



Alcaldía Municipal de
MADRID
Departamento de Cundinamarca

ESTUDIO DEL SECTOR		
GJC-F-170	VERSIÓN 2	FECHA DE EMISIÓN 13/03/2024

ESTUDIO DEL SECTOR

SERVICIO DE DISEÑO, LITOGRAFÍA E IMPRESIÓN DE MATERIAL INSTITUCIONAL PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA IMAGEN CORPORATIVA Y EL ACCESO A LA INFORMACIÓN PÚBLICA DEL MUNICIPIO DE MADRID, CUNDINAMARCA.

SEPTIEMBRE DE 2026



ESTUDIO DEL SECTOR		
GJC-F-170	VERSIÓN 2	FECHA DE EMISIÓN 13/03/2024

TABLA DE CONTENIDO

1	Introducción	3
2	Aspectos Generales	4
2.1	Generalidades sobre el servicio de litografía e impresión.	4
2.2	Objeto.....	5
2.3	UNSPSC (United Nations Standard Products and Services Code):.....	5
3.	Participación de las mujeres en la actividad empresarial	6
4	Estudio Económico	7
4.1	Estructura del sector.....	8
4.1.1	Estudio de la Oferta	10
4.1.2	Estudio de la demanda.....	11
5	Estudio Técnico.....	12
5.1	Condiciones técnicas.....	12
5.2	Requerimientos mínimos de experiencia dentro del sector	14
5.	Acuerdos y normas internacionales aplicables	14
6	Análisis Financiero (Requisito Habilitante).....	15



ESTUDIO DEL SECTOR		
GJC-F-170	VERSIÓN 2	FECHA DE EMISIÓN 13/03/2024

1 Introducción

El presente estudio de sector tiene como fin realizar en general una evaluación del mercado colombiano, y en particular analizar del sector específico que presta el servicio de litografía e impresión, con el propósito de lograr una aproximación al estado de cada uno de los aspectos que lo integran y que son fundamentales para la potencialización del uso eficiente y efectivo de los recursos que destinará la entidad para satisfacer la necesidad identificada y que se propone satisfacer a través del presente proceso de contratación. Por tal motivo, el marco del estudio está definido por las condiciones derivadas de la necesidad de la contratación, las cuales es de aclarar, son diferentes en cada caso y conlleva a resultados más específicos que pueden generar mejores herramientas en el desarrollo del proceso contractual.

La importancia del análisis del sector ha sido recalcada en las recomendaciones que la Organización de Cooperación y de Desarrollo Económico (OCDE) le ha formulado al Gobierno Nacional, las cuales buscan promover las buenas prácticas, la transparencia y la promoción de la competencia leal en la contratación pública. Por otro lado, en busca de optimizar el proceso de contratación, el presente documento pretende generar herramientas para entender el mercado del bien o servicio a contratar, para de esta forma lograr los objetivos de eficacia, eficiencia, economía, promoción de la competencia y manejo del riesgo los cuales se acometen en cada uno de los procesos de contratación.

Dado lo anterior, el presente estudio de sector está organizado de la siguiente forma: en primer lugar, se establecen los aspectos generales del estudio, entre estos las generalidades sobre el objeto a contratar. De igual manera se enmarcarán las condiciones fundamentales del proceso de contratación. En segundo lugar, se realiza el análisis de los aspectos generales que componen el sector. En tercer lugar, luego de estudiar el sector y/o los sectores que afectan el proceso, se realiza el análisis de la oferta y la demanda, así como también el análisis técnico preliminar sobre el proceso. Por último, se realiza un estudio financiero con el propósito de establecer parámetros financieros del mercado mediante los cuales se definen los indicadores adecuados como requisito habilitante para el proyecto.

A continuación, se presenta el estudio de sector.

ESTUDIO DEL SECTOR		
GJC-F-170	VERSIÓN 2	FECHA DE EMISIÓN 13/03/2024

2 Aspectos Generales

2.1 Generalidades sobre el servicio de litografía e impresión.

El principio de publicidad, consagrado rigurosamente en la Constitución Política de Colombia, opera como un pilar fundamental del Estado Social de Derecho al garantizar de manera irrestricta el derecho fundamental de los ciudadanos a acceder de forma oportuna y veraz a la información sobre las actuaciones, decisiones y proyectos de la administración pública. Si bien la Alcaldía Municipal de Madrid ha consolidado avances sustanciales en el despliegue y la difusión digital de su gestión a través de plataformas virtuales, la persistencia de una brecha digital estructural — evidenciada en los informes técnicos del Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (MinTIC)— constituye el motivo y la causa originaria de la presente necesidad de contratación, toda vez que una proporción crítica de la población, en la cabecera municipal y ciertas zonas periféricas rurales del municipio, carece de conectividad estable o de las herramientas tecnológicas idóneas para interactuar con los canales virtuales, lo que restringe el conocimiento e impacto real de los programas institucionales.

Bajo esta premisa fáctica, surge la imperiosa necesidad de diseñar, adquirir e implementar una estrategia integral de material impreso y soluciones de comunicación visual tales como pendones, pasacalles, volantes y material de soporte BTL, configurándose como el mecanismo idóneo para subsanar dicha exclusión informativa mediante la ampliación de la cobertura territorial de la información oficial, el robustecimiento sustantivo de la transparencia administrativa y la democratización del acceso a la oferta institucional. Es por ello que este requerimiento se encuentra plenamente alineado con la planeación estratégica y presupuestal del ente territorial, articulándose armónicamente con el Plan Anual de Adquisiciones y, de manera vinculante, con los pilares del Plan de Desarrollo Municipal vigente, donde esta contratación se constituye en el soporte operativo e instrumental indispensable para el cumplimiento efectivo de múltiples metas plurianuales asignadas a la Secretaría de Desarrollo Económico y Bienestar Animal, así como a la Oficina de Prensa e Imagen Corporativa (OPIC).

En el ámbito del fomento económico, el turismo y la empleabilidad, este contrato proveerá las herramientas de soporte visual para ferias, activaciones y campañas sectoriales que permitirán dar estricto cumplimiento a la Meta 79, orientada a beneficiar a 550 unidades productivas a través del programa de Gestión Comercial COMERCON, impactando positivamente a comerciantes, asociaciones, productores de la plaza de mercado y emprendedores locales; asimismo, respaldará de forma análoga la Meta 80, enfocada en la promoción regional y nacional de 435 usuarios anuales mediante la vitrina digital de emprendimiento y turismo a través de esquemas híbridos de difusión visual, robusteciendo la captación de mercados. La Meta 87 que exige la participación destacada del municipio en tres (3) eventos departamentales o nacionales de enfoque turístico.

Por otra parte, la transversalidad de esta estrategia comunicacional en territorio abarca metas esenciales de la agenda ambiental y de bienestar animal del municipio, garantizando que el material físico actúe como un puente informativo accesible que potencia la Meta 114, relacionada con el fortalecimiento del sistema de información ambiental para su libre divulgación ciudadana, y la Meta 115, que demanda la implementación de cuatro (4) estrategias de asistencia técnica para los Proyectos Ambientales Escolares (PRAES) y Proyectos Ambientales Universitarios (PRAUS).



De manera especialmente robusta, el suministro de estas piezas gráficas y didácticas será la base operativa para dar cumplimiento a la Meta 125, la cual contempla la realización de 192 campañas territoriales de educación en bienestar y protección animal dirigidas a toda la población de Madrid, asegurando una cobertura total en sectores donde la radio y el material impreso son los únicos canales con penetración efectiva.

Finalmente, los beneficios esperados con la ejecución de este contrato se traducen en un incremento cuantitativo y cualitativo de la participación ciudadana, la optimización del posicionamiento institucional de los programas de beneficio común y el aseguramiento del principio de austeridad y eficiencia del gasto público conforme a los lineamientos del Decreto 397 de 2022, priorizando insumos de alta durabilidad y óptimos estándares de calidad que garantizan la sostenibilidad de la inversión; todo lo anterior, supeditado a la obligatoria observancia e implementación de la Meta 197, orientada a la aplicación sistemática del Manual de Identidad Visual corporativa, lo cual afianzará la recordación de la "Marca Madrid" y asegurará la coherencia gráfica, estética e institucional en cada una de las ferias, eventos, programas y campañas desarrollados por la entidad en beneficio directo de la ciudadanía de Madrid, Cundinamarca.

En conclusión, la ejecución de este proceso contractual se justifica plenamente como una herramienta de buen gobierno indispensable para salvaguardar el derecho a la información ciudadana, logrando descentralizar la comunicación institucional mediante soportes físicos y logísticos de alto impacto visual que superen las barreras de la conectividad en ferias, eventos institucionales y campañas territoriales, al tiempo que se consolida un modelo de administración transparente, visible, incluyente y en constante diálogo con toda la comunidad urbana y rural de Madrid.

