	MACROPROCESO: GESTIÓN DE ABASTECIMIENTO PROCESO: GESTIÓN PRECONTRACTUAL SUBPROCESO: ANÁLISIS EXTERNO E INTERNO	Código:	APO_10_1_2_FR08
		Versión	02
		Clasificación	Pública clasificada
		Fecha:	15/07/2019
FORMATO ANÁLISIS DEL SECTOR Y ESTUDIO DE MERCADO			
Aprobó: Luis Javier Castellanos Sandoval Gerente Abastecimiento Estratégico	Revisó: Martha Cecilia Florez Sanchez Profesional Universitario	Elaboró: Nicolás Martínez Benavides Profesional Universitario	

DESCRIPCIÓN DE LA NECESIDAD	
1. ASPECTOS GENERALES	
¿Cuál es su necesidad? Objeto	Compraventa de mueble para Presidencia de Positiva Compañía de Seguros S.A.
Valor de la necesidad plan de contratación	\$4'165.000
1.1 CONTEXTO ECONÓMICO	
<p>De acuerdo a la Encuesta Anual Manufacturera EAM 2017 del DANE:</p> <p>“Industria manufacturera: para efectos de la investigación estadística, se define como la transformación mecánica o química de sustancias orgánicas e inorgánicas en productos nuevos, ya sea que el trabajo se efectúe con máquinas o a mano, en fábrica o a domicilio, o que los productos se vendan al por mayor o al por menor. Incluye el montaje de las partes que componen los productos manufacturados, excepto en los casos en que tal actividad sea propia del sector de la construcción.</p> <p>De acuerdo con los resultados definitivos de la Encuesta Anual Manufacturera de 2017, los 8.2142 establecimientos industriales de los que se obtuvo información ocuparon un total de 717.651 personas, de las cuales 587.343 fueron contratadas directamente por las industrias (425.349 permanentes y 161.994 temporales directos), 105.731 a través de agencias especializadas en servicios de suministro de personal; 22.084 aprendices y 2.493 propietarios, socios y familiares. Por otra parte, estos establecimientos registraron una producción bruta de \$243 billones, un consumo intermedio de \$155,3 billones y un valor agregado de \$87,6 billones.”</p> <p>Como se puede observar en la siguiente gráfica con los principales indicadores de la EAM comparativa 2017-2016 en el sector de muebles hubo una reducción en la producción bruta, personal ocupado y consumo intermedio; reflejando el difícil momento el que atraviesa este sector.</p>	

Cuadro 4. Evolución variables principales EAM según divisiones industriales CIU Rev. 4 A.C 2017 / 2016

División industrial	Producción bruta	Personal ocupado*	Consumo intermedio	Valor agregado	Energía eléctrica	Sueldos y salarios	Prestaciones
Total	1,1	-1,6	2,4	-1,1	-1,2	6,1	6,1
10 Productos alimenticios	1,9	1,9	1,6	2,4	2,5	8,6	7,8
11 Bebidas	-0,5	-5,8	-7,2	3,0	-5,7	2,9	0,3
13 Productos textiles	-8,3	-7,4	-9,9	-5,7	-9,3	-0,2	1,7
14 Prendas de vestir	-4,5	-1,6	-2,7	-6,5	-4,4	9,3	7,7
15 Curtido y fabricación de artículos de cuero	-0,9	-1,5	-3,1	2,0	-3,8	7,8	8,0
16 Productos de madera y de corcho	-4,9	-7,2	-3,2	-7,0	-8,4	3,8	2,0
17 Papel, cartón y productos de papel y cartón	5,3	0,6	4,0	7,3	1,7	10,2	6,6
18 Impresión y producción de copias	-1,7	-3,9	-2,3	-0,9	-4,9	6,6	6,4
19 Refinación del petróleo y actividad de mezcla de combustibles	21,8	1,5	26,5	-3,2	15,6	-6,8	12,3
20 Sustancias y productos químicos	1,0	0,7	2,4	-1,1	-0,7	8,2	11,1
21 Productos farmacéuticos, sustancias químicas medicinales	-0,1	0,7	-2,9	1,4	1,1	10,1	7,2
22 Productos de caucho y de plástico	-2,8	-0,9	-2,9	-2,5	-3,7	7,6	7,2
23 Otros productos minerales no metálicos	-10,3	-6,3	-8,0	-12,2	-2,2	0,1	2,0
24 Productos metalúrgicos básicos	-22,3	-1,7	-28,9	3,8	-6,1	6,4	4,2
25 Productos elaborados de metal, excepto maquinaria y equipo	-6,8	-3,7	-8,0	-5,1	-3,2	4,6	3,7
26 Productos informáticos, electrónicos y ópticos	3,5	-5,4	-3,1	18,4	5,8	0,3	0,2
27 Aparatos y equipo eléctrico	-4,3	-2,7	-2,4	-7,8	-6,6	4,9	3,8
28 Maquinaria y equipo n.c.p.	-6,4	-4,5	-7,7	-5,0	-4,9	1,4	0,5
29 Vehículos automotores, remolques y semirremolques	-12,6	-5,9	-14,3	-8,7	-8,4	2,0	0,0
30 Otros tipos de equipo de transporte	-9,2	-4,9	-12,1	1,1	-3,5	1,4	7,1
31 Muebles, colchones y somieres	-2,6	-2,1	-5,0	0,1	-2,4	4,2	2,0
32 Resto de la industria	0,8	1,0	-1,6	2,7	4,0	6,7	5,0

*Incluye socios sin remuneración, personal permanente, temporal directo y personal por agencias.

Fuente: DANE – EAM.

De acuerdo al artículo de la Revista Dinero **La informalidad y las importaciones ponen en jaque al sector de muebles** fechado 23/11/2017:

“El reciente anuncio de la posible llegada al país de la sueca Ikea, reconocida por sus muebles modulares y productos para el hogar, podría generar un revólcon en una industria dominada por las pequeñas y medianas empresas y enfrentada a un alto nivel de informalidad.

Alejandra Ospitia, directora de la Federación Nacional de Industriales de la Madera (Fedemaderas), señala que se trata de una industria con un alto nivel de informalidad. “La ilegalidad e informalidad en la materia prima de bosque natural, en transporte de madera e intermediación entre plantaciones forestales y usuarios de transformación de la madera afectan al sector, pues no pagan impuestos ni permiten generar valor agregado al país”, manifiesta.

José Sarmiento Ospina, vicepresidente de retail de Jamar, considera que la producción y comercialización de los muebles constituyen un renglón muy importante de la economía; sin embargo, este ha sido subestimado. Como consecuencia, su industrialización se ha vuelto lenta, lo que lleva a la informalidad y al escaso acceso a la tecnología de punta, que optimice los procesos y asegure altos estándares de calidad. Es clave jalonar este sector, sobre todo en las regiones donde están

constituidos clústers de producción, porque sin lugar a dudas se fortalecerá el empleo y se potencializarán las exportaciones”, dice.

Al igual como sucede con otras industrias, el dumping también constituye una amenaza para el sector, con productos que ingresan a precios muy bajos y con un reducido nivel de calidad. En la actual coyuntura, en la que el consumo se ha visto impactado principalmente en bienes durables, los muebles y accesorios parecen amenazados. Pero Ospitia considera que hay fórmulas que pueden ayudar a potenciar al sector.

Fórmula de competitividad

La principal estrategia es la atracción de inversión extranjera, pues el ingreso de recursos, principalmente para el eslabón de producción de materia prima, brindaría beneficios en tres sentidos: sustitución de importaciones, incremento del consumo per cápita e impulso a las exportaciones.

Estos tres aspectos resultan fundamentales, pues hoy el sector tiene una balanza comercial deficitaria, a pesar de que la revaluación ha ayudado a frenar las importaciones.

En 2016 las compras de muebles en el exterior sumaron US\$37,7 millones, frente a US\$41,7 millones de 2015 y US\$50,2 millones de 2014, de acuerdo con análisis de Fedemaderas, con cifras del Banco de Datos de Comercio Exterior (Bacex). Según Ospitia, estos productos provienen de China, Brasil y México.

