ANÁLISIS DEL SECTOR PROCESOS DE SELECCIÓN ABREVIADA ALIMENTOS BEBIDAS Y TABACO

ASPECTOS GENERALES.

En una época de globalización y la alta competitividad de productos o servicios, como lo es en el cambiante mundo del marketing es necesario estar alerta a las exigencias y expectativas del mercado como también a los consumidores, para ello es de vital importancia para asegurar el éxito de las empresas hacer uso de técnicas y herramientas; una de ellas es llevar a cabo un estudio de mercado en conjunto con una serie de investigaciones como son: la competencia, los canales de distribución, lugares de venta del producto, la publicidad existente en el mercado, precios, etc.

DESCRIPCIÓN DEL SECTOR

Alimentos

El mercado de las galletas en Colombia se desempeña en tres categorías: industria nacional de tradición, multinacionales innovadoras y especializadas o artesanales. Cada una enfrenta el reto de satisfacer a consumidores conscientes que además de una buena alimentación, buscan innovación en sabores, excelente presentación del producto y precios justos. Las compañías líderes en el sector de la galletería conocen a su consumidor y no dudan de la importancia de mantener los valores tradicionales, el ingenio y la variedad. Por su parte, los distribuidores de productos personalizados y Premium le apuestan a la calidad y la diferencia, mientras que los nuevos competidores del sector ofrecen innovación e interesantes alternativas en sabores. El colon irritable, las enfermedades cardiovasculares y hasta la necesidad de mantenerse en forma se han convertido en impulsores de un nuevo mercado: el de la comida integral. Y, en esta categoría, los productos integrales de panadería vienen ganando protagonismo. Mogollas, tostadas, galletas, tortillas y panes tajados de color más oscuro que los tradicionales se están tomando las góndolas de los supermercados y los carritos de los compradores e, incluso, cada vez ganan más espacio en las vitrinas de las panaderías de barrio. Por el lado de las galletas, Colombina es uno de los jugadores claves. En la empresa vallecaucana explican que las integrales están dentro de la categoría de saludables, que son 13% del mercado total de galletas. Esto implica unos $117.000 millones, la mitad de los cuales son de galletas con ingredientes integrales. Página 13 de 30 PA-LA-M03-F05 V01 En la empresa estiman que el consumo de este tipo de galletas crece a 10% en el país y que el momento del día en que cobra mayor importancia para los colombianos es en el desayuno o como snack entre comidas.

En Colombia, los confites y los chocolates tienen una participación significativa en la industria nacional en cuanto a producción, exportaciones y valor agregado, además es un gran consumidor de materias primas del agro y de toda clase de servicios asociados a la producción industrial (consumo intermedio), lo que lo convierte en una locomotora de este importante sector de la economía. Este subsector genera además más de 28 mil empleos directos y un número superior de indirectos, por sus encadenamientos con el eslabón proveedor de materias primas e insumos. Sus productos se exportan desde hace más de 50 años y tienen presencia en más de noventa países. Entre los principales actores del mercado se encuentran: Colombina S.A., Compañía Nacional de Chocolates SAS, Cadbury Adams Colombia SA, Comestibles Aldor SA y C.I. super alimentos S.A.

El negocio de los dulces comenzó el 2014 con el reto de mejorar sus formulaciones para desarrollar productos cada vez más saludables y combatir los mitos que hay en torno al azúcar. Los endulzantes alternativos han sido los protagonistas de los nuevos lanzamientos en el sector de la confitería y el consumo

de dulces, gomas, chocolates y demás, en lugar de reducirse ha crecido y se ha diversificado. Según Euromonitor, el gasto de un colombiano en promedio en confitería es del orden de los COP $11.627 al año y el consumo no alcanza el kilogramo (0,8 Kg). Por su parte, el gasto per cápita de chocolates es del orden de los $10.338 con un consumo de 0,3 kilogramos. Adicionalmente, el crecimiento en la producción permitió satisfacer la demanda interna y generar excedentes para la exportación con lo que se comenzó a abrir mercados internacionales.

En Colombia, la industria de la confitería ha tomado relevancia dada la creciente demanda mundial por parte de los consumidores de todas las edades y la ventaja a nivel mundial que representa el producir internamente sus principales materias primas que son el cacao, el azúcar y la glucosa. Es por esto que las empresas confiteras y chocolateras colombianas han apostado a la inversión en investigación y desarrollo, y a la adquisición de infraestructura y maquinaria necesaria para llevar a cabo esta actividad con el fin de fortalecer el mercado interno y así aumentar la competitividad en el ámbito internacional potencializando las exportaciones que se dirigen principalmente hacia Venezuela, Ecuador y Estados Unidos. El sector de los chocolates y la confitería es uno de los más dinámicos del país, tanto por las materias primas fundamentales: cacao, azúcar y panela, como por el proceso de transformación. En el caso específico del grano de cacao, la inversión del gobierno en materia de innovación y ampliación de su cultivo y producción, al considerarlo el cultivo ideal para la sustitución de cultivos ilícitos, le genera dinamismo a la economía agrícola e industrial. Si bien las exportaciones durante el primer trimestre de 2017 no favorecieron al sector, las expectativas, ante el interés de otros países en los productos nacionales, son favorables, máxime cuando el gobierno nacional, los gremios y empresas del sector trabajan de la mano para conquistar nuevos mercados.

El consumo de snacks generó que las ventas de los mismos se incrementaran y representaran la nada despreciable suma de US$7.540 millones en 2015, según cálculos de la Cámara de Comercio de Cali, con base en cifras de Euromonitor. Este dato representó un crecimiento promedio anual de 3,8% entre 2010 y 2015. Las empresas con mayor participación a escala mundial son Frito Lay, Coca-Cola y Unilever, los negocios de bebidas y frituras (productos freídos) son los de mayor penetración. Estudios de la consultora Nielsen también ratifican que este segmento de productos ha venido en aumento. Esta firma incluye en su canasta de confitería análisis del mercado de pasabocas, ponqués, chocolatinas, dulces, gomas, postres, cereales en barra, entre otros, señala que la misma registró una variación de 3,5% en volumen durante 2015. Página 14 de 30 PA-LA-M03-F05 V01 Los análisis concluyen que el buen momento por el que atraviesa la categoría obedece a que las ocasiones en las que se consumen snacks se han incrementado, como también los productos que forman parte de esta categoría, ganando un espacio importante en el gusto de los consumidores. Básicamente ocurren dos fenómenos: uno es cultural, el consumidor accede a snacks en momento de entretenimiento como el cine y en espacios de pausas activas laborales. Son productos económicos, que vienen variados en sabores y que además, aportan un nivel calórico no despreciable" Las proyecciones de Euromonitor apuntan a que las ventas de macro snacks alcanzarán US$8.363 millones en 2019, registrando una tasa de crecimiento promedio anual de 2,6% en estos cuatro años. Factores como el Fenómeno del Niño, la tasa de cambio y el ingreso de algunos pasabocas a categorías premium, que han motivado incrementos en precios, no han sido impedimento para que la categoría siga creciendo. Camilo García, líder de la Industria de Alimentos de Nielsen, señala que, a pesar de las variaciones en precios, los volúmenes se mantienen y esto es resultado de que la gente no deja de comprar. Los desafíos del sector lácteo colombiano Este ramo en Colombia es el principal aportante en la generación de valor agregado en la economía agropecuaria del país. En el marco del Día Mundial de la Leche, que se celebra el primero de junio, el presidente ejecutivo de Asoleche hace un balance sobre el sector lácteo en Colombia y plantea los retos que se avecinan.