2.2 Objeto.

Objeto: SERVICIO DE DISEÑO, LITOGRAFÍA E IMPRESIÓN DE MATERIAL INSTITUCIONAL PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA IMAGEN CORPORATIVA Y EL ACCESO A LA INFORMACION PUBLICA DEL MUNICIPIO DE MADRID CUNDINAMARCA.

2.3 UNSPSC (United Nations Standard Products and Services Code):

Los códigos UNSPSC por sus siglas en inglés o mejor conocidos como Códigos de Naciones Unidas en español que se presentan a continuación corresponden a los que se encuentran aplicables para la presente contratación:

UNSPSC				
GRUPO	SEGMENTO	FAMILIA	CLASE	PRODUCTO
F. SERVICIOS.	82 – SERVICIOS EDITORIALES DE DISEÑO, DE ARTES GRÁFICAS Y BELLAS ARTES	12 – SERVICIO DE REPRODUCCIÓN	15 - IMPRESIÓN	00.
CODIGO: 82121500				

UNSPSC				
GRUPO	SEGMENTO	FAMILIA	CLASE	PRODUCTO



F. SERVICIOS.	82 – SERVICIOS EDITORIALES DE DISEÑO, DE ARTES GRÁFICAS Y BELLAS ARTES	10 – PUBLICIDAD	15 – PUBLICIDAD IMPRESA	00.
CODIGO: 82101500				

Los códigos anteriormente presentados atienden a las necesidades del mercado y las actividades particulares que enmarcan el proceso que se adelanta.

3. Participación de las mujeres en la actividad empresarial

La participación de la mujer en la actividad empresarial en Colombia ha experimentado una evolución significativa a lo largo de las últimas décadas, marcada por avances en equidad de género, cambios culturales, y políticas públicas que han fomentado su inclusión en la economía formal e informal.

En las décadas de 1950 a 1970, las mujeres en Colombia comenzaron a tener una mayor presencia en el ámbito laboral y empresarial debido a la urbanización y los cambios en las estructuras familiares. Sin embargo, su participación se concentraba principalmente en sectores tradicionalmente asociados con los roles de género, como el comercio minorista, la educación y la confección. Las mujeres empresarias eran una minoría, generalmente involucradas en pequeños negocios familiares o informales.

Posteriormente en las décadas de 1980 a 1990 con el auge de movimientos feministas y reformas legales, como la Ley 51 de 1981 que promovió igualdad de derechos, las mujeres empezaron a desempeñar roles más visibles en el ámbito económico. Durante este período, muchas mujeres iniciaron emprendimientos para complementar ingresos familiares, principalmente en sectores como comercio, servicios y pequeñas industrias. El acceso a la educación superior también comenzó a aumentar, ampliando sus oportunidades empresariales.

A inicios del siglo XXI, la globalización y la expansión de las tecnologías de la información y comunicación (TIC) abrieron nuevas oportunidades para las mujeres emprendedoras. Programas gubernamentales como "Banca de las Oportunidades" comenzaron a otorgar microcréditos, beneficiando especialmente a mujeres de bajos ingresos. Las mujeres comenzaron a liderar pequeñas y medianas empresas (pymes), con un enfoque en innovación y sostenibilidad.

En esta etapa, la participación femenina en el sector empresarial se diversificó. Las mujeres empezaron a liderar negocios en sectores tradicionalmente dominados por hombres, como la tecnología, la construcción y la agroindustria. También hubo un auge en el emprendimiento social liderado por mujeres, orientado a abordar problemáticas como la pobreza, el acceso a la educación y la igualdad de género.

La implementación de políticas como la Ley 1496 de 2011, que promueve la igualdad salarial, y el fortalecimiento de redes de apoyo como cámaras de comercio, universidades y organizaciones no gubernamentales, impulsaron aún más el liderazgo femenino en los negocios.

A pesar de la pandemia del COVID-19, las mujeres colombianas demostraron resiliencia empresarial. Muchas migraron sus negocios al ámbito digital y crearon startups en sectores



tecnológicos, salud y educación virtual. Sin embargo, aún enfrentan barreras significativas como el acceso limitado a financiamiento, la informalidad y los prejuicios de género.

En los últimos años, iniciativas como iNNpuls Colombia y programas internacionales han apoyado a mujeres emprendedoras con formación, mentorías y acceso a capital. Además, el debate sobre equidad de género en el ámbito corporativo ha promovido una mayor inclusión en juntas directivas y roles de liderazgo.

Según el Instituto Nacional de Contadores Públicos de Colombia (INCP), en 2022, el 62.5% de las empresas creadas por personas naturales fueron lideradas por mujeres. Esto representa un aumento significativo en comparación con años anteriores.

Las mujeres han liderado la creación de empresas en diversos sectores, incluyendo comercio al por mayor y al por menor (45%), alojamiento y servicios de comida (20.5%), e industrias manufactureras (9.1%). Esto muestra la capacidad de las mujeres para diversificar y liderar en diferentes áreas económicas.

Las empresas creadas por mujeres han generado más de 92,000 puestos de trabajo durante su primer año de operación. Esto no solo contribuye al desarrollo económico del país, sino que también proporciona oportunidades laborales para muchas personas.

Los programas de apoyo de las Cámaras de Comercio han sido fundamentales para fortalecer la actividad empresarial de las mujeres. Estos programas han permitido que las mujeres amplíen sus mercados, mejoren sus habilidades gerenciales y aumenten sus ingresos.

A pesar del progreso, las mujeres aún enfrentan desafíos significativos, como la brecha salarial y la falta de acceso a financiamiento. Sin embargo, los esfuerzos en materia de política pública y la articulación público-privada han comenzado a mostrar resultados positivos.

Las ciudades con una mayor dinámica en la creación de empresas lideradas por mujeres incluyen Bogotá, Medellín, Cali, Barranquilla, Cúcuta, Cartagena, Soacha, Ibagué y Bucaramanga. Estas ciudades han sido foco de iniciativas y programas que apoyan a las mujeres empresarias.

4 Estudio Económico

A continuación, se desarrolla el estudio de análisis económico, en donde se presenta un sondeo a nivel macroeconómico y microeconómico de la economía colombiana y del sector que presta los servicios de litografía e impresión.

Sobre un marco conceptual, se desarrollan cada una de las principales variables económicas que afectan desde ambas ramas, el desarrollo eficiente del sector a estudiar y consecuentemente del proceso contractual que se pretende adelantar. Por lo anterior, se estiman las principales variables macroeconómicas que más allá de ser determinantes dentro del óptimo desempeño de la economía colombiana, son trascendentales en la evolución de los sectores y los proyectos que desarrolle cada uno de ellos.



ESTUDIO DEL SECTOR		
GJC-F-170	VERSIÓN 2	FECHA DE EMISIÓN 13/03/2024

Así mismo, desde el punto de vista microeconómico, se profundizará en cada uno de los sectores que acogen el contrato y de los cuales es transcendental conocer su funcionamiento y sus afectaciones al buen desempeño económico y financiero de la economía.

Según como se estimó en el numeral anterior, este proceso está enmarcado en el sector que presta los servicios de litografía e impresión. Así pues, se tiene en cuenta el siguiente análisis.

4.1 Estructura del sector

Antecedentes

El sector de la litografía e impresión ha estado históricamente ligado al desarrollo de la comunicación visual, la publicidad institucional y los procesos administrativos de empresas e instituciones públicas. En Colombia, este sector se consolidó a lo largo del siglo XX, especialmente con el auge de las imprentas comerciales que respondían a la demanda creciente de material impreso para campañas gubernamentales, actividades educativas, documentación oficial y promoción institucional. Con el paso del tiempo, estas empresas evolucionaron hacia unidades productivas más especializadas que combinan creatividad, tecnología y capacidad operativa para ofrecer soluciones integrales en diseño gráfico, impresión offset y digital, acabados especiales y distribución logística.

Situación actual

Actualmente, el sector enfrenta un proceso de transformación marcado por la digitalización, la diversificación de servicios y una mayor conciencia ambiental. La migración de muchas piezas comunicacionales al entorno digital ha reducido la demanda de impresos tradicionales; sin embargo, ha crecido la necesidad de productos gráficos de alto valor agregado, como empaques institucionales, material promocional personalizado y soluciones integradas de imagen corporativa. Las empresas del sector han respondido adoptando nuevas tecnologías de impresión, automatizando procesos y enfocándose en la calidad, la personalización y la sostenibilidad. Las exigencias de los clientes, especialmente institucionales, se han ampliado para incluir aspectos como la trazabilidad de procesos, el uso de materiales reciclables y el cumplimiento de estándares de responsabilidad ambiental y social.

Estructura del sector

El sector de litografía e impresión institucional se estructura principalmente en tres grandes áreas. La primera es la impresión comercial, que abarca productos como folletos, catálogos, informes institucionales, tarjetas de presentación, carpetas y revistas internas. La segunda corresponde a la litografía publicitaria, que produce material gráfico para campañas de comunicación institucional, eventos, señalización, piezas de punto de venta (POP) y material informativo para la ciudadanía. Finalmente, se encuentra el segmento de empaques e impresión industrial, donde se desarrollan soluciones para productos corporativos, etiquetas y cajas personalizadas que refuerzan la identidad de marca.

