



CLUB MILITAR

**ANEXO 2**  
**ANÁLISIS DEL SECTOR Y ESTUDIO ECONOMICO PARA EL PROCESO QUE TIENE POR OBJETO SUMINISTRO DE AMENITIES, PRODUCTOS COSMÉTICOS Y JABÓN TIPO HOTEL PARA LAS TRES SEDES DEL CLUB MILITAR**

Página 1 de 13

## 1. ANÁLISIS DEL SECTOR Y ESTUDIO DEL MERCADO

### 1.1 ASPECTOS GENERALES

A los servidores públicos nos asiste el imperativo deber de salvaguardar, custodiar, los bienes públicos que nos han sido confiados en el ejercicio del desempeño de funciones, por ende la apropiación de éstos, la destinación diferente, el uso indebido, etc., implica un comportamiento reprochable, teniendo en cuenta además que la utilización de los recursos y bienes debe ser razonable, en manera alguna puede ser producto de intereses, oportunidad y provecho personal, pues constitucional y legalmente está prohibido, por ende la utilización indebida de éstos o permitir que ello ocurra, indiscutiblemente riñe y se contradice con el normal funcionamiento de la administración pública.

El Club Militar, es un establecimiento público del orden nacional adscrito al Ministerio de Defensa, creado por la Ley 124 de 1948 *“Por la cual se establece un plan de viviendas y se crea un club con destino a las Fuerzas Militares, y se provee a los auxilios fiscales para su edificación, instalación y funcionamiento”* y reorganizado mediante Decreto 2336 de 1971 *“Por el cual se reorganiza el Club Militar”* y modificado mediante Decreto 2164 de 1984 *“Por el cual modifica el Decreto Ley 2336 de 1971, reorgánico del Club Militar y se dictan otras disposiciones”*, como un Establecimiento Público, esto es, un organismo dotado de personería jurídica, autonomía administrativa y patrimonio independiente, encargado de contribuir al desarrollo de la política y los planes generales que en materia de bienestar social, y cultural adopte el Gobierno Nacional, en relación con el personal de oficiales en actividad o en retiro de las Fuerzas Militares y de la Policía Nacional, de acuerdo con lo que prevea el estatuto de socios.

El Club Militar es la entidad encargada de contribuir al desarrollo de la política y los planes generales que en materia de bienestar social y cultural adopte el Gobierno Nacional, en relación con el personal de oficiales en actividad o en retiro de las Fuerzas Militares y de la Policía Nacional, contribuyendo con ello, al fortalecimiento la tradición militar y policial, estrechando lazos familiares y de compañerismo.

El Club Militar cuenta con tres sedes en la ciudad de Bogotá (Sede Principal), en el municipio de Paipa – Boyacá (Sede Sochagotá) y municipio de Nilo – Cundinamarca (Sede las Mercedes), en cada instalación diariamente concurren una cantidad considerable de personas entre funcionarios, contratistas, socios, beneficiarios e invitados a quienes se les debe garantizar la integridad de las personas, así mismos se encuentran los bienes necesarios para la prestación de los diversos servicios a los socios, beneficiarios e invitados y los equipos para el apoyo en la operación que utilizan los servidores públicos que deben ser salvaguardados.

### 1.2. ANÁLISIS DEL SECTOR

En atención a lo dispuesto por el artículo 2.2.1.1.1.6.1 del decreto 1082 de 2015, se procede a establecer el contexto del proceso de contratación desde el ámbito legal, comercial, financiero, organizacional y técnico, con el fin de identificar algunos de los riesgos y determinar los requisitos habilitantes, para lo cual se plasma el siguiente análisis:

#### 1.2.1. ASPECTOS ECONOMICOS.

Los amenities son productos de acogida en los hoteles. El significado de amenities se refiere a los objetos que el hotel pone a disposición del huésped para su estancia. Los amenities pueden ser desde útiles de baño como jabones y geles, hasta productos de bienvenida como una copa de cava.





CLUB MILITAR

**ANEXO 2**  
**ANÁLISIS DEL SECTOR Y ESTUDIO ECONOMICO PARA EL PROCESO QUE TIENE POR OBJETO SUMINISTRO DE AMENITIES, PRODUCTOS COSMÉTICOS Y JABÓN TIPO HOTEL PARA LAS TRES SEDES DEL CLUB MILITAR**

Página 2 de 13

En ocasiones, encontramos este término dentro de las especificaciones de servicios de una habitación hotelera como uno de los beneficios derivados de elegir estancia en un hotel u otro. Desde hace años, nuestra lengua ha incorporado términos como amenities o toiletries en lo que se refiere a la industria hotelera, ¿pero tenemos realmente claro el significado del concepto de amenities?

### ¿Qué significa Amenities?

Entendemos como amenities los denominados productos de acogida para hoteles. Son aquellos utensilios que los hoteles ponen a disposición del cliente para facilitar su estancia y hacerla más cómoda y agradable. Hablamos de los típicos productos de bienvenida, que esperan a los huéspedes repartidos por dentro de la habitación y más comúnmente, reposando encima de la cama.

Por lo general, son productos que te puedes llevar a la habitación de un hotel, pero que los propios hoteles ponen a tu disposición para conseguir que no tengas que preocuparte de esos pequeños detalles. Van desde unos bombones, pasando por cualquier otro tipo de detalle de bienvenida.

