AGENCIA LOGÍSTICA
FUERZAS MILITARES
La unión de nuestras Fuerzas

Dependencia: **ABASTECIMIENTOS**
Fecha elaboración: 27 de agosto de 2025

ESTUDIO DEL SECTOR

OBJETIVO: CONTRATAR EL SUMINISTRO DE PRODUCTOS Y PANADERIA DIFERENTES PRESENTACIONES LISTOS PARA EL CONSUMO PARA APROVISIONAR LOS COMEDORES DE TROPAS LAS UNIDADES MILITARES Y UNIDADES DE NEGOCIOS POR LOS CUALES FUESE O LLEGARE A SER RESPONSABLE LA AGENCIA LOGÍSTICA DE FUERZAS MILITARES REGIONAL NORTE.

Objetivo del Estudio: El presente estudio del sector tiene como objetivo analizar la oferta y la demanda del sector relativo al objeto de contratación, teniendo en cuenta la justificación de la necesidad establecida en el Estudio previo y los bienes y servicios requeridos detallados en las **ESPECIFICACIONES TÉCNICAS DEL BIEN /SERVICIO**

Lo anterior en aras para que la entidad obtenga la mejor oferta económica y seleccione el contratista idóneo para suplir las necesidades de la entidad, mitigando el riesgo de incumplimiento por parte del contratista seleccionado. De acuerdo con lo dispuesto en el artículo 2.2.1.1.6.1 del Decreto 1082 de 2015 y la guía para la Elaboración de Estudios del sector de la Agencia Nacional para la contratación Pública – ANCP Colombia Compra Eficiente, la entidad realiza el presente estudio para evidenciar el análisis del sector realizado.

El presente estudio del sector para el proceso de selección abreviada SUBASTA INVERSA, tiene como objetivo realizar un análisis de la oferta y demanda del sector a cuál pertenece los bienes del objeto contractual, permitiendo:

- Conocer las características fundamentales de las empresas que conforman el segmento del mercado que tengan la capacidad de suplir la presente necesidad de contratación.
- Determinar las variables financieras y técnicas, adecuadas y proporcionales a la naturaleza y valor del contrato, que sirvan de base para estructurar el proceso contractual de la regional norte, garantizando la pluralidad de oferentes y selección objetiva.
- Establecer los precios promedio del mercado y el presupuesto del servicio o suministro a contratar, tomando de referencia el análisis efectuado de los precios suministrados por parte del mercado.

DESCRIPCIÓN DE LA NECESIDAD:

La Agencia Logística de las Fuerzas Militares, es un establecimiento público del orden nacional, adscrito al Ministerio de Defensa Nacional, dotado de personería jurídica, autonomía administrativa, financiera y patrimonial, creado mediante Decreto 4746 de 2005 que dispuso la fusión de los Fondos Rotatorios de la Armada Nacional y la Fuerza Aérea Colombiana en el Fondo Rotatorio del Ejército, el cual fue modificado mediante el Decreto 1753 del 27 de octubre de 2017, "Por el cual se modifica la estructura interna de la Agencia Logística de las Fuerzas Militares y se determinan las funciones de sus dependencias".

La Agencia Logística de las Fuerzas Militares (ALFM) en cumplimiento de su misión institucional, la cual tiene por fin *"Proveer soluciones logísticas focalizadas en abastecimientos Clase I, Clase*

GLOBAL COLOMBIA CERTIFICACIÓN ISO 9001:2015
EMPRESA CERTIFICADA
Certificate No.
LAT-0977

AGENCIA LOGÍSTICA
FUERZAS MILITARES
La unión de nuestras Fuerzas

III e Infraestructura a las Fuerzas Militares de Colombia y a otras Entidades del Estado, en todo tiempo y lugar, y desarrollar sus capacidades en la gestión de otros bienes y servicios"; ejecuta el abastecimiento y la alimentación diaria bajo las diferentes modalidades previstas en los Contratos Interadministrativos de Alimentación a las diferentes Unidades del Ejército Nacional, Armada Nacional, Fuerza Aérea Colombiana y otras Entidades; lo cual implica la optimización de los recursos dispuestos por el Gobierno Nacional y de acuerdo con los fines de la contratación estatal expresados en el artículo 3º de la ley 80 de 1993, que reza: "*Los servidores públicos tendrán en consideración que al celebrar contratos y con la ejecución de los mismos, 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.* " debe entonces, propender por satisfacer las necesidades propias de su funcionamiento mediante la adquisición de los bienes y/o servicios que le faciliten el cumplimiento de las actividades asignadas en el Decreto de creación N° 4746 de 2005 y en el Decreto de reestructuración N° 1753 de 2017.

Que de conformidad al Contrato interadministrativo N° 050 DIADQ – DIPER - 2024, celebrado entre el Ministerio de Defensa Nacional – Ejército Nacional y la Agencia Logística de las Fuerzas Militares, cuyo objeto es: *El contratista se obliga con el ministerio de defensa nacional- ejército nacional, al abastecimiento de estancias de alimentación con destino al personal de soldados y alumnos de las unidades militares del ejército nacional, .de acuerdo anexo No. 1 de este contrato, el anexo No. 2 de la solicitud de oferta del proceso, y la oferta presentada por el contratista.*

Contrato Interadministrativo N° 002 ARC –JOLAN- 2023 cuyo objeto es: Contratar el abastecimiento de estancias de alimentación para el personal de Infantes de Marina, Cadetes y Alumnos de las diferentes Escuelas de Formación, de acuerdo con los anexos A, B, C, D, E, F, G del proceso contratación interadministrativa

Así también con el Contrato Interadministrativo N° 185-00-A-COFAC-DILOS-2022 cuyo objeto es El suministro de estancias de alimentación diaria para el personal Soldados de Aviación que prestan su servicio militar obligatorio; el servicio de alimentación para el personal de Alférez, Cadetes, Distinguidos, Alumnos y Soldados que sean destinados en comisión del servicio por actividades operacionales, administrativas y ceremoniales, de acuerdo a la ficha técnica y las condiciones propias del servicio requerido

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 Unidades Militares y comedores de estas fuerzas con las que se suscribió los anteriores contratos interadministrativos de Ejército, Armada y Fuerza Aérea, abastecemos las unidades militares de víveres frescos, secos y comida caliente, y en cumplimiento de ellos, surge la necesidad de adquirir materia prima e insumos y productos terminados para satisfacer dicha necesidad, proveyendo los requerimientos de cada una de las unidades tácticas, las unidades militares y unidades de negocios por los cuales fuese o llegare a ser responsable la agencia logística de fuerzas militares regional norte

Teniendo en cuenta la necesidad que se origina y partiendo de los menús establecidos para el cumplimiento de los partes diarios en catering y en concordancia con las tablas de porciones determinadas por la oficina de operaciones logísticas a nivel nacional, la Agencia Logística Regional Norte requiere realizar proceso de selección abreviada, para seguir abastecimientos a

GLOBAL COLOMBIA CERTIFICACIÓN ISO 9001:2015
EMPRESA CERTIFICADA
Certificate No

los diferentes comedores de tropas. Por lo que se solicitó Certificado de Disponibilidad Presupuestal para realizar proceso con el fin de lograr la adquisición y suministro de panadería diferentes presentaciones, productos que cumplan con las fichas técnicas o especificaciones técnicas acordes y necesarias para llevar a cabo los lineamientos de la Agencia Logística, el Ministerio de Salud y Protección Social y sus entes de control nacional y regionales, la resolución 2674 de 2013 y todos los lineamientos y requisitos de LEY, que debe cumplir cada catering para la preparación, manipulación, cocción y servicio de los Alimentos que se distribuyen en cada comedor pertenecientes a la Jurisdicción de la Regional Norte. Productos bajo condiciones y cantidades establecidas para cumplir con los requerimientos nutricionales del personal a quien se le suministra dicha alimentación o comida caliente, para lo cual el mercado cuenta con proveedores en este campo que están dispuestos a ofrecer sus bienes para la ejecución de este proceso.

Que se tiene proyectado realizar la contratación por lotes de acuerdo a la ubicación de las unidades a atender, con la finalidad de realizar el apoyo a las regiones y su impuso a la economía y de acuerdo a la proyección del consumo en el primer semestre de la vigencia actual, se establece el presupuesto a cada lote para el suministro de panes diferentes presentaciones para abastecer los comedores para el segundo semestre de la vigencia 2025, sin embargo no se establecen cantidades por cuanto la dinámica de la operación es cambiante, y se suscribirá bajo la modalidad de monto agotable; por otra parte, en caso de no realizar la contratación de los bienes descritos no se cumpliría con los fines del estado relacionados con la Seguridad Nacional, toda vez que los beneficiarios finales de la contratación son los miembros de las fuerzas militares para su bienestar alimentario.

Que de conformidad con el artículo 2.2.1.2.1.2.9 del Decreto 1082 de 2015, la entidad Verifico la existencia de acuerdo marco de precios en la tienda virtual del Estado Colombiano respecto del servicio objeto del presente estudio, identificando que no existe ningún acuerdo vigente que cobije este bien, sin embargo de acuerdo a los lineamientos de la Dirección General 2025130000015713 ALDG-ALSG-CT-13000 para la vigencia 2025 se debe realizar la implementación del AID para adquisición de *"Alimentos Perecederos y No Perecedero para Consumo Humano" instrumentos publicado por CCE el cual se encuentra en borrador y su aplicación es de obligatorio cumplimiento a partir del 23 de abril del año en curso, entendiendo que el mismo se encuentra alineado con el Plan Nacional de Desarrollo "Colombia Potencia Mundial de la Vida".* Por lo que la ALFM como entidad pública responsable de la alimentación de los soldados, debe dar aplicación estricta de manera inmediata una vez se encuentre el instrumento en ejecución.

La finalidad de este instrumento es satisfacer la necesidad de la prestación del servicio de comida caliente de alimentación de las entidades donde sus funciones incluyen adquirir alimentos, garantizando que haya pluralidad de oferentes, participación de MIPYMES, que se dé cumplimiento a la Ley 2046 de 2020 de compras públicas locales que fortalece la económica, promoviendo una correcta adecuación a las necesidades nutricionales de la población y las practicas alimentarias territoriales.

Así entonces de acuerdo a la necesidad descrita, nos enmarcamos en un proceso licitatorio, para realizar la contratar el suministro de productos y panadería diferentes presentaciones listos para el consumo para aprovisionar los comedores de tropas las unidades militares y unidades de negocios por los cuales fuese o llegare a ser responsable la agencia logística de fuerzas militares regional norte, durante el segundo semestre de la vigencia 2025, a través de

GLOBAL COLOMBIA CERTIFICACIÓN ISO 9001:2015
EMPRESA CERTIFICADA
Certificate No.
LAT-0977

la modalidad de contratación de selección abreviada subasta inversa para escoger a un oferente que cumpla con las condiciones establecidas en el presente informe técnico.