Cadena de abastecimiento

La cadena de valor del sector inicia en la etapa de diseño y pre prensa, donde se desarrollan conceptos gráficos y se ajustan los archivos para impresión. Posteriormente, se adquieren los insumos necesarios como papel, tintas, placas, adhesivos y materiales especiales. La etapa de



producción se realiza mediante impresión offset o digital, dependiendo de la escala y naturaleza del producto, y puede incluir procesos de troquelado, plastificado, laminado, barnizado y encuadernado. Finalmente, el producto terminado se distribuye al cliente mediante servicios logísticos especializados, incluyendo almacenamiento si se requiere. En algunos casos, se presta soporte postventa para corrección de errores, nuevas tiradas o actualizaciones.

Principales actores

Entre los actores principales del sector se encuentran las empresas privadas especializadas en impresión gráfica, que varían desde grandes firmas con maquinaria de última generación hasta pequeños talleres que ofrecen impresión digital rápida y personalizada. También se destacan los proveedores de insumos y tecnología, incluyendo fabricantes de papel, tintas, adhesivos y maquinaria. A su vez, las agencias de publicidad y comunicación desempeñan un rol clave al tercerizar servicios de impresión como parte de campañas institucionales. En el ámbito público, las entidades del Estado son clientes frecuentes, especialmente en contextos electorales, campañas pedagógicas, programas sociales y publicaciones oficiales.

Tamaño del mercado

El mercado colombiano de impresión y artes gráficas se estima en más de 1.000 millones de dólares anuales, cifra que incluye tanto el mercado interno como exportaciones. Aunque no existen datos segmentados específicamente para servicios de imagen institucional, este subsegmento representa una porción significativa del mercado local, dada la constante demanda de comunicación gráfica por parte de entidades estatales, universidades, corporaciones y organizaciones no gubernamentales. Esta demanda se incrementa en años electorales, en momentos de implementación de nuevas políticas públicas o cuando las instituciones buscan fortalecer su posicionamiento mediante estrategias de comunicación impresa.

Crecimiento actual

El crecimiento del sector presenta una dinámica mixta. Por un lado, se ha observado una reducción en la demanda de impresos masivos y genéricos, lo cual ha afectado a algunas empresas tradicionales. Por otro lado, ha habido un crecimiento sostenido en los segmentos de impresión personalizada, empaques institucionales ecológicos y servicios integrales que combinan diseño, producción y entrega. Asimismo, las empresas han mejorado su competitividad mediante automatización de procesos, reducción de tirajes mínimos y mejor gestión de inventarios. Estas estrategias permiten ofrecer productos de alta calidad con tiempos de entrega más ágiles, lo cual es especialmente valorado por instituciones que requieren eficiencia en la ejecución de sus campañas y proyectos.

Proyecciones

A futuro, el sector de litografía e impresión institucional continuará su transformación hacia modelos de negocio más integrales, que combinan asesoría estratégica, diseño gráfico, impresión personalizada y soluciones logísticas. Se espera una consolidación de empresas más tecnificadas, capaces de adaptarse a las exigencias de sostenibilidad, trazabilidad y eficiencia. El uso de tecnologías avanzadas como la impresión UV, las etiquetas inteligentes y los sistemas de impresión 3D ampliará las posibilidades para ofrecer productos diferenciados. Además, los clientes institucionales serán cada vez más exigentes en cuanto al cumplimiento de estándares ambientales, la trazabilidad de insumos y el respaldo técnico de los productos. En ese contexto,



las empresas que logren articular innovación, sostenibilidad y eficiencia operativa estarán mejor posicionadas para liderar el mercado en los próximos años.

4.1.1 Estudio de la Oferta

Muestra sobre empresas del sector que han participado en procesos de servicios de litografía e impresión.

Ahora bien, teniendo en cuenta los requerimientos del proceso y el sector definido anteriormente se simplificó el estudio de la oferta a un conglomerado de empresas representativas dentro del sector que han participado en procesos de servicio de litografía e impresión. Esta muestra de empresas surge como base de la información disponible en procesos de contratación similares en Secop II, así como en la información disponible por parte de la Superintendencia de Sociedades. De igual manera, las empresas se revisaron una a una de tal forma que mediante el cruce con fuentes de información tales como el Portal de Información Empresarial (PIE) de la Superintendencia de Sociedades y el Registro Único Empresarial (RUES), se corrobora su existencia en la actualidad y se consolida su información financiera actualizada con corte a 31 de diciembre de 2025.

Es de aclarar que: 1. El orden presentado de las empresas no constituye ningún tipo de jerarquización 2. Las empresas presentadas a continuación es una muestra representativa del mercado las cuales desde las consideraciones realizadas hacen parte del mercado objetivo de empresas que pueden llegar a manifestar interés en la contratación que se pretende adelantar, sin embargo, no representan todo el mercado en sí, 3. El listado de empresas no constituye ninguna recomendación al proceso de contratación a adelantar, se presenta únicamente con fines de estudio de la oferta del mercado objetivo del sector.

A continuación, se presenta el consolidado de empresas resultante del análisis realizado bajo los parámetros establecidos.

Tabla 1. Oferta

N	NOMBRE
1	PAPELES PAYA SAS*
2	EL ACIERTO SAS*
3	BIG MEDIA PUBLICIDAD*
4	ARMONIA IMPRESORES LTDA*
5	GRUPO EDITADO SAS*
6	EDITORIAL LA PATRIA SA*
7	PERIODICOS Y PUBLICACIONES SAS*
8	GAMA PUBLICIDAD PEREIRA SAS*
9	ELIUMER SANTIAGO PUBLICIDAD SAS*
10	ABC SERVITECNIC LTDA*
11	CADENA SA
12	DISPAPELES SAS



13	EDITORIA EL MAR SA*
14	LA TIPOGRAFIA SAS*
15	SOLUTION COPY LTDA*
16	DITAR SAS*
17	SERVIEQUIPOS Y SUMNISTROS*
18	SERTECOPY SAS*
19	PUBLIMPRESOS EXPRESS EU*
20	DATALASER SAS*

NOTA: Las empresas marcadas con * corresponden a MIPYMES.

4.1.2 Estudio de la demanda

Con el fin de conocer la demanda de procesos con características similares desde el punto de vista técnico, financiero y jurídico, a continuación, se presenta un listado de procesos que cumplen con estos requerimientos y los cuales surgen luego de un estudio exhaustivo de la experiencia nacional en procesos similares. El fin es conocer la demanda de éstos por parte de los mercados y de esta forma apropiar el hecho de que efectivamente son procesos ejecutados que listan una serie de oportunidades por medio de las cuales el país puede aprender en su propósito de seguir impulsando proyectos de esta magnitud.

Tabla 2. Demanda.

No	# DE PROCESO	TIPO DE PROCESO	OBJETO	ENTIDAD
1	494 -DISANEJC-DMSOC-2026	Mínima cuantía	SERVICIO DE EDICIÓN, IMPRESIÓN Y REPRODUCCIÓN DE MATERIAL LITOGRAFICO Y OTROS INSUMOS CON DESTINO A LA REGIONAL DE SANIDAD MILITAR N.º 9 Y SUS UNIDADES CENTRALIZADAS	DISAN-DMSOC
2	SAB-04-006-26	Selección abreviada subasta inversa	CONTRATAR LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS DE LITOGRAFÍA, DISEÑO, IMPRESIÓN, PUBLICACIÓN Y PRODUCCIÓN DE MATERIAL P.O.P ASOCIADOS A LAS FUNCIONES Y COMPETENCIAS DEL MUNICIPIO DE SABANETA	MUNICIPIO DE SABANETA
3	SAMC-009-2025	Selección abreviada menor cuantía	SERVICIO DE DISEÑO, LITOGRAFÍA E IMPRESIÓN DE MATERIAL INSTITUCIONAL PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA IMAGEN CORPORATIVA Y EL ACCESO A LA INFORMACION PUBLICA DEL MUNICIPIO DE MADRID CUNDINAMARCA.	ALCALDÍA MUNICIPAL DE MADRID CUNDINAMARCA
4	642-DISANEJC-DMSOC-2025	Mínima cuantía	SERVICIO DE EDICION, IMPRESIÓN Y REPRODUCCION DE MATERIAL LITOGRAFICO Y OTROS INSUMOS CON	DISAN-DMSOC



			DESTINO A LA REGIONAL DE SANIDAD MILITAR N.º 9 Y SUS UNIDADES CENTRALIZADAS	
5	025-CDPS-APOYOLOGISTICO-2025	Contratación directa	PRESTACIÓN DE SERVICIOS DE APOYO A LA GESTIÓN PARA REALIZAR ACTIVIDADES TIPOGRÁFICAS DE ESTAMPADO AL CALOR, CORTE, TROQUELADO, NUMERACIÓN E IMPRESIÓN DE TRABAJOS DE LITOGRAFÍA, CON DESTINO A PUBLICACIONES A CARGO DE LA AYUDANTIA GENERAL DE COMANDO EJÉRCITO	APOYO LOGISTICO COMANDO EJERCITO

5 Estudio Técnico

5.1 Condiciones técnicas

Diseño gráfico institucional

El servicio de diseño deberá ajustarse estrictamente al manual de identidad visual corporativa de la entidad. Todos los diseños deberán desarrollarse utilizando software profesional de edición (como Adobe Illustrator, InDesign o similares) y entregarse en formatos editables (.ai, .indd, .psd) y en PDF listo para impresión. Cada pieza deberá incluir hasta tres (3) rondas de ajustes sin costo adicional, a solicitud de la entidad. Los diseños deben incorporar tipografías, paletas de color, diagramación y elementos gráficos institucionales aprobados por la entidad contratante.

