ANÁLISIS DEL SECTOR

1. ASPECTOS GENERALES DEL MERCADO

Durante el periodo de julio de 2026, la economía colombiana mostró una inflación de 0,17% en julio, alcanzando un acumulado anual de 4.94% que afectó principalmente a los hogares de ingresos medios y altos. En contraste, el comercio minorista experimentó un notable dinamismo en junio con un crecimiento de las ventas reales del 14,7% impulsado por sectores como vehículos y tecnología, además de un aumento del 9.2% en las ventas por comercio electrónico.

Por su parte, las proyecciones macroeconómicas de los analistas prevén que la tasa de intervención del Banco de la República cierre el año en 12,25%, con la tasa de cambio ubicándose en $3.300 para diciembre de 2026. Asimismo, se estima un crecimiento del PIB entre 2,4% y 2.8% para 2026, en un entorno donde las condiciones sociopolíticas y la política fiscal destacan como los factores determinantes para las decisiones de inversión en el país.

El mercado de equipos de fotocopiado e impresión comprende la oferta de soluciones tecnológicas destinadas a la reproducción, impresión, digitalización y gestión de documentos, dentro de las cuales se encuentran impresoras, fotocopiadoras y equipos multifuncionales. Este mercado incluye diferentes tecnologías de impresión, principalmente láser y de inyección de tinta, así como equipos con capacidades diferenciadas en términos de velocidad de impresión, volumen de trabajo, resolución, formatos soportados, conectividad, impresión a doble cara, capacidad de escaneo y manejo de diferentes tipos de papel.

La oferta del sector está conformada por fabricantes, distribuidores, comercializadores y proveedores especializados que ofrecen equipos nuevos, suministros, accesorios, instalación, configuración, mantenimiento y soporte técnico. La selección de estas soluciones depende de factores como el volumen estimado de impresión y copiado, frecuencia de uso, costos de operación, rendimiento de los consumibles, disponibilidad de repuestos y servicio técnico, vida útil de los equipos y condiciones particulares del lugar donde serán instalados.

En este contexto, el mercado presenta una amplia variedad de alternativas que permiten a las entidades seleccionar equipos de acuerdo con sus necesidades operativas y presupuestales, considerando no solamente el precio de adquisición, sino también los costos asociados a consumibles, mantenimiento, soporte y operación durante la vida útil de la solución.

2. FUNDAMENTOS JURÍDICOS DE LA CONTRATACIÓN

El Artículo 2.3.1.6.3.17. del Decreto 1075 de 2015 establece que la celebración de contratos a que haya lugar con recursos del Fondo de Servicios Educativos debe realizarse con estricta sujeción a lo dispuesto en el estatuto contractual de la administración pública, cuando supere la cuantía de veinte (20) salarios mínimos legales mensuales vigentes.

El Artículo 2.2.1.1.1.6.1 del Decreto 1082/2015, establece el deber de las Entidades Estatales de analizar el sector, es decir, el mercado relativo al objeto del Proceso de Contratación, desde la perspectiva legal, comercial, financiera, Organizacional, técnica y de análisis de Riesgo.

Si la cuantía es inferior a los veinte (20) salarios mínimos legales mensuales vigentes se deben seguir los procedimientos establecidos en el reglamento expedido por el consejo directivo, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 13 de la Ley 715 de 2001, y en todo caso siguiendo los principios de transparencia, economía, publicidad, y responsabilidad, de conformidad con los postulados de la función administrativa.

La Institución Educativa contempla este análisis en forma concreta y pertinente, dentro del Estudio previo, teniendo en cuenta que la contratación que realiza en su mayoría pertenece a prestación de servicios de la modalidad de contratación Directa, y las demás adquisiciones de bienes y obras son adquiridos bajo el reglamento interno aprobado por el consejo Directivo, y cuyos valores no exceden veinte salarios mínimos, que con referente ley 80 no superan las contrataciones de mínima cuantía.

