I. *TIPO DE MODALIDAD CONTRACTUAL*							
Licitación Pública.		Selección abreviada para la adquisición de bienes y servicios de características técnicas uniformes por subasta inversa.	X	Selección Mínima Cuantía		Concurso de Méritos	

II. INTRODUCCIÓN

En cumplimiento de lo dispuesto en el artículo 2.2.1.1.1.6.1 del Decreto 1082 de 2015, el Municipio de Granada Ant, elabora los Estudios del Sector para contratar "SUMINISTRO DE KITS DE ASEO PERSONAL PARA ADULTOS MAYORES DE LOS GRUPOS GERONTOLÓGICOS DEL CENTRO VIDA "ARNOLDO HOYOS BOTERO". GRANADA ANTIOQUIA ". y deja constancia mediante el presente documento, del análisis del sector económico realizado en la etapa de planeación y estructuración del mismo, así:

En virtud del objeto contractual que se enmarca en el Sector Comercio al por mayor de productos alimenticios, se evidencia que de acuerdo a las obligaciones que se desarrollarán en la ejecución, estas pueden ser ejecutadas (dos) por una persona natural o jurídica que cumpla con los requerimientos técnicos requeridos por la entidad, con idoneidad y experiencia en el desarrollo del objeto contractual.

III. OBJETO CONTRACTUAL Y JUSTIFICACIÓN

"SUMINISTRO DE KITS DE ASEO PERSONAL PARA ADULTOS MAYORES DE LOS GRUPOS GERONTOLÓGICOS DEL CENTRO VIDA "ARNOLDO HOYOS BOTERO". GRANADA ANTIOQUIA".

Desde un punto de vista social, las personas adultas mayores son sujetos de derecho, socialmente activos, con garantías y responsabilidades respecto de sí mismas, su familia y su sociedad, con su entorno inmediato y con las futuras generaciones. Las personas envejecen de múltiples maneras dependiendo de las experiencias, eventos cruciales y transiciones afrontadas durante sus cursos de vida, es decir, implica procesos de desarrollo y de deterioro. Generalmente, una persona adulta mayor es una persona de 60 años o más de edad.

La vejez representa una construcción social y biográfica del último momento del curso de vida humano. La vejez constituye un proceso heterogéneo a lo largo del cual se acumulan, entre otros, necesidades, limitaciones, cambios, pérdidas, capacidades, oportunidades y fortalezas humanas.

Constitucionalmente, la condición diferencial del grupo población en condición de Vejez es reconocida desde el preámbulo de la carta magna que define que, Colombia es un Estado social de derecho fundado en el respeto a la dignidad humana y la solidaridad de las personas que la integran. Dentro de los fines del Estado se encuentra servir a la comunidad, promover la prosperidad general y garantizar la efectividad de los principios, derechos y deberes consagrados en la Constitución. De igual manera señala que el Estado protegerá especialmente a aquellas personas que, por su condición económica, física o mental, se encuentren

en circunstancia de debilidad manifiesta y sancionará los abusos o maltratos que contra ellas se cometan" y más concretamente en el Art 46 se establece que "El Estado, la sociedad y la familia concurrirán para la protección y la asistencia de las personas de la tercera edad y promoverán su integración a la vida activa y comunitaria. El Estado les garantizará los servicios de la seguridad social integral y el subsidio alimentario en caso de indigencia".

Ahora, desde un punto de vista legal y normativo, Colombia ha sido presta a expedir normativas sobre protección al Adulto Mayor, la Ley 1251 de 2008 que tiene como objeto proteger, promover, restablecer y defender los derechos de los adultos mayores, orientar políticas que tengan en cuenta el proceso de envejecimiento, planes y programas por parte del Estado, la sociedad civil y la familia y regular el funcionamiento de las instituciones que prestan servicios de atención y desarrollo integral de las personas en su vejez, de conformidad con el artículo 46 de la Constitución Nacional, la Declaración de los Derechos Humanos de 1948, Plan de Viena de 1982, Deberes del Hombre de 1948, la Asamblea Mundial de Madrid y los diversos Tratados y Convenios Internacionales suscritos por Colombia, establece entro otros aspectos, que las personas adultas mayores tienen derecho a los alimentos y demás medios para su mantenimiento físico, psicológico, espiritual, moral, cultural y social. Serán proporcionados por quienes se encuentran obligados de acuerdo con la ley y su capacidad económica. Los alimentos comprenden lo imprescindible para la nutrición, habitación, vestuario, afiliación al sistema general de seguridad social en salud, recreación y cultura, participación y, en general, todo lo que es necesario para el soporte emocional y la vida autónoma y digna de las personas adultas mayores y el deber del Estado de Proveer la asistencia alimentaria necesaria a los adultos mayores. La ley 1376 de 2009, que establece criterios de atención integral del adulto mayor en los centros vida, indica en su Art 11 como servicios mínimos que ofrecerá al adulto mayor, la alimentación que asegure la ingesta necesaria, a nivel proteico-calórico y de micronutrientes que garanticen buenas condiciones de salud para el adulto mayor, de acuerdo con los menús que, de manera especial para los requerimientos de esta población, elaboren los profesionales de la nutrición.