Revisión técnica y pre prensa (litografía)

El contratista deberá realizar una verificación exhaustiva de los archivos antes de impresión, incluyendo:

- Resolución mínima de 300 dpi.
- Configuración de color en modo CMYK.
- Inclusión de sangrados mínimos de 3 mm.
- Márgenes de seguridad de al menos 5 mm.
- Revisión de vínculos e incrustación de fuentes.

Deberán presentarse pruebas de arte (físicas o digitales) para aprobación por parte de la entidad, como requisito previo al inicio del proceso de impresión.

Proceso de impresión

La impresión deberá realizarse utilizando tecnología offset para tirajes mayores a 500 unidades y tecnología digital para menores cantidades o requerimientos urgentes. Todos los productos



ESTUDIO DEL SECTOR		
GJC-F-170	VERSIÓN 2	FECHA DE EMISIÓN 13/03/2024

impresos deberán mantener una calidad mínima de 300 dpi, sin alteraciones de color, manchas, marcas o registros defectuosos.

Se emplearán tintas CMYK y tintas planas Pantone cuando lo determine la entidad. Los materiales de impresión deben cumplir con los siguientes estándares:

- Papel couche o propalcote de 150 g/m² para interiores.
- Papel couche o propalcote de 300 g/m² para portadas o cubiertas.
- Papel bond de 90 g/m² para documentos administrativos.

Acabados y terminados

Los acabados deben responder a las características de cada pieza. Se podrán incluir:

- Plastificado mate o brillante.
- Barniz UV sectorizado o total.
- Troquelado.
- Doblado o plegado en distintos formatos.
- Grapado, anillado metálico o empastado.

El tipo de acabado deberá ser aprobado previamente por la entidad para cada tipo de producto solicitado.

Tipología de productos

El contratista deberá estar en capacidad de diseñar, imprimir y entregar una variedad de productos, que pueden incluir, entre otros:

- Volantes, afiches, dípticos, trípticos, plegables.
- Cartillas, manuales, informes institucionales.
- Carpetas, papelería membretada, tarjetas.
- Pendones, banners y señalética impresa.
- Etiquetas y adhesivos promocionales.

Entrega y presentación



Todos los materiales deberán ser entregados empacados, organizados y etiquetados adecuadamente. El transporte y entrega a la dirección indicada por la entidad correrá por cuenta del contratista. El plazo de entrega no deberá exceder los cinco (5) días hábiles posteriores a la aprobación del arte final.

Garantía y soporte técnico

El contratista deberá responder por defectos de impresión, corte, encuadernación o materiales, y realizar las correcciones correspondientes sin costo adicional. Se exigirá una garantía mínima de seis (6) meses sobre los productos entregados. Adicionalmente, deberá brindar soporte técnico en diseño y producción durante todo el proceso de ejecución del contrato, con atención oportuna a requerimientos y observaciones emitidas por la entidad.

5.2 Requerimientos mínimos de experiencia dentro del sector

El proponente deberá acreditar su experiencia específica con la presentación de hasta tres (03) certificaciones o las correspondientes actas de liquidación de contratos y/o convenios, que se encuentren ejecutados, terminados y/o liquidados cuyo objeto corresponda al servicio de diseño, litografía e impresión de material para imagen institucional, relacionado con el objeto contractual y que su sumatoria sea mayor o igual al cien por ciento (100 %) del valor del presupuesto oficial estimado.

5. Acuerdos y normas internacionales aplicables

De acuerdo al manual de acuerdos comerciales expedido por Colombia Compra eficiente se establece lo siguiente en el nivel municipal:

Acuerdo comercial con:	Procesos de Contratación para adquirir bienes y servicios a partir de:	Procesos de Contratación para servicios de construcción a partir de:
Alianza Pacífico	\$ 1.104.600.000	\$ 27.615.000.000
Chile	\$ 1.104.600.000	\$ 27.615.000.000
Los Estados AELC	\$ 1.104.600.000	\$ 27.615.000.000
Costa Rica	\$ 2.750.454.000	\$ 29.980.294.080
Unión Europea	\$ 1.104.600.000	\$ 27.615.000.000
Triángulo del Norte	A partir del límite inferior de la menor cuantía	

Acuerdo Comercial		Entidad Estatal incluida	Umbral	Excepción Aplicable	Proceso de Contratación Cubierto
Alianza Pacífico	Chile	SI	NO	1,2,3,4,5,6,7,12,14,15,16,17,19,28,29,32,35,37,55,61	NO
	Perú				



Chile		SI	NO	1, 2, 3, 4, 5, 6, 8, 12, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 28, 29, 32, 33, 34, 35, 36, 37,47	NO
Costa Rica		SI	NO	1,3,4,5,6,7,9,12,14,15,16,17,19,28,29, 32,35,37,57,58,61	NO
Estados AELC		SI	NO	1, 4, 5, 6, 7, 10, 11, 12, 14, 15, 16, 17, 19, 28, 29, 30, 31, 32, 33, 34, 35, 36, 37	NO
Triangulo del Norte	Guatemala	SI	SI	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 9, 14, 20, 21,50,51,52,53,59	SI
Unión Europea		SI	NO	1, 4, 5, 6, 7, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 19, 23, 28, 29, 31, 32, 34, 35, 37,49,57	NO

De acuerdo con la anterior tabla si existen acuerdos comerciales que aplican para el presente proceso de contratación.

6 Análisis Financiero (Requisito Habilitante)

Teniendo en cuenta el análisis del sector y cada uno de los argumentos derivados de la profundización sobre el estado de la economía colombiana y el sector comercio, a continuación se presenta un análisis financiero del sector, con el fin de determinar los indicadores financieros como requisito habilitante establecido para el proceso a adelantar.

La muestra utilizada para la definición del requisito habilitante es la que se derivó del análisis de la oferta en el numeral 4.1.1 del presente documento.

El principal componente que se tiene en cuenta dentro del análisis financiero es el estado del sector servicios y de manera primordial, las condiciones del contrato: plazo de ejecución, Valor Estimado y forma de pago.

De esta forma, el análisis se efectuó garantizando tres componentes:

1. El análisis estadístico de los datos: Se realizaron estadísticas descriptivas sobre los datos, analizando gráficamente y determinando los valores atípicos de la muestra que por contingencia o factores diferenciales se encontraban por fuera del rango de estudio. Para depurar la muestra se establecieron los principales valores descriptivos tales como: la media, la mediana, el máximo, el mínimo y la desviación estándar y se definieron los percentiles sobre los cuales se establece el intervalo de datos que define el rango de estudio. Una vez realizado el análisis de los datos se



determina cada uno de los indicadores, teniendo en cuenta los resultados obtenidos, el análisis del sector y las condiciones del proceso a adelantar.

2. El análisis del sector: Adicional a los resultados obtenidos luego del análisis de los datos, se considera una variación sujeta al estado y condiciones del sector comercio.

3. Las condiciones del proceso: El análisis para establecer los indicadores financieros parte igualmente de las condiciones del proceso el cual se va a adelantar, entre estas condiciones se busca guardar proporción con el objeto del contrato, el Valor Estimado, la complejidad, el plazo, la forma de pago y los riesgos asociados a la ejecución del proceso. Así como también, de acuerdo a los requerimientos definidos mediante el estudio de la demanda y lo contemplado en el numeral 4.1.2.