### **“Crecimiento del turismo en Colombia, oportunidades y retos para el sector hotelero en 2025”**

*El crecimiento del turismo en Colombia impulsa oportunidades para el sector hotelero, mientras Bogotá se consolida como destino clave de negocios y cultura. La Vitrina Turística de ANATO 2025 fortalecerá alianzas estratégicas, destacando la expansión de destinos emergentes como Costa Rica y Perú.*

*Colombia se consolidó como un destino turístico clave en 2024 al recibir 6,7 millones de visitantes no residentes, un aumento del 8,5% en comparación con 2023, cuando llegaron 6,17 millones de turistas. Este crecimiento refleja una recuperación y expansión del sector impulsada por estrategias de promoción y una mejor conectividad aérea, según el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.*

*Bogotá se destaca como el destino más visitado del país, liderando en pasajeros de vuelos nacionales regulares y consolidándose como centro estratégico de turismo de negocios y eventos internacionales. La capital se ha posicionado no solo por su infraestructura y conectividad global, sino también por su oferta diversa en naturaleza, cultura y gastronomía, lo que la convierte en un destino atractivo para turistas nacionales e internacionales.*

*En la Vitrina Turística de ANATO 2025, Bogotá y Cundinamarca presentarán una oferta robusta de turismo vacacional y corporativo con el apoyo de 60 empresas del sector, en colaboración con la Cámara de Comercio de Bogotá (CCB) y el Instituto Distrital de Turismo (IDT). Este esfuerzo conjunto se enmarca en la estrategia ‘Bogotá tu casa’, que busca posicionar a la región como un destino turístico de talla internacional.*

*El presidente de la CCB, Ovidio Claros Polanco, destacó que "Bogotá y Cundinamarca son destinos versátiles, con un portafolio amplio y diverso que cubre desde el turismo de naturaleza hasta el turismo MICE (reuniones, incentivos, congresos y exposiciones)". Además, Andrés Santamaría, director del IDT, afirmó que el turismo genera más de 100.000 empleos y aporta \$2.9 mil millones al PIB de Bogotá, demostrando su impacto en el crecimiento económico y la generación de empleo.*

<sup>1</sup> <https://www.revistalabarra.com/es/noticias/crecimiento-del-turismo-en-colombia-oportunidades-y-retos-para-el-sector-hotelero-en-2025>



**Club Militar**  
Activos, Promociones y Eventos  
Firmado Electrónicamente con AZSign  
Acuerdo: 20250413-222714-70 taab-89777931  
2025-04-13T22:27:31-05:00 - Página 2 de 13



CLUB MILITAR

**ANEXO 2**  
**ANALISIS DEL SECTOR Y ESTUDIO ECONOMICO PARA EL PROCESO QUE TIENE POR OBJETO SUMINISTRO DE AMENITIES, PRODUCTOS COSMÉTICOS Y JABÓN TIPO HOTEL PARA LAS TRES SEDES DEL CLUB MILITAR**

Página 3 de 13

### **Colombianos viajando al exterior, tendencias en Ascenso**

*El número de colombianos viajando al exterior ha aumentado significativamente. Según ANATO, Estados Unidos, España y México son los destinos más visitados por los colombianos en 2024. Sin embargo, otros destinos están atrayendo un gran número de colombianos, como, por ejemplo:*

- *Costa Rica registró un crecimiento récord del 7,7% en turistas colombianos, consolidándose como un destino emergente favorito en la región. Según Ireth Rodríguez, Jefa del Segmento Vacacional del Instituto Costarricense de Turismo (ICT), "Costa Rica ofrece experiencias transformadoras que conectan a las personas con la naturaleza y la cultura local".*
- *Perú también experimentó un notable incremento en la llegada de turistas colombianos, con 170.347 visitantes en 2024, un crecimiento del 16% respecto al año anterior. Este aumento sitúa a Colombia como el quinto país emisor de turistas a Perú en Sudamérica y el sexto a nivel global. La Comisión de Promoción del Perú (PROMPERÚ) destacó que este crecimiento se debe a la "excelente conectividad aérea y a la diversidad de experiencias culturales y de entretenimiento".*

### **Oportunidades para el sector hotelero en ANATO 2025**

*El crecimiento sostenido del turismo en Colombia y el aumento de viajes internacionales presentan oportunidades estratégicas para el sector hotelero. Se espera que la Vitrina Turística de ANATO 2025 impulse la consolidación de alianzas estratégicas y la innovación en servicios, adaptándose a las nuevas tendencias de sostenibilidad y experiencias personalizadas. Este evento será fundamental para que los actores de la industria exploren nuevos modelos de negocio y refuercen su competitividad en el mercado global.*

*El panorama del turismo en Colombia proyecta un crecimiento dinámico para el sector hotelero en 2025, especialmente con la expansión de destinos emergentes como Costa Rica y Perú. La clave estará en adaptarse a las demandas cambiantes de los viajeros y en aprovechar la creciente conectividad aérea para seguir liderando en el mercado latinoamericano."*

#### **1.2.2. ESTUDIO DE LA OFERTA.**

Se tomó la información histórica de los procesos adelantados por otras entidades y se identificaron algunas empresas que se encuentran dentro del mercado o actividad económica del proceso y que puedan presentar oferta.