DESARROLLO DEL ESTUDIO DEL SECTOR:

Los bienes / servicios que la entidad pretende adquirir se encuentran debidamente identificados a través del clasificador de bienes y servicios y el sector al cual pertenecen, con cada código, en los listados de especificaciones técnicas del estudio previo.

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

ESTRUCUUTRACION DEL ESTUDIO DEL SECTOR:

- Aspectos Generales
- Comportamiento del Gasto Histórico
- Estudio de la demanda
- Estudio de la oferta
- Estudio del mercado

➢ **ASPECTOS GENERALES**

La regional norte de la Agencia Logística de las Fuerzas Militares, requiere contratar el CONTRATAR EL SUMINISTRO DE PRODUCTOS Y PANADERIA DIFERENTES PRESENTACIONES LISTOS PARA EL CONSUMO PARA APROVISIONAR LOS COMEDORES DE TROPAS LAS UNIDADES MILITARES Y UNIDADES DE NEGOCIOS POR LOS CUALES FUESE O LLEGARE A SER RESPONSABLE LA AGENCIA LOGÍSTICA DE FUERZAS MILITARES REGIONAL NORTE, por medio del presente documento se permite realizar un análisis del sector al cual pertenecen estos productos con el respectivo análisis, económicos, técnico, regulatorio, entre otros que permitan conocer el sector de los productos que van a satisfacer la necesidad de la entidad.

2. CLASIFICACIÓN DE BIENES Y SERVICIOS UNSPSC: El bien, objeto del presente proceso de selección está codificado en el clasificador de Bienes y Servicios UNSPSC como se indica a continuación:

Grupo	Segmento	Familia	Clases	Productos	Nombre
(E) PRODUCTOS DE USO FINAL	(50) ALIMENTOS , BEBIDAS Y TABACOS	(18) PRODUCTOS DE PANADERIA	(19) PAN,GALLETAS Y PASTELITOS DUCES	(00) PAN,GALLETAS Y PASTELITOS DUCES	PAN,GALLETAS Y PASTELITOS DUCES
(E) PRODUCTOS DE USO FINAL	(50) ALIMENTOS , BEBIDAS Y TABACOS	(18) PRODUCTOS DE PANADERIA	(19) PAN,GALLETAS Y PASTELITOS DUCES	(01) PAN FRESCO	PAN FRESCO
(E) PRODUCTOS DE USO FINAL	(50) ALIMENTOS , BEBIDAS Y TABACOS	(18) PRODUCTOS DE PANADERIA	(19) PAN,GALLETAS Y PASTELITOS DUCES	(05) GALLETAS DE DUCES	GALLETAS DE DUCES
(E) PRODUCTOS DE USO FINAL	(50) ALIMENTOS , BEBIDAS Y TABACOS	(18) PRODUCTOS DE PANADERIA	(19) PAN,GALLETAS Y PASTELITOS DUCES	(06) PAN DE REPISA	PAN DE REPISA

3. CUANTÍA: La Agencia Logística de las Fuerzas Militares Regional Norte, proyecta el presupuesto cuenta por valor de Novecientos Treinta Millones de Pesos MCTE (**$ 930.000.000**) incluido IVA y demás impuestos.

DEPENDENCIA DE AFECTACION	RUBRO PRESUPUESTAL (5° NIVEL)	DESCRIPCION DEL RUBRO	VALOR
VIVERES COMEDORES	A-05-01-01-002-003	Productos de Molinería, Almidones y Productos Derivados	$ 930.000.000

4. PLAZO DE EJECUCIÓN:

Para la Brigada dos y diez: El oferente seleccionado deberá suministrar el objeto a contratar hasta 31 de diciembre del 2025, hasta agotar presupuesto y/o lo que ocurra primero.

Para la Brigada once: El oferente seleccionado para este deberá suministrar el objeto a contratar hasta 31 de diciembre del 2025, hasta agotar presupuesto y/o lo que ocurra primero.

SECTOR ECONÓMICO AL QUE PERTENECE EL BIEN

A) SECTOR SECUNDARIO
B) PRODUCTOS ALIMENTOS PREPARADOS

La actividad económica a la cual pertenece la Panadería, es a la actividad económica del **sector secundario**.

Las actividades económicas del sector secundario son aquellas que se encargan de transformar la materia prima que se obtiene en el sector primario y elaborar a partir de ellas nuevos productos que sean de consumo y beneficio dentro del mercado y la sociedad, los cuales pasan a la fase de distribución y comercialización.

Algunos ejemplos de actividades del sector secundario son la industria pesada, los productos alimenticios, la moda, la artesanía, la generación de vehículos, todo lo relacionado con la electrónica, los productos derivados del petróleo, etc.

En definitiva, se considera el sector más importante de toda economía. Los países que dependen de la agricultura para actividades asociadas al sector primario son más lentos que aquellos cuyas actividades están enfocadas al sector secundario. Esto convierte al sector secundario en una parte sustancial del producto interno bruto. Ya que es responsable de la creación de productos y es el motor del crecimiento económico de un país.

GENERALIDADES DEL SECTOR

PAN
El pan ha sido un elemento básico de la dieta humana desde la antigüedad. La gente primitiva ya hacía pan ácimo -sin levadura- hace 12.000 años, a partir de una mezcla de harina y agua, y cociéndolo al sol.

Se cree que fueron los egipcios los que descubrieron cómo hacer el pan que conocemos hoy, utilizando levadura silvestre para fermentarlo.

En la actualidad con frecuencia es demonizado como la fuente de carbohidratos que engorda, y suele ser el primer alimento que se retira de las dietas. Algunos argumentan que el pan hecho en fábricas tiene demasiados conservantes, aditivos y sal, y que es por eso poco saludable.

Pero el pan puede ser una buena fuente de carbohidratos que son necesarios para una dieta balanceada.

Cada tipo de pan tiene sus propiedades. Por lo que, en lugar de evitar consumirlo, la opción más saludable es conocer qué contiene cada rebanada y qué cantidad conviene consumir.

El pan es considerado históricamente como un alimento primordial por su alto valor energético ya que aporta grandes cantidades de carbohidratos complejos. De media, unos 50 gramos de pan aportan unas 125 calorías.

El pan también aporta proteínas vegetales que, a pesar de ser de bajo valor nutricional, se pueden compensar con la ingesta de legumbres que sí presentan los aminoácidos esenciales ausentes (en especial la lisina).

El nivel de grasas suele ser muy bajo en los panes comerciales comunes (excepto en el pan de molde).
El consumo de pan es importante para el correcto funcionamiento del aparato digestivo ya que suele ser una de las mayores fuentes de fibra en la dieta humana, en especial si se trata de pan fabricado con harina integral porque tiene entre tres y cuatro veces más cantidad de fibra.

ECONOMÍA COLOMBIANA

Información julio 2025

Índice de Precios al Consumidor (IPC)

Variación mensual, año corrido y anual
Total nacional
2024 - 2025 (julio)

IPC	Julio					
	Variación Mensual		Variación Año corrido		Variación Anual	
	2024	2025	2024	2025	2024	2025
IPC total	0,20	**0,28**	4,32	**4,02**	6,86	**4,90**

Fuente: DANE, IPC

En julio de 2025 la variación mensual del IPC fue 0,28%, la variación año corrido fue 4,02% y la anual 4,90%.

En julio de 2025 la variación anual del IPC fue 4,90%, es decir, 1,96 puntos porcentuales menor que la reportada en el mismo periodo del año anterior, cuando fue de 6,86%.

El comportamiento mensual del IPC total en julio de 2025 (0,28%) se explicó principalmente por la variación mensual de las divisiones Alimentos y bebidas no alcohólicas y Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles. Las mayores variaciones se presentaron en las divisiones Alimentos y bebidas no alcohólicas (0,82%) y Salud (0,39%).

GLOBAL COLOMBIA CERTIFICACIÓN ISO 9001:2015
EMPRESA CERTIFICADA

RESULTADOS DEL MES DE JUNIO 2025

En julio de 2025 la variación mensual del IPC fue 0,28%, la variación año corrido fue 4,02% y la anual 4,90%.

En julio de 2025 la variación anual del IPC fue 4,90%, es decir, 1,96 puntos porcentuales menor que la reportada en el mismo periodo del año anterior, cuando fue de 6,86%.

El comportamiento mensual del IPC total en julio de 2025 (0,28%) se explicó principalmente por la variación mensual de las divisiones Alimentos y bebidas no alcohólicas y Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles. Las mayores variaciones se presentaron en las divisiones Alimentos y bebidas no alcohólicas (0,82%) y Salud (0,39%).

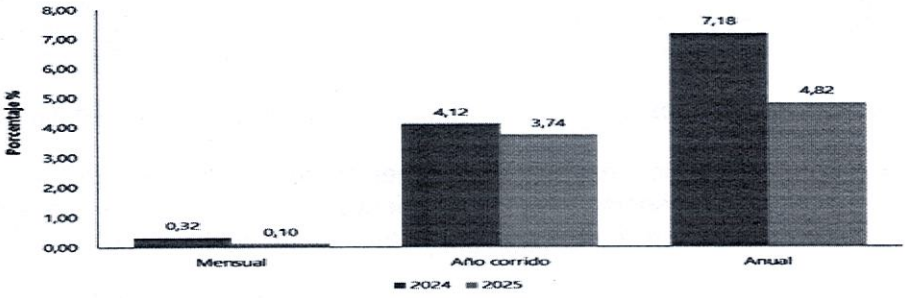
Variación anual del Índice de Precios al Consumidor (IPC)

Por divisiones de gasto

Índice de Precios al Consumidor (IPC)

Junio 2025

Gráfico 1. IPC Variaciones
Total Nacional
Junio 2024 - 2025



Fuente: DANE, IPC.