El sector lácteo colombiano es el principal aportante en la generación de valor agregado en la economía agropecuaria del país. Representa el 24,3 por ciento del Producto Interno Bruto (PIB) agropecuario, es el sustento de cerca de 400.000 unidades productoras y genera más de 700.000 puestos de trabajo, situándose como el segundo sector con la mayor participación en la generación de empleo agroindustrial. En

el marco de las celebraciones del Día Mundial de la Leche, Asoleche plantea como imperativos los retos de mejorar sustancialmente los niveles de competitividad y productividad, tanto en el eslabón primario como en el industrial, y luchar de manera frontal contra la informalidad. Hoy, más del 42 por cienro de la leche cruda producida en Colombia se acopia a través de canales informales, lo que implica que su compra se hace por debajo de los precios regulados, además se procesa en condiciones inadecuadas en términos de sanidad, calidad e inocuidad, llevando al mercado final productos que compiten de manera desleal frente a las industrias formales, obligadas a aplicar el sistema de pago al proveedor. Otros de los retos del sector se relacionan con el desarrollo de un esquema que permita enfrentar los desafíos que devienen de la internacionalización de la economía y, también, la necesidad de incrementar sustancialmente el consumo de productos lácteos en Colombia. Con tales propósitos, resulta fundamental la revisión de los instrumentos de política pública que han venido implementándose y que han hecho al sector altamente inelástico frente a las fuerzas del mercado, al desarrollarse alrededor de un esquema de precios mínimos que no responde a la dinámica del mercado mundial. Asoleche propone, entonces, la revisión del sistema de regulación directa de precios, para, de manera concertada entre los diferentes eslabones, incorporar elementos que nos permitan converger gradualmente hacia los precios internacionales y, por ende, ser capaces de competir frente a los productos lácteos importados de Estados Unidos y la Unión Europea, con aranceles que llegarán a cero en el 2026 y el 2028, respectivamente

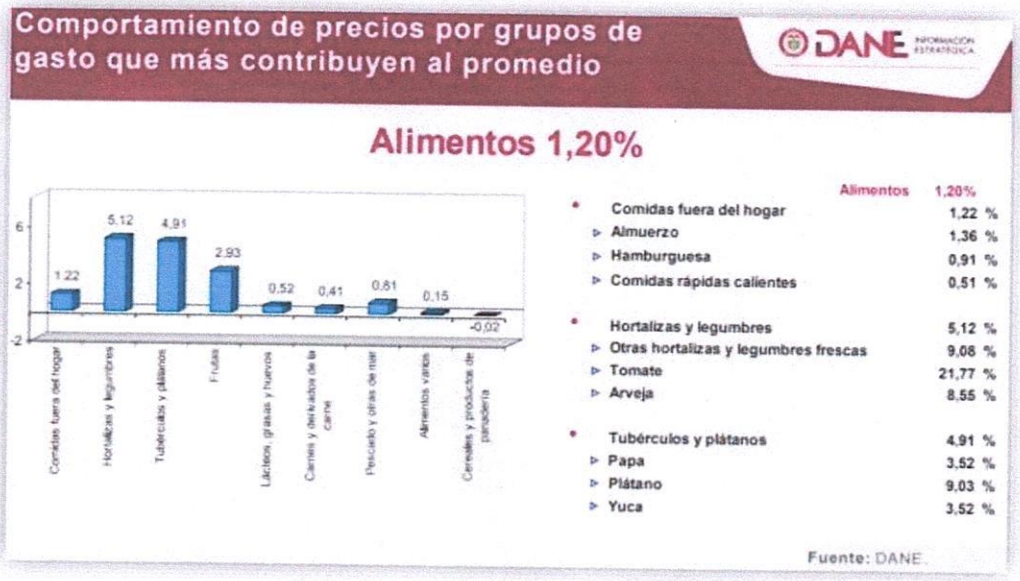
El consumo interno de helado en Colombia es uno de los más bajos de Latinoamérica, con un promedio anual estimado de 2,3 litros por persona. La diferencia es significativa si se tiene en cuenta que en países como Chile el consumo es de 9 litros por persona y en Estados Unidos alrededor de 20.

"El consumo de helado en Colombia está muy por debajo del de países desarrollados, debido a razones culturales y de disponibilidad de dinero. Culturas como la italiana y la española adoptan al helado dentro de su consumo casi diario en hogares y fuera de ellos. Además de ser considerado como una golosina o postre, es un excelente alimento al contener ingredientes naturales como frutas, leche y otros agregados".

En los últimos años ha crecido ampliamente el número de puntos de venta de las grandes cadenas que ofrecen helados y malteadas.

La producción de alimentos está caracterizada como una de las primeras ramas dentro del sector la industria, conformado, según la matriz de insumo del DANE (2017). El sector ha estado en constante crecimiento, durante los últimos 16 años teniendo solo un año en que la producción no creció, en 2010. En 2017, la producción alimenticia a nivel nacional tuvo un valor de $23.7 billones de pesos.

Las entidades que adquieren los servicios de suministro de alimentación son entidades que prestan servicios sociales agrupados en esta rama de las cuentas nacionales, además del mismo subsector de hotelería y servicios de alojamiento, la demanda de los servicios de alimentación va dirigida especialmente a los hogares (80%), las empresas (15%) y el gobierno solamente participa con un (5%). Sin embargo, esa participación del gobiemo implicó compras por $2.7billones de pesos en 2017, lo cual coincide con las cifras del SECOP, que muestran que los contratos van dirigidos a las fuerzas militares, población privada de la libertad, atención a la niñez y a la población vulnerable, estudiantes y en general los servicios a la población en general prestados por el gobiemo



En el segundo trimestre de 2017 respecto al mismo periodo de 2016, el Producto Interno Bruto creció 1,3%, explicado principalmente por el comportamiento de las siguientes ramas de actividad: agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca; establecimientos financieros, seguros, actividades inmobiliarias y servicios a las empresas; y actividades de servicios sociales, comunales y personales. Por su parte, la actividad que registró la mayor caída fue explotación de minas y canteras.

DESDE EL PUNTO DE VISTA TÉCNICO

De acuerdo a lo señalado en el "ESTUDIO DE VIABILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE HELADOS TIPO SOFT CON FRUTAS AMAZÓNICAS, Informe Final de Investigación – IFI" , *" el negocio de los helados actualmente se encuentra distribuido principalmente en tres categorías: novelties o novedades congeladas; soft o helado suave y gelato o helado artesanal. El mayor porcentaje de helado en el mundo está en los novelties, todas aquellas novedades congeladas que desarrollan los heladeros industriales como: paletas, platillos, vasitos y demás. Se caracteriza por sus grandes canales de distribución, pues su presencia llega a casi todos los rincones del país a través de neveras que ubican en tiendas, droguerías y supermercados. Le sigue el helado suave o soft, una de las categorías que más está creciendo por su versatilidad, pues la manera de producirlo es mucho más sencilla y le ofrece al empresario una amplia gama de posibilidades para su posterior venta. Por ejemplo, los helados de McDonald's, de una misma mezcla sacan tres o más productos: conos sencillos, conos mixtos, sundaes con salsas de frutas y McFlurry con variedad de toppings. En tercer lugar, se encuentra el helado artesanal o gelato, como su nombre lo indica, entre sus propiedades resalta el uso de insumos naturales y de alta calidad, además de una producción en bache o discontinua. Sin embargo, hoy en día muchos empresarios se apropian del término por cuestiones de mercadeo, distorsionando su verdadero significado"*

La página de IAlimentos (https://revistaialimentos.com/noticias/el-mercado-de-helados-en-colombia-crece-en-promedio-31-anual), los helados son *"producto para todos los climas: anteriormente se identificó al helado como un producto solo apropiado para climas cálidos. Hoy es tan común en territorios donde la temperatura ambiente es elevada como en aquellos donde la temperatura es considerada "fría". Igualmente señalan que es es un "Producto de consumo masivo: No importa las edades, no importa el género (aunque los estudios*

revelan que las mujeres son las mayores consumidoras), no importa el momento (aunque los fines de semana marcan la mejor tendencia de venta), no importa el nivel socioeconómico, el helado blando está al alcance de todos. La facilidad de montar el negocio de venta de helados: Solo es necesario un metro cuadrado y poco capital para iniciar." En Colombia existen cerca de 5.000 máquinas dispensadoras de helado blando con una capacidad de venta entre 50 y 100 helados diarios, y cuyo volumen se triplica los fines de semana sobre todo".

