Dirección regional valle
estudio y análisis económico del sector para contratar

la adquisición e instalación de avisos de fachada con imagen corporativa institucional para las oficinas de la agencia pública de empleo (ape) del Sena en la Regional valle, conforme a los lineamientos de identidad visual vigentes

ANÁLISIS DEL SECTOR

Conforme al Artículo 2.2.1.1.1.6.1. *Deber de análisis de las Entidades Estatales.* La Entidad Estatal debe hacer, durante la etapa de planeación, el análisis necesario para conocer el sector relativo al objeto del Proceso de Contratación desde la perspectiva legal, comercial, financiera, organizacional, técnica, y de análisis de Riesgo. La Entidad Estatal debe dejar constancia de este análisis en los Documentos del Proceso

PERSPECTIVA LEGAL

Contexto Regulatorio: El análisis del sector hace parte de la planeación del Proceso de Contratación y materializa los principios de planeación, de responsabilidad y de transparencia consagrados en la Ley 80 de 1993. El estudio del sector es necesario en los Procesos de Contratación. La modalidad de selección del Proceso de Contratación no es relevante para determinar la procedencia o no del análisis del sector, razón por la cual, es procedente efectuarlo en la modalidad de selección abreviada por menor cuantía Así las cosas, Colombia Compra Eficiente expidió la Guía para la Elaboración de los Estudios del Sector G-EES-02, sintetizándose que en los Procesos de Contratación de menor cuantía "el alcance del estudio de sector debe ser proporcionado al valor del Proceso de Contratación, la naturaleza del objeto a contratar, el tipo de contrato y a los Riesgos identificados para el Proceso de Contratación"

Teniendo en cuenta que con la contratación pública se busca el cumplimiento de los fines estatales, es imperioso que las entidades públicas cuenten con instrumentos que les faculten lograr la selección adecuada de los contratistas que les permitirán la consecución de estos. Por ello, el propio Estado ha expedido diferentes normas buscando dotar a las entidades con herramientas que permitan dicha selección idónea. Con la Ley 80 de 1993 se dotó a las entidades de la estructura general y los principios de la contratación estatal. Ahora, con la modificación a la Ley 80 de 1993, a través del Decreto 1082 de 2015.

Para este caso la Entidad realizara el proceso por selección abreviada por mínima cuantía.

Esta es la columna vertebral del análisis del sector debido a las estrictas prohibiciones urbanísticas vigentes:

- **Prohibición de publicidad comercial:** Las sedes de entidades públicas **tienen estrictamente prohibido** albergar publicidad exterior visual comercial. Solo se permiten exclusivamente los avisos que indican el nombre de la entidad, logos oficiales o avisos institucionales temporales de obras públicas.
- **Autonomía Municipal:** La regulación de dimensiones, materiales y alturas cambia según el municipio. Por ejemplo:
    - **Bogotá:** Regulado por la Secretaría Distrital de Ambiente (Decreto 959 de 2000), restringe a máximo un aviso por fachada y no debe superar el antepecho del segundo piso.
    - **Cali / Medellín / Otros:** Exigen conceptos de integración arquitectónica y prohíben la alteración en zonas de interés patrimonial o histórico.

- **Sanciones:** El incumplimiento de estas normas de contaminación visual y urbanismo puede acarrear multas severas y el desmonte obligatorio por parte de las defensorías del espacio público.

A. Relación con la demanda

Las entidades estatales demandan avisos de fachada principalmente por **identificación institucional, señalización vial/informativa y amoblamiento urbano**.

Modalidades habituales de contratación: Se canalizan principalmente a través de procesos de **Mínima Cuantía** o **Selección Abreviada de Menor Cuantía** en la plataforma transaccional SECOP II

Requisito de Publicidad: Por mandato legal (como la Ley 1712 de 2014 y decretos reglamentarios), toda planeación de estos elementos, estudios previos y ofertas de proveedores deben ser publicados abiertamente para garantizar transparencia

Detalles de la oferta:

El sector está compuesto por empresas de artes gráficas, ingeniería civil menor, arquitectura institucional y proveedores de tecnologías LED o informadores electrónicos.
Cadena de valor: Incluye desde el diseño gráfico adaptado al manual de imagen corporativa de la entidad, el suministro de materiales resistentes a la intemperie (acero inoxidable, acrílico, aluminio compuesto), hasta la instalación estructural fija o adosada.