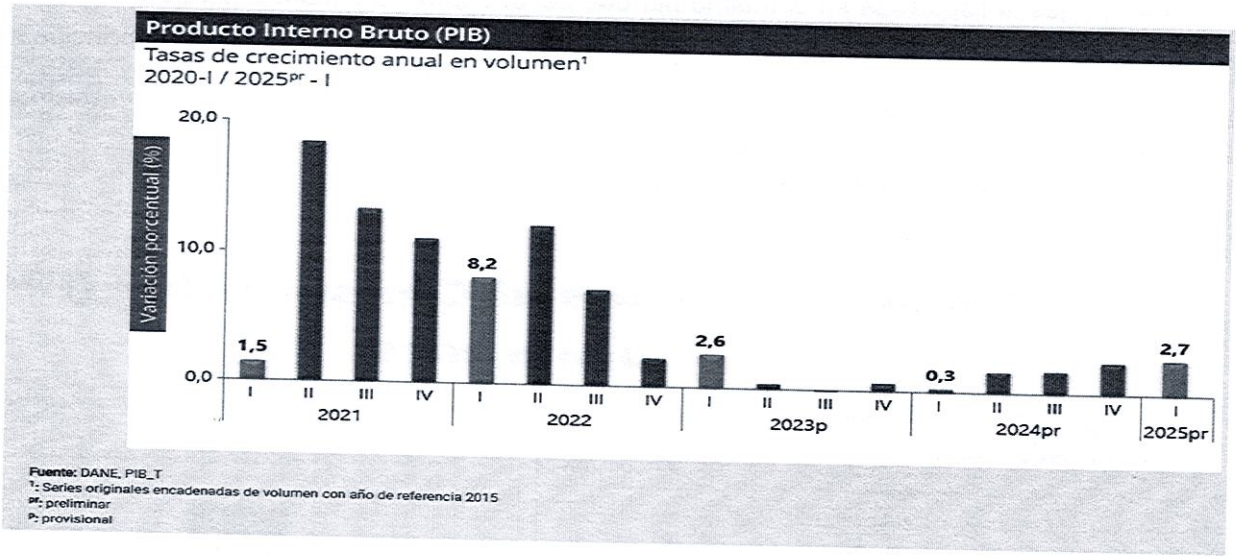
Comportamiento de la variación mensual del IPC según divisiones y subclases 1.1.1 Variación y contribución mensual por divisiones de gasto En el mes de junio de 2025, el IPC registró una variación de 0,10% en comparación con mayo de 2025, ocho divisiones se ubicaron por encima del promedio nacional (0,10%): Restaurantes y hoteles (0,42%), Salud (0,36%), Bebidas alcohólicas y tabaco (0,27%), Bienes y servicios diversos (0,23%), Bienes y servicios para el hogar y para la conservación ordinaria del hogar (0,20%), Transporte (0,20%), Prendas de vestir y calzado (0,16%) y por último, Información y comunicación (0,12%). Por debajo se ubicaron: Educación (0,01%), Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles (0,01%), Recreación y cultura (0,00%) y, por último, Alimentos y bebidas no alcohólicas (-0,08%).

PIB EN COLOMBIA 2025

Información I trimestre 2025pr

En el primer trimestre de 2025pr, el Producto Interno Bruto en su serie original, crece 2,7% respecto al mismo periodo de 2024pr

GLOBAL COLOMBIA CERTIFICACIÓN ISO 9001:2015
EMPRESA CERTIFICADA
Certificate No.
LAT-0977



- Las actividades económicas que más contribuyen a la dinámica del valor agregado son:

- Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas; Transporte y almacenamiento; Alojamiento y servicios de comida crece 3,9% (contribuye 0,8 puntos porcentuales a la variación anual).

- Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca crece 7,1% (contribuye 0,7 puntos porcentuales a la variación anual).

- Actividades artísticas, de entretenimiento y recreación y otras actividades de servicios; Actividades de los hogares individuales en calidad de empleadores; actividades no diferenciadas de los hogares individuales como productores de bienes y servicios para uso propio crece 15,5% (contribuye 0,6 puntos porcentuales a la variación anual).

- Respecto al trimestre inmediatamente anterior, el Producto Interno Bruto en su serie ajustada por efecto estacional y calendario crece 0,8%. Cuando se observa el comportamiento de las actividades económicas relacionadas:

- Actividades artísticas, de entretenimiento y recreación y otras actividades de servicios; Actividades de los hogares individuales en calidad de empleadores; actividades no diferenciadas de los hogares individuales como productores de bienes y servicios para uso propio crece 4,1%.

- Actividades financieras y de seguros crece 1,0%.

- Administración pública y defensa; planes de seguridad social de afiliación obligatoria; Educación; Actividades de atención de la salud humana y de servicios sociales crece 0,6%.

Categorías de la Industria de Alimentos más consumidas

GLOBAL COLOMBIA CERTIFICACIÓN ISO 9001:2015
EMPRESA CERTIFICADA

Ahora bien, de la Canasta ANDIAlimentos, las categorías de mayor gasto en los hogares colombianos fueron los cárnicos y sus derivados (7,18%), la leche y sus derivados (3,88%) y los productos de panadería (1,97 %), que representaron más de $78 billones de pesos durante el 2023. Así los colombianos prefirieron orientar su consumo a productos de origen animal que proporcionan proteínas de alta calidad, diversos ácidos grasos esenciales, hierro, calcio y zinc.

Categorías de la Industria de Alimentos	Pocket Share	Gasto en Billones
Carnes Y Sus Derivados	7,18%	$ 43,78
Leche Y Derivados Lácteos	3,88%	$ 21,95
Pan Productos De Panadería	1,97%	$ 12,50
Aceites Para Consumo Humano	0,83%	$ 4,67
Café	0,52%	$ 2,83
Chocolate De Mesa	0,42%	$ 2,54
Helados	0,37%	$ 2,41
Pasabocas Snakcs	0,41%	$ 2,40
Verduras: Secas, Enlatadas O Empacadas	0,37%	$ 2,25
Alimentos Para Bebe	0,33%	$ 1,87
Condimentos	0,21%	$ 1,41
Pastas	0,17%	$ 1,13
Harina De Maíz Y Otros Derivados	0,14%	$ 0,96
Cereales Empacados	0,09%	$ 0,60
Galletas Sal	0,09%	$ 0,58
Sopas	0,08%	$ 0,52
Sal	0,09%	$ 0,51
Jugos	0,07%	$ 0,50
Preparación Para Postres	0,06%	$ 0,37
Mermeladas	0,05%	$ 0,27
Frutas En Conservas	0,01%	$ 0,09
Galletas Dulces	0,01%	$ 0,08

MOLINERÍA EN COLOMBIA

La industria molinera es aquella encargada de la molienda de trigo, arroz, maíz, entre otros cereales, productos que tienen como destino ser producto final orientado al consumo de las familias o ser producto intermedio dirigido a las industrias que elaboran productos de panadería, pastelería y galletería, fideos y otras pastas alimenticias.

La cadena productiva de las molinerías, reposterías y panaderías comprende varios eslabones, que van desde el procesamiento de los insumos hasta la producción de elementos más elaborados como el pan, las pastas, las tortas, entre otros. Como punto inicial se tiene la siembra y posterior cosecha del trigo, el cual se configura como materia prima principal para elaborar los productos que caracterizan esta industria.

PRODUCTOS DE MOLINERÍA

HARINA: Se entiende por harina, el producto finamente triturado, obtenido de la molturación del grano de trigo maduro, sano y seco industrialmente limpio. Los productos triturados de otros cereales deberán llevar añadido, el nombre genérico de la harina del grano del cual procede.

PANADERÍAS: Consiste en la elaboración de pan de todas las clases, incluyendo pan de molde, tostado, etc. No se incluye en este grupo los despachos en los que no se realiza la cocción del mismo.

Debido a la incorporación de la tecnología del pre cocido y la congelación, algunas panaderías, de tamaño medio principalmente, han comenzado a reconvertir sus despachos en "puntos calientes", donde se realiza o finaliza el proceso de horneado, ofreciendo un pan reciente al consumidor.

PASTELERÍAS: Incluye la elaboración de pasteles, bollos, tartas, galletas, bizcochos... Cabe distinguir entre pastelerías de carácter artesanal (donde se elabora un producto perecedero, hecho artesanalmente, con un modelo de empresa de tipo familiar de pequeño o mediano tamaño) y la pastelería industrial (donde la producción está mecanizada y las cantidades que se producen son mucho mayores mientras que el precio es menor). El tamaño de estas empresas suele ser mayor que las de tipo artesanal y las máquinas requieren una mayor inversión.

GREMIOS EN MOLINERÍA Y PANADERÍA

• **INDUARROZ:** Creada con el objetivo de garantizar la sostenibilidad y la competitividad, la Cámara Induarroz agrupa y representa desde 1965 a los industriales del arroz en Colombia en los diferentes escenarios públicos y privados a nivel nacional e internacional.

• **FEDEMOL:** es una entidad gremial sin ánimo de lucro creada desde 1949 que representa ante las autoridades y los estamentos sociales nacionales e internacionales los intereses de las industrias colombianas de trigo y derivados (pan, pastas y galletas).

• **FEDEARROZ:** La Federación Nacional de Arroceros es una asociación de carácter gremial y nacional, compuesta por los productores de arroz que se afilian a ella, siendo el pilar fundamental para miles de agricultores.

• **FENALCE:** La Federación Nacional de Cultivadores de Cereales, tiene como objetivo la modernización del sector cerealista.

• **ADEPAN:** es la Asociación Nacional de Fabricantes de Pan en Colombia. Desde hace 57 años agrupa y promueve al gremio de los trasformadores y productores del sector de la panificación en Colombia.

• **ACOPI:** Es el gremio de las MiPymes Colombianas que impulsa el desarrollo económico y social del país.

En Colombia, debido a la casi inexistente producción nacional de trigo que representa el 0,3%, se debe importar vía marítima el 99,7% del trigo que se utiliza para la producción de harina de trigo, principalmente desde Canadá y Estados Unidos", explicó el gremio.

ENTIDADES REGULADORAS

• **MINISTERIO DE SALUD:** Mediante la ley 9 de 1997 dicta las medidas sanitarias tendientes a la protección de alimentos entre otros y en el decreto 1944 de 1996 se reglamenta la fortificación de la harina de trigo y se establecen las condiciones de comercialización, rotulado, vigilancia y control.

• **CÁMARA DE COMERCIO:** Se encargan de la formalización del sector empresarial.

• **SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO**: La Superintendencia de Industria y Comercio es la autoridad nacional de protección de la competencia, los datos personales y la metrología legal, protege los derechos de los consumidores y administra el Sistema Nacional de Propiedad Industrial, a través del ejercicio de sus funciones administrativas y jurisdiccionales.

• **BANCO DE LA REPÚBLICA:** Contribuye al bienestar de los colombianos mediante la preservación del poder adquisitivo de la moneda, el apoyo al crecimiento económico sostenido y el aporte a la estabilidad financiera, al buen funcionamiento de los sistemas de pago, a la generación de conocimiento y a la actividad cultural del país.

• **INVIMA**: Es una entidad de vigilancia y control de carácter técnico científico, que trabaja para la protección de la salud individual y colectiva de los colombianos, mediante la aplicación de las normas sanitarias asociadas al consumo y uso de alimentos, medicamentos, dispositivos médicos y otros productos objeto de vigilancia sanitaria.