Teniendo en cuenta el 80% de la población adulta mayor de 60 años está en los grupos poblacionales A, B y C en la base de datos del SISBEN por debajo del 42, lo cual indica su grado de necesidad económica, y a esta condición se suma que el 100% de la población ha sido víctima del conflicto armado y del desplazamiento forzado. Por lo tanto, con la ejecución de este proyecto se beneficiará un total de 300 adultos mayores de la zona urbana y rural. Todos los adultos mayores beneficiarios del proyecto son de escasos recursos económicos, deficiente apoyo familiar, adultos mayores que manifiestan soledad y por consiguiente se refleja signos de depresión, lo que evidencia la necesidad de intervención psicosocial y apoyo gerontológico.

La administración municipal "Unidos por una Granada Mejor" pretende garantizar la continua, eficiente y oportuna prestación de sus servicios, lo que implica que el desarrollo del programa de Atención Integral al Adulto mayor requiere cumplimiento de los lineamientos legales y normativos de los programas gerontológicos a nivel departamental y municipal a través del Acuerdo N° 46 del 10 diciembre de 2014 y el Acuerdo municipal 64 del 27 de febrero de 2015, POR MEDIO DEL CUAL SE IMPLEMENTA LA POLITICA PUBLICA DE ENVEJECIMIENTO Y VEJEZ PARA EL MUNICIPIO DE GRANADA ANTIOQUIA.

Por lo que el Municipio de Granada Antioquia, requiere contratar los servicios de una persona natural o jurídica idónea para que realice el "Suministro de 950 kits de aseo personal adultos mayores de los programas gerontológicos según la valoración nutricional del área urbana y rural municipio de Granada en ejecución de la Política Publica de Envejecimiento y Vejez municipal N°64 del 27 de febrero 2015 y el Plan de Desarrollo "

La presente contratación se llevará a cabo con los principios de transparencia, economía y responsabilidad consagrados en la ley y La persona natural o jurídica que suministre este tipo de suministro del circuito debe contar con el conocimiento y la experiencia relacionada con el objeto contractual, de manera que haga entrega de bienes que cumplan con las debidas exigencias del mercado actual.

CONDICIONES TÉCNICAS

Las especificaciones técnicas y condiciones generales, características técnicas, requisitos mínimos obligatorios y descripciónde ítems, comprenden todas las actividades que integran el objeto del presente proceso, los cuales son de obligatorio cumplimiento por el proponente y con ocasión de la ejecución del contrato.

1. COMPLEMENTOS NUTRICIONALES TIPO MERCADO

En la ejecución del contrato el contratista deberá dar estricta aplicación a la Constitución Política, las leyes sobre la materia y las normas referidas al objeto contractual.

Se procederá a detallar técnicamente cada tipo de complemento nutricional requeridos, al igual que los demás requerimientos. En todo caso, las ofertas se entenderán presentadas por todos los ÍTEM y se deberán respetar los valores establecidos en el Estudio del Sector, tanto unitarios como totales.

DESCRIPCION	UNIDAD DE MEDIDA	CAN
Jabon de baño avena 125gr	1	1900
Jabón líquido para manos contenido de 500ml antibacterial con extractos de avena y miel con dispensador	1	950
Papel higiénico triple hoja por seis rollos	1	950

Crema dental Mínimo 150 gramos. pasta presentación turbo plástico. componente tradicional (floruro de sodio 0.10% y/o 0.32 ppm mínimo 1.450 de flúor y saborizantes INGREDIENTES deben estar impresos en caja y tubo AGUA/AQUA, GLICERINA/ GLYCERIN, SILICA HIDRATADA/ HYDRATED SILICA, LAURILSULFATO DE SODIO /N SODIUM LAURYL SULFATE, SABOR/AROMA, GOMA DE CELULOSA / CELLULOSE GUM, FOURURO DE SODIO /SODIUM FLOURIDE, GOMA XANTAN / XANTHAN GUM, SACARINA SODICA / SODIUM SACCHARIN, DIOXIDO DE TITANIO (CI 77891)/ CI 77891, PIGMENTO VERDE 7 (CI 74260)/ CL 14260, PIGMENTO AZUL 15 (CI 74160)/ CI 74160),EUGENOL. CONTIENE FLOURORO DE SODIO (1450 ppm DE FLUOR) (1450 g/g DE FLUOR). Registro sanitario expedido por INVIMA.	1	950
Cepillo de dientes para adulto, Cabeza formada empaque individual, cabeza con limpiador lingual, cuatro hileras de cerdas de nylon, cerda redondeada, ergonómica, tipo de cerda mediana, longitud mayor o igual a 11 y menor de mm, mango fijo, lo suficientemente largo para manejarlo con comodidad, registro sanitario expedido por el INVIMA.	1Cepillo	950
Toalla para manos Toalla para manos secado rápido 40x70 cm, con ruedo dobladillo, 100% algodón de colores surtidos y planos sin imágenes	1 toalla	950

El contratista se obliga a ejecutar cada una de las actividades bajo su responsabilidad, de acuerdo con el objeto contractual

NOTA: La fecha de vencimiento de los productos no será inferior a cuatro (4) meses, contados a partir de la fecha de su entrega a los beneficiarios del Programa. El Operadores deben garantizar no solo las características de los alimentos sino las cantidades, las cuales deben corresponder a lo indicado en los términos de referencia.