De esta forma, se consideran los siguientes indicadores como requisito habilitante:

Capacidad Financiera¹

Capital de trabajo: Este indicador representa la liquidez operativa del proponente, es decir el remanente del proponente luego de liquidar sus activos corrientes (convertirlos en efectivo) y pagar el pasivo de corto plazo. Un capital de trabajo positivo contribuye con el desarrollo eficiente de la actividad económica del proponente.

$$\text{Capital de Trabajo} = \text{Activos Corrientes} - \text{Pasivos Corrientes}$$

Nivel de endeudamiento: Garantiza que el grado de apalancamiento utilizado para el pago de sus deudas no es muy alto y así poder dar respaldo a la ejecución del contrato. A mayor índice de endeudamiento, mayor es la probabilidad del proponente de no poder cumplir con sus pasivos. Este se define como el cociente entre el total de pasivos sobre el total de activos concebidos dentro del corte del periodo contable, para lo cual se tiene en cuenta la siguiente fórmula (este valor está en unidades porcentuales)

$$\text{Índice de Endeudamiento} = \frac{\text{Pasivos Totales}}{\text{Activos Totales}}$$

Índice de liquidez: Determina la capacidad que tiene un proponente para cumplir con sus obligaciones de corto plazo. A mayor índice de liquidez, menor es la probabilidad de que el proponente incumpla sus obligaciones de corto plazo.

$$\text{Índice de Liquidez} = \frac{\text{Activos corrientes}}{\text{Pasivos corrientes}}$$

¹ Definiciones tomadas del Manual para determinar y verificar los requisitos habilitantes en los Procesos de Contratación de Colombia Compra Eficiente.

ESTUDIO DEL SECTOR		
GJC-F-170	VERSIÓN 2	FECHA DE EMISIÓN 13/03/2024

Razón de cobertura de intereses: Refleja la capacidad del proponente de cumplir con sus obligaciones financieras. A mayor cobertura de intereses, menor es la probabilidad de que el proponente incumpla sus obligaciones financieras.

$$\text{Razon de Cobertura de Intereses} = \frac{\text{Utilidad Operacional}}{\text{Gasto en Intereses}}$$

Rentabilidad del Activo (ROA): Determina la rentabilidad de los activos del proponente, es decir, la capacidad de generación de utilidad operacional por cada peso invertido en el activo. A mayor rentabilidad sobre activos, mayor es la rentabilidad del negocio y mejor la capacidad organizacional del proponente. Este indicador debe ser siempre menor o igual que el de rentabilidad sobre patrimonio.

$$ROA = \frac{\text{Utilidad Operacional}}{\text{Activos totales}}$$

Rentabilidad del Patrimonio (ROE): Determina la rentabilidad del patrimonio del proponente, es decir, la capacidad de generación de utilidad operacional por cada peso invertido en el patrimonio. A mayor rentabilidad sobre el patrimonio, mayor es la rentabilidad de los accionistas y mejor la capacidad organizacional del proponente.

$$ROE = \frac{\text{Utilidad Operacional}}{\text{Patrimonio}}$$

Procedimiento y Metodología

El análisis de cada uno de los indicadores se realiza mediante estadísticas descriptivas de los datos teniendo en cuenta su distribución inicial; de esta forma, se procede a analizar mediante gráficos de dispersión, de qué manera están repartidos los datos en la muestra y poder concluir del efecto sobre los resultados. Una vez estudiada la muestra inicial para cada indicador, a partir de la metodología sugerida por Colombia Compra Eficiente en su Manual para determinar y verificar los requisitos habilitantes en los Procesos de Contratación, se determina la Media Acotada o simplemente se depura la base en sus extremos en un porcentaje establecido a partir del análisis previo sobre la dispersión de aquellos datos atípicos que pueden afectar los resultados. Mediante este procedimiento, se obtiene una muestra acotada y se procede a realizar el análisis estadístico, con lo cual se define el indicador estableciendo un intervalo definido por la media de la muestra y la desviación estándar promedio sobre la misma.

Una vez definido el indicador de manera cuantitativa por el análisis numérico se tienen en cuenta los dos componentes adicionales mencionados, el análisis del sector y las condiciones del proceso, y la congruencia de los resultados obtenidos con estos componentes para así asegurar que los requisitos definidos cumplan con los pilares referentes a indicadores acordes al sector y propios para garantizar la solidez financiera requerida para la correcta ejecución del contrato.

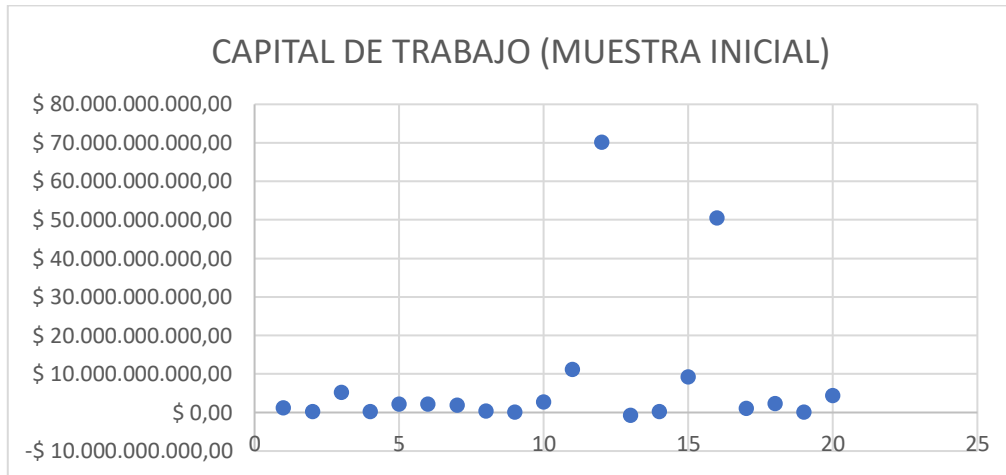


Con base en el análisis de los datos, el análisis del sector y las condiciones del contrato; se determinaron los siguientes indicadores financieros:

1. Capital de Trabajo

Se define la distribución del Capital de trabajo para la muestra, de la siguiente forma:

Gráfica 1.



Fuente: Elaboración propia

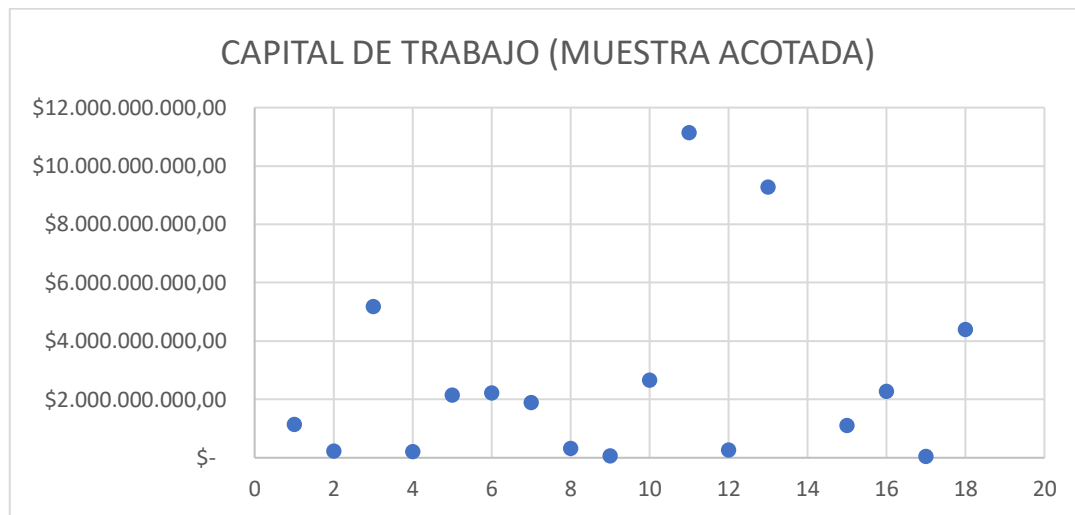
Como bien se puede evidenciar en la gráfica existen datos atípicos que pueden afectar el análisis estadístico de los datos, lo cual es aún más evidente luego de realizar las estadísticas descriptivas pertinentes para la muestra inicial.

Concepto	Valor
Media	\$ 8.204.316.677,10
Mediana	\$ 2.000.266.652,50
Desviación Estándar	\$ 18.356.640.875
Máximo	\$ 70.144.250.073,00
Mínimo	-\$ 802.524.301,00

La tabla anterior muestra que existe una concentración de los datos en los extremos de la muestra con una desviación estándar demasiado alta en comparación a su media. Dado esto, se procede a acotar la muestra en un porcentaje equivalente al 10%. De esta forma, se obtienen los siguientes resultados.



Gráfica 2.



Fuente: Elaboración propia

La gráfica anterior permite observar que, una vez acotada la muestra en sus extremos, se define una distribución más clara de los datos sin valores atípicos sobre la muestra que conlleven a resultados sesgados; con lo cual se procede a calcular las estadísticas descriptivas de los datos para así corroborar que existe una menor alteración por datos atípicos y es considerable la muestra para concluir sobre ella.

Concepto	Valor
Media	\$ 2.605.913.738,18
Mediana	\$ 1.876.740.305,00
Desviación Estándar	\$ 3.237.161.240
Máximo	\$ 11.121.264.000,00
Mínimo	\$ 22.567.163,00

Una vez acotada la muestra se obtiene un mayor control sobre los datos con una media mayor a la desviación estándar, que, si bien es cierto sigue presentado en términos absolutos una gran magnitud, se explica como causa de la diversidad del mercado en el tamaño de las empresas que componen la muestra. Acotar más la muestra puede conllevar a sesgo sobre los datos y perder veracidad sobre los mismos.