• **DIAN**: tiene como objeto coadyuvar a garantizar la seguridad fiscal del Estado colombiano y la protección del orden público económico nacional, mediante la administración y control al debido cumplimiento de las obligaciones tributarias, aduaneras, cambiarias, los derechos de explotación y gastos de administración sobre los juegos de suerte y azar explotados por entidades públicas del nivel nacional y la facilitación de las operaciones de comercio exterior en condiciones de equidad, transparencia y legalidad.

• **DANE**: Es la entidad encargada de realizar los análisis y estudios de los diferentes mercados.

SECTOR DE PANADERÍA EN COLOMBIA

El pan es un alimento imprescindible en los hogares del país. Así lo determinó un estudio de Kantar, en el que aseguran que este es un mercado maduro, puesto que el 98% de los hogares en el país compran panes en el año.
La historia de la industria panificadora en Colombia comenzó en la conquista, en los albores del siglo XVI, cuando ocurrió la mezcla de comestibles de los indígenas e ingredientes provenientes de España. En ese entonces se reemplazaron unos productos por otros, al paso que se complementaron diversas recetas, logrando de esta forma, el mestizaje culinario.

En esa época la nobleza española, queriendo consumir el pan blanco, trajo de sus tierras semillas de trigo y ordenó que se sembraran en las diferentes regiones del territorio colombiano, iniciando de esta forma, la producción de la harina, el pan y las hostias para el rito litúrgico.

Por su parte, los indígenas ya consumían el maíz en diferentes formas: arepas, bollos, sopas, tamales y panes. Los primeros cultivos de trigo se ubicaron principalmente en los municipios de Boyacá y Cundinamarca, donde, con el paso del tiempo, la harina y el pan, empezaron a formar parte de la dieta de los habitantes locales.

Por el contrario, en departamentos como Antioquia, ganaron más espacio productos derivados del maíz, sobresaliendo la arepa, por la cercanía a los cultivos de este cereal. Para finales del siglo XX se presentaron varios avances en la industria panificadora en Colombia. En primer

lugar, se definió una nominación para el gremio, ya que en la industria se tienen productos elaborados con harina de trigo, levadura, agua potable y sal común. De igual forma se incrementó la importación del trigo de países extranjeros con altas tasas arancelarias para su ingreso. Además, se aumentó la cantidad de molinos en las ciudades y, por consiguiente, en las panaderías, especialmente en Bogotá y Barranquilla.

CONSUMO DE PAN EN COLOMBIA

Según el informe, en promedio un hogar realiza la compra de pan cada 13 días y cada vez que lo compran, llevan aproximadamente 408 gramos, lo que equivale a una bolsa de tamaño mediano y desembolsando en promedio 3.026 pesos.

De igual manera, se determinó que los días en los que mayor compra de pan hace los connacionales son los sábados y los domingos, seguido por los días lunes.

El mercado de las harinas de trigo para panificación, es un mercado que tiene una dinámica particular debido a las fluctuaciones del precio en la bolsa de Chicago, si ha de tenerse en cuenta que en el país se produce cada vez menos trigo, ante la ausencia de políticas claras gubernamentales que incentiven su cultivo y posterior comercialización.
En los últimos meses, y debido a la revaluación del peso colombiano, se han visto favorecidos los consumidores; lo que nadie garantiza es que lleguen temporadas en las cuales marcadas devaluaciones traerán como consecuencia un encarecimiento de los bienes con un alto grado de componentes importados, razón por la cual la optimización en los costos de toda índole.

Cerca del 98% de los colombianos consume pan, el 70% lo hace a diario, el 91% lo consume al desayuno, el 8% a las medias nueves y el 4% al almuerzo.

Los hogares de Medellín, con un promedio anual de 13,5 kilos de consumo de pan, son los que más tienen presente este alimento en sus comidas, según un estudio de Kantar, informó Portafolio.
La siguiente es la lista de las tres zonas del país que más consumen pan, según la medición:
Medellín: 13,5 kilos por hogar.
Atlántico: 11,8 kilos por hogar.
Bogotá: 11,5 kilos por hogar.

El Eje Cafetero es una de las regiones que tiene el indicador más bajo de consumo debido a que acostumbran a comer más arepa de maíz que pan. Cali, en cambio, fue elegida este año como sede de la Feria del Pan y Pastelería realizada por Levapan y Puratos, al ser la segunda ciudad del país con mayor número de panaderías.

En Colombia existen aproximadamente 25 mil microempresas de este tipo. El primer lugar lo ocupa Bogotá con cerca de 8.000 establecimientos y seguida está la capital del Valle del Cauca con aproximadamente 2.500.

Sin embargo, "en este momento la industria panadera no está presentando crecimiento, sino que se mantiene estable. De hecho, el año pasado presentó un decrecimiento del 15% al 16%, pero hay una oportunidad grandísima de crecimiento sobre todo en los productos funcionales. Para este año esperamos crecer cerca del 1% y 2%. No es muy significativa la cifra, pero el cambio de consciencia en la industria es fundamental para generar un punto de inflexión en la oferta de productos que influye directamente en el consumo de los colombianos",

En el primer trimestre ya se ha presentado una caída del 5% en importación frente al mismo periodo en el 2017. Según cifras del Centro Virtual de Negocios pasaron de importar 6.253 toneladas el año pasado a 5.909 toneladas este año. Aun así, los consumos de estos alimentos continúan siendo primordiales en la dieta de los colombianos.

Ante este panorama que no es tan positivo, las empresas dedicadas a este mercado buscan incrementar el consumo de pan y pastelería rescatando los valores ancestrales, combinándolos a su vez con innovación y tecnología.

Ya que, en este momento, los consumidores quieren panes funcionales y naturales que conserven los colores, sabores, aromas y texturas tradicionales. Además, buscan que exista una amplia variedad de productos, y que se genere un balance adecuado entre precio y calidad.

Dentro de estas tendencias que están en furor en este momento están el consumo de las masas madre y la panadería artesanal, y las nuevas versiones de productos con menos azúcar, adición de fruta o vegetales, chips de chocolate y que vienen de diferentes colores.

El Día Internacional del Pan, celebrado recientemente, destaca la relevancia de este alimento en la dieta de los colombianos. Según datos de la Federación Nacional de Comerciantes (Fenalco), el consumo per cápita de pan en el país asciende a 22 kilogramos, con un 98% de la población consumiéndolo. En 2023, la producción de pan y repostería generó ingresos por $4,75 billones, y en el primer semestre de 2024, alcanzó los $ 2,2 billones.

Marcela Morales, directora ejecutiva de la Asociación Nacional de Fabricantes de Pan (Adepan), informó al diario La República, que el gremio de panificadores está innovando en modelos de negocio para modernizar la panadería. "El pan está más vigente que nunca, ha evolucionado con la humanidad", afirmó. Además, Levapan, una empresa especializada en productos para panadería, señaló que este sector no solo cubre la demanda de los consumidores, sino que también es crucial para la economía, generando más de 400.000 empleos directos y ventas anuales superiores a $ 3 billones. Además, la empresa indicó que el 85% de las panaderías en Colombia son artesanales y se estima que hay alrededor de 20.000 en el país.

En Bogotá, Fenalco estima que existen entre 8.000 y 12.000 panaderías y pastelerías. La investigación revela que el 96% de los bogotanos consume pan, y un 75% lo hace a diario

CONSUMO DE PAN A NIVEL COLOMBIA

Las cifras de Fenalco indican que 98% de los colombianos consumen pan: 91% lo comen en el desayuno y 70% lo hacen de forma diaria. De hecho, los productos de panadería, repostería, molinería y afines representaron cerca de 20,3% de la elaboración de alimentos en Colombia durante el año pasado. Traducido a otras cifras, en 2023, la producción de pan y repostería representó $4,75 billones. En el primer semestre de 2024 fue de $2,2 billones.

Sabor y Salud como Atributos Clave en Productos de Panadería

A nivel mundial, los consumidores están consumiendo más pan y productos de pan, con aumentos significativos observados en India, Filipinas y Egipto (donde el 38%, 27% y 27% de los consumidores, respectivamente, aumentaron su consumo en el último año). Como un alimento básico conveniente y asequible, el pan y los productos de pan tienen una penetración global promedio más alta del 81% en comparación con la carne y aves de corral (76%), productos lácteos (74%), postres y helados (64%); snacks dulces y salados (64%)

Penetración de hogares en pan y productos de pan por país

Sabor y Salud como Atributos Clave en Productos de Panadería

A nivel mundial, los consumidores están consumiendo más pan y productos de pan, con aumentos significativos observados en India, Filipinas y Egipto (donde el 38%, 27% y 27% de los consumidores, respectivamente, aumentaron su consumo en el último año). Como un alimento básico conveniente y asequible, el pan y los productos de pan tienen una penetración global promedio más alta del 81% en comparación con la carne y aves de corral (76%), productos lácteos (74%), postres y helados (64%); snacks dulces y salados (64%).

Penetración de hogares en pan y productos de pan por país

Mayor Penetración

New Zealand	*90%*
South Africa	*90%*
Chile	*88%*
Spain	*87%*
Finland	*87%*

Baja Penetración

Egypt	*70%*
India	*70%*
Thailand	*69%*
China	*69%*
Peru	*64%*

El sabor sigue siendo un atributo principal para los consumidores en esta categoría, con casi la mitad (48%) en promedio a nivel mundial influenciados por el sabor al comprar pan fresco y productos de pan. En América Latina, este porcentaje es mucho más alto, con un 77% en México, un 72% en Colombia y un 60% en Brasil influenciados por el sabor del producto.[5] Incluso entre los consumidores de panadería tipo "mejor-para-ti", el excelente sabor es el atributo número uno que buscan.