La información anteriormente suministrada respecto de las cantidades se sintetiza en la siguiente tabla:

LOTE.	Tipo de Complemento	Número de beneficiarios	Número de entregas	Total Complementos
1	Kits de aseo personal	950	1	950

IV. ASPECTOS GENERALES DEL SECTOR

La industria se compone de tres subsectores: Cosméticos, Aseo, y Absorbentes. En conjunto, el sector ha supuesto beneficios económicos para el país y para los grupos que participan en su cadena de valor. Lo anterior demuestra el potencial del sector como motor de la economía nacional. Los resultados son consecuencia de los esfuerzos conjuntos de la Cámara, las instituciones que lo apoyan, y las empresas que lo componen

La mayor ventaja comparativa de Colombia en este sector es su rica biodiversidad, gracias a la cual puede ser altamente competitiva en productos con base en ingredientes naturales, cuya demanda mundial está en ascenso.

El Plan de negocios del sector cosméticos y aseo fue rediseñado en 2016 con el objetivo de entregar al país una hoja de ruta para el crecimiento de esta industria a 2032.

En su construcción, Colombia Productiva contó con la colaboración del INVIMA, ONAC, Procolombia, ICONTEC, Cámara de Comercio de Bogotá, Biointropic, Innpulsa Colombia, Universidad Nacional, Invest in Bogotá, ONUDI, Instituto Nacional de Metrología (INM), Universidad CES, Corporación Biotec, InvestPacific y Cámara de Comercio de Cali y representantes de empresas de las principales ciudades del país. Tomado de: https://www.colombiaproductiva.com/ptp-sectores/manufactura/cosmeticos-y-aseo

V. ESTUDIOS ECONOMICOS

A. ASPECTOS GENERALES:

Los datos del 2018 de este mercado muestran un incremento superior al 8%, al tiempo que las exportaciones se dinamizan, según estudio de la cámara sectorial de la Andi

El mercado cosmético y de aseo tuvo el año 2017 un crecimiento de 8,38% frente al 2016, al sumar los US$7.497 millones, según los datos de Euromonitor. En el periodo inmediatamente anterior fue de US$ 6.918 millones.

Juan Carlos Castro, director de la Cámara de la Industria Cosmética y de Aseo de la Asociación Nacional de Empresarios, Andi, al presentar el balance y las perspectivas para las empresas que participan en este negocio afirma que "El hecho de que el tamaño de mercado crezca nos vuelve a poner otra vez interesantes en lo que tiene que ver con la atracción de inversión extranjera directa y crecimiento de la producción". En el caso del subsector cosmético, en el que hace énfasis el análisis, sobresale que en el 2016 el mercado fue de US$3.120 millones, mientras que al cierre del año pasado fueron US$3.391 millones.

Para este año, la proyección es que sumen US$3.577 millones y que para el 2021 sean del orden de los US$ 4.171 millones tomado de https://www.ccb.org.co/Clusters/Cluster-de-Cosmeticos/Noticias/2018/Marzo-2018/Industria-cosmetica-y-de-aseo-retoma-rumbo-de-crecimiento

B. ANALISIS DEL MERCADO

Demanda del Sector

En el 2014 los principales mercados de exportación eran Venezuela, Ecuador y Perú, pero por los cambios políticos y nuevos actores en el mercado, la producción Colombiana empezaron a profundizar sus negocios en otros países, especialmente los de la Alianza del Pacífico. De esta manera, se han incrementado exportaciones a México y Chile. Ahora. en las cifras al 2017 se ve cómo han ocupado los espacios que dejaron Venezuela y Ecuador

Colombia se ubica como la cuarta economía y el cuarto mercado más grande en América Latina en productos de belleza y cuidado personal. En su orden, los primeros son Brasil, México y Argentina. En contraste, Colombia es noveno en consumo per cápita con US$ 64.
Sin embargo, hay naciones que poseen un PIB más pequeño y son plazas más pequeñas, como Chile, que tiene tres veces el consumo de Colombia (US$ 158).Por su parte, Uruguay, que cuenta con una tercera parte del PIB colombiano, también es casi tres veces el consumo nacional (US$ 150).
"Esas son las oportunidades que ven muchas empresas en Colombia y por eso se siguen generando flujos de inversión en este sector para que el país se continúe consolidando como un hub a nivel regional, tanto por el potencial del mercado interno como por el nivel de las exportaciones", precisa Castro https://www.ccb.org.co/Clusters/Cluster-de-Cosmeticos/Noticias/2018/Marzo-2018/Industria-cosmetica-y-de-aseo-retoma-rumbo-de-crecimiento

Oferta del Sector

La canasta de bienestar, que incluye los artículos de aseo, creció en el gasto real el 12,24% en abril; unas empresas tuvieron que fortalecer su producción en medio de la pandemia; otras, variaron su portafolio para incursionar en este segmento.

Colombia se convirtió en uno de los epicentros de la industria de cosméticos y aseo en América Latina. Según Euromonitor Internacional, entre 2009 y 2014, este sector creció al 7,3% anual y hoy es el quinto mercado del subcontinente.

Por su parte, la Andi destaca que, en 2019, el subsector de aseo expandió el tamaño de su mercado en 2% con respecto al año anterior. Más en detalle, Juan Carlos Castro, director de la Cámara de la Industria Cosmética y de Aseo, explica que "la categoría de aseo personal creció 3,08% (US$3.572 millones), mientras que la de aseo del hogar decreció 6,6% (US$1.009 millones)".

En plena cuarentena, la canasta de bienestar, que incluye los artículos de aseo, registró un crecimiento en varios indicadores respecto al mismo periodo del 2019.

Castro añadió que, en esta crisis, algunas empresas del subsector cosméticos, como Masglo, productora de esmaltes, han innovado y ampliaron su portafolio elaborando desinfectantes y geles antibacteriales. A este giro en su producción se sumaron empresas como L'oreal, Bardot, Natura y Henkel, ubicadas en Bogotá y Cundinamarca.