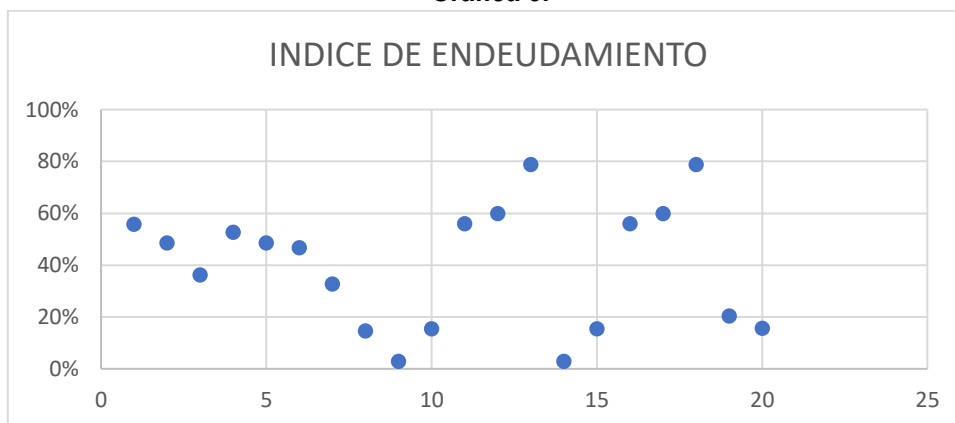
De esta forma, analizados los datos, se define un indicador sobre el intervalo establecido teniendo en cuenta el análisis del sector y se define un Capital de trabajo mayor o igual al 50% del Presupuesto Oficial Estimado; lo cual permite un cumplimiento de al menos el 88% de la muestra estudiada de manera individual.

2. Índice de Endeudamiento

Se define la distribución del índice de Endeudamiento para la muestra, de la siguiente forma:



Gráfica 3.



Fuente: Elaboración propia

Como muestra los resultados, existe en realidad un control sobre los datos que permiten generar conclusiones a los mismos. Una desviación estándar por debajo del promedio y una mediana bastante aproximada al promedio del mercado.

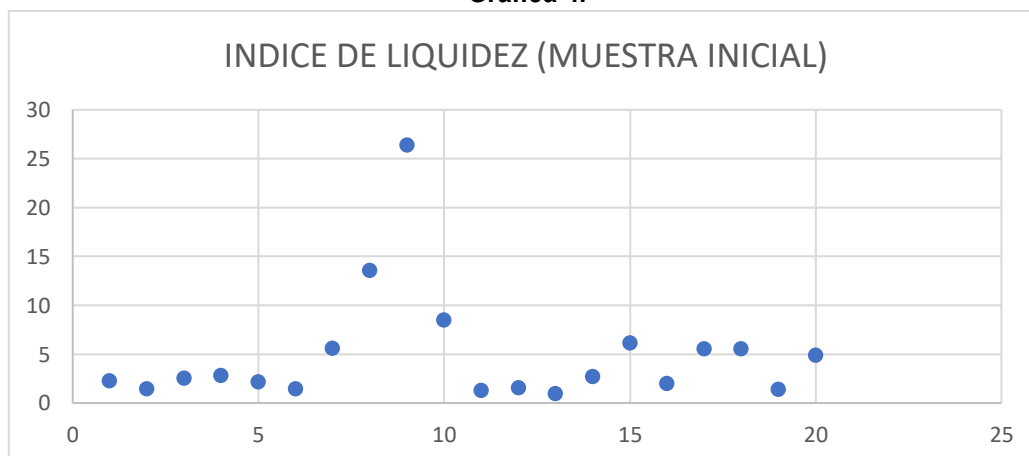
Concepto	Valor
Media	40%
Mediana	47%
Desviación Estándar	0,23582
Máximo	79%
Mínimo	3%

De esta forma, analizados los datos, se define un indicador sobre el intervalo establecido teniendo en cuenta el análisis del sector y se define un Índice de endeudamiento del 60%, el cual se encuentra por debajo del promedio de la muestra y asegura una participación del mercado del 90% de la muestra estudiada de manera individual.

3. Índice de Liquidez

Se define la distribución del Índice de Liquidez para la muestra, de la siguiente forma:

Gráfica 4.



Fuente: Elaboración propia

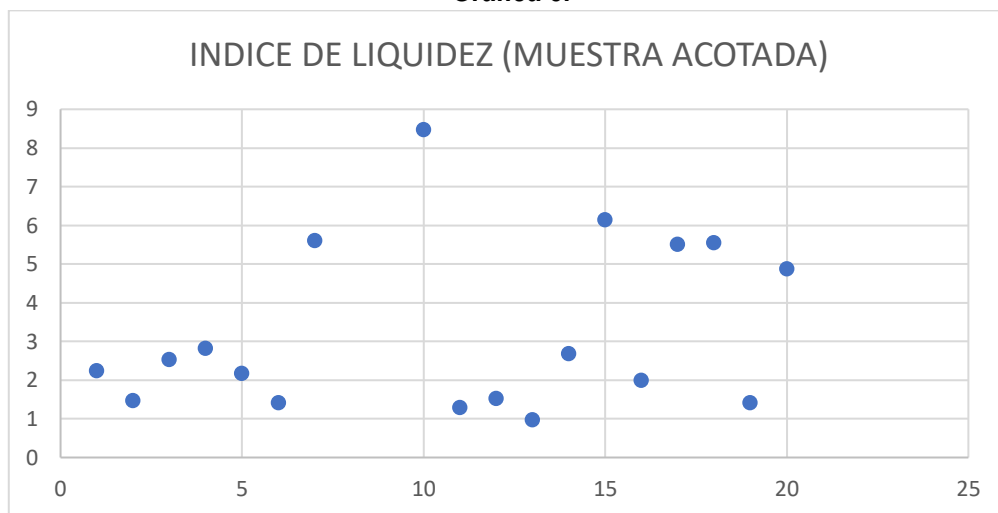


Como bien se puede evidenciar en la gráfica existen datos atípicos que pueden afectar el análisis estadístico de los datos, lo cual es aún más evidente luego de realizar las estadísticas descriptivas pertinentes para la muestra inicial.

Concepto	Valor
Media	4,920
Mediana	2,599
Desviación Estándar	5,921
Máximo	26,386
Mínimo	0,967

La tabla anterior muestra que existe una concentración de los datos en los extremos de la muestra con una desviación estándar alta en comparación a su media. Dado esto, se procede a acotar la muestra en un porcentaje equivalente al 10%. De esta forma, se obtienen los siguientes resultados.

Gráfica 5.



Fuente: Elaboración propia

La gráfica anterior permite observar que, una vez acotada la muestra en sus extremos, se define una distribución más clara de los datos sin valores atípicos sobre la muestra que conlleven a resultados sesgados; con lo cual se procede a calcular las estadísticas descriptivas de los datos para así corroborar que existe una menor alteración por datos atípicos y es considerable la muestra para concluir sobre ella.

Concepto	Valor
Media	3,249
Mediana	2,379
Desviación Estándar	2,182
Máximo	8,469
Mínimo	0,967

Una vez acotada la muestra se obtiene un mayor control sobre los datos con una media mayor a la desviación estándar, que, si bien es cierto sigue presentado en términos absolutos una gran



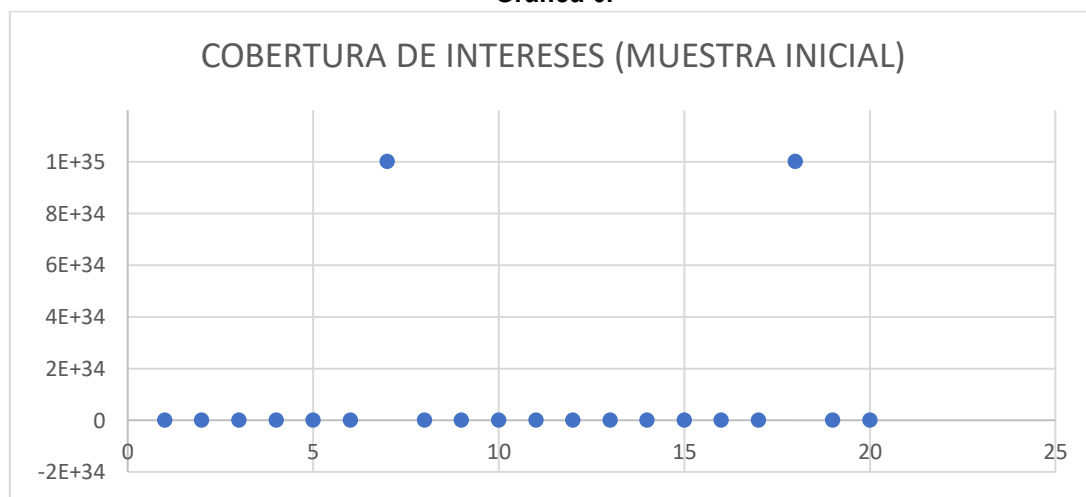
magnitud, se explica como causa de la diversidad del mercado en el tamaño de las empresas que componen la muestra. Acotar más la muestra puede conllevar a sesgo sobre los datos y perder veracidad sobre los mismos.