DESDE EL PUNTO DE VISTA JURÍDICO

El Instituto Nacional Penitenciario y Carcelario INPEC establecimiento público del orden nacional, con personería jurídica, patrimonio independiente y autonomía administrativa, creado por el decreto extraordinario 2160 de 1992, adscrito al ministerio de justicia y del derecho , cumple con funciones relacionadas con la ejecución de las penas privativas de la libertad y de la detención precautelativa, el tratamiento penitenciario, la dirección y coordinación de la vigilancia, seguridad y control.

La ley 1709 de 2014 es el código que regula el cumplimiento de las medidas de aseguramiento, la ejecución de las penas privativas de la libertad personal y de las medidas de seguridad. El EPAMSCASVAL se creó mediante resolución Nro. 1146 del 12 de abril del 2000 emanada de la dirección general del INPEC.

El Establecimiento Penitenciario y Carcelario de Alta y Mediana Seguridad de Valledupar, cuenta con Talleres Productivos en el cual se resalta el Talle Comercial Expendio facultados mediante el Acuerdo No. 010 del 2004, encargados de comercialización de productos para suplir ciertas necesidades básicas del personal de Internos, para lo cual requiere la adquisición de productos autorizados para la venta y comercialización a la población reclusa del Centro penitenciario.

Analizando el objeto del presente proceso de selección el cual consiste en **el "SUMINISTRO DE PRODUCTOS ALIMENTICIOS PARA LA VENTA Y COMERCIALIZACIÓN A LA POBLACIÓN RECLUSA A TRAVÉS DE EXPENDIO DEL EPAMSCAS DE VALLEDUPAR"**, se tiene que el mismo es legalmente viable, se encuentra conforme a lo establecido en el Código Civil artículos 1518 y 1519, es licito, no contraviene normas de carácter público, existe en el comercio, contribuye a la aplicación del principio de transparencia establecido en el artículo 24 de la Ley 80 de 1993, además el objeto está conforme al desarrollo de los procesos y procedimientos que permiten en forma continua y eficiente el cumplimiento de la misión institucional, en satisfacción del interés general y la continua prestación del servicio de bienestar social y cultural en relación con el personal de oficiales en actividad o en retiro de las Fuerzas Militares y de la Policía Nacional

Por otra parte, es menester destacar que la Ley 80 de 1.993 en su artículo 3 predica que *"las entidades buscan el cumplimiento de los fines estatales, la continua y eficiente prestación de los servicios públicos y la efectividad de los derechos e intereses de los administrados que colaboran con ellas en la consecución de dichos fines"*, por lo anterior son aplicables los principios de la Constitución Nacional, el Estatuto General de Contratación de la Administración pública, Ley 80 de 1.993 y sus decretos reglamentarios en especial la Ley 1150 de 2.007, Decreto 019 de 2.012 y Decreto 1082 de 2015.

En el presente proceso podrán participar personas naturales o jurídicas, públicas o privadas, nacionales o extranjeras, individualmente, en consorcio, unión temporal, que a la fecha de presentación de la propuesta se encuentren debidamente inscritos y clasificados en el Registro Único de Proponentes de la Cámara de Comercio, en aquellas actividades, especialidades y grupos que se establecen en el presente estudio previo; e inscritos como proveedores en el SECOP II, lo anterior teniendo en cuenta la modalidad de selección y el objeto a contratar.

La verificación de la capacidad jurídica, organizacional y experiencia de los proponentes se realizará de

acuerdo con lo previsto en el Art. 2.2.1.1.1.5.3 del Decreto 1082 de 2015, es decir, a través del Certificado de Inscripción en el Registro Único de Proponentes. Por otra parte, los bienes a adquirir son ofertados en condiciones relativamente uniformes en el mercado, además de contar con patrones técnicos se asegura desde ya la existencia de proponentes plurales en la presente contratación.

En este sentido, se verificará la capacidad jurídica del proponente para asumir las obligaciones derivadas del contrato en cuanto al objeto de las empresas proponentes y la aptitud jurídica de sus representantes, por otro lado, establecer el cumplimiento del pago de aportes parafiscales en los términos del Art. 50 de la Ley 789 de 2002 y la inexistencia de causales de inhabilidad o incompatibilidad legal para contratar con el Estado.

Los bienes objeto del proceso podrán ser ofertados por distribuidores, lo que tiene relación e incidencia directa en materia tributaria, razón por la cual, este aspecto será objeto de revisión económica.

Los bienes a suministrar deben cumplir de la normatividad regulatoria específica para el procesamiento, composición, requisitos, transporte y comercialización de los Derivados Lácteos señalados en la Ley 9ª de 1979, Código Sanitario Nacional; la Resolución 02310 del 24 de febrero de 1986, por la cual se reglamenta lo relacionado con los derivados lácteos; Resolución 01804 del 3 de febrero de 1989, por la cual se modifica la resolución 02310 de 1986, que reglamenta lo referente a procesamiento, composición, requisitos, transporte y comercialización de los derivados lácteos; Resolución 11961 del 30 de agosto de 1989, por la cual se modifica parcialmente la resolución 02310 de 1986, en lo relacionado con las clases de leche fermentada y el Decreto 3075 de 1997, por el cual se reglamenta parcialmente la ley 9ª de 1979, regulándose todas las actividades que puedan generar factores de riesgo por el consumo de alimentos además de la normatividad general aplicable al presente proceso indicada en el presente estudio.

Debe aclararse que revisado el objeto contractual, su desarrollo y ejecución frente a las normas de carácter ambiental que rigen en nuestro país, se evidencia que no se debe dar cumplimiento a la Guía Conceptual y Metodológica de Compras Públicas Sostenibles. Así mismo se aclara que no se observa aplicación de normas técnicas.

Con el fin de verificar la aplicación del Artículo 2.2.1.2.1.2.9 del Decreto 1082 de 2015: *"...Artículo 2.2.1.2.1.2.9. Utilización del Acuerdo Marco de Precios. Colombia Compra Eficiente debe publicar el Catálogo para Acuerdos Marco de Precios, y la Entidad Estatal en la etapa de planeación del Proceso de Contratación está obligada a verificar si existe un Acuerdo Marco de Precios vigente con el cual la Entidad Estatal pueda satisfacer la necesidad identificada. Si el Catálogo para Acuerdos Marco de Precios contiene el bien o servicio requerido, la Entidad Estatal de que trata el inciso 1 del artículo 2.2.1.2.1.2.7 del presente decreto está obligada a suscribir el Acuerdo Marco de Precios, en la forma que Colombia Compra Eficiente disponga, y luego puede colocar la orden de compra correspondiente en los términos establecidos en el Acuerdo Marco de Precios"*, se procedió a consultar la existencia y aplicación de los acuerdos marco de precios. Así, es de considerar que en la actualidad no existen Acuerdos Marco de Precios para el suministro de helado y salsas.

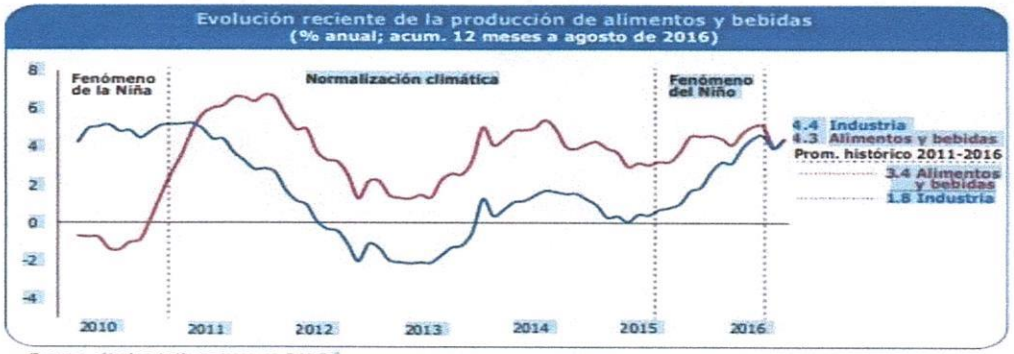
Considerando que desde el punto de vista regulatorio y legal, el objeto del presente proceso contractual es lícito, se encuentra viable desde el punto de vista jurídico el suministro de estos bienes y en consecuencia la realización del presente proceso contractual.

DESCRIPCIÓN DEL SECTOR DE BEBIDAS

El sector de bebidas no alcohólicas está conformado por una gran variedad de productos como las gaseosas, los jugos, las bebidas energizantes, el agua, las aguas saborizadas, las bebidas isotónicas y el té.

En Colombia, el consumo per cápita de gaseosas se ubica entre 47 y 50 litros por año, mientras que para los jugos es de 5 litros por año. Este mercado se caracteriza por su alto nivel de concentración y por la influencia de unas pocas empresas que cuentan con una larga trayectoria y tradición. La industria está conformada principalmente por Femsa con Coca-Cola, quien tiene presencia en Colombia desde 1926, y Postobón, de la Organización Ardila Lülle, desde 1904 y a partir de 1970 es la encargada de manejar la franquicia de PepsiCo. Recientemente ingresó al sector la transnacional AjeGroup, con su marca líder BigCola, que en el 2007 sacudió todo el sector con estrategias de precio y tamaño innovador.

La elaboración de estos productos está directamente relacionada con los avances tecnológicos. La incorporación de nuevas maquinarias ha permitido el incremento de más empleos, gracias al tamaño de las fábricas y embotelladoras en donde se elaboran las diferentes bebidas. También, la innovación en los procesos de distribución y entrega, y el desarrollo de estrategias de marketing son aspectos determinantes a la hora de competir y sobrevivir en este mercado.



Fuente: cálculos Anif con base en DANE.

El reporte asegura que esa industria muestra una línea ascendente anual de manera regular y facilita a los inversionistas encontrar un escenario favorable para invertir en materia de comidas procesadas, bebidas, tecnologías, suministros, empaques y servicios. Además, pronostica que **el país registrará un aumento del 40% en el consumo de alimentos y bebidas.**

La producción y ventas del sector de bebidas en el país han crecido en el último año, respectivamente, 6,4 y 12,6 por ciento, según el Dane.

Según el diario el Tiempo en entrevista con los proveedores de bebidas gaseosas y otras bebidas, se hizo una seria de preguntas frente al mercado de dichos productos.

¿Cómo se comporta la industria de las gaseosas frente a la creciente competencia?

En este momento en el mercado de las bebidas hay mucho movimiento, por un lado con la entrada del agua mineral de Bavaria y el próximo ingreso de las gaseosas, y de otra parte con el aumento de plantas productoras de jugos, entre ellas Orense, Coljugos, TuttiFrutti, Surf y los importados de Postobón. En términos generales consideramos que esto es bueno porque el consumidor tiene más opciones y de hecho implica más publicidad en todos los medios, lo que hace expandir el mercado.

¿Cómo está distribuido el mercado de las gaseosas en el país?

Nosotros mantenemos el liderazgo en el mercado con el 52 por ciento del total, pese a la leve disminución del consumo. Actualmente Colombia registra un consumo de 1.900 millones de litros al año, es decir unos 54.3 litros por persona. En términos de cajas de 24 botellas de 240 centímetros cúbicos, como se mide internacionalmente, el consumo del país equivale a 330 millones de cajas.

Según el diario el economista, luego de un 2016 negativo, con una caída del 8,6%, el consumo de bebidas mostrará durante este año una mejora del 5,6%. El repunte, según un informe publicado hoy por ABECEB, vendrá de la mano de la recuperación del poder adquisitivo y de una oferta potenciada por una mejor performance en la producción.

Si se analiza por producto, el consumo de gaseosas crecerá el 8% en 2017 y así remontará la caída del 10,5% contabilizada el año pasado; el de cervezas tendrá un repunte del 6% y mejorará la baja del 4,8% anterior; mientras que el consumo de vino crecerá alrededor del 3%, bastante por debajo de la merma del 8,2% del año pasado.

Entre las causas que explican el menor consumo en 2016, se destacan la reducción del poder adquisitivo, el aumento de costos y su traslado a precios, que en el caso de los vinos implicó un aumento del 132% y en el de las cervezas del 55% (en comparación con los valores de 2015).

En números, en 2016 se vendieron 64,7 millones de hectolitros contra 70,8 millones de 2015. Del total Vendido en 2016, las gaseosas participaron con 37,5 millones de hectolitros, la cerveza con 17,7 millones y el vino con 9,4 millones.

Por su parte, la industria de bebidas se contrajo un 4,4% en 2016, pero actualmente revierte la tendencia. Así en abril de 2016, la producción mostraba un derrumbe del -19,3; que en julio se redujo al -10,6, en enero de este año al -4 y en febrero al -0,1 (EMI). El sector es de gran importancia para la actividad ya que explica el 6,8% del PIB y sus exportaciones en 2016 alcanzaron los US$ 1.176 millones.

En lo que hace al segmento de vinos, se estima que la cosecha de 2017 estará por debajo de los niveles históricos aunque será mejor que la de 2016, cuando se registró la peor cosecha en 56 años. Los valores esperados para la próxima se mantendrán dentro del rango de 20,17 y 22,35 millones de quintales, cuando una cosecha normal es del 25,5 millones de quintales (promedio de los últimos diez años), es decir, 21% por debajo del promedio.

El mercado interno representa cerca del 80% de las ventas de la industria y la posibilidad de recomponer la rentabilidad vía aumento de los precios internos encontró un límite en el consumo, tras la suba de precios en 2016.



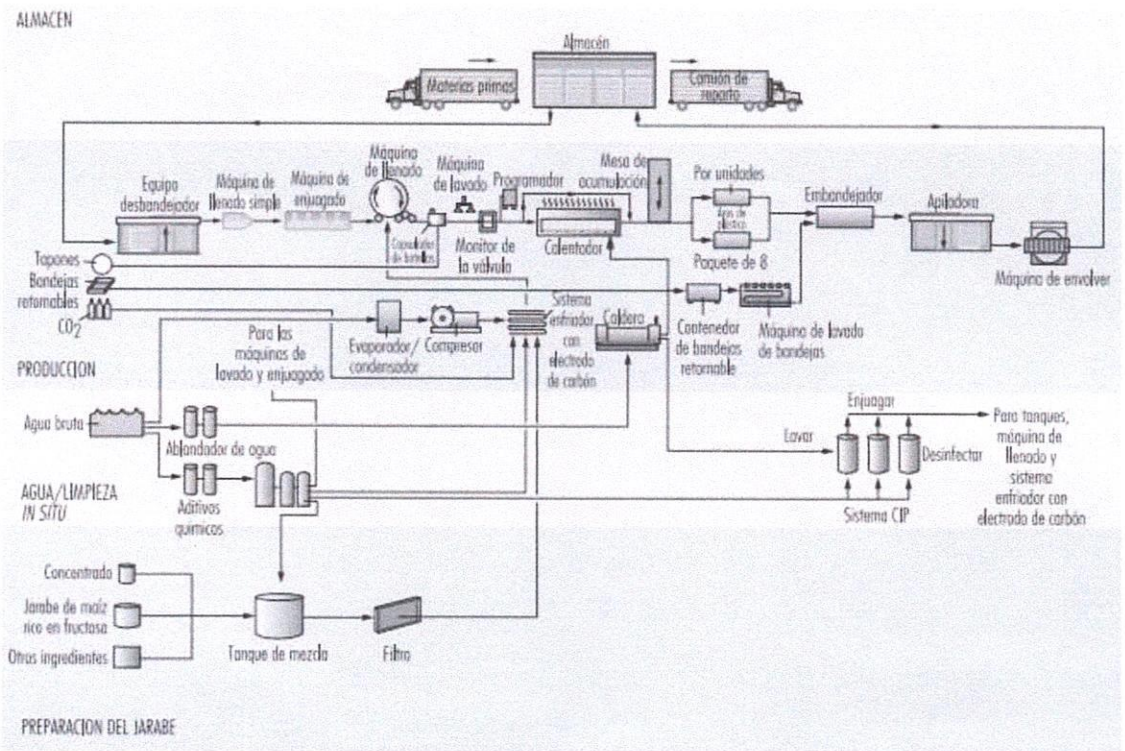
DESCRIPCIÓN Y ESTRUCTURA DE LA CADENA PRODUCTIVA

Las bebidas carbonatadas son un ejemplo de éxito dentro de la industria de las bebidas durante el último siglo. No únicamente han logrado posicionarse como líderes en el mercado de consumo, sino que además el carbono actúa como un esterilizante, alargando la vida de las mismas y haciendo que los refrescos gaseosos sean de fácil distribución.

En general la fórmula para un refresco es una mezcla de concentrado de fruta o jarabe, sabores, azúcar y agua desairada.

El proceso de mezclado se hace normalmente en continuo. El líquido es después enfriado y carbonatado usando un carbonatador.

Para algunos casos se puede utilizar micro filtración o filtración tangencial. Los refrescos gaseosos son Normalmente llenados usando llenadoras isobaro métricas.
El envasado de estos productos suele tener gran importancia por factores del marketing de los mismos. Podemos decir que una planta de procesado de refrescos gaseosos tiene la siguiente maquinaria:
Equipos de mezclado Sistema de almacenamiento
Máquinas de disolución de azúcar Carbonatador
Homogeneizador Pasteurizadores Máquinas dosificadoras Procesamiento aséptico
Intercambiadores de calor u otras máquinas de tratamiento térmico CIP y SIP
Sopladora y Compresores Enjuagadora, Llenadora y taponadora Etiquetadora
Empaquetadora Enfardadora Palletizador Envolvedora de pallets



3. ANÁLISIS DE LA OFERTA

A. ¿Quién vende Sector Bebidas?

Desde su entrada a Colombia, en 1926, este líquido ha hecho de las suyas por seducir a un público inquieto y amante de las innovaciones. Su evolución se ha centrado en la producción de mejores bebidas, con sabores a frutas y con contenidos apropiados para cada situación, desde la lonchera hasta una reunión de amigos.

Las gaseosas son fabricadas en plantas embotelladoras que poseen la más alta tecnología en procesos de lavado de envase, elaboración de líquidos, embotellado, tapado y bodegaje. Sus ingredientes principales se reducen al agua carbonatada, azúcar y sabores naturales y artificiales.

La industria está conformada principalmente por Femsa con Coca-Cola, quien tiene presencia en Colombia desde 1926, y Postobón, de la Organización Ardila Lülle, desde 1904 y a partir de 1970 es la encargada de manejar la franquicia de PepsiCo. Recientemente ingresó al sector la transnacional AjeGroup, con su marca líder BigCola, que en el 2007 sacudió todo el sector con estrategias de precio y tamaño innovador.

La innovación se constituye en uno de los factores que marca la pauta de esta industria, que es dominada por las gaseosas, ya que debe adaptarse de manera permanente a las nuevas tendencias de consumo de los compradores.

El mercado de las bebidas no alcohólicas, listas para consumir, está compuesto de acuerdo con sus volúmenes de ventas por: bebidas gaseosas, con un 64%; los jugos de frutas, con un 17%; el agua embotellada, con un 9%; el té, con un 3%; las bebidas energizantes 4% e isotónicas, con un 4%.

De acuerdo con la guía, elaborada por Colombia Compra Eficiente para éste tipo de análisis, se han verificado las condiciones en las cuales el COIBA Ibagué ha adquirido en el pasado el bien o servicio a contratar, utilizando para ello la herramienta tecnológica que brinda el SECOP y consultando los archivos de la Entidad y de acuerdo a la necesidad real y a efectos de realizar el análisis de la demanda se puede evidenciar de que se adquirieron elementos en oportunidades anteriores de acuerdo al objeto a contratar, bajo la modalidad de mínima cuantía, así mismo se realizaron búsquedas en el Portal Único de Contratación SECOP, sitio web por lo cual se encontraron contratos celebrados con el mismo objeto en otras ciudades de la misma entidad.

4. ANÁLISIS DE LA OFERTA

HISTÓRICO DE LA ENTIDAD

En los últimos tres (3) años, el Instituto Nacional Penitenciario y Carcelario – INPEC, ha realizado las siguientes contrataciones en relación con el objeto contractual, así:

AÑO	No. CONTRATO	MODALIDAD DE CONTRATO	CONTRATISTA	VALOR DEL CONTRATO	VALOR AVISO	VALOR DEL IVA (16%)	PÁGINA EN LA CUAL SE PAUTÓ
2015	323-150101	MINIMA CUANTIA	ROSISDIS ELENA ROBLES MARTINEZ	22.800.000	N/A	0	www.contratos.gov.co

2016	323-160102	MINIMA CUANTIA	SERVIPAN S.A.	9.400.000	N/A	0	www.contratos.gov.co

Teniendo en cuenta el objeto contractual, se consultó en la página del SECOP procesos en otras entidades, encontrando algunos procesos con objeto similar, que comparten algunas características y sirven como referencia para analizar el mercado.

AÑO	ENTIDAD	No. CONTRATO	OBJETO	CONTRATISTA	CARACTERÍSTICAS	V/U	TAMAÑO	VALOR TOTAL DEL CONTRATO
2014	EJÉRCITO NACIONAL	CMC-111-2014	Compraventa de productos domésticos de cafetería y restaurante para el baeev-03, unidad centralizada por el cacique BASPC 10 upare	DISTRIBUICIONES CMC	Compraventa de productos domésticos de cafetería y restaurante para el baeev-03, unidad centralizada por el cacique baspc 10 upare			30,000,000
2015	NSTITUTO NACIONAL PENITENCIARIO Y CARCELARIO (INPEC)	15-001	Contratar el suministro de productos y alimenticos elementos de aseo para la venta y comercialización a la población reclusa a través del expendio central de artículos del EPAMSCASVAL	LÁCTEOS DEL CESAR SA	Contratar el suministro de productos y alimenticos elementos de aseo para la venta y comercialización a la población reclusa a través del expendio central de artículos del EPAMSCASVAL			81.067.984
2016	EJÉRCITO NACIONAL	227	Compraventa de productos de alimentación como mejoras para los soldados al adscritos BAEEV 2 y BAMMA 7 de la décima brigada blindada, unidad central centralizada por la administrativa y contable Valledupar	AUTO SERVICIO MANNSBACH	Compraventa de productos de alimentación como mejoras para los soldados al adscritos BAEEV 2 y BAMMA 7 de la décima brigada blindada, unidad central centralizada por la administrativa y contable Valledupar			3,911,677

ANÁLISIS DEL RIESGO Y LA FORMA DE MITIGARLO

El Complejo Carcelario y Penitenciario de Ibagué COIBA, identifica los siguientes riesgos asociados al Proceso de Contratación: De acuerdo con las disposiciones del artículo 4 de la ley 1150 de 2007 y de los artículos 2.2.1.1.1.3.1, 2.2.1.1.1.6.1, 2.2.1.1.1.6.3 y el numeral 2 del artículo 2.2.1.2.5.2 del decreto 1082 de 2015 y con base en la Metodología para identificar y clasificar los riesgos elaborado por Colombia Compra Eficiente, se procede a tipificar, estimar y asignar los riesgos de la presente contratación. Ver Anexo Matriz de Riesgos.

Nº	CLASE	FUENTE	ETAPA	TIPO	DESCRIPCION (QUE PUEDE PASAR Y SI ES POSIBLE, COMO PUEDE PASAR	CONSECUENCIA DE LA OCURRENCIA DEL EVENTO	PROBABILI	IMPACTO	TOTAL	PRIORIDAD
1	General	Interna	Planeación	Técnica	Cuando por motivos que impidan la selección objetiva del contratista no pueda celebrar el contrato.	Cuando la imposibilidad de encontrar un oferente interesado en el suministro de los elementos requeridos por la entidad; la entidad no será responsable de ninguna manera, ni responderá de forma alguna por los gastos en que hayan incurrido los contratistas.	1	1	2	d

2	General	Externa	Ejecución	Jurídica	Cuando el contrato deba ser suspendido por causas ajenas a la voluntad del, se informara al contratista y se le notificara del acto administrativo que suspende el contrato, el cual deberá indicar con claridad las causas exógenas y la fecha de reanudación del mismo.	El no asumirá la responsabilidad de los perjuicios que se puedan causar al contratista por la suspensión del contrato si median causas justas para ello.	1	3	4	e
3	General	Externa	Ejecución	Jurídica	Posible riesgo sobre el hecho de sobrevenir inhabilidades o incompatibilidades del contratista	Sera responsabilidad del contratistano incurrir en ningún tipo de inhabilidad o incompatibilidad que le impida cumplir con las condiciones objeto del contrato.	1	1	2	a
4	General	Externa	Ejecución	Operacionales	Cuando el contratista incumpla las obligaciones suscritas en el contrato	Sera responsabilidad del contratista cumplir con las obligaciones a su cargo suscritas en el contrato, con excepción de situaciones de fuerza mayor y/o caso fortuito. A tal fin, deberá suscribir y comprometerse a mantener vigente las pólizas que establezca el contrato.	1	4	5	d
6	General	Externa	Ejecución	Operaciones	Cuando elaborada el pre liquidación del contrato por parte del, el contratista no se encuentre conforme con tal y no se puede llegar a un acuerdo mutuo para liquidar el contrato	Sera responsabilidad del hacer la pre liquidación del contrato y dejarla a disposición del contratista. Si este no se encuentra conforme con ella, la entidad de conformidad con la normatividad vigente, procederá a la liquidación unilateral del contrato y a la cancelación de las sumas que resulten de ella.	1	2	3	d

Lozano Márquez John Fredy
Responsable de Expendio

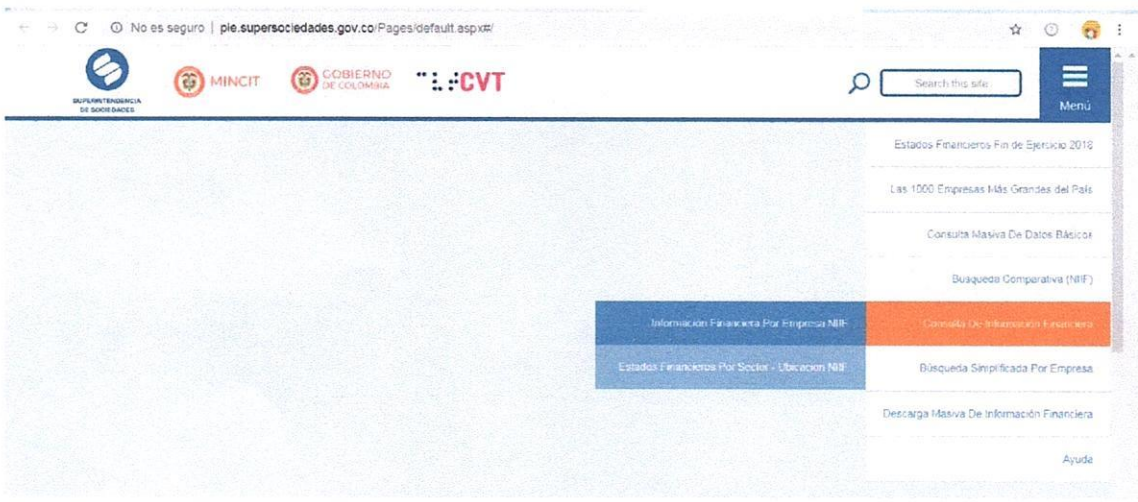
Elaborado por: Dg. Lozano Marquez John Fredy
Revisado por: Carmen Cecilia Rada Paba
Fecha de elaboración: 09/01/2020

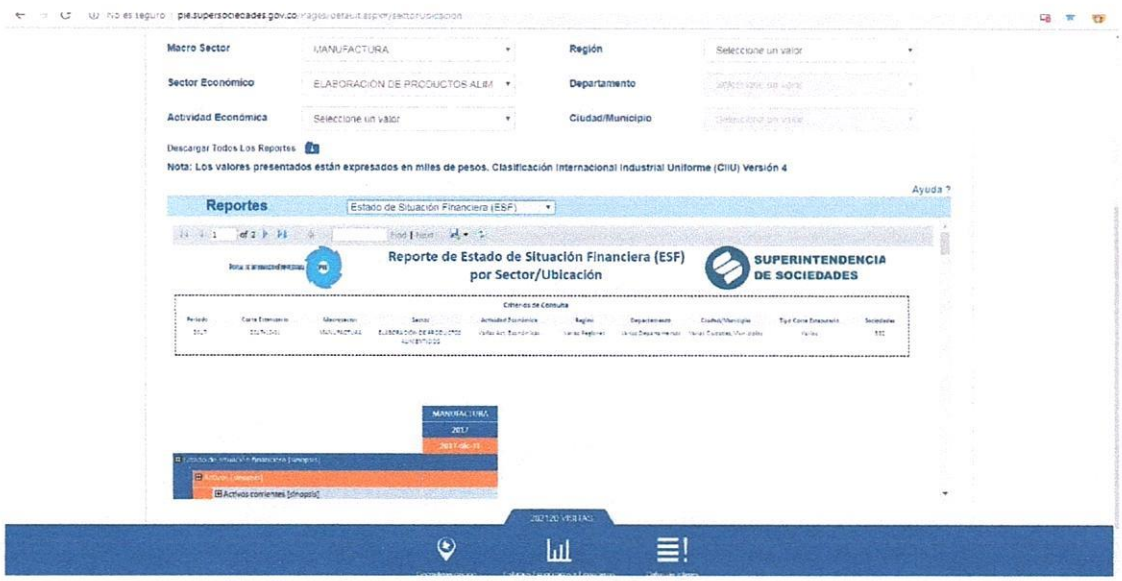
ANALISIS PARA EL CALCULO DE LOS INDICADORES FINANCIEROS

1.1. JUSTIFICACIÓN DE LOS INDICADORES FINANCIEROS

La información financiera que se toma para la proyección y justificación de los indicadores financieros del presente proceso contractual, se obtiene del análisis de los Estados financieros del año 2018.

Se realizó consulta en http://pie.supersociedades.gov.co, información financiera con corte a 31 de diciembre de 2018 (ESF y ERI); con el fin de recolectar los datos financieros que sirven para calcular los indicadores, establecido en el Manual para determinar requisitos habilitantes de CCE, esta consulta se realizó por los Sectores de la Economía que afectan el presente estudio, Elaboración de Bebidas no alcohólicas; Elaboración de Productos Lácteos, Elaboración de Productos de Panadería, Comercio al por mayor de productos Alimenticios y Comercio al por mayor de bebidas y tabaco.





Para el presente proceso de selección, la estructuración de los indicadores capacidad financiera son los siguientes:

1.2 INFORMACIÓN FINANCIERA

1.2.1 CALCULO DE INDICADORES FINANCIERO PROCESO DE SELECCIÓN ABREVIADA SUBASTA INVERSA -ALIMENTOS, BEBIDAS Y TABACO 2020

INFORMACIÓN FINANCIERA 2019 Elaboración de bebidas no alcohólicas, producción de aguas minerales y de otras aguas embotelladas (Muestra de 21 Sociedades)	
ACTIVO CORRIENTE	2.473.162.919,00
TOTAL ACTIVO	9.112.409.672,00
PASIVO CORRIENTE	2.856.883.157,00
TOTAL PASIVO	4.190.038.253,00
TOTAL PATRIMONIO	4.922.371.419,00
UTILIDAD OPERACIONAL	354.924.848,00
GASTOS DE INTERÉS	128.286.519,00

INFORMACIÓN FINANCIERA 2019 Comercio al por mayor de bebidas y tabaco (Muestras de 57 Sociedades)	
ACTIVO CORRIENTE	2.994.861.924,00
TOTAL ACTIVO	4.098.739.144,00
PASIVO CORRIENTE	2.159.591.368,00
TOTAL PASIVO	2.761.810.808,00
TOTAL PATRIMONIO	1.336.928.336,00
UTILIDAD OPERACIONAL	556.032.409,00
GASTOS DE INTERÉS	127.146.736,00