Así las cosas, se tomó la información registrada en el Registro Único Empresarial y Social –RUES- de las Cámaras de Comercio de dichas empresas, así:

RAZÓN SOCIAL	NIDIA BEATRIZ SANCHEZ	LICITACIONES Y ASESORIAS LICCONT S A S	RAM INDUSTRIA QUIMICA S A S	INVERSIONES Y CONTRATOS B.R S.A.S.
SIGLA	-	LICCONT S A S	-	COINVER BR SAS



Club Militar  
Firmado Electrónicamente con AZSign  
Acuerdo: 20250413-222714-70 taab-89777931  
2025-04-13 12:22:73 1:05:00 - Página 3 de 13



CLUB MILITAR

**ANEXO 2**  
**ANALISIS DEL SECTOR Y ESTUDIO ECONOMICO PARA EL PROCESO QUE TIENE POR OBJETO SUMINISTRO DE AMENITIES, PRODUCTOS COSMÉTICOS Y JABÓN TIPO HOTEL PARA LAS TRES SEDES DEL CLUB MILITAR**

Página 4 de 13

RAZÓN SOCIAL	NIDIA BEATRIZ SANCHEZ	LICITACIONES Y ASESORIAS LICCONT S A S	RAM INDUSTRIA QUIMICA S A S	INVERSIONES Y CONTRATOS B.R S.A.S.
<b>CÁMARA COMERCIO</b> DE	BOGOTA	BOGOTA	BOGOTA	SOGAMOSO
<b>IDENTIFICACIÓN</b>	C.C. Nro. 51.775.860	NIT. 901058050-7	NIT 830142718 - 1	NIT 901267162-1
<b>NÚMERO MATRÍCULA</b> DE	715008	2786574	3600708	78179
<b>ÚLTIMO RENOVADO</b> AÑO	2025	2025	2024	2025
<b>ESTADO DE LA MATRÍCULA</b>	ACTIVA	ACTIVA	ACTIVA	ACTIVA
<b>TIPO ORGANIZACIÓN</b> DE	PERSONA NATURAL	SOCIEDADES POR ACCIONES SIMPLIFICADAS SAS	SOCIEDADES POR ACCIONES SIMPLIFICADAS SAS	SOCIEDADES POR ACCIONES SIMPLIFICADAS SAS
<b>ACTIVIDADES ECONÓMICAS</b>	<p>*4649 - Comercio al por mayor de otros utensilios domésticos n.c.p.</p> <p>*4755 - Comercio al por menor de artículos y utensilios de uso doméstico en establecimientos especializados.</p> <p>*4669 - Comercio al por mayor de otros productos n.c.p.</p> <p>*4644 - Comercio al por mayor de aparatos y equipo de uso doméstico.</p>	<p>*4644 - Comercio al por mayor de aparatos y equipo de uso doméstico.</p> <p>*4799 - Otros tipos de comercio al por menor no realizado en establecimientos, puestos de venta o mercados.</p> <p>*4752 - Comercio al por menor de artículos de ferretería, pinturas y productos de vidrio en establecimientos especializados</p> <p>*4649 - Comercio al por mayor de otros utensilios domésticos n.c.p.</p>	<p>*2023 - Fabricación de jabones y detergentes, preparados para limpiar y pulir; perfumes y preparados de tocador</p> <p>*4759 - Comercio al por menor de otros artículos domésticos en establecimientos especializados</p>	<p>*4663 - Comercio al por mayor de materiales de construcción, artículos de ferretería, pinturas, productos de vidrio, equipo y materiales de fontanería y calefacción</p> <p>*4762 - Comercio al por menor de artículos deportivos, en establecimientos especializados</p> <p>*4754 - Comercio al por menor de electrodomésticos y gasodomésticos, muebles y equipos de iluminación en establecimientos especializados</p> <p>*4711 - Comercio al por menor en establecimientos no especializados con surtido compuesto principalmente por alimentos, bebidas</p>



**Club Militar**  
 Actividad Promocional y Publicitaria  
 Firmado Electrónicamente con AZSign  
 Acuerdo: 20250413-222714-70 taab-89777931  
 2025-04-13T22:27:31-05:00 - Página 4 de 13



CLUB MILITAR

**ANEXO 2**  
**ANALISIS DEL SECTOR Y ESTUDIO ECONOMICO PARA EL**  
**PROCESO QUE TIENE POR OBJETO SUMINISTRO DE AMENITIES,**  
**PRODUCTOS COSMÉTICOS Y JABÓN TIPO HOTEL PARA LAS TRES**  
**SEDES DEL CLUB MILITAR**

Página 5 de 13

<b>RAZÓN SOCIAL</b>	<b>NIDIA BEATRIZ SANCHEZ</b>	<b>LICITACIONES Y ASESORIAS LICCONT S A S</b>	<b>RAM INDUSTRIA QUIMICA S A S</b>	<b>INVERSIONES Y CONTRATOS B.R S.A.S.</b>
				(alcohólicas y no alcohólicas) o tabaco