El mayor pico de las exportaciones se dio en 2008, con US\$82,4 millones, y fue Venezuela el principal comprador, según Fedemaderas. Ospitia dice que a ese mercado se dirigía 41% de las ventas del sector, pero tras la crisis, las oportunidades desaparecieron y reemplazarlo ha sido difícil.

ProColombia ha identificado oportunidades en países de Centroamérica, además de Estados Unidos, México, Ecuador, Perú, Bolivia, Chile, Brasil, Argentina y hasta Australia. Un informe de esta entidad, con cifras del Dane dice que entre 2010 y 2016 el país exportó US\$863 millones en muebles y maderas. EE.UU., seguido de Panamá, India y Chile son los principales mercados de exportación.

Sin embargo, Ospitia dice que este año el sector ha perdido espacios internacionales, en especial Ecuador por su propia realidad económica y la búsqueda de empoderamiento del Gobierno hacia sus dos principales productores y Panamá, con las medidas tomadas en retaliación aparente hacia los productos colombianos, debido a los decretos de protección arancelaria impuestos a confecciones y calzado.

En lo que hace referencia al incremento del consumo per cápita, el trabajo que puedan hacer las empresas locales resulta clave, por lo que se hace prioritario incrementar la productividad, con el fin de recuperar el mercado interno, mientras se miran opciones en el exterior, no con la idea de competir con cantidades sino con valor agregado.

Más mercado

Uno de los principales protagonistas del sector es Jamar, empresa que se ha concentrado en fortalecer la operación logística descentralizada y soportar el plan de expansión que se ha propuesto, el cual contempla para la apertura de 20 nuevas tiendas y generar 10.000 empleos (entre directos e

indirectos) en su operación total. La firma, que hoy cuenta con 21 puntos de venta ubicados en toda la Costa Caribe, centra su trabajo en la innovación, el diseño y la moda, dice Sarmiento Ospino.

En medio de la coyuntura del sector, marcas extranjeras hacen sus apuestas. Este es el caso de Kare, firma alemana que, a través de franquicia, cuenta con dos tiendas en Bogotá y prevé llegar a Cali, Medellín y Barranquilla, ciudades a las que ingresará una vez encuentre los locales que se ajusten a los requerimientos en tamaño y ubicación. El montaje de cada punto tiene un costo aproximado de US\$600.000.

Para esta firma, el freno en el consumo no se ha sentido, pues su gerente, Alejandro Sardi, señala que el crecimiento en ventas ha sido muy superior a las expectativas, al punto que hoy es el país que lidera el mercado en la región donde se registran transacciones de US\$14 millones, aproximadamente. “Actualmente somos el franquiciado de Kare con mayor volumen de ventas en Latinoamérica en tan solo un año”, dice Sardi.

No diferente es la situación de BoConcept, que tiene cuatro tiendas: dos en Bogotá, una en Medellín y otra en Barranquilla y analiza abrir en Cali y Bucaramanga, en donde evalúa las condiciones del mercado, según dice Pablo Sardi, gerente de la organización, que hoy genera 70 puestos de trabajo en el país. Este año la empresa ha realizado más de 1.000 asesorías en decoración de interiores, cifra que pone en evidencia que el colombiano entiende la importancia de personalizar sus espacios, manifiesta Sardi.”

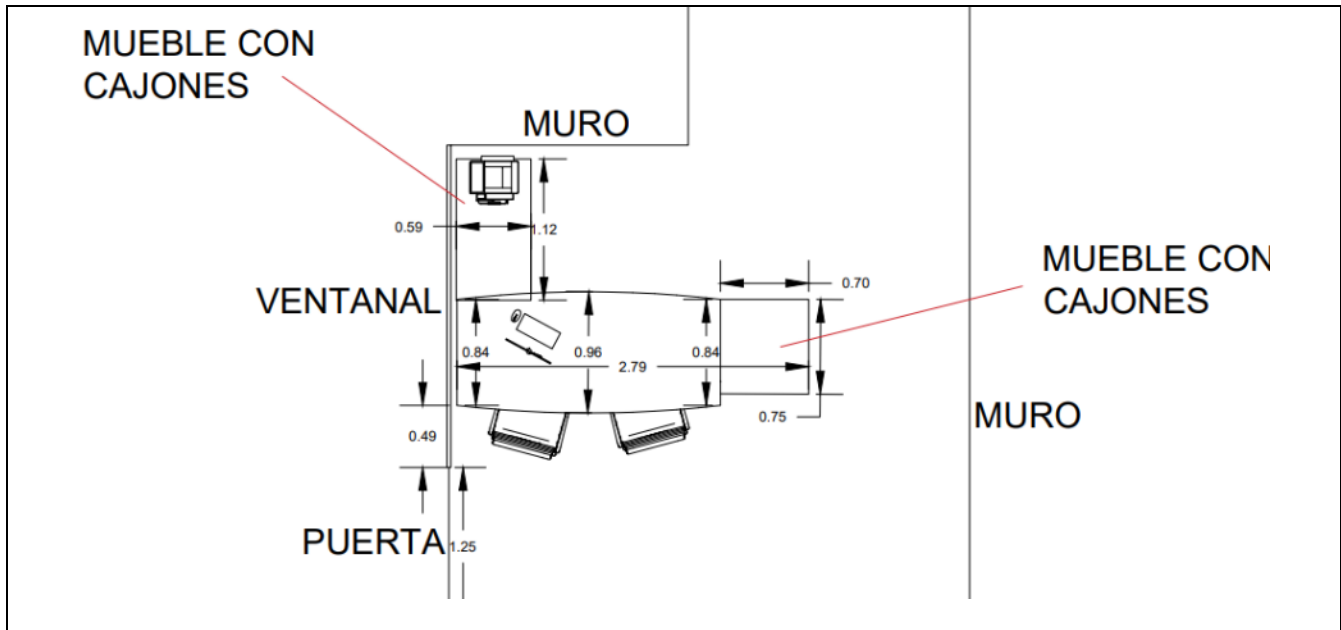
- Dane: https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/eam/boletin_eam_2017.pdf
- Revista Dinero: <https://www.dinero.com/edicion-impresa/negocios/articulo/principales-retos-del-sector-de-muebles-en-colombia/252650>

1.2 CONTEXTO TÉCNICO

Tiempo estimado del contrato: 1 mes.

Las características técnicas son las siguientes: Escritorio según diseño en vidrio de 19mm, medidas de 2,79*1,96*0,86, con archivadores en madera color wenge y chapas con llave para cada archivador.





-

1.3 CONTEXTO REGULATORIO

Se debe dar cumplimiento a lo establecido en la Guía CAS&SOMA de Positiva Compañía de Seguros S.A. que está alineado a la normatividad legal vigente en materia de medio ambiente, seguridad y salud en el trabajo.

N.A.

2. ESTUDIO DE LA OFERTA

Se invitaron a tres empresas para el estudio de mercado del mueble con las características descritas: Comsistelco \$3.500.000+iva, Atellier \$3.700.000+iva y Sipte design; no cotizó la última en mención. El primer proveedor nos ha prestado servicios con anterioridad en los cuales ha demostrado cumplimiento y buena calidad, asimismo presentó el menor valor, por estos motivos se considera viable la contratación con la empresa Comsistelco.

N.A.

3. ESTUDIO DE LA DEMANDA

¿Ha contratado la necesidad previamente?	Si <input checked="" type="checkbox"/>	No <input type="checkbox"/>
Contratará nuevamente con el mismo proveedor	Si <input checked="" type="checkbox"/>	No <input type="checkbox"/>
En caso de haber respondido afirmativamente, justifique su respuesta	Se ha contratado suministro de mobiliario con este proveedor, quien ha demostrado buena calidad, oportunidad en la atención a los requerimientos y cumplimiento contractual.	

La última adquisición de mobiliario fue la compra de sillas a nivel nacional, contrato 612-2020, por un valor de doscientos veintinueve millones quinientos veintinueve mil trescientos seis pesos mcte (\$229'529.306).

N.A.

4. FIRMAY FECHA

NOMBRE DE QUIEN ELABORÓ	<i>FIRMA</i>	<i>FECHA DE ELABORACIÓN</i>
Idaira Ramirez		12-02-2021