INFORMACIÓN FINANCIERA 2019 Comercio al por mayor de productos alimenticios (Muestra de 216 Sociedades)	
ACTIVO CORRIENTE	2.427.660.514,00
TOTAL ACTIVO	3.836.163.462,00
PASIVO CORRIENTE	1.874.984.539,00
TOTAL PASIVO	2.457.082.748,00
TOTAL PATRIMONIO	1.379.080.714,00
UTILIDAD OPERACIONAL	372.425.588,00
GASTOS DE INTERÉS	195.189.519,00

INFORMACIÓN FINANCIERA 2019 Elaboración de productos lácteos (Muestras de 68 Sociedades)	
ACTIVO CORRIENTE	1.116.233.973,00
TOTAL ACTIVO	3.026.118.335,00
PASIVO CORRIENTE	850.736.275,00
TOTAL PASIVO	1.870.639.111,00
TOTAL PATRIMONIO	1.155.479.224,00
UTILIDAD OPERACIONAL	141.961.335,00
GASTOS DE INTERÉS	104.997.425,00

INFORMACIÓN FINANCIERA 2019 Elaboración de productos de panadería (Muestras de 63Sociedades)	
ACTIVO CORRIENTE	494.120.660,00
TOTAL ACTIVO	1.840.920.634,00
PASIVO CORRIENTE	479.527.806,00
TOTAL PASIVO	933.020.352,00
TOTAL PATRIMONIO	907.900.282,00
UTILIDAD OPERACIONAL	121.202.030,00
GASTOS DE INTERÉS	48.404.013,00

INDICADORES CAPACIDAD FINANCIERA (CF):

INDICE DE LIQUIDEZ	
AC= Activo Corriente	2.473.162.919,00
PC= Pasivo Corriente	2.856.883.157,00
Liquidez = AC/ PC	0,9
RAZÓN DE COBERTURA DE INTERESES	
UO= Utilidad Operacional	354.924.848,00
GI= Gastos de Intereses	128.286.519,00
COBERTURA I. = UO / GI	2,77
INDICE DE ENDEUDAMIENTO	
PT= Pasivo Total	4.190.038.253,00
AT= Activo Total	9.112.409.672,00
Endeudamiento Total = (PT/AT) * 100	0,46
Capital de Trabajo	
AC= Activo Corriente	2.473.162.919,00
PC= Pasivo Corriente	2.856.883.157,00
Capital de Trabajo Total = (AC-PC)	(383.720.238,00)
Requerido por la entidad >=50% DEL P.O	218.355.500,00
Patrimonio	
AT= Activo Total	9.112.409.672,00
PT= Pasivo Total	4.190.038.253,00
Endeudamiento Total = (AT-PT)	4.922.371.419,00

INDICE DE LIQUIDEZ	
AC= Activo Corriente	2.994.861.924,00
PC= Pasivo Corriente	2.159.591.368,00
Liquidez = AC/ PC	1,4
RAZÓN DE COBERTURA DE INTERESES	
UO= Utilidad Operacional	556.032.409,00
GI= Gastos de Intereses	127.146.736,00
COBERTURA I. = UO / GI	4,37
INDICE DE ENDEUDAMIENTO	
PT= Pasivo Total	2.761.810.808,00
AT= Activo Total	4.098.739.144,00
Endeudamiento Total = (PT/AT) * 100	0,67
Capital de Trabajo	
AC= Activo Corriente	2.994.861.924,00
PC= Pasivo Corriente	2.159.591.368,00
Capital de Trabajo Total = (AC-PC)	835.270.556,00
Requerido por la entidad >=50% DEL P.O	218.355.500,00
Patrimonio	
AT= Activo Total	4.098.739.144,00
PT= Pasivo Total	2.761.810.808,00
Endeudamiento Total = (AT-PT)	1.336.928.336,00

INDICE DE LIQUIDEZ	
AC= Activo Corriente	2.427.660.514,00
PC= Pasivo Corriente	1.874.984.539,00
Liquidez = AC/ PC	1,3
RAZÓN DE COBERTURA DE INTERESES	
UO= Utilidad Operacional	372.425.588,00
GI= Gastos de Intereses	195.189.519,00
COBERTURA I. = UO / GI	1,91
INDICE DE ENDEUDAMIENTO	
PT= Pasivo Total	2.457.082.748,00
AT= Activo Total	3.836.163.462,00
Endeudamiento Total = (PT/AT) * 100	0,64
Capital de Trabajo	
AC= Activo Corriente	2.427.660.514,00
PC= Pasivo Corriente	1.874.984.539,00
Capital de Trabajo Total = (AC-PC)	552.675.975,00
Requerido por la entidad >=50% DEL P.O	218.355.500,00
Patrimonio	
AT= Activo Total	3.836.163.462,00
PT= Pasivo Total	2.457.082.748,00
Endeudamiento Total = (AT-PT)	1.379.080.714,00

INDICE DE LIQUIDEZ	
AC= Activo Corriente	1.116.233.973,00
PC= Pasivo Corriente	850.736.275,00
Liquidez = AC/ PC	1,3
RAZÓN DE COBERTURA DE INTERESES	
UO= Utilidad Operacional	141.961.335,00
GI= Gastos de Intereses	104.997.425,00
COBERTURA I. = UO / GI	1,35
INDICE DE ENDEUDAMIENTO	
PT= Pasivo Total	1.870.639.111,00
AT= Activo Total	3.026.118.335,00
Endeudamiento Total = (PT/AT) * 100	0,62
Capital de Trabajo	
AC= Activo Corriente	1.116.233.973,00
PC= Pasivo Corriente	850.736.275,00
Capital de Trabajo Total = (AC-PC)	265.497.698,00
Requerido por la entidad >=50% DEL P.O	218.355.500,00
Patrimonio	
AT= Activo Total	3.026.118.335,00
PT= Pasivo Total	1.870.639.111,00
Endeudamiento Total = (AT-PT)	1.155.479.224,00

INDICE DE LIQUIDEZ	
AC= Activo Corriente	494.120.660,00
PC= Pasivo Corriente	479.527.806,00
Liquidez = AC/ PC	1,0
RAZÓN DE COBERTURA DE INTERESES	
UO= Utilidad Operacional	121.202.030,00
GI= Gastos de Intereses	48.404.013,00
COBERTURA I. = UO / GI	2,50
INDICE DE ENDEUDAMIENTO	
PT= Pasivo Total	933.020.352,00
AT= Activo Total	1.840.920.634,00
Endeudamiento Total = (PT/AT) * 100	0,51
Capital de Trabajo	
AC= Activo Corriente	494.120.660,00
PC= Pasivo Corriente	479.527.806,00
Capital de Trabajo Total = (AC-PC)	14.592.854,00
Requerido por la entidad >=50% DEL P.O	218.355.500,00
Patrimonio	
AT= Activo Total	1.840.920.634,00
PT= Pasivo Total	933.020.352,00
Endeudamiento Total = (AT-PT)	907.900.282,00

INDICADORES DE CAPACIDAD ORGANIZACIONAL (CO)

RENTABILIDAD DE PATRIMONIO	
UO= Utilidad Operacional	1.228.609.515,00
P= Patrimonio	1.411.863.962,00

RENTABILIDAD DE PATRIMONIO	
UO= Utilidad Operacional	556.032.409,00
P= Patrimonio	1.336.928.336,00

1228609515	
UO= Utilidad Operacional	1.228.609.515,00
P= Patrimonio	1.411.863.962,00

RENTABILIDAD DE PATRIMONIO	
UO= Utilidad Operacional	141.961.335,00
P= Patrimonio	1.155.479.224,00

RENTABILIDAD DE PATRIMONIO	
UO= Utilidad Operacional	121.202.030,00
P= Patrimonio	907.900.282,00

RP = UO / P	0,87
RENTABILIDAD DEL ACTIVO	
UO= Utilidad Operacional	1.228.609.515,00
AT= Activo Total	61.660.440.169,00
RA = UO / AT	0,02

RP = UO / P	0,42
RENTABILIDAD DEL ACTIVO	
UO= Utilidad Operacional	556.032.409,00
AT= Activo Total	4.098.739.144,00
RA = UO / AT	0,14

RP = UO / P	0,87
RENTABILIDAD DEL ACTIVO	
UO= Utilidad Operacional	1.228.609.515,00
AT= Activo Total	61.660.440.169,00
RA = UO / AT	0,02