De esta forma, analizados los datos, se define un indicador sobre el intervalo establecido teniendo en cuenta el análisis del sector y se define un Índice de Liquidez mayor o igual a 1,39; lo cual permite un cumplimiento del 88% de la muestra estudiada de manera individual.

4. Cobertura de Intereses

Se define la distribución de la Cobertura de Intereses para la muestra, de la siguiente forma:

Gráfica 6.



Fuente: Elaboración propia

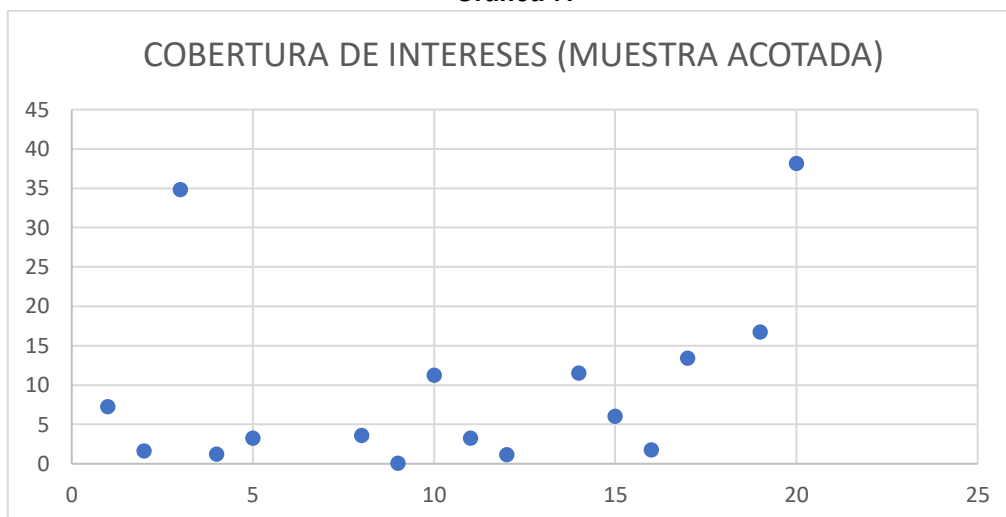
Como bien se puede evidenciar en la gráfica existen datos atípicos que pueden afectar el análisis estadístico de los datos, lo cual es aún más evidente luego de realizar las estadísticas descriptivas pertinentes para la muestra inicial.

Concepto	Valor
Media	1,0000E+34
Mediana	4,7561E+00
Desviación Estándar	3,0779E+34
Máximo	1,0000E+35
Mínimo	-1,0795E+01

La tabla anterior muestra que existe una alta concentración de los datos en los extremos de la muestra con una desviación estándar demasiado alta en comparación a su media. Dado esto, se procede a acotar la muestra en un porcentaje equivalente al 10% aproximadamente. De esta forma, se obtienen los siguientes resultados.



Gráfica 7.



Fuente: Elaboración propia

La gráfica anterior permite observar que, una vez acotada la muestra en sus extremos, se define una distribución más clara de los datos sin valores atípicos sobre la muestra que conlleven a resultados sesgados; con lo cual se procede a calcular las estadísticas descriptivas de los datos para así corroborar que existe una menor alteración por datos atípicos y es considerable la muestra para concluir sobre ella.

Concepto	Valor
Media	4,40
Mediana	4,40
Desviación Estándar	4,00589
Máximo	7,23
Mínimo	1,56

Una vez acotada la muestra se obtiene un mayor control sobre los datos con una media mayor a la desviación estándar, que, si bien es cierto sigue presentado en términos absolutos una gran magnitud, se explica como causa de la diversidad del mercado en el tamaño de las empresas que componen la muestra. Acotar más la muestra puede conllevar a sesgo sobre los datos y perder veracidad sobre los mismos.

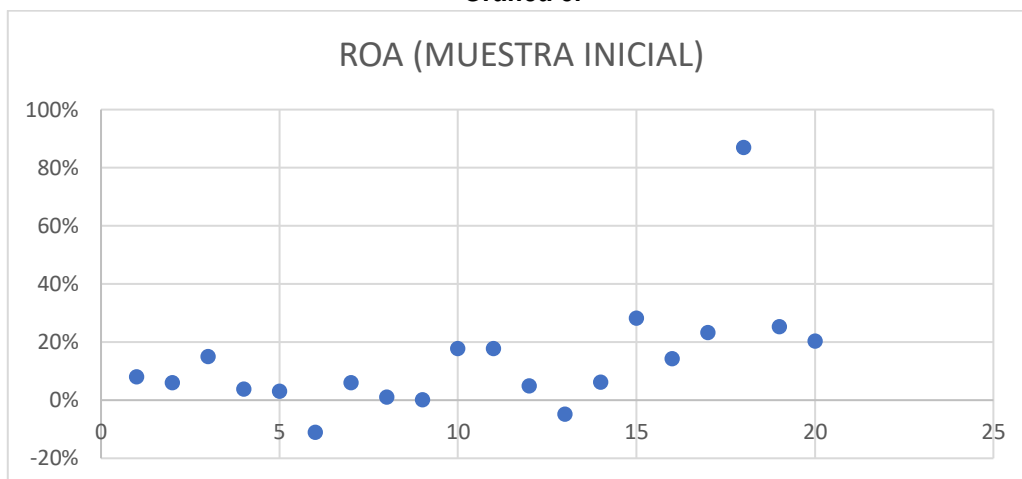
De esta forma, analizados los datos, se define un indicador sobre el intervalo establecido teniendo en cuenta el análisis del sector y se define un Indicador de Razón de Cobertura de Intereses mayor o igual a 1,56; lo cual permite un cumplimiento de al menos el 81% de la muestra estudiada de manera individual.

5. ROA

Se define la distribución del ROA para la muestra, de la siguiente forma:



Gráfica 8.



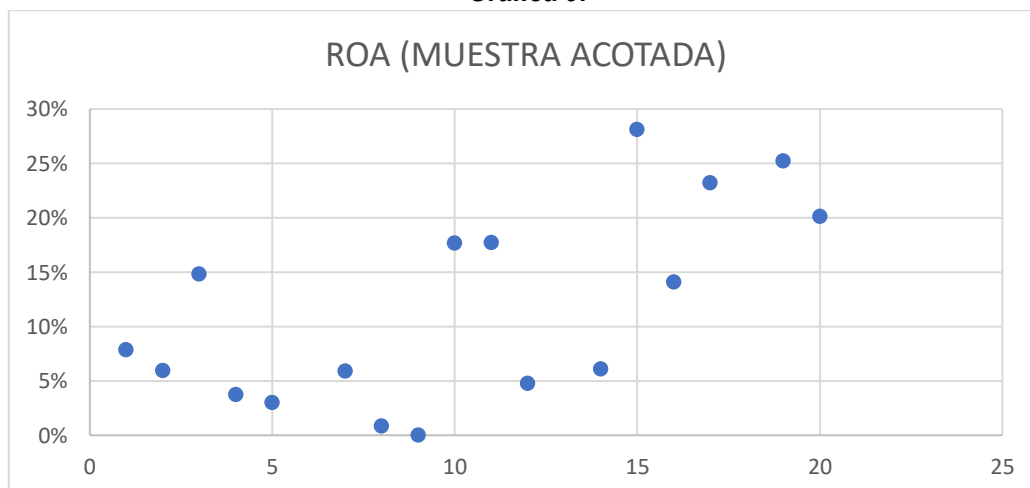
Fuente: Elaboración propia

Como bien se puede evidenciar en la gráfica existen datos atípicos que pueden afectar el análisis estadístico de los datos, lo cual es aún más evidente luego de realizar las estadísticas descriptivas pertinentes para la muestra inicial

Concepto	Valor
Media	13%
Mediana	7%
Desviación Estándar	0,2011109
Máximo	87%
Mínimo	-11%

La tabla anterior muestra que existe una alta concentración de los datos en los extremos de la muestra con una desviación estándar demasiado alta en comparación a su media. Dado esto, se procede a acotar la muestra en un porcentaje equivalente al 10% aproximadamente. De esta forma, se obtienen los siguientes resultados.

Gráfica 9.



