Meta
Somos la ruta natural

ANALISIS DEL SECTOR PARA LA CONTRATACION
Abril 22 de 2021

La Subdirección de Fomento y Desarrollo Turistico del Insittuto de Turismo del Meta, en cumplimiento a lo dispuesto en el Decreto 1082 de 2015 "Por el cual se reglamenta el sistema de compra y contratación pública, en su artículo 2.2.1.1.1.6.1. Establece: "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 de Proceso de Contratación desde la perspectiva legal, comercial, financiera, organizacional, técnica y Análisis de Riesgo..."

El Instituto de Turismo del Meta, estructurador del proceso de contratación bajo la modalidad de MINIMA CUANTIA, que tendrá por objeto el ***ADQUISICIÓN DE MATERIAL PROMOCIONAL PARA POSICIONAR EL PRODUCTO ECOTURÍSTICO DE AVISTAMIENTO DE AVES EN EL EVENTO "GLOBAL BIG DAY 2021" Y LA MARCA META EN DESARROLLO DEL PROYECTO "DIFUSIÓN Y PROMOCIÓN TURÍSTICA A NIVEL NACIONAL E INTERNACIONAL DEL DEPARTAMENTO DEL META"****, mediante el presente Estudio del sector se permite dejar constancia del análisis realizado en la etapa de planeación y estructuración del mismo.*

Mediante Ordenanza 026 del 29 de Noviembre de 1986 se creó el Instituto de Turismo del Meta, el cual fue transformado posteriormente mediante Acto administrativo similar con número 305 del 27 de Mayo de 1998, por la cual, entre otras disposiciones, se modificó la denominación a "Instituto de Turismo" y se otorgó facultades al Gobernador para organizar su estructura y planta. Para ello, mediante Decreto 432 de 2014, el Gobernador estableció como objeto del mencionado Instituto la formulación y ejecución de las políticas, planes y programas para la promoción del turismo y el posicionamiento del Departamento como destino turístico sostenible. Así mismo fijó como función de dicha entidad descentralizada entre otras, la de fomentar la industria del turismo en el Departamento, convirtiendo su territorio en destino turístico sostenible.

Desde el Laboratorio de Ornitología de la Universidad de Cornell, Estados Unidos, los creadores del Global Big Day que para la vigencia 2021 se celebrara el 8 de mayo. Los resultados del 2020 por listas ubican a Estados Unidos en un primer lugar con 67.623 listas subidas en un solo día, mientras que Canadá va en un lejano segundo lugar con 11.612. En el top 10 aparecen seis países Latinoamericanos: Colombia ocupa el tercer lugar con 7123; Panamá alcanzó el cuarto puesto con 3.374; Venezuela figura en el sexto puesto con 2363; Argentina le sigue con 1778; Costa Rica en un octavo lugar con 1758 y Perú ocupó el décimo con 1587.

En el 2020, Global Big Day reunió virtualmente a más observadores de aves que nunca. Más de 50,000 personas de 175 países ingresaron la asombrosa cantidad de 120,000 listas a eBird, estableciendo un nuevo récord mundial para un solo día de observación de aves.

En cuanto a cantidad de especies de aves, Colombia lidera por cuarto año consecutivo el ranking con 1446 especies; Perú va segundo con 1129; y Ecuador alcanzó el tercero con 1026. Nueve países Latinoamericanos aparecen en el top 10 con mayor cantidad de especies. En este ranking, además de los ya mencionados, también están Brasil, México, Costa Rica, Argentina, Bolivia y Panamá. Si a ellos sumamos Estados Unidos que ocupó el quinto lugar, entonces, la mayor cantidad de aves se observó en el continente americano.

Sin lugar a dudas, el aviturismo representa una oportunidad para la reactivación del sector en nuestro Departamento, el Global Dig Day es una vitrina para mostrar nuestra riqueza natural a nivel mundial y de esta forma despertar el interés de los turistas que gustan del desarrollo de este tipo de actividades, especialmente y como se ha notado líneas arriba en turistas extranjeros. Para este año trabajaremos articuladamente a través del Instituto de Turismo del Meta con la Asociación de Aves, Colegios Amigos del Turismo, empresarios y pajarólogos de otras regiones del país demostraron que tenemos el potencial para ser un destino de avistamiento de aves para el mundo, ratificando la marca Somos la Ruta Natura"

Que en el presente caso, se pretende satisfacer la necesidad de un suministro que permite el cumplimiento de metas del Plan de Desarrollo y asi mismo promocionar el Departamento del Meta.