Según Diego Freire, gerente general de Masglo, la pandemia "nos obligó a ver otro tipo de perspectiva, fuente de crecimiento y necesidades del consumidor". A partir de ahí se enfocaron en fabricar artículos de la línea de bioseguridad y comenzaron con los antibacteriales, que han tenido buena acogida entre los consumidores.

Hoy, la producción oscila entre 28.000 y 30.000 unidades mensuales y prevé a final de año estar sacando otros productos como los sprays. "Las crisis siempre son oportunidades de reinventarse y adaptarse", afirma.

Por su parte, el Grupo Familia, con presencia directa en ocho países de Suramérica y El Caribe, 60 años de trayectoria y 5.400 colaboradores, ha logrado salir adelante priorizando en sus stakeholders.

Según Lucas López Lince, vicepresidente de Mercadeo de esta multilatina colombiana, "ninguna compañía tenía un manual para afrontar la situación actual y todos somos vulnerables a lo que estamos viviendo. Sin embargo, el poner nuestro propósito superior de generar bienestar a las familias en el centro de las decisiones, nos ha permitido navegar de manera ágil, genuina, responsable y sistemática en la realidad que estamos viviendo".

Se tomaron una serie de acciones que fueron fundamentales: en primer lugar, continuar las operaciones con estrictos protocolos de bioseguridad y la promoción del trabajo remoto para el personal administrativo. También se optó por abastecer adecuadamente al mercado, priorizando en el portafolio clave, compuesto por soluciones como papel higiénico, paños húmedos y gel antibacterial; y buscando mayor flexibilidad en las cadenas de suministro. Por último, se fortalecieron rápidamente los canales digitales. El resultado: registraron un crecimiento del 17% en el primer trimestre de 2020.

En tanto, Unilever, la multinacional de productos de consumo con presencia en más de 190 naciones, ha sabido capotear la crisis gracias a la diversidad de su oferta.

"Afortunadamente, el impacto en nuestro negocio ha sido menor frente a otras industrias, ya que tenemos en el mercado productos de primera necesidad que, en momentos de emergencia sanitaria, representan una importante respuesta para las necesidades del consumidor", afirma Ignacio Andrés Hojas, presidente de Unilever Middle Américas.

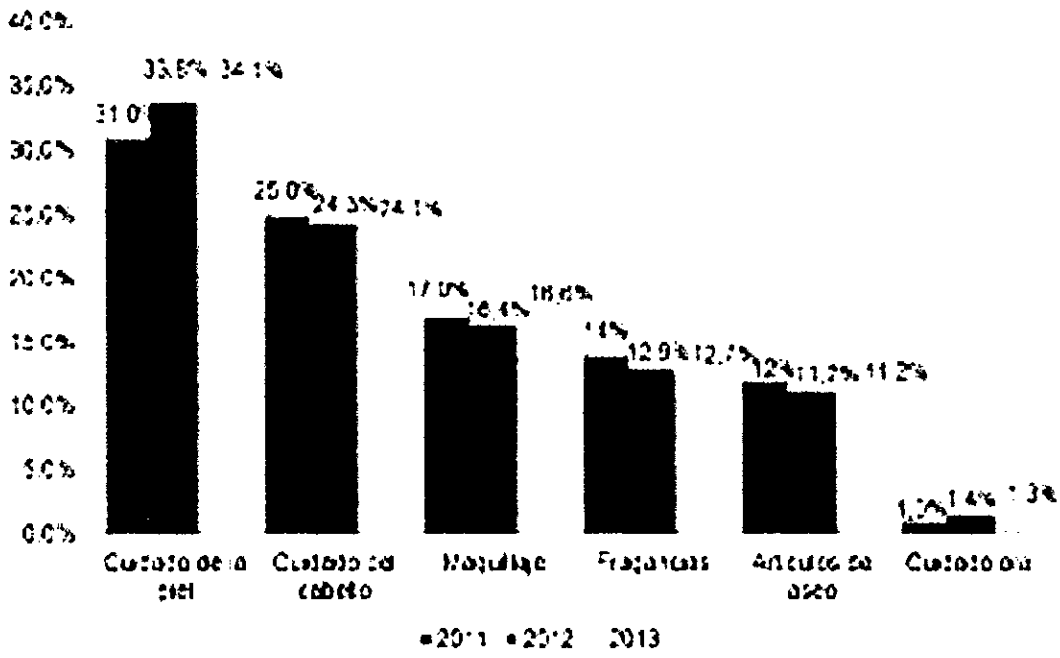
En la práctica, según añade, en el actual momento se presentaron cambios en los hábitos en los consumidores que provocaron, por ejemplo, la caída en la demanda de categorías de productos especialmente prescindibles de cuidado personal, que incluye jabones corporales en sus líneas antibacteriales y marcas de limpieza de superficies y ropa, entre otros, en contraste con el aumento de la categorías de productos de aseo del hogar y de alimentos.

A partir de esta dinámica, Hojas explica que para salir exitosamente de la actual situación se están "enfocando en reforzar aquellos productos que nuestros consumidores necesitan y más valoran en estos momentos de incertidumbre y de cambio constante".