<b>RAZÓN SOCIAL</b>	<b>ANDINA POP S.A.S</b>	<b>ALEXANDER BATISTA FRANCO</b>	<b>JVM GROUP S.A.S</b>	<b>SISCOM SERVICIOS INTEGRALES SAS</b>
<b>SIGLA</b>	-	-	-	-
<b>CÁMARA DE COMERCIO</b>	BOGOTA	BOGOTA	BOGOTA	FACATATIVA
<b>IDENTIFICACIÓN</b>	NIT 860517718 - 1	C.C. Nro. 88279638	NIT 901569498 - 5	NIT 900954187 - 7
<b>NÚMERO DE MATRÍCULA</b>	250485	934998	3489688	132641
<b>ÚLTIMO AÑO RENOVADO</b>	2025	2025	2025	2025
<b>ESTADO DE LA MATRÍCULA</b>	ACTIVA	ACTIVA	ACTIVA	ACTIVA
<b>TIPO DE ORGANIZACIÓN</b>	SOCIEDADES POR ACCIONES SIMPLIFICADAS SAS	PERSONA NATURAL	SOCIEDADES POR ACCIONES SIMPLIFICADAS SAS	SOCIEDADES POR ACCIONES SIMPLIFICADAS SAS
<b>ACTIVIDADES ECONÓMICAS</b>	*7310 - Publicidad *4645 - Comercio al por mayor de productos farmacéuticos, medicinales, cosméticos y de tocador *1812 - Actividades de servicios relacionados con la impresión	*4669 - Comercio al por mayor de otros productos n.c.p. *4755 - Comercio al por menor de artículos y utensilios de uso doméstico en establecimientos especializados *4759 - Comercio al por menor de otros artículos domésticos en establecimientos especializados *4664 - Comercio al por mayor de productos químicos básicos, cauchos y plásticos en	*4711 - Comercio al por menor en establecimientos no especializados con surtido compuesto principalmente por alimentos, bebidas (alcohólicas y no alcohólicas) o tabaco *4631 - Comercio al por mayor de productos alimenticios *7020 - Actividades de consultoría de gestión *4649 - Comercio al por mayor de otros utensilios domésticos n.c.p.	*7310 - Publicidad *4761 - Comercio al por menor de libros, periódicos, materiales y artículos de papelería y escritorio, en establecimientos especializados *4690 - Comercio al por mayor no especializado *4651 - Comercio al por mayor de computadores, equipo periférico y programas de informática



**Club Militar**  
 Activos, Preverederos y Pasivos  
 Firmado Electrónicamente con AZSign  
 Acuerdo: 20250413-222714-70 taab-89777931  
 2025-04-13T22:27:31-05:00 - Página 5 de 13



CLUB MILITAR

**ANEXO 2**  
**ANÁLISIS DEL SECTOR Y ESTUDIO ECONOMICO PARA EL PROCESO QUE TIENE POR OBJETO SUMINISTRO DE AMENITIES, PRODUCTOS COSMÉTICOS Y JABÓN TIPO HOTEL PARA LAS TRES SEDES DEL CLUB MILITAR**

Página 6 de 13

RAZÓN SOCIAL	ANDINA POP S.A.S	ALEXANDER BATISTA FRANCO	JVM GROUP S.A.S	SISCOM SERVICIOS INTEGRALES SAS
		formas primarias y productos químicos de uso agropecuario		

Se puede observar en la tabla anterior, que las empresas cuentan con actividades económicas dentro del sector económico establecido para el presente proceso.

Para la identificación del proveedor no existe limitación o exclusividad alguna sobre las actividades o ítems señalados en las especificaciones técnicas. En el mercado existen empresas que están en la posibilidad de ofertar en un 100% los requerimientos de la Entidad.

**ANÁLISIS DE LA ESTRUCTURA DE COSTO:** para el análisis de la estructura de costo, junto al valor de los bienes descritos en las especificaciones técnicas, se incluyen todos los gastos en los que incurra por la suscripción, legalización y ejecución del contrato, como impuestos, publicaciones, constitución garantía única, transporte, operarios, etc.

**VALORACIÓN DE BENEFICIOS:** entre los beneficios que se esperan obtener con el presente proceso contar con la prestación de un servicio de alta calidad, lo cual contribuirá de manera efectiva el cumplimiento de las actividades propias del Club Militar.

**COSTOS INDIRECTOS:** algunas de las empresas que cuentan con la infraestructura necesaria para suministrar los bienes de acuerdo a los antecedentes del presente proceso, son las relacionadas anteriormente y están en condiciones de suplir la necesidad institucional requerida en el anexo de especificaciones técnicas mínimas del presente estudio previo y no causan costos indirectos para el Club Militar, toda vez que, en la oferta presentada, se deberán incluir los gastos en que incurra para llevar a buen término la ejecución del futuro contrato.

## 2. ESTUDIO DE LA DEMANDA

### 2.1 PRECIOS HISTÓRICOS

Verificado los antecedentes contractuales del Club Militar se pudo determinar que, en los años 2023, 2024 y 2025, se suscribieron contratos con iguales características y especificaciones técnicas; sin embargo, solo se tomarán los precios de referencia contratados en el año 2024 con el fin de ser proyectados de acuerdo al IPC certificado por el DANE, obteniendo el siguiente resultado:

ÍTEM	ENTIDAD CONTRATANTE Y CONTRATISTA	NÚMERO DE CONTRATO	DESCRIPCIÓN	NÚMERO DE PROCESO	MODALIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR PROYECTADO IPC 5.2%
1	CLUB MILITAR / NIDIA BEATRIZ SANCHEZ	CM-185-2024 del 09 de mayo de 2024	SHAMPO	CM-SASI-130-2024	SELECCIÓN ABREVIADA SUBASTA INVERSA	\$ 2,299.00	\$ 2,418.55
2			CREMA DE MANOS			\$ 2,299.00	\$ 2,418.55



CLUB MILITAR

**ANEXO 2**  
**ANALISIS DEL SECTOR Y ESTUDIO ECONOMICO PARA EL**  
**PROCESO QUE TIENE POR OBJETO SUMINISTRO DE AMENITIES,**  
**PRODUCTOS COSMÉTICOS Y JABÓN TIPO HOTEL PARA LAS TRES**  
**SEDES DEL CLUB MILITAR**

Página 7 de 13



Club Militar  
 Activos, Preterritos y Pasivos  
 Firmado Electrónicamente con AZSign  
 Acuerdo: 20250413-222714-70 taab-89777931  
 2025-04-13T22:27:31-05:00 - Página 7 de 13

3			GORRO PARA BAÑO			\$ 1,803.00	\$ 1,896.76
4			JABON TIPO HOTEL			\$ 1,657.00	\$ 1,743.16
5			SHAMPOO- SOBRE			\$ 825.00	\$ 867.90
6			RINSE			\$ 2,299.00	\$ 2,418.55
7			KIT DENTAL			\$ 9,461.00	\$ 9,952.97
8			KIT DE AFEITAR			\$ 7,864.00	\$ 8,272.93
9			TOALLA HIGIENICA			\$ 1,791.00	\$ 1,884.13
10			ENJUAGUE BUCAL			\$ 2,793.00	\$ 2,938.24
11			KIT DE MANICURE			\$ 6,841.00	\$ 7,196.73
12			COSTURERO EN ESTUCHE			\$ 2,087.00	\$ 2,195.52

## 2.2 PRECIOS REFERENCIA SECOP

Se realizó consulta en la página [www.colombiacompra.gov.co](http://www.colombiacompra.gov.co) durante las vigencias 20232 y 2024, encontrándose publicaciones de contratos en entidades estatales a nivel país, con objeto igual o similar al requerido en el presente estudio previo, así:

ENTIDAD CONTRATANTE Y CONTRATISTA	OBJETO	NÚMERO DEL CONTRATO Y FECHA DE SUSCRIPCIÓN	NÚMERO DE PROCESO	VALOR
SENA HOTELERIA TURISMO Y ALIMENTOS/ GROUP SAS JVM	11_9406_577_ CONTRATAR LA COMPRA DE AMENITES Y DESCARTABLES PARA EL FUNCIONAMIENTO DEL HOTEL ESCUELA DE CENTRO NACIONAL DE HOTELERÍA TURISMO Y ALIMENTOS.	CO1.PCCNTR.5639955 del 11/12/2023	MC-RDC-CNHTA- 0069-2023	\$ 14.722.500,00



CLUB MILITAR

**ANEXO 2**  
**ANÁLISIS DEL SECTOR Y ESTUDIO ECONOMICO PARA EL PROCESO QUE TIENE POR OBJETO SUMINISTRO DE AMENITIES, PRODUCTOS COSMÉTICOS Y JABÓN TIPO HOTEL PARA LAS TRES SEDES DEL CLUB MILITAR**

Página 8 de 13

De lo anterior, se determina que no es posible tomarlos como referencia para establecer el valor estimado de cada uno de los ítems, dado que las características o especificaciones técnicas establecidas en el presente proceso difieren del contrato señalado anteriormente.

### 2.3 PRECIOS DE MERCADO

Se realizó estudio de mercado para hallar el valor estimado de cada uno de los ítems relacionados, por medio del cual se obtuvo respuesta favorable de las empresas que se relacionan más adelante, de lo anterior, se tomó como referencia el menor valor, cumpliendo con las especificaciones técnicas, cantidades y demás condiciones exigidas por la Entidad:

ÍTEM	DESCRIPCIÓN	RAM Industria Química SAS	ANDINA POP SAS	ALEXANDER BATISTA FRANCO	MENOR VALOR COTIZADO
1	SHAMPO	\$ 2,900.00	\$ 2,700.00	\$ 2,490.00	\$ 2,490.00
2	CREMA DE MANOS	\$ 3,012.00	\$ 2,850.00	\$ 2,490.00	\$ 2,490.00
3	GORRO PARA BAÑO	\$ 2,666.00	\$ 2,300.00	\$ 2,490.00	\$ 2,300.00
4	JABON TIPO HOTEL	\$ 2,150.00	\$ 1,950.00	\$ 1,860.00	\$ 1,860.00
5	SHAMPOO- SOBRE	\$ 1,097.00	\$ 840.00	\$ 950.00	\$ 840.00
6	RINSE	\$ 2,989.00	\$ 2,850.00	\$ 2,490.00	\$ 2,490.00
7	KIT DENTAL	\$ 13,328.00	\$ 12,800.00	\$ 12,500.00	\$ 12,500.00
8	KIT DE AFEITAR	\$ 11,359.00	\$ 10,800.00	\$ 11,500.00	\$ 10,800.00
9	TOALLA HIGIENICA	\$ 2,116.00	\$ 1,700.00	\$ 1,950.00	\$ 1,700.00
10	ENJUAGUE BUCAL	\$ 3,192.00	\$ 2,900.00	\$ 2,690.00	\$ 2,690.00
11	KIT DE MANICURE	\$ 11,087.00	\$ 10,200.00	\$ 7,800.00	\$ 7,800.00
12	COSTURERO EN ESTUCHE	\$ 2,653.00	\$ 2,500.00	\$ 2,450.00	\$ 2,450.00

### 2.4 PRECIOS DE CATÁLOGO O PORTALES WEB

En cumplimiento a lo dispuesto en los Artículos 2.2.1.2.1.2.7 y 2.2.1.2.1.2.9. del Decreto 1082 de 2015, se realizó consulta en la página web <https://www.colombiacompra.gov.co/content/tienda-virtual>, determinándose que en el catálogo de los acuerdos marcos de precio suscritos por la Agencia Colombia Compra Eficiente, no se encuentra algún instrumento que satisfaga la necesidad descrita en el estudio previo.





**ANEXO 2**  
**ANÁLISIS DEL SECTOR Y ESTUDIO ECONOMICO PARA EL PROCESO QUE TIENE POR OBJETO SUMINISTRO DE AMENITIES, PRODUCTOS COSMÉTICOS Y JABÓN TIPO HOTEL PARA LAS TRES SEDES DEL CLUB MILITAR**

**Página 9 de 13**

Por lo anterior, se realizó consulta a través de portales web de algunas empresas dedicadas a la distribución, venta o comercialización de los bienes descritos en el presente estudio previo que cumplan con las especificaciones técnicas, cantidades y demás condiciones exigidas por la Entidad, de lo anterior, se determinó que no existen criterios para escoger un valor como referencia de los ítems solicitados por el Club Militar.

### **3. EL VALOR ESTIMADO DEL CONTRATO Y LA JUSTIFICACIÓN DEL MISMO**

#### **3.1 JUSTIFICACIÓN DEL VALOR ESTIMADO DEL CONTRATO.**

Para hallar el valor estimado de cada uno de los ítems establecidos en el estudio previo, se analizaron algunas variables que determinadas por el sector, de la cuales resaltamos las siguientes:

- a)** Precios referencias SECOP
- b)** Precios históricos
- c)** Precios del mercado.
- d)** Precios de catálogo o portales web.

De lo anterior, se puede establecer lo siguiente:

- 1. PRECIOS REFERENCIA SECOP II:** se verificó en el portal de Colombia Compra Eficiente, en donde se constató contratos suscritos por otras Entidades en donde se adquirieron elementos similares al del presente proceso. De lo anterior, se determina que no es posible tomarlos como referencia para establecer el valor estimado de cada uno de los ítems, dado que las características o especificaciones técnicas establecidas en el presente proceso difieren del contrato señalado anteriormente.
- 2. PRECIOS HISTÓRICOS:** verificado los antecedentes contractuales del Club Militar se pudo determinar que, en los años 2023, 2024 y 2025, se suscribieron contratos con iguales características y especificaciones técnicas; sin embargo, solo se tomaron los precios de referencia contratados en el año 2024, los cuales fueron proyectados de acuerdo al IPC certificado por el DANE, los resultados obtenidos serán objeto de comparación con las demás variables para determinar el valor estimado de cada ítem.
- 3. PRECIOS DE MERCADO:** se realizó estudio de mercado para hallar el valor estimado de cada uno de los ítems relacionados, por medio del cual se obtuvo respuesta favorable de las empresas, de lo anterior, se tomó como referencia el menor valor, cumpliendo con las especificaciones técnicas, cantidades y demás condiciones exigidas por la Entidad.
- 4. PRECIOS DE CATÁLOGO O PORTALES WEB:** en cumplimiento a lo dispuesto en los Artículos 2.2.1.2.1.2.7 y 2.2.1.2.1.2.9. del Decreto 1082 de 2015, se realizó consulta en la página web <https://www.colombiacompra.gov.co/content/tienda-virtual>, determinándose que en el catálogo de los acuerdos marcos de precio suscritos por la Agencia Colombia Compra Eficiente, no se encuentra algún instrumento que satisfaga la necesidad descrita en el estudio previo.





CLUB MILITAR

**ANEXO 2**  
**ANÁLISIS DEL SECTOR Y ESTUDIO ECONOMICO PARA EL**  
**PROCESO QUE TIENE POR OBJETO SUMINISTRO DE AMENITIES,**  
**PRODUCTOS COSMÉTICOS Y JABÓN TIPO HOTEL PARA LAS TRES**  
**SEDES DEL CLUB MILITAR**

Página 10 de 13

Por lo anterior, se realizó consulta a través de portales web de algunas empresas dedicadas a la distribución, venta o comercialización de los bienes descritos en el presente estudio previo, cumpliendo con las especificaciones técnicas, cantidades y demás condiciones exigidas por la Entidad, de lo anterior, se determinó que no existen criterios para escoger un valor como referencia de los ítems solicitados por el Club Militar

### 3.2 ANÁLISIS VALOR ESTIMADO

En cumplimiento a lo señalado por la Ley 80 de 1993, el artículo 2.2.1.1.2.1.1 del decreto 1082 de 2015, demás normas reglamentarias, y el manual de contratación del Club Militar, el cual señala que “los estudios y documentos previos son el soporte para elaborar el proyecto de pliegos, los pliegos de condiciones, y el contrato”, se procedió a consolidar a hallar los valores establecidos de acuerdo con las especificaciones exigidas en el proceso, obteniendo la información que se relaciona a continuación:

ÍTEM	DESCRIPCIÓN	PRECIO SECOP	PRECIOS DE CATÁLOGO	PRECIOS HISTÓRICOS PROYECTADOS	PRECIOS DE MERCADO	VALOR ESTIMADO
1	SHAMPO	NO EXISTE REFERENCIA	NO EXISTE REFERENCIA	\$ 2,418.55	\$ 2,490.00	\$ 2,418.55
2	CREMA DE MANOS	NO EXISTE REFERENCIA	NO EXISTE REFERENCIA	\$ 2,418.55	\$ 2,490.00	\$ 2,418.55
3	GORRO PARA BAÑO	NO EXISTE REFERENCIA	NO EXISTE REFERENCIA	\$ 1,896.76	\$ 2,300.00	\$ 1,896.76
4	JABON TIPO HOTEL	NO EXISTE REFERENCIA	NO EXISTE REFERENCIA	\$ 1,743.16	\$ 1,860.00	\$ 1,743.16
5	SHAMPOO- SOBRE	NO EXISTE REFERENCIA	NO EXISTE REFERENCIA	\$ 867.90	\$ 840.00	\$ 840.00
6	RINSE	NO EXISTE REFERENCIA	NO EXISTE REFERENCIA	\$ 2,418.55	\$ 2,490.00	\$ 2,418.55
7	KIT DENTAL	NO EXISTE REFERENCIA	NO EXISTE REFERENCIA	\$ 9,952.97	\$ 12,500.00	\$ 9,952.97
8	KIT DE AFEITAR	NO EXISTE REFERENCIA	NO EXISTE REFERENCIA	\$ 8,272.93	\$ 10,800.00	\$ 8,272.93
9	TOALLA HIGIENICA	NO EXISTE REFERENCIA	NO EXISTE REFERENCIA	\$ 1,884.13	\$ 1,700.00	\$ 1,700.00
10	ENJUAGUE BUCAL	NO EXISTE REFERENCIA	NO EXISTE REFERENCIA	\$ 2,938.24	\$ 2,690.00	\$ 2,690.00
11	KIT DE MANICURE	NO EXISTE REFERENCIA	NO EXISTE REFERENCIA	\$ 7,196.73	\$ 7,800.00	\$ 7,196.73
12	COSTURERO EN ESTUCHE	NO EXISTE REFERENCIA	NO EXISTE REFERENCIA	\$ 2,195.52	\$ 2,450.00	\$ 2,195.52



Club Militar

Firmado Electrónicamente con AZSign  
Acuerdo: 20250413-222714-70 taab-89777931  
2025-04-13T22:27:14-05:00 - Página 10 de 13



CLUB MILITAR

**ANEXO 2**  
**ANÁLISIS DEL SECTOR Y ESTUDIO ECONOMICO PARA EL PROCESO QUE TIENE POR OBJETO SUMINISTRO DE AMENITIES, PRODUCTOS COSMÉTICOS Y JABÓN TIPO HOTEL PARA LAS TRES SEDES DEL CLUB MILITAR**

Página 11 de 13

**4. INDICADORES DE CAPACIDAD FINANCIERA Y CAPACIDAD ORGANIZACIONAL**

La entidad define los indicadores de capacidad financiera y de organización teniendo en cuenta los límites establecidos en el “Manual para determinar y verificar los requisitos habilitantes en los procesos de contratación” de la agencia nacional Colombia compra versión 03 del 29 de septiembre de 2023, buscando establecer unas mínimas condiciones que reflejen la salud financiera de los futuros proponentes a través de su liquidez, endeudamiento y rentabilidad.

Con el propósito de contar con la mayor cantidad de empresas que puedan participar en el presente proceso, se tuvo en cuenta la información financiera contenida en el Registro Único de Proponentes de algunas empresas que dentro de su objeto o actividad económica están en la capacidad de suministrar los bienes contenidos en el presente proceso. De lo anterior, se seleccionó el indicador más conveniente, con el fin de contar con la mayor pluralidad de oferentes en la presentación de oferta.

INDICADOR							Media	Mediana	Desviación	Comparación entre empresas	Comparación medidas de tendencia central	Final sugerido	
	Empresa 1	Empresa 2	Empresa 3	Empresa 4	Empresa 5	Empresa 6							
ÍNDICE DE LIQUIDEZ	>=	2,2	3,97	5,87	45,19	4,08	51,21	18,75	4,98	18,45	2,20	4,98	0,57
ÍNDICE DE ENDEUDAMIENTO	↑	0,49	0,09	0,26	0,17	0,27	0,01	0,22	0,22	0,15	0,49	0,22	0,49
RAZÓN COBERTURA DE INTERESES	∥	6,57	305515,73	INDETERMINADO	55,26	8,81	479,95	61213,26	55,26	136622,89	6,57	55,26	6,57
PATRIMONIO	∥	0,19	0,12	0,42	0,48	0,43	0,36	0,33	0,39	0,16	0,12	0,16	0,12



Club Militar  
 Activos, Proveedores y Pasivos  
 Firmado Electrónicamente con AZSign  
 Acuerdo: 20250413-222714-70 taab-89777931  
 2025-04-13T22:27:31-05:00 - Página 11 de 13



CLUB MILITAR

**ANEXO 2**  
**ANÁLISIS DEL SECTOR Y ESTUDIO ECONOMICO PARA EL PROCESO QUE TIENE POR OBJETO SUMINISTRO DE AMENITIES, PRODUCTOS COSMÉTICOS Y JABÓN TIPO HOTEL PARA LAS TRES SEDES DEL CLUB MILITAR**

Página 12 de 13

<b>RENTABILIDAD SOBRE ACTIVOS</b>	<b>Y</b>	0,09	0,11	0,31	0,39	0,31	0,35	0,26	0,31	0,13	0,09	0,13	0,06
-----------------------------------	----------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------

Sin embargo, atendiendo las observaciones presentadas, las cuales fueron acogidas, se exigirán los siguientes indicadores:

<b>CAPACIDAD FINANCIERA</b>	
<b>ÍNDICE DE LIQUIDEZ</b> (Activo corriente / Pasivo corriente)	<b>Mayor o igual a 0,57</b>
<b>ÍNDICE DE ENDEUDAMIENTO</b> (Pasivo total / Activo total)	<b>Menor o igual a 0,49</b>
<b>RAZÓN DE COBERTURA DE INTERÉS</b> (Unidad operacional / Gastos de Intereses)	<b>Mayor o igual a 6,57</b> El proponente que no tenga gastos de intereses (denominador en cero) o cuyo valor sea "indeterminado" queda habilitado

En el evento en que el índice de gastos financieros del oferente sea 0, no se tendrá en cuenta la Razón de Cobertura de Intereses para efectos de verificación y se determinará como CUMPLE con este criterio, en caso contrario, deberá ser **Mayor o Igual a 6,57**.

(\*) Para el caso de propuestas conjuntas, la razón de cobertura de intereses del consorcio o de la unión temporal se calculará según el porcentaje de participación del integrante que sí tenga gastos financieros conforme el siguiente ejemplo:

<b>INTEGRANTE</b>	<b>% PARTICIPACIÓN</b>	<b>RAZÓN COBERTURA DE INTERESES</b>	<b>ÍNDICE PARA CÁLCULO</b>
<b>1</b>	50	8	4
<b>2(*)</b>	50	No Aplica	No Aplica
<b>CONSOLIDADO PROPUESTA</b>			<b>NO CUMPLE</b>

(\*) Gastos Financieros = 0

<b>CAPACIDAD ORGANIZACIONAL</b>	
<b>RENTABILIDAD SOBRE PATRIMONIO</b> (Utilidad operacional / Patrimonio)	<b>Mayor o igual a 0,12</b>
<b>RENTABILIDAD SOBRE ACTIVOS</b> (Utilidad operacional / Activo Total)	<b>Mayor o igual a 0,06</b>

Club Militar  
 Firmado Electrónicamente con AZSign  
 Acuerdo: 20250413-222714-70 taab-89777931  
 2025-04-13T22:27:31-05:00 - Página 12 de 13



CLUB MILITAR

**ANEXO 2**  
**ANÁLISIS DEL SECTOR Y ESTUDIO ECONOMICO PARA EL PROCESO QUE TIENE POR OBJETO SUMINISTRO DE AMENITIES, PRODUCTOS COSMÉTICOS Y JABÓN TIPO HOTEL PARA LAS TRES SEDES DEL CLUB MILITAR**

Página 13 de 13

Para el cálculo de la capacidad financiera y organizacional de los proponentes conjuntos (consorcio, unión temporal o promesa de sociedad futura), cada integrante del oferente aporta al valor total del componente del indicador de acuerdo con su porcentaje de participación y se aplicará la siguiente fórmula:

$$(ii) \text{ Indicador} = \frac{\left( \sum_{i=1}^n \text{Componente 1 del indicador, } X \text{ porcentaje de participación}_i \right)}{\left( \sum_{i=1}^n \text{Componente 2 del indicador, } X \text{ porcentaje de participación}_i \right)}$$

Donde n es el número de integrantes del oferente plural (unión temporal, consorcio o promesa de sociedad futura).

Subintendente **DAVID ENRIQUE CHÁVEZ ARROYO**  
Estructurador económico



**Club Militar**  
Activos, Preverederos y Pasivos

Firmado Electrónicamente con AZSign  
Acuerdo: 20250413-222714-70 taab-89777931  
2025-04-13T22:27:31-05:00 - Página 13 de 13

# REGISTRO DE FIRMAS ELECTRONICAS

## ANEXO 2- ANALISIS ECONOMICO Y FINANCIERO

**Club Militar**  
gestionado por: [azsign.com.co](https://azsign.com.co)

Id Acuerdo: 20250413-222714-701aa8-89777931

Creación: 2025-04-13 22:27:14

Estado: Finalizado

Finalización: 2025-04-13 22:27:30



Escanee el código  
para verificación

**Firma: Estructurador económico**

DAVID ENRIQUE CHÁVEZ ARROYO

88035450

[dechavez@clubmilitar.gov.co](mailto:dechavez@clubmilitar.gov.co)

Área Adquisiciones y Contratación

CLUB MILITAR



**Club Militar**  
Actual, Permanente y Posible

Firmado Electrónicamente con AZSign  
Acuerdo: 20250413-222714-701aa8-89777931  
2025-04-13T22:27:31-05:00 - Página 14 de 15



# REPORTE DE TRAZABILIDAD

## ANEXO 2- ANALISIS ECONOMICO Y FINANCIERO

**Club Militar**  
gestionado por: [azsign.com.co](https://azsign.com.co)

Id Acuerdo: 20250413-222714-701aa8-89777931

Creación: 2025-04-13 22:27:14

Estado: Finalizado

Finalización: 2025-04-13 22:27:30



Escanee el código  
para verificación

TRAMITE	PARTICIPANTE	ESTADO	ENVIO, LECTURA Y RESPUESTA
Firma	DAVID ENRIQUE CHÁVEZ ARROYO dechavez@clubmilitar.gov.co Área Adquisiciones y Contratación CLUB MILITAR	Aprobado	Env.: 2025-04-13 22:27:15 Lec.: 2025-04-13 22:27:28 Res.: 2025-04-13 22:27:30 IP Res.: 38.211.144.65