1. OBJETIVO DEL ANALISIS

El presente análisis del sector tiene como objetivo realizar un estudio de la oferta y demanda del mercado, permitiendo:

a. Determinar los requisitos y condiciones que sirvan de base para estructurar el proceso de selección, garantizando la pluralidad de oferentes y su selección objetiva.
b. Establecer los precios promedio del mercado y el presupuesto del suministro a contratar, tomando de referencia el análisis efectuado de los precios suministrados por parte del mercado.
c. Establecer criterios ajustados a la contratación que se pretende realizar, dando aplicación al principio de selección objetiva.

Lo anterior en aras de que el Instituto, obtenga la mejor oferta económica y seleccione el contratista idóneo para suplir sus necesidades, mitigando los riesgos por parte del oferente seleccionado.

2. ASPECTOS GENERALES

El sector servicios o sector terciario es el sector económico que engloba las actividades relacionadas con los servicios no productores o transformadores de bienes materiales. Generan servicios que se ofrecen para satisfacer las necesidades de cualquier población en el mundo.

Incluye subsectores como comercio, comunicaciones, centro de llamadas, finanzas, turismo, hostelería, ocio, cultura, espectáculos, la administración pública y los denominados servicios públicos, los presta el Estado o la iniciativa privada (sanidad, educación, atención a la dependencia), entre otros.

Dirige, organiza y facilita la actividad productiva de los otros sectores (sector primario y sector secundario). Aunque se le considera un sector de la producción, propiamente su papel principal se encuentra en los dos pasos siguientes de la actividad económica: la distribución y el consumo.

El predominio del sector terciario frente a los otros dos en las economías más desarrolladas permite hablar del proceso de terciarización. El Premio del Banco de Suecia en Ciencias Económicas en memoria de Alfred Nobel, Paul Krugman argumenta que la menor productividad del sector servicios y la dificultad para mejorar su productividad es el principal factor del estancamiento de los niveles de vida en muchos países.[1]

El sector de servicios se compone de áreas de la economía tales como:

- *Comercio (mayorista, minorista, franquicias)*
- *Actividades financieras (banca, seguros, bolsa y otros mercados de valores)*
- *Servicios personales, los más importantes de los cuales son los que se identifican con el estado de bienestar (especialmente educación, sanidad y atención a la dependencia - servicios públicos, se presten por el Estado o por la iniciativa privada), pero también otros (como las peluquerías)*
- *Servicios a empresas de cualquier sector, como la gestión y administración de empresas (incluyendo el nivel ejecutivo), la publicidad y las consultorías y asesoramientos económico, jurídico, tecnológico, de inversiones, etc.*
- *Función pública, administración pública, actividades de representación política y de servicios a la comunidad, como las actividades en torno a la seguridad y defensa (ejército, policía, protección civil, bomberos, etc.) y las actividades en torno a la justicia (jueces, abogados, notarios, etc.)*
- *Hotelería y las actividades en torno al turismo*
- *Las actividades en torno al ocio, la cultura, el deporte y los espectáculos, que incluyen las llamadas industrias audiovisuales o de imagen y sonido (industria musical, industria cinematográfica y similares, como los videojuegos); la industria editorial se incluye, con las artes gráficas, entre los sectores industriales (es decir, en el sector secundario)*
- *Transporte y comunicación (según se trasladen mercancías o información)*

- *Medios de comunicación, especialmente los medios de comunicación de masas o sociales (periodismo escrito -prensa-, radio y televisión)*
- *Telecomunicaciones, especialmente los medios personales (telefonía)*
- *Otras aplicaciones de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC), especialmente la informática e Internet*

La actividad productiva de una economía de mercado, conformada por los sectores primario y secundario, se encarga de la producción y transformación de bienes para el consumo final e intermedio; sin embargo, se hace cada vez más importante en cualquier sistema económico que se vean bien complementados con el sector terciario, que brinda servicios como comercio transporte y comunicaciones. Se encarga de impulsar a los sectores productivos a la vez que es impulsado por ellos.

El comercio se puede definir como la "prestación del servicio de distribución, canalización y venta de todo tipo de bienes tanto, a nivel nacional como internacional".

La actividad comercial en la economía no puede crecer EFICIENTEMENTE sin un crecimiento paralelo o mayor de la producción de bienes.

La esencia económica del sector servicios en general no es la producción de algo físico sino de intangibles que hacen posible que el aparato productivo siga funcionando. Otra de las funciones importantes del sector terciario es la relación y síntesis de la información de oferta y demanda que ayude a la formación de precios y mantenimiento de un modelo de mercado con información "perfecta".