Alianzas empresariales

La necesidad de ampliar la oferta de productos le dio vida a iniciativas que involucran a empresas de diversos sectores. Una de estas es liderada por Bavaria, la primera productora de bebidas del país, y Binner Personal Care, del sector aseo. La meta de entregar 100.000 botellas de gel antibacterial en zonas vulnerables, anunciada el 20 de marzo por el Ministerio de Salud, se encuentra cerca de cumplirse. A la fecha, según informó Bavaria, han donado 95.000 en hospitales e instituciones prestadoras de salud en el territorio nacional. La producción de este material se realizó a partir del alcohol retirado en el proceso de elaboración de la cerveza que luego se convirtió en alcohol con una concentración del 70% y en gel antibacterial. Sobre la importancia de esta iniciativa, Marcel Regis, presidente de Bavaria, dijo: "Estamos comprometidos con la comunidad y trabajaremos por ayudar a sobrellevar esta difícil situación que está enfrentando el mundo hasta que juntos logremos salir adelante"

C. " El mercado global de la cosmética se suele dividir en cinco segmentos de negocio principales: cuidado de la piel, cuidado del cabello, maquillaje, fragancias y artículos de aseo 5, en algunos casos se suelen separar de los artículos de aseo el cuidado oral. Estos segmentos son complementarios ya que a través de su diversidad son capaces de satisfacer todas las necesidades y expectativas de los consumidores con respecto a los cosméticos. Según el siguiente grafico el segmento de cuidado de la piel es el que actualmente tienen mayor participación en el mercado mundial cosmético con un 34%, seguido del cuidado de cabello." https://kipdf.com/escuela-de-postgrado-de-marketing-internacional_5ac729111723dd654160f3eb.html"



E. *CLASIFICACIÓN SEGÚN EL CATÁLOGO DE BIENES Y SERVICIOS DE NACIONES UNIDAS, CÓDIGO UNSPSC.*

El producto y su clasificación, fue objeto de consulta en la página de Colombia Compra Eficiente, a fin de establecer el segmento, familia y clase, según relación objeto, especificaciones e identificación del contrato; en concordancia a los bienes y Servicios objeto del presente Proceso de Contratación están codificados en el Clasificador de Bienes y Servicios de Naciones Unidas (UNSPSC) como se indica a continuación:

Segmento	Familia	Clase	Nombre o Descripción
53	13	15	Cepillos de dientes
53	13	15	Refrescadores de aliento
53	13	16	Productos para el cuidado de la piel
52	12	17	Toallas para manos
53	13	16	Jabones

VI. OFERTA EN EL SECTOR

En el Municipio de Granada y otras entidades Departamentales y Nacionales en los últimos años se han celebrado los siguientes procesos de contratación relacionados con el suministro de complementos nutricionales tipo mercado:

Contrato No.	Objeto	Valor
N°120-2022	Suministro de paquetes nutricionales y kits de aseo personal para los adultos mayores de los grupos gerontológicos del centro vida "Arnoldo Hoyos Botero", en el marco de la Resolución dpto. Ant s2021060091251 proyecto "Protección Envejecimiento y Vejez	$110.009.550
N°SDS-SDS-SASI-011-2022	Adquisición de elementos de aseo para promover el cuidado y aseo personal de las personas en habitabilidad en calle y para la limpieza de las instalaciones de la casa de albergue y cuidado "casa búho" y, los salones comunales - ágoras.	$156.209.130
N°EPCSRV-020-2022	Contratar el suministro de elementos de aseo personal y limpieza con destino al proyecto productivo expendio para su posterior comercialización al personal privadas de la libertad del establecimiento	$ 8.000.000

Se toma las conclusiones del análisis de la demanda y se extiende la invitación a cotizar el servicio indicando a los proveedores consultados el objeto del contrato y su alcance incluidas las obligaciones administrativas, técnicas, jurídicas y financieras y las condiciones técnicas exigidas según necesidades, valor de los impuestos municipales y tiempo de cubrimiento de la garantía y lugar de ejecución de este.

Ahora bien, de la muestra de empresas desarrolladoras del objeto social identificadas anteriormente, el área requirente realizó la solicitud de cotización vía correo electrónico a las siguientes entidades:

Proveedor I
Nombre o razón social: VIBE DISTRIBUCIONES S.A.S **Representante legal:** JOSE EFRAIN BETANCUR GARCIA **CC:15433020** **Teléfono:** 3206261697

Proveedor II
Nombre o razón social: MCA BALDER S.A.S **Nit:** 901349914-4 **Representante legal:** ALEJANDRO AÑLMANZA RAMOS **Teléfono:** 3177384085

De la solicitud enviada se obtuvieron cotizaciones por parte de las siguientes empresas para realizar el análisis

de precios,así:

- **PROVEEDOR** I – Suministrada por VIBE DISTRIBUCIONES S.A.S
- **PROVEEDOR** II - Suministrada por MCA BALDER S.A.S