Los artículos 107 y 115 del Estatuto tributario establecen que los pagos por estampillas se tratan como una deducción común y corriente, y no como un impuesto.

Objeto específico: REALIZAR LA COMPRAVENTA DE EQUIPOS DE IMPRESIÓN MULTIFUNCIONALES PARA EL DESARROLLO DE LAS ACTIVIDADES INHERENTES A LA MISIONALIDAD DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA MONTEBELLO EN SUS DIFERENTES SEDES.

3. PROVEEDORES QUE PUEDEN CUMPLIR CON EL SERVICIO

El impacto y la dinámica operativa de los proveedores del mercado de equipos de impresión y fotocopiado dependen principalmente de la capacidad de comercialización, distribución, instalación y soporte técnico de las soluciones ofrecidas. Los proveedores pueden actuar como fabricantes, distribuidores autorizados, comercializadores o empresas especializadas en equipos multifuncionales, atendiendo requerimientos relacionados con impresión, copiado y digitalización de documentos.

La dinámica del sector se encuentra determinada por factores como la disponibilidad y características técnicas de los equipos, las diferentes tecnologías de impresión, la capacidad de procesamiento y volumen de trabajo, los costos de operación y consumibles, la disponibilidad de repuestos, las condiciones de garantía y la prestación de servicios de instalación, configuración, mantenimiento y soporte técnico. En consecuencia, los proveedores deben contar con capacidad suficiente para garantizar el suministro oportuno de los equipos, el cumplimiento de las

especificaciones técnicas requeridas y la continuidad del servicio asociado a su operación.

4. ESTRUCTURA DE COSTOS

De acuerdo con el portal CEUPE[1], las empresas comerciales tienen la siguiente estructura de costos:

"*Las empresas comerciales son aquellas que compran artículos terminados para posteriormente revenderlos a un precio superior y obtener de esa manera una ganancia. A diferencia, las empresas manufactureras compran materias primas a los proveedores y mediante un proceso de transformación, donde interviene la mano de obra y otras erogaciones, las convierten en productos terminados que ofrecen en el mercado y que poseen características diferentes a las materias primas adquiridas previamente, mientras que las empresas de servicios son aquellas que a través de diferentes procesos que implican una serie de actividades, son capaces de ofrecer o prestar un servicio específico o bien servicios integrados, ellas no transforman materiales, enlazan necesidades de los clientes por medio de los servicios que ofrece, se puede decir que existen empresas de servicios orientadas a un servicio específico (oficinas contables, diseños de ingeniería, asesores legales) o servicios integrados (bancos comerciales, hospitales, transporte).*

En lo que respecta al coste de ventas, en las empresas comerciales se encuentra representado por el precio de compra de los artículos adquiridos y vendidos, más los fletes y gastos incidentales que se incurrieron para adquirir los artículos, como gastos de importación, rebajas y descuentos en compras; en el caso de las empresas manufactureras el coste de ventas está constituido por el precio de compra de las materias primas usadas en la fabricación del producto más todos los costes incurridos en la transformación de ésta en productos terminados (mano de obra directa y costes indirectos de fabricación) y en las empresas de servicios no existe coste de producto tangible debido a que no hay inventarios de productos para la venta, solo tiene costes de los servicios prestados durante el periodo."

5. ANÀLISIS DE RIESGOS DE LA CONTRATACIÒN:

Dado que la contratación es de bajo monto y que la obligación de pago se consolidará con la entrega a satisfacción avalada por la supervisión, la Institución Educativa Montebello exime la exigencia de pólizas de garantía, sin perjuicio de la inclusión de estipulaciones contractuales que aseguren el cumplimiento de las obligaciones y la indemnidad del patrimonio institucional.

Atentamente;

Mario E. Ochoa

MARIO ERNESTO OCHOA BEJARANO
Rector.

Elaboro: IEO Montebello
Aprobó: Mario Ernesto Ochoa Bejarano. Rector.

[1] https://www.ceupe.com/blog/coste-y-gasto-en-empresas-comerciales-manufactureras-y-de-servicio.html