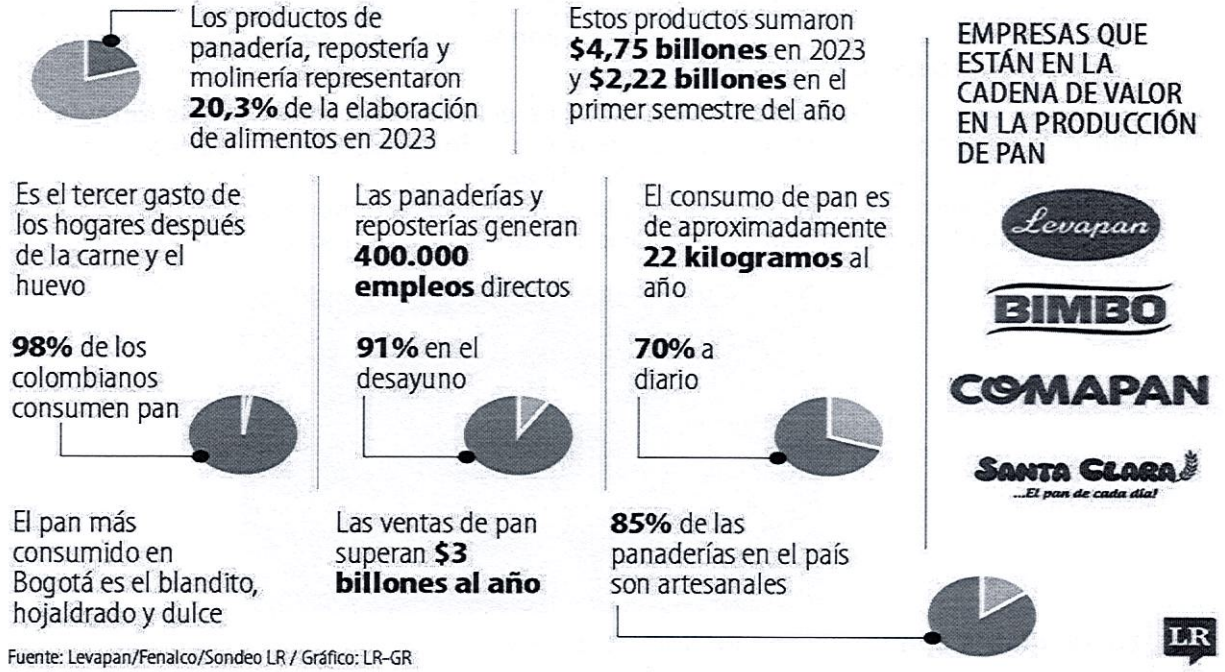
Aunque el sabor seguirá siendo una prioridad, se espera que el creciente interés de los consumidores en la salud sea el principal impulsor de las próximas tendencias. Ya, uno de cada cuatro consumidores a nivel mundial está teniendo en cuenta atributos de salud al realizar una compra en la categoría de pan fresco/productos de pan.[7] Las tendencias de panadería para 2024 se centran en productos más saludables, sin comprometer el sabor.

1. Alto Contenido de Proteínas

El alto contenido de proteínas es la afirmación de mayor crecimiento en los lanzamientos de pan en Estados Unidos. El 14% de los lanzamientos entre 2021 y 2022 incluyeron afirmaciones de alto contenido de proteínas, frente al 5% en 2018-2019, superando el crecimiento de afirmaciones veganas, bajas en carbohidratos y altas en fibra. La proteína atrae a los consumidores por razones como la salud en general, el apoyo al entrenamiento y el control de peso.

En productos de panadería, el alto contenido de proteínas también se asocia con bajos carbohidratos netos, lo cual es imprescindible para la dieta. Los panes con alto contenido de proteínas, así como las mezclas para panqués, waffles y muffins ricos en proteínas, presentan cada vez más afirmaciones. Ingredientes como la proteína facilitan el aumento de proteínas y la creación de una amplia variedad de productos de panadería aptos para la dieta keto, desde panes hasta cupcakes y masas de pizza.

CIFRAS DE LA PRODUCCIÓN DEL PAN EN COLOMBIA



Fuente: Levapan/Fenalco/Sondeo LR / Gráfico: LR-GR

2. Sin Gluten y el Uso de Avena

El uso de harina de almendra (presente en el 16% de los lanzamientos de panadería sin gluten en 2024) está creciendo, al igual que la harina de coco (en el 9% de los lanzamientos). Espera ver también más harinas de legumbres como garbanzos y granos saludables como alforfón y avena. La avena recibe un impulso adicional gracias a su excelente historia de sostenibilidad, que incluye un bajo consumo de agua y sistemas de rotación de cultivos respetuosos con el medio ambiente.

3. Semillas y Harinas de Semillas

Las semillas están surgiendo como otra alternativa al trigo en productos de panadería que no solo respaldan la formulación sin gluten, sino que también añaden texturas y sabores atractivos. Como una excelente fuente de fibra, proteína, omega-3 y varios minerales, la linaza se

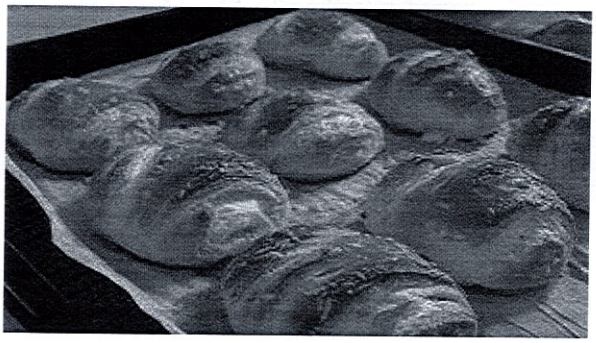
está convirtiendo en una favorita en la categoría. El 10 % de los lanzamientos de pan a nivel mundial de 2021 a 2022 contenían linaza, convirtiéndola en la semilla más popular utilizada en panes.

Otros ingredientes de semillas, incluyendo las de cáñamo, chía, amapola negra y más recientemente, semillas de sandía, también están apareciendo en panes, así como en galletas. La inclusión de semillas y harinas de semillas respalda la tendencia en panes altos en fibra y proteínas, a la vez que añade un atractivo premium.

4. Reducción de Azúcar

Casi la mitad (46%) de los adultos en Estados Unidos son conscientes de limitar o reducir el azúcar en sus dietas. Comer menos azúcar es una tendencia que sigue creciendo, ya que más consumidores ven la reducción de azúcar como una manera simple de ayudar en la pérdida de peso, la diabetes e incluso la artritis.

Las marcas de panadería están respondiendo a esta necesidad con nuevas formulaciones y el uso de afirmaciones relacionadas con el azúcar. En 2022, el 14% de los lanzamientos de panadería en Estados Unidos hicieron una afirmación relacionada con el azúcar, frente al 11% en 2018. La afirmación de bajo contenido de azúcar ha permanecido constante durante este período, mientras que el uso de afirmaciones de reducido en azúcar, sin azúcares añadidos y sin azúcar ha crecido.

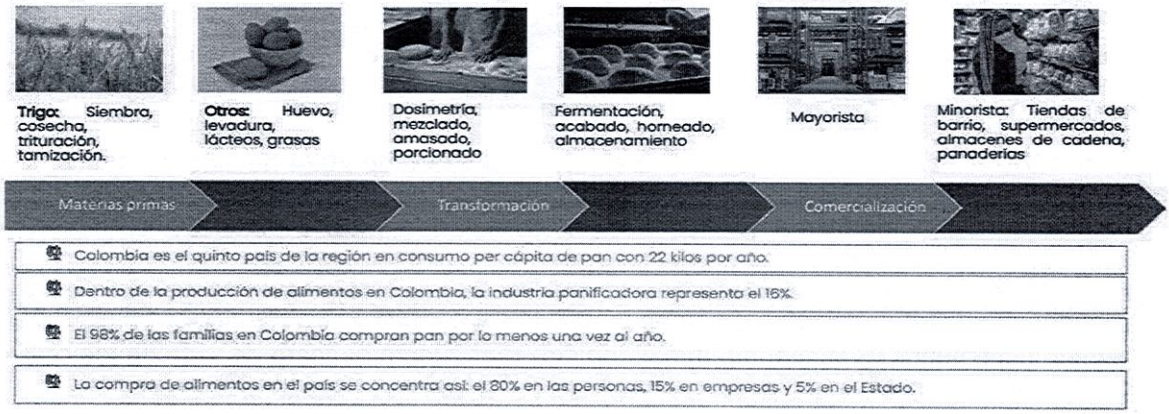


Lo saludable comienza con los ingredientes

Abordar los deseos de los consumidores de opciones más saludables sin sacrificar el gran sabor puede ser un desafío. Sin embargo, también es una emocionante oportunidad, ya que las elecciones correctas de ingredientes, junto con una formulación inteligente, pueden ayudar a la industria de panadería a marcar una verdadera diferencia en la vida de los consumidores.

CADENA PRODUCTIVA DEL PAN EN COLOMBIA

La cadena productiva de las molinerías, reposterías y panaderías comprende varios eslabones, que van desde el procesamiento de los insumos, hasta la producción de elementos más elaborados, como el pan, las pastas, las tortas y similares.



Según la Federación Nacional de Comerciantes (Fenalco), existen en el país alrededor de 35.000 establecimientos especializados en panadería, más las tiendas de barrio, 90% de las cuales venden pan fresco o empacado. Con el inicio de la pandemia del coronavirus, el 10% de los establecimientos especializados tuvo que cerrar porque no estaba en capacidad de asumir los costos fijos, un 20% adicional presentó cierre temporal. Los principales obstáculos fueron el abastecimiento de materias primas y las restricciones de transporte. Sin embargo, la reapertura paulatina permitió que el funcionamiento se recuperara y a pesar de que la producción y las ventas no están creciendo al mismo ritmo que el año pasado, las cifras son positivas.

Galletería. La industria de los snacks se caracteriza por el manejo de importantes volúmenes de ventas que logran impactar la economía nacional, tal como el mercado de las galletas dulces.

De acuerdo con Euromonitor International, empresa líder mundial en investigación de mercado, en Colombia durante el 2023 las galletas dulces registraron aproximadamente $2.135 billones en ventas, lo que significó un crecimiento del 15,6% entre 2022 y 2023.

Y es que en el mercado se encuentran diferentes opciones que buscan conectar con los consumidores y ofrecer gran variedad de sabores. Un ejemplo es marcas como Oreo, ganando terreno mediante recetas populares y alianzas estratégicas con comercios, restaurantes y el mundo del entretenimiento; como su unión con la película Transformers que brindó una experiencia única y divertida a todas las edades.

En este contexto, las compañías han focalizado su atención en las transformaciones de las tendencias de consumo de snack, reconociendo su papel crucial en las decisiones de compra de los consumidores.1

6. ASPECTOS ECONÓMICOS

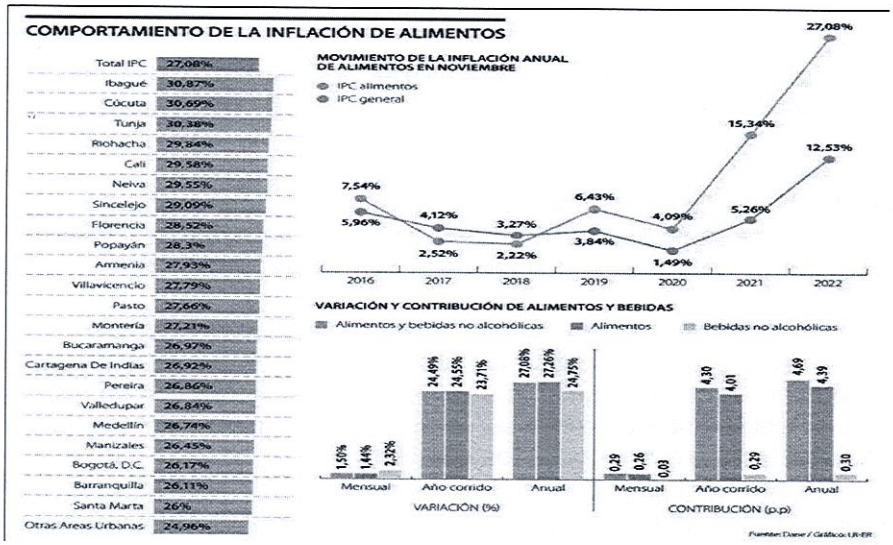
La inflación en Colombia cerrará en 5,4% en 2024 y descenderá a 3,8% en 2025, acercándose a la meta del Banco de la República, impulsada por menores aumentos en los precios de alimentos y bienes no alimentarios.

La tasa de variación anual del IPC en España en octubre de 2024 ha sido del 1,8%, 3 décimas superior a la del mes anterior. La variación mensual del IPC (Índice de Precios al Consumo) ha sido del 0,6%, de forma que la inflación acumulada en 2024 es del 2,2%.

En total, los alimentos y bebidas no alcohólicas ya pesan 4,69 puntos porcentuales sobre la contribución total de la inflación, y es la división del gasto que más pesa al dato general; por eso su incremento es lo que ha impulsado con más fuerza el costo de vida de los colombianos durante el último año.

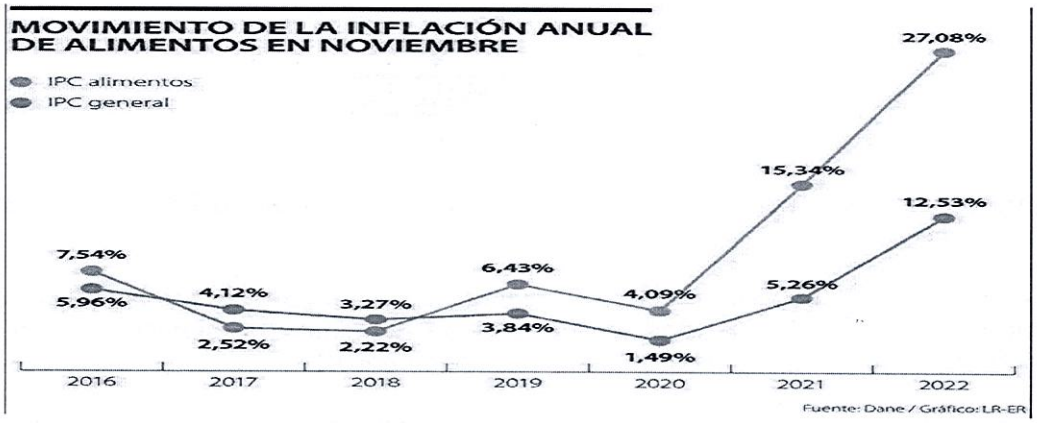
Un dato que resalta con el precio de los alimentos es que, si bien el promedio nacional de la categoría mostró inflación allí de 27,08% el último año, el problema está en que hay ciudades con IPC de alimentos desde 24,96% y hasta un techo de 30,87%.

¿Qué refleja lo anterior?, que hay ciudades en la que el último año los alimentos se han encarecido por encima de la media nacional. Es decir, las más afectadas son Ibagué con IPC de alimentos de 30,87%, Cúcuta (30,69%), Tunja (30,38%), Riohacha (29,84%) y Cali (29,58%).



En otras principales como Medellín, Bogotá y Barranquilla los incrementos fueron 27,08%, 26,74% y 26,11% respectivamente. "En estas ciudades la demanda de alimentos es mayor a la media nacional por su densidad poblacional, pero la capacidad adquisitiva es mejor que en otras regiones, y eso ha hecho que no sean las capitales más afectadas por la inflación del sector", agregó Carlos Duarte, analista de economía social de la Universidad Sergio Arboleda.

GLOBAL COLOMBIA CERTIFICACIÓN ISO 9001:2015
EMPRESA CERTIFICADA



El Gobierno explicó para atajar el encarecimiento de los insumos hay una bolsa de $ 80.000 millones que subsidiará a un ecosistema de por lo menos 100.000 productores del campo. Pero en la Sociedad de Agricultores de Colombia (SAC), el presidente del gremio, Jorge Bedoya, dijo que se necesitan más medidas. "Por ejemplo, más subsidios a la tasa de interés de los créditos agropecuarios, el crédito que se necesita para financiar papas y plátanos; también se debe impulsar el aseguramiento de las cosechas, con estas lluvias que van a hasta el primer trimestre hay que asegurar los predios con sus cosechas porque vemos inundaciones en muchos espacios y eso puede perjudicar la cosecha futura".

El líder gremial ve la inflación de alimentos como "la más preocupante para todos", precisamente, mientras el IPC general se ha disparado 12,5% el último año, en todas las ciudades de Colombia los alimentos han subido entre 24% y 27%.

Otro de los problemas que afectaron el precio de los alimentos el último año tiene que ver con el clima, el fenómeno de La Niña en regiones productoras de alimentos como la Andina y Caribe ha presentado precipitaciones entre julio y diciembre entre 30% y hasta 55% por encima de lo normal según el IDEAM, parte de esto se ha traducido en inundaciones en un buen número de terrenos, lo que ha afectado cosechas. Además, según la investigación de predios y agua de la Universidad
Nacional, el último semestre el exceso de lluvias perjudicó a por lo menos 10% de la producción de los 10 departamentos principales que son la despensa de todo el país.

ECONOMÍA COLOMBIANA

PIB

El Producto Interno Bruto Trimestral (PIB_T) constituye una síntesis de la información de coyuntura y tienen como finalidad representar oportunamente, con periodicidad trimestral, la situación económica del país, siendo coherente con las Cuentas Nacionales Anuales (CNA).
Fuente: Clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIIU) de todas las actividades económicas revisión 4 adaptada para Colombia.

El Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE) informa sobre la reprogramación de la publicación de los resultados del Producto Interno Bruto (PIB) III Trimestre de 2024, para el lunes 18 de noviembre del 2024 debido a que Colombia será sede del Foro Mundial de Datos de Naciones Unidas, entre el 12 al 15 de noviembre de 2024.

GLOBAL COLOMBIA CERTIFICACIÓN ISO 9001:2015
EMPRESA CERTIFICADA
Certificate No.
LAT-0977

• Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca crece 10,2% (contribuye 1,0 puntos porcentuales a la variación anual).

• Administración pública y defensa; planes de seguridad social de afiliación obligatoria; Educación; Actividades de atención de la salud humana y de servicios sociales crece 4,8% (contribuye 0,8 puntos porcentuales a la variación anual).

• Actividades artísticas, de entretenimiento y recreación y otras actividades de servicios; Actividades de los hogares individuales en calidad de empleadores; actividades no diferenciadas de los hogares individuales como productores de bienes y servicios para uso propio crece 11,1% (contribuye 0,4 puntos porcentuales a la variación anual).

Durante el primer semestre de 2024 pr, respecto al mismo periodo del año anterior, el Producto Interno Bruto presenta un crecimiento de 1,5%. Las actividades económicas que más contribuyen a la dinámica del valor agregado son:

Administración pública y defensa; planes de seguridad social de afiliación obligatoria; Educación; Actividades de atención de la salud humana y de servicios sociales crece 5,1% (contribuye 0,8 puntos porcentuales a la variación anual).

Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca crece 8,0% (contribuye 0,8 puntos porcentuales a la variación anual).

Actividades artísticas, de entretenimiento y recreación y otras actividades de servicios; Actividades de los hogares individuales en calidad de empleadores; actividades no diferenciadas de los hogares individuales como productores de bienes y servicios para uso propio crece 9,5% (contribuye 0,4 puntos porcentuales a la variación anual).

ASPECTOS GENERALES DEL MERCADO DEL BIEN A ADQUIRIR

ALIMENTOS Y BEBIDAS

El mercado de alimentos y bebidas en Colombia se encuentra en continua expansión.

Los cambios en el comportamiento de los consumidores, le exige a la industria de alimentos tener mayor trazabilidad sobre los productos que llevan al mercado.

En los últimos años la industria de bebidas y alimentos ha tenido que enfrentar diversos cambios y prepararse para cualquier evento inesperado. Un ejemplo claro de la nueva mirada del mercado hacia la calidad de los alimentos, es el impuesto saludable que grava las bebidas azucaradas y alimentos ultra procesados en Colombia.

Estos productos inicialmente tuvieron un aumento del 10 %, pero para el 2024 será del 15 %. Esta medida ha sido una de las más ambiciosas en Latinoamérica para promover la salud pública.
Ahora bien, esta industria representa el 3 % del PIB del país y según el informe de la Superintendencia de Sociedades, facturó $ 87.7 billones el año pasado.

Así que, las empresas de alimentos y bebidas que buscan tener éxito deberán, además de aceptar el cambio, invertir en formas innovadoras de pensar y hacer negocios de vanguardia.

Tendencias para la industria de alimentos y bebidas

Teniendo en cuenta el panorama del sector en el país, Infor presenta algunas tendencias de cara al 2025:

La tecnología no es el punto de partida

Si se invierte en un nuevo software empresarial, debe ser moderno, continuo, seguro y escalable para respaldar la agilidad empresarial. Pero es importante recordar que el negocio está impulsando el cambio, no la tecnología.

El negocio tendrá que ser el punto de partida, reconocer dónde se puede tener el mayor impacto y resolver los desafíos comerciales reales a través de la tecnología.
El éxito está en los datos y los resultados

Las organizaciones de alimentos y bebidas necesitan una base tecnológica moderna que ayude a que el negocio sea ágil y eficiente, tanto en la fabricación como en el desarrollo y la introducción de nuevos productos.

Encontrar una plataforma que brinde la capacidad de procesar y beneficiarse de sus datos. Con la plataforma adecuada, las empresas pueden utilizar la inteligencia artificial y el aprendizaje automático para reducir costes e impulsar la eficiencia.?

Todas las empresas buscan visibilidad de las operaciones y el rendimiento financiero, además de información detallada sobre el margen de los productos. No se puede mejorar lo que no se ve.?
Trazabilidad y transparencia para los consumidores

Esta demanda continuará mejorando la seguridad alimentaria al tiempo que mantendrá a los consumidores mejor informados sobre lo que están comiendo, cómo se produce y de dónde proviene.