Estudio Precios de mercado complemento nutricional

KITS DE HIGIENE PERSONAL				
DESCRIPCION	**UNIDAD DE MEDIDA**	**CAN**	**VALOR UNITARIO**	**VALOR TOTAL**
Jabón de baño avena 125gr	1	1900	1.800	3.420.000
Jabón líquido para manos contenido de 500ml antibacterial con extractos de avena y miel con dispensador	1	950	6.000	5.700.000
Papel higiénico triple hoja por seis rollos	1	950	7.500	7.125.000
Crema dental Mínimo 150 gramos, pasta presentación turbo plástico, componente tradicional (floruro de sodio 0.10% y/o 0.32 ppm mínimo 1.450 de flúor y saborizantes INGREDIENTES deben estar impresos en caja y tubo AGUA/AQUA, GLICERINA/ GLYCERIN, SILICA HIDRATADA/ HYDRATED SILICA, LAURILSULFATO DE SODIO /N SODIUM LAURYL SULFATE, SABOR/AROMA, GOMA DE CELULOSA / CELLULOSE GUM, FOURURO DE SODIO /SODIUM FLOURIDE, GOMA XANTAN / XANTHAN GUM, SACARINA SODICA / SODIUM SACCHARIN, DIOXIDO DE TITANIO (CI 77891)/ CI 77891, PIGMENTO VERDE 7 (CI 74260)/ CL 14260, PIGMENTO AZUL 15 (CI 74160)/ CI 74160),EUGENOL. CONTIENE FLOURORO DE SODIO (1450 ppm DE FLUOR) (1450 g/g DE FLUOR). Registro sanitario expedido por INVIMA.	1	950	3.100	2.945.000
Cepillo de dientes para adulto, Cabeza formada empaque individual, cabeza con limpiador lingual, cuatro hileras de cerdas de nylon, cerda redondeada, ergonómica, tipo de cerda mediana, longitud mayor o igual a 11 y menor de mm, mango fijo, lo suficientemente largo para manejarlo con comodidad, registro sanitario expedido por el INVIMA.	1Cepillo	950	1.700	1.615.000
Toalla para manos Toalla para manos secado rápido 40x70 cm, con ruedo dobladillo, 100% algodón de colores surtidos y planos sin imágenes	1 toalla	950	7.573	7.194.350
			TOTAL	**$ 27.999.350**

Nota. Cotizaciones anexas al presente estudio.

El Municipio de Granada identificó los proveedores y costos relacionados. En el presente estudio se tomaron en cuenta los valores de los precios unitarios suministrados por cada proveedor y se adecuaron a las cantidades requeridas conforme las necesidades evidenciadas actualmente, presentando variaciones en las cantidades, reflejadas en el valor total.

En la definición del valor aproximado de suministros a realizar, se tuvo en cuenta además de los precios del mercado, los diferentes impuestos, tasas y contribuciones nacionales, departamentales y/o municipales que afecten el valor del contrato.

PRESUPUESTO

El valor estimado para el proceso con un plazo de 15 Días es de: PRESUPUESTO PRESUPUESTO DE ESTAMPILLA MUNICIPAL: $ 27.999.350 VENTI NUEVE MILLONES NOVECIENTOS NOVENTA Y NUEVE MIL TRESCIENTOS CINCUENTA PESOS IVA INCLUIDO

Distribuidos en los siguientes rubros

RUBRO PRESUPUESTAL	DESCRIPCION DEL RUBRO	PRESUPUESTO ASIGNADO
2.3-16-2.02.01.002.11.111.4104.008.002	Suministro de paquetes Kits de aseo - **Servicios de Atención y Protección al adulto mayor**	$ 27.999.350
Total presupuesto		**$ 27.999.350**

VII. ANALISIS DE LA CAPACIDAD FINANCIERA

El municipio Granada, evidencio que, aunque existe un número considerable de comerciantes a nivel local, las empresas que participan y que tienen la capacidad técnica y de operación de este tipo de contrataciones de cuantías altas, son limitadas.

De lo anterior se concluye que en el mercado local no se encuentran empresas con suficiente capacidad técnica y financiera para participar en estos procesos de alta complejidad, que exigen cumplimiento de grandes estándares de calidad, conocimiento, capacidad financiera y gran experiencia en el tema

El Municipio de Granada Antioquia reviso en la plataforma SECOP y hallo contratos en municipio del Departamento de Antioquia, con objetos similares, por regla general bajo el procedimiento de Licitación Pública así:

ENTIDAD	PROCESO	INDICADORES				
		LIQUIDEZ	ENDEUDAMIENTO	COBERTURA INTERESES	RENT SOBRE PATRIMONIO	RENT SOBRE ACTIVO

Alcaldía de Concordia Antioquia	S.A.M.C.NR0- 03 – 2020	<=3	>=0.50	<=4	<=0,40	<=4
Alcaldía de Nariño Antioquia	SA-SI-004- 2020	<=6	>=0.25	<=10	<=0,40	<=0,40
Alcaldía del Peñol Antioquia	SI 003 DE 2020	<=1	>=0.30	<=1	<=0,30	<=0,30
Alcaldía de San Luis Antioquia	GOB-SA 001-2020	<=4	>=0.20	<=14	<=0,40	<=0,30
Alcaldía el Carmen de Viboral	LICITACIÓN PÚBLICA Nº 3 DE 2020	<=3	>=0.65	<=4	<=0,10	<=0,10

A. LIQUIDEZ

La liquidez es la capacidad que tiene una empresa para obtener efectivo y así hacer frente a sus obligaciones a corto plazo.En otras palabras, es la facilidad con la que un activo puede convertirse en dinero en efectivo. Cálculo aplicado: Activo Corriente/Pasivo Corriente

De acuerdo con la información evidenciada, se establece que el indicador debe ser mayor o igual a 2 veces.

B. ENDEUDAMIENTO

El endeudamiento nos indica en que porcentaje los activos totales de una empresa están comprometidos con sus acreedores. Cálculo aplicado: Pasivo Total / Activo Total.