Fuente: Elaboración propia



La grafica anterior permite observar que, una vez acotada la muestra en sus extremos, se define una distribución más clara de los datos sin valores atípicos sobre la muestra que conlleven a resultados sesgados; con lo cual se procede a calcular las estadísticas descriptivas de los datos para así corroborar que existe una menor alteración por datos atípicos y es considerable la muestra para concluir sobre ella.

Concepto	Valor
Media	12%
Mediana	8%
Desviación Estándar	0,08999888
Máximo	28%
Mínimo	0%

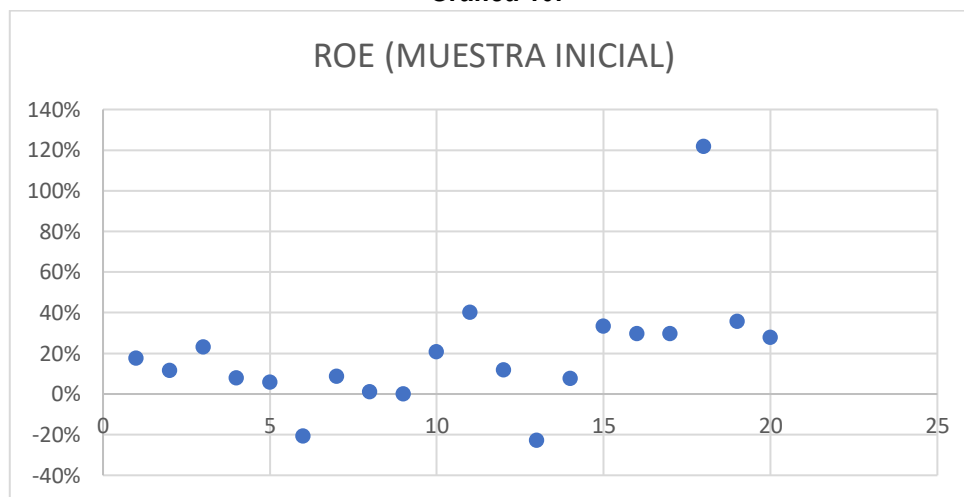
Una vez acotada la muestra se obtiene un mayor control sobre los datos con una media mayor a la desviación estándar, que, si bien es cierto sigue presentado en términos absolutos una gran magnitud, se explica como causa de la diversidad del mercado en el tamaño de las empresas que componen la muestra. Acotar más la muestra puede conllevar a sesgo sobre los datos y perder veracidad sobre los mismos

De esta forma, analizados los datos, se define un indicador sobre el intervalo establecido teniendo en cuenta el análisis del sector y se define un Indicador de ROA del 3%, el cual se ajusta de acuerdo con la naturaleza del sector y del proceso y permite un cumplimiento del 88% de la muestra estudiada de manera individual.

6. ROE

Se define la distribución del ROE para la muestra, de la siguiente forma:

Gráfica 10.



Fuente: Elaboración propia

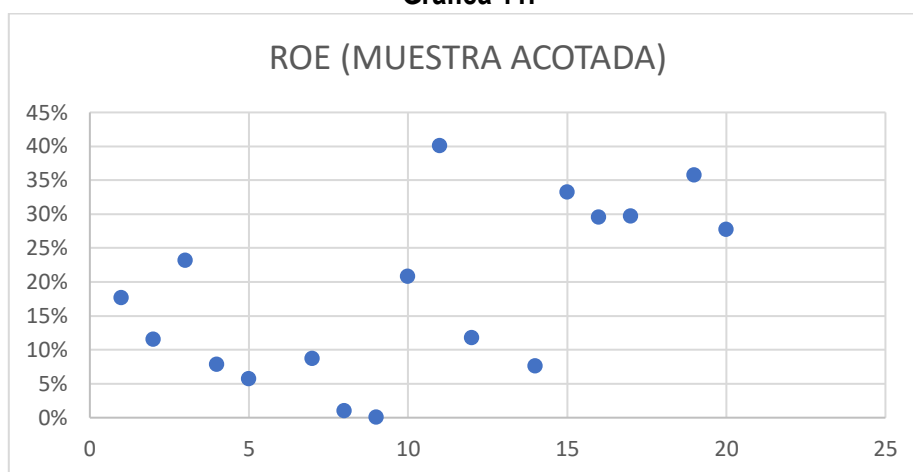
Como bien se puede evidenciar en la gráfica existen datos atípicos que pueden afectar el análisis estadístico de los datos, lo cual es aún más evidente luego de realizar las estadísticas descriptivas pertinentes para la muestra inicial



Concepto	Valor
Media	19%
Mediana	15%
Desviación Estándar	0,294558
Máximo	122%
Mínimo	-23%

La tabla anterior muestra que existe una alta concentración de los datos en los extremos de la muestra con una desviación estándar demasiado alta en comparación a su media. Dado esto, se procede a acotar la muestra en un porcentaje equivalente al 10% aproximadamente. De esta forma, se obtienen los siguientes resultados.

Gráfica 11.



Fuente: Elaboración propia

La grafica anterior permite observar que, una vez acotada la muestra en sus extremos, se define una distribución más clara de los datos sin valores atípicos sobre la muestra que conlleven a resultados sesgados; con lo cual se procede a calcular las estadísticas descriptivas de los datos para así corroborar que existe una menor alteración por datos atípicos y es considerable la muestra para concluir sobre ella.

Concepto	Valor
Media	18%
Mediana	18%
Desviación Estándar	0,126757
Máximo	40%
Mínimo	0%

Una vez acotada la muestra se obtiene un mayor control sobre los datos con una media mayor a la desviación estándar, que, si bien es cierto sigue presentado en términos absolutos una gran magnitud, se explica como causa de la diversidad del mercado en el tamaño de las empresas que componen la muestra. Acotar más la muestra puede conllevar a sesgo sobre los datos y perder veracidad sobre los mismos



De esta forma, analizados los datos, se define un indicador sobre el intervalo establecido teniendo en cuenta el análisis del sector y se define un Indicador de ROE del 6%, el cual se ajusta de acuerdo con la naturaleza del sector y del proceso y permite un cumplimiento del 88% de la muestra estudiada de manera individual.

Resultados

Así pues, los requisitos de capacidad financiera y organizacional definidos como Requisito Habilitante para el proyecto son:

CAPACIDAD FINANCIERA	
INDICADOR	VALOR
Capital de Trabajo	MAYOR O IGUAL AL 50% del Presupuesto Oficial Estimado
Índice de Liquidez	MAYOR O IGUAL A 1,39
Índice de Endeudamiento	MENOR O IGUAL A 60%
Razón de Cobertura de Intereses	MAYOR O IGUAL A 1,56
CAPACIDAD ORGANIZACIONAL	
INDICADOR	VALOR
ROA	MAYOR O IGUAL A 3%
ROE	MAYOR O IGUAL A 6%

Nota: De conformidad con lo establecido en el Decreto 1860 de 2021, los siguientes son los requisitos habilitantes de capacidad financiera y capacidad organizacional, para los proponentes que acrediten alguna de las condiciones relacionadas a continuación:

- Tener el 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,
- Tener 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,
- Cuando el proponente corresponda a una persona natural que sea 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,
- Cuando el proponente corresponda a asociaciones o cooperativas, y que el cincuenta por ciento (50%) de los asociados o más sean mujeres y la participación haya



ESTUDIO DEL SECTOR

GJC-F-170

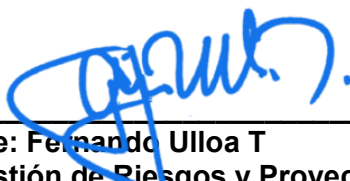
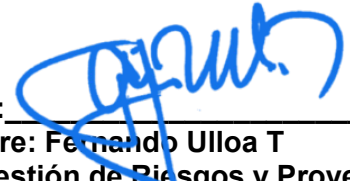
VERSIÓN 2

FECHA DE EMISIÓN
13/03/2024

correspondido a éstas durante al menos el último año anterior a la fecha de cierre del Proceso de Selección.

v. Acreditar condición de MIPYME.

CAPACIDAD FINANCIERA	
INDICADOR	VALOR
Capital de Trabajo	MAYOR O IGUAL AL 50% del Presupuesto Oficial Estimado
Índice de Liquidez	MAYOR O IGUAL A 1,2
Índice de Endeudamiento	MENOR O IGUAL A 75%
Razón de Cobertura de Intereses	MAYOR O IGUAL A 1,2
CAPACIDAD ORGANIZACIONAL	
INDICADOR	VALOR
ROA	MAYOR O IGUAL A 2,25%
ROE	MAYOR O IGUAL A 4,5%

RESPONSABLE DEL ANALISIS DEL SECTOR	
Elaboración:	Revisión:
 Firma: _____ Nombre: Fernando Ulloa T R/L Gestión de Riesgos y Proyectos SAS Cargo: Contratista Secretaría Jurídica CPSP-018-2026	 Firma: _____ Nombre: Fernando Ulloa T R/L Gestión de Riesgos y Proyectos SAS Cargo: Contratista Secretaría Jurídica CPSP-018-2026