ANÁLISIS DEL SECTOR

1. Objeto del contrato: "SUMINISTRO DE PESCADO CON DESTINO A LOS COMEDORES DE TROPA DE LA BR-3, BR-8, BR-23 y BR–29 DE LA REGIONAL SUROCCIDENTE".

2. Descripción de la necesidad:

La Agencia Logística de las Fuerzas Militares Regional Suroccidente es un Establecimiento público del orden nacional, adscrito al Ministerio de Defensa, que de acuerdo al Capítulo II del Decreto No.4746 del 30 de diciembre de 2005 modificado mediante Decreto 1753 del 27/10/2017; tiene como objeto apoyar a las Fuerzas militares y entidades del Sector Defensa para satisfacer sus necesidades logísticas, específicamente en "...ejecutar las actividades de apoyo logístico y abastecimiento de bienes y servicios requeridos para atender las necesidades de las Fuerzas Militares..." y dentro de sus funciones generales de acuerdo al Numeral 6 del Artículo 7 del Capítulo II del mismo Decreto: "...Administrar casinos, cámaras de oficiales y suboficiales, ranchos de tropa, almacenes, tiendas y demás actividades que procuren el bienestar del personal de las Fuerzas Militares, cuando las normas legales así lo permitan..."

La Regional Suroccidente de la Agencia Logística de las Fuerzas Militares requiere adelantar un proceso de contratación dentro del marco establecido en la Ley, en razón a las necesidades del suministro de Pescado para los comedores de tropa de la BR 3,8, 23 y 29. En cumplimiento de los principios constitucionales y lineamientos del Ministerio de defensa y otras entidades del Estado, provee soluciones logísticas focalizadas en abastecimientos Clase I, Clase III e infraestructura a las Fuerzas Militares de Colombia en todo tiempo y lugar, desarrollando sus capacidades en la gestión de otros bienes y servicios promoviendo altos niveles de integración con las Fuerzas, con un recurso altamente calificado y comprometido con el mejoramiento continuo del Sistema integrado de Gestión, identificando riesgos, peligros ocupacionales y aspectos ambientales previniendo accidentes de trabajo, enfermedades laborales y la contaminación, bajo normas ambientales y en seguridad y salud en el trabajo.

La Agencia Logística de las Fuerzas Militares en cumplimiento de la misión institucional, la cual tiene por fin apoyar a las Fuerzas militares y entidades del Sector Defensa para satisfacer sus necesidades logísticas celebró el: Contrato Interadministrativo No. 025-DIADQ-DIPER-2019 Suscrito con el MDN-Ejercito Nacional, cuyo objeto es: Abastecer con estancias de alimentación al personal de soldados y alumnos de las Unidades Militares del Ejército Nacional. Por lo antes enunciado y en desarrollo de su objeto, tiene la tarea y cometido institucional de proveer bienes y servicios a través de la producción, adquisición, almacenamiento y distribución de bienes y servicios, así mismo brindar a los miembros de la Fuerza Pública bienestar; el cual se ve reflejado en el suministro oportuno de los requerimientos.

Para tal fin la Agencia Logística en su conjunto y a través de las Direcciones Regionales en todo el país, opera el abastecimiento clase I hasta el área donde se encuentran ubicados los diferentes Restaurante militares y comedores de tropa en los cuales se brinda alimentación a los soldados de nuestra fuerza pública, por lo tanto, surge la necesidad de adquirir productos para satisfacer dicha necesidad cumpliendo con los requerimientos establecidos en cada una de las unidades tácticas.

Por lo expuesto la oficina de Catering de la Regional Suroccidente, basada en el menú diario para atender las partes de rancho y en su concordancia con la tabla de porciones a nivel nacional estipulada por la subdirección de operaciones logísticas, inicia el proceso para adquirir el SUMINISTRO DE PESCADO CON DESTINO A LOS COMEDORES DE TROPA DE LA BR-3, BR-8, BR-23 y BR–29 DE LA REGIONAL SUROCCIDENTE. de acuerdo a las Especificaciones técnicas.

La Entidad contratista debe atender las necesidades de abastecimiento de víveres frescos y secos en forma oportuna, así como suministrar y garantizar el abastecimiento de comida caliente en la cantidad y calidad proporcional al valor de la partida de alimentación, directamente en los comedores de tropa, cuya administración se encuentra en cabeza de la misma Entidad.

La Agencia Logística de las Fuerzas Militares en cumplimiento de su misión institucional y el contrato referido debe satisfacer las necesidades logísticas y de abastecimientos, respecto al suministro de comida preparada a través de los Comedores AGLO, para lo cual requiere el suministro de pescado que satisfagan los requerimientos puntuales de las Unidades Tácticas.

Según la división de la economía clásica, los sectores de la economía son los siguientes: *1.*) Sector primario o sector agropecuario. 2.) Sector secundario o sector Industrial. 3.) Sector terciario o sector de servicios.

Los productos a adquirir a través del presente proceso de selección se encuentran ubicados en el Sector secundario o sector Industrial que es el sector que obtiene el producto como finalidad transformar las materias primas en productos elaborados o semielaborados. Además de materias primas, para su desarrollo, la industria necesita maquinaria y recursos humanos organizados habitualmente en empresas.

3. Sector Económico:

3.1 Información del sector: El sector al que pertenecen los productos que se pretenden contratar con el presente proceso, está clasificado así:

1	Bagre x 125 Gramos	
2	Mojarra x 200 Gramos	
3	Sierra x 125 Gramos	
4	Filete de Bassa x 100 Gramos	

3.2 Análisis de la Oferta:

A los productores acuícolas, los pescadores, las pescaderías y en general a las compañías que viven del negocio del pescado les llegó su agosto. Según el reporte de la Autoridad Nacional de Acuicultura y Pesca (Aunap), se espera que la producción de pescado se incrementa 65% durante la temporada de Semana Santa, lo que conllevaría a un incremento en las ganancias para el sector de hasta 70%.

ARTÍCULO RELACIONADO

La compañía Hipermarfish llegará a Cajicá en el segundo semestre de este año

"La Semana Santa es la mejor época para este producto, por lo que las ventas se aumentan hasta 40% en nuestro caso. En algunos otros casi se duplica el consumo de pescado nacional en este momento del año", aseguró Felipe Cardozo, gerente general de Hipermarfish, quien además dijo que el consumo per cápita en Colombia es solo de ocho kilos por persona al año con base en cifras de Aunap.

Al tomar como referencia el consumo que presenta esta proteína en comparación al per cápita que alcanzó en 2018 la carne de res y las aves de corral de 17,7 kg y 14,2 kg, respectivamente, se evidencia que aún la preferencia por parte de los colombianos hacia el pescado es baja y precisamente este es uno de los retos que tiene la industria. "Las compañías y el sector público debemos romper la idea de que el pescado es un producto de nicho. Esto es en lo que trabajamos a diario desde Hipermarfish", dijo Cardozo.

La Aunap también subraya que "en Colombia el consumo anual de pescado es bajo, si se compara con otros países de la región como Perú, donde el consumo per cápita supera los 21 kilos, por encima del promedio de América Latina y el Caribe, según la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura".

Durante la Semana Santa también se evidencia que, al comparar los datos de las producciones históricas entre los días de Semana Santa y el resto del año, se pudo determinar, que el aumento porcentual puede alcanzar un aproximado de 12% a 15% más, teniendo en cuenta la producción nacional e importada, dijo la entidad.

Otra de las cifras que llama la atención a la hora de analizar el negocio del pescado, más allá del impacto que puede tener la Semana Santa en este sector, es el número de

pescadores que hay. De acuerdo a cifras de Aunap, son 260.000 personas que se dedican a esta labor, de las cuales 65.000 están formalizadas. "El pescado es el sustento de cientos de personas en el país. Además de que se cultiva en un espacio reducido, el consumo viene aumentando", explicó Erik Jonnatan Uribe Naranjo, piscicultor.

Pero, la Semana Mayor no solo beneficia a los pescadores, sino que en el comercio también se siente el impacto en el aumento de las ventas. Por ejemplo, la Corporación de Abastos de Bogotá (Corabastos) habla de un posible incremento de 80% o más en las toneladas que ingresarán al recinto. Esta cifra se traduce en alrededor de 200 toneladas de pescado al día. Es por esto que Corabastos se prepara para recibir a cerca de ocho millones de consumidores con más de 5.500 toneladas de pescado fresco.

Las grandes superficies como Cencosud también registran que durante la temporada de cuaresma y Semana Santa sus ventas aumentan 40 % y representan 22% del total del año. En este caso, "los clientes buscan principalmente pescados frescos como el salmón y también algunos de los más tradicionales como la mojarra y la trucha", señaló la empresa.

Vale la pena resaltar que Cencosud registró un crecimiento de más de 7% en la venta de pescados de mar y de 18% en pescados de crianza durante el año pasado. "En 2018 comercializamos aproximadamente 1,9 millones de kilos de pescado de los cuales más de 1,2 millones son frescos", dijo Matías Boscafiori, vicepresidente comercial de perecederos de Cencosud.