De acuerdo con la información evidenciada, se establece que el indicador debe ser menor o igual a 0,6

C. COBERTURA DE INTERESES

La razón de cobertura de intereses refleja la capacidad que tiene la empresa para cumplir con sus obligaciones financierasadquiridas con terceros, es claro que en la medida que se produzca mayor cobertura de intereses, menor es la probabilidadde que la empresa incumpla sus obligaciones financieras, Cálculo aplicado: Utilidad Operacional/Gastos de intereses

De acuerdo con la información evidenciada, se establece que el indicador debe ser mayor o igual a 2,0 veces.

NOTA: Los proponentes cuyos gastos de intereses sean cero (0), tendrá como resultado INDETERMINADO. En este caso el proponente CUMPLE el indicador, salvo que su utilidad operacional sea negativa, caso en el cual NO CUMPLE con el indicador de razón de cobertura de intereses.

D. RENTABILIDAD DEL PATRIMONIO

Este indicador 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. Cálculo utilizado: Utilidad Operacional/Patrimonio

De acuerdo con la información evidenciada, el indicador se establece para el presente proceso que debe ser mayor o igual a 0,8

E. RENTABILIDAD DEL ACTIVO

Este indicador determina la rentabilidad del activo del proponente, es decir, la capacidad de generación de utilidad operacional por cada peso invertido en el activo. A mayor rentabilidad sobre el activo, mayor es la rentabilidad de los accionistas y mejor la capacidad organizacional del proponente. Cálculo utilizado: Utilidad Operacional/Activo Total

De acuerdo con la información evidenciada, el indicador se establece para el presente proceso que debe ser mayor o iguala 0,10

RESUMEN DE INDICADORES A SOLICITAR

Con referencia en los cálculos realizados, en el actual proceso de contratación se proponen los indicadores así:

INDICADOR	LÍMITE	INDICADORES A SOLICITAR
Indicador de Liquidez	MÍNIMO	Mayor o Igual a 2
Nivel de Endeudamiento	MÁXIMO	Menor o Igual a 0,6
Razón de Cobertura de Intereses	MÍNIMO	Mayor o Igual a 2
Rentabilidad del Patrimonio ROE	MÍNIMO	Mayor o Igual al 0,08
Rentabilidad del Activo ROA	MÍNIMO	Mayor o Igual al 0,10

VIII. ASPECTOS LEGALES

La normatividad aplicable en la que se involucran los actores del presente proceso de contratación es la siguiente:

1. Ley 80 de 1993, por medio de la cual se expide el Estatuto General de Contratación de la Administración Pública.
2. Ley 1150 de 2007, Se introducen medidas para la eficiencia y la transparencia en la Ley 80 de 1993 y se dictan otras disposiciones generales sobre la contratación con recursos públicos.
3. Ley 1882 de 2018, por la cual se adicionan, modifican y dictan disposiciones orientadas a fortalecer la contratación pública en Colombia, la ley de infraestructura y se dictan otras disposiciones.
4. Decreto 1082 de 2015, Por el cual se reglamenta el sistema de compras y contratación pública.
5. Estatuto Anti trámites Decreto 19 de 2012, Por el cual se dictan normas para suprimir o reformar regulaciones, procedimientos y trámites innecesarios existentes en la Administración Pública.
6. Decreto 1464 de 2010, Por el cual se reglamenta parcialmente la ley 1150 de 2007 en relación con la verificación de las condiciones de los proponentes y su acreditación para el Registro Único de Proponentes a cargo de las Cámaras de Comercio y se dictan otras disposiciones.
7. Ley 489 de 1998 Organización y Funcionamiento de la Administración Pública.
8. Ley 816 de 2003 Apoyo a la industria Nacional.

9. Ley 1474 de 2011, por la cual se dictan normas orientadas a fortalecer los mecanismos de prevención, investigación y sanción de actos de corrupción y la efectividad del control de la gestión pública.
10. Ley 1437 de 2011, por la cual se expide el Código de Procedimiento Administrativo y de lo Contencioso Administrativo.
11. Ley 1607 de 2012, Por la cual se expiden normas en materia tributaria y se dictan otras disposiciones.
12. Decreto 0862 de 2013, por medio del cual se reglamenta parcialmente la Ley 1607 de 2012

IX. ASPECTO INTERNACIONAL

De conformidad con lo dispuesto en el Manual de Acuerdos Comerciales de Colombia Compra Eficiente, se debe tener en cuenta los siguientes acuerdos comerciales y leyes existentes que se incorporan a la normatividad colombiana.

Acuerdo Comercial	Ley
Alianza Pacífico[1]	Ley 1746 de 2014
Canadá	Ley 1363 de 2009
Chile	Ley 1189 de 2008
Corea	Ley 1747 de 2014
Costa Rica	Ley 1763 de 2015
Estados AELC[2]	Ley 1372 de 2010
Estados Unidos	Ley 1143 de 2007
Mexico	Ley 172 de 1994
Triángulo Norte[3]	Ley 1241 de 2008
Unión Europea[4]	Ley 1669 de 2013

1 Los Estados de la Alianza Pacífico son Chile, Colombia, Mexico y Perú.

2. Los Estados de la Asociacion Europea de Libre Comercio (LI TA por sus siglas en ingles) son Islandia, Liechtenstein, Noruega y Suiza.

3 Los Estados del Triangulo Norte son El Salvador Guatemala y Honduras

4 Los Estados de la Union Europea con los cuales las Entidades Estatales deben aplicar el Acuerdo Comercial son Alemania, Austria, Bélgica, Búlgaria, Chipre Dinamarca, Eslovaquia Eslovenia, España, Estonia, Finlandia, Francia, Grecia, Hungría, Irlanda, Italia, Letonia, Lituania, Luxemburgo, Malta, Países Bajos, Polonia, Portugal, Reino Unido, República Checa, Rumania y Suecia.