RP = UO / P	0,12
RENTABILIDAD DEL ACTIVO	
UO= Utilidad Operacional	141.961.335,00
AT= Activo Total	3.026.118.335,00
RA = UO / AT	0,05

RP = UO / P	0,13
RENTABILIDAD DEL ACTIVO	
UO= Utilidad Operacional	121.202.030,00
AT= Activo Total	1.840.920.634,00
RA = UO / AT	0,07

ANALISIS TALLA HOJA

SECTOR DE LA ECONOMÍA	MUESTRA	INDICADORES CAPACIDAD FINANCIERA (CF): INDICE DE LIQUIDEZ		INDICE DE ENDEUDAMIENTO		INDICADORES DE CAPACIDAD ORGANIZACIONAL (CO) RENTABILIDAD DE PATRIMONIO		RENTABILIDAD DEL ACTIVO	
Elaboración de bebidas no alcohólicas, producción de aguas minerales y de otras aguas embotelladas	21	0	9	4	6	8	7	0	2
Comercio al por mayor de bebidas y tabaco	57	1	4	6	7	4	2	1	4
Comercio al por mayor de productos alimenticios	216	1	3	6	4	8	7	0	2
Elaboración de productos lácteos	68	1	3	6	2	1	2	0	5
Elaboración de productos de panadería	63	1	0	5	1	1	3	0	7

INDICADORES CAPACIDAD FINANCIERA (CF):

INDICE DE LIQUIDEZ

TALLO	HOJA
0	9
1	34

Análisis

El gráfico anterior permite a la Entidad Estatal observar la concentración de los datos delimitando los valores más y menos frecuentes. Los menos frecuentes son los ubicados ***en el extremos del gráfico*** y corresponden a aquellos proveedores que tienen un ***bajo índice de liquidez (0-0,9)*** y Los más frecuentes se evidencian en ***el pico del gráfic***o y corresponden***en a los proveedores que tienen un índice de liquidez*** entre el 1 y 1,5 Este último representa el rango donde se encuentra la mayoría de los datos.

Calculo estadístico.

Media podada	0,9
Desviación estándar	0,71

Conclusión

INDICE DE ENDEUDAMIENTO

TALLO	HOJA
4	6
5	1
6	247

Análisis

El gráfico anterior permite a la Entidad Estatal observar la concentración de los datos delimitando los valores más y menos frecuentes. Los menos frecuentes son los ubicados ***en el extremos del gráfico*** y corresponden a aquellos proveedores que tienen un ***bajo índice de endeudamiento (0%-45%)*** y Los más frecuentes se evidencian en ***el pico del gráfic***o y corresponden***en a los proveedores que tienen un índice de endeudamiento*** entre el 60% y 6,7% Este último representa el rango donde se encuentra la mayoría de los datos.

Calculo estadístico.

Media podada	68%
Desviación estándar	10%

Conclusión

INDICADORES DE CAPACIDAD ORGANIZACIONAL (CO)

RENTABILIDAD DE PATRIMONIO

TALLO	HOJA
1	23
2	
3	
4	2
5	
6	
7	
8	7

Análisis

El gráfico anterior permite a la Entidad Estatal observar la concentración de los datos delimitando los valores más y menos frecuentes. Los menos frecuentes son los ubicados ***en el extremos del gráfico*** y corresponden a aquellos proveedores que tienen un ***bajo rentabilidad del patrimonio (0,0-0,09)*** y Los más frecuentes se evidencian en ***el pico del gráfic***o y corresponden***en a los proveedores que tienen una rentabilidad del patrimonio*** entre el 0,12 y 0,87 Este último representa el rango donde se encuentra la mayoría de los datos.

Calculo estadístico.

Media podada	0,10
Desviación estándar	0,02

Conclusión

RENTABILIDAD DEL ACTIVO

TALLO	HOJA
0	257
1	4

Análisis

El gráfico anterior permite a la Entidad Estatal observar la concentración de los datos delimitando los valores más y menos frecuentes. Los menos frecuentes son los ubicados ***en el extremos del gráfico*** y corresponden a aquellos proveedores que tienen un ***bajo rentabilidad del activo (>1,0)*** y Los más frecuentes se evidencian en ***el pico del gráfic***o y corresponden***en a los proveedores que tienen una rentabilidad del activo*** entre el 0,02 y 0,08 Este último representa el rango donde se encuentra la mayoría de los datos.

Calculo estadístico.

Media podada	0,02
Desviación estándar	0,01

Conclusión

El análisis estadístico del sector permite concluir que un índice de ***Liquidez*** adecuado es de ***0,2 teniendo*** en cuenta que ***(i) 1,2es el límite inferior*** de la media podada menos la desviación estándar, y (ii) la muestra por su tamaño no representa la población total de proveedores.	El análisis estadístico del sector permite concluir que un índice de ***endeudamiento*** adecuado es de ***80% teniendo*** en cuenta que ***(i) 68% es el límite superior*** de la media podada más la desviación estándar, y (ii) la muestra por su tamaño no representa la población total de proveedores.	El análisis estadístico del sector permite concluir que un índice de ***rentabilidad del patrimonio*** adecuado es de 0,08 ***teniendo*** en cuenta que ***(i) 0,10 es el límite inferior*** de la media podada menos la desviación estándar, y (ii) la muestra por su tamaño no representa la población total de proveedores.	El análisis estadístico del sector permite concluir que un índice de ***rentabilidad del activo*** adecuado es de 0,01 ***teniendo*** en cuenta que ***(i) 0,02 es el límite inferior*** de la media podada menos la desviación estándar, y (ii) la muestra por su tamaño no representa la población total de proveedores.

1.3 INDICADORES CAPACIDAD FINANCIERA (CF)*:

INDICADOR	REQUERIMIENTOS PARA PERSONAS JURÍDICAS	REQUERIMIENTO PARA OFERENTES EN UNIÓN TEMPORAL O CONSORCIO
LIQUIDEZ = AC/PC	Mayor o igual a >=0,2	La liquidez acreditada por el oferente deber ser mayor o igual a 0,2. En el caso de oferentes en unión Temporal o consorcio, la liquidez acreditada será igual a la fracción de: la sumatoria de los valores individuales de los activos corrientes sobre la sumatoria de los valores individuales de los pasivos corrientes.
INDICE DE ENDEUDAMIENTO = PT/AT	Menor o igual al <= 0,80	El índice de endeudamiento acreditado por el oferente deber ser menor o igual al 80% En el caso de oferentes en unión Temporal o consorcio, el nivel de endeudamiento acreditado será igual a la fracción de: la sumatoria de los valores individuales del pasivo total sobre la sumatoria de los valores individuales del activo total.

1.4 INDICADORES DE CAPACIDAD ORGANIZACIONAL (CO)*

INDICADOR	REQUERIMIENTO PARA PERSONAS JURÍDICAS	REQUERIMIENTO PARA OFERENTES EN UNIÓN TEMPORAL O CONSORCIO
RENTABILIDAD SOBRE PATRIMONIO = UO/PATRIMONIO	Mayor o igual a >= 0,08	La rentabilidad sobre el patrimonio, acreditada por el oferente debe ser Mayor o igual a >= 0,08. En el caso de oferentes en unión Temporal o consorcio, la rentabilidad sobre el patrimonio acreditada será igual a la fracción de la sumatoria de los valores individuales de la utilidad operacional sobre la sumatoria de los valores individuales del patrimonio.
RENTABILIDAD DEL ACTIVO =UO/AT	Mayor o igual a >= 0,01	La rentabilidad sobre el activo total, acreditada por el oferente debe ser Mayor o igual a >= 0,01. En el caso de oferentes en unión Temporal o consorcio, la razón de rentabilidad sobre el activo acreditada será igual a la fracción de la sumatoria de los valores individuales de la utilidad operacional sobre la sumatoria de los valores individuales del activo total.

Lozano Márquez John Fredy

Responsable de Expendio

EPAMSCASVAL

Revisado por: Carmen Cecilia Rada Paba
Elaborado por: Dg. Lozano Marquez John Fredy
Fecha de elaboración: 20/12/2019