ESTUDIO Y ANÁLISIS ECONOMICO DEL SECTOR
(Artículo 2.2.1.1.1.6.1 del Decreto 1082 de 2015)

1. OBJETO:

Compra de uniformes e implementos deportivos para los aprendices del Centro de Innovación y de Gestión Empresarial y Cultural SENA Regional Cesar, vigencia 2026.

Los bienes que la entidad pretende adquirir se encuentran debidamente identificados a través del clasificador de bienes y servicios de naciones unidas - UNSPSC y el sector al cual pertenecen, con los siguientes códigos:

UNSPSC – Decreto 1082 de 2015										
ITEM	**GRUPO**		**SEGMENTO**		**FAMILIA**		**CLASE**		**PRODUCTO**	
1	**E**	Productos de Uso Final	42	Equipo Médico, Accesorios y Suministros	4213	Telas y vestidos médicos	421316	Vestuario para el personal sanitario y artículos relacionados	42131601	Delantales o petos para personal médico
2	**E**	Productos de Uso Final	49	Equipos, Suministros y Accesorios para Deportes y Recreación	4916	Equipos deportivos para campos y canchas	491615	Equipos para deportes de campo	49161504	Balones de futbol
3	**E**	Productos de Uso Final	49	Equipos, Suministros y Accesorios para Deportes y Recreación	4916	Equipos deportivos para campos y canchas	491616	Equipos para deportes de raqueta y pista	49161603	Pelotas de básquetbol
4	**E**	Productos de Uso Final	49	Equipos, Suministros y Accesorios para Deportes y Recreación	4916	Equipos deportivos para campos y canchas	491616	Equipos para deportes de raqueta y pista	49161608	Balones de voleibol
5	**E**	Productos de Uso Final	49	Equipos, Suministros y Accesorios para Deportes y Recreación	4920	Equipo para entrenamiento físico	492015	Equipo de entrenamiento para aeróbicos	49201512	Lazos para saltar
6	**E**	Productos de Uso Final	52	Artículos Domésticos, Suministros y Productos Electrónicos de Consumo	5210	Revestimientos de suelos	521015	Alfombras y felpudos	52101515	Cojín de piso
7	**E**	Productos de Uso Final	53	Ropa, Maletas y Productos de Aseo Personal	5310	Ropa	531015	Pantalones de deporte, pantalones y pantalones cortos	53101502	Pantalones largos o cortos o pantalonetas para hombre
8	**E**	Productos de Uso Final	53	Ropa, Maletas y Productos de Aseo Personal	5310	Ropa	531024	Medias y calcetines	53102402	Calcetines
9	**E**	Productos de Uso Final	53	Ropa, Maletas y Productos de Aseo Personal	5310	Ropa	531030	Camisetas	53103001	Camisetas (t-shirts) para hombre
10	**E**	Productos de Uso Final	53	Ropa, Maletas y Productos de Aseo Personal	5311	Calzado	531116	Zapatos	53111601	Zapatos para hombre
11	**E**	Productos de Uso Final	53	Ropa, Maletas y Productos de Aseo Personal	5312	Maletas, bolsos de mano, mochilas y estuches	531216	Monederos, bolsos de mano y bolsas	53121603	Morrales

2. ASPECTOS PARTICULARES

El sector de los implementos deportivos abarca la producción, distribución y venta de equipos, accesorios y vestimenta utilizados en diferentes disciplinas deportivas. Aquí tenemos algunas generalidades sobre este sector:

- Amplia variedad de productos: El sector de los implementos deportivos ofrece una amplia gama de productos que se adaptan a diferentes deportes y actividades físicas. Esto incluye artículos como balones, raquetas, palos, bicicletas, patines, calzado deportivo, ropa especializada, entre otros.

- Marcas reconocidas: Existen numerosas marcas reconocidas en el sector de los implementos deportivos a nivel mundial. Empresas como Nike, Adidas, Puma, Under Armour, Wilson, Head, Babolat, entre otras, son conocidas por su calidad y rendimiento en sus productos deportivos.

- Innovación tecnológica: El sector de los implementos deportivos se caracteriza por una constante innovación tecnológica. Las empresas invierten en investigación y desarrollo para mejorar la funcionalidad, el rendimiento y la comodidad de los productos. Esto incluye avances en materiales, diseño ergonómico, sistemas de amortiguación, control de temperatura, entre otros.

- Canales de distribución: Los implementos deportivos se distribuyen a través de diferentes canales, como tiendas especializadas, grandes superficies, comercio electrónico y distribuidores autorizados. Algunas marcas también tienen tiendas propias que ofrecen una experiencia de compra única.

- Patrocinios y marketing deportivo: Muchas marcas de implementos deportivos establecen acuerdos de patrocinio con equipos, atletas y eventos deportivos. Estos acuerdos les permiten promocionar sus productos, aumentar su visibilidad y asociarse con la imagen y los valores de los deportistas y las competiciones.

- Tendencias de estilo de vida saludable: El aumento del interés por el deporte y el bienestar ha impulsado la demanda de implementos deportivos. Cada vez más personas adoptan un estilo de vida activo y buscan productos que les permitan practicar deportes de manera cómoda y segura.

- Sostenibilidad: Existe una creciente preocupación por la sostenibilidad en el sector de los implementos deportivos. Las empresas están adoptando prácticas más responsables, utilizando materiales reciclables o de origen sostenible, reduciendo el uso de químicos dañinos y minimizando el impacto ambiental en la producción y distribución de sus productos.

Es importante tener en cuenta que estas generalidades son aplicables de manera general y pueden variar según la disciplina deportiva y las tendencias actuales en el mercado. Además, cada país puede tener particularidades en el desarrollo y la comercialización de implementos deportivos.

2.1. COMERCIALIZADORES DEL SECTOR DE LOS IMPLEMENTOS DEPORTIVOS.

En el sector de los implementos deportivos, existen numerosos comercializadores y distribuidores que ofrecen una amplia variedad de productos para diferentes disciplinas deportivas. A continuación, mencionaré algunos ejemplos de comercializadores de implementos deportivos reconocidos a nivel mundial:

- Decathlon: Decathlon es una cadena minorista especializada en artículos deportivos y cuenta con una amplia gama de productos para diversas disciplinas deportivas. Tienen tiendas físicas en varios países y también operan a través de su plataforma de comercio electrónico.

- Nike: Nike es una de las marcas líderes en el mercado de implementos deportivos. Ofrece una amplia variedad de productos, incluyendo calzado, ropa, equipamiento y accesorios para deportes como fútbol, baloncesto, running, tenis y más. Nike distribuye sus productos a través de tiendas propias, minoristas autorizados y en línea.

- Adidas: Adidas es otra marca reconocida a nivel mundial en el ámbito de los implementos deportivos. Ofrece una amplia gama de productos deportivos, incluyendo calzado, ropa y equipamiento para deportes como fútbol, baloncesto, running, tenis, entre otros. Adidas distribuye sus productos a través de sus propias tiendas, minoristas y en línea.

- Puma: Puma es una marca deportiva conocida por su calzado, ropa y accesorios deportivos. Ofrece productos para diferentes disciplinas deportivas, como fútbol, running, golf, entrenamiento, entre otros. Puma distribuye sus productos a través de sus tiendas, minoristas autorizados y en línea.

- Under Armour: Under Armour se ha destacado en el mercado de implementos deportivos con su enfoque en la tecnología y el rendimiento. Ofrece una amplia gama de productos deportivos, incluyendo ropa, calzado y accesorios para deportes como entrenamiento, running, baloncesto y fútbol americano. Sus productos se encuentran disponibles en tiendas, minoristas y en línea.

Estos son solo algunos ejemplos de comercializadores de implementos deportivos reconocidos a nivel mundial. Es importante tener en cuenta que la disponibilidad y la presencia de estos comercializadores pueden variar según el país y la región. Además, existen muchas otras marcas y distribuidores que ofrecen productos deportivos de calidad en el mercado.

2.2. GREMIOS DEL SECTOR DE LOS IMPLEMENTOS DEPORTIVOS

En el ámbito de los implementos deportivos, no existe un gremio específico que agrupe exclusivamente a los fabricantes o distribuidores de dichos productos. Sin embargo, dentro de la industria deportiva en general, existen asociaciones y organizaciones que pueden abordar temas relacionados con los implementos deportivos, junto con otros aspectos del mundo deportivo. Algunas de estas organizaciones incluyen:

- Asociación Mundial de la Industria del Deporte (WFSGI): Es una asociación global que representa a la industria del deporte y la actividad física en su conjunto. Aunque no se enfoca exclusivamente en implementos deportivos, trabaja en colaboración con fabricantes, distribuidores y otras partes interesadas para promover el desarrollo y el crecimiento de la industria deportiva en general.

- Federación Internacional de la Industria del Deporte (FIMS): Es una organización que reúne a diferentes actores de la industria deportiva, incluidos fabricantes, comerciantes y distribuidores. Si bien su enfoque principal es el desarrollo del mercado deportivo en general, también puede abordar cuestiones relacionadas con los implementos deportivos.

- Cámaras de comercio y asociaciones comerciales: En algunos países, las cámaras de comercio y las asociaciones comerciales pueden representar los intereses de los fabricantes y distribuidores de implementos deportivos a nivel nacional o regional. Estas organizaciones suelen ofrecer servicios de apoyo empresarial, promoción del comercio y representación ante el gobierno y otros actores relevantes.

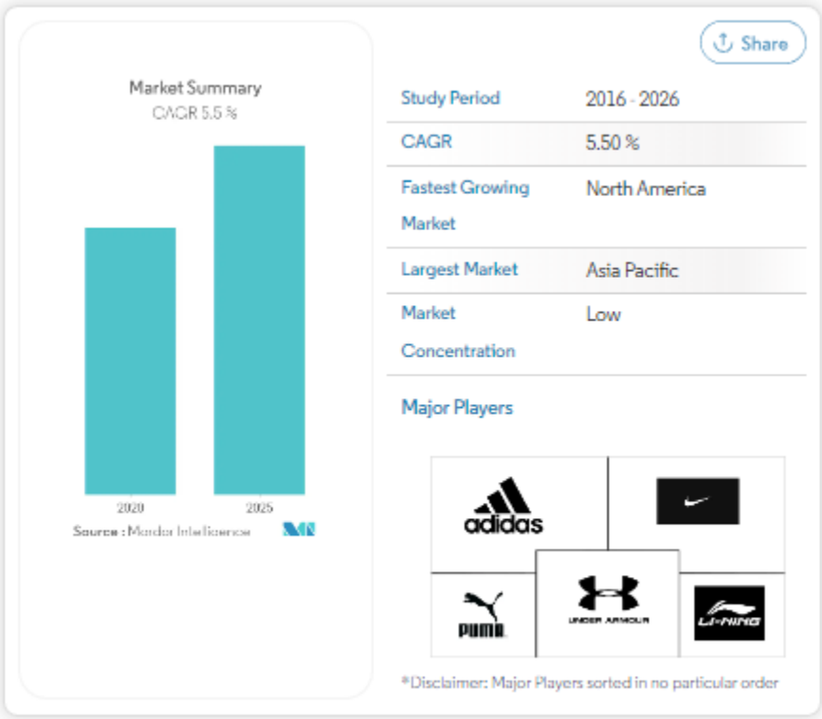
Si estás buscando información o contacto con fabricantes o distribuidores de implementos deportivos en particular, te sugiero investigar asociaciones o eventos comerciales específicos del deporte en tu región o país, ya que pueden ofrecer oportunidades para conectarte con los actores del sector.

2.3. NOTICIAS DEL SECTOR

2.3.1. MERCADO DE ARTÍCULOS DEPORTIVOS CON LICENCIA: CRECIMIENTO, TENDENCIAS, IMPACTO DE COVID-19 Y PRONÓSTICOS (2023 - 2028)[1]

El mercado global de artículos deportivos con licencia está segmentado por tipo de producto (ropa, calzado, mochilas, gorras y otros tipos de productos), canal de distribución (tiendas especializadas, canal en línea y otros canales de distribución), geografía.

Instantánea del mercado



Visión general del mercado

Se prevé que el mercado mundial de artículos deportivos con licencia registre una CAGR del 5,5 % durante el período de pronóstico (2020-2025).

- El crecimiento del mercado se atribuye a la creciente industria del entretenimiento, donde los deportes se comercializan como un tipo de entretenimiento importante a través de diferentes plataformas digitales.
- El crecimiento y la expansión del comercio electrónico también han jugado un papel importante en el crecimiento del mercado. La compra en línea brinda el privilegio de seleccionar los productos favoritos de uno a un mejor precio con la misma calidad con más comodidad.
- Se ha atribuido el mérito de contribuir al crecimiento de la industria a enormes campañas de marketing global.

[1] https://www.mordorintelligence.com/es/industry-reports/licensed-sports-merchandise-market

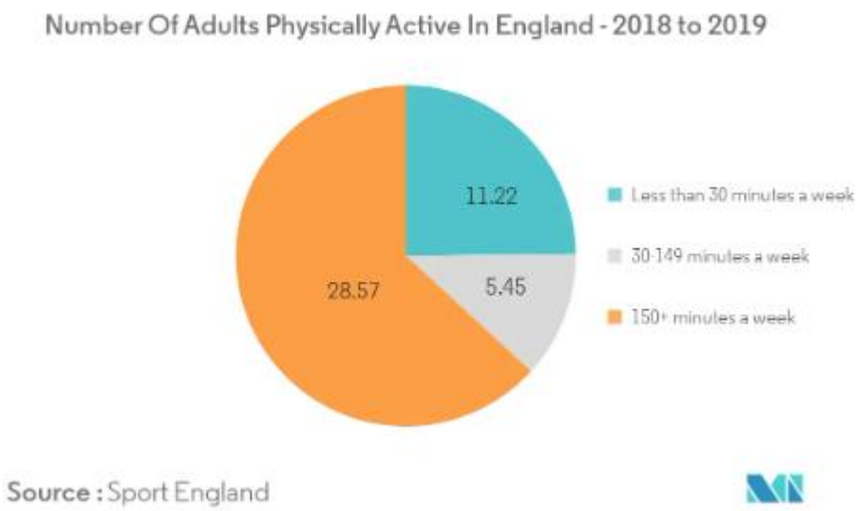
Alcance del informe

El mercado global de productos deportivos con licencia está segmentado por tipo de producto en prendas de vestir, calzado, mochilas, sombreros y otros tipos de productos. El mercado también está segmentado por canal de distribución en tiendas especializadas, canal en línea y otros canales de distribución. El mercado también ha sido segmentado por geografía, segmentado en América del Norte, Europa, Asia-Pacífico, América del Sur y Medio Oriente y África.

Tendencias clave del mercado

Aumento de la participación deportiva

Hubo un crecimiento en la participación de los deportes en la última década, debido a la creciente conciencia de la salud que llevó a una mayor actividad física, junto con la demanda de más entretenimiento. La expansión geográfica de diferentes deportes a varias regiones y la creciente cobertura mediática de diferentes deportes también ha impulsado el crecimiento del mercado. El inicio de múltiples ligas deportivas y el aumento de la participación de los fanáticos ha convertido al sector deportivo en una potencia de avenidas sin mapear e innumerables oportunidades. Se espera que la participación de los jóvenes desde el principio asegure que la industria del deporte siga creciendo. Dado que la creciente población es parte de la clase trabajadora, es más probable que una parte significativa de ellos participe en deportes y actividad física como parte de la actividad recreativa, lo que nuevamente se asocia con los patrones de estilo de vida cambiantes. Los deportes de resistencia también han allanado una plataforma sólida para que los entusiastas comprendan las variedades de artículos deportivos, acelerando así el mercado.



América del Norte tiene una participación destacada

El mercado de artículos deportivos se encuentra estancado. La región tiene una participación destacada en el mercado. La creciente popularidad de varios juegos en la región y la participación de los jóvenes han impulsado el crecimiento del mercado. El acceso a los bienes también impulsa el consumo en la región. La facilidad de acceso está indisolublemente ligada a los teléfonos inteligentes que brindan a los consumidores una herramienta móvil que no conoce fronteras. La mayor visibilidad de los juegos a través de diferentes medios ha sido fundamental para el crecimiento del mercado durante los últimos años. El patrocinio de celebridades sigue siendo una forma importante de promoción de marca. Nike está colaborando con el icono del diseñador Virgil Abloh. Adidas tiene a la cantante Beyonce diseñando zapatos y ropa. Puma tiene a la estrella de cine Selena Gomez usando su marca y publicando sobre ella en su cuenta de Instagram.



Panorama competitivo

El mercado global de productos deportivos con licencia es un mercado fragmentado con la presencia de varios jugadores importantes que operan en todo el mundo. Las ventas fuera de línea son las principales ventas de las empresas. Sin embargo, la creciente popularidad de los jugadores minoristas en línea está poniendo más atención en los canales en línea. Los jugadores en asociación con varios equipos y jugadores están promocionando sus productos.





2.3.2. Un sorprendente mercado[2]

El mercado de la ropa deportiva facturará en el mundo, US$772.000 millones en 2032.

La ropa deportiva es una prenda de utilidad para atletas y personas que participan en deportes y actividades de "fitness". Ayuda a mejorar el rendimiento de quienes la utilizan debido a sus diversas ventajas, como una mejor función de absorción de sudor, características de doble estiramiento, una mejor adherencia y un secado rápido de las prendas.

[2] Por Santiago Rodriguez Diario LA REPUBLICA - https://www.larepublica.co/analisis/santiago-gutierrez-3755610/un-sorprendente-mercado-3755442

Este segmento de ropa crece gracias al aumento en la conciencia de una mejor salud y el interés en el deporte, y hemos visto ya, como la participación en actividades deportivas y el enfoque hacia un estilo de vida activo impulsan su demanda, especialmente entre la generación más joven. Esto se ve respaldado por un aumento en los ingresos disponibles para consumo de aquella generación.

El tamaño del mercado global de ropa deportiva se valoró en US$425.500 millones en 2022 y se proyecta que alcance los US$771.800 millones para 2032, con un crecimiento anual compuesto de 6,2% desde 2023 hasta 2032.

Según el estudio de Allied Market Research, "el mercado global de ropa deportiva se impulsa por factores como el creciente interés por la salud y el estado físico entre la población mundial, junto con la introducción de nuevos productos de ropa deportiva con diseños únicos que captan el interés de los consumidores globales".