Adicionalmente, las Entidades Estatales deben tener en cuenta la Decisión 439 de 1998 de la Secretaría de la Comunidad Andina5 –CAN–, la cual incluye algunas obligaciones en materia de trato nacional, de acuerdo con la sección E.1

De forma general los Acuerdos Comerciales incluyen además del capítulo de compras públicas: (i) una lista de las Entidades Estatales obligadas por el Acuerdo Comercial; (ii) los valores a partir de los cuales el Acuerdo Comercial es aplicable al Proceso de Contratación; y, (iii) las excepciones ala aplicación del Acuerdo Comercial según el objeto del Proceso de Contratación.

Los valores a partir de los cuales son aplicables los Acuerdos Comerciales son generalmente negociados en dólares de los Estados Unidos de América o en Derechos Especiales de Giro.

El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo es el encargado de señalar en la periodicidad definida en cada Acuerdo Comercial, el valor de conversión de estos valores a pesos colombianos. En los Acuerdos Comerciales con México y Alianza Pacífico (únicamente con México) la Entidad Estatal debe definir el valor en pesos colombianos a partir del cual es aplicable el AcuerdoComercial teniendo en cuenta el umbral en dólares de los Estados Unidos de América y la tasa representativa del mercado divulgada por la Superintendencia Financiera de Colombia6 de la fechade publicación del Aviso de Convocatoria. Por último, este valor en el Acuerdo Comercial con el Triángulo Norte corresponde al valor de la menor cuantía de la Entidad Estatal.

Por lo anterior, para determinar los acuerdos comerciales vigentes, se tendrá en cuenta la cuantía del presente

proceso contractual y la naturaleza del ente territorial el cual es de nivel Municipal, estableciendo la siguiente tabla resumen de los acuerdos aplicables:

Acuerdo Comercial		Entidad Estatal Incluida	Presupuesto del Procesode Contratación Superior al Valor del Acuerdo Comercial	Excepción Aplicable al Proceso de Contratación	Proceso de Contratación cubierto por el Acuerdo Comercial
Alianza de Pacífico	Chile	NO	NO	-	NO
	Perú	NO	NO	-	NO
	México	NO	N/A	-	NO
Canadá		NO	N/A	-	NO
Chile		NO	NO	-	NO
Estados AELC		NO	NO	-	NO
Estados Unidos		NO	NO	-	NO
Costa Rica		NO	NO	-	NO
México		NO	N/A	-	NO
Triángulo del Norte		El Salvador	NO	NO	
		Guatemala	SI	SI	-
		Honduras	NO	NO	-
Unión Europea		NO	NO	-	NO
CAN (Bolivia, Colombia, Ecuadory Perú)		SI	SI	-	SI

Las Entidades Estatales deben determinar en la etapa de planeación si los Acuerdos Comerciales son aplicables al Proceso de Contratación que están diseñando y en caso de que sean aplicables, cumplir con las obligaciones contenidas en los mismos.

Partiendo de lo anterior, el proceso de contratación está cubierto de forma simultánea por el Acuerdo del Triángulo norte (Guatemala) y por la Decisión 439 de 1998 de la Secretaría de la CAN, Alianza del Pacífico (Chile y Perú), Chile, Estados AELC, Costa Rica; sin embargo cuenta con excepciones aplicables en su mayoría. Por tanto solo son aplicables al proceso de contratación en curso el Acuerdo del Triángulo norte (Guatemala) y por la Decisión 439 de 1998 de la Secretaría de la CAN

Ahora bien, algunos Acuerdos Comerciales establecen plazos mínimos para presentar las ofertas con el fin de dar tiempo suficiente a los proponentes para preparar sus propuestas. Los Documentos del Proceso deben establecer en su Cronograma el plazo suficiente para cumplir con esta obligación. Los plazos mínimos se relacionan a continuación:

[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
Alianza Pacífico	30 días	10 días	10 días
Canadá	30 días	10 días	10 días
Chile	10 días	10 días	10 días
Corea	30 días	13 días	10 días
Costa Rica	30 días	10 días	10 días
Estados AELC	10 días	10 días	10 días
Estados Unidos	30 días	10 días	10 días
Unión Europea	30 días	10 días	10 días

Fuente Colombia Compra Eficiente con base en los Acuerdos Comerciales

Por lo anterior, los acuerdos aplicables en este proceso de contratación no establecen plazos mínimos para los Procesos de Contratación de Bienes y Servicios de Características Técnicas Uniformes y de los Procesos de Contratación cuya información ha sido publicada en el Plan Anual de Adquisiciones. Por tal motivo, no se deben contemplar en el cronograma plazos adicionales referentes a Acuerdos Comerciales.

NOMBRE DEL SUPERVISOR DEL CONTRATO	DURLEY OSPINA YEPES
NO. DE CEDULA DEL SUPERVISOR	1.036.932.032 de Rionegro
FIRMA DEL SUPERVISOR DEL CONTRATO	Firma: _____ Nombre: DURLEY OSPINA YEPES

firmas

Elaboro:	Revisó:	Aprobó:
DEISY YURANI MIUÑOZ RODAS Contratista - GERONTOLOGA	DURLEY OSPINA YEPES Secretaria General y de Gobierno	DURLEY OPINA YEPES Secretaria General y de Gobierno
Firma:	Firma:	Firma: