmente, la tasa de ocupación fue 60,2%, lo que representó un aumento de 1,6 puntos porcentuales respecto al mismo mes del año anterior (58,5%).

Principales indicadores del mercado laboral

Noviembre de 2025

Gráfico 1. Tasa global de participación (TGP), Tasa de ocupación (TO) y Tasa de desocupación (TD)
Total nacional
Noviembre (2017 - 2025)



Población ocupada por ramas de actividad

En el mes de noviembre de 2025, el número de personas ocupadas en el total nacional fue 24.599 miles de personas. Las ramas que más aportaron positivamente a la variación de la población ocupada fueron Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca (1,3 puntos porcentuales); Alojamiento y servicios de comida (1,0 puntos porcentuales) y Construcción (0,8 puntos porcentuales).

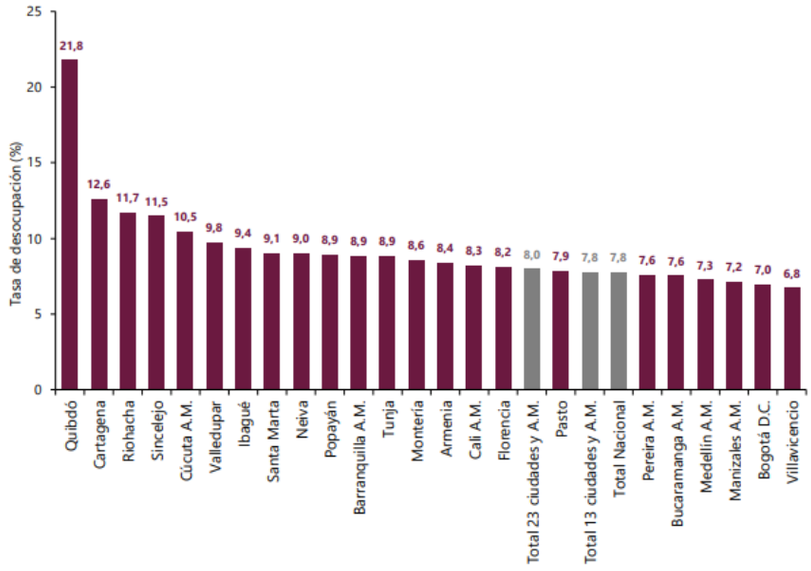
Tabla 1. Distribución porcentual, variación absoluta y contribución a la variación de la población ocupada según rama de actividad
Total nacional
Noviembre (2024 - 2025)

Rama de actividad	Total nacional				
	Noviembre 2024	Noviembre 2025	Distribución % 2025	Variación absoluta	Contribución en p.p.
Población ocupada	**23.605**	**24.599**	**100**	**993**	
Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca	3.286	3.598	14,6	312	1,3
Alojamiento y servicios de comida	1.680	1.927	7,8	247	1,0
Construcción	1.496	1.680	6,8	184	0,8
Transporte y almacenamiento	1.777	1.876	7,6	98	0,4
Actividades artísticas, entretenimiento, recreación y otras actividades de servicios	2.078	2.158	8,8	80	0,3
Comercio y reparación de vehículos	4.078	4.140	16,8	62	0,3
Actividades inmobiliarias	290	339	1,4	49	0,2
Administración pública y defensa, educación y atención de la salud humana	2.972	3.015	12,3	43	0,2
Suministro de electricidad, gas, agua y gestión de desechos^	609	643	2,6	34	0,1
Actividades financieras y de seguros	418	449	1,8	31	0,1
Información y comunicaciones	497	499	2,0	2	0,0
Actividades profesionales, científicas, técnicas y servicios administrativos	1.892	1.843	7,5	-49	-0,2
Industrias manufactureras	2.532	2.430	9,9	-102	-0,4

Ranking de ciudades según tasa de desocupación, trimestre móvil mayo julio 2024

Para el trimestre móvil septiembre - noviembre 2025, de las 23 ciudades y áreas metropolitanas, las que presentaron mayores tasas de desocupación fueron: Quibdó (21,8%), Cartagena (12,6%) y Riohacha (11,7%). Las ciudades con menor tasa de desocupación fueron: Manizales A.M. (7,2%), Bogotá D.C. (7,0%) y Villavicencio (6,8%).

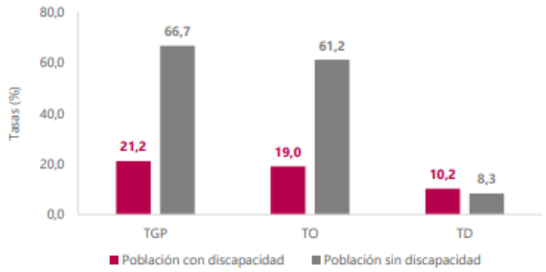
Gráfico 6. Tasa de desocupación según ciudades
Total nacional y 23 ciudades y áreas metropolitanas
Septiembre - noviembre 2025



MERCADO LABORAL DE LAS PERSONAS CON DISCAPACIDAD

Mercado laboral de la población con discapacidad
Trimestre móvil agosto – octubre 2025

Gráfico 1. Tasa global de participación (TGP), Tasa de ocupación (TO) y Tasa de desocupación (TD) de la población con discapacidad y sin discapacidad
Total nacional
Trimestre móvil agosto – octubre 2025



Fuente: DANE, Gran Encuesta Integrada de Hogares (GEIH).
Nota: datos expandidos con proyecciones de población elaboradas con base en los resultados del CNPV 2018.
Nota: cifras aproximadas a un decimal.

Durante el trimestre móvil agosto – octubre 2025, la tasa global de participación (TGP) de la población con discapacidad fue de 21,2%, en comparación con la TGP de la población sin discapacidad de 66,7%, lo que significa una diferencia negativa de 45,6 puntos porcentuales (p.p.) entre ambas poblaciones. En cuanto a la tasa de ocupación, se evidencia que hay una diferencia negativa de 42,2 p.p. entre la población con discapacidad y sin discapacidad, para la primera, esta tasa fue de 19,0% y para la segunda de 61,2%. Por otro lado, al observar la tasa de desocupación se evidencia que existe una diferencia de 1,9 p.p. dada por una tasa de 10,2% para la población con discapacidad y 8,3% para las personas sin discapacidad.

Tabla 1. Tasa global de participación (TGP), Tasa de ocupación (TO) y Tasa de desocupación (TD) de la población con discapacidad y sin discapacidad
Total nacional
Trimestre móvil agosto – octubre 2025

Tasas	Total nacional		
	Población con discapacidad	Población sin discapacidad	Diferencia p.p.
TGP	21,2	66,7	-45,6
TO	19,0	61,2	-42,2
TD	10,2	8,3	1,9

Fuente: DANE, GEIH.
p.p.: puntos porcentuales
Nota: datos expandidos con proyecciones de población elaboradas con base en los resultados del CNPV 2018.
Nota: por aproximación de decimales las diferencias pueden diferir ligeramente.

Población ocupada con discapacidad según ramas de actividad

Para el trimestre móvil agosto – octubre 2025, las ramas de actividad donde más se concentró la población ocupada con discapacidad fueron Comercio y reparación de vehículos (22,2%), seguida de Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca (17,4%).

Tabla 2. Participación de la población ocupada con y sin discapacidad según ramas de actividad
Total nacional
Trimestre móvil agosto – octubre 2025

Ramas de actividad	Población con discapacidad		Población sin discapacidad	
	Total	Distribución (%)	Total	Distribución (%)
Población ocupada	**415**	**100**	**23.621**	**100**
Comercio y reparación de vehículos	92	22,2	3.908	16,5
Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca	72	17,4	3.335	14,1
Industria Manufacturera	46	11,1	2.625	11,1
Alojamiento y servicios de comida	41	10,0	1.875	7,9
Actividades artísticas, entretenimiento, recreación y otras actividades de servicios	37	8,9	1.974	8,4
Administración pública y defensa, educación y atención de la salud humana	31	7,6	2.941	12,5
Actividades profesionales, científicas, técnicas y servicios administrativos	29	6,9	1.739	7,4
Transporte y almacenamiento	24	5,9	1.842	7,8
Construcción	22	5,2	1.577	6,7
Otras ramas^	20	4,8	1.805	7,6

Fuente: DANE, GEIH.

Salario Mínimo en Colombia

El indicador del salario mínimo como referente de la economía tiene un impacto sobre la estructura global de los salarios y en la masa salarial. El aumento en los costos de la mano de obra tendrá como consecuencia un aumento correlativo del costo total de producción. A continuación, se muestra la variación del salario mínimo en Colombia en los últimos años:

AÑO	SMMLV	VARIACIÓN % ANUAL	DECRETO DEL GOBIERNO NACIONAL
2026	$1.750.905	23%	1469 del 29 de diciembre de 2025
2025	$ 1.423.500	9,54%	1572 del 24 de diciembre de 2024
2024	$ 1.300.000	12,07%	2292 del 29 de diciembre de 2023
2023	$ 1.160.000	16,00%	2613 del 28 de diciembre de 2022
2022	$ 1.000.000	10,07%	1724 del 29 de diciembre de 2021
2021	$ 908.526	3,5%	1785 del 29 de diciembre de 2020
2020	$ 877.803	6,00%	2360 del 26 de diciembre de 2019
2019	$ 828.116	6,00%	2451 de 27 diciembre de 2018
2018	$ 781.242	5,90%	2269 de diciembre 30 de 2017
2017	$ 737.717	7,00%	2209 de diciembre 30 de 2016
2016	$ 689.455	7,00%	252 de diciembre 30 de 2015
2015	$ 644.350	4,60%	2731 de diciembre 30 de 2014

Fuente: https://www.funcionpublica.gov.co

Para calcular el valor del salario mínimo, se tienen en cuenta algunas variables económicas, donde definitivamente la principal variable es la inflación del año inmediatamente anterior.

Generalmente el salario mínimo, se toma por parte de los empresarios y el gobierno como la base para el incremento de los salarios de los demás trabajadores que no devenguen este valor. Finalmente cabe anotar, que para el presente proceso es fundamental analizar el valor del salario mínimo legal vigente, no solo por la incidencia que tiene en la economía, sino también por los efectos que éste provoca y que los posibles oferentes deben tener en cuenta al momento de estructurar sus costos.

En consecuencia, de lo mencionado anteriormente, las debidas propuestas económicas se verán impactadas y por ende el presupuesto del presente proceso. Además del salario final, también se podrían nombrar otras variables de importancia como lo son; prestaciones, tasas y contribuciones, las cuales debe tener en cuenta el futuro proponente al momento de estructurar costos directos e indirectos.

ENCUESTA ANUAL DE COMERCIO

La forma de medir la evolución de la actividad comercial del país se da a través de la **ENCUESTA ANUAL DE COMERCIO (EAC),** que proporciona estadísticas sobre la reventa de mercancías (ventas sin transformación), a través de las variables: ventas, personal ocupado, sueldos y salarios, costo de la mercancía vendida, producción ruta, valor agregado, consumo intermedio, entre otras.

La EAC presenta información con medición exhaustiva de las empresas con diez o más personas ocupadas o con ingresos mayores o iguales a $2.300 millones de 2023 que fueron identificadas en el directorio estadístico de empresas generado por el DANE, para ello se recolectaron un total de 10.123 empresas efectivas para 19 dominios de estudio.

En 2023, del total de la producción bruta ($110,7 billones), la mayor participación la tuvo el comercio al por mayor con 58,7%, correspondientes a $65,0 billones, seguido por el comercio al por menor con una participación de 31,7% y un monto de $35,1 billones, y las empresas dedicadas a la venta de vehículos automotores, motocicletas, sus partes, piezas y accesorios con una participación del 9,6% de la producción bruta y un valor de $10,6 billones.

El comercio al por mayor presentó la mayor participación del consumo intermedio (55,0%), seguido por el comercio al por menor (37,7%) y el comercio de vehículos automotores y motocicletas, sus partes, piezas y accesorios (7,3%).

El comercio al por mayor generó el 60,9% del valor agregado sectorial, el comercio al por menor el 28,3% y el comercio de vehículos automotores, motocicletas, sus partes, piezas y accesorios el 10,8%.

El coeficiente técnico insumo-producto más alto en las empresas objeto de estudio lo registraron aquellas que realizan comercio al por menor (42,9%), y el más bajo las empresas dedicadas al comercio de vehículos automotores y motocicletas, sus partes, piezas y accesorios (27,6%). El comercio al por mayor registró un coeficiente técnico insumo-producto de 33,7%.

Comercio al por mayor

En 2023, los ingresos por ventas, de las empresas objeto de estudio dedicadas al comercio mayorista ascendieron a $319,3 billones, lo que representó 58,5% de las ventas totales del sector. La participación más alta en estas ventas (32,3%) correspondió a las empresas dedicadas a la comercialización especializada de otros productos con $103,0 billones, mientras que las empresas que tuvieron la menor participación (15,7%) fueron las dedicadas a la venta de maquinaria y equipo con $50,1 billones.

Tabla 3. Distribución de las variables principales, subsector comercio al por mayor, según CIIU Rev. 4 A.C.
Total nacional*
2023pr

Grupos, clases comerciales CIIU Rev. 4 A.C.	Descripción	Ventas	Costo de mercancía[a]	Producción Bruta	Consumo intermedio	Valor agregado	Remuneración	Personal total	Relación costo/venta[b] (%)	Coeficiente técnico[c] (%)
		Participación (%)								
462 - 463	Materias primas agropecuarias; animales vivos, alimentos, bebidas y tabaco	25,4	26,0	23,8	27,1	22,2	17,2	23,7	80,9	38,4
464 - 4690	Artículos y enseres domésticos	26,6	24,7	34,2	35,7	33,5	35,0	33,5	73,8	35,1
465	Maquinaria y equipo	15,7	14,4	19,5	14,9	21,8	24,5	17,2	74,7	25,8
466	Comercio al por mayor especializado de otros productos	32,3	34,9	22,4	22,2	22,5	23,3	25,6	85,9	33,5

Fuente: DANE – EAC
Pr: cifras preliminares

Notas:
* Corresponde a las empresas con ventas mayores o iguales a $2.300 millones de 2023 o con 10 o más personas ocupadas.
[a] No incluye el costo de insumos utilizados en los servicios de instalación y mantenimiento.
[b] La relación costo ventas indica el peso que tiene el costo de la mercancía vendida y los insumos utilizados en los servicios de instalación y mantenimiento, respecto a los ingresos por ventas y por servicios de instalación y mantenimiento.
[c] El coeficiente técnico indica la relación existente entre el consumo intermedio y la producción bruta.
Nota: la diferencia en la sumatoria de los totales puede diferir por redondeo de decimales.

Personal ocupado directo y remuneración del comercio al por mayor

En 2023, el comercio al por mayor ocupó en forma directa un promedio de 307.902 personas, siendo las empresas que comercializan artículos y enseres de uso doméstico las que tuvieron la mayor participación en la contratación directa dentro de este subsector (33,5%), al ocupar 102.997 personas. Las dedicadas al comercio de maquinaria y equipo son las que menos participan en la contratación de personal directo con 54.628 personas y una participación de 17,7% dentro del subsector (ver Tabla 4).

La remuneración causada por el personal contratado directamente por las empresas dedicadas al comercio al por mayor en 2023, ascendió a $17,5 billones; de los cuales la mayor participación (35,0%) la registraron las empresas que comercializan principalmente artículos y enseres de uso doméstico, mientras que la menor participación (17,2%) fue registrada por las empresas que comercializan materias primas agropecuarias; animales vivos, alimentos, bebidas y tabaco.

Los sueldos y salarios causados en el comercio al por mayor fueron de $12,3 billones, y las prestaciones alcanzaron un monto de $5,1 billones.

Tabla 4. Distribución del personal ocupado y la remuneración, subsector comercio al por mayor, en CIIU Rev. 4 A.C.
Total nacional*
2023[pr]

Grupos, clases comerciales CIIU Rev. 4 A.C.	Descripción	Personal Participación (%)					Remuneración Participación (%)
		Total[a]	Hombres	Mujeres	Directo[b]	Remunerado[c]	
462 - 463	Materias primas agropecuarias; animales vivos, alimentos, bebidas y tabaco	23,7	24,8	22,3	23,1	23,1	17,2
464 - 4690	Artículos y enseres domésticos	33,5	27,7	40,7	33,5	33,4	35,0
465	Maquinaria y equipo	17,2	18,3	15,8	17,7	17,8	24,5
466	Comercio al por mayor especializado de otros productos	25,6	29,2	21,3	25,7	25,8	23,3

Fuente: DANE – EAC
Pr: cifras preliminares
Notas:
* Corresponde a las empresas con ventas mayores o iguales a $2.300 millones de 2023 o con 10 o más personas ocupadas.
[a] Personal total: Incluye socios sin remuneración, personal permanente, temporal directo, aprendices y personal contratado a través de empresas especializadas en el suministro de personal.
[b] Personal directo: Incluye socios sin remuneración, personal permanente, temporal directo y aprendices.
Nota: la diferencia en la sumatoria de los totales puede diferir por redondeo de decimales.

Comercio al por menor

En 2023, las ventas del comercio al por menor realizadas en las empresas estudiadas, ascendieron a $169,1 billones, equivalentes a 31,0% de las ventas totales del comercio. De este valor, las empresas que presentaron una participación más alta dentro del subsector fueron las empresas dedicadas al comercio al por menor de alimentos en establecimientos especializados (37,2%), con ventas de $63,0 billones; mientras que las que tuvieron menor participación (0,6%) fueron las empresas especializadas en la comercialización de libros, periódicos y artículos de papelería con $0,9 billones de ventas (ver Tabla 5).

La relación costo/venta en el comercio minorista fue 79,3%; dentro del subsector la relación costo/venta más alta se presentó en las empresas especializadas en la venta de combustibles, lubricantes y aditivos (88,7%), y la más baja se registró en las empresas especializadas en la venta de calzado y artículos de cuero (55,7%).

El coeficiente técnico insumo-producto de las empresas estudiadas en el comercio al por menor para 2023 fue 42,9%; el coeficiente más alto en este subsector lo registraron las empresas dedicadas al comercio de alimentos en establecimientos especializados (48,4%), y el más bajo las empresas especializadas en la comercialización de libros, periódicos y artículos de papelería (28,4%).

Tabla 5. Variables principales, subsector comercio al por menor, en CIIU Rev. 4 A.C.
Total nacional*
2023pr

Grupos, clases comerciales CIIU Rev. 4 A.C.	Descripción	Ventas	Costo de mercancía[a]	Producción Bruta	Consumo intermedio	Valor agregado	Remuneración	Personal total	Relación costo/venta[b] (%)	Coeficiente técnico[c] (%)
		Participación (%)								
4711	No especializados, alimentos	12,9	13,1	11,9	11,8	11,9	14,7	14,8	80,9	42,9
4719	No especializados, diferentes de alimentos	9,6	9,2	11,1	11,6	10,7	10,2	7,5	76,1	44,8
472	Especializado en alimentos	37,2	39,7	27,8	31,3	25,2	28,2	31,5	84,5	48,4
473	Combustible, lubricantes y aditivos	14,7	16,5	8,0	6,8	8,9	7,8	8,4	88,7	36,3
4741	Computadores y sus accesorios, y equipos de telecomunicaciones	1,4	1,4	1,3	0,9	1,6	1,0	0,8	80,6	30,3
4742-4754-4755	Electrodomésticos, muebles y equipos	2,4	2,1	3,5	3,2	3,7	4,2	4,3	69,6	39,9
4752-4753	Ferretería, pinturas, vidrio, tapices y alfombras	5,1	4,7	7,0	5,8	7,9	5,8	4,9	71,9	35,5
4761	Libros, periódicos y artículos de papelería	0,6	0,5	0,7	0,4	0,8	0,8	0,9	75,0	28,4
4771-4751	Prendas de vestir y sus accesorios; Textiles	5,4	4,3	9,8	10,2	9,4	8,8	9,4	62,6	44,8
4772	Calzado y artículos de cuero	2,4	1,7	5,2	5,4	5,1	4,1	3,7	55,7	44,6
4773	Farmacéuticos, cosméticos y artículos de tocador	5,2	4,5	8,0	7,4	8,4	9,5	9,9	68,4	39,9
4759-4762-4769-4774	Otros productos nuevos en establecimientos especializados n.c.p.	3,0	2,2	5,9	5,1	6,5	4,9	4,0	59,2	37,3

Fuente: DANE – EAC
Pr: cifras preliminares
Notas:
* Corresponde a las empresas con ventas mayores o iguales a $2.300 millones de 2023 o con 10 o más personas ocupadas.
[a] No incluye el costo de insumos utilizados en los servicios de instalación y mantenimiento.
[b] La relación costo ventas indica el peso que tiene el costo de la mercancía vendida y los insumos utilizados en los servicios de instalación y mantenimiento, respecto a los ingresos por ventas y por servicios de instalación y mantenimiento.
[c] El coeficiente técnico indica la relación existente entre el consumo intermedio y la producción bruta.
Nota: la diferencia en la sumatoria de los totales puede diferir por redondeo de decimales.

Personal ocupado directo y remuneración del comercio al por menor

En 2023, el comercio minorista de las empresas objeto de estudio ocupó en forma directa un promedio de 305.430 personas; de este total las empresas de comercio al por menor que registran las mayores participaciones son: las empresas de comercio al por menor de alimentos en establecimientos especializados (28,9%) ocupando 88.323 personas y las que comercializan en establecimientos no especializados, con surtido compuesto principalmente de alimentos (15,9%) con 48.663 personas ocupadas.

La remuneración causada por el personal contratado y remunerado directamente por el comercio minorista a partir de las empresas objeto de estudio en 2023 fue $10,6 billones, de los cuales la mayor participación dentro del subsector (28,2%) la registraron las empresas de comercio al por menor de alimentos en establecimientos especializados, y la menor participación (0,8%) fue registrada por las empresas especializadas en la comercialización de libros, periódicos y artículos de papelería.

Los sueldos y salarios causados fueron de $7,5 billones, y las prestaciones alcanzaron un monto de $3,1 billones.

Tabla 6. Distribución del personal ocupado y la remuneración, subsector de comercio al por menor
Total nacional*
2023[pr]

Grupos, clases comerciales CIIU Rev. 4 A.C.	Descripción	Personal Participación (%)					Remuneración Participación (%)
		Total[a]	Hombres	Mujeres	Directo[b]	Remunerado[c]	
4711	No especializados, alimentos	14,8	15,7	13,8	15,9	15,8	14,7
4719	No especializados, diferentes de alimentos	7,5	7,0	7,8	7,9	7,9	10,2
472	Especializado en alimentos	31,5	32,2	30,8	28,9	29,0	28,2
473	Combustible, lubricantes y aditivos	8,4	10,3	6,5	8,6	8,5	7,8
4741	Computadores y sus accesorios, y equipos de telecomunicaciones	0,8	0,8	0,7	0,8	0,8	1,0
4742 - 4754 - 4755	Electrodomésticos, muebles y equipos	4,3	4,2	4,5	4,5	4,5	4,2
4752-4753	Ferretería, pinturas, vidrio, tapices y alfombras	4,9	6,0	3,8	5,1	5,1	5,8
4761	Libros, periódicos y artículos de papelería	0,9	0,8	0,9	0,9	0,9	0,8
4771-4751	Prendas de vestir y sus accesorios; Textiles	9,4	6,3	12,4	9,0	9,0	8,8
4772	Calzado y artículos de cuero	3,7	2,8	4,6	3,6	3,6	4,1
4773	Farmacéuticos, cosméticos y artículos de tocador	9,9	9,6	10,2	10,6	10,6	9,5
4759 - 4762 - 4769 - 4774	Otros productos nuevos en establecimientos especializados n.c.p.	4,0	4,2	3,9	4,2	4,2	4,9

Fuente: DANE – EAC
Pr: cifras preliminares
Notas:
* Corresponde a las empresas con ventas mayores o iguales a $2.300 millones de 2023 o con 10 o más personas ocupadas.
[a] Personal total: Incluye socios sin remuneración, personal permanente, temporal directo, aprendices y personal contratado a través de empresas especializadas en el suministro de personal.
[b] Personal directo: Incluye socios sin remuneración, personal permanente, temporal directo y aprendices.
Nota: la diferencia en la sumatoria de los totales puede diferir por redondeo de decimales.

Evolución del sector comercio por departamentos 2023
(Versión última actualización DANE)

En 2023 nueve (9) de los diez (10) dominios departamentales estudiados presentaron variaciones positivas en las ventas respecto a 2022, el departamento que presentó la mayor variación fue Tolima con 5,4%, seguido de Antioquia con 3,5%. La variación negativa la presentó Bogotá, D.C. con -0,7%. El departamento que presentó la mayor variación positiva del personal ocupado en 2023 frente a 2022 fue Tolima con 5,7%; mientras que, la menor variación del personal ocupado se presentó en Risaralda con 1,0%.

Tabla 15. Evolución de las ventas y el personal ocupado por departamento*
2023/2022[pr]

	Ventas		Personal ocupado	
	Variación (%)	Contribución (PP)	Variación (%)	Contribución (PP)
Total nacional	**1,0**	**1,0**	**2,5**	**2,5**
Antioquia	3,5	0,5	1,5	0,3
Santander	2,6	0,1	5,5	0,2
Tolima	5,4	0,1	5,7	0,1
Risaralda	3,4	0,1	1,0	0,0
Bolívar	2,0	0,1	3,6	0,1
Atlántico	0,9	0,0	4,5	0,3
Valle del Cauca	0,4	0,0	2,2	0,2
Cundinamarca	0,2	0,0	4,9	0,4
Bogotá, D.C.	-0,7	-0,2	1,6	0,5
Otros departamentos	2,4	0,4	2,3	0,4

Fuente: DANE – EAC
Pr: cifras preliminares
* Corresponde a las empresas con ventas mayores o iguales a $2.300 millones de 2023 o con 10 o más personas ocupadas. La diferencia entre la variación del personal total nacional y por departamentos se explica porque en departamentos no se incluyen aquellas personas que se dedican a actividades de apoyo a la actividad comercial de toda la empresa y, por tanto, no se asignan a un departamento en particular.
** La sumatoria de las contribuciones puede diferir con los anexos por redondeo de decimales.

Entorno económico del mercado de aseo y cafetería

El mercado de servicios de aseo y cafetería en Colombia atraviesa un periodo de consolidación y profesionalización, impulsado por una economía que cerró 2025 con un crecimiento del 2,6% y proyecta una expansión del 2,8% para 2026. Este sector se ha vuelto

estratégico tanto para entidades públicas como privadas bajo modelos de tercerización e integralidad, permitiendo a las organizaciones enfocarse en su misión principal.

Dinámica del Mercado y Consumo

Crecimiento Sectorial: El mercado de limpieza ha crecido a un ritmo anual del 5%, con expectativas de aceleración hacia 2026 debido a una mayor inversión empresarial en higiene y protocolos de salud.
Consumo en Hogares: El gasto per cápita en productos de aseo doméstico aumentó un 14,88% recientemente, superando los $100.000 COP anuales.
Auge de la Cafetería: En 2025, la producción nacional de café creció casi un 40%, lo que favorece el suministro local, aunque los altos precios internacionales presionan la inflación doméstica de este insumo.

Retos Económicos para 2026: Las empresas del sector enfrentan desafíos operativos y financieros críticos:

Presión en Costos: Se estima que la reforma en un ámbito laboral podría incrementar los costos operativos en un 10%.
Inflación de Insumos: El aumento constante en el precio de productos químicos y granos de café exige una planificación presupuestaria rigurosa.
Talento Humano: La alta rotación de personal y la necesidad de formalización (salarios y seguridad social) son los principales retos de gestión para mantener la calidad

Colombia es el quinto mercado de artículos de aseo en Latinoamérica, enmarcado con las siguientes características:

En 2023 las ventas de productos cosméticos y de aseo a nivel nacional superaron las logradas antes de la pandemia, al alcanzar los US$5.369 millones.

De acuerdo con la Cámara de la Industria Cosmética y de Aseo de la ANDI, en 2023 las ventas de estos dos segmentos de la economía en Colombia sumaron más de US$5.369 millones, lo que representó un crecimiento del 11,14% frente al 2022, y cuyo resultado se ubicó por encima de lo logrado antes de la pandemia, dado que en 2019 se habían facturado alrededor de US$5.207 millones.

Así mismo, se encontró que las categorías con más ventas durante el año pasado a nivel nacional fueron: los productos de belleza y cuidado personal de consumo masivo, con US$2.015 millones; seguidos por los productos absorbentes y de higiene femenina, como pañales y toallas higiénicas, con US$1.418 millones; los productos de lavandería, con US$722 millones; los productos de cuidado facial, con US$472 millones y la perfumería, con US$454 millones.

En 2023 el mercado de productos de aseo y cuidado del hogar en Colombia tuvo un crecimiento del 11,9% frente al 2022, con ventas acumuladas por US$1.195 millones. En este caso, los productos más vendidos fueron: productos de lavandería, con US$722,8 millones; blanqueadores, con US$116,2 millones; protectores de superficies, con US$114,2 millones; lavaplatos, con US$113,9 millones e insecticidas, con US$77,7 millones.

Por otro lado, el consumo per cápita de los productos de aseo y cuidado del hogar en Colombia fue de $100.691 pesos, lo que representó un crecimiento del 14,88% frente al 2022 y las categorías que más crecieron en ventas en 2023 frente a 2022 fueron: lustradores, con 23,3%; productos de lavandería, con 14,5%; productos de limpieza de baños, con 12,3%; lavaplatos, con 9,8% y blanqueadores, con 7,8%.

Los principales canales de venta fueron las tiendas de barrio, con 25%; los hipermercados, con 24,9%; las tiendas de descuentos, con 24,7%; y los supermercados, con 21%. Cabe

señalar que el canal online solo representó el 1,6% de las ventas frente a una participación del 98,4% de las tiendas presenciales.

El mercado de aseo y cafetería en Colombia presenta un panorama dinámico con oportunidades y desafíos económicos. El sector de productos de aseo y cuidado del hogar ha mostrado crecimiento, superando incluso niveles pre-pandemia, con ventas que alcanzaron US$5.369 millones en 2023. Simultáneamente, el sector cafetero, con Colombia como uno de los mayores exportadores, es fundamental para la economía nacional, generando empleo y divisas.

Mercado de Aseo:

Crecimiento: El mercado de productos de aseo y cuidado del hogar en Colombia tuvo un crecimiento del 11.9% en 2023, con ventas de US$1.195 millones, superando las cifras pre-pandemia.

Segmentación: Este mercado incluye una variedad de productos, desde jabones y detergentes hasta maquinaria y elementos de limpieza.

Importancia de la calidad: La calidad del servicio de aseo y la situación del proveedor son factores determinantes en la competitividad y precios.

Mercado de Cafetería:

Sector clave: El sector cafetero es uno de los pilares de la economía colombiana, con Colombia como uno de los principales exportadores mundiales de café.

Generación de empleo: La producción y comercialización de café generan empleo para miles de familias en diferentes municipios del país.

Impacto económico: La economía cafetera se analiza a través de indicadores como el empleo, las exportaciones, el valor de la producción y el costo de oportunidad de la caficultura.

Desafíos y oportunidades:

Competencia: El mercado de servicios de aseo y cafetería es competitivo, con precios que varían según la oferta y la demanda y la calidad del servicio.

Ahorro en costos: Las empresas de servicios de aseo y cafetería pueden generar ahorros en costos administrativos y de personal.

Innovación: La innovación en productos y servicios de aseo, así como en la producción y comercialización del café, son factores clave para el crecimiento del sector.

Regulación: El sector de servicios de aseo y cafetería no tiene una regulación de precios, lo que implica que los precios varían según la oferta y la demanda y la calidad del servicio.

Problemas económicos: Aunque el sector de servicios ha mostrado crecimiento, problemas económicos como bajos salarios y desempleo, así como precios altos en bienes, siguen siendo desafíos importantes para la economía colombiana.

Existe mano de obra calificada para la producción y distribución de los productos de aseo. Existe biodiversidad en los productos lo cual nos permite competir con variedad en ofertas nacionales que se ajustan a las necesidades de los compradores. La tendencia es utilizar materia prima natural que beneficien la salud y el medio ambiente. El consumo masivo y los tratados de libre comercio favorecen la oferta colombiana y la expansión a nuevos mercados

internacionales. Para Alemania, según un análisis de PROCOLOMBIA, la demanda se concentra en productos de origen natural y con esencias exóticas.

En Corea del Sur la tendencia radica en los productos elaborados en hierbas aromáticas y sus principales compradores son los jóvenes. “Además de las tendencias de consumo identificadas que favorecen a la oferta colombiana, los tratados de libre comercio vigentes también están impulsando la expansión de la industria. A Estados Unidos, por ejemplo, exportaron 18 empresas del sector por primera vez y cuatro nuevos productos; y a la Unión Europa, después de un año del Acuerdo, llegaron cinco empresas por primera vez”.

En la década de los sesenta que el comportamiento del consumidor busca su propia identidad como una disciplina independiente del marketing. En sus inicios, la investigación del comportamiento del consumidor se focalizaba más en un enfoque económico considerando que el comportamiento que ejercía el consumidor era puramente económico. Con el paso de los años, y a causa de diferentes factores económicos, sociales, 2 políticos, culturales, ha incrementado la competencia en el mercado y con ello la diferenciación de los productos y, en consecuencia, el comportamiento del consumidor ha ido modelándose, apareciendo nuevas disciplinas de estudio que ayudan a analizar el comportamiento del consumidor, entre ellas la psicología y la sociología.

Es fundamental conocer el comportamiento que ejerce el consumidor ante la adquisición de un bien o servicio, el proceso de decisión de compra que realiza y las variables, internas o externas, que modulan su comportamiento. Estamos ante una sociedad de la información y el conocimiento y eso influye en el comportamiento del consumidor. Para ello debemos poner énfasis en el estudio de su comportamiento para conocer las variables que interaccionan con nuestro entorno, así como las variables intrínsecas de nuestro ser. El interés ya no recae en el mero acto de compra, si no que va más allá.

Con la irrupción de las nuevas tecnologías y el auge de la sociedad de la información quedan atrás las teorías clásicas de comercialización. Es a finales de la década de 1960 cuando la disciplina del comportamiento del consumidor se cuestiona que la adquisición de productos venga determinada por las acciones comerciales que desarrollan las empresas y se plantea que el consumidor está motivado por realizar la compra de productos de acuerdo con la utilidad que le reportan sus atributos (Christian, 1966; Lancaster, 1966). El concepto de producto va más allá de ser un bien tangible, y para ello también se recogen los servicios, las ideas, las personas y las organizaciones.

Con el paso de los años, y el estudio de la disciplina del marketing, se considera más apropiado utilizar el término marketing de las organizaciones o marketing de empresa a empresa para envolver los intercambios entre organizaciones, instituciones o redes sociales, dejando obsoleto el marketing industrial.

El estudio del comportamiento del consumidor y las distintas prácticas de marketing ha favorecido la aplicación de más estrategias de discriminación de precios, la utilización de más y más variados canales de distribución, el poder ofrecer un mayor número de productos a medida, y hacer uso de la fuerza de ventas para dar a conocer los productos y comunicar sus atributos. Con todo ello se establece una relación más estrecha y directa entre el comprador y el vendedor.

De acuerdo con la Clasificación Industrial Uniforme de todas las actividades económicas del DANE se relacionan a continuación las selecciones en las que se agrupan diferentes actividades que enmarcar el servicio de Aseo y Cafetería así:

Tabla 1. Actividades según Clasificación Industrial Internacional Uniforme - CIIU

Código	Descripción	Sección
561	Actividades de restaurantes, cafeterías y servicio móvil de comidas	I
1701	La fabricación de rollos continuos para la fabricación de papel higiénico, papel facial, servilletas, pañuelos y papeles similares para aseo personal.	C
2393	La fabricación de vajillas y otros artículos utilizados con fines domésticos o de aseo.	C
4649	Comercio al por mayor de otros utensilios domésticos n.c.p	G
5613	Expendio de comidas preparadas en cafeterías	I
7830	Otras actividades de provisión de talento humano	N
8110	Actividades combinadas de apoyo a instalaciones	N
8121	Limpieza general interior de edificios	N
8129	Otras actividades de limpieza de edificios e instalaciones industriales	N
8130	Actividades de paisajismo y servicios de mantenimiento conexos	N

Fuente: Colombia Compra Eficiente

Gremios y Asociaciones que participan en el sector de COMERCIO

En el sector comercio, contamos con diferentes actores activos en cuanto al direccionamiento, análisis y visión del sector, entre ellos encontramos:

AFILIADOS INSTITUCIONALES: ICONTEC, CONSEJO COLOMBIANO DE SEGURIDAD, ASESEL, CAMBIAMOS S.A., ANIPAN — CALI, FUNDACION COOMEVA, FEIMPRESORES, UNIVERSIDAD OOPERATIVA DE COLOMBIA, CAMARA DE INDUSTRIA Y COMERCIO COLOMBO ALEMANA, CAMARA DE COMERCIO COLOMBO AMERICANA, PUBLICAR S.A., FECEAZAR, COOPERATIVA INDUSTRIAL DE BOYACA, CAMARA GIROS POSTALES, entre otros.

FENALCO (FEDERACIÓN NACIONAL DE COMERCIANTES): Es una entidad gremial, de carácter permanente, sin ánimo de lucro, encargada de fomentar el desarrollo del comercio y de orientar, representar y proteger sus intereses, dentro de un criterio de bienestar y progreso del país, el bienestar del consumidor y el mejoramiento de las condiciones de vida de los colombianos. La Federación Nacional de Comerciantes, FENALCO, es una entidad gremial de carácter civil y privado que actúa de acuerdo con las leyes colombianas, siendo su finalidad la de promover el desarrollo del comercio privado de bienes y servicios, y velar porque la actividad comercial continúe desempeñando en el futuro la función social, política y económica que corresponde, aglutina a los comerciantes particulares que realizan actividades mercantiles ajustadas a las Leyes y a los principios de la moral y ética comercial.

ANDI (ASOCIACÓN NACIONAL DE EMPRESARIOS DE COLOMBIA): La ANDI ha creado grupos con empresas de un mismo sector económico, para que adelanten acciones de beneficio común. Esto significa trabajar a bajos costos y con todo el respaldo y la seriedad institucional ANDI. Este es otro servicio que hace crecer individualmente a los afiliados, al tiempo que fortalece un país tan prometedor como el nuestro.

Compras públicas sostenibles

Colombia Compra Eficiente expide la guía de compras públicas sostenibles con el ambiente para promover la implementación de procesos de abastecimiento con criterios de sostenibilidad en el sistema de compra pública colombiano. En razón a lo anterior, las Entidades Estatales deben considerar los impactos ambientales, sociales, económicos y financieros en sus adquisiciones, e identificar los beneficios que se obtienen al implementar un programa de Compra Pública Sostenible – CPS-, tales como:

• Beneficios ambientales: (i) uso eficiente de los recursos naturales; (ii) mejor gestión de los residuos; (iii) mejor calidad del aire y del agua; y (iv) disminución del uso de químicos peligrosos.
• Beneficios sociales: (i) mejora en la calidad de vida; (ii) fortalecimiento de la movilidad social; (iii) mejoras en la inclusión de población vulnerable; y (iv) disminución de la pobreza.
• Beneficios financieros: (i) ahorros en servicios públicos; (ii) reducción en costos de mantenimiento, y (iii) disminución de adquisiciones futuras.

• Beneficios económicos: (i) reducción de costos en el mediano y largo plazo; (ii) creación de demanda por bienes y servicios sostenibles; (iii) mejora en la calidad; (iv) inclusión de Mipymes; (v) promoción de la innovación científica y empresarial, (vi) aumento de la inversión, y (vii) aumento de la competitividad.

Como parte de la labor de planeación, se realiza el análisis de los criterios de sostenibilidad aplicables, dicho lo anterior, la Guía conceptual y metodológica de compras públicas y las fichas técnicas publicadas por el Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible, define los bienes y servicios sostenibles como:

"Un bien o servicio sostenible como aquel que utiliza de manera racional y eficiente los recursos naturales, humanos y económicos a lo largo de su ciclo de vida, generando así beneficios para el medio ambiente, la sociedad y la economía. Estos, por su naturaleza, presentación, costo e impacto ambiental generan beneficios para la sociedad, la economía y el entorno mientras responde a las necesidades del usuario, quien obtiene el máximo provecho de éste, lo cual es consecuente con patrones de producción comprometidos con la disponibilidad de recursos para las generaciones futuras."

La Agencia Nacional de Contratación Pública -Colombia Compra Eficiente- siendo el ente rector en contratación pública no es ajeno a los criterios de sostenibilidad basados en un modelo de Desarrollo Sostenible que Colombia como país debe adoptar, particularmente a través del sistema de compras públicas y los diferentes instrumentos de agregación de demanda.

Una vez revisado el proceso se concluye que dentro de los requerimientos se establecen criterios ecológicos para determinados ítems, de igual manera, los insumos requeridos dentro de este proceso tienen una normativa específica la cual ya lleva dentro de esto esos criterios de sostenibilidad.

ANÁLISIS DE PRECIOS

El estudio de precios de mercado, que se lleva a cabo una vez elaborado el estudio técnico, permite establecer el presupuesto oficial de la contratación.

Comprende la realización del análisis de los diferentes precios de los bienes o servicios a contratar que se registran en el mercado, que pueden ser resultados a través de mecanismos como:

a) Solicitud de cotizaciones
b) Consulta de bases de datos especializados
c) Análisis de consumos y precios históricos

Cotizaciones

Para establecer el valor del presente proceso el INDERBU realizó un estudio de mercado por medio de solicitud de tres (03) cotizaciones (las cuales se adjuntan al presente proceso) y las cuales se identifican así:

CUADRO COTIZACIONES

ANÁLISIS DE PRECIOS INSUMOS DE ASEO Y CAFETERIA								
ITEM	DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	VALOR COTIZACIÓN COINOBRAS Y SERVICIOS SAS	VALOR COTIZACIÓN AMERICANA DE SERVICIO	VALOR COTIZACIÓN INDUSTRIAS LUVFRANK S.A.S.	PROMEDIO VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
1	**ATOMIZADOR FUMIGADOR ASPERSOR 500ML REGULABLE** Material polietileno de alta densidad Sello antifugas Diseño ergonómico para un mejor agarre Boquilla regulable. Capacidad 500ml	500ML	20	$ 6.158,00	$ 6.247,00	$ 6.243,67	$ 6.216,22	$ 124.324,44
2	**ACIDO MURIATICO 850 ML** Es ácido clorhídrico diluido al 5%, su fórmula química es HCl, es un compuesto binario formado por un átomo de hidrógeno y uno de cloro y la disolución se prepara con ácido clorhídrico al 5% de concentración y agua 95%	850 ML	100	$ 34.788,67	$ 34.907,67	$ 23.693,00	$ 31.129,78	$ 3.112.977,78
3	**AEROSOL INSECTICIDA - ANTIACAROS SPRAY** Aerosol spray 400ml	400 ML	40	$ 19.585,33	$ 19.734,33	$ 19.730,33	$ 19.683,33	$ 787.333,33
4	**ALCOHOL AL 70 GARRAFA** Solución acuosa de alcohol etílico desnaturalizado con una concentración mínima de 70%. Desnaturalizado.	GARRAFA	5	$ 43.061,33	$ 43.081,33	$ 43.077,33	$ 43.073,33	$ 215.366,67
5	**AMBIENTADOR MULTIUSOS** Con agente(s) tensoactivo(s) principal(es) con efecto limpiador y desengrasante en una concentración mínima del 8%, Disponible en múltiples fragancias.	GARRAFA	100	$ 18.178,00	$ 18.213,00	$ 18.209,00	$ 18.200,00	$ 1.820.000,00
6	**AROMATICA INSTANTANEA DE PANELA SABORES SURTIDOS** Caja de mínimo 25 sobres, Bebida instantánea granulada, Cajas disponibles en múltiples sabores.	CAJA * 25 SOBRES	100	$ 11.369,33	$ 11.392,33	$ 11.388,33	$ 11.383,33	$ 1.138.333,33
7	**AZUCAR EXTRAFINA BLANCA 500GR** Empaque elaborado en materiales atóxicos- Debe cumplir con Resolución 288 de 2008sobre rotulado y etiquetado nutricional y las normas que la modifiquen- Debe cumplir con la NTC 778 o 611	500 GR	50	$ 4.306,00	$ 4.449,00	$ 4.445,00	$ 4.400,00	$ 220.000,00

8	**AZUCAR EXTRAFINA BLANCA EN TUBIPAKS *200** Empaque elaborado en materiales atóxicos Debe cumplir con Resolución 288 de 2008, sobre rotulado y etiquetado nutricional y las normas que la modifiquen Debe cumplir con la NTC 778 o 611	PAQ *200 UNI	50	$ 10.584,67	$ 10.709,67	$ 10.705,67	$ 10.666,67	$ 533.333,33
9	**BALDE PLASTICO** Elaborado en plástico Capacidad de mínima de 12 litros Con manija móvil Con "pico" antiderrames Color Naranja	UND	30	$ 11.623,33	$ 11.790,33	$ 11.786,33	$ 11.733,33	$ 352.000,00
10	**BLANQUEADOR (LIMPIDO)** Caja por 24, unidad de 450 ml a 500 ml Composicion con Cloro	CAJA	320	$ 58.222,00	$ 58.266,00	$ 58.262,00	$ 58.250,00	$ 18.640.000,00
11	**LIMPIADOR MULTIUSOS BIODEGRADABLE. DESENGRASANTE DESINFECTANTE Y ANTIBACTERIAL** Libre de fosfatos y componentes que contaminan las fuentes de agua Concentración mínima del 15%. TAMAÑO LITRO	LITRO	200	$ 19.683,33	$ 19.835,33	$ 19.831,33	$ 19.783,33	$ 3.956.666,67
12	**BOLSA PLASTICA DE COLOR BLANCO** Elaborada en polietileno de baja densidad Paquete de mínimo 10 Calibre de mínimo 2 Elaborada en polietileno de baja densidad Tamaño de 90 cm de ancho por 120 cm de largo	PAQ * 10 UNI	400	$ 11.571,33	$ 11.606,33	$ 11.602,33	$ 11.593,33	$ 4.637.333,33
13	**BOLSA PLASTICA DE COLOR NEGRO** -Elaborada en polietileno de baja densidad -Paquete de mínimo 10 - Calibre de mínimo 2 - Tamaño de 90 cm de ancho por 120 cm de largo	PAQ * 10 UNI	400	$ 12.448,67	$ 12.477,67	$ 12.473,67	$ 12.466,67	$ 4.986.666,67

14	**BOLSA PLASTICA DE COLOR VERDE** Elaborada en polietileno de baja densidad Paquete de mínimo 10 Calibre de mínimo 2 Tamaño de 90 cm de ancho por 120 cm de largo	PAQ * 10 UNI	400	$ 13.909,33	$ 13.992,33	$ 13.988,33	$ 13.963,33	$ 5.585.333,33
15	**BOLSA PLASTICA MINIPAPELERA** Elaborada en polietileno de baja densidad Paquete de mínimo 10 Calibre de mínimo 2 Tamaño de 50 cm de ancho por 50 cm de largo ò Tamaño de 50 cm de ancho por 60 cm de largo	PAQ * 10 UNI	400	$ 2.807,33	$ 2.923,33	$ 2.919,33	$ 2.883,33	$ 1.153.333,33
16	**CAFE TIPO ESPRESSO MOLIDO DE 500 GR** 100% café tostado y molido Tipo medio Empacada en bolsa de polipropileno aluminizada resistente a la humedad y al oxígeno Debe cumplir con Resolución 288 de 2008 sobre rotulado y etiquetado nutricional y las normas que la modifiquen. Debe cumplir con la NTC 3534	500 GR	300	$ 37.418,67	$ 37.567,67	$ 37.563,67	$ 37.516,67	$ 11.255.000,00
17	**CAFETERA ELÉCTRICA** Especificaciones de la base: Potencia 750W, material plastico, sistema antigoteo. Especificaciones de la jarra: capacidad 8 a 12 tazas, material acero inoxidable. Funciones: mantener caliente Accesorios: filtro permanente Conexion de alimentacion: 100-120 vac	UND	1	$ 580.640,67	$ 580.681,67	$ 580.677,67	$ 580.666,67	$ 580.666,67
18	**CEPILLO DE MANO** Tipo de cepillo: plancha Base y mango material plástico Material de las cerdas: microfibra	UND	100	$ 3.154,67	$ 3.234,67	$ 3.230,67	$ 3.206,67	$ 320.666,67

19	**CEPILLO PARA PISO CON MANGO** cerdas duras con palo Para pisos Cuerpo elaborado en plástico Cerdas duras en fibra plástica Tamaño mínimo de 24 pulgadas de largo por 6 cm de ancho por 7 cm de alto. Mango madera con una extensión mínima de 120cm	UND	100	$ 15.206,67	$ 15.373,67	$ 15.369,67	$ 15.316,67	$ 1.531.666,67
20	**CEPILLO PARA SANITARIO CON BASE (CHURRUSCO)** Cerdas duras elaboradas en fibras plásticas Extensión mínima de las cerdas es de 2,5 cm Base y mango elaborados en plástico Mango con longitud mínima de 33 cm	UND	40	$ 6.080,00	$ 6.262,00	$ 6.258,00	$ 6.200,00	$ 248.000,00
21	**CHUPAS DESTAPA HINODORO PLASTICO** Material: plástico Agarradera resistente	UND	20	$ 9.246,67	$ 9.293,67	$ 9.289,67	$ 9.276,67	$ 185.533,33
22	**CREOLINA PURA** Solución con una concentración mínima de fenoles de 4%. Líquido, en recipiente plástico tamaño de Litro	LITRO	200	$ 15.062,67	$ 15.145,67	$ 15.141,67	$ 15.116,67	$ 3.023.333,33
23	**CUCHARAS PEQUEÑAS** Tipo: Desechable Material: Biodegradable	PAQ * 100 UNI	30	$ 4.753,33	$ 4.950,33	$ 4.946,33	$ 4.883,33	$ 146.500,00
24	**DETERGENTE MULTIUSOS 5 KG** Tensoactivo(s) principal(es) con efecto limpiador de mínimo 11% Polvo, en bolsa plástica. peso de 5.000 gr	BOLSA * 500 GR	150	$ 34.181,33	$ 34.261,33	$ 34.257,33	$ 34.233,33	$ 5.135.000,00
25	**DISPENSADOR JABON MANO TIPO PARED** Material Plástico Capacidad mínima 500 mL	UND	40	$ 29.275,33	$ 29.364,33	$ 29.360,33	$ 29.333,33	$ 1.173.333,33

26	**DISPENSADOR TOALLA DOBLADA Z** Material ABS blanco/gris Dimensiones (mm): Profundo 340, ancho 149, alto 453 Peso Bruto: 1 Kg Peso Neto: 0,95 Kg Volumen: 0,0229 m3	UND	2	$ 46.334,00	$ 46.435,00	$ 46.431,00	$ 46.400,00	$ 92.800,00
27	**ESCOBA DE PAJA** Material de la ceda: paja Diametro cuerpo de cerdas: ancho 25cm, profundidad 10 cm Tipo de mango: Palo redondo de alto 150cm Usos: suelos asperos,pisos exteriores, jardineria	UND	240	$ 13.606,67	$ 13.713,67	$ 13.709,67	$ 13.676,67	$ 3.282.400,00
28	**ESCOBA LIMPIEZA TELARAÑA CON MANGO** MATERIAL PVC Con mango de palo Largo minimo 3 metros Cepillo de ancho 10cm largo 37,5 cm y fondo 31,5 cm, diferentes colores	UND	10	$ 28.938,00	$ 29.033,00	$ 29.029,00	$ 29.000,00	$ 290.000,00
29	**ESCOBA PARA BARRER CON CABO** Material: polipropileno Longitus tecnica: 32 cm Ancho de barrido: 41 cm Material del cabo o mango: madera Mínimo medida cabo o mango : 1,25 mts	UND	100	$ 10.089,33	$ 10.157,33	$ 10.153,33	$ 10.133,33	$ 1.013.333,33
30	**ESPONJA DE LAVAPLATOS COLOR SURTIDO ORO Y PLATA** Uso recomendado para teflón, trabajo delicado, Funda en fibra de poliéster con bucles de polipropileno de color Oro y Plata, Ancho: 11 cm, Profundo: 7,5 cm, Alto: 3 cm	PAQUETE * 24 UN	30	$ 101.699,33	$ 101.791,33	$ 101.787,33	$ 101.759,33	$ 3.052.780,00
31	**ESPONJA DE LAVAPLATOS VERDE CON AMARRILLO** Fabricada en espuma y fibra.	PAQUETE * 24 UN	50	$ 20.914,00	$ 21.045,00	$ 21.041,00	$ 21.000,00	$ 1.050.000,00

32	**ESCURRIDOR DE TRAPERO** Tipo: Industrial Tipo: Balde con exprimidor Ancho: 27.5 cm Largo: 63 cm Material: Plástico Alto: 67 cm Capacidad Mínima: 20 Lts	UND	10	$ 212.872,67	$ 213.015,67	$ 213.011,67	$ 212.966,67	$ 2.129.666,67
33	**GUANTES DESECHABLE** -Material: Latex 100% -Hipoalergénico -Antideslizante -Color Azul Látex natural texturizado para una mejor agarre, flexibilidad y extra resistencia USOS Manejo de fármacos y cosméticos. Manipulación de muestras biológicas y contacto con la sangre. Manipulación de productos químicos. Procedimientos odontológicos. Trabajos de mecánica.	CAJA *100 UNI	5	$ 24.985,33	$ 25.134,33	$ 25.130,33	$ 25.083,33	$ 125.416,67
34	**GUANTES P.V.C. NEGRO** Material: PVC Talla: 7	PAR	30	$ 12.370,67	$ 12.561,67	$ 12.557,67	$ 12.496,67	$ 374.900,00
35	**GUANTES P.V.C. NEGRO** Material: PVC Talla: 8	PAR	60	$ 12.442,67	$ 12.525,67	$ 12.521,67	$ 12.496,67	$ 749.800,00
36	**GUANTES P.V.C. NEGRO** Material: PVC Talla: 9	PAR	60	$ 12.486,67	$ 12.503,67	$ 12.499,67	$ 12.496,67	$ 749.800,00
37	**GUANTES TIPO LIMPIEZA DOMESTICO LATEX TALLA 8** Elaborados en látex Calibre mínimo de 18 Tallas 8 Color negro	UND	60	$ 6.700,67	$ 6.726,67	$ 6.722,67	$ 6.716,67	$ 403.000,00

38	**GUANTES TIPO LIMPIEZA DOMESTICO LATEX TALLA 9** Tipo doméstico Elaborados en látex Calibre mínimo de 18 Tallas 9 Color Azul	UND	60	$ 6.630,00	$ 6.662,00	$ 6.658,00	$ 6.650,00	$ 399.000,00
39	**GUANTES TIPO LIMPIEZA DOMESTICO LATEX TALLA 7** - Elaborados en látex - Calibre mínimo de 18 - Tallas 7 - Color Amarillo	UND	70	$ 6.498,00	$ 6.728,00	$ 6.724,00	$ 6.650,00	$ 465.500,00
40	**HARAGÁN DE LIMPIEZA CON MANGO** - Tipo: metalico con banda de caucho bulcanizado -Ancho Mínimo 80 cms -Medidas: 1.50 m * 80 cm -Puede cambiar el caucho fácilmente -Tipo de mango: metalico soldado de 1.50 m -Resistente a la abrasión y acción química -Para achicar agua o líquidos de los suelos y pavimentos.	UND	10	$ 75.935,33	$ 76.084,33	$ 76.080,33	$ 76.033,33	$ 760.333,33
41	**HERVICIDA:** Aspecto físico: Líquido homogéneo amarillo rojizo. Densidad (g/ml): 1.152 - 1.182 pH: 4.5 - 5.5 Contenido de Glifosato (sal IPA): 456.0 – 504,0 g/L Solubilidad: Completa en agua Recomendado para el control de la mayoría de las malezas	GAL	5	$ 57.099,33	$ 57.152,33	$ 57.148,33	$ 57.133,33	$ 285.666,67
42	**INSECTICIDA** -Bolsa 1kg CLORPIRIFOS Concentración 2,50% Formulación Polvo Seco (PS) Descripción general Insecticida formulado como polvo seco	KG	30	$ 35.250,00	$ 35.537,00	$ 35.533,00	$ 35.440,00	$ 1.063.200,00
43	**INSECTICIDA PLAGAS** Ingrediente activo mínimo -Thiamethoxam -Lambda-Cyhalotrin (S) - Cyanophenoxybenzyl (Z)-(1R, 3R)-3-(2-chloro-3,3,3-trifluoroprop-1-enyl)-2,2	GAL	4	$ 67.943,33	$ 68.155,33	$ 68.151,33	$ 68.083,33	$ 272.333,33

	- Dimethylcyclopropanecarboxylate and (R) -Aditivos……. c.s.p. 1 Litro							
44	**INSECTICIDA** -Doble acción zancudos, moscas, mosquito y polilla - Con acción residual hasta por 2 semanas - Sin olor, SPRAY	400ML	40	$ 22.838,67	$ 22.957,67	$ 22.953,67	$ 22.916,67	$ 916.666,67
45	**JABON CREMA LAVALOZA** -Con agente(s) tensoactivo(s) principal(es) con efecto limpiador y desengrasante en una concentración mínima del 15%. - Disponible en múltiples fragancias. -Tamaño 500gr	500 GR	150	$ 6.462,00	$ 6.596,00	$ 6.592,00	$ 6.550,00	$ 982.500,00
46	**JABON LIQUIDO ANTIBACTERIAL CON DOSIFICADOR** Con agente limpiador en una concentración mínima del 6% - Con agente humectante en una concentración mínima del 3% - pH entre 5 y 8 - Disponible en múltiples fragancias	UND	30	$ 16.180,67	$ 16.311,67	$ 16.307,67	$ 16.266,67	$ 488.000,00
47	**JABON LIQUIDO PARA MANOS** Jabón de dispensador para manos: Con agente limpiador en una concentración mínima del 6% - Con agente humectante en una concentración mínima del 3% - pH entre 5 y 8 - Disponible en múltiples fragancias Líquido. -Tamaño Galón	GAL	50	$ 21.864,00	$ 21.935,00	$ 21.931,00	$ 21.910,00	$ 1.095.500,00
48	**JARRA CON TAPA** Material jarra: Plástico Capacidad: 1 litro Material tapa: plastico Altura: 20 cm Diámetro: 10 cm	UND	2	$ 26.998,67	$ 27.177,67	$ 27.173,67	$ 27.116,67	$ 54.233,33

49	**LIMPIA VIDRIOS** - Con agente(s) principal(es) con efecto limpiador y desengrasante en una concentración mínima del 4% - Con fragancia -En recipiente plástico con capacidad mínima de 500 cc, con atomizador de pistola	500 CC	50	$ 4.941,33	$ 5.156,33	$ 5.152,33	$ 5.083,33	$ 254.166,67
50	**LIMPIADOR PARA SUELOS DE MADERA** Ingredientes: 5% tensioactivos no iónicos, 5% jabón, otros: perfume, clorometilisotiazolinona, metilisotiazolinonaz.	LITRO	50	$ 74.754,67	$ 74.924,67	$ 74.920,67	$ 74.866,67	$ 3.743.333,33
51	**LIMPION DE TELA** Medidas mínimas: 50cm*30cm	UND	30	$ 5.208,67	$ 5.297,67	$ 5.293,67	$ 5.266,67	$ 158.000,00
52	**PAÑO ABSORVENTE LIMPIEZA** Material: Microfibra Largo x Ancho: 20 cm x 18 cm No se deshace No raya superficies Tipo: Reutilizables	PAQ * 8 UNI	40	$ 39.936,00	$ 40.019,00	$ 40.015,00	$ 39.990,00	$ 1.599.600,00
53	**PAPEL HIGIENICO INSTITUCIONAL** -Rollo con longitud mínima de 250 metros - Doble hoja de color natural - Sin fragancia	PAQUETE * 12 ROLLOS	100	$ 166.494,67	$ 166.604,67	$ 166.600,67	$ 166.566,67	$ 16.656.666,67
54	**PAPELERA PLASTICA CALADA #1 BLANCA** Papelera resistente sin tapa, boca ancha Capacidad 4 litros Elaborada en Polipropileno Ancho mínimo de 19 centímetros	UND	50	$ 21.348,67	$ 21.377,67	$ 21.373,67	$ 21.366,67	$ 1.068.333,33
55	**PAQUETE DE VASOS** Tipo: Biodegradable Capacidad: 4 ONZAS	PAQ	50	$ 4.942,33	$ 5.028,33	$ 5.024,33	$ 4.998,33	$ 249.916,67
56	**PLATOS DESECHABLES** Material: Biodegradable Medida: 20cm	UND	50	$ 4.990,67	$ 5.091,67	$ 5.087,67	$ 5.056,67	$ 252.833,33

57	**PORTAVASOS PARA CAFÉ** Medida: vaso de 4OZ Material: Biodegradable	PAQ * 50	50	$ 6.388,00	$ 6.558,00	$ 6.554,00	$ 6.500,00	$ 325.000,00
58	**PUNTO ECOLOGICO** Material: plástico Composición: 1 caneca verde con tapa, 1 caneca azul con tapa, 1 caneca Gris con tapa. Capacidad: mínimo de capacidad 50 litros Tipo de base o Estructura: plástica liviana, fácil de lavar. Resistente a la intemperie.	UND	20	$ 317.944,00	$ 318.030,00	$ 318.026,00	$ 318.000,00	$ 6.360.000,00
59	**RASTRILLO CON MANGO** Barra dentada plástica con mínimo 40 dientes - Mango plástico con longitud mínima de 120 cm	UND	120	$ 59.088,67	$ 59.132,67	$ 59.128,67	$ 59.116,67	$ 7.094.000,00
60	**RECOGEDOR COMPLETO** Mango plástico 70cm, Alto de base: 12.7 cm. Ancho de la base: 32.4	UND	20	$ 10.551,33	$ 10.601,33	$ 10.597,33	$ 10.583,33	$ 211.666,67
61	**SABRA NEGRAS TRABAJO PESADO** Esponja negra Para limpiar la grasa quemada Material: 66% nailon, tela no tejida con partículas abrasivas	PAQUETE * 12 UND	20	$ 22.690,33	$ 22.761,33	$ 22.748,33	$ 22.733,33	$ 454.666,67
62	**SERVILLETAS DE MESA** Tamaño servilleta (Ancho x Largo): Doblada: 13,4 cm x 7,9 cm. Abierta: 13,4 cm x 23,8 cm. Color: Blanco. Hoja Sencilla. Grabado con ondas.	PAQUETE * 100 UND	50	$ 4.389,00	$ 4.487,00	$ 4.474,00	$ 4.450,00	$ 222.500,00
63	**TAPABOCAS** Tipo: desechable Color: Azul	CAJ *50 UNI	50	$ 11.350,33	$ 11.631,33	$ 11.618,33	$ 11.533,33	$ 576.666,67
64	**TENEDORES** Tipo. Desechable Biodegradable Medida 16 cm	PAQ * 50 UNI	10	$ 12.753,67	$ 12.824,67	$ 12.811,67	$ 12.796,67	$ 127.966,67

65	**TERMO PARA CAFÉ** Capacidad mínima: 1 litro Tiempo de conservación bebida caliente: 10 horas Material interior: vidrio Material exterior: plástico Sistema de apertura de tapa: rosca Altura: 31 cm	UND	10	$ 43.401,00	$ 43.631,00	$ 43.618,00	$ 43.550,00	$ 435.500,00
66	**TOALLA** Medida: 70cm X 140cm Composición Microfibra Color: azul oscuro o negra	UND	30	$ 21.345,00	$ 21.449,00	$ 21.436,00	$ 21.410,00	$ 642.300,00
67	**TOALLA MANOS Z ECOLOGICA PAPEL** Toallas interdobladas, paquete con mínimo 150 unidades - Doble hoja con un tamaño mínimo de 20 cm de largo por 15 cm de ancho	PAQUETE * 150 UNI	200	$ 8.485,00	$ 8.664,00	$ 8.651,00	$ 8.600,00	$ 1.720.000,00
68	**TOALLAS DE TELA** Tipo: para manos Peso de la unidad: 150 g Composición: Algodón Medidas: 40X70 CM	UND	50	$ 23.872,33	$ 23.970,33	$ 23.957,33	$ 23.933,33	$ 1.196.666,67
69	**TRAPEROS** Elaborado con hilaza de algodón natural- Mecha con peso mínimo de 450 gr yextensión mínima de 32 cm de largo- Con acople tipo rosca- Mango de palo con una extensión mínima de 150 cm	UND	150	$ 17.248,33	$ 17.382,33	$ 17.369,33	$ 17.333,33	$ 2.600.000,00
70	**VARSOL TRANSPARENTE** - Solución con agentes desinfectantes, desmanchadores y desengrasantes en concentración mínima del 15%. Aspecto Líquido amarillo verdoso, transparente Olor Característico suave pH (solución tal cual 25ºC) 11.0+ -0.5 Viscosidad a 28.7º C (viscosímetros Brookfield RVY 50 rpm espín 2) 15.00 cps Densidad a 28ºC 1.0 gr./ml.	LITRO	100	$ 13.223,67	$ 13.294,67	$ 13.281,67	$ 13.266,67	$ 1.326.666,67

	Solubilidad en agua Total -Tamaño 1 litro							
71	**VASO TINTERO** Tipo: Biodegradable Capacidad: 4OZ	PAQ	20	$ 4.753,00	$ 4.830,00	$ 4.817,00	$ 4.800,00	$ 96.000,00
72	**VASOS DESECHABLES** -7 OZ - Elaborado en plástico -Capacidad mínima de 7 oz -Paquete de 50	PAQ * 50 UNI	50	$ 4.557,00	$ 4.628,00	$ 4.615,00	$ 4.600,00	$ 230.000,00
73	**VARSOL ECOLOGICO** - Solución con agentes desmanchadores y desengrasantes en concentración mínima del 20%. Aspecto Blanco Viscoso. Caja por 24, unidad de 400 ml	CAJA * 24 UNI	3	$ 182.317,00	$ 182.598,00	$ 160.400,00	$ 175.105,00	$ 525.315,00
74	**LIMPIADOR DE BRECHAS Y JUNTAS** - Solución con agentes desmanchadores en concentración mínima del 20%. Aspecto Liquido transparente. Caja por 24, unidad de 400 ml	CAJA * 24 UNI	3	$ 177.013,00	$ 177.075,00	$ 149.350,00	$ 167.812,67	$ 503.438,00
75	**HIPOCLORITO DE SODIO 10%** Concentración mínima del 10% de hipoclorito de sodio Aspecto Liquido ligeramente amarillo. Caja por 24, unidad de 400 ml	CAJA * 24 UNI	3	$ 139.835,00	$ 140.005,00	$ 129.400,00	$ 136.413,33	$ 409.240,00
PRESUPUESTO OFICIAL								**$ 139.999.975,22**

Nota: Los valores se aproximaron a la décima más cercana

PRESUPUESTO OFICIAL: El INDERBU estima el valor de la presente contratación con todo incluido por la suma de **CIENTO TREINTA Y NUEVE MILLONES NOVECIENTOS NOVENTA Y NUEVE MIL NOVECIENTOS SETENTA Y CINCO PESOS CON VEINTIDOS CENTAVOD MCTE ($ 139.999.975,22)**, incluido IVA, y los demás costos directos e indirectos en que incurra el contratista para la ejecución del contrato. No podrá sobrepasar la vigencia 2026.

ESTUDIO OFERTA

El siguiente análisis busca definir y estimar las condiciones de la oferta de productos de papelería y útiles de oficina para estructurar la presente contratación.

A. Cadena de suministro

El mercado de Bienes y Servicios de Aseo y Cafetería está compuesto por 4 eslabones, cada uno con un actor principal:

• Primer eslabón: Desarrollado por los proveedores de materias primas tales como las empresas de la industria química, los productores de aceites y grasas, las empresas papeleras, las empresas de la industria de plásticos, los agricultores, y las empresas de metal y aluminio.

• Segundo eslabón: Lo conforman las Empresas Fabricantes las cuales utilizan materias primas para la producción de Bienes de Aseo y Cafetería, venden sus productos a las Empresas de Servicios de Aseo y Cafetería y a las Entidades Estatales directamente, o a través de Empresas Distribuidoras. Estas últimas, garantizan un volumen de venta elevado, reduciendo el desgaste administrativo y logístico. Algunas Empresas Fabricantes cuentan incluso con su propia línea distribuidora encargada de integrar el tercer eslabón de la cadena en el negocio.

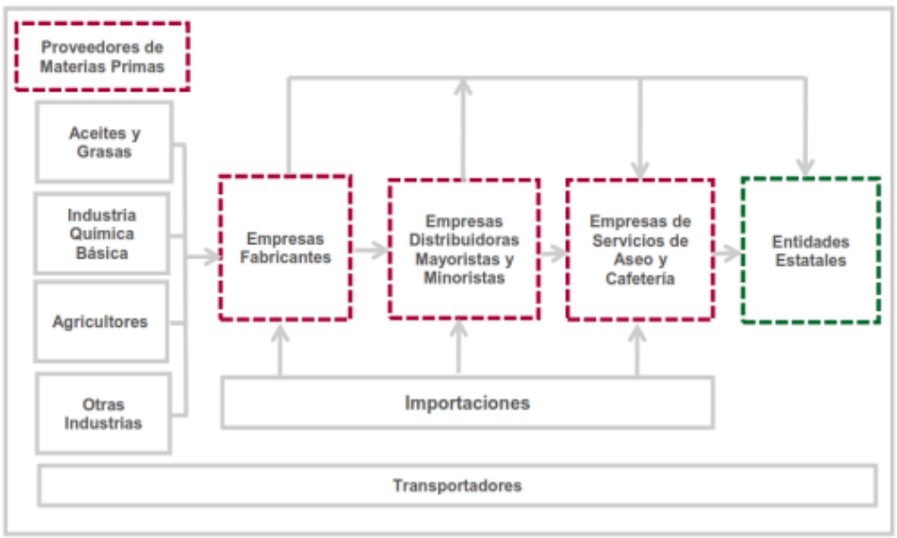
• Tercer eslabón: Lo desarrollan las Empresas Distribuidoras que cuentan con la capacidad de ofrecer Bienes de Aseo y Cafetería y la totalidad del portafolio de productos de diferentes características y calidad. Estas empresas venden los Bienes de Aseo y Cafetería a las Empresas de Servicios de Aseo y Cafetería o directamente a las Entidades Estatales.

• Cuarto eslabón: Constituido por las Empresas de Servicios de Aseo y Cafetería que administran personal y proveen los insumos para prestar el servicio en las Entidades Estatales. Colombia Compra Eficiente evidenció un cierto grado de integración vertical, pues algunas Empresas de Servicios de Aseo y Cafetería fabrican los insumos que requieren para ejecutar las actividades propias de su actividad económica.

Las Empresas Fabricantes, las Empresas Distribuidoras y las Empresas de Servicios de Aseo y Cafetería importan materias primas, insumos, elementos y maquinaria para llevar a cabo sus actividades comerciales. Los insumos importados más relevantes son los líquidos limpiadores concentrados, carros exprimidores de traperos, carros de limpieza, carros de bebidas y maquinaria. Los transportadores cumplen un papel relevante en la logística y transporte de materias y Bienes de Aseo y Cafetería para los demás actores de la cadena de suministro.

El siguiente gráfico resume la dinámica de la cadena de suministro y la interrelación de los agentes involucrados para el Mercado Institucional.

Gráfica 4. Cadena de suministro de Bienes de Aseo y Cafetería y Servicios de Aseo y Cafetería



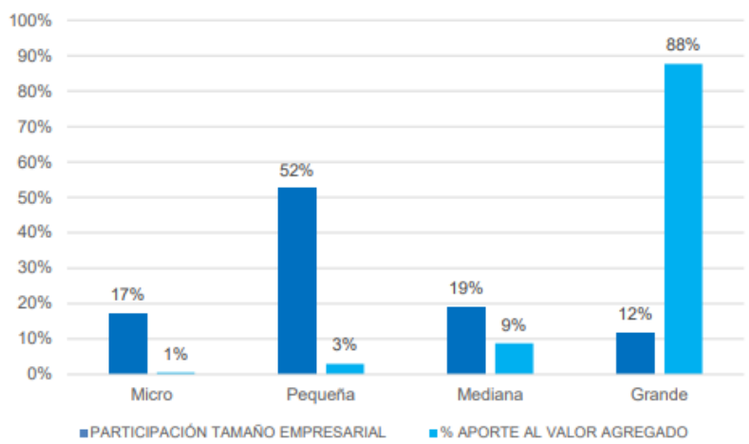
Fuente: Colombia Compra Eficiente

Empresas Fabricantes

Las Empresas Fabricantes están especializadas en líneas de bienes y no necesariamente cuentan con toda la gama de productos requerida por las Entidades Estatales. Colombia Compra Eficiente clasificó las empresas de acuerdo con los productos que ofrecen en: (i) jabones, detergentes y limpiadores; (ii) productos especializados para la limpieza de superficies y el cuidado de pisos, muebles y equipos; (iii) paños y esponjas; (iv) traperos, escobas, cepillos y brilladores; (v) productos de papel; (vi) productos derivados del plástico; (vii) maquinaria para el aseo; y (viii) dispensadores.

Colombia Compra Eficiente identificó una muestra nacional, con base en los datos de EMIS de más de 200 empresas, el 12% corresponde a grandes empresas, el 19% a medianas, el 52% a pequeñas y 17% microempresas.

Gráfica 5. Tamaño y participación de empresas fabricantes de productos de aseo y cafetería



Fuente: Colombia Compra Eficiente con base en EMIS 2020

Análisis de la Oferta:

¿Quién vende?

SECCIÓN G COMERCIO AL POR MAYOR Y AL POR MENOR; REPARACIÓN DE VEHÍCULOS AUTOMOTORES Y MOTOCICLETAS

Esta sección incluye la venta al por mayor y al por menor (venta sin transformación) de cualquier tipo de productos y la prestación de servicios relacionados con la venta de mercancía. La venta al por mayor y al por menor son los pasos finales en la distribución de mercancía. También se incluye en esta sección la reparación de vehículos automotores y motocicletas.

Se considera que la venta sin transformación comprende las operaciones habituales (o de manipulación) asociadas con el comercio; por ejemplo: selección, clasificación y montaje de productos, mezcla de productos (por ejemplo, vino y arena), envase (con o sin la limpieza previa de las botellas), empaque, división de las mercancías a granel y reempaque para distribución en lotes más pequeños, almacenamiento (sea o no en congeladores o cámaras frigoríficas), limpieza y secado de productos agrícolas, y cortado de tableros de fibra de madera o de láminas de metal por cuenta propia.

DIVISIÓN 46 COMERCIO AL POR MAYOR Y EN COMISIÓN O POR CONTRATA, EXCEPTO EL COMERCIO DE VEHÍCUOS AUTOMOTORES Y MOTOCICLETAS.

Esta división comprende la reventa (venta sin transformación) de productos nuevos o usados a minoristas, usuarios industriales, comerciales, institucionales o profesionales, a otros mayoristas, y a quienes actúan en calidad de agentes o corredores en la compra o venta de mercancías en nombre de dichas personas o empresas.

Las principales actividades abarcadas son las de mayoristas comerciales, a saber: mayoristas que adquieren la propiedad de las mercancías para comercializarlas como revendedores o intermediarios al por mayor, distribuidores de productos industriales, exportadores, importadores, ensiladores de granos, cooperativas de compra y sucursales.

También incluye a los corredores de mercancías y a los especializados en materias primas, los comisionistas, agentes, centrales de compra, compradores itinerantes, y las cooperativas de comercialización de productos agropecuarios.

Con frecuencia los mayoristas agrupan, seleccionan y clasifican las mercancías en grandes lotes, que luego fraccionan para reempacarlas y distribuirlas en lotes más pequeños (por ejemplo, productos farmacéuticos); almacenan, refrigeran, entregan e instalan las mercancías; y se encargan de promover las ventas de sus clientes y de diseñar las etiquetas.

También se incluye el empaque de artículos sólidos y el envase de productos líquidos y gaseosos, incluyendo mezcla y filtrado por cuenta propia.

DIVISIÓN 47 COMERCIO AL POR MENOR (INCLUSO EL COMERCIO AL POR MENOR DE COMBUSTIBLES), EXCEPTO EL DE VEHÍCULOS AUTOMOTORES Y MOTOCICLETAS.

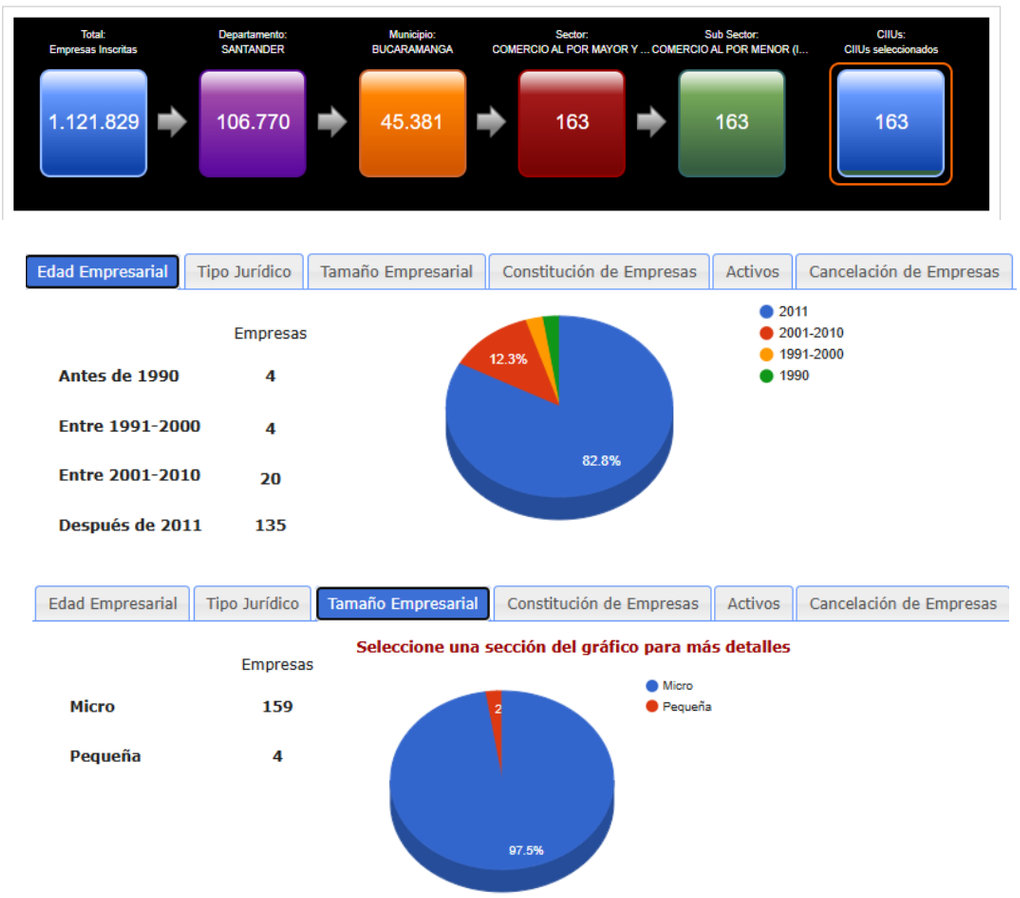
Esta división comprende la reventa (venta sin transformación) al público en general, realizada en almacenes por departamentos, tiendas, supermercados, comisariatos, o cooperativas de consumidores, vendedores ambulantes, sistemas de ventas por teléfono o correo, entre otros, de productos nuevos y usados, para su consumo y uso personal o doméstico.

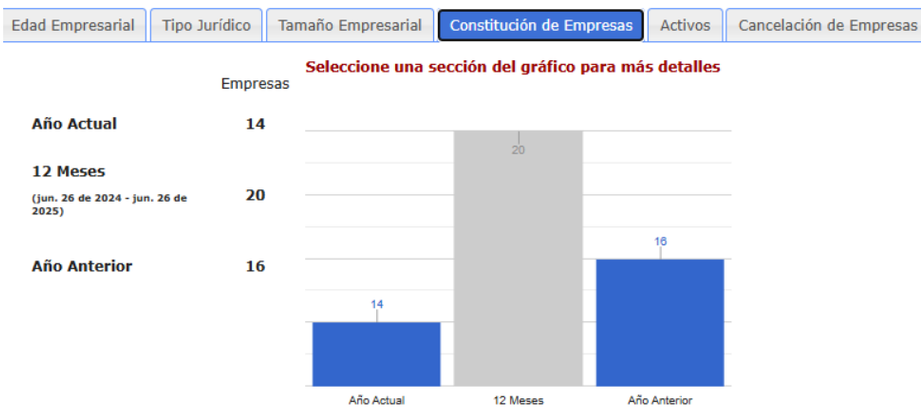
La mayoría de los minoristas adquieren la propiedad de las mercancías que venden, pero algunos actúan en calidad de agentes de un principal y venden dichas mercancías en consignación o en comisión.

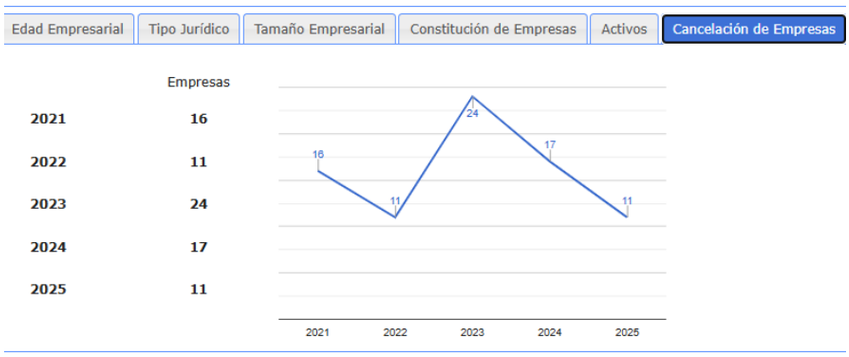
Las principales actividades abarcadas dentro del proceso de objeto de contratación son las de:

464 comercio al por mayor de artículos y enseres domésticos (incluidas prendas de vestir)
476 comercio al por menor de artículos culturales y de entretenimiento en establecimientos especializados.
477 comercio al por menor de otros productos en establecimientos especializados.

A través de la plataforma de Compite 360 podemos encontrar la siguiente información:







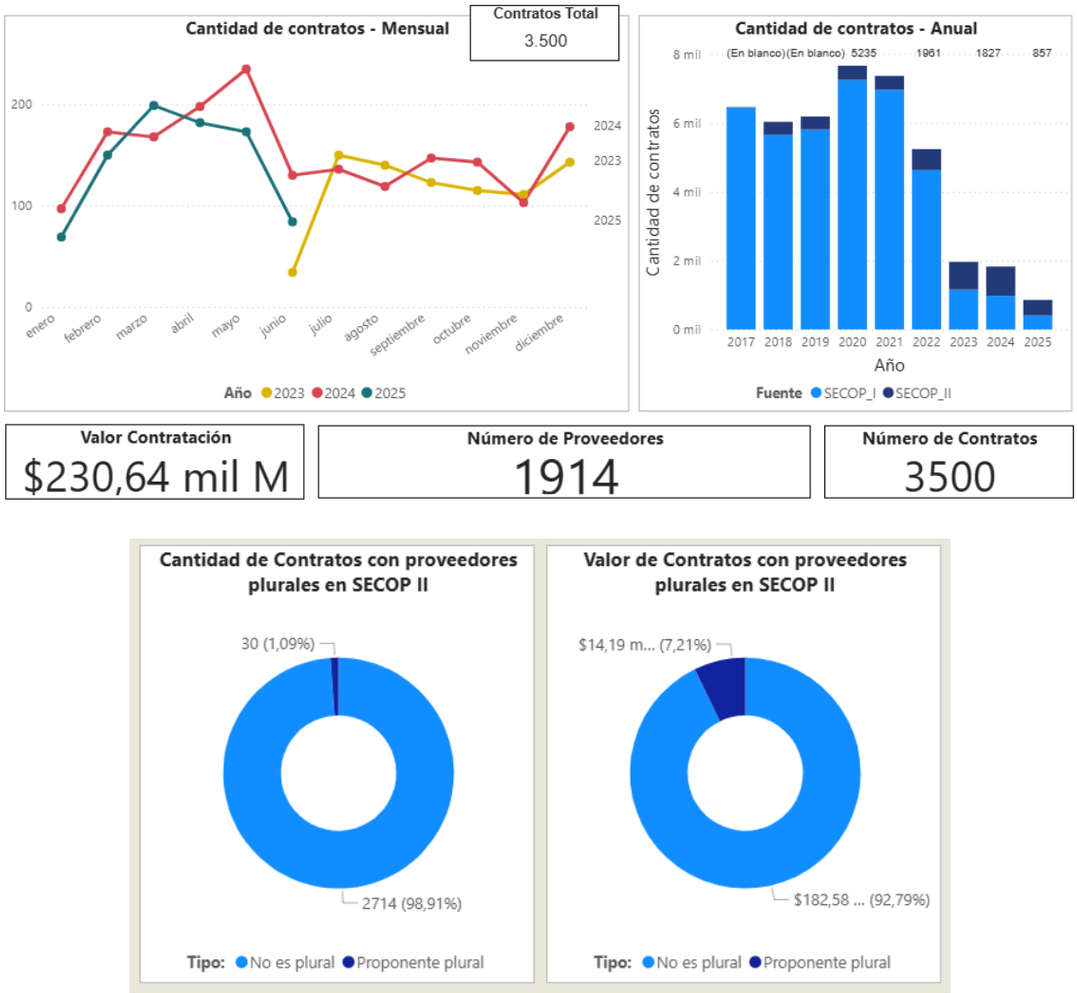
El sector comercio está compuesto por muchos agentes, entre ellos:

Nombre o Razón Social Contratista
DISTRIBUCIONES MULTIASEO
INTEGRAL DE SERVICIO JOANANRE SAS
FUNDACION COLOMBIA BIOSOSTENIBLE FUNDACION COBIOS
FLORO ALONSO ARCILA CARDENAS
KIOS SAS
SUPERIOR DE DOTACIONES SAS
Excellence Colombia SAS
GRUPO CEMACO SAS
GRUPO CEMACO SAS
DON ASEO LTDA
VEGAS SUMINISTROS EMPRESARIALES SAS
GESCOM SAS
INVEMCO SAS
PABLO VICENTE MEDINA ALONSO
NIRZA BOLIVAR PANGOSA
SERVICIOS JCR SAS
SERVICIOS JCR SAS
INDUSTRIAS QUIMICAS ASPROQUIN LTDA
ZURICH COLOMBIA SEGUROS SA
HECTOR GARCIA GONZALEZ
ASEOCOLBA SA

INDUSTRIAS QUIMICAS ASPROQUIN LTDA
GRUPO EMPRESARIAL ESTRATEGAS SAS
GLOBAL AMERICANA DE SERVICIOS SAS
INTEGRA RESULTADOS SAS
INSUMOS CLEAN HOUSE SAS
COIMFA LTDA
GRUPO EMPRESARIAL EFRATA SAS
distribuciones aliadas
GRUPO EMPRESARIAL EFRATA SAS
LEIDY ASTRID SEMA PACHON
SUPRISA SAS
OD SERVIC SAS
Suministra y Soluciones
CENTRAL DE SUMINISTROS LTDA
BIOSERVICIOS
LA UNIVERSAL DE INVERSIONES BOYACA SAS
INVERSIONES QDE SAS
SUPERTIENDA MA SAN JOSE
SEISO SAS
PROVEER INSTITUCIONAL SAS
PAPELERIA LOS COLORES SAS
BRAKO SAS
MR CLEAN SA
SERVISOLUTIONS SS SAS
GRUPO EMPRESARIAL G G SAS
CARLOS EDUARDO FLOREZ DUARTE
ROBERTO BUSH JACKSON
SERVICIOS DE ASEO CAFETERIA Y MANTENIMIENTO INSTITUCIONAL OUTSOURCING SEASIN LIMTIADA
MAZU SERVICIOS INTEGRALES SAS
PROVEER INSTITUCIONAL SAS
CBN MAAS SAS
TP SUMINISTROS DEL CARIBE SAS
CRR SOLUCIONES INTEGRALES SAS
OLGA MARIA VARGAS HURTADO
GLOBAL SERVICE MANEGEMENT SAS
INDUSTRIAS QUIMICAS ASPROQUIN LTDA
EXPERIENZA

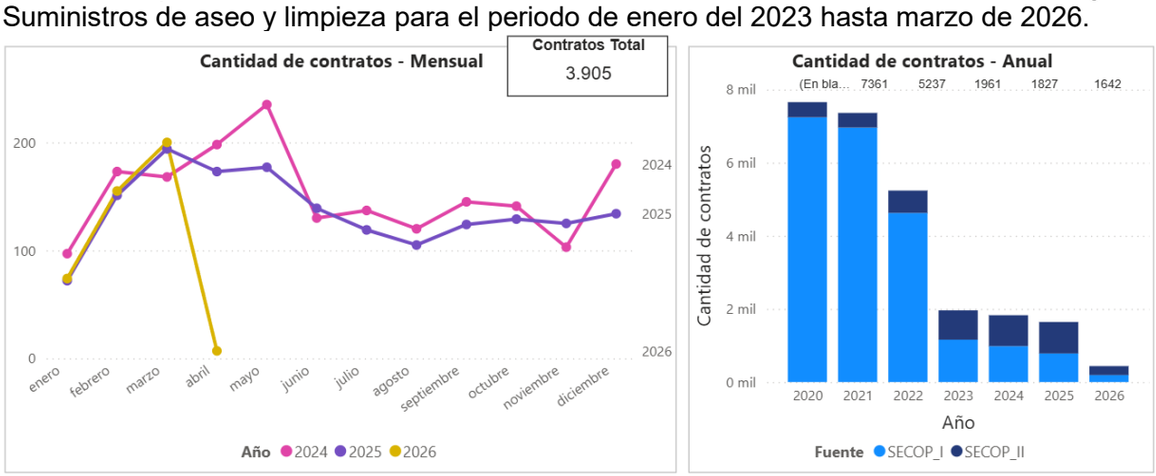
Fuente: *Datos Abiertos- Colombia Compra Eficiente.*

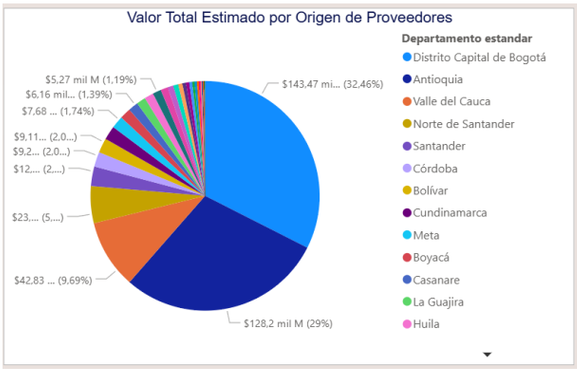
A través de la herramienta de visualización de la Demanda y de la Oferta de Colombia Compra Eficiente podemos encontrar para los suministros de aseo y limpieza lo siguiente:

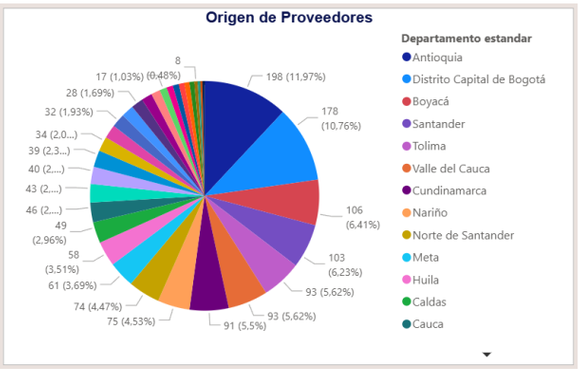


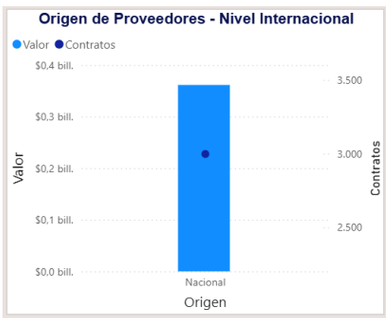
Estudio de la Demanda

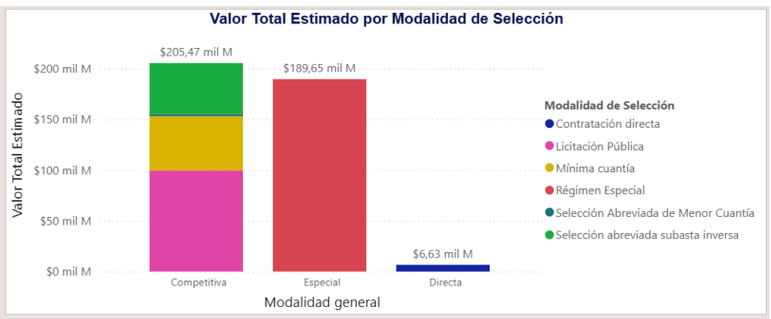
El análisis de la demanda es el proceso de caracterización de la necesidad de una entidad realizando un análisis del gasto histórico. Para ellos, la herramienta de visualización para el Análisis de la Demanda permite ver de manera gráfica el gasto histórico de una, varias o todas las entidades estatales de Colombia, qué bienes o servicios han contratado, a quiénes, bajo qué modalidades y origen del proveedor, a partir de la información que reposa en el Sistema Electrónico para la Contratación Pública. Una vez realizados los filtros de Categoría: Suministros de aseo y limpieza para el periodo de enero del 2023 hasta marzo de 2026.











De lo anterior podemos concluir que la Modalidad de Selección más usado para entidades de Ley 80 y de la presente necesidad es a través de la Licitación Pública, seguida de la contratación de régimen especial.

El comportamiento de la contratación por bienes y servicios con el filtro de clasificación por UNSPSC (Suministro de aseo y limpieza) se refleja lo siguiente:

Comportamiento contratación por bienes y servicios de UNSPSC

Año	2024			2025			2026		
Clasificador de Bienes y Servicios - Familia	Contratos	Valor	Participación	Contratos	Valor	Participación	Contratos	Valor	Participación
4713 - Suministros de aseo y limpieza	**1827**	**$128.593.917.865**	**32,01%**	**1642**	**$142.590.079.984**	**35,49%**	**436**	**$130.555.819.172**	**32,50%**
471317 - Suministros para aseos	928	$62.467.151.435	15,55%	809	$88.695.327.945	22,08%	205	$13.811.451.639	3,44%
471321 - Kits de limpieza	118	$8.609.103.424	2,14%	99	$6.247.199.027	1,56%	28	$94.715.214.151	23,58%
471318 - Soluciones de limpieza y desinfección	367	$25.268.635.651	6,29%	345	$20.838.074.758	5,19%	94	$6.124.340.780	1,52%
471316 - Escobas, traperos, cepillos y accesorios	288	$25.425.133.031	6,33%	251	$18.117.817.775	4,51%	73	$6.306.176.160	1,57%
471315 - Trapos y paños de limpieza	113	$6.514.319.859	1,62%	107	$8.106.121.054	2,02%	34	$9.502.168.442	2,37%
471319 - Absorbentes	13	$309.574.465	0,08%	31	$585.539.425	0,15%	2	$96.468.000	0,02%
Total	**1827**	**$128.593.917.865**	**32,01%**	**1642**	**$142.590.079.984**	**35,49%**	**436**	**$130.555.819.172**	**32,50%**

Por otra parte podemos encontrar la adquisición de la presente necesidad en otras entidades de Colombia de la siguiente manera:

HISTÓRICO OTRAS ENTIDADES

Relación de contratos verificados en el **SECOP**, de otras Entidades Públicas con objetos similares así:

Nombre de la Entidad	Objeto Contratado	Valor Contrato	Nombre o Raz Social Contratista	URL Contrato
Municipio de Guatapé	Adquisición de implementos de aseo y cafetería para la atención a los ciudadanos y el personal que desarrolla actividades en las diferentes sedes de la administración municipal	41.159.734	Floro alonso Arcila cárdenas	https://community.secop.gov.co/public/tendering/opportunitydetail/index?noticeuid=co1.ntc.2830101&isfrompublicarea=true&ismodal=true&aspopupview=true
Contraloría General de la republica Gerencia departamental Choco	Seleccionar al contratista que preste el servicio integral de aseo y cafetería con medio humano servicio de fumigación e implementos y suministro de insumos necesarios para garantizar este servicio en las áreas locativas de la sede donde funciona la gerencia departamental colegiada del chocó de la contraloría general de la república ubicada en la calle 22 nro. 306 edificio de la contraloría general de la republica de la ciudad de Quibdó chocó	53.944.919	Grupo Cemaco s.a. s	https://community.secop.gov.co/public/tendering/opportunitydetail/index?noticeuid=co1.ntc.1237757&isfrompublicarea=true&ismodal=true&aspopupview=true
Municipio de Marinilla	Suministro de elementos de oficina implementos de aseo y cafetería para el funcionamiento de las dependencias y los diferentes proyectos del municipio de marinilla	23.000.000	Central de suministros Ltda.	https://community.secop.gov.co/public/tendering/opportunitydetail/index?noticeuid=co1.ntc.929701&isfrompublicarea=true&ismodal=true&aspopupview=true
Municipio de Cartago	Suministro de artículos de aseo y cafetería para dotar las diferentes dependencias de la administración municipal	67.500.000	Inversiones de s.a. s	https://community.secop.gov.co/public/tendering/opportunitydetail/index?noticeuid=co1.ntc.2927040&isfrompublicarea=true&ismodal=true&aspopupview=true
Parques nacionales naturales de Colombia dirección territorial andes occidentales	Contrato de suministro integral del servicio de aseo y cafetería el cual incluya los elementos y productos requeridos y las dos 02 operarias idóneas que presten los servicios de mantenimiento limpieza y atención a la cafetería en la sede técnico-administrativa de la dirección territorial andes occidentales ubicada en la ciudad de Medellín Antioquia	35.971.243	Seis s.a. s	https://community.secop.gov.co/public/tendering/opportunitydetail/index?noticeuid=co1.ntc.2447240&isfrompublicarea=true&ismodal=true&aspopupview=true
Biblioteca departamental Jorge Garcés borrero	Realizar el suministro de elementos de aseo y cafetería que garanticen el normal desarrollo de las actividades culturales de ciencia tecnología y educación que ofrece la entidad garantizando a sus usuarios y funcionarios óptimas condiciones de aseo y limpieza en las instalaciones de la biblioteca departamental Jorge Garcés borrero	24.013.033	Papelería los colores s.a. s	https://community.secop.gov.co/public/tendering/opportunitydetail/index?noticeuid=co1.ntc.758438&isfrompublicarea=true&ismodal=true&aspopupview=true

Contraloría general de la republica gerencia departamental valle del cauca	Contratar la compra de papelería útiles de escritorio y oficina insumos de aseo y cafetería para la gerencia departamental colegiada del valle del cauca contraloría general de la republica de conformidad con las especificaciones técnicas contenidas en el anexo no 2 de la presente invitación para la vigencia 2020	32.468.010	Brako s.a. s	https://community.secop.gov.co/public/tendering/opportunitydetail/index?noticeuid=co1.ntc.1594289&isfrompublicarea=true&ismodal=true&aspopupview=true
Contraloría general de la republica gerencia departamental valle del cauca	Contratar la compra de papelería útiles de escritorio y oficina insumos de aseo y cafetería para la gerencia departamental colegiada del valle del cauca contraloría general de la republica de conformidad con las especificaciones técnicas contenidas en el anexo no 2 de la presente invitación para la vigencia 2020	32.468.010	Brako s.a. s	https://community.secop.gov.co/public/tendering/opportunitydetail/index?noticeuid=co1.ntc.1594289&isfrompublicarea=true&ismodal=true&aspopupview=true
Instituto de deportes de norte de Santander	Suministro de elementos de papelería útiles de oficina artículos de aseo y cafetería para el normal desarrollo de las actividades del instituto deportes del departamento de norte de Santander	22.500.370	Carlos Eduardo flores duarte	https://community.secop.gov.co/public/tendering/opportunitydetail/index?noticeuid=co1.ntc.2864106&isfrompublicarea=true&ismodal=true&aspopupview=true
Biblioteca departamental Jorge Garcés borrero	Realizar el suministro de elementos de aseo y cafetería que garanticen el normal desarrollo de las actividades culturales de ciencia tecnología y educación que se ofrecen la entidad	24.296.191	Papelería los colores s.a. s	https://community.secop.gov.co/public/tendering/opportunitydetail/index?noticeuid=co1.ntc.379618&isfrompublicarea=true&ismodal=true&aspopupview=true
Gobernación valle del cauca secretaria de salud	Contratar el suministro de elementos de papelera aseo y cafetería para atender los requerimientos de los diferentes programas grupos y dependencias de la secretaria departamental de salud con el fin de cumplir con acciones y funciones propias del sector salud	97.151.838	Proviene provisiones empresariales	https://community.secop.gov.co/public/tendering/opportunitydetail/index?noticeuid=co1.ntc.3975553&isfrompublicarea=true&ismodal=true&aspopupview=true
Alcaldía municipio de Zipaquirá	Compra de elementos de aseo y cafetería para las diferentes dependencias de la alcaldía municipal de Zipaquirá	29.657.781	Siker	https://community.secop.gov.co/public/tendering/opportunitydetail/index?noticeuid=co1.ntc.2470587&isfrompublicarea=true&ismodal=true&aspopupview=true
Parques nacionales naturales de Colombia dirección territorial Orinoquia	**Adquisición de elementos de aseo y cafetería con destino a la dirección territorial Orinoquia y sus seis 6 áreas protegidas**	**27.292.208**	**Pablo Vicente medina alonso**	https://community.secop.gov.co/public/tendering/opportunitydetail/index?noticeuid=co1.ntc.384045&isfrompublicarea=true&ismodal=true&aspopupview=true

***Fuente**: Sistema electrónico de la contratación pública **SECOP**.*

HISTÓRICO DEL INDERBU

Revisados los archivos del Instituto de la Juventud, el Deporte y la Recreación de Bucaramanga “INDERBU”, se encontraron las siguientes contrataciones similares.

ENTIDAD	CÓDIGOCONTRATO	OBJETOCONTRATO	VALOR INIC.CONTRATO	MODALIDAD CONTRATACIÓN	CONTRATISTAS
INSTITUTO DE LA JUVENTUD EL DEPORTE Y LA RECREACION	IPMC-005-2018	SUMINISTRO DE ELEMENTOS DE CAFETERIA Y ASEO PARA LA SEDE ADMINISTRATIVA DEL INSTITUTO DE LA JUVENTUD EL DEPORTE Y LA RECREACION DE BUCARAMANGA Y LOS ESCENARIOS DEPORTIVOS ADMINISTRADOS POR EL INDERBU DE ACUERDO A LOS REQUERIMIENTOS QUE REALICE LA ENTIDAD.	$ 21.874.582	Mínima Cuantía	800012833TODO ASEO S.A.S.
INSTITUTO DE LA JUVENTUD EL DEPORTE Y LA RECREACION	IPMC-07-2019	SUMINISTRO DE ELEMENTOS DE CAFETERIA Y ASEO PARA LA SEDE ADMINISTRATIVA DEL INSTITUTO DE LA JUVENTUD EL DEPORTE Y LA RECREACION DE BUCARAMANGA Y LOS ESCENARIOS DEPORTIVOS ADMINISTRADOS POR EL INDERBU, DE ACUERDO A LOS REQUERIMIENTOS QUE REALICE LA ENTIDAD.	$ 8.997.491	Mínima Cuantía	890204511METROGRAFIK, SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADAS, SAS
INSTITUTO DE LA JUVENTUD EL DEPORTE Y LA RECREACION	IPMC-03-2020	SUMINISTRO DE ELEMENTOS DE CAFETERIA Y ASEO PARA LA SEDE ADMINISTRATIVA DEL INSTITUTO DE LA JUVENTUD EL DEPORTE Y LA RECREACION DE BUCARAMANGA Y LOS ESCENARIOS DEPORTIVOS ADMINISTRADOS POR EL INDERBU, DE ACUERDO A LOS REQUERIMIENTOS QUE REALICE LA ENTIDAD.	$ 6.253.702	Mínima Cuantía	900439853DISTRIBUCIONES ATLANTIS EDUCACION SAS
INSTITUTO DE LA JUVENTUD EL DEPORTE Y LA RECREACION	453-SASI-04-2021	SUMINISTRO DE ELEMENTOS DE ASEO Y CAFETERIA PARA LA SEDE ADMINISTRATIVA DEL INSTITUTO, ESCENARIOS Y PARQUES DEPORTIVOS Y RECREATIVOS ADMINISTRADOS POR EL INDERBU.	$ 55.583.550	Selección Abreviada	901346888GRUPO GESTION EMPRESARIAL COLOMBIA S.A.S.
INSTITUTO DE LA JUVENTUD EL DEPORTE Y LA RECREACION	668-SASI-004-2022	SUMINISTRO DE ELEMENTOS E INSUMOS DE ASEO Y CAFETERIA PARA EL MANTENIMEINTO Y OPERATIVIDAD DE LOS ESCENARIOS DEPORTIVOS Y RECREATIVOS ADMINISTRADOS POR EL INSTITUTO DE LA JUVENTUD EL DEPORTE Y LA RECREACION DE BUCARAMANGA	$ 83.866.633	Selección Abreviada	901151222CONVIL SOLUCIONES SAS
INSTITUTO DE LA JUVENTUD EL DEPORTE Y LA RECREACION	560-SASI-2024	ADQUISICIÓN DE INSUMOS Y ARTICULOS DE ASEO Y DE CAFETERÍA PARA LOS ESCENARIOS DEPORTIVOS BAJO LA ADMINISTRACIÓN DEL INSTITUTO DE LA JUVENTUD EL DEPORTE Y LA RECREACIÓN DE BUCARAMANGA	$ 62.150.000	Selección Abreviada	901151222CONVIL SOLUCIONES SAS
INSTITUTO DE LA JUVENTUD EL DEPORTE Y LA RECREACION	SASI-003-2025	ADQUISICIÓN DE INSUMOS Y ARTICULOS DE ASEO Y DE CAFETERÍA PARA LOS ESCENARIOS DEPORTIVOS BAJO LA ADMINISTRACIÓN DEL INSTITUTO DE LA JUVENTUD EL DEPORTE Y LA RECREACIÓN DE BUCARAMANGA	$ 74.973.708	Selección Abreviada	FULHERS SERVICE Y COMPAÑIA S.A.S

Fomento a Mipymes

En Colombia, el fomento a las Mipymes (micro, pequeñas y medianas empresas) se realiza a través de políticas, programas y estrategias tanto financieras como no financieras, coordinadas por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y otras entidades públicas y privadas. El objetivo principal es mejorar la productividad, competitividad y acceso a mercados de estas empresas, que son la columna vertebral de la economía nacional.

Estrategias y Programas de Apoyo:

Sistema Nacional de Apoyo a las Mipymes: Este sistema, creado por la Ley 905 de 2004, coordina las acciones de diferentes entidades para apoyar a las Mipymes a través de instrumentos financieros y no financieros.

Política Nacional de Emprendimiento: Esta política busca fortalecer el ecosistema emprendedor y facilitar el acceso a financiación para emprendedores y empresas.

Política de Formalización Empresarial: Facilita la inserción de más trabajadores al sistema de seguridad social y genera mayores ingresos tributarios para la inversión pública.

Programas de Formalización Empresarial: Ofrecen asistencia técnica y acompañamiento para que las empresas cumplan con los requisitos legales y formales.

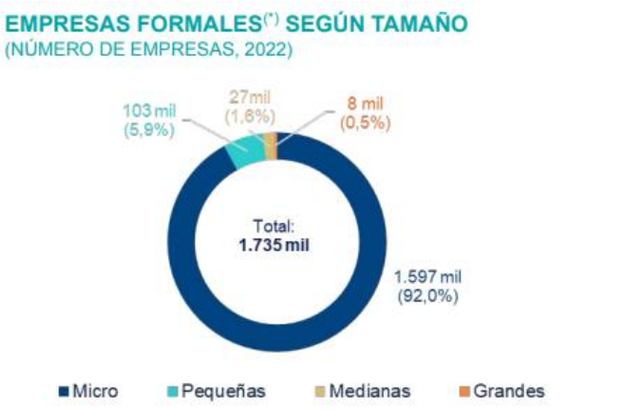
Programas de Financiamiento: Bancóldex, el Fondo Nacional de Garantías y otros fondos de capital privado facilitan el acceso a crédito y capital inteligente para las Mipymes.

Apoyo a la Competitividad: Programas como "Tejiendo Valor" ofrecen formación y asesoría personalizada a Mipymes, por ejemplo, en Santander.

Compras Públicas: Se promueve la participación de las Mipymes en las compras públicas, buscando que tengan acceso preferente a contratos estatales.

Consejos Superiores de Mipymes: Estas instancias consultivas, integradas por el sector público y privado, apoyan la promoción, desarrollo y consolidación de las Mipymes.

Las Mipymes son el 99,5% del universo empresarial formal colombiano y aportan cerca del 40% del PIB.



(*): Usa como fuente de información el Registro Único de Empresas -RUES- y son las empresas con matrícula mercantil renovada o matriculadas al cierre de 2022, tanto personas naturales como sociedades comerciales. (**): La definición de tamaño de empresa según Confecámaras, en adelante, definición de Confecámaras, se basa en activos y en empleo. (***): El Directorio de Empresas del DANE -DEE- hace referencia a las empresas reportadas por el DANE e incluye las empresas naturales y jurídicas activas en los registros RUES, RUT RELAB, SIIS y encuestas económicas del DANE. En el DEE el tamaño de la empresa, en adelante tamaño según el DEE, se define a partir del número de empleados siguiendo los rangos de la Ley 905 de 2004.
Fuente: BBVA Research, Confecámaras (2023), ANIF (2021) y ACOPI (2023)

Según Confecámaras, las empresas formales activas en 2022 eran 1,7 millones (*), es decir, empresas con matrícula mercantil renovada o matriculadas en 2022. De éstas 99,5% son Mipymes. Del total de empresas formales en 2022, 92% eran microempresas, 5,9% pequeñas,

1,6% medianas y 0,5% grandes. A partir del Censo de empresas del DANE, en el Directorio de Estadísticas de Empresas -DEE-, el universo empresarial ha sido estimado en 5,7 millones (en 2021), incluyendo las informales que en su mayoría son microempresas. Las Mipymes aportan cerca del 40% del producto interno bruto del país (ACOPI (2023), ANIF (2021)).

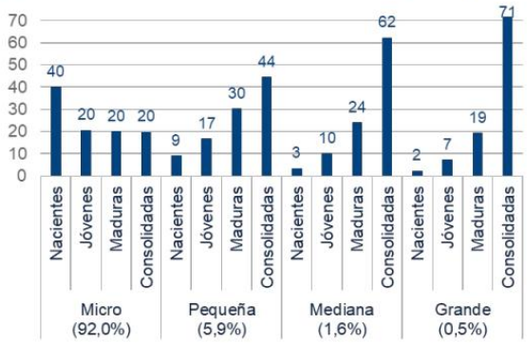
El 58% de las Mipymes formales tienen menos de 5 años de operación y el 22% son empresas consolidadas con más de 10 años de vida.

MIPYMES FORMALES SEGÚN EDAD(*)
(% DEL TOTAL DE MIPYMES, 2021)



(*): Edad corresponde al número de años transcurridos desde la creación de la empresa.
Fuente: BBVA Research y Confecámaras (2022).

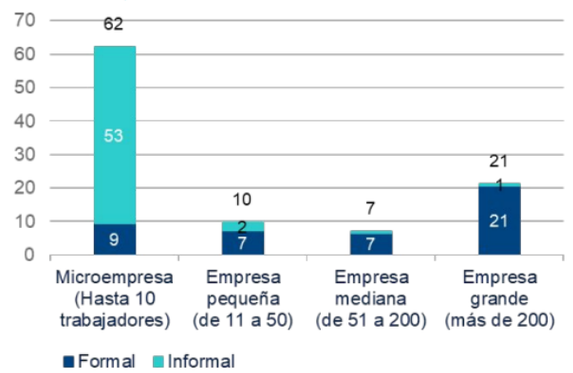
EMPRESAS FORMALES SEGÚN TAMAÑO Y EDAD(*)
(% DEL TOTAL DE EMPRESAS DE CADA TAMAÑO, EN 2021)



La presencia de empresas consolidadas crece con el tamaño de la empresa: el 20% de las micro están consolidadas, el 44% de las pequeñas, el 63% de las medianas y el 71% de las grandes.

Las Mipymes generan el 79% del empleo total de la economía colombiana y el 53% del empleo formal. El 62% de los ocupados totales trabajan en microempresas, el 17% en pymes y el 21% en empresas grandes (**). Con datos de la Gran Encuesta Integrada de Hogares. La capacidad de las microempresas de generar empleo contrasta con su tendencia a hacerlo de manera informal. El 15% del empleo que generan es formal y el 85% informal (lo que representa el 94% del empleo informal nacional). A nivel país, el 47% del empleo formal lo generan las empresas grandes y sólo el 53% las Mipymes.

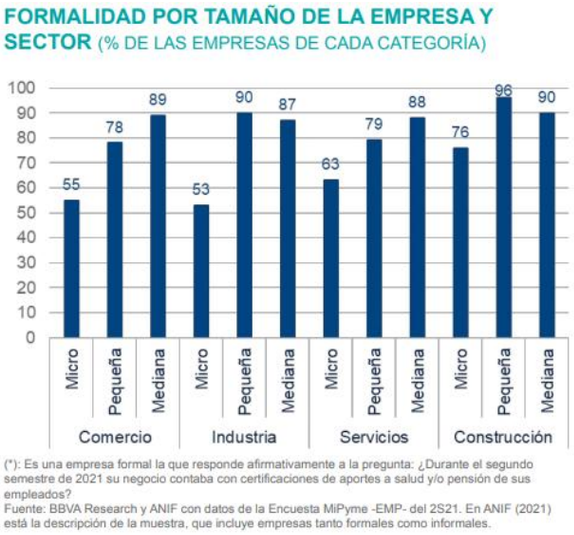
EMPLEO POR TAMAÑO DE LA EMPRESA Y FORMALIDAD LABORAL(*)/(**) (% DEL EMPLEO TOTAL, A MAY-JUL 2023)



(*): Formalidad se refiere a formalidad laboral. (**): Se toma, la clasificación de tamaño de empresa desde el lado de los individuos, a partir de la Gran Encuesta Integrada de Hogares -GEIH-, en adelante definición de la GEIH. Según esta definición Microempresa es una empresa de hasta 10 trabajadores, empresa pequeña es de 11 hasta 50 trabajadores, empresa mediana es de 51 hasta 200 trabajadores y empresas grandes es de más de 200 trabajadores.
Fuente: BBVA Research y DANE con datos de la Gran Encuesta Integrada de Hogares -GEIH.

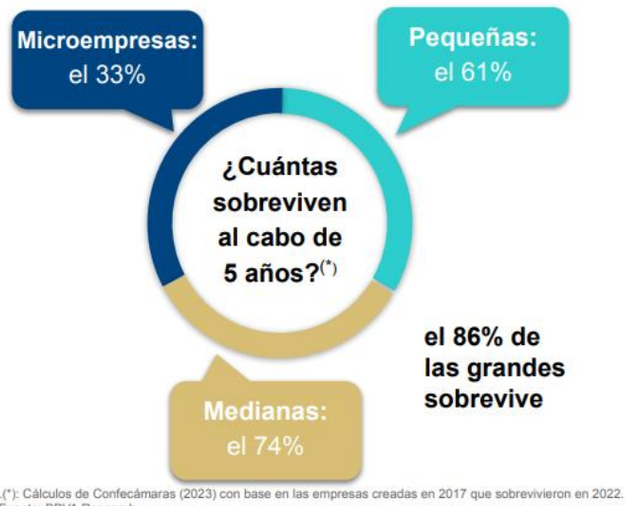
La formalidad empresarial no es fácil en el sector de las Mipymes y es heterogénea por sectores y por tamaño de la empresa.

Las empresas medianas son las más formales (pagan los aportes a la seguridad social de sus empleados): cerca del 90% es formal (Encuesta Mipyme de ANIF -EMP- del 2S21). La formalidad disminuye a la par del tamaño de la empresa. Las microempresas son menos formales. Por sectores, las empresas pequeñas presentan bajos niveles de informalidad en la industria y la construcción y la informalidad es menor en el sector de la construcción para todos los tamaños de empresa.



Fuente: 2024 Mipymes en Colombia BBVA

Así, las Mipymes son una parte muy relevante del aparato empresarial colombiano con lo que es clave analizar su tasa de supervivencia.



Fuente: 2024 Mipymes en Colombia BBVA

¿Qué factores podrían potenciar la supervivencia empresarial?

El mayor tamaño de la empresa
El tener personería jurídica
Estar en sectores más pujantes
Estar ubicada en zonas más desarrolladas
La mayor integración como lo son los Clusters
Acceder a mercados más amplios

Los factores mencionados anteriormente pueden ser posibles con un financiamiento adecuado para que la supervivencia empresarial se dé. Por otra parte sobrevivir es un avance, pero

crecer y aumentar de tamaño es un objetivo. El mayor tamaño de las empresas se relaciona positivamente con el desarrollo de los países y la generación de empleo, entre otros.

Eslava et al. (2018) encuentran que, sin importar el tamaño con el que nace una empresa, después de 5 años las empresas estadounidenses son 24% más grandes que las empresas colombianas y esta brecha aumenta a 32% después de 10 años (CONPES 4011 p20). Eslava et al. (2023), con datos a nivel de los individuos (a partir de encuestas de hogares), encuentran una correlación positiva entre el tamaño de las empresas y el PIB per cápita, que es más estrecha que la observada anteriormente con datos a nivel de empresa. Además encuentra una estrecha relación negativa entre el tamaño de las empresas y el coeficiente de desigualdad Gini. Confecámaras (2023) con una muestra de empresas entre 2017 y 2022, encuentra que aquellas empresas que presentan movilidad ascendente logran generar en promedio cerca de 30 empleos formales adicionales entre 2017 y 2022, al pasar de un promedio de 2,4 empleados formales en 2017 a un promedio de 32,7, mientras que las que no lograron dicha movilidad generaron 2 empleos formales adicionales en el periodo.

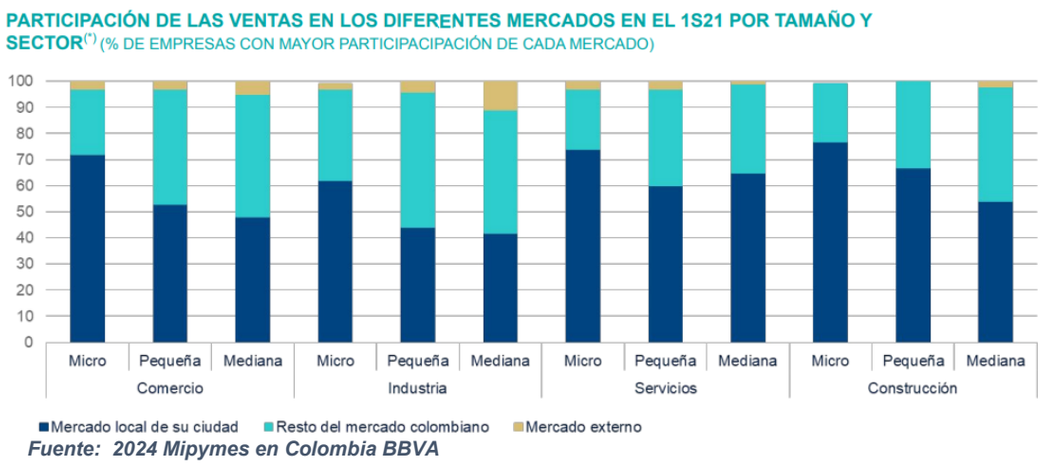
¿Cómo participan las Mipymes en los diferentes mercados?



Fuente: 2024 Mipymes en Colombia BBVA

Las Mipymes contribuyen a la oferta exportadora del país: 10% del total de las exportaciones de Colombia salen de 8,3 mil Mipymes exportadoras.

El mercado local, incluso de la misma ciudad en donde están ubicadas, parece ser una opción importante para las Mipymes y más para las micro.



Fuente: 2024 Mipymes en Colombia BBVA

Para las Mipymes ser proveedoras del sector público sigue siendo un reto, en parte, porque pocas conocen las herramientas necesarias para participar, las empresas pueden proveer bienes y servicios al sector público si hacen parte del Registro Único de Proponentes (RUP) y

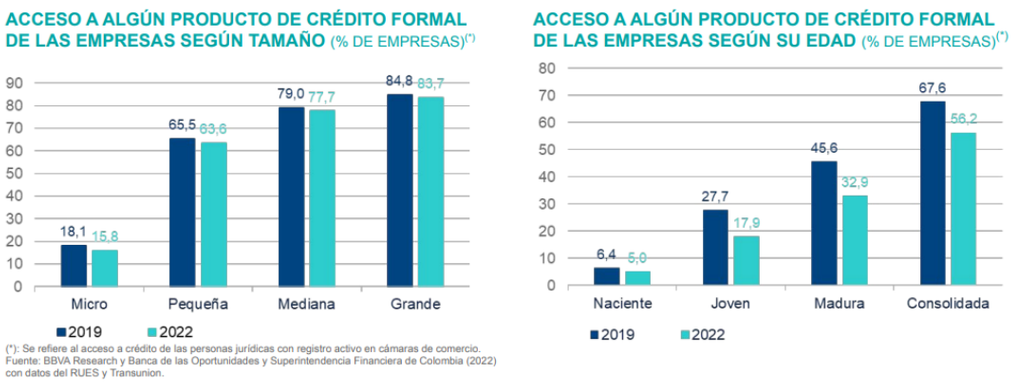
del Sistema Electrónico de Contratación Pública (SECOP II). Según la Encuesta de Desempeño Empresarial -EDE-, sólo el 39,8% de las Mipymes cuenta con el RUP y solo el 40% utiliza el SECOP II. La principal razón para no usar estas herramientas es el desconocimiento de estas, la poca disponibilidad de bienes para ofrecer al sector público y las estructuras internas de las empresas, todo esto dificulta el acceso a oportunidades de proveer al sector público. Otra de las razones para la poca participación de las Mipymes en el sector público es la falta de confianza en los procesos de las Entidades.

¿Cómo se financian las Mipymes?



Fuente: 2024 Mipymes en Colombia BBVA

El 78% de las empresas medianas tiene acceso a crédito formal, el 64% de las pequeñas y sólo el 16% de las micro, comparado con el 84% de las grandes.



Fuente: 2024 Mipymes en Colombia BBVA

El acceso a crédito también depende de los jóvenes que sean las empresas, siendo menor para las empresas nacientes y mayor para las consolidadas.

Las empresas formales en el país ascienden a 1,7 millones y el total de empresas, entre formales e informales, ascienden a 5,7 millones. Las Mipymes representan el 99,5% de las empresas, entre las formales, generan el 79% del empleo del país y contribuyen con entre el 35 y 40% del PIB anual. Las Mipymes formales son en su mayoría empresas nacientes y empresas jóvenes (el 58% conjuntamente). Estructura que tiene implicaciones sobre el acceso al crédito, las tasas de supervivencia y de movilidad de las empresas, entre otras.

Entre las Mipymes existe cierta heterogeneidad, siendo las pymes más productivas y formales que las microempresas. Así, las microempresas muestran una mayor informalidad empresarial

y concentran la mayoría de la informalidad laboral. Además, la productividad laboral de las microempresas es baja. Las Mipymes acceden marginalmente a los mercados externos y a las compras del Estado. El mercado local, incluso de la misma ciudad en donde están ubicadas, parece ser una opción importante de negocio para las Mipymes, especialmente para las microempresas. Entre las Mipymes, las empresas medianas son las más orientadas al comercio exterior y las que en menor proporción recurren como principal mercado al de la misma ciudad en donde están ubicadas.

Las Mipymes invierten principalmente en la capacitación de sus equipos, pero la inversión en equipos, en tecnología y en digitalidad, entre otros, parece baja. Las Mipymes buscan financiación para la compra de materias primas y gastos operacionales y de funcionamiento, principalmente. Además, su acceso a crédito formal es más bajo que el de las empresas grandes. Sin embargo, nuevamente, el desempeño de las medianas sobresale entre las Mipymes, con un acceso a crédito similar al de las empresas grandes. Las Mipymes usan recursos propios o reinversión de utilidades como fuentes alternativas de financiamiento. La tasa de supervivencia de las Mipymes es más baja que la de las grandes empresas, al igual que la probabilidad de movilizarse. Al interior de las Mipymes, las pymes tienen mayores tasas de supervivencia y probabilidad de movilidad empresarial que las microempresas. También son consolidadas en mayor proporción que las microempresas.

CRITERIOS ESCOGICOS COMO REQUISITOS HABILITANTES DIFERENCIALES EN FAVOR DE LAS MIPYME, EMPRESAS O EMPRENDIMIENTO DE MUJERES O EMPRESAS O EMPRENDIMIENTO DE DISCAPACITADOS.

Estos indicadores solo se aplicarán al proponente que acredita la calidad de MiPymes de conformidad con lo previsto en el artículo 2.2.1.2.4.2.4. del Decreto 1082 de 2015, o la normas que los modifiquen, sustituyan o complementen.

Tratándose de los criterios diferenciales para empresa y emprendimiento de mujer solo se aplicarán al proponente que acredita que es emprendimiento y empresa de mujeres bajo los criterios dispuestos en el artículo 2.2.1.2.4.2.14 del Decreto 1082 de 2015.

Tratándose de los criterios diferenciales para personas con discapacidad, solo se aplicarán cuando el proponente cumpla con los criterios previstos en el artículo 2.2.1.2.4.2.6. de este Decreto.

Teniendo en cuenta lo anterior, los criterios escogidos para el desarrollo del criterio diferencial a favor de las Mipyme, empresas o emprendimientos de mujeres y empresas o emprendimiento de personas con discapacidad, son los **Índices de Capacidad Financiera y Organizacional.**

INDICADORES FINANCIEROS REQUERIDOS PARA EL PRESENTE PROESO DE SELECCIÓN

Los indicadores financieros son herramientas que se diseñan utilizando la información financiera de la empresa, y son necesarias para medir la estabilidad, la capacidad de endeudamiento la capacidad de generar liquidez, los rendimientos y las utilidades de la entidad, a través de la interpretación de las cifras, de los resultados y de la información en general. En concreto, los indicadores financieros y la determinación de la capacidad organizacional deben cuantificar la realidad financiera y económica de los oferentes, así como, su capacidad para asumir las diferentes obligaciones a que se haga cargo cada empresa para poder desarrollar su objeto social.

El INDERBU para el análisis de los indicadores financieros y organizacionales contenidos en el Decreto 1082 de 2015, tomó los indicadores contemplados dentro del acuerdo marco

ACUERDO MARCO DE PRECIOS PARA LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO INTEGRAL DE ASEO Y CAFETERÍA V CCENEG-077-01-2024 de la siguiente manera:

Tabla: Indicadores financieros y de organización muestra representativa Acuerdo Marco de Precios

	Índice de Liquidez	Endeudamiento	Razón de cobertura de intereses	Rentabilidad Patrimonio	Rentabilidad Activo
Mínimo	0,34	0,00	20,90	0,12	0,06
Promedio	5,24	0,49	20,90	25,19	12,11
Mediana	2,01	0,51	20,90	16,64	7,62
Máximo	149,93	1,00	20,90	234,44	204,25

Una vez la entidad revisa los Indicadores obtenidos en la muestra representativa del Acuerdo Marco de Precios se determina para el presente proceso con las características técnicas y del presupuesto estipulado los siguientes indicadores:

- **Grandes Empresas:**

INDICADOR	
LIQUIDEZ	MAYOR O IGUAL A 0,75
ENDEUDAMEINTO	MENOR O IGUAL A 0,70
COBERTURA DE INTERESES	MAYOR O IGUAL A 0,15

INDICADOR	
RENTABILIDAD DEL PATRIMONIO	MAYOR A 4,0
RENTABILIDAD DEL ACTIVO	MAYOR A 2,5

- **Mipymes, empresas o emprendimientos de mujeres, empresas o emprendimientos de personas con discapacidad**

INDICADOR	
LIQUIDEZ	MAYOR O IGUAL A 0,50
ENDEUDAMIENTO	MENOR O IGUAL A 0,80
COBERTURA DE INTERESES	MAYOR O IGUAL A 0

INDICADOR	
RENTABILIDAD DEL PATRIMONIO	MAYOR A 0,12
RENTABILIDAD DEL ACTIVO	MAYOR A 0,08

Cuando se trate de sociedad Extranjeras, la información de la capacidad financiera se debe presentar de acuerdo con el cierre fiscal en cada país de origen o al balance de apertura.

Si son sociedades nuevas la fecha del balance de apertura debe coincidir con la fecha de adquisición de la personería jurídica, para lo cual aportarán adicionalmente, certificación del contador público o revisor fiscal de la sociedad extranjera, o en su defecto por el revisor fiscal de la sucursal en Colombia en la que certifique lo indicado para las personas jurídicas nacionales y la fecha del cierre fiscal en el país de origen.

Estas cifras deben presentarse en moneda colombiana, en aquellos casos en los cuales las sociedades extranjeras tengan una operación a nivel mundial o negocien en bolsa y sus estados financieros no puedan consolidarse, aportarán la certificación del contador público o revisor fiscal de la sociedad extranjera, si lo tiene o en su defecto del revisor fiscal de la sucursal en Colombia indica anteriormente, en la cual adicionalmente certificará esa circunstancia.

El INDERBU podrá solicitar información adicional, soportes, aclaraciones y los documentos que considere necesarios para el esclarecimiento de la información; siempre que con ello no se violen los principios de igualdad y transparencia en el desarrollo de la selección del proponente. Los documentos y aclaraciones que el proponente allegue a la solicitud del INDERBU no podrán modificar, adicionar o complementar la propuesta.

La capacidad financiera de los proponentes se acreditará mediante los indicadores establecidos en el numeral 3 del artículo 2.2.1.1.1.5.3. del Decreto 1082 de 2015, verificándose a partir del RUP (para proponentes o miembros de figura asociativa obligados a inscribirse en dicho registro de conformidad con la normatividad vigente).

Para calcular la capacidad financiera, se tendrá en cuenta la información consignada en el RUP con corte al 31 de diciembre de 2025. Sin embargo, para aquellas personas que realizaron la renovación del RUP a más tardar el quinto día hábil del mes de abril pero que aún no se encuentra en firme dicho trámite. Se acreditará con el soporte correspondiente de la radicación de la renovación dentro del plazo establecido en el artículo 2.2.1.1.1.5.1 del Decreto 1082 de 2015 expedido por la Cámara de Comercio correspondiente.

ACUERDOS COMERCIALES

De conformidad con lo establecido en el Manual para Manejo de Acuerdos Comerciales en procesos de contratación, CCE-EICP-MA-03, Versión M-MACPC-14, actualizado el 11/11/2024, expedido por Colombia Compra Eficiente se debe indicar si el Proceso de Contratación está cobijado por un Acuerdo Comercial, donde se pudo establecer que el presente proceso contractual, SI está cubierto por el acuerdo comercial de la Comisión de la CAN, teniendo en cuenta que; i). EL Instituto de la Juventud, el deporte y la Recreación de Bucaramanga, INDERBU es una Entidad Estatal incluida dentro del acuerdo, ii). Por la cuantía del proceso, el acuerdo es aplicable al presente proceso de contratación y iii). Los bienes para contratar no se encuentran cubiertos bajo alguna exclusión de aplicabilidad o excepción, de acuerdo con el siguiente análisis:

Tabla 2. Acuerdos Comerciales aplicables en el Proceso de Contratación

Acuerdo Comercial		¿Vigente?	Entidad Estatal cubierta	Valor del Proceso de Contratación superior al umbral del Acuerdo Comercial	Excepción Aplicable al Proceso de Contratación	Proceso de Contratación cubierto por el Acuerdo Comercial
			Si/No	Si/No	Si/No	Si/No
Chile		Si	Si	Si	No	No
Triángulo Norte	El Salvador	Si	Si	Si	No	Si
	Guatemala	Si	Si	Si	No	Si
Unión Europea		Si	Si	No	No	No
CAN		Si	Si	Si	No	Si

Fuente: Inderbu con base en el manual de Colombia Compra Eficiente sobre los Acuerdos Comerciales

Dada en Bucaramanga el mes de junio de 2026.

OLINTO DE JESUS AFRICANO CHAMORRO
Subdirector Técnico

Proyectó: Tatiana Rangel Rodríguez- CPS Oficina Asesora Jurídica