Tendencia tecnológica: Existe una creciente transición de avisos planos estáticos hacia sistemas electrónicos o pantallas LED informadoras, las cuales requieren **análisis de cargas eléctricas y análisis de impacto lumínico ambiental.**

Teniendo en cuenta el objeto a contratar ropa de vestir, el líder del proceso determina dentro del clasificador de servicios establecido por Colombia compra eficiente los códigos que se encuentran acordes así:

El objeto contractual se clasifica en el (los) siguiente (s) código (s) del Clasificador de Bienes y servicios

82141500 8*2141503:* Diseño de imagen corporativa o señalización exterior.

ITEM	GRUPO	SEGMENTO	FAMILIA	CLASE	PRODUCTO	DESCRIPCIÓN
1	Productos de uso final	82000000	82140000	82141500	82141503	Diseño de imagen corporative o señalización exterior

Una vez establecida la clasificación se procede a realizar análisis de los procesos realizados por la Entidad en vigencias anteriores los cuales cumplen con las características del proceso a realizar así:

No se han realizado procesos similares

De igual manera el área de contratación, una vez establecidas las especificaciones técnicas y condiciones del objeto a contratar implemento mecanismos para determinar los precios de referencia soportes para adelanta el proceso de contratación a través de un proceso de menor cuantía por subasta inversa para los bienes a contratar aplicando los siguientes métodos:

ITEM	Concepto	APLICACIÓN
1	Histórico	X
2	Estudio de mercado con base en Listado de servicios publicados en página del SENA y SECOP II	X

De los oferentes existentes en el mercado colombiano, el área requirente realizó la solicitud de cotización a personas naturales y/o jurídicas que puedan presentar interés en y hacer llegar cotización para obtener precios reales en el mercado, para que la Entidad se haga una idea de los precios reales y se pueda dar inicio al proceso, el estudio de mercado fue publicado en la plataforma secop II y la pagina contratación del Sena en el siguiente enlace:

Link Sena: https://contratacion.sena.edu.co/solicitud.php?i=62978

Aspectos generales del mercado:

1. Contexto Económico 💰

Analiza las variables macro y microeconómicas que afectan la fabricación e instalación de avisos externos:

- Comportamiento de insumos: Fluctuación de precios en materias primas críticas (acero, acrílico, luces LED, lonas, tintas de impresión de alta resistencia).
- Dinámica de precios e inflación: Aplicación de índices como el IPC para proyectar costos contractuales futuros y estimar el presupuesto de forma indexada. [1, 2]
- Cadena de suministro: Disponibilidad en el mercado de mano de obra calificada (instaladores con certificación de trabajo en alturas) y maquinaria pesada (grúas o estructuras de anclaje).

2. Contexto Ambiental y Otros Factores

- Contaminación visual y lumínica: Evaluación del impacto del aviso en el entorno urbano circundante, respetando los límites de brillo permitidos para pantallas exteriores.
- Gestión de residuos: Disposición final de los materiales removidos o sustituidos (desmantelamiento de avisos antiguos**). [1, 2]**

PERSPECTIVA ECONOMICA

El sector textil colombiano ha sido una pieza clave en la economía del país durante décadas, representando aproximadamente el 9% del PIB industrial en 2023 y generando más de 600,000 empleos directos e indirectos. Sin embargo, las proyecciones para 2025 muestran tanto desafíos como oportunidades, con factores como la sostenibilidad, la digitalización y las dinámicas globales ejerciendo una influencia crucial.

1. Innovación y Sostenibilidad: Un Imperativo para la Competitividad
La demanda por productos textiles sostenibles sigue creciendo. Según el informe de sostenibilidad de la Asociación Nacional de Empresarios de Colombia (ANDI), en 2023, el 40% de las empresas textiles encuestadas ya estaba implementando prácticas sostenibles, con un 60% planeando expandirlas en los próximos dos años. Esto refleja una tendencia global: el 85% de los consumidores a nivel mundial dice estar dispuesto a pagar más por productos sostenibles. Para 2025, este enfoque será indispensable no solo por demanda del consumidor, sino también por regulaciones más estrictas en mercados internacionales.