Según un informe de Nielsen, "casi al 69 % de los compradores les gustaría contar con más información sobre los productos que compran".

Potenciar la automatización

La pandemia aceleró la escasez de trabajadores y está claro que la tendencia continuará.
La fuerza laboral, tal como era, no está regresando. Al menos no en el corto plazo. Las empresas continuarán el movimiento hacia la automatización, dentro de la fabricación y el embalaje, no sólo en el taller.

Enfoque en la sostenibilidad
Seguirá siendo impulsado por una mayor conciencia del consumidor, certificaciones y nuevas regulaciones e informes. Las empresas con un sólido perfil de sostenibilidad también podrían beneficiarse financieramente al evitar impuestos adicionales.

Esto los hará más atractivos para los inversores que buscan organizaciones que sean ecológicas y estén preparadas para el éxito en el futuro. Además, el cambio climático afectará a los cultivos y al suministro.

Digitalización y nuevas oportunidades

El mundo digital es una herramienta que permite a los empresarios de alimentos y bebidas potencializar sus oportunidades de negocio al conectarse a través de plataformas empresariales en línea, como Econexia.
Esta plataforma de negocios operada por Corferias, conecta a los emprendedores y empresas del sector con tomadores de decisión para que puedan llegar a nuevos mercados, ampliar sus contactos comerciales, realizar alianzas estratégicas, contactar nuevos proveedores, entre muchas otras ventajas.
Las herramientas digitales han ganado relevancia en el mundo empresarial y son cada vez más importantes en los planes de marketing de las empresas, al generar una conexión de valor a un bajo costo.

Gasto de los hogares colombianos en alimentos

El gasto en alimentos durante 2023 fue de $ 238,8 billones de pesos, mientras que el gasto en las categorías desarrolladas por la Industria, denominada Andialimentos fue de $ 98,2 billones de pesos. Mientras los hogares colombianos destinaron el 38,33% de sus ingresos en alimentos con un gasto en promedio de hogar de $ 839.124, los hogares en ciudades como Neiva (49,43%), Barranquilla (44,33%) y Cartagena (43,99%) fueron los que más ingresos destinaron a alimentos.



Se observó una mejora en la capacidad para adquirir productos en casi todas las categorías de consumo, ya que los precios dejaron de aumentar en comparación con el año anterior, lo que resultó beneficioso para las finanzas de los consumidores. De acuerdo con la información registrada, esta recuperación se dio especialmente por la temporada navideña, la desaceleración en la inflación y un mayor poder adquisitivo real del salario mínimo en relación con los períodos anteriores.

Motores y lugares de compra

Frente a la periodicidad en la que adquieren alimentos los colombianos, se dio un incremento en las compras diarias en comparación con las semanales, es decir, los hogares están realizando sus compras conforme terminan los productos, en lugar de realizar compras para abastecerse por largos períodos, estas decisiones de compra, en su mayoría, responden a sus necesidades de consumo.
Así es como se determinó que los compradores esperan el mejor momento para adquirir sus productos y están a la espera de que bajen sus precios, por lo tanto, buscan que su compra de alimentos esté alineada con dichas expectativas.

Categorías de la Industria de Alimentos más consumidas

Ahora bien, de la Canasta ANDI Alimentos, las categorías de mayor gasto en los hogares colombianos fueron los cárnicos y sus derivados (7,18%), la leche y sus derivados (3,88%) y los productos de panadería (1,97 %), que representaron más de $78 billones de pesos durante el 2023. Así los colombianos prefirieron orientar su consumo a productos de origen animal que proporcionan proteínas de alta calidad, diversos ácidos grasos esenciales, hierro, calcio y zinc.

PRODUCTOS PROCESADOS Y DEMAS ALIMENTOS

Los alimentos procesados son aquellos que son resultado de un proceso productivo que modifica o transforma sus características organolépticas (sabor, aroma, textura, color, etc.)

Tipos de alimentos procesados

La gente se pregunta a menudo cómo saber si un alimento es ultra procesado y si hay diferentes tipos de procesamiento que se apliquen a lo que comemos. Y la realidad es que sí hay formas de saber el grado de procesamiento que tiene una comida y valorar hasta qué punto puede resultar poco saludable.

Alimentos no procesados

Los alimentos naturales o los no procesados son todos aquellos que no han sufrido ningún tipo de alteración ni procesamiento. Todas las frutas y verduras crudas, que solo han pasado por un lavado simple y se encuentran en su estado natural son alimentos no procesados.

Alimentos mínimamente procesados

Estos alimentos han sufrido modificaciones muy ligeras: han sido lavados a fondo, pelados, secados y/o rebanados. Las verduras y frutas que se venden para consumir directamente y NO tienen azúcares u otros edulcorantes añadidos, son buen ejemplo de ello o los zumos de naranja naturales que se exprimen delante del cliente.

Alimentos procesados

En este caso se hace pasar a los alimentos por procesos más complejos, que implican un cambio en la naturaleza del mismo (hervido, cocinado al vapor, asado) y/o a los que se le

agregan otros ingredientes (mezclado y elaboración), antes de ser envasados, como las verduras congeladas o en bote o la leche pasteurizada.

Alimentos ultra procesados

Con el fin de mejorar la textura, el sabor y el perfil nutricional y/o para alargar la vida útil de los alimentos, estos son sometidos a procesamientos complejos, que implican el agregado de una larga lista de ingredientes, que en muchos casos son de origen artificial y de los que algunos resultan extremadamente dañinos para la salud.

Colombia se ha posicionado como un destino atractivo en la región para invertir en alimentos procesados. La capacidad de satisfacer la demanda de materia prima, posición geográfica para atender a la región como plataforma exportadora y múltiples incentivos a la inversión, la han convertido en un punto focal en Latinoamérica para hacer y expandir negocios. El sector es motor de generación de empleo, desarrollo sostenible, ambiental y económico en el país.

El país tiene un potencial de crecimiento sostenible agrícola y agropecuario, reconocido por la FAO como uno de los países tropicales que tendrán el rol de despensa del mundo, en parte gracias a condiciones climáticas tropicales que hacen posible la producción de una amplia variedad de alimentos durante todo el año.



Los principales alimentos procesados producidos son: bebidas y tabaco, carne procesada, panadería y molinería, lácteos, azúcar y panela, frutas procesadas, aceites y grasas, derivados del café y cacao y confitería.

PANADERIA

La industria panificadora se refiere al sector dedicado a la producción y comercialización de productos de panadería.

Esta industria abarca desde pequeñas panaderías artesanales hasta grandes empresas de producción en masa.

En la industria panificadora, se utilizan una variedad de equipos y maquinarias especializadas para la elaboración de pan, pasteles, galletas y otros productos horneados.

Estos equipos incluyen hornos industriales, mezcladoras de masa, laminadoras, fermentadoras y otros dispositivos diseñados para optimizar los procesos de producción.

¿Cómo está el sector de panaderías en Colombia?

En Colombia existen aproximadamente 25 mil microempresas de este tipo. El primer lugar lo ocupa Bogotá con cerca de 8.000 establecimientos y seguida está la capital del Valle del Cauca con aproximadamente 2.500.

"en este momento la industria panadera no está presentando crecimiento, sino que se mantiene estable. El cambio de consciencia en la industria es fundamental para generar un punto de inflexión en la oferta de productos que influye directamente en el consumo de los colombianos", asegura Juan Manuel Lara, gerente general de Puratos.

A este panorama se suma la inflación, que ha provocado toda una crisis al rededor del sector de las panaderías en Colombia, debido al precio alto que ha alcanzado este producto, uno de los más importantes en la canasta familiar.

Esto, como resultado del aumento entre el 60% y 70% en los costos de los insumos para la elaboración de pan, en los últimos meses, de acuerdo a cifras de grandes empresas productoras como Bimbo y Comapan.

Esta crisis ha afectado a las panaderías de barrio en el país, que no solo han tomado medidas en cuanto al precio de sus productos, que hoy está entre $400 y $500 el pan más económico; sino también en el gramaje, reduciendo cada vez más su peso.

Ante este panorama que no es tan positivo, las empresas de panaderías en Colombia buscan incrementar el consumo de pan y pastelería, rescatando los valores ancestrales, combinándolos a su vez con innovación y tecnología. En sintonía con la preferencia de los consumidores por panes funcionales y naturales que conserven los colores, sabores, aromas y texturas tradicionales.

Colombia es uno de los países de Latinoamérica que menos consumo de pan per cápita tiene, con 22,2 kg por habitante, mientras que países como Chile consume 96 kg por año. Así lo establece el último estudio "Taste Tomorrow", realizado por Puratos.

En este se puede observar que cerca del 98% de los colombianos consume pan, el 70% lo hace a diario, el 91% lo consume al desayuno, el 8% a las medias nueves y el 4% al almuerzo.

El Eje Cafetero es una de las regiones que tiene el indicador más bajo de consumo debido a que acostumbran a comer más arepa de maíz que pan.

NORMATIVIDAD

- Programa de buenas prácticas de manufactura y almacenamiento de la Agencia Logística, los lineamientos del Ministerio de Salud y Protección Social y sus entes de control nacional y regionales, Los lineamientos y requisitos de LEY.
- Ley 80 de 1993.
- Ley 1150 de 2007.
- Ley 1474 de 2011.
- Ley 019 de 2012.
- Ley 1882 de 2018.
- Decreto 1082 de 2015.
- Ley 09/79 (Capitulo VII vigilancia y Control Epidemiológico y el Decreto 3075/1997 Capítulo V. ASEGURAMIENTO Y CONTROL DE CALIDAD. Artículo 24, Literal C y Resolución 2674/2013 Capítulo V, que establece que se deben realizar planes de muestreo, procedimientos de laboratorio, especificaciones y métodos de ensayo.
- Resolución 2674 de 2013: "del Ministerio de Salud: Requisitos sanitarios, fabricación, procesamiento, preparación, envase, almacenamiento, transporte, distribución, comercialización de alimentos, entre otros".
- Manual del sistema de gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo y compras sostenibles para contratistas, subcontratistas y proveedores. Versión actualizada
- Sistema de Calidad como la NTC GP 1000: 2009, la ISO 9001:2008 y la adopción de las BPM en la Entidad debe contar con un plan de muestreo el cual permite un control constante de la calidad e inocuidad de los alimentos, agua, ambientes y manipuladores que se encuentran en los Comedores de Tropa.
- Decreto 358 del 5 de marzo de 2020 por el cual se reglamenta los artículos 511,615, 616-1, 616-2, 616-4, 617, 618, 618-2 y 771-2 Estatuto Tributario.
- Resolución 16078 del 28 de octubre de 1985 Por la cual se reglamentan los requisitos de funcionamiento de los laboratorios de Control de Calidad de los Alimentos.
- Resolución 5109 de 2005 por la cual se establece el reglamento técnico sobre los requisitos de rotulado o etiquetado que deben cumplir los alimentos envasados y materias primas de alimentos para consumo humano.
- Resolución 1407 de 202 Por la cual se establecen los criterios microbiológicos que deben cumplir los alimentos y bebidas destinados para consumo humano.
- Resolución 2674 de 2013 establece los requisitos sanitarios que se deben cumplir para las actividades de fabricación, procesamiento, preparación, envase, almacenamiento, transporte, distribución y comercialización de alimentos y materias primas de alimentos y los requisitos para la notificación, permiso o registro sanitarios.
- Manual de muestreo de la Agencia Logística de las Fuerzas Militares código OL-MA-04.
- Resolución 719 de 2015 – Ministerio de Salud y Protección Social. Por la cual se establece la clasificación de alimentos para consumo humano de acuerdo con el riesgo en salud pública
- Aquellas normas que los modifiquen, deroguen, adicionen o actualicen, y demás condiciones que se deban cumplir en los Documentos de Condiciones Especiales de cada producto