El mercado del "athleisure" sigue creciendo rápidamente, ya que los consumidores lo utilizan tanto para hacer ejercicio como para su tiempo libre en casa. Esto brinda excelentes oportunidades para las marcas que pueden ofrecer prendas versátiles que sirvan para ambas ocasiones.

Sin embargo, el mercado del "athleisure" es muy fragmentado, y las marcas a menudo se pierden en la competencia. Esto hace que sea difícil conectar con los consumidores y construir una base de clientes leales. Una estrategia interesante podría ser la de buscar asociaciones con minoristas o marcas más conocidas, pero no participantes de este mercado especifico.

Según el estudio realizado por Store Mintel cerca de 43% de la población de Estados Unidos tanto masculina como femenina, cuentan con casi la mitad de su ropero en prendas deportivas, así mismo el estudio también confirma, que el 63% de sus clientes prioriza, el desarrollo de una actividad deportiva, con sus vestimentas y atuendos apropiados para ello.

Por otro lado, el aumento de las preocupaciones ambientales y el incremento en los precios de las materias primas son los principales desafíos para los actores que operan este mercado. Sin embargo, se espera que este, presente oportunidades de negocio atractivas debido a los cambios en los estilos de vida de los consumidores y el aumento de la penetración del comercio minorista en línea. Los consumidores están volviéndose mas conscientes de la salud debido al estrés relacionado con el trabajo y los trastornos del estilo de vida.

La pandemia de covid-19 paralizó todos los principales deportes en el mundo, como el fútbol, el cricket, el rugby y el hockey. El brote de esa pandemia obligó además a los gobiernos a implantar estrictos confinamientos, normas de distanciamiento social, restricciones de viaje y cancelación de todos los eventos deportivos en todo el planeta. Todos los clubes deportivos y centros de entrenamiento estuvieron cerrados durante mucho tiempo y se obligó a las personas a quedarse en casa para contener la propagación del coronavirus. Pero afortunadamente la pandemia cedió y el mundo volvió a su actividad "normal".

Para un futuro próximo de cinco años, en el mercado se tiene la imagen que Asia Pacifico se vislumbra como un lugar clave para la ropa deportiva, respaldado por una amplia población y una alta participación en actividades deportivas especialmente en India y China. Se espera que las zapatillas de tenis lideren la adopción mundial, destacándose -también- como calzado de estilo de vida en países como Estados Unidos, Canadá y algunos europeos.

2.3.3. Artículos deportivos 2022: La nueva normalidad ya está aquí[3]

[3] Por Sabine Becker, Achim Berg, Sajal Kohli, y Alexander Thiel - https://www.mckinsey.com/featured-insights/destacados/articulos-deportivos-2022-la-nueva-normalidad-ya-esta-aqui/es-ES

La industria de los artículos deportivos sigue evolucionando en medio de una mayor conciencia sobre la salud, un cambio en las preferencias de los canales y las crecientes preocupaciones por la sostenibilidad. Los participantes del sector deben adaptarse a las cinco tendencias que lo marcarán en 2022.

Aunque la pandemia de la COVID-19 sigue afectando a los negocios en todo el mundo, la industria de los artículos deportivos ha conseguido volver a los niveles de crecimiento anteriores a la COVID-19 en medio de unas circunstancias económicas difíciles. Durante 2020, los ejecutivos de este sector se enfocaron en tres tendencias clave: los cambios en el consumo, el salto digital y las disrupciones en la industria. En 2021, estas tendencias continuaron, en algunos casos se aceleraron o tomaron nuevos giros interesantes. Dado que muchas personas siguen trabajando desde casa, el *athleisure* [prendas informales diseñadas tanto para hacer ejercicio como para uso general, según el diccionario Merriam Webster] ha ganado más terreno, reflejando nuevas actitudes hacia la ropa de trabajo tradicional. La mayor conciencia sobre la salud ha dado a muchas personas una nueva perspectiva sobre el deporte y la forma física en general. El comercio electrónico ha prosperado, ya que los consumidores siguen comprando en línea, incluso cuando las medidas de confinamiento han disminuido. Las formas digitales de ejercicio y actividad física individual o comunitaria se han hecho más populares y han creado nuevas posibilidades para las empresas de artículos deportivos. Mientras tanto, la sostenibilidad es más importante que nunca, con la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático COP26 enfatizando la necesidad de que las compañías aumenten sus esfuerzos para descarbonizar, mientras buscan diferenciar sus ofertas.

"Personalmente, estoy más emocionado que nunca de trabajar para una empresa deportiva. Todos sabemos que el deporte es un gran impulsor de la salud, y como industria tenemos el poder de cambiar vidas para bien".
Kasper Rørsted, director general, Adidas

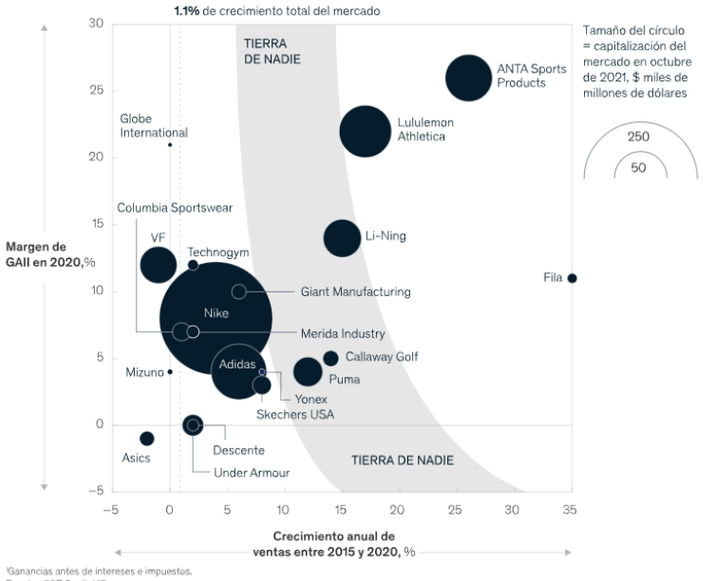
Situación del sector

Al inicio de la pandemia, las empresas de artículos deportivos, con pocas excepciones, experimentaron una importante caída en las ventas, así como un estrechamiento de los márgenes. Estos cambios condujeron a una bifurcación de los resultados (Gráfica 1).

Grafica 1

La pandemia de la COVID-19 creó un cambio a la baja en el mercado de artículos deportivos, provocando una bifurcación en los resultados

Margen GAII[1] en 2020 y crecimiento de las ventas entre 2015 y 2020 para los participantes seleccionados



[1]Ganancias antes de intereses e impuestos.
Fuente: S&P Capital IQ.

McKinsey & Company

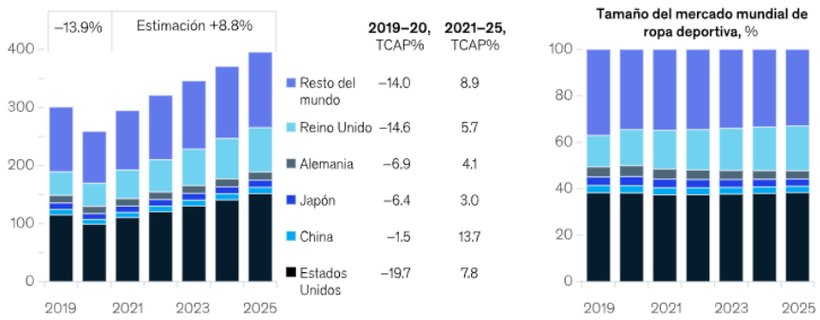
Antes de la pandemia, la mayoría de las empresas que cotizan en bolsa registraban un crecimiento de las ganancias antes de intereses e impuestos de entre el 8 y el 15 por ciento, así como un crecimiento en las ventas anuales de entre el 5 y el 10 por ciento. En 2020, algunas empresas especializadas fueron capaces de salir adelante, con márgenes y crecimiento de las ventas superiores al 15 por ciento. Aun así, la mayoría de las empresas de artículos deportivos siguieron obteniendo beneficios económicos por encima de la media.[4] En 2021, la industria de artículos deportivos experimentó una amplia recuperación. A nivel global, el mercado de la ropa deportiva en 2021 recuperó casi por completo las ventas que tenía antes de la crisis de la COVID-19, impulsado por los consumidores de China (23 por ciento de crecimiento en comparación con 2020) y Estados Unidos (15 por ciento). En general, el 14 por ciento de crecimiento interanual en 2021 será más del doble de la tasa de crecimiento anual promedio (TCAP) entre 2015 y 2019 (5 por ciento)[5].

"Los dos últimos años se han sentido como deportes de rendimiento para muchos de nosotros: esta es la nueva realidad. Hemos experimentado un gran cambio comparable al de la década de 1920, cuando Coco Chanel liberó a las mujeres de los corsés".
David Allemann, cofundador, On

En los próximos 12 meses, esperamos que continúen los vientos favorables observados en 2021, a pesar de cierta incertidumbre causada por las nuevas variantes del virus, como la Ómicron, y otro endurecimiento de las restricciones. De hecho, las perspectivas a mediano plazo son positivas, ya que se espera que el mercado mundial de ropa deportiva crezca entre un 8 y un 10 por ciento al año hasta 2025, pasando de €295,000 millones de euros en 2021 a €395,000 millones de euros en 2025 (Gráfica 2)[6]. A medida que más personas se comprometen a llevar una vida más sana y activa, las compañías de artículos deportivos tienen la oportunidad de explorar nuevas áreas de crecimiento.

Se prevé que el mercado mundial de artículos deportivos crezca hasta los €395,000 millones de euros en 2025

Tamaño del mercado mundial de ropa deportiva, miles de millones de euros



Fuente: Euromonitor

McKinsey & Company

"Durante la pandemia, lo digital era la única forma de conectarse. Ahora, es completamente normal".
Caio Amato, líder de marca, Oakley

Tendencias que marcarán el sector en 2022

Esta segunda edición de nuestro informe confirma las tendencias que presentamos el año pasado. Además, explora una nueva y emocionante selección de tendencias que están preparadas para dar forma a las fortunas de la industria durante 2022 (Gráfica 3).

[4] S&P Capital IQ.

[5] Euromonitor International.

[6] Euromonitor International.



"Estamos convencidos de que el aprecio por los deportes y por una vida activa está intrínsecamente ligado a la conservación de este planeta".
David Allemann, cofundador, On

Nuestra investigación sugiere cinco temas clave que reflejan la situación actual: el crecimiento continuo de lo digital, una aceleración de la sostenibilidad, una conexión más estrecha entre las redes sociales y el comercio, la remodelación de los canales de distribución y un imperativo para las nuevas estrategias de la cadena de suministro. Ninguna de estas tendencias es nueva, pero en el último año han cobrado aún más importancia, ampliando la brecha entre los distintos actores de la industria, con los beneficios económicos concentrándose cada vez más en un pequeño grupo de participantes. La consecuencia es que algunos participantes del sector deben adaptar rápidamente sus modelos de negocio. En cada tema, presentamos estrategias que pueden ayudarles a hacerlo.

1. *Actitudes y comportamientos en evolución*: Los consumidores seguirán siendo activos de formas nuevas y diferentes en 2022, en medio de una creciente conciencia sobre la salud y un mayor compromiso con el ejercicio digital y dirigido por la comunidad, a menudo fuera de los lugares de deporte tradicionales, pero también como parte del ejercicio tradicional basado en el gimnasio en casa. En cuanto al gasto futuro, nuestro informe revela que las generaciones más jóvenes y los consumidores de China, India y Estados Unidos son, en general, más optimistas que las generaciones de más edad y los consumidores de otras zonas geográficas en términos de gasto. Los artículos deportivos son una de las categorías en las que planean derrochar, una indicación positiva de que los vientos favorables de 2021 continuarán en 2022, al menos para los actores de la industria que siguen el ritmo de las crecientes expectativas de los consumidores.

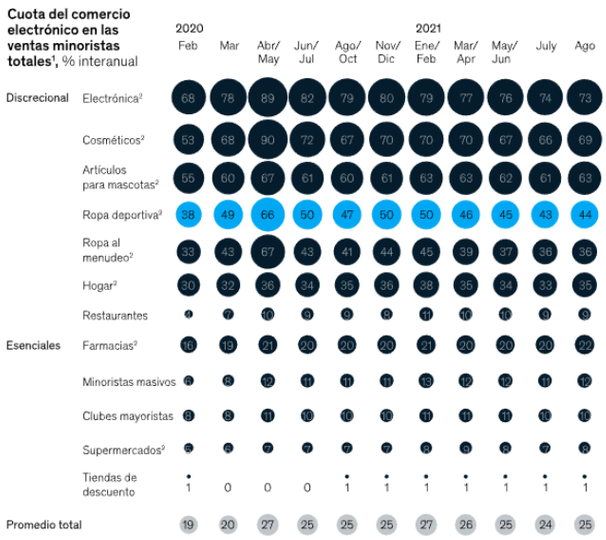
2. *De las redes sociales al comercio social y los ecosistemas digitales*: Las redes sociales siguen siendo una plataforma eficaz para que los *influencers* y las comunidades digitales fomenten una conexión más estrecha entre los consumidores y el comercio, y los principales participantes están aprovechando esta tendencia creciente. Las compañías que fueron capaces de agilizar esta conexión entre la participación y las ventas en 2021 pudieron aumentar las utilidades de forma significativa e, incluso, crear ecosistemas digitales de participación de los consumidores —que abarcan desde el sitio web de la empresa hasta su propia aplicación móvil y tiendas minoristas—, utilizando los datos generados para informar a áreas como el desarrollo de productos y la planeación de la demanda. Y el espacio de las redes sociales sigue evolucionando: el uso del *livestreaming* como herramienta de promoción y como canal de compra está ahora bien establecido en Asia y se espera que se extienda por todo el mundo. Los primeros en adoptarlo, entre los fabricantes de artículos deportivos, están tratando de afianzarse en la arena del "metaverso", y se espera que otros sigan su ejemplo.

3. *El imperativo de la sostenibilidad*: La pandemia y la COP26 han contribuido a acelerar la conciencia de la gente en torno a la sostenibilidad, incluida la demanda de productos más sostenibles. A medida que aumentan las expectativas de los consumidores en este ámbito, el rasero para que las empresas se diferencien está subiendo rápidamente. Las empresas líderes se enfocarán aún más en los materiales sostenibles, los modelos de negocio circulares y en ayudar a los consumidores a tomar decisiones que reflejen sus valores.

4. *El futuro de los canales*: El año pasado se reforzó la importancia de los canales digitales, incluso cuando las tiendas físicas empezaron a reabrir (Gráfica 4). Observamos que los participantes cambian hacia la oferta de modelos directos al consumidor (DTC, o *direct to consumer*), creando una mayor presencia en línea y consolidando su modelo de socios minoristas. En 2022, las empresas tendrán que aprovechar al máximo sus puntos fuertes. Los nuevos participantes priorizarán los modelos DTC y seguirán centrándose en asociarse con socios minoristas selectos. Mientras tanto, las tiendas minoristas tratarán de establecer una clara ventaja para las marcas con el fin de evitar que se vayan. Sin embargo, las marcas que se marchen abrirán espacio para que se instalen otras más pequeñas. Muchos actores reutilizarán las ubicaciones físicas como elementos impulsados por la experiencia y el servicio de una oferta omnicanal.

5. *Resolver el rompecabezas de la cadena de suministro*: La volatilidad de la demanda, los cuellos de botella en la producción, el aumento de los costos de las materias primas y el transporte, y el caos logístico están causando una gran confusión en las cadenas de suministro mundiales (Gráfica 5). Al mismo tiempo, los consumidores siguen esperando una entrega rápida y cómoda. Los participantes deberán revisar sus cadenas de suministro estratégicamente para estar mejor preparados para un futuro incierto.

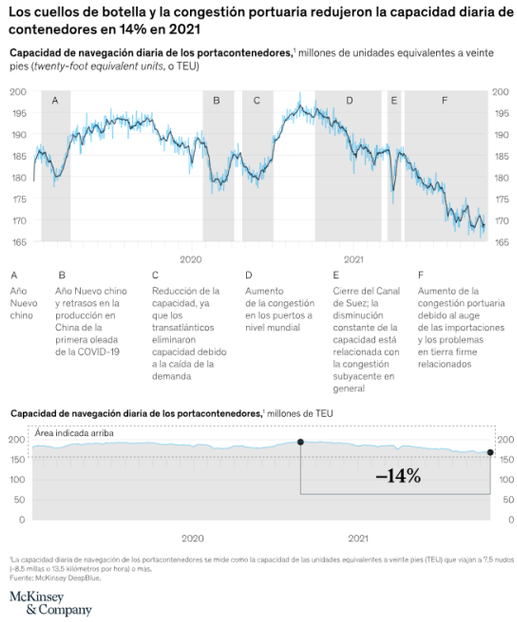
La penetración digital en la ropa deportiva se ha mantenido en torno al 45% en los últimos dos años



[1]Crecimiento interanual para marzo-agosto de 2021 en relación con la estimación de marzo-agosto de 2020 si no se hubiera producido la COVID-19. Previsión del gasto de marzo-agosto de 2020 calculada mediante el crecimiento del gasto de febrero-agosto de 2020 por la misma tasa de crecimiento de un mes observada para febrero-agosto de 2019. Excluye las ventas de ropa y accesorios, automotriz, belleza, electrónica, alimentación, mejora del hogar, hogar y muebles, suministros para mascotas, y deportes y actividades al aire libre, ya que estas categorías están incluidas en las filas siguientes.
[2]Incluye las ventas de Amazon.
Fuente: Datos de gasto con tarjeta de crédito de Affinity para febrero de 2019-agosto de 2021; datos de gasto en Amazon de Stackline para febrero de 2019-agosto de 2021.

McKinsey & Company

"El impulso hacia las ventas en línea nos ha dado mucha más información sobre nuestros consumidores que antes, cuando la mayor parte de nuestro negocio se hacía a través de los minoristas".
Duncan Scott, vicepresidente sénior de suministro estratégico y calidad, New Balance



Las tendencias cambiantes que el sector de los artículos deportivos experimentó en 2021 probablemente se consolidarán aún más en 2022, y la incertidumbre se convertirá en la nueva realidad. En este entorno desafiante, abundan los riesgos y las oportunidades. Los actores más exitosos serán probablemente aquellos que puedan adaptarse con flexibilidad y alinearse audazmente con las nuevas tendencias a medida que surjan.