En febrero de 2021, las ventas del comercio minorista aumentaron 1,2% frente a las registradas en el mismo mes de 2020. Ocho (8) líneas de mercancía registraron variaciones positivas en sus ventas reales y once registraron variaciones negativas. Las líneas con mayor contribución positiva fueron Equipo de informática y telecomunicaciones con una variación de 53,1% y una contribución de 1,8 puntos porcentuales, Artículos de ferretería, vidrios y pinturas con una variación de 16,8% y una contribución de 0,7 puntos porcentuales.

En contraste, la línea de mayor contribución negativa al comercio fue Alimentos (víveres en general) con una variación de -3,6% y una contribución de -0,7 puntos porcentuales.

Al comparar febrero de 2021 con febrero de 2019 la variación de las ventas del comercio al por menor es de 14,9%.

Líneas de mercancías	Febrero de 2021 / febrero de 2020 Variación %	Contribución PP	Febrero de 2021 / febrero de 2019 Variación %	Contribución PP
Total comercio minorista	1,2	1,2	14,9	14,9
Equipo de informática y telecomunicaciones para uso personal o doméstico	53,1	1,6	98,8	2,9
Artículos de ferretería, vidrios y pinturas	16,8	0,7	39,9	1,2
Vehículos automotores y motocicletas principalmente de uso de los hogares***	5,9	0,6	73,6	2,7
Productos para el aseo del hogar	20,6	0,5	41,3	1,0
Electrodomésticos, muebles para el hogar	10,8	0,4	28,3	1,2
Otros vehículos automotores y motocicletas***	2,3	0,2	79,9	2,2
*Otras mercancías para uso personal o doméstico, no especificadas anteriormente	2,9	0,1	11,8	0,3
Artículos y utensilios de uso doméstico	5,3	0,1	19,4	0,3
Repuestos, partes, accesorios y lubricantes para vehículos	-0,6	0,0	5,5	0,4
Productos farmacéuticos y medicinales	-1,6	0,0	0,3	0,1
Bebidas alcohólicas, cigarros, cigarrillos y productos del tabaco	-0,3	-0,1	19,9	0,2
Equipos y aparatos de sonido y video	-7,5	-0,1	16,5	0,3
Productos de aseo personal, cosméticos y perfumería	-4,9	-0,2	2,4	0,0
Bebidas no alcohólicas	-11,4	-0,2	-2,1	0,0
Libros, papelería, periódicos, revistas y útiles escolares	-25,8	-0,2	-17,4	-0,2
Calzado, artículos de cuero y sucedáneos del cuero	-28,4	-0,4	-12,1	-0,2
Prendas de vestir y textiles	-12,9	-0,4	-0,7	0,0
Combustibles para vehículos automotores	-2,...	-0,5	6,0	1,3
Alimentos (víveres en general)	1,8	-0,7	7,7	1,6

Fuente: DANE - EMC
*Otras mercancías, incluye: juguetes, bicicletas, artículos de deporte, pirotecnia, artículos para bebés, gas propano en cilindros, equipo fotográfico, revestimiento para pisos, etc.
** Incluye: la venta de automóviles particulares, camperos, camionetas, motocicletas y similares nuevos y de vehículos usados realizadas en concesionario
*** Incluye la venta de flotillas o vehículos de cualquier tipo realizadas a través de licitaciones, las ventas a otros concesionarios y la venta de vehículos de transporte público, transporte de carga y otros tipos de vehículos como ambulancias, carros de bomberos, barredoras, etc.
La sumatoria de las contribuciones puede diferir con los anexos por redondeo de decimales.
pp. Puntos porcentuales
p: Preliminar

2. COMERCIO AL POR MENOR POR DEPARTAMENTOS

2.1 Variación anual:

** Febrero 2021/febrero 2020 * Febrero 2021/febrero 2019*

Tabla 10. Variación de las ventas minoristas reales y el personal ocupado sin combustibles ni lubricantes Siete dominios departamentales[p]
** Febrero 2021/febrero 2020*
** Febrero 2021/febrero 2019*

Departamento	Febrero de 2021 / febrero de 2020				Febrero de 2021 / febrero de 2019			
	Ventas		Personal ocupado		Ventas		Personal ocupado	
	Variación %	Contribución PP	Variación %	Contribución PP	Variación %	Contribución PP	Variación %	Contribución PP
Total comercio minorista y vehículos (excepto grupo 473*)	2,3	2,3	-6,4	-6,4	17,4	17,4	-3,7	-3,7
Antioquia	7,0	1,1	-4,9	-0,8	22,4	3,4	-2,4	-0,4
Cundinamarca	18,0	1,0	-1,1	-0,1	40,4	2,1	2,7	0,1
Bogotá D.C.	1,3	0,4	-8,3	-2,2	17,3	5,6	-6,2	-1,7
Santander	-0,3	0,0	-4,6	-0,2	15,6	0,6	-0,5	0,0
Atlántico	-0,8	0,0	-3,9	-0,2	14,4	0,7	1,8	0,1
Valle del Cauca	-1,2	-0,1	-6,9	-0,9	7,5	0,9	-7,0	-0,9
Otros departamentos	0,0	0,0	-6,9	-2,0	15,3	4,1	-3,2	-0,9

Ventas reales

En febrero de 2021 frente al mismo mes de 2020, las ventas reales del comercio minorista excluyendo las empresas del grupo CIIU 473 (Comercio al por menor de combustible, lubricantes, aditivos y productos de limpieza para automotores, en establecimientos especializados) aumentaron 2,3%.

Según los departamentos desagregados, la mayor contribución positiva a las ventas del comercio minorista sin combustibles ni lubricantes se registró en Antioquia, al contribuir con 1,1 puntos porcentuales, seguido de Cundinamarca con un aporte de 1,0 puntos porcentuales. Por su parte, Valle del Cauca registró la mayor contribución negativa con -0,1 puntos porcentuales.

3. ASPECTOS TÉCNICOS

El diseño y confección, se requiere bajo las siguientes especifcaciones:

ITEM	DESCRIPCION	CANT
1	Diseño y confección de camiseta tipo Jersey tela 100% Poliester suave antitransparente de rápida absorción. Sublimado en alta definición , hilos en calibre 75, manga larga, cuello redondo, costuras con refuerzo	400

ASPECTOS LEGALES

Las adquisiciones de bienes, servicios y obras cuyo valor no exceda del diez por ciento (10%) de la menor cuantía de la entidad contratante, independientemente de su objeto, se determinan por las reglas exclusivamente definidas en el artículo 94 de la Ley 1474 de 2011, reglamentada por los artículos 2.2.1.2.1.5.1 del Decreto 1082 de 2015, el cual constituye el procedimiento aplicable a los servicios que no superen el valor enunciado.

ANALISIS DE LA DEMANDA

La Subdirección de Fomento y Desarrollo turistico realizó revisión en el Secop de procesos similares realizados por el Instituto de Turismo del Meta, y procesos realizados por diferentes entidades, con el animo de analizar parametros claves de la estructuracion del presente proceso , así:

Comparativo histórico de otras entidades a nivel nacional

Una vez revisada la página del SECOP, encontramos que a nivel nacional se han celebrado contratos cuyo objeto guarde relación con el presente proceso:

CCV-001-2021	
Entidad	*EMPRESA DE SERVICIOS PUBLICOS DE CAJICA*
Objeto del contrato	*COMPRAVENTA DE CHAQUETAS, CHALECOS, CAMISAS Y CAMISETAS TIPO POLO INSTITUCIONALES PARA PERSONAL DE LA EMPRESA DE SERVICIOS PÚBLICOS DE CAJICÁ ESP S. A*
Contratista	*JOHANN ESTEBAN CORONADO JAIMES*
Presupuesto Oficial	*14.978.800,00*
Forma de pago	*Un unico pago*
Plazo	*Cuarenta y cinco (45) dias de calendario*
Modalidad de contratación	*Minima Cuantía*

ODS-011-2021	
Entidad	*ESE HOSPITAL SAN RAFAEL*
Objeto del contrato	*Suministro de camisetas tipo polo a los empleados de la E.S.E Hospital San Rafael para uniforme*
Contratista	*JUAN DAVID VASQUEZ MEJIA*
Presupuesto Oficial	*1.301.265,00*
Forma de pago	*Un unico pago*

Plazo	*03 DE MARZO DE 2021 HASTA EL 18 DE MARZO DE 2021*
Modalidad de contratación	*Minima Cuantía*

Comparativo histórico del Instituto de Turismo del Meta

Una vez revisada la página del SECOP, encontramos que en Instituto de Turismo del Meta se han celebrado contratos con características similares :

CONTRATO 513 DE 2018	
Entidad	*INSTITUTO DE TURISMO DEL META*
Objeto del contrato	*ADQUISICION DE USB, GORRAS, CAMISETAS, SOMBRILLAS Y CALCOMANIAS PARA EL SISTEMA DE INFORMACION TURISTICA DEL META SITUR META*
Contratista	*MAGEHO SAS*
Presupuesto Oficial	*20.051.250,00*
Forma de pago	*Un unico pago*
Plazo	*Siete (07) dias de ejecucion*
Modalidad de contratación	*Minima Cuantía*

FORMA DE PAGO:

Un único pago previo recibo a satisfación por parte del supervisor designado.

MODALIDAD DE SELECCIÓN:

El proceso cuyo objeto es ***ADQUISICIÓN DE MATERIAL PROMOCIONAL PARA POSICIONAR EL PRODUCTO ECOTURÍSTICO DE AVISTAMIENTO DE AVES EN EL EVENTO "GLOBAL BIG DAY 2021" Y LA MARCA META EN DESARROLLO DEL PROYECTO "DIFUSIÓN Y PROMOCIÓN TURÍSTICA A NIVEL NACIONAL E INTERNACIONAL DEL DEPARTAMENTO DEL META"****, de acuerdo a las condiciones técnicas, valor de la cuantía, tipo de contrato y a la forma en cómo las demás entidades estatales han realizado procesos de objetos similares la modalidad de contratación recomendada es la de Mínima Cuantía.*

TIPO DE CONTRATO:

De acuerdo a las especificaciones técnicas del proyecto en mención y a la información analizada en el estudio de la demanda se puede concluir que el presente contrato se trata de un Contrato de Compraventa

PLAZO DE EJECUCION:

Cuatro (04) días

ANALISIS DE LA OFERTA

La Subdireción para el Fomento y Desarrollo Turístico ha estimado conveniente un presupuesto de ***VEINTICINCO MILLONES TRESCIENTOS SESENTA MIL PESOS MCTE ($25.360.00),*** *el cual incluye todos los costos directos e indirectos, descuentos departamentales y nacionales , el valor del IVA si a ello hubiere lugar, y demas gastos que se causen por el hecho de su celebración, ejecución y liquiación .*

Que para la determinación del presupuesto antes mencionado se tomaron como referencia cotizaciones realizadas en el mercado asi :

	Empresa	**Identificación**
Cotiz 1	Chapete store	Nit 86.050.331 Ccl 7 39-50 brr la esperanza Villavicencio -Meta 3187695659
Cotiz 2	Gerson Vargas Sanchez	Nit 91.497.615-3 Cra 5 1 -103 Cerro Campestre Alto manzana 10 C-3 Villavicencio- Meta
Cotiz 3	RG Distribuidora Villavicencio Yenifer Quintero Villa	Nit 1.121.959.994-2 Av 40 16-13 159 LC 81 Villavicencio - MEta

Cotización 1

			COTIZ 1	
ITEM	**DESCRIPCION**	**CANTIDAD**	**VR UNIT**	**VR TOTAL**
1	Diseño y confección de camiseta tipo Jersey tela 100% Poliester suave antitransparente de rápida absorción. Sublimado en alta definición , hilos en calibre 75, manga larga, cuello redondo, costuras con refuerzo	400	62.200	24.880.000

Cotización 2

			COTIZ 2	
ITEM	DESCRIPCION	CANTIDAD	VR UNIT	VR TOTAL
1	Diseño y confección de camiseta tipo Jersey tela 100% Poliester suave antitransparente de rápida absorción. Sublimado en alta definición , hilos en calibre 75, manga larga, cuello redondo, costuras con refuerzo	400	65.000	26.000.000

Cotización 3

			COTIZ 3	
ITEM	DESCRIPCION	CANTIDAD	VR UNIT	VR TOTAL
1	Diseño y confección de camiseta tipo Jersey tela 100% Poliester suave antitransparente de rápida absorción. Sublimado en alta definición , hilos en calibre 75, manga larga, cuello redondo, costuras con refuerzo	400	63.000	25.200.000

Que analizadas las cotizaciones referenciadas anteriormente, se establecieron los promedios, teniendo un presupuesto oficial, así:

			PROMEDIO	
ITEM	DESCRIPCION	CANTIDAD	VR UNIT	VR TOTAL
1	Diseño y confección de camiseta tipo Jersey tela 100% Poliester suave antitransparente de rápida absorción. Sublimado en alta definición , hilos en calibre 75, manga larga, cuello redondo, costuras con refuerzo	400	63.400	25.360.000

Con lo anterior se da cumplimiento al análisis del sector en los términos del artículo 2.2.1.1.1.6.1 del decreto 1802 de 2015, y el documento guía para la elaboración de los estudios del sector en su capítulo III. Estudios del sector en los Procesos de Contratación de mínima cuantía y contratación directa.

Sin otro particular,

RONAL YAMID LOZANO DELGADO
Subdirector Técnico

Elaboró: Matilde Guatibonza	*CPS Apoyo Profesional*	
Aprobó: Diego De La Hoz	*Asesor Jurídico*	