Por su parte, Grupo Éxito aprovechó esta temporada del año para resaltar que "76% de los pescados y mariscos que vendemos se adquiere directamente en el país, así promovemos la pesca artesanal y responsable y contribuimos a que los pescadores y empresarios locales en producción de pescados encuentren en el Grupo Éxito un aliado para su crecimiento", indicó Carlos Toro, director de cárnicos Grupo Éxito.

Del total de los pescados de mar y cultivo que adquiere Grupo Éxito, 48% proviene de Boyacá, Caquetá, Casanare, Cundinamarca, Huila, Meta y Tolima, mientras que 19% tiene su origen en Caldas, Cauca, Quindío, Risaralda y Valle del Cauca, 17% en Antioquia y 6% en la Costa Atlántica, Santander y Norte de Santander.

En las plataformas digitales, el pescado también evidencia el impacto de Semana Santa. De acuerdo a un estudio en el que Tiendeo.com analizó si la tradición de evitar comer productos cárnicos durante estos días festivos también se ve reflejada en el sector retail del país y cómo repercute en la economía de las familias colombianas, encontró que, "la media de productos de pescado que se anuncian en catálogos es el doble en el mes de abril, comparada con los primeros tres meses de 2019".

(Reporte de la Republica)

Análisis de la Demanda:

Entre 150 y 200 toneladas diarias de productos pesqueros se comercializan en la principal central de abastos del país (Corabastos) durante la temporada de Semana Santa. Este volumen representa un aumento del 80 por ciento para la época, con el fin de atender de unos ocho millones de consumidores.
En Atlántico, Antioquia, Valle, Eje Cafetero, Santander y Chocó la demanda sube de igual forma durante la celebración religiosa, departamentos que se abastecen principalmente de los llanos orientales, la costa pacífica, la atlántica, la cuenca del Magdalena y de importaciones de Ecuador, Perú, Chile, Argentina, Vietnam y Canadá.

Sobre este panorama Portafolio.co habló con Nicolás del Castillo, director de la Autoridad Nacional de Acuicultura y Pesca (Aunap), quien destacó el aumento del consumo per cápita de pescado en Colombia, no obstante, advirtió que el rezago del país en materia pesquera es importante.

Increíblemente los mayores productores de pescado en Colombia son departamentos que no tiene costa", comenta, entre otras cosas, del Castillo.

¿Para esta temporada cómo está el país?

Los principales mercados de pescado del país están en Bogotá, uno se ubica en Las Flores y otro en Corabastos. Los reportes es que habrá abastecimiento del alimento, el precio se ha mantenido, lo que significa que hay abundancia de oferta.

¿Colombia es un gran consumidor de pescado?

El consumo en Colombia es muy extraño. Tenemos sitios donde el consumo per cápita es muy alto, como el magdalena medio, Leticia y Boyacá, que duplica el consumo per cápita del país. El promedio de Colombia está en 7 kilos y allá está alrededor de 14 kilos.

En los últimos 20 años hemos duplicado el consumo per cápita y creemos que con facilidad podemos volverlo a duplicar en los próximos cuatro años con una buena campaña de consumo.

¿Cuál es el pescado que más se consume en el país?

El pescado estrella del país es la tilapia, que se produce principalmente en la represa de Betania, en el Huila, el segundo productor es Antioquia, que también produce trucha, y también están Meta y Tolima. Increíblemente los mayores productores de pescado son departamentos que no tiene costa.

(Reporte de Portafolio)

a. **Análisis de Mercado**: Las variables estudiadas para la solicitud de cotizaciones son:

b. **Ubicación Geográfica:**
Nacional

c. **Muestreo empresas consultadas**

Empresas Consultadas que Aportaron Cotización

NOMBRE	NIT	DIRECCIÓN	TELÉFONOS
SEGUNDO ADALBERTO CHURTA GOMEZ	13.055.872	Calle 16 No. 30ª-21	7335331
C.I. DE MARISCOS OLAS DEL MAR	29.857.653-2	CARRERA 31ª No. 19-71	3708870
PRECIO HISTORICO		CONTRATO 014-052-2018	

d. **Conclusión muestreo de proveedores:** Se puede concluir que a los proveedores que se les solicito la cotización la allegaron de forma correcta ya que cumplen con las especificaciones técnicas del producto.

COMITÉ TÉCNICO ESTRUCTURADOR

PD. IVONNE IDROBO TORO
Encargada de Presupuesto y Cartera

TD. LUZ DEISY PAREDES
Técnico financiera