"Con la COVID-19, seguiremos viendo disrupciones tanto en la demanda como en la oferta durante los próximos tres a cinco años. Necesitamos un colchón adicional".
Duncan Scott, vicepresidente sénior de suministro estratégico y calidad, New Balance

2.4. ASPECTOS ECONÓMICOS

2.4.1. PRINCIPALES INDICADORES ECONOMICOS

Cuadro resumen: principales indicadores económicos

Variable	Periodicidad	Unidades	Fecha último dato	Último dato disponible	Dato anterior	Un año atrás
PIB (precios constantes) 1/	Trimestral	Var. % anual	dic-25	2,22	3,61	2,33
Índice de producción industrial (IPI) 2/	Mensual	Var. % anual	dic-25	-0,58	0,67	1,87
Tasa de desempleo GEIH 3/	Mensual	%	dic-25	7,98	7,02	9,13
Inflación al consumidor (IPC) 4/	Mensual	Var. % anual	ene-26	5,35	5,10	5,22
TRM (viernes) 5/	Diaria	Pesos	feb-13-26	$ 3.665,78	$ 3.691,75	$ 4.161,46
Tasas de interés						
Tasa de intervención			feb-02-26*	10,25	9,25**	9,50
DTF 6/	Semanal		feb-13-26	9,45	9,28	9,27
Agregados monetarios* **						
Base monetaria	Semanal	Var. % anual	ene-30-26	14,27	12,60	13,94
M3 7/	Semanal	Var. % anual	ene-30-26	12,14	11,04	6,84
Cartera * **						
En moneda total	Semanal	Var. % anual	ene-30-26	8,19	7,91	3,16
En moneda legal	Semanal	Var. % anual	ene-30-26	8,64	8,39	2,86
En moneda extranjera 8/	Semanal	Var. % anual	ene-30-26	3,26	2,72	10,54
Sector externo						
Cuenta corriente	Trimestral	US$ millones % PIB	sep-25	-2.853,03 -2,40	-2.426,15 -2,30	-1.602,63 -1,50
Deuda externa	Mensual	US$ millones % PIB	nov-25	238.720,62 54,81	239.153,63 54,91	221.240,62 53,37
Saldo de reservas internacionales netas 9\ (p)	Mensual	US$ millones	ene-26	66.929,82	66.352,30	62.798,75
Situación fiscal: superávit (+) o déficit (-)						
SPC 10/	Trimestral	% PIB	sep-25	-1,51	-1,29	-0,51
GNC	Trimestral	% PIB	sep-25	-0,32	-1,68	-0,92

* Fecha de entrada en vigencia de la modificación.

2.4.2. POR EL LADO DE LA OFERTA

2.4.2.1. PIB desde el enfoque de la producción

El Producto Interno Bruto crece 2,6% en el año 2025pr respecto al año 2024p (ver tabla 1); 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 2025pr, el Producto Interno Bruto en su serie original, crece 2,3% respecto al mismo periodo de 2024p (ver tabla 1). 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%.

Tabla 1. Valor agregado por actividad económica
Tasas de crecimiento en volumen[1]
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
Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca	3,1	-0,4	-2,6
Explotación de minas y canteras	-6,2	-2,9	1,2
Industrias manufactureras	1,9	1,0	-1,6
Suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado[2]	1,1	2,9	0,8
Construcción	-2,8	-2,6	-1,5
Comercio al por mayor y al por menor[3]	4,6	3,4	1,6
Información y comunicaciones	1,0	-1,2	-2,0
Actividades financieras y de seguros	2,8	0,7	-2,4
Actividades inmobiliarias	2,0	1,9	0,4
Actividades profesionales, científicas y técnicas[4]	1,3	1,5	0,4
Administración pública, defensa, educación y salud[5]	4,5	4,8	0,2
Actividades artísticas, de entretenimiento y recreación y otras actividades de servicios[6]	9,9	11,5	4,6
Valor agregado bruto	**2,7**	**2,3**	**-0,1**
Impuestos menos subvenciones sobre los productos	2,5	2,5	0,6
Producto Interno Bruto	**2,6**	**2,3**	**0,1**

Fuente: DANE, PIB_T

2.4.2.2. PIB desde el enfoque del Gasto

Desde el enfoque del gasto, el crecimiento del Producto Interno Bruto es de 2,6% en el año 2025pr se explica por los siguientes comportamientos (ver tabla 14): • Gasto en consumo final crece 4,2%. • Formación bruta de capital crece 2,1%. • Exportaciones crecen 1,8%. • Importaciones crecen 8,4%.
En el cuarto trimestre de 2025pr, el Producto Interno Bruto en su serie original crece 2,3% respecto al mismo periodo de 2024p. Esta dinámica se explica por los siguientes comportamientos del componente del gasto (ver tabla 14): • Gasto en consumo final crece 3,8%. • Formación bruta de capital decrece 9,3%. • Exportaciones crecen 1,2%. • Importaciones crecen 1,4%.
Respecto al trimestre inmediatamente anterior, el Producto Interno Bruto crece en 0,1%, en su serie ajustada por efecto estacional y calendario. Cuando se observa el comportamiento de sus componentes: • Gasto en consumo final crece 0,4%. • Formación bruta de capital decrece 8,9%. • Exportaciones crecen 1,2%. • Importaciones decrecen 4,5%.

Tabla 14. Componentes del gasto
Tasas de crecimiento en volumen[1]
Cuarto trimestre 2025pr

Componentes del gasto	Tasas de crecimiento (%)		
	Serie original		Serie ajustada por efecto estacional y calendario
	Año total	Anual	Trimestral
	2025pr/ 2024p	2025pr-IV / 2024p-IV	2025pr-IV / 2025pr-III
Gasto de consumo final[2]	4,2	3,8	0,4
Formación bruta de capital[3]	2,1	-9,3	-8,9
Exportaciones	1,8	1,2	1,2
Importaciones	8,4	1,4	-4,5
Producto Interno Bruto	**2,6**	**2,3**	**0,1**

Fuente: DANE, PIB_T

2.4.2.3. Gasto de consumo final

Para el año 2025pr el gasto de consumo final crece 4,2%, respecto al año 2024p. Los componentes del gasto que explican este comportamiento son (ver tabla 15): • Gasto de consumo final individual de los hogares crece 3,6%. • Gasto de consumo final del gobierno general crece 7,1%.
En el cuarto trimestre de 2025pr el gasto de consumo final crece 3,8% en su serie original, respecto al mismo periodo de 2024p. Los componentes del gasto que explican este comportamiento son: • Gasto de consumo final individual de los hogares crece 3,1%. • Gasto de consumo final del gobierno general crece 5,9%.
Respecto al trimestre inmediatamente anterior, el gasto de consumo final crece en 0,4% en su serie ajustada por efecto estacional y calendario. Cuando se observa el comportamiento de sus componentes: • Gasto de consumo final individual de los hogares crece 0,2%. • Gasto de consumo final del gobierno general crece 1,6%.

Tabla 15. Gasto de consumo final
Tasas de crecimiento en volumen[1]
Cuarto trimestre 2025[Pr]

Componentes del gasto de consumo final	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
Gasto de consumo final individual de los hogares[2 3]	3,6	3,1	0,2
Gasto de consumo final del gobierno general	7,1	5,9	1,6
Gasto de consumo final	**4,2**	**3,8**	**0,4**

Fuente: DANE, PIB_T

2.4.2.4. Exportaciones

Para el año 2025pr, las exportaciones crecen 1,8%, respecto al año 2024p. En el cuarto trimestre de 2025pr, las exportaciones crecen 1,2% en su serie original, respecto al mismo periodo de 2024p. Para la serie ajustada por efecto estacional y calendario, las exportaciones crecen 1,2%, respecto al trimestre inmediatamente anterior (ver tabla 17).

Tabla 17. Exportaciones
Tasas de crecimiento en volumen[1]
Cuarto trimestre 2025[Pr]

Componente del gasto	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
Exportaciones	**1,8**	**1,2**	**1,2**

Fuente: DANE, PIB_T

2.4.2.5. Importaciones

Para el año 2025pr, las importaciones crecen 8,4%, respecto al año 2024p. En el cuarto trimestre de 2025pr, las importaciones crecen 1,4% en su serie original, respecto al mismo periodo de 2024p. Para la serie ajustada por efecto estacional y calendario, las importaciones decrecen 4,5%, respecto al trimestre inmediatamente anterior.

Tabla 18. Importaciones
Tasas de crecimiento en volumen[1]
Cuarto trimestre 2025[Pr]

Componente del gasto	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
Importaciones	**8,4**	**1,4**	**-4,5**

Fuente: DANE, PIB_T

2.4.2.6. 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%.

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

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%.

2.4.2.7. Industrias manufactureras

Para el año 2025pr, el valor agregado de explotación de las industrias manufactureras crece 1,9%, respecto al año 2024p. Esta dinámica se explica por los siguientes comportamientos (ver tabla 4): • Elaboración de productos alimenticios; elaboración de bebidas; elaboración de productos de tabaco crece 3,2%. • Fabricación de productos textiles; confección de prendas de vestir; curtido y recurtido de cueros; fabricación de calzado; fabricación de artículos de viaje, maletas, bolsos de mano y artículos similares, y fabricación de artículos de talabartería y guarnicionería; adobo y teñido de pieles crece 5,9%. • Transformación de la madera y fabricación de productos de madera y de corcho, excepto muebles; fabricación de artículos de cestería y espartería; fabricación de papel, cartón y productos de papel y de cartón; actividades de impresión; producción de copias a partir de grabaciones originales decrece 1,4%. • Coquización, fabricación de productos de la refinación del petróleo y actividad de mezcla de combustibles; fabricación de sustancias y productos químicos; fabricación de productos farmacéuticos, sustancias químicas medicinales y productos botánicos de uso farmacéutico; fabricación de productos de caucho y de plástico; fabricación de otros productos minerales no metálicos crece 1,6%. • Fabricación de productos metalúrgicos básicos; fabricación de productos elaborados de metal, excepto maquinaria y equipo;

fabricación de aparatos y equipo eléctrico; fabricación de productos informáticos, electrónicos y ópticos; fabricación de maquinaria y equipo n.c.p.; fabricación de vehículos automotores, remolques y semirremolques; fabricación de otros tipos de equipo de transporte; instalación, mantenimiento y reparación especializado de maquinaria y equipo decrece 3,5%. • Fabricación de muebles, colchones y somieres; otras industrias manufactureras crece 6,3%.

En el cuarto trimestre de 2025pr, el valor agregado de las industrias manufactureras crece 1,0% en su serie original, respecto al mismo periodo de 2024p. Esta dinámica se explica por los siguientes comportamientos (ver tabla 4): • Elaboración de productos alimenticios; elaboración de bebidas; elaboración de productos de tabaco crece 0,6%. • Fabricación de productos textiles; confección de prendas de vestir; curtido y recurtido de cueros; fabricación de calzado; fabricación de artículos de viaje, maletas, bolsos de mano y artículos similares, y fabricación de artículos de talabartería y guarnicionería; adobo y teñido de pieles crece 4,1%. • Transformación de la madera y fabricación de productos de madera y de corcho, excepto muebles; fabricación de artículos de cestería y espartería; fabricación de papel, cartón y productos de papel y de cartón; actividades de impresión; producción de copias a partir de grabaciones originales decrece 2,8%. • Coquización, fabricación de productos de la refinación del petróleo y actividad de mezcla de combustibles; fabricación de sustancias y productos químicos; fabricación de productos farmacéuticos, sustancias químicas medicinales y productos botánicos de uso farmacéutico; fabricación de productos de caucho y de plástico; fabricación de otros productos minerales no metálicos crece 2,8%. • Fabricación de productos metalúrgicos básicos; fabricación de productos elaborados de metal, excepto maquinaria y equipo; fabricación de aparatos y equipo eléctrico; fabricación de productos informáticos, electrónicos y ópticos; fabricación de maquinaria y equipo n.c.p.; fabricación de vehículos automotores, remolques y semirremolques; fabricación de otros tipos de equipo de transporte; instalación, mantenimiento y reparación especializado de maquinaria y equipo decrece 4,9%. • Fabricación de muebles, colchones y somieres; otras industrias manufactureras crece 5,7%.

Tabla 4. Industrias manufactureras
Tasas de crecimiento en volumen[1]
Cuarto trimestre 2025pr

Actividad económica	Tasas de crecimiento (%)		
	Serie original		Serie ajustada por efecto estacional y calendario
	Año total	Anual	Trimestral
	2025pr/ 2024p	2025pr-IV / 2024p-IV	2025pr-IV / 2025pr-III
Elaboración de productos alimenticios[2]	3,2	0,6	-1,4
Fabricación de productos textiles[3]	5,9	4,1	-1,7
Transformación de la madera y fabricación de productos de madera y de corcho, excepto muebles[4]	-1,4	-2,8	-1,9
Coquización, fabricación de productos de la refinación del petróleo y actividad de mezcla de combustibles[5]	1,6	2,8	-1,3
Fabricación de productos metalúrgicos básicos[6]	-3,5	-4,9	-1,1
Fabricación de muebles, colchones y somieres; otras industrias manufactureras	6,3	5,7	-2,1
Industrias manufactureras	**1,9**	**1,0**	**-1,6**

Fuente: DANE, PIB_T

Respecto al trimestre inmediatamente anterior en su serie ajustada por efecto estacional y calendario, el valor agregado de las industrias manufactureras decrece en 1,6%, cuando se observa el comportamiento de las actividades económicas relacionadas: • Elaboración de productos alimenticios; elaboración de bebidas; elaboración de productos de tabaco decrece 1,4%. • Fabricación de productos textiles; confección de prendas de vestir; curtido y recurtido de cueros; fabricación de calzado; fabricación de artículos de viaje, maletas, bolsos de mano y artículos similares, y fabricación de artículos de talabartería y guarnicionería; adobo y teñido de pieles decrece 1,7%. • Transformación de la madera y fabricación de productos de madera y de corcho, excepto muebles; fabricación de artículos de cestería y espartería;

fabricación de papel, cartón y productos de papel y de cartón; actividades de impresión; producción de copias a partir de grabaciones originales decrece 1,9%. • Coquización, fabricación de productos de la refinación del petróleo y actividad de mezcla de combustibles; fabricación de sustancias y productos químicos; fabricación de productos farmacéuticos, sustancias químicas medicinales y productos botánicos de uso farmacéutico; fabricación de productos de caucho y de plástico; fabricación de otros productos minerales no metálicos decrece 1,3%. • Fabricación de productos metalúrgicos básicos; fabricación de productos elaborados de metal, excepto maquinaria y equipo; fabricación de aparatos y equipo eléctrico; fabricación de productos informáticos, electrónicos y ópticos; fabricación de maquinaria y equipo n.c.p.; fabricación de vehículos automotores, remolques y semirremolques; fabricación de otros tipos de equipo de transporte; instalación, mantenimiento y reparación especializado de maquinaria y equipo decrece 1,1%. • Fabricación de muebles, colchones y somieres; otras industrias manufactureras decrece 2,1%.

2.4.3. LA DEVALUACIÓN DE LA MONEDA[7]

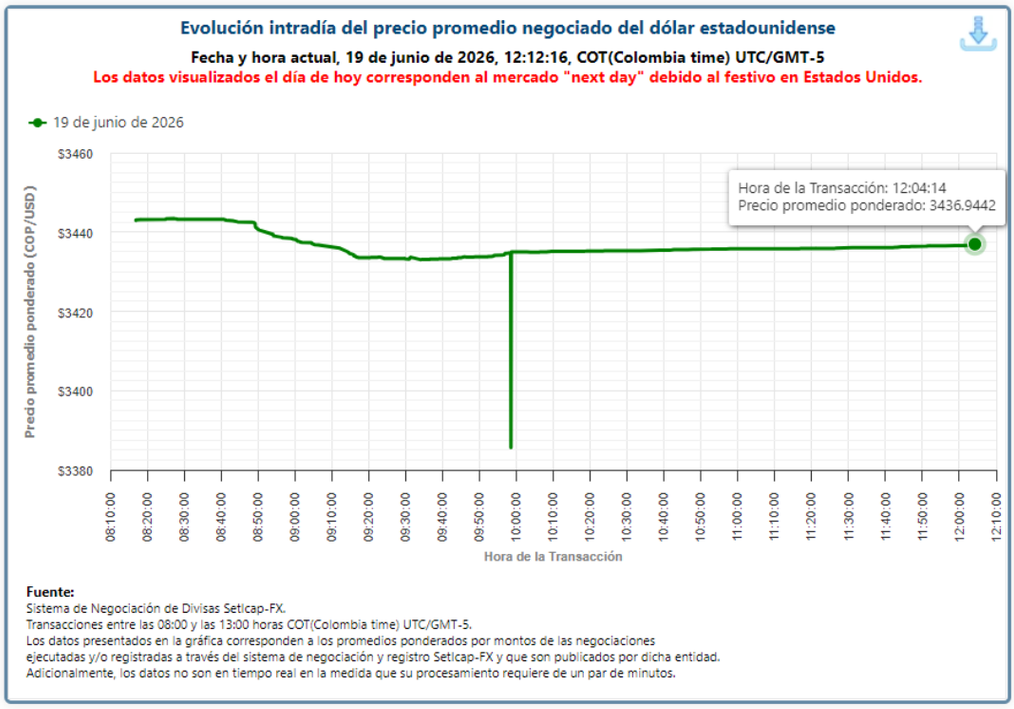
La tasa de cambio representativa del mercado (TRM) es la cantidad de pesos colombianos por un dólar de los Estados Unidos (antes del 27 de noviembre de 1991 la tasa de cambio del mercado colombiano estaba dada por el valor de un certificado de cambio).

Cuadro 4. Comportamiento de la inflación y tipo de cambio

Periodo	Medidas de inflación				Tasa de cambio y devaluación		
	Meta de inflación 1/	Inflación al consumidor (IPC)	Inflación básica (IPC sin alimentos)4/	Inflación del productor (IPP) 3/	TRM 5/	Devaluación nominal 5/	Devaluación real 2/
2000	10,00	8,75	8,92	11,04	2.229,18	18,97	6,74
2001	8,00	7,65	6,48	6,93	2.291,18	2,78	-5,11
2002	6,00	6,99	5,42	9,28	2.864,79	25,04	13,77
2003	5,50	6,49	6,98	5,72	2.778,21	-3,02	4,31
2004	5,50	5,50	5,48	4,64	2.389,75	-13,98	-10,90
2005	5,00	4,85	4,23	2,06	2.284,22	-4,42	-2,50
2006	4,50	4,48	4,10	5,54	2.238,79	-1,99	0,12
2007	4,00	5,69	4,66	1,27	2.014,76	-10,01	-0,66
2008	4,00	7,67	5,35	9,00	2.243,59	11,36	-2,74
2009	5,00	2,00	3,09	-2,18	2.044,23	-8,89	-2,75
2010	3,00	3,17	3,00	4,37	1.913,98	-6,37	-3,91
2011	3,00	3,73	3,39	5,51	1.942,70	1,50	-1,06
2012	3,00	2,44	2,67	-2,95	1.768,23	-8,98	-2,76
2013	3,00	1,94	2,46	-0,49	1.926,83	8,97	6,15
2014	3,00	3,66	3,28	6,33	2.392,46	24,17	7,52
2015	3,00	6,77	5,25	9,57	3.149,47	31,64	13,71
2016	3,00	5,75	5,51	1,62	3.000,71	-4,72	-7,44
2017	3,00	4,09	5,03	1,85	2.984,00	-0,56	4,71
2018	3,00	3,18	3,51	3,09	3.249,75	8,91	-0,91
2019	3,00	3,80	3,45	4,66	3.277,14	0,84	0,64
2020	3,00	1,61	1,03	1,65	3.432,50	4,74	4,72
2021	3,00	5,62	3,44	18,63	3.981,16	15,98	9,13
2022	3,00	13,12	9,99	19,18	4.810,20	20,82	5,16
2023	3,00	9,28	10,33	-0,79	3.822,05	-20,54	-17,97
2024	3,00	5,20	5,65	5,76	4.409,15	15,36	1,73
2025	3,00	5,10	5,11	-1,85	3.757,08	-14,79	-8,71
		Información mensual				Información mensual	
feb-25	3,00	5,28	5,44	4,66	4.120,11	4,69	-0,63
mar-25	3,00	5,09	5,19	4,48	4.192,57	9,12	-0,13
abr-25	3,00	5,16	5,29	4,14	4.198,83	8,40	5,06
may-25	3,00	5,05	5,13	3,59	4.148,72	7,08	3,87
jun-25	3,00	4,82	4,94	2,07	4.069,67	-1,89	-0,14
jul-25	3,00	4,90	4,89	2,53	4.179,69	2,22	-1,51
ago-25	3,00	5,10	4,85	3,90	4.018,41	-3,41	-4,01
sep-25	3,00	5,18	4,94	3,53	3.901,29	-6,31	-9,18
oct-25	3,00	5,51	5,25	2,03	3.870,42	-12,30	-9,56
nov-25	3,00	5,30	5,20	-0,46	3.744,43	-15,28	-11,96
dic-25	3,00	5,10	5,11	-1,90	3.757,08	-14,79	-8,71
ene-26	3,00	5,35	5,41	-1,51	3.670,47	-11,98	-10,12
feb-26	3,00				3.766,30	-8,59	
						Información semanal	
ene-30-26					3.661,29	-12,74	
feb-06-26					3.691,75	-11,68	
feb-13-26					3.665,78	-11,99	
feb-20-26					3.695,72	-9,83	
feb-27-26					3.745,78	-9,15	

1/ A partir de 2003 se refiere al punto medio del rango meta

[7] https://www.banrep.gov.co/sites/default/files/paginas/bie.pdf



FUENTE BANCO DE LA REPUBLICA [8]

3. ANALISIS LEGAL

En virtud del objeto a contratar, y en atención a la cuantía del proceso de selección, la modalidad de contratación es de Selección Abreviada de Mediante la Modalidad de Mínima Cuantía, de conformidad con lo establecido en el artículo 2 de la Ley 1150 de 2007 y el artículo 2.2.1.1.2.1.1. subsección 5 del Decreto 1082 de 2015, el cual hace parte de la planeación del Proceso de Contratación y materializa los principios de planeación, responsabilidad y transparencia consagrados en la Ley 80 de 1993.

3.1. APLICACIÓN DEL DECRETO 1860 DE 2021 - ***"Por el cual se modifica y adiciona el Decreto 1082 de 2015, Único Reglamentario del Sector Administrativo de Planeación Nacional, con el fin reglamentar los artículos 30, 31, 32, 34 y 35 de la Ley 2069 de 2020, en lo relativo al sistema de compras públicas y se dictan otras disposiciones"***

Los nuevos incentivos para la contratación dentro del sistema de compras públicas son los siguientes:

3.1.1. EMPRENDIMIENTOS Y EMPRESAS DE MUJERES

*"**ARTÍCULO 2.2.1.2.4.2.14. Definición de emprendimientos y empresas de mujeres.** Con el propósito de adoptar medidas afirmativas que incentiven la participación de las mujeres en el sistema de compras públicas, se entenderán como emprendimientos y empresas de mujeres aquellas que cumplan con alguna de las siguientes condiciones:*

1. Cuando más del cincuenta por ciento (50%) de las acciones, partes de interés o cuotas de participación de la persona jurídica pertenezcan a mujeres y los derechos de propiedad hayan pertenecido a estas durante al menos el último año anterior a la fecha de cierre del Proceso de Selección. Esta circunstancia se acreditará mediante certificación expedida por el representante legal y el revisor fiscal, cuando exista de acuerdo con los requerimientos de ley, o el contador, donde conste la distribución de los derechos en la sociedad y el tiempo en el que las mujeres han mantenido su participación.

[8] https://www.banrep.gov.co/es/estadisticas/comportamiento-del-mercado-del-dolar-durante-el-dia-informacion-tiempo-real

2. Cuando por lo menos el cincuenta por ciento (50%) de los empleos del nivel directivo de la persona jurídica sean ejercidos por mujeres y éstas hayan estado vinculadas laboralmente a la empresa durante al menos el último año anterior a la fecha de cierre del Proceso de Selección en el mismo cargo u otro del mismo nivel.

Se entenderá como empleos del nivel directivo aquellos cuyas funciones están relacionadas con la dirección de áreas misionales de la empresa y la toma de decisiones a nivel estratégico. En este sentido, serán cargos de nivel directivo los que dentro de la organización de la empresa se encuentran ubicados en un nivel de mando o los que por su jerarquía desempeñan cargos encaminados al cumplimiento de funciones orientadas a representar al empleador.

Esta circunstancia se acreditará mediante certificación expedida por el representante legal y el revisor fiscal, cuando exista de acuerdo con los requerimientos de ley, o el contador, donde se señale de manera detallada todas las personas que conforman los cargos de nivel directivo del proponente, el número de mujeres y el tiempo de vinculación.

La certificación deberá relacionar el nombre completo y el número de documento de identidad de cada una de las personas que conforman el nivel directivo del proponente. Como soporte, se anexará copia de los respectivos documentos de identidad, copia de los contratos de trabajo o certificación laboral con las funciones, así como el certificado de aportes a seguridad social del último año en el que se demuestren los pagos realizados por el empleador.

3. Cuando la persona natural sea una mujer y haya ejercido actividades comerciales a través de un establecimiento de comercio durante al menos el último año anterior a la fecha de cierre del proceso de selección. Esta circunstancia se acreditará mediante la copia de cédula de ciudadanía, la cédula de extranjería o el pasaporte, así como la copia del registro mercantil.

4. Para las asociaciones y cooperativas, cuando más del cincuenta por ciento (50%) de los asociados sean mujeres y la participación haya correspondido a estas durante al menos el último año anterior a la fecha de cierre del Proceso de Selección. Esta circunstancia se acreditará mediante certificación expedida por el representante legal.

PARÁGRAFO. Respecto a los incentivos contractuales para los emprendimientos y empresas de mujeres, las certificaciones de trata el presente artículo deben expedirse bajo la gravedad de juramento con una fecha de máximo treinta (30) días calendario anteriores a la prevista para el cierre del procedimiento de selección."

Teniendo en cuenta lo anterior, el artículo en mención no se aplicará al presente proceso de mínima cuantía; por cuanto, la disposición legal aplica a los procesos de licitación pública, selección abreviada de menor cuantía y concurso de méritos.

3.1.2. FOMENTO A LA EJECUCIÓN DE CONTRATOS POR PARTE DE POBLACIÓN DE ESPECIAL PROTECCIÓN CONSTITUCIONAL

*"**ARTÍCULO 2.2.1.2.4.2.16. Fomento a la ejecución de contratos estatales por parte de población en pobreza extrema, desplazados por la violencia, personas en proceso de reintegración o reincorporación y sujetos de especial protección constitucional.** En los Procesos de Contratación, las Entidades Estatales indistintamente de su régimen de contratación, los patrimonios autónomos constituidos por Entidades Estatales y los particulares que ejecuten recursos públicos fomentarán en los pliegos de condiciones o documento equivalente que los contratistas destinen al cumplimiento del objeto contractual la provisión de bienes o servicios por parte de población en pobreza extrema, desplazados por la violencia, personas en proceso de reintegración o reincorporación y sujetos de especial protección constitucional, garantizando las condiciones de calidad y sin perjuicio de los Acuerdos Comerciales vigentes.*

La participación de los sujetos anteriormente mencionados en la ejecución del contrato se fomentará previo análisis de su oportunidad y conveniencia en los Documentos del Proceso, teniendo en cuenta el objeto contractual y el alcance de las obligaciones.

Esta provisión se establecerá en un porcentaje que no será superior al diez por ciento (10%) ni inferior al cinco por ciento (5%) de los bienes o servicios requeridos para la ejecución del contrato, de manera que no se ponga en riesgo su cumplimiento adecuado.

Previo análisis de oportunidad y conveniencia, la Entidad Estatal incorporará esta obligación en la minuta del contrato del pliego de condiciones o documento equivalente, precisando las sanciones pecuniarias producto del incumplimiento injustificado de esta a través de las causales de multa que estime pertinentes.

El supervisor o el interventor, según el caso, realizará el seguimiento y verificará que las personas vinculadas al inicio y durante la ejecución del contrato pertenezcan a los grupos poblacionales enunciados anteriormente.

PARÁGRAFO 1. Para los efectos previstos en el presente artículo, los sujetos de especial protección constitucional son aquellas personas que debido a su particular condición física, psicológica o social merecen una acción positiva estatal para efectos de lograr una igualdad real y efectiva. Dentro de esta categoría se encuentran, entre otros, las víctimas del conflicto armado interno, las mujeres cabeza de familia, los adultos mayores, las personas en condición de discapacidad, así como la población de las comunidades indígena, negra, afrocolombiana, raizal, palanquera, Rrom o gitanas.

Estas circunstancias se acreditarán en las condiciones que disponga la ley o el reglamento, aplicando en lo pertinente lo definido en el artículo 2.2.1.2.4.2.17 del presente Decreto. En ausencia de una condición especial prevista en la normativa vigente, se acreditarán en los términos que defina el pliego de condiciones o documento equivalente.

PARÁGRAFO 2. Para efectos de los Procesos de Contratación regidos por documentos tipo, con sujeción a la potestad prevista en este artículo, la Agencia Nacional de Contratación Pública - Colombia Compra Eficiente regulará el porcentaje de sujetos de especial protección constitucional que el contratista destinará al cumplimiento de las obligaciones, las condiciones para incorporarlos a la ejecución del contrato y las sanciones pecuniarias producto del incumplimiento injustificado de la obligación"

NOTA: Con el fin de fomentar este incentivo en la Contratación Pública, la entidad podrá solicitar la exigencia de un requisito técnico- talento humano, en los documentos previos, en los pliegos de condiciones y cualquier otro anexo del presente proceso.

3.1.3. CONVOCATORIA A MIPYMES

De conformidad con lo dispuesto en el artículo 12 de la Ley 1150 de 2007 y el artículo 2.2.1.2.4.2.2 y 2.2.1.2.4.2.4.del Decreto 1082 de 2015 (modificado por el artículo 5 del Decreto 1860 de 2021), este proceso de selección se podrá limitar la convocatoria a MiPymes, cuando en el proceso de contratación con pluralidad de oferentes, como se señala seguidamente:

*"**ARTÍCULO 2.2.1.2.4.2.2. Convocatorias limitadas a Mípyme**. Las Entidades Estatales independientemente de su régimen de contratación, los patrimonios autónomos constituidos por Entidades Estatales y los particulares que ejecuten recursos públicos, deben limitar la convocatoria de los Procesos de Contratación con pluralidad de oferentes a las Mipyme colombianas con mínimo un (1) año de existencia, cuando concurran los siguientes requisitos:*

1. *El valor del Proceso de Contratación sea menor a ciento veinticinco mil dólares de los Estados Unidos de América (US$125.000), liquidados con la tasa de cambio que para el efecto determina cada dos años el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. Este umbral es de $457.297.264 hasta el 31 de diciembre de 2023 de acuerdo con la publicación de los umbrales para limitación de convocatorias a MiPymes 2022- 2023 del Ministerio de Comercio y Colombia Compra Eficiente.*

2. *Se hayan recibido solicitudes de por lo menos dos (2) Mipyme colombianas para limitar la convocatoria.*

3. *Para que las MiPymes puedan participar en las convocatorias deberán acreditar como mínimo un (1) año de existencia y presentar el certificado expedido por la cámara de comercio o por la autoridad que sea competente para dicha acreditación.*

4. *Estas solicitudes de manifestación de interés en participar de por lo menos dos (2) Mipyme colombianas para limitar la convocatoria, se deben haber recibido por lo menos un (1) día hábil antes de la expedición del acto administrativo de apertura, o el que haga sus veces de acuerdo con la normativa aplicable a cada Proceso de Contratación.*

5. *Tratándose de personas jurídicas, las solicitudes solo las podrán realizar Mipyme, cuyo objeto social les permita ejecutar el contrato relacionado con el proceso contractual, lo cual será verificado en el Certificado de Existencia y Representación Legal, expedido por la Cámara de Comercio o por la autoridad que sea competente para acreditar su antigüedad.*

6. *Las cooperativas y demás entidades de economía solidaria, siempre que tengan la calidad de Mipyme, podrán solicitar y participar en las convocatorias limitadas en las mismas condiciones dispuestas en el artículo 2.2.1.2.4.2.del Decreto 1082 de 2015.*

7. *En caso de que la convocatoria se limite a MiPymes, solo se aceptarán las ofertas de Mipyme o de proponentes plurales integrados únicamente por Mipyme.*

8. *Los incentivos previstos en los artículos 2.2.1.2.4.2.2 y 2.2.1.2.4.2.3 del Decreto 1860 de 2021, cuando aplique, no excluyen la aplicación de los criterios diferenciales para los emprendimientos y empresas de mujeres en el sistema de compras públicas."*

La solicitud de la Mipyme colombiana deberá presentarse, dentro del término establecido en el cronograma del proceso y deben acreditar que tiene el tamaño empresarial establecido por la ley de la siguiente manera:

1. Las personas naturales mediante certificación expedida por ellos y un contador público, adjuntando copia del registro mercantil con una fecha de máximo sesenta (60) días calendario anteriores a la prevista en el cronograma del Proceso de Contratación para el inicio del plazo para solicitar la convocatoria limitada.

2. Las personas jurídicas mediante certificación expedida por el representante legal y el contador o revisor fiscal, si están obligados a tenerlo, según sea el caso, adjuntando copia del certificado de existencia y representación legal expedido por la Cámara de Comercio o por la autoridad competente para expedir dicha certificación con una fecha de máximo sesenta (60) días calendario anteriores a la prevista en el cronograma del Proceso de Contratación para el inicio del plazo para solicitar la convocatoria limitada.

3. Las Mipyme también podrán acreditar esta condición con la copia del certificado del Registro Único de Proponentes, el cual deberá encontrarse vigente y en firme al momento de su presentación con una fecha de máximo sesenta (60) días calendario anteriores a la prevista en el cronograma del Proceso de Contratación para el inicio del plazo para solicitar la convocatoria limitada.

4. Para efectos de la limitación a Mipyme, los proponentes aportarán la copia del registro mercantil, del certificado de existencia y representación legal o del Registro Único de Proponentes, según corresponda conforme a las reglas precedentes, con una fecha de máximo sesenta (60) días calendario anteriores a la prevista en el cronograma del Proceso de Contratación para el inicio del plazo para solicitar la convocatoria limitada.

NOTA: Para la acreditación deberán observarse los rangos de clasificación empresarial establecidos de conformidad con la Ley 590 de 2000 y el Decreto 1074 de 2015, o las normas que lo modifiquen, sustituyan o complementen.

Teniendo en cuenta que el presente proceso no supera el valor de (US$125.000), Se adelantará con posibilidad de limitación a MiPymes.

3.2. APLICACIÓN DEL DECRETO 0287 DE 2026 - "Por el cual se modifican las artículos 2.2.1.2.4.2.6., 2.2.1.2.4.2.7. y 2.2.1.2.4.2.8. del Decreto 1082 de 2015, Único Reglamentario del Sector Administrativo de Planeación"

ARTÍCULO 2.2.1.2.4.2.6. DEFINICIÓN DE EMPRENDIMIENTOS Y EMPRESAS DE PERSONAS CON DISCAPACIDAD ***(Modificado por el Art. 1 del Decreto 0287 de 2026)***. *Con el propósito de adoptar medidas afirmativas que incentiven la participación de las personas con discapacidad en el sistema de compras y contratación Pública, mediante la reglamentación del puntaje al que se refiere el numeral 1 del artículo 13 de la Ley 1618 de 2013 y el desarrollo del sistema de preferencias del numeral 8 del mismo artículo, se entenderán coma emprendimientos y empresas de personas con discapacidad aquellos que cumplan con alguna de las siguientes condiciones:*

1) Personas naturales con discapacidad que ejerzan una profesión liberal. Esta circunstancia se acreditará mediante la copia de cedula de ciudadanía, la cedula de extranjería o el pasaporte, el certificado de discapacidad expedido de acuerdo con la normativa del Ministerio de Salud y Protección Social, así coma el título profesional correspondiente.

2) Personas naturales con discapacidad que hayan realizado actividades comerciales a través de un establecimiento de comercio, durante al menos el ultimo año anterior a la fecha de cierre del proceso de selección. Esta circunstancia se acreditará mediante la copia de cedula de ciudadanía, la cedula de extranjera o el pasaporte, el certificado de discapacidad expedido de acuerdo con la normativa del Ministerio de Salud y Protección Social, así coma la copia del registro mercantil.

3) Personas jurídicas donde más del cincuenta por ciento (50%) de sus acciones, partes de interés o cuotas de participación pertenezcan a personas con discapacidad y los derechos de propiedad hayan pertenecido a estas durante al menos el ultimo año anterior a la fecha de cierre del Proceso de Selección.

La circunstancia de la propiedad de la persona jurídica se acreditará mediante certificación expedida por el representante legal y el revisor fiscal, cuando exista, de acuerdo con los requerimientos de ley o, el contador, donde conste la distribución de los derechos en la sociedad y el tiempo en el que las personas con discapacidad han mantenido su participación. Adicionalmente se debe adjuntar la copia de cedula de ciudadanía, la cedula de extranjera o el pasaporte, el certificado de discapacidad expedido de acuerdo con la normativa del Ministerio de Salud y Protección Social, así como la copia del certificado de existencia y representación legal.

4) Personas jurídicas que tengan vinculadas laboralmente al menos una persona con discapacidad en empleos del nivel directivo de la empresa durante al menos el ultimo año anterior a la fecha de cierre del Proceso de Selección en el mismo cargo u otro del mismo nivel.

Por otra parte, se entenderá como empleos del nivel directivo aquellos cuyas funciones están relacionadas con la dirección de áreas misionales de la empresa y la toma de decisiones a nivel estratégico. En este sentido, serán cargos de nivel directivo los que dentro de la organización de la empresa se encuentran ubicados en un nivel de mando o los que por su jerarquía desempeñan cargos encaminados al cumplimiento de funciones orientadas a representar al empleador.

Esta circunstancia se acreditará mediante certificación expedida por el representante legal y el revisor fiscal, cuando exista de acuerdo con los requerimientos de ley, o el contador, donde se señale de manera detallada las personas con discapacidad que ocupan cargos de nivel directivo del proponente y el tiempo de vinculación.

La certificación deberá relacionar el nombre completo y el número de documento de identidad de las personas con discapacidad que ocupan cargos de nivel directivo del proponente. Como soporte, se anexará copia de los respectivos documentos de identidad, copia de los contratos de trabajo o certificación laboral con las funciones, así como el certificado de aportes a seguridad social del último año en el que se demuestren los pagos realizados por el empleador, y el certificado de discapacidad expedido de acuerdo con la normativa del Ministerio de Salud y Protección Social

PARÁGRAFO. *Respecto de los incentivos contractuales para los emprendimientos y empresas de personas con discapacidad, las certificaciones de que trata el presente artículo deben expedirse bajo la gravedad de juramento con una fecha de máxima treinta (30) días calendario anteriores a la prevista para el cierre del procedimiento de selección.*

(Modificado por el Art. 1 del Decreto 0287 de 2026).
Vigencia

ARTÍCULO 2.2.1.2.4.2.7.3. INCORPORACIÓN DE CRITERIOS HABILITANTES DIFERENCIALES EN FAVOR DE LOS EMPRENDIMIENTOS Y EMPRESAS DE PERSONAS CON DISCAPACIDAD *(Modificado por el Art. 1 del Decreto 0287 de 2026). En los procesos de licitación Pública, selección abreviada y concurso de méritos, así como en los procesos competitivos adelantados por entidades no sometidas al Estatuto General de Contratación de la Administración Pública, deberán establecer requisitos habilitantes diferenciales o ajustados en materia de experiencia, capacidad financiera u organizacional, o el valor de la garantía de seriedad de la oferta, con el fin de promover la participación de emprendimientos y empresas de personas con discapacidad con domicilio en el territorio nacional.*

Estos requisitos deberán estructurarse garantizando el cumplimiento adecuado del objeto contractual, teniendo en cuenta el alcance de las obligaciones y el principio de proporcionalidad. En desarrollo de lo anterior, se deberán establecer condiciones habilitantes diferenciadas o ajustadas que, sin comprometer los fines del contrato, faciliten el acceso de los emprendimientos y empresas de personas con discapacidad.

PARÁGRAFO 1. Tratándose de proponentes plurales, estas condiciones solo se aplicarán cuando al menos uno de los integrantes cumpla con los criterios previstos en el artículo 2.2.1.2.4.2.6. de este Decreto y acredite una participación no inferior al diez por ciento (10%) en el consorcio o la unión temporal, aportando la experiencia requerida, como mínimo, en una proporción equivalente a su participación en la conformación del proponente plural.

PARÁGRAFO 2. Las medidas de fomento previstas en el presente artículo serán compatibles con otros criterios diferenciales o de preferencia establecidos en el ordenamiento jurídico, tales como las aplicables a MiPymes o a las empresas y emprendimientos de mujeres.

4. ANALISIS TECNICO

Compra de uniformes e implementos deportivos para los aprendices del Centro de Innovación y de Gestión Empresarial y Cultural SENA Regional Cesar, vigencia 2026.

ITEM	CODIGO UNSPSC	DESCRIPCIÓN DE ELEMENTOS	CARACTERISTICAS	UNID DE MEDIDA	CANT
1	53103001	Camisetas de presentación	Camisetas de presentación: Tela Clima Cool, Tipo Polo, 100% Polyester, con suavizante para el cuerpo, capa protectora ultravioleta UV, secado rápido, antitranspirante, transfer sublimación digital, en la camiseta en la parte frontal izquierda se debe colocar el logo del SENA y debajo el nombre de la Regional y en la parte frontal derecha colocar el logo de los Juegos Deportivos o según sea la participación.	UN	**12**
2	53101502	Pantalón sudadera de presentación	Pantalón sudadera de presentación en tela náutica con metidos (tres listas o líneas, a lo largo del pantalón en el costado exterior derecho e izquierdo; con logo institucional bordado en la pierna izquierda a la altura del muslo. (colores y modelo sugeridos por el instructor de deporte encargado)	UN	**12**
3	53102402	Medias talla única de presentación	Medias talla única de presentación: Media caña en Orlón o acrílico con el logo del SENA. (colores sugeridos por el instructor de deporte encargado)	PAR	**12**
4	49161504	Balones de Futbol profesional	Balones de Futbol profesional: en construcción CMI, rebote controlado, más agilidad.	UN	**10**
5	49161603	Balón de baloncesto # 7 con bomba de butilo	Balón de baloncesto # 7 con bomba de butilo, enmallado elaborado en nylon, que cumpla especificaciones FIBA. de color naranja con líneas negras	UN	**7**
6	49201512	Lazo profesional de saltar en cuero	Lazo profesional de saltar en cuero, mango ergonómico en madera con balineras entre el mango y la cuerda para mayor velocidad, con longitud de 2.30m	UN	**20**
7	53103001	Camiseta de juego para fútbol sala femenino	Camiseta de juego para fútbol sala femenino en tela madeira, en transfer, manga corta, la camiseta marcada con el número en la espalda y la leyenda CESAR, según muestra en tallas (XS-S-M). En la camiseta en la parte frontal izquierda se debe colocar el logo del SENA y debajo el nombre de la Regional y en la parte frontal derecha colocar el logo de los Juegos Deportivos. En la manga izquierda colocar la bandera del respectivo Departamento y en la manga derecha la bandera de Colombia (banderas ondeando). (color y modelo sugerido por el instructor de deporte encargado)	UN	**5**

ITEM	CODIGO UNSPSC	DESCRIPCIÓN DE ELEMENTOS	CARACTERISTICAS	UNID DE MEDIDA	CANT
8	53101502	Pantaloneta para futbol sala femenino	Pantaloneta para futbol sala femenino: Tela Clima Cool, en transfer marcada con el logo bordado del SENA en la parte izquierda y el número en la pierna derecha. (color y modelo sugerido por el instructor de deporte encargado)	UN	**5**
9	53103001	Camiseta de juego para fútbol sala masculino	Camiseta de juego para fútbol sala masculino en tela madeira, en transfer, manga corta, la camiseta marcada con el número en la espalda y la leyenda CESAR, según muestra (tallas según listado suministrado por el entrenador). En la camiseta en la parte frontal izquierda se debe colocar el logo del SENA y debajo el nombre de la Regional y en la parte frontal derecha colocar el logo de los Juegos Deportivos.	UN	**5**
10	53101502	Pantaloneta para futbol sala masculino	Pantaloneta para futbol sala masculino: Tela Clima Cool, en transfer marcada con el logo bordado del SENA en la parte izquierda y el número en la pierna derecha. (color y modelo sugerido por el instructor de deporte encargado)	UN	**5**
11	49161603	Balón para jugar Goalball	Balón para jugar goalball es un esférico sonoro diseñado específicamente para este deporte paralímpico, caracterizado por ser de goma dura, medir unos \(22 \test{cm}\) de diámetro y pesar \(1,25 \test{kg}\). Contiene cascabeles en su interior y posee agujeros en su superficie para que el sonido se emita al rodar, permitiendo a los jugadores orientarse	UN	**2**
12	49161608	Balones de Voleibol profesional aprobado por FIVB	Balones de Voleibol profesional aprobado por FIVB oficial FEDEVOLEI V5M5000 Tecnología Flistatec, laminado, cuero pu composite, color rojo con verde cubierta: comp. PU suevo, diseño 18 paneles estructura laminado, Neumático: butilo, Tamaños: 5, superficie: Lise, Terreno de juegos: interiores	UN	**15**
13	53111601	Zapatos deportivos de presentación	Zapatos deportivos de presentación, (tallas sugeridas por el orientador de deporte) de acuerdo a la cantidad suministrada, modelo tenis suela de goma vulcanizado, cámara de aire, en textil urbana, con forro en 100% algodón y cuero y refuerzo puntera-talón en TPU.	PAR	**12**
14	53121603	Maletín deportivo de presentación	Maletín deportivo de presentación, material exterior poliéster 100% forro poliéster 100% genero unisex, peso 0,888 gramo, vertical Deporte, Capacidad 30.29 Dimensiones 33x 51x18.	UN	**15**
15	42131601	Petos deportivo tipo camisilla o esqueleto	Petos deportivo tipo camisilla o esqueleto Tela Clima Cool, cuello en V, 100% Polyester, con suavizante para el cuerpo, capa protectora ultravioleta UV, secado rápido, antitranspirante, transfer sublimación digital, con logo del Sena bordado en la parte izquierda.	UN	**40**
16	53103001	CAMISETA TIPO POLO, con logo símbolo del sistema de liderazgo	CAMISETA TIPO POLO, con logo símbolo del sistema de liderazgo (según muestra y modelo) bordado en el costado derecho, en el puño izquierdo bordadas en color negro la palabra CIGEC y bordado en el costado frontal izquierdo en color negro el logotipo del Sena, en el lado derecho el logo de Bienestar al aprendiz. según (muestra), Tallas desde S a XXL para voceros de programa y Representantes de los Aprendices.	UN	**111**
17	53111601	Zapatillas para futbol sala con tecnología michelin 360o	Zapatillas para futbol sala con tecnología michelin360° recomendada para uso en superficies lisas e interiores (tallas según listado suministrado por entrenador)	UN	**12**
18	52101515	Colchonetas profesionales de material cordobán y Yumbolon	Colchonetas profesionales de material cordobán y Yumbolon, con dimensiones de 50cm x 1m por 4cm, antideslizante y a prueba de agua.	UN	**20**

4.1. REQUISITOS TECNICOS DE CRITERIOS AMBIENTALES Y DE SG-SST

CRITERIO AMBIENTAL, SST/TÉCNICO	REQUISITO LEGAL ASOCIADO	SOPORTE/ EVIDENCIA	ETAPA
Exigir a todos los proponentes que en el proceso contractual cumplan con: Demostrar cumplimiento de las obligaciones que le aplican en relación a la Seguridad y Salud en el Trabajo.	Decreto 1072 de 2015, Libro 2, Parte 2, Título 4, capítulos 1, 2, 3, y 6 Artículo 2.2.4.1.3 Artículo 2.2.4.6.1 Artículo 2.2.4.6.4 Artículo 2.2.4.6.8 Resolución 0312 de 2019 Ministerio del Trabajo	1. Certificado de implementación del SG-SST firmada por el Representante Legal y Responsable del SG-SST 2. Fotocopia de cédula, Certificado Vigente Curso de SG-SST de 50 Horas o su actualización Curso de 20 Horas y licencia de seguridad y salud en el trabajo del profesional Responsable del SG-SST. 3.Evaluacion de estándares mínimos y respectivo plan de acción de acuerdo a la aplicación de estándares mínimos aplicables - Dec. 1072/2015(2.2.4.6.1) y Res 0312-2019	**PRECONTRACTUAL**

4.2. Normatividad Técnica y Cambios Recientes en su Aplicación:

- Constitución Política
- Ley 80 de 1993
- Ley 1150 de 2007
- Decreto 1082 de 2015
- Decreto Ley 019 de 2012
- Decreto 1510 de 2013
- Ley 1474 de 2011
- Código Contenciosos Administrativo
- Código de Comercio
- Código Civil
- Decreto ley 2811 de 1974. Reglamentado por los Decretos Nacionales 1608 de 1978, 1715 de 1978, 704 de 1986, 305 de 1988, 4688 de 2005, 2372 de 2010. Código De Los Recursos Naturales
- Ley 9 de 1979, Reglamentada Parcialmente por los Decretos Nacionales Nos. 704 de 1986, 305 de 1988, Resolución 1172 de 1989, 374 de 1994, 546 de 1998, 2493 de 2004, Modificada por el art. 36, Decreto Nacional 126 de 2010. Código Sanitario Nacional, en su compendio de normas sanitarias relacionadas con la afectación de la salud humana y el medio ambiente.
- Resolución 1555 de 2005 (MAVDT). Se reglamenta el uso del Sello Ambiental Colombiano. Resolución 242 de 2014, Artículo 13.- Programas de Gestión Ambiental, Programa de Consumo Sostenible. Este programa deberá definir acciones que promuevan el uso y consumo responsable de materiales; el fortalecimiento de la cadena de suministro que generen valor agregado en la entidad, con la adquisición de un bien, producto o servicio; que minimice los impactos ambientales más significativos desde la extracción de la materia prima, su fabricación, distribución, hasta su disposición final, considerando el ciclo de vida de los productos. Las entidades deberán verificar que los terceros con que se contrate la prestación de un bien o servicio cuenten con los permisos ambientales requeridos para el desarrollo de su actividad.
- Y demás normas concordantes en la materia.

5. ANALISIS DESDE LA PERSPECTIVA ORGANIZACIONAL:

El Centro de Innovación y de Gestión Empresarial y Cultural del SENA Regional Cesar requiere la entrega de los elementos objeto de compra por parte de una persona natural o jurídica que dentro de su actividad económica u objeto social contemple la venta, comercialización o distribución de elementos deportivos, confección de uniformes deportivos, ropa deportiva o relacionados con el objeto de compra, que cumpla con las condiciones de idoneidad y experiencia exigidas en el presente proceso de selección; para que ponga a disposición del Centro de Innovación y de Gestión Empresarial y Cultural de la Regional Cesar, con las condiciones técnicas aquí señaladas, que se encuentre en óptimas condiciones, que cumpla con todos los reglamentos, permisos, requeridos por la ley, en lo que respecta con la compra.

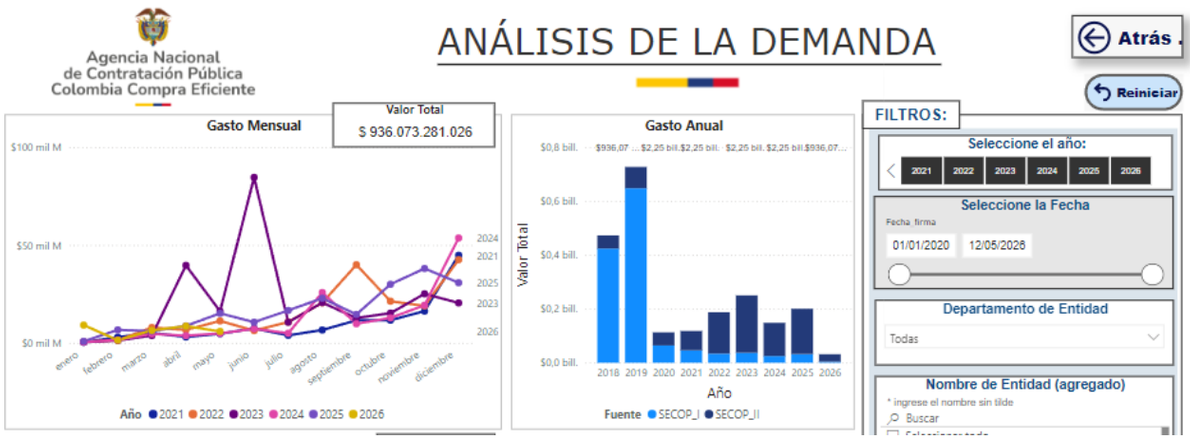
6. ANALISIS DE LA DEMANDA

Para realizar el análisis de la demanda, la entidad tuvo como referencia el comportamiento de los procesos contractuales similares desarrollados en otras regionales y otras entidades para contratar el respectivo bien y/o servicio teniendo como referencia los siguientes aspectos:

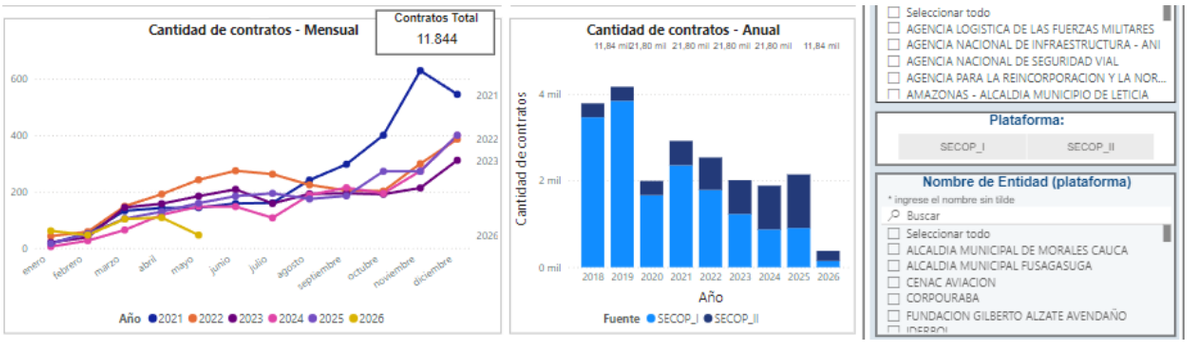
6.1. ANALISIS DE DEMANDA SEGÚN EL MODELO DE ABASTECIMIENTO ESTRATEGICO

Se realiza el análisis de la demanda con la herramienta modelo de abastecimiento estratégico (MAE) elaborado por la agencia nacional de contratación pública Colombia Compra eficiente 2021 CCE-EMAE-FM-02 V2 y de Actualización del 25/05/2026

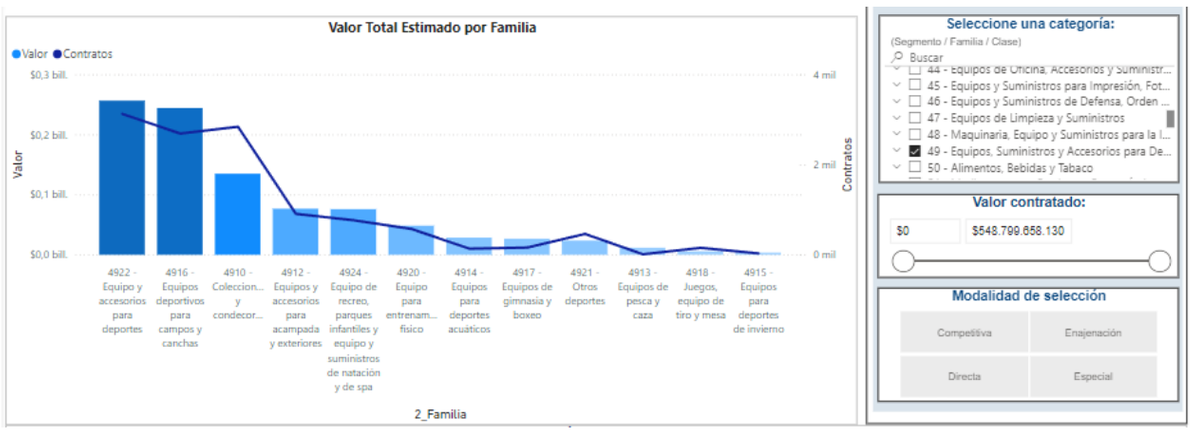
ANTECEDENTE DE LA ENTIDAD A NIVEL NACIONAL



Forma como las entidades han adquirido los bienes: Desde la perspectiva de la demanda, las entidades públicas han adquirido implementos deportivos como parte de sus programas de bienestar institucional, recreación, deporte formativo, actividad física, inclusión social y aprovechamiento del tiempo libre. Estas adquisiciones comprenden balones, mallas, uniformes, equipos para entrenamiento funcional, implementos para deportes de conjunto, elementos recreativos y accesorios deportivos destinados a estudiantes, aprendices, comunidades y población beneficiaria de programas institucionales. El análisis evidencia que se trata de una necesidad recurrente dentro de entidades educativas, instituciones de formación, alcaldías, gobernaciones, organismos deportivos y entidades de bienestar social.



Forma de contratación utilizada por las entidades: La información analizada muestra que las entidades estatales han utilizado principalmente mecanismos de selección competitiva para la adquisición de implementos deportivos, destacándose la selección abreviada, la mínima cuantía y la licitación pública, dependiendo del valor y alcance de las compras. Igualmente, se observa participación de contratación directa y regímenes especiales en entidades con autonomía contractual. Este comportamiento evidencia que el mercado cuenta con una amplia oferta de proveedores y una importante concurrencia de oferentes, favoreciendo la competencia y la obtención de mejores condiciones económicas para las entidades estatales.



Cantidad de contratos por vigencias y comportamiento de la demanda: El comportamiento de la contratación evidencia una demanda permanente durante las vigencias analizadas, impulsada principalmente por programas de bienestar estudiantil, competencias deportivas institucionales, escuelas de formación deportiva y actividades recreativas. La contratación presenta una distribución relativamente constante entre las vigencias, con incrementos en periodos asociados a la reactivación de actividades deportivas presenciales y al fortalecimiento de programas de bienestar institucional. Este comportamiento demuestra que la adquisición de implementos deportivos constituye una necesidad recurrente dentro de las entidades públicas del sector educativo y social.

Las compras más representativas se concentran en categorías relacionadas con:

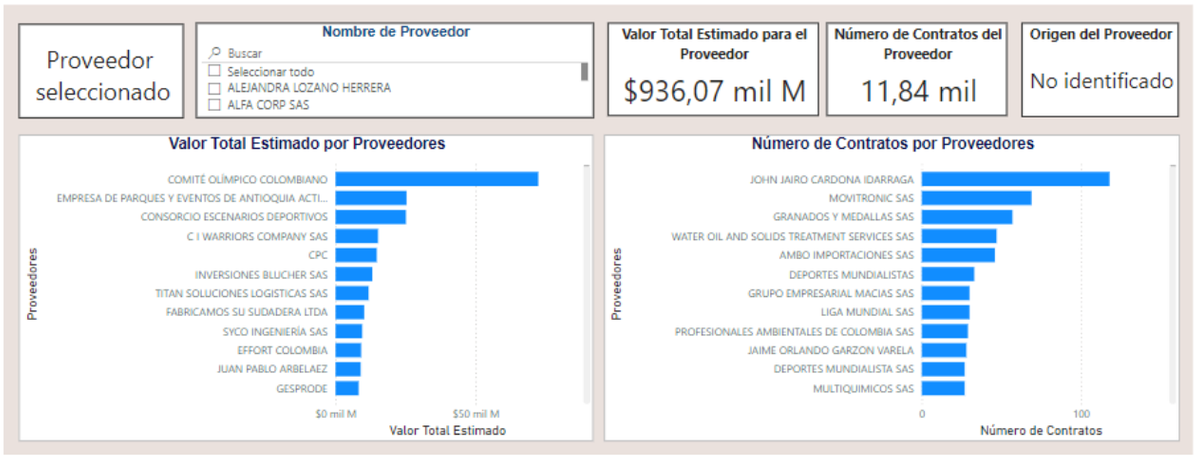
- Implementos para deportes de balón como fútbol, fútbol sala, baloncesto, voleibol y balonmano.
- Equipos y accesorios para entrenamiento físico y acondicionamiento corporal.
- Uniformes y prendas deportivas para competencias y actividades institucionales.
- Elementos recreativos y de integración comunitaria.
- Equipos para actividades de bienestar estudiantil y promoción de estilos de vida saludables.

Estas categorías representan la mayor participación de la demanda pública debido a su utilización frecuente en programas deportivos, recreativos y formativos desarrollados por entidades educativas y organismos públicos.

Comportamiento contratación por bienes y servicios de UNSPSC

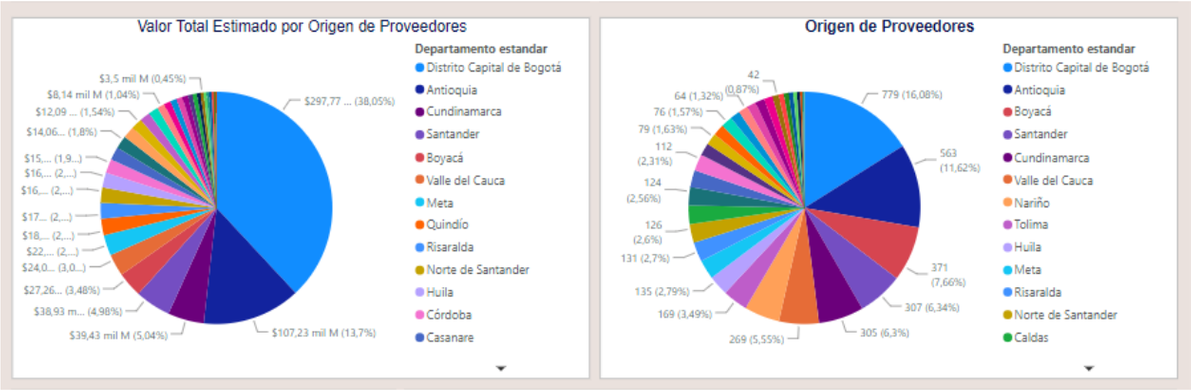
Año	2021			2022			
Clasificador de Bienes y Servicios - Familia	Contratos	Valor	Participación	Contratos	Valor	Participación	Contratos
4922 - Equipo y accesorios para deportes	830	$28.075.345.641	3,00%	740	$77.863.640.323	8,32%	519
4916 - Equipos deportivos para campos y canchas	647	$19.439.333.728	2,08%	629	$34.334.047.552	3,67%	484 $
4910 - Coleccionables y condecoraciones	675	$14.040.300.904	1,50%	530	$24.979.806.274	2,67%	472
4912 - Equipos y accesorios para acampada y exteriores	242	$13.307.338.577	1,42%	164	$7.969.887.538	0,85%	158
4924 - Equipo de recreo, parques infantiles y equipo y suministros de natación y de spa	181	$29.915.926.915	3,20%	165	$11.900.972.467	1,27%	149
4920 - Equipo para entrenamiento físico	94	$5.439.764.188	0,58%	113	$6.001.338.473	0,64%	116
4914 - Equipos para deportes acuáticos	13	$1.005.733.579	0,11%	21	$14.742.383.013	1,57%	15
4917 - Equipos de gimnasia y boxeo	33	$1.847.687.367	0,20%	26	$1.467.530.270	0,16%	24
4921 - Otros deportes	151	$3.901.535.880	0,42%	107	$5.438.385.544	0,58%	40
4913 - Equipos de pesca y caza	2	$15.582.700	0,00%	1	$26.072.000	0,00%	4
4918 - Juegos, equipo de tiro y mesa	40	$670.782.415	0,07%	31	$650.915.556	0,07%	22
4915 - Equipos para deportes de invierno	8	$331.246.732	0,04%	5	$2.277.653.300	0,24%	7
Total	**2916**	**$117.990.578.626**	**12,60%**	**2532**	**$187.652.632.310**	**20,05%**	**2010 $**

Modalidades de selección utilizadas: Las modalidades más utilizadas corresponden a mínima cuantía, selección abreviada, selección abreviada por subasta inversa, licitación pública, contratación directa y régimen especial. En términos de frecuencia predominan las compras de menor cuantía debido a que los implementos deportivos suelen adquirirse mediante procesos de suministro periódicos o compras específicas para eventos, torneos y programas institucionales. Sin embargo, cuando se trata de dotaciones integrales o programas deportivos de gran cobertura, las entidades recurren a modalidades competitivas de mayor alcance.

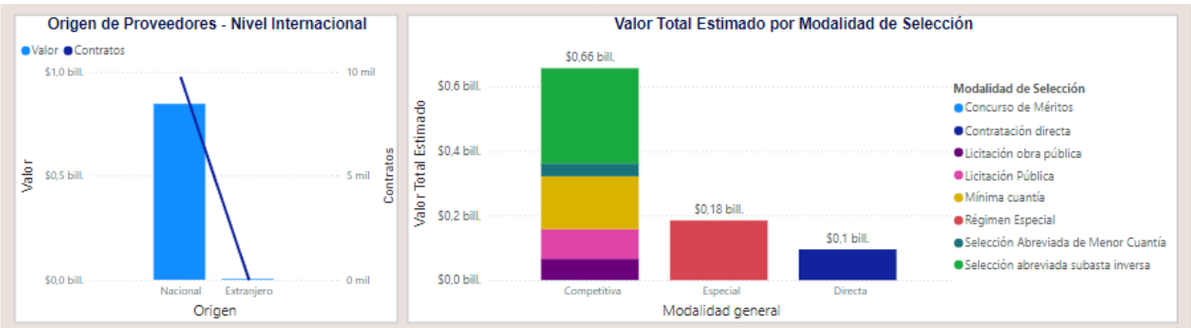


Origen de los proveedores: La oferta que atiende la demanda estatal se concentra principalmente en proveedores ubicados en Bogotá D.C., Antioquia, Valle del Cauca, Atlántico, Santander y Cundinamarca, regiones donde se encuentran los principales distribuidores nacionales de artículos deportivos. Asimismo, existe una importante participación de proveedores regionales que atienden necesidades específicas de entidades territoriales y centros educativos. Para el caso del CIGEC SENA Cesar, la existencia de distribuidores en la región Caribe facilita la logística de entrega y el soporte postventa.

Origen internacional de los productos: Aunque la contratación se realiza principalmente con empresas colombianas, una parte significativa de los implementos deportivos comercializados en el país corresponde a productos fabricados en mercados internacionales, especialmente en China, Pakistán, India, México y otros países asiáticos. Esto ocurre particularmente en balones, uniformes deportivos, equipos de entrenamiento y accesorios recreativos. Los proveedores nacionales actúan como importadores, distribuidores o representantes comerciales de marcas internacionales, garantizando disponibilidad inmediata y cumplimiento de las condiciones contractuales exigidas por las entidades públicas.



Principales proveedores identificados: El mercado se caracteriza por una amplia participación de distribuidores y comercializadores especializados en artículos deportivos. Entre los proveedores que frecuentemente participan en procesos de contratación pública se encuentran empresas dedicadas al suministro de implementos deportivos, dotaciones institucionales y equipos recreativos, así como distribuidores de marcas reconocidas nacionales e internacionales. La estructura del mercado evidencia una alta competencia y pluralidad de oferentes, circunstancia que favorece la participación de pequeñas, medianas y grandes empresas en los procesos de contratación pública relacionados con bienestar y deporte.



Desde la perspectiva de la demanda, el mercado de implementos deportivos para entidades públicas presenta una contratación recurrente, amplia competencia entre proveedores y diversidad de productos ofertados. Para un proceso de adquisición de implementos deportivos destinado a los aprendices del CIGEC SENA Regional Cesar, se evidencia la existencia de suficientes oferentes a nivel nacional y regional, diversidad de marcas y canales de distribución, así como una experiencia consolidada de las entidades públicas en la adquisición de este tipo de bienes mediante modalidades competitivas que garantizan pluralidad de participantes y eficiencia en el gasto público.

6.2. ADQUISICIONES PREVIAS DE LA ENTIDAD

ANTECEDENTE DE LA ENTIDAD

Para analizar el presente sector se tuvo en cuenta los valores que el SENA Centro de Innovación y de Gestión Empresarial y Cultural ha cancelado a distintas empresas que han prestado esta clase de servicios o suministro en los años 2024, 2023, 2022, 2021,2020, 2019, 2018, 2017, 2016 y 2015 así:

AÑO DE LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO	No. DE CONTRATO	OBJETO DEL CONTRATO	PLAZO	VALOR
2024	CO1.PCCNTR. 6399425	Compra de uniformes e implementos deportivos para los aprendices del Centro de Innovación y de	45 días calendario	$ 35.014.187 Peso Colombiano

AÑO DE LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO	No. DE CONTRATO	OBJETO DEL CONTRATO	PLAZO	VALOR
	MC-CSR-CIGEC-002.-2024	Gestión Empresarial y Cultural SENA Regional Cesar, vigencia 2024.		
2023	CO1. PCCNTR. 5332510 MC-CSR-COMM-009-2023	Compra de implementos para las selecciones deportivas de aprendices del Centro de Operación y Mantenimiento Minero SENA Regional Cesar, vigencia 2023	45 días calendario	$44.398.900 Peso Colombiano
2022	CO1. PCCNTR. 3634212 MC-CSR-COMM-001-2022	Compra de implementos para las selecciones deportivas de aprendices del Centro de Operación y Mantenimiento Minero SENA Regional Cesar, vigencia 2022	1 mes	$63.447.910 Peso Colombiano
2021		No se realizó contratación de elementos similares a materiales de automatización		
2020		No se realizó contratación de elementos similares a materiales de automatización		
2019	785	Compra de uniformes e implementos para las selecciones deportivas de aprendices del Centro de Operación y Mantenimiento Minero SENA Regional Cesar	30 días	$39.985.190,00 Peso colombiano
2018	820	Compra de uniformes e implementos para las selecciones deportivas de aprendices del Centro de Operación y Mantenimiento Minero SENA Regional Cesar	30 días	$42,168,800.00 Peso colombiano
2017	883	Compra de uniformes e implementos para las selecciones deportivas de aprendices del Centro de Operación y Mantenimiento Minero SENA Regional Cesar.	30 DIAS	$38,620,379.00 Peso colombiano
2016	854	Compra de uniformes e implementos para las selecciones deportivas de aprendices del Centro de Operación y Mantenimiento Minero SENA Regional Cesar	30 días	$35,432,256.00 Peso colombiano
2015	1009	Compra de materiales de formación para los talleres de soldadura del Centro de Operación y Mantenimiento Minero SENA Regional Cesar, vigencia 2015	30 días	$54,052,416 Peso colombiano

ANTECEDENTE DE OTRAS ENTIDADES

ENTIDAD	RAMA JUDICIAL – DIRECCIÓN SECCIONAL DE ADMINISTRACIÓN JUDICIAL DE MONTERÍA	INSTITUTO MUNICIPAL PARA EL DEPORTE, LA RECREACIÓN, LA EDUCACIÓN Y LA EDUCACIÓN FÍSICA EXTRAESCOLAR MUNICIPIO DE VILLAPINZÓN - CUNDINAMARCA
MODALIDAD DE SELECCIÓN	Mínima Cuantía	Mínima Cuantía
OBJETO DEL CONTRATO	CONTRATAR LA COMPRA DE IMPLEMENTOS DEPORTIVOS PARA LA PREPARACIÓN Y PARTICIPACIÓN DE LOS SERVIDORES JUDICIALES DE LA SECCIONAL MONTERÍA EN LOS JUEGOS DEPORTIVOS ZONALES 2026.	CONTRATAR EL SUMINISTRO DE IMPLEMENTOS DEPORTIVOS DESTINADOS AL APOYO Y FORTALECIMIENTO DE LAS ESCUELAS Y PROGRAMAS DE FORMACIÓN DEPORTIVA DEL INSTITUTO MUNICIPAL PARA EL DEPORTE Y LA RECREACIÓN DE VILLAPINZÓN, EN CUMPLIMIENTO DE LAS METAS PROGRAMADAS EN EL PLAN DE DESARROLLO MUNICIPAL DEL MUNICIPIO DE VILLAPINZÓN, CUNDINAMARCA
VALOR DEL CONTRATO	$ 48.642.800	$ 26.010.000
MONEDA	PESO COLOMBIANO	PESO COLOMBIANO
ADICIONES	NO	NO
FORMA DE PAGO	La Nación- Consejo Superior de la Judicatura- Dirección Ejecutiva Seccional de Administración Judicial de Montería, cancelará el valor del contrato	El Instituto Municipal para el Deporte y la Recreación de Villapinzón Cundinamarca pagará el valor del contrato mediante UNICO pago, previa aprobación de

ENTIDAD	RAMA JUDICIAL – DIRECCIÓN SECCIONAL DE ADMINISTRACIÓN JUDICIAL DE MONTERÍA	INSTITUTO MUNICIPAL PARA EL DEPORTE, LA RECREACIÓN, LA EDUCACIÓN Y LA EDUCACIÓN FÍSICA EXTRAESCOLAR MUNICIPIO DE VILLAPINZÓN - CUNDINAMARCA
	que se suscriba en moneda legal colombiana, efectuando un (01) pago, una vez ejecutada la totalidad actividad (una vez se cumpla el regreso de la delegación a la ciudad de Montería), previa presentación de los siguientes documentos: 1.- Factura y/o cuenta de cobro dependiendo del régimen tributario al que pertenezca (régimen común o régimen simplificado) por parte del contratista; según propuesta económica y certificación suscrita por el supervisor del contrato. 2.- Cumplido y/o recibido a entera satisfacción de los servicios requeridos, expedido por el supervisor designado. Para lo cual deberá presentase un informe por cada una de las actividades, detallando su ejecución y adjuntando evidencias fotográficas. 3.- Certificación expedida por el representante legal o revisor fiscal según corresponda, de conformidad con la Ley 43 de 1990 y el artículo 23 de la Ley 1150 de 2007; que acredite estar al día en el pago de las obligaciones al Sistema Integral de Seguridad Social y pago de los aportes parafiscales cuando haya lugar, junto con las respectivas planillas de pago. En todo caso los pagos estipulados en el presente punto se sujetarán a los recursos que la Dirección General de Crédito Público y del Tesoro Nacional del Ministerio de Hacienda y Crédito Público sitúe a la entidad. NOTA 1: En caso de devolución de los documentos por la entidad al CONTRATISTA, los términos para el pago se reiniciarán con la nueva radicación. NOTA 2: La Dirección Ejecutiva/Seccional efectuará las retenciones, Deducciones o Contribuciones a que haya lugar en virtud del contrato que se suscriba, de acuerdo al Estatuto Tributario en cada uno de los pagos que corresponden a: Retención en la Fuente, retención por IVA y retención de Industria y Comercio y aquellas otras que se deriven del contrato, de acuerdo a la calidad del contribuyente o contratista y de acuerdo a las tablas establecidas por ley según información financiera que reporte cada proveedor, la cual será aplicada bajo su propia responsabilidad. NOTA 3: Si la factura no es elaborada oportunamente, no es radicada dentro de los términos aquí previstos o presenta inconsistencias, será devuelta al contratista y los términos para el pago sólo empezarán a contarse desde la fecha en que se radique la cuenta corregida.	parte del supervisor del contrato, presentación de las respectivas facturas y/o cuenta de cobro y demás documentación necesaria para realizar el pago. Para el pago del presente contrato no se efectuará anticipo alguno. Para efectos de autorizar cada uno de los pagos que se determinen de acuerdo al análisis realizado, deberá acreditarse por parte del contratista que se encuentran al día en el pago de aportes parafiscales relativos al Sistema de Seguridad Social Integral, así como los propios del Sena, ICBF y Cajas de Compensación Familiar, cuando corresponda. Al igual estarán sujetos a los informes periódicos y final de supervisión. EL INSTITUTO MUNICIPAL PARA EL DEPORTE Y LA RECREACIÓN DE VILLAPINZÓN CUNDINAMARCA, efectuará las deducciones a que haya lugar sobre cada pago, de conformidad con lo dispuesto en la legislación vigente sobre la materia y el CONTRATISTA pagará todos los impuestos, tasas y similares que se deriven de la ejecución del contrato. En todo caso, los pagos antes previstos estarán sujetos al Programa Anual de Caja (PAC), de la entidad. Estos se harán con cargo a la disponibilidad presupuestal que se anexa al presente estudio.
VIGENCIA DEL CONTRATO	135 días calendario	1 mes
OFERENTES QUE HAN PARTICIPADO	SERVICIOS Y SUMINISTROS MARY T SAS NIT. 900814166	JAVIER ANTONIO CARPINTERO FARFAN NIT: 80397241
GARANTIAS EXIGIDAS EN EL PROCESO	Cumplimiento: Incumplimiento imputable al contratista de las obligaciones emanadas del contrato garantizado Equivalente al 20% del valor total del contrato, con una vigencia igual al término de duración del contrato y cuatro (4) meses más. Calidad del bien: del Veinte (20%) del valor del	Cumplimiento del Contrato: Suficiencia Diez por ciento (10%) del valor del contrato. Vigencia Duración del contrato y seis (06) meses más, contados a partir de la expedición de la garantía Calidad del Servicio. Suficiencia Veinte por ciento (20%) del valor del contrato. Vigencia Desde la recepción de los bienes por la entidad y seis (06) meses más, contados a partir de la expedición de la garantía

ENTIDAD	**RAMA JUDICIAL – DIRECCIÓN SECCIONAL DE ADMINISTRACIÓN JUDICIAL DE MONTERÍA**	**INSTITUTO MUNICIPAL PARA EL DEPORTE, LA RECREACIÓN, LA EDUCACIÓN Y LA EDUCACIÓN FÍSICA EXTRAESCOLAR MUNICIPIO DE VILLAPINZÓN - CUNDINAMARCA**
	contrato por la Duración del contrato y cuatro (4) meses más.	Pago de salarios, prestaciones sociales legales e indemnizaciones laborales. Suficiencia Veinte por ciento (20%) del valor total del contrato. Vigencia Plazo del contrato y tres (3) años más.
FUENTE	Número del proceso: MC021 DE 2026 No. Contrato COM 007 DE 2026 ID del contrato en CO1.PCCNTR.9545548	Número del Contrato: ID-MC-004-2026 ID del contrato en SECOP CO1.PCCNTR.9478897 Número del proceso ID-MC-004-2026

7. ANALISIS DE LA OFERTA

Para realizar el análisis de la oferta la entidad tiene como referencia la siguiente información

Proveedores (Identificar posibles proveedores en el mercado nacional y/o local)		**Proveedor 1**	**Proveedor 2**	**Proveedor 3**
		LOGISTICA Y SUMINISTROS DEL CARIBE SAS	**INVERSIONES BELTRAN PEREZ SAS**	**GLOBAL LOGISTIC MANAGEMENT**
Ubicación	Local	X	X	
	Nacional			X
Proceso de producción de bienes o servicios	Materia Prima/ transformación – producción /distribución	X		
	Compra / bodegaje/distribución	X	X	X
	Importación/distribución	X	X	X
Forma de distribución y entrega de bienes o servicios	Directo: del productor al usuario			
	Indirecto: del productor a distribuidores y de estos al usuario	X	X	X
Costos asociados	Se tiene como referencia los costos adicionales asociados para garantizar la efectiva entrega del bien/ servicio, **(costos de manipulación, transporte, personal, elementos, equipos, etc.)**	**LOS COSTOS YA ESTAN INCLUIDO EN EL SERVICIO**	**LOS COSTOS YA ESTAN INCLUIDO EN EL SERVICIO**	**LOS COSTOS YA ESTAN INCLUIDO EN EL SERVICIO**
Los proveedores se encuentran en las siguientes clasificaciones.	Materias primas			
	Fabricante	X		
	Importador	X		
	Ensamblador			
	Distribuidor mayorista			
	Distribuidor Minorista	X	X	X
	Intermediario		X	x
	Transportador			
	Servicio Especializado			

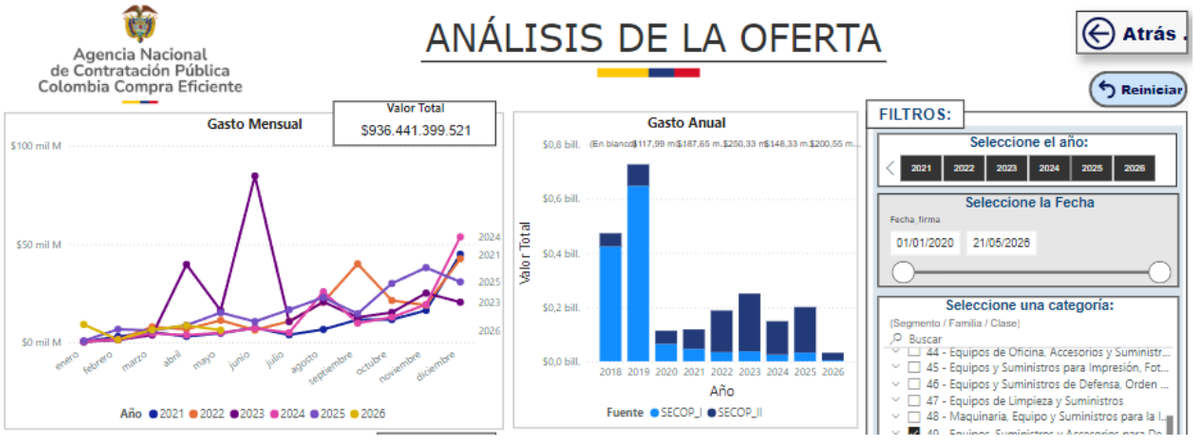
En conclusión, de conformidad a los precios del mercado, se estableció un valor de **TREINTA Y NUEVE MILLONES NOVECIENTOS NOVENTA Y OCHO MIL NOVECIENTOS DIECISIETE PESOS ($39.998.917)**, así como se detalla en el presupuesto oficial anexo a este documento.

7.1. ANALISIS DE OFERTA SEGÚN EL MODELO DE ABASTECIMIENTO ESTRATEGICO

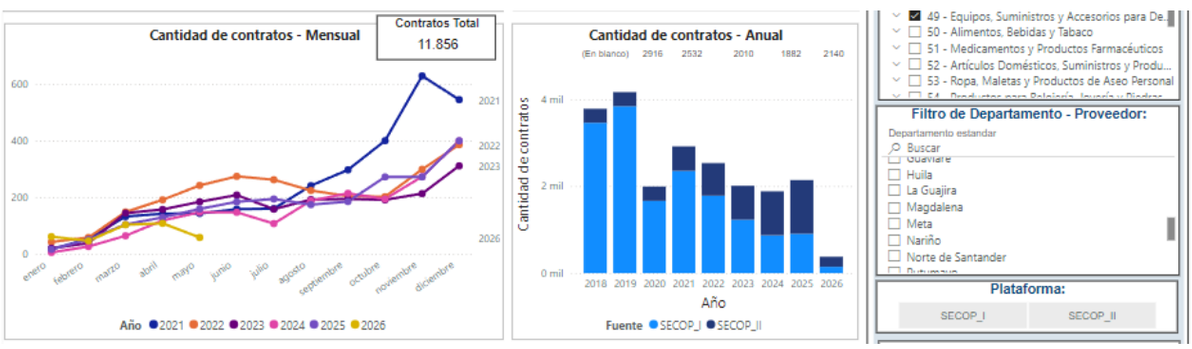
En este mismo sentido la Agencia Nacional de contratación pública Colombia Compra Eficiente desarrolló el Modelo de Abastecimiento Estratégico para la compra pública (MAE)

El MAE hace parte de la Política de Compras y Contratación Pública, y se articula con las demás buenas prácticas y herramientas usadas en los procesos de compra y contratación estatal que han sido desarrolladas por la ANCP-CCE, con el fin de generar una mayor eficiencia, transparencia y optimización de los recursos del Estado.

El MAE nos refuerza la información encontrada con la plataforma SECOP II herramienta también diseñada por el ente rector de la contratación pública en Colombia CCE.

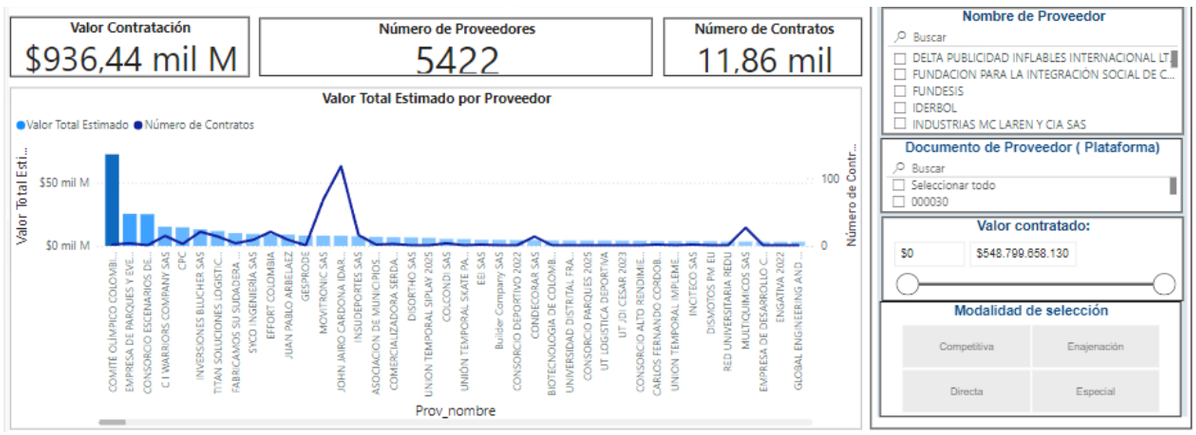


Forma como las entidades han adquirido los bienes desde la perspectiva de la oferta: Desde la perspectiva de la oferta, el mercado de implementos deportivos para entidades públicas presenta una amplia participación de proveedores especializados en la comercialización, distribución y fabricación de artículos deportivos, recreativos y de entrenamiento físico. Las entidades estatales adquieren estos bienes mediante contratos de suministro, dotaciones institucionales, fortalecimiento de escenarios deportivos, programas de bienestar estudiantil y proyectos de recreación y actividad física. El análisis del mercado evidencia que durante el período evaluado se celebraron aproximadamente 11.856 contratos, por un valor estimado de $936.441 millones, lo que demuestra la existencia de un mercado consolidado, con múltiples oferentes y una demanda permanente por parte de entidades públicas de todos los niveles.

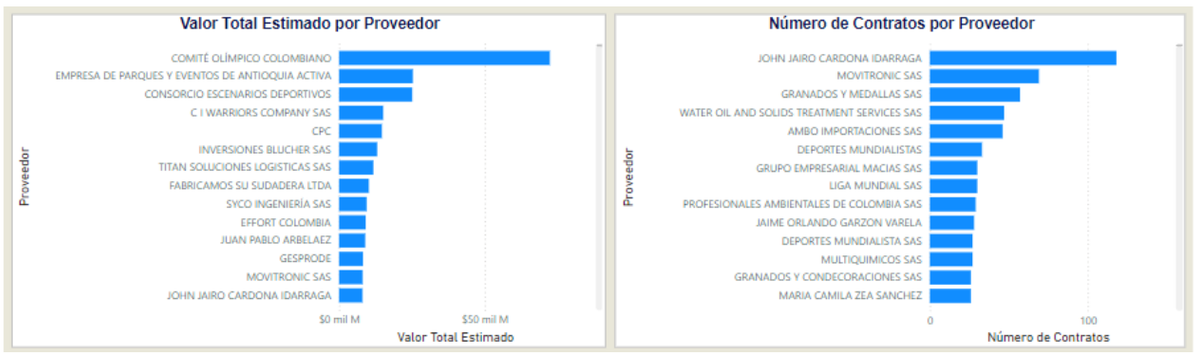


Forma de contratación utilizada: Desde la óptica de los proveedores, el acceso al mercado estatal se realiza principalmente a través de procesos de selección competitivos. Las modalidades competitivas concentran

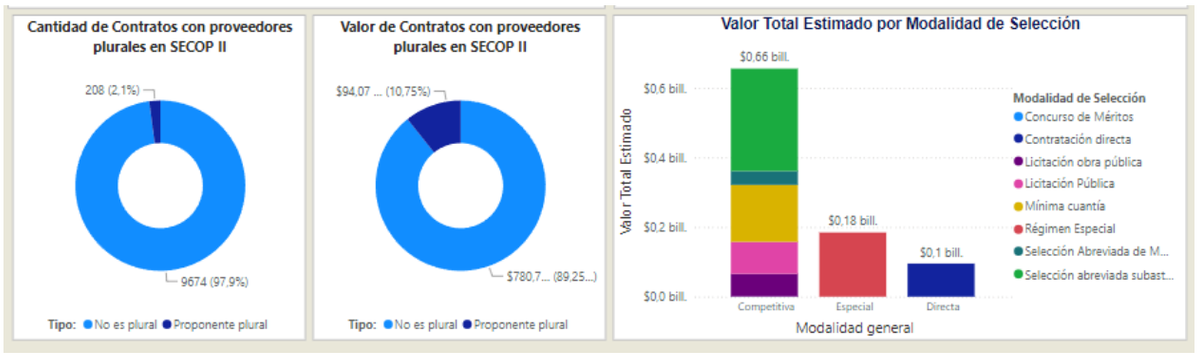
aproximadamente $660.000 millones, equivalentes a más del 70 % del valor total contratado. En segundo lugar, se encuentran las modalidades especiales con cerca de $180.000 millones, seguidas de la contratación directa con aproximadamente $100.000 millones. Este comportamiento evidencia que los proveedores deben estructurar capacidades técnicas, financieras y logísticas que les permitan participar exitosamente en procesos de selección abiertos, donde la pluralidad de oferentes es una característica predominante.



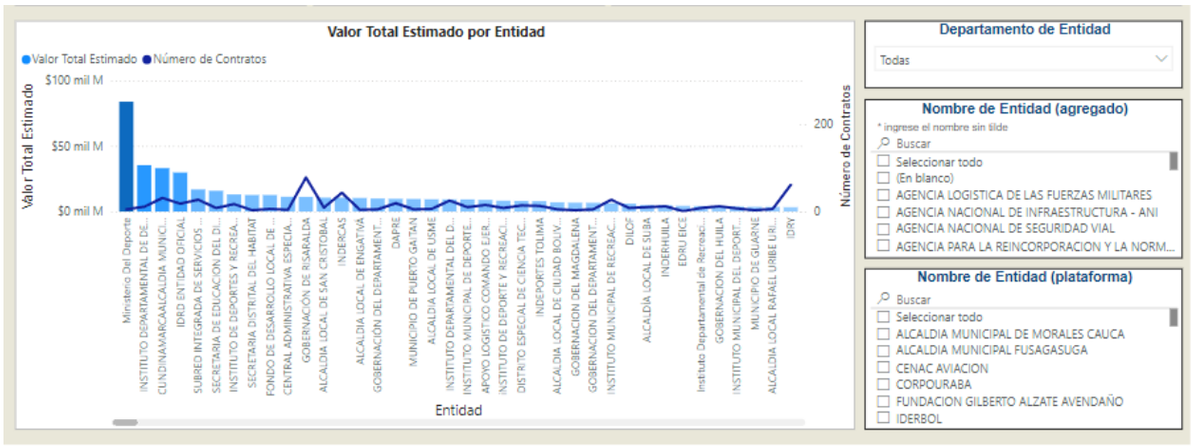
Cantidad de contratos por vigencias y comportamiento de la oferta: La dinámica contractual muestra un mercado activo y sostenido durante las vigencias analizadas. En el año 2021 se registraron 2.916 contratos por un valor de $117.990 millones, mientras que en 2022 se celebraron 2.532 contratos por un valor de $187.652 millones. Posteriormente, entre 2023 y 2024 se mantuvo una importante actividad contractual, alcanzando un total consolidado de 11.856 contratos. Este comportamiento demuestra que el sector cuenta con una demanda constante y que existe una oferta suficientemente amplia para atender los requerimientos de entidades educativas, institutos de deporte, alcaldías, gobernaciones y organismos de recreación.



Principales compras por categoría: Las mayores oportunidades de negocio para los proveedores se concentran en las categorías de equipos y accesorios para deportes (UNSPSC 4922), que alcanzaron valores superiores a $77.863 millones en 2022; equipos deportivos para campos y canchas (UNSPSC 4916), con más de $34.334 millones; equipo de recreo, parques infantiles y suministros para natación (UNSPSC 4924), con más de $29.915 millones; coleccionables y condecoraciones (UNSPSC 4910), utilizados en premiaciones y eventos deportivos; y equipos para entrenamiento físico (UNSPSC 4920), asociados a gimnasios y acondicionamiento físico institucional. Estas categorías muestran que la contratación pública se orienta tanto a la adquisición de implementos deportivos convencionales como al fortalecimiento integral de espacios deportivos y recreativos.



Modalidades de selección predominantes: Las modalidades de contratación más utilizadas corresponden a licitación pública, selección abreviada de menor cuantía, selección abreviada por subasta inversa, mínima cuantía, contratación directa, concurso de méritos y régimen especial. Desde la perspectiva de la oferta, las modalidades competitivas constituyen el principal mecanismo de acceso al mercado, favoreciendo la participación de múltiples oferentes. De hecho, el análisis evidencia que cerca del 97,9 % de los contratos en SECOP II fueron adjudicados mediante procesos con pluralidad de oferentes, situación que demuestra un mercado altamente competitivo y con condiciones favorables para la concurrencia empresarial.



Origen de los proveedores: La oferta se concentra principalmente en proveedores ubicados en Bogotá D.C., Antioquia, Valle del Cauca, Atlántico, Cundinamarca y Santander, regiones donde operan los principales distribuidores, fabricantes y comercializadores de implementos deportivos del país. La ubicación de estos proveedores les permite atender eficientemente procesos de contratación pública a nivel nacional, mediante redes logísticas consolidadas y capacidad de distribución en todas las regiones del territorio colombiano.

Origen internacional de los productos ofertados: Aunque la contratación pública se realiza principalmente con empresas nacionales, una parte importante de los bienes comercializados proviene de mercados internacionales, especialmente de China, Pakistán, India, Taiwán y Estados Unidos, países reconocidos por la fabricación de balones, uniformes, equipos de entrenamiento, implementos recreativos y accesorios deportivos. Los proveedores colombianos actúan como importadores, distribuidores o representantes de marcas internacionales, permitiendo el acceso de las entidades públicas a una amplia variedad de productos y especificaciones técnicas. Esta situación amplía las posibilidades de abastecimiento y favorece la competencia en términos de calidad y precio.

Comportamiento contratación por bienes y servicios de UNSPSC

Año	2021			2022			
Clasificador de Bienes y Servicios - Familia	Contratos	Valor	Participación	Contratos	Valor	Participación	Contratos
4910 - Coleccionables y condecoraciones	675	$14.040.300.904	1,50%	530	$24.979.806.274	2,67%	472
4912 - Equipos y accesorios para acampada y exteriores	242	$13.307.338.577	1,42%	164	$7.969.887.538	0,85%	158
4913 - Equipos de pesca y caza	2	$15.582.700	0,00%	1	$26.072.000	0,00%	4
4914 - Equipos para deportes acuáticos	13	$1.005.733.579	0,11%	21	$14.742.383.013	1,57%	15
4915 - Equipos para deportes de invierno	8	$331.246.732	0,04%	5	$2.277.653.300	0,24%	7
4916 - Equipos deportivos para campos y canchas	647	$19.439.333.728	2,08%	629	$34.334.047.552	3,67%	484
4917 - Equipos de gimnasia y boxeo	33	$1.847.687.367	0,20%	26	$1.467.530.270	0,16%	24
4918 - Juegos, equipo de tiro y mesa	40	$670.782.415	0,07%	31	$650.915.556	0,07%	22
4920 - Equipo para entrenamiento físico	94	$5.439.764.188	0,58%	113	$6.001.338.473	0,64%	116
4921 - Otros deportes	151	$3.901.535.880	0,42%	107	$5.438.385.544	0,58%	40
4922 - Equipo y accesorios para deportes	830	$28.075.345.641	3,00%	740	$77.863.640.323	8,31%	519
4924 - Equipo de recreo, parques infantiles y equipo y suministros de natación y de spa	181	$29.915.926.915	3,19%	165	$11.900.972.467	1,27%	149
Total	**2916**	**$117.990.578.626**	**12,60%**	**2532**	**$187.652.632.310**	**20,04%**	**2010**

Principales proveedores identificados: El análisis de la oferta permite identificar como principales participantes del mercado a organizaciones como el Comité Olímpico Colombiano, Empresa de Parques y Eventos de Antioquia ACTIVA, C I Warriors Company S.A.S., CPC Inversiones Blucher S.A.S., Titan Soluciones Logísticas S.A.S., Fabricamos Su Sudadera Ltda., Effort Colombia, INSUDEPORTES S.A.S., COLCONDI S.A.S., GESPRODE, Movitronic S.A.S., Deportes Mundialistas S.A.S. y diversos consorcios especializados en escenarios deportivos y dotaciones institucionales. La existencia de más de 5.422 proveedores identificados evidencia un mercado con alta pluralidad y capacidad de respuesta frente a los requerimientos de las entidades estatales.

7.2. Promoción del acceso de las MIPYMES al mercado de Compras Públicas

En cumplimiento a lo dispuesto en el Artículo 33 de la Ley 2069 de 2020 - Por medio del cual se impulsa el emprendimiento en Colombia, la cual modifica el artículo 12 de la Ley 590 de 2000, en su numeral primero indica lo siguiente: *"1. Deberán en el Análisis de Sector identificar las MIPYMES que podrían ser potenciales proveedoras directas o indirectas, con el fin de definir reglas que promuevan y faciliten su participación en el Proceso de Contratación",* la entidad relaciona algunos de los potenciales proveedores del sector, en razón a la clasificación de tamaño empresarial con base en el criterio previsto en el Artículo 2.2.1.13.2.2 de la sección 2 del Decreto 957 de 2019 *"Por el cual se adiciona el capítulo 13 al Título 1 de la Parte 2 del Libro 2 del Decreto 1074 de 2015, Decreto Único del Sector Comercio, Industria y Turismo y se reglamenta el artículo 2° de la Ley 590 de 2000, modificado por el artículo 43 de la Ley 1450 de 2011*", o por las normas que lo modifiquen, sustituyan o complementen.

7.2.1. Potenciales Proveedores:

De acuerdo con el análisis de la demanda por parte de la entidad, y de las entidades analizadas, podrían indicarse como posibles oferentes las siguientes personas naturales o jurídicas:

RAZON SOCIAL O NOMBRE	NIT. o Núm. Id.	Cámara de Comercio	¿Es MiPymes?
LOGISTICA & SUMINISTROS DEL CARIBE	77194260 -0	VALLEDUPAR	SI
SUMINISTROS Y LOGISTICA SL	84093090 - 7	VALLEDUPAR	SI
JM GRUPO EMPRESARIAL S.A.S	9003536592	VALLEDUPAR	SI
LSI LIDER SPORT S.A.S	900266583 - 9	BARRANQUILLA	SI
J & M SOLUCIONES SEGURAS S.A.S	900503760 - 3	BARRANCABERMEJA	SI
INVERSIONES Y VALORES DEL CARIBE-INVALCA S.A.S	901031195 - 9	VALLEDUPAR	SI
RELUMA SAS	900735781 - 3	VALLEDUPAR	SI
ESASQ	77177023	AGUACHICA	SI

RAZON SOCIAL O NOMBRE	NIT. o Núm. Id.	Cámara de Comercio	¿Es MiPymes?
GLOBAL SOLUTION COMPANY COLOMBIA SAS	900864956	VALLEDUPAR	SI
CORPORACION PARA EL FOMENTO SOCIOECONOMICO, AMBIENTAL Y CULTURAL DEL ANTIGUO TERRITORIO CHIMILA	900993706	VALLEDUPAR	SI
ADRIANA ALVAREZ TAMARA	1065845608	VALLEDUPAR	SI
JP SOLUCIONES DE COLOMBIA SAS	901247893 - 1	RIOHACHA	SI
MARTIN ELIAS BLANCO TOVAR	72123503 - 3	BARRANQUILLA	SI
LA ALEJA AGENCIA	901515933 - 6	BOGOTA DC	SI
ORIENTA SAS	901072050	VALLEDUPAR	SI
OLE ORGANIZACION LOGISTICA DE EVENTOS COLOMBIA S.A.S.	900926472 - 2	MEDELLIN	SI
TELESTAR DEPORTIVO	90107505	BARRANQUILLA	SI
DEPORTIVO BECKENBAUER	49793041 - 2	VALLEDUPAR	SI
VERALIMA GRUPO EMPRESARIAL S.A.S.	901725818 - 8	BUCARAMANGA	SI
DEPORTES RUDATO PUBLICIDAD	77008852 - 5	VALLEDUPAR	SI

Se debe resaltar que todas estas empresas podrían cumplir con las especificaciones técnicas exigidas por la entidad, por lo cual las sitúan, sin perjuicio de las exigencias de la entidad dentro del proceso de selección, entre los posibles oferentes que eventualmente podrían tener la idoneidad para ejecutar el objeto del contrato.

De conformidad con lo dispuesto en el artículo 12 de la Ley 1150 de 2007 y los artículos 2.2.1.2.4.2.2.; 2.2.1.2.4.2.3. y 2.2.1.2.4.2.4. del Decreto 1082 de 2015 *(modificado por el artículo 5 del Decreto 1860 de 2021),* este proceso de selección se podrá limitar la convocatoria a MiPymes.

7.3. Dinámica de Producción, Distribución y Entrega de Bienes o Servicios.

La dinámica de la prestación del servicio está dada por la práctica generalizada de que las empresas participantes en los procesos de selección, y potenciales contratistas, son lo que le genera niveles importantes de independencia y autonomía para la prestación del servicio, y reducción de márgenes de intermediación, en favor del incremento de sus utilidades del negocio. Dicho factor también puede incidir en la disminución del valor de las ofertas, en la adjudicación del proceso.

Se debe resaltar que todas estas empresas cuentan con experiencia, capacidad financiera, organizacional y jurídica suficiente; que podrían cumplir con las especificaciones técnicas exigidas por la entidad, por lo cual las sitúan, sin perjuicio de las exigencias de la entidad dentro del proceso de selección, entre los posibles oferentes que eventualmente podrían tener la idoneidad para ejecutar el objeto del contrato.

7.4. Acuerdos comerciales

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

De acuerdo con lo señalado en el literal D del Manual para el manejo de los Acuerdos Comerciales en Procesos de Contratación, expedido por Colombia Compra eficiente, “las Entidades Estatales deben determinar en la etapa de planeación si los Acuerdos Comerciales son aplicables al Proceso de

Contratación que están diseñando y en caso de que sean aplicables, cumplir con las obligaciones contenidas en los mismos. Las Entidades Estatales que adelantan sus Procesos de Contratación con las Leyes 80 de 1993 y 1150 de 2007 no deben hacer este análisis en las modalidades de selección de contratación directa y de mínima cuantía"

7.5. Verificación en Tienda Virtual del Estado Colombiano

La entidad realizó la verificación en el portal de Colombia Compra Eficiente, dentro de los Acuerdo Marco de Precios vigentes a la fecha y con cobertura en la Ciudad de Valledupar, encontrando que para la necesidad NO existe el Acuerdo Marco Vigente para la Adquisición de Implementos Deportivos.

Asimismo, al no superar la mínima cuantía y por sus características especializadas, la cuales no están presentes en el catálogo de grandes superficies, no es aplicable la compra por Grandes Superficies, no puede ser suplida mediante la Tienda Virtual del Estado Colombiano, por tanto, se hace necesario adquirir los bienes mediante la modalidad de Mínima cuantía.

8. ANÁLISIS DESDE LA PERSPECTIVA DEL RIESGO:

En esta clase de contratos los riesgos previsibles son en la ejecución del contrato, específicamente relacionados con la efectiva prestación del servicio. Por lo anterior los riesgos se estiman en la siguiente matriz:

Ítem	1	2	3	4	5	6	7
Clase	Especifico	Especifico	General	Especifico	General	Especifico	Especifico
Fuente	Interno	Interno	Externo	Externo	Externo	Interno	externo
Etapa	Ejecución	Ejecución	Ejecución	Ejecución	Ejecución	Ejecución	ejecución
Tipo	Operacional	Operacional	Económico	Riesgo económico	Regulatorio	Operacional	regulatorio
Descripción	Retrasos en la entrega de bienes y/o servicios	Deficiencia en la calidad no correspondan a los requeridos por la entidad	Fluctuación de los precios teniendo en cuenta la devaluación del peso frente al dólar de	Variaciones súbitas en los precios o desabastecimientos de para cumplimiento del objeto contractual.	Expedición de normas jurídicas que impacten la ecuación económica del contrato	Paros que puedan generar problemas en la entrega de materiales	Expedición normatividad tributaria ambiental que impacte el cumplimiento obligaciones derivadas del contrato
Consecuencia de la ocurrencia del evento	Que no se entreguen los bienes y/o servicios impidiendo el normal desarrollo de la ejecución contractual.	Que los bienes objeto de la compra no correspondan a los requeridos por la entidad.	Dificulta la ejecución del contrato de manera baja. Aplicando medidas mínimas se puede lograr el objeto contractual.	Parálisis en la ejecución del contrato	Romper la correlación de obligaciones entre las partes, desatar desequilibrio contractual	Que no se entreguen los bienes y/o servicios impidiendo el normal desarrollo de la ejecución contractual.	Romper la correlación de obligaciones entre las partes
Probabilidad	2	3	3	1	1	3	1
Impacto	3	3	3	5	2	2	2
Valoración	5	6	6	6	3	5	3
Categoría	Medio	alto	Alto	Riesgo alto	Bajo	Medio	bajo
¿A quién se le asigna?	Contratista	Contratista	Contratista y entidad estatal	Contratista	Contratista	Contratista	Contratista
Tratamiento/Control a ser implementado	Hacer efectiva garantía de cumplimiento	Hacer efectiva garantía de calidad	En caso de fluctuación del dólar superior al 50%, luego de la suscripción del contrato la entidad	Prever con antelación a los desabastecimientos que se puedan advertir, la toma de	Revisión normas jurídicas que puedan afectar el equilibrio contractual	Una vez advertidos su ocurrencia, se establece plan de contingencia para mitigar su impacto en	Revisión normas ambientales

Ítem		1	2	3	4	5	6	7
				adoptara fórmulas de acuerdo para restablecer el equilibrio económico del mismo.	medidas de abastecimiento de insumo s y repuestos para ejecutar el objeto contractual.		el desarrollo de la formación.	
Impacto después del tratamiento		2	3	2	1	1	2	1
Impacto después del tratamiento		2	2	2	3	1	2	1
¿Afecta la ejecución del contrato?		4	5	4	4	2	4	2
		Bajo	Medio	Bajo	Bajo	Bajo	Bajo	Bajo
		Sí	Sí	Sí	Si	si	si	si
Responsable por implementar el tratamiento		Contratista	Entidad Estatal	Contratista y entidad estatal	Contratista	Contratista	Contratista y Entidad Estatal	Contratista
Fecha estimada en que se inicia el tratamiento		desde el inicio de la ejecución contractual	desde el inicio de la ejecución contractual	Desde el inicio del proceso de contratación	desde el inicio de la ejecución contractual	desde el inicio de la ejecución contractual	Desde el inicio de la ejecución contractual	desde el inicio de la ejecución contractual
Fecha estimada en que se completa el tratamiento		Hasta la liquidación del contrato	Hasta la liquidación del contrato	Hasta la liquidación del contrato	Hasta la liquidación del contrato.	Hasta la liquidación del contrato.	Hasta la liquidación del contrato	Hasta la liquidación del contrato.
Monitoreo y revisión	**Como se realiza el monitoreo**	Permanentemente supervisor del contrato	Permanentemente supervisor del contrato	A través del supervisor del contrato	A través del área de gestión contractual	A través del área de gestión contractual	Permanentemente supervisor del contrato	A través del área de gestión contractual
	Periodicidad ¿Cuándo?	Permanentemente durante todo el proceso de ejecución del contrato.	Permanentemente durante todo el proceso de ejecución del contrato.	Una vez advertidos indicios de desabastecimiento	Una vez advertido el cambio normativo	Una vez advertido el cambio normativo	Permanentemente supervisor del contrato	Una vez advertido el cambio normativo

Firmado digitalmente por Carlos Rafael Melo Freyle

CARLOS RAFAEL MELO FREYLE
Subdirector de Centro de Innovación y de Gestión Empresarial y Cultural
Regional Cesar

Proyectó Análisis del Sector: NELSON RAFAEL ALVAREZ PACHECO Profesional Grado 01 CIGEC

Vo.Bo. Criterios de SST: Andrés Jiménez Jiménez– Apoyo SST CIGEC

Vo.Bo. Criterios Ambientales: Jhon Fredy Patiño Galvis Apoyo Ambiental CIGEC