2. Impacto de las Nuevas Tecnologías: Digitalización y Automatización
Las fábricas inteligentes y la automatización están reduciendo los costos operativos hasta en un 30% en algunos casos. A nivel global, se espera que la digitalización en la manufactura textil crezca un 12% anual, y Colombia no está lejos de esta tendencia. Invertir en tecnologías como la inteligencia artificial para optimizar inventarios y mejorar la eficiencia en la cadena de suministro será clave. Las empresas colombianas que ya han comenzado esta transición están reportando hasta un 25% de aumento en la velocidad de producción.

3. Perspectivas Económicas: Desafíos Globales, Oportunidades Locales
El entorno económico global es incierto para 2025. Factores como la inflación, el aumento de los costos de las materias primas y las disrupciones en la cadena de suministro internacional han generado volatilidad en los mercados. Según el Banco Mundial, la inflación global podría mantenerse alta hasta mediados de 2024, afectando directamente a las industrias dependientes de insumos importados.
En Colombia, la industria textil ha sentido el impacto de estas presiones, con un aumento de costos de producción del 7.5% en los últimos dos años. Sin embargo, existen oportunidades. Colombia está bien posicionada para beneficiarse de acuerdos comerciales como la Alianza del Pacífico y el Tratado de Libre Comercio con Estados Unidos, lo que podría compensar las fluctuaciones de demanda interna.
El Crecimiento de las Exportaciones Textiles Un área de oportunidad será el crecimiento de las exportaciones. De acuerdo con ProColombia, las exportaciones de textiles y confecciones del país crecieron un 22% en 2023, y se espera que continúen en alza hacia 2026, en especial en mercados como México, Perú y Estados Unidos. La diversificación de mercados será clave para mitigar riesgos y asegurar un flujo de ingresos constante.

Inversión en Innovación y Automatización El Plan Nacional de Desarrollo ha proyectado un crecimiento de 4.5% en el sector industrial para 2026, impulsado por la modernización de procesos. Esto es particularmente importante, ya que las empresas que no inviertan en automatización enfrentarán serias dificultades para mantener márgenes competitivos ante el aumento de costos laborales y de insumos.

4. Talento Humano y Capacitación: La Base del Crecimiento
La fuerza laboral es uno de los pilares del sector textil. Sin embargo, el reto para 2026 será adaptar el talento humano a las nuevas tecnologías. Según datos del Ministerio de Industria y Comercio, el 45% de las empresas del sector reporta dificultades para encontrar personal con las habilidades técnicas necesarias para operar maquinaria avanzada y manejar procesos digitalizados. Este déficit deberá ser cubierto con inversiones en capacitación y educación técnica especializada, de lo contrario, el sector se arriesga a caer en una trampa de productividad baja.

5. Sostenibilidad Financiera: Manejo del Endeudamiento y Flujo de Caja
El manejo eficiente del endeudamiento será crucial en el entorno económico volátil que se anticipa para 2026. Las tasas de interés globales podrían mantenerse elevadas, lo que aumentará el costo del crédito. Las empresas textilerías colombianas deben centrarse en mejorar su flujo de caja y evitar un endeudamiento excesivo. Según la Superintendencia de Sociedades, en 2023, más del 20% de las empresas del sector textil registraron problemas de liquidez. Mantener una estructura de deuda controlada y una política de ahorro serán factores críticos para la sostenibilidad.

Conclusión: Adaptarse o Quedar Atrás
El 2025 será un año decisivo para el sector textil en Colombia. Las empresas que apuesten por la sostenibilidad, la digitalización, la diversificación de mercados y la capacitación de su talento humano tendrán mejores oportunidades para crecer y enfrentar los desafíos del mercado global. La planificación estratégica, el control financiero y la inversión en innovación serán clave para garantizar la competitividad a largo plazo.
Fuentes:

1. Superintendencia de Sociedades (2023)
2. ProColombia Informe de Exportaciones (2023)
3. Banco Mundial Perspectivas Económicas (2024)
4. Asociación Nacional de Empresarios de Colombia (ANDI)
5. Ministerio de Industria y Comercio de Colombia
6. Informe de Sostenibilidad del Sector Textil (2023)

https://es.linkedin.com/pulse/la-salud-econ%C3%B3mica-del-sector-textil-en-colombia-para-el-2026-mnuae

. Contexto Técnico 🛠

Define la viabilidad de la producción de acuerdo con el desarrollo y capacidades de la industria:

- Tipologías del mercado: Clasificación de los elementos requeridos (avisos adosados a fachadas, tótems institucionales, vallas tubulares, tableros electrónicos o pantallas LED). [
- Estándares de calidad y durabilidad: Resistencia de los materiales a condiciones climáticas adversas (rayos UV, humedad, viento).
- Sostenibilidad y obsolescencia: Uso de tecnologías de bajo consumo energético (iluminación eco-eficiente) y ciclos de vida útil estimados para el mantenimiento o reemplazo.

AGENTES QUE COMPONEN AL SECTOR

Visión general creada por IA

El sector de la publicidad está compuesto por cuatro agentes principales (o pilares fundamentales) que interactúan entre sí para crear, difundir y financiar los mensajes comerciales.

A continuación se detallan los componentes clave de este ecosistema:

1. El Anunciante

Es el **motor del sector**. Es cualquier empresa, organización, institución pública o individuo que decide realizar una campaña publicitaria para promocionar un producto, servicio o idea.

- **Función:** Define los objetivos comerciales, financia toda la operación y es el responsable legal de lo que se comunica.

2. Las Agencias de Publicidad

Son las empresas consultoras y creativas que actúan como **intermediarias** entre los anunciantes y los medios. Se encargan de dar forma estratégica y artística al mensaje.

- **Agencias Creativas:** Diseñan la estrategia de comunicación, el concepto, el guion y las piezas visuales o de audio.
- **Agencias de Medios (o Centrales de Medios):** Planifican, compran y optimizan los espacios publicitarios en los diferentes canales para asegurar que el mensaje llegue al público objetivo al menor costo posible.
- **Agencias Especializadas:** Enfocadas en nichos como marketing digital, SEO/SEM, relaciones públicas, BTL o redes sociales.

3. Los Medios de Comunicación (Soportes)

Son los **canales o plataformas** que venden sus espacios para difundir los mensajes de los anunciantes a la audiencia.

- **Medios Tradicionales (Offline):** Televisión, radio, prensa escrita (periódicos y revistas) y publicidad exterior (vallas, paradas de autobús).
- **Medios Digitales (Online):** Redes sociales (Meta, TikTok), motores de búsqueda (Google), plataformas de video (YouTube), sitios web, blogs y aplicaciones móviles.

4. El Público Objetivo (Target o Consumidor)

Es el **destinatario final** del mensaje publicitario. Es el grupo de personas cuyas necesidades se alinean con el producto o servicio del anunciante.

- **Función:** El sector entero se mueve en función de entender su comportamiento, gustos, datos demográficos y hábitos de consumo para lograr que realicen una acción (comprar, registrarse o cambiar una percepción).

.

1. ANALISIS DEL MERCADO TÉCNICO Y ECONÓMICO QUE SOPORTA EL VALOR ESTIMADO DEL CONTRATO.

El presupuesto total del contrato seria hasta por la suma Ochenta y ocho millones quinientos pesos ($88.000.500) incluidos impuestos, tasas, contribuciones de carácter nacional y/o municipal de carácter legal, costos directos e indirectos.

ITEM	DESCRIPCION	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	VALOR UNIDAD	VALOR TOTAL
1	Fabricación de aviso elaborado en acrílico blanco opal de 4 mm estructura interna metálica **logos en vinilo adhesivo para exterior,** instalación en una sede de la Agencia Publica de Empleo de Cali. Medidas: 300cm x 90 cm Cantidad: 1 unidad Material: acrílico Acabados: brillante	UNIDAD	2	$3.500.000	$7.000.000
				SUBTOTAL	**$7.000.000**
				IVA	***$ 1.330.000***
				TOTAL	***$8.330.000***



Presupuesto determinado para adelantar el proceso contractual:

El presupuesto total del contrato será hasta por la suma de ochenta y ocho millones quinientos pesos MCTE. $8.330.000 pesos, incluido el Impuesto al Valor Agregado (I.V.A.), cuando a ello hubiere lugar y demás impuestos, tasas, contribuciones de carácter nacional y/o municipal de carácter legal, costos directos e indirectos.

Teniendo en cuenta que la Entidad solo cuenta con un presupuesto oficial de $4.371.000, solo podrá realizar la compra de 1 solo aviso el cual se colocara en la oficina de empleo en la ciudad de cali-

LIMITACIÓN A LAS MIPYMES
La posibilidad de limitar un proceso a Mypimes solo será procedente cuando el presupuesto sea inferior a USD 125.000.

El Proceso de selección es inferior a ciento veinticinco mil dólares de los Estados Unidos de América (USD 125.000)	SI	x	NO	

Conclusiones: teniendo en cuenta las necesidades y el presupuesto oficial dado por la Entidad no se podrá realizar lo planeado que eran 2 avisos para Cali y centro de buga. Por lo que se procederá a realizar el proceso para la adquisición de 1 aviso de acuerdo a lo enviado por el área solicitante (APE)

Cordialmente

Rosario Saa
Tecnica APE-

De acuerdo con lo estipulado en el Decreto 1860 de 2021, el cual empezó a regir a partir del 24 de marzo de 2022 y 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, se informa que para los procesos de mínima cuantía, los oferentes podrán solicitar limitación a Mipymes que para procesos de mínima cuantía y se informará a través de un aviso si el proceso queda limitado a nivel municipal, **. Para este proceso la Entidad tendrá en cuenta las Mipymes a nivel Municipal.**

Las Mipymes colombianas deben acreditar que tiene el tamaño empresarial establecido por la ley de la siguiente manera:

Las personas naturales mediante certificación expedida por ellos y un contador público, adjuntando copia del registro mercantil.

Las personas jurídicas mediante certificación expedida por el representante legal y el contador o revisor fiscal, si están obligados a tenerlo, adjuntando copia del certificado de existencia y representación legal expedido por la Cámara de Comercio o por la autoridad competente para expedir dicha certificación.

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.

Parágrafo 1. En todo caso, las Mipymes 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.

Parágrafo 2. Para efectos de la limitación a Mipymes, 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.

Parágrafo 3. En las convocatorias limitadas, las Entidades Estatales independientemente de su régimen de contratación, los patrimonios autónomos constituidos por Entidades Estatales y los particulares que ejecuten recursos públicos, solo deberán aceptar las ofertas de Mipymes o de proponentes plurales integrados únicamente por mi pyme.

Tal como lo estipula el Decreto 1860 de 2021 se requiere recibir solicitudes de por lo menos dos (2) mi pyme colombiana para limitar la convocatoria a Mi pyme colombianas. Las Entidades Estatales independientemente de su régimen de contratación, los patrimonios autónomos constituidos por Entidades Estatales y los particulares que ejecuten recursos públicos, deben recibir estas solicitudes 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

Tratándose de personas jurídicas, las solicitudes solo las podrán realizar Mi pyme, cuyo objeto social les permita ejecutar el contrato relacionado con el proceso contractual Forma de acreditación

Para que proceda la limitación se deberán recibir como mínimo dos (2) manifestaciones de interés en participar. Las manifestaciones deberán ser presentadas en el SECOP II mediante mensaje público.

El interesado deberá acreditar que tiene el tamaño empresarial establecido por la ley de la siguiente manera:

a) Las personas naturales mediante certificación expedida por ellos y un contador público, adjuntando copia del registro mercantil.
b) Las personas jurídicas mediante certificación expedida por el Representante Legal y el Contador o Revisor Fiscal, si están obligados a tenerlo, a la cual se adjuntará copia del Certificado de Existencia y Representación Legal expedido por la Cámara de Comercio o por la autoridad competente.

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.

En todo caso, las Mis pymes 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.

Para efectos de la limitación a Mi pyme, 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 de 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. El SENA publicará un aviso mediante mensaje público dentro del proceso de selección para informar si el mismo no será limitado a Mipymes. Lo anterior, para conocimiento de todos los interesados

Monica Johana Gomez Duque

Gestion de talento humano