ESTUDIO DE LA OFERTA

Análisis de recursos:

Que la Agencia Logística de las Fuerzas Militares en cumplimiento de su MISION Institucional, teniendo en cuenta el Presupuesto General de la Nación (PGN), para la vigencia fiscal de 2025 asciende a $ 510,3 billones, de los cuales se toma presupuesto para el manejo del Ministerio

de Defensa Nacional y en él las Fuerzas Militares de Colombia, se financian con aportes de la Nación, La Agencia Logística de las Fuerzas Militares es un establecimiento público del orden nacional, adscrito al Ministerio de Defensa Nacional, dotado de personería jurídica, autonomía administrativa, financiera y patrimonial con recursos propios de las entidades Descentralizadas administra el presupuesto de la alimentación de las Fuerzas Militares bajo la figura de contratos interadministrativos para abastecer con víveres clase I y combustibles

Por tal razón bajo la modalidad de procesos de licitación Publica publicados en la página de Colombia Compra Eficiente o página del SECOP II. Se requieren empresas que estén en capacidad logística y con inventarios suficientes para proveer los elementos establecidos en las especificaciones técnicas.

Experiencia de la empresa: Se requiere que las empresas al menos tengan experiencia en el mercado, garantizando que estén enfocadas al desarrollo de actividades tales como productor y/o comercializador de fritos y tamales

Lugares de entregas de los productos adquiridos: De conformidad con lo establecido por la Regional Norte el lugar de entrega serán los diferentes comedores de tropa, las unidades militares y unidades de negocios por los cuales fuese o llegare a ser responsable la agencia logística de fuerzas militares regional norte

DEPARTAMENTO	COMEDOR	DIRECCIÓN
ATLANTICO - MALAMBO	BATALLON DE COMBATE CACOM-3	Calle 30 Vía malambo Fuerza Aérea – CACOM - 3
ATALNTICO - MALAMBO	BATALLON VERGAR Y VELASCO	Calle 30 vía malambo
ATLANTICO - BARRANQUILLA	BATALLON POLICIA MILIAR N°2	CL 79 KR 68 00 BARRIO PARAISO
ATLANTICO - BARRANQUILLA	BATALLON BASER N°2	CL 58 KR 59 136 Barranquilla
MAGDALENA - SANTA MARTA	BATALLON CORDOVA	CALLE 35 N° 4 VIA AL RODADERO
GUAJIRA - BUENAVISTA	BATALLON GRUPO RONDON, BATALLON SANTA BARBARA	Buenavista, Distracción
GUAJIRA - ALBANIA	BATALLON GRUPO MATAMOROS	Albania Guajira MINA CERREJON
GUAJIRA - RIOHACHA	BATALLON CARTAGENA	Riohacha kilómetro 4 vía Maicao
CESAR - VALLEDUPAR	BATALLON LA POPA	BATALLON DE SERVICIO LA POPA
CESAR - VALLEDUPAR	BATALLON BIMUR	Kilómetro 3 vía Rio Seco Valledupar
CESAR-LA MATA	BATALLON ENERGETICO Y VIAL N° 3	KILOMETRO TRES (01) A LA SALIDA DEL MUNICIPIO DE LA MATA CESAR
CESAR-LA LOMA	BATALLON DE ENTRENAMIENTO Y REENTRENAMIENTO N° 10	KILOMETRO TRES (03) ENTRE LOS MUNICIPIOS DE LA JAGUA Y LA LOMA CESAR
CORDOBA - URRA	BATALLON DE ENTRENAMIENTO Y REENTRENAMIENTO N° 11	URRA CORDOBA HIDROELECTRICA DE URRA
ANTIOQUIA - CAUCASIA	BATALLON RIFLES	Carrera 50 # 50 - 1 a 50 - 97 Caucasia Antioquia
CORDOBA - MONTERIA	BATALLON JUNIN	KMT 3 BRIGADA 11 AVENIDA Sierra Chiquita

Por lo amplio que es la jurisdicción la Regional Norte se tuvo en cuenta de sectorizar el proceso licitatoria en dos lotes o tablas con el fin de mitigar el riesgo de incumplimiento, garantizar la inocuidad de los productos, los suministros oportunos, el desarrollo de las regiones y contar con mayor participación de oferentes interesados en contratar con el Estado Colombiano por intermedio de la Agencia Logística de las Fuerzas Militares y teniendo en cuenta la operatividad de las Unidades Militares en la cual se manejan partes de personal cambiantes de un día a otro lo cual incidirá en el cambio de pedidos que se puedan solicitar al proveedor, cuyo objeto se enmarque en la adquisición de los elementos objeto del presente proceso donde la Regional Norte tiene su jurisdicción, los establecimientos de comercio del oferente deben estar ubicados así.

Para el LOTE N° 1 El establecimiento de comercio o lugar de elaboración y expendio, almacenamiento o distribución según aplique, presentados por el oferente que tengan relación con el objeto del presente proceso debe estar ubicado en cualquier ciudad o municipios de los Departamentos de Atlántico o Magdalena o Cesar o Guajira

UNIDADES ATENDIDAS: *MALAMBO (Batallón Biver, Cacom-3,) BARRANQUILLA (Batallón Policía Militar N°.2, Batallón Baser N° 2*) SANTA MARTA (Batallón Córdova) CESAR: VALLEDUPAR (Batallón la Popa, Batallón Bimur) GUAJIRA: BUENAVISTA (Batallón Grupo Rondón, Batallón Santa Bárbara), ALBANIA (Batallón Grupo Matamoros), RIOHACHA (Batallón Cartagena). LA LOMA CESAR (BITER 10) LA MATA CESAR (BAEEV 3)

Para el LOTE N° 2 El establecimiento de comercio o lugar de elaboración y expendio, almacenamiento o distribución según aplique, presentados por el oferente que tengan relación con el objeto del presente proceso debe estar ubicado en cualquier ciudad o municipios de los departamentos de Córdoba o Municipios del Bajo Cauca Antioqueño

Unidades Atendidas: *MONTERIA (*BATALLON JUNIN*), CAUCASIA (*BATALLON RIFLES), URRA CORDOBA (BATALLON BITER 11).

NOTA 1: Las entregas se harán de acuerdo a las necesidades y cantidades de cada unidad militar y en los tiempos requeridos o solicitados por esta entidad a través del supervisor del contrato.

NOTA 2: Los lugares de ejecución podrán modificarse de acuerdo a las necesidades requeridas por la operación de la agencia logística regional norte, eliminado o adicionando los lugares para su abastecimiento, previo modificatorio del contrato.

8. ANÁLISIS DE LA OFERTA

Clasificación CIIU

Dando alcance a la Cartilla de Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las actividades económicas Revisión 4 adaptada para Colombia, se determinó que el objeto del presente proceso se enmarca dentro dela sección C- Industrias manufactureras,

División 10. Elaboración de Productos Alimenticios.

Comprende el procesamiento de los productos de la agricultura, la ganadería, la silvicultura y la pesca para convertirlos en alimentos y bebidas para consumo humano o animal, e incluye la producción de varios productos intermedios que no están listos para su consumo directo. Las actividades generan en muchos casos productos asociados de mayor o menor valor (por ejemplo, cueros procedentes de las plantas de beneficio o tortas procedentes de la elaboración de aceite). Esta división se organiza por actividades que se realizan con los distintos tipos de productos, tales como: carne, pescado, fruta, legumbres y hortalizas, grasas y aceites, productos lácteos, productos de molinería, alimentos preparados para animales y otros productos alimenticios. La producción puede realizarse por cuenta propia o a través de terceros, como las actividades de sacrificio por encargo.

Algunas actividades se consideran actividades de la industria manufacturera, por ejemplo, las que realizan las panaderías, pastelerías y tiendas de carnes preparadas que venden artículos de producción propia, aunque los productos se vendan al por menor en el propio establecimiento del productor. Sin embargo, cuando el procesamiento es mínimo y no da lugar a una transformación real, la unidad se clasifica en la sección G, «Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas»

1081 Elaboración de productos de panadería

Esta clase comprende la elaboración de productos de panadería frescos, congelados o secos.

Esta clase incluye:

- La elaboración de pan y panecillos.
- La elaboración de pasteles, tortas, pasteles de frutas, tartas, etcétera.
- La elaboración de tostadas, galletas y otros productos de panadería secos.
- La elaboración de productos de pastelería y bizcochos empacados.
- La elaboración de aperitivos dulces o salados.
- La elaboración de tortillas de maíz o trigo.
- La elaboración de rollos, buñuelos y arepas.
- La elaboración de productos de panadería congelados (panqueques, waffles, etcétera).

Esta clase excluye:

- La elaboración de productos farináceos (pastas). Se incluye en la clase 1083, «Elaboración de macarrones, fideos, alcuzcuz y productos farináceos similares».
- La elaboración de aperitivos a base de papa. Se incluye en la clase 1020, «Procesamiento y conservación de frutas, legumbres, hortalizas y tubérculos».
- El calentamiento de productos de panadería para su consumo inmediato. Se incluye en la división 56, «Actividades de servicios de comidas y bebidas».

DIVISIÓN 46 Comercio al por mayor y en comisión o por contrata, excepto el comercio de vehículos automotores y motocicletas

Esta división comprende la reventa (venta sin transformación) de productos nuevos o usados a minoristas, usuarios industriales, comerciales, institucionales o profesionales, a otros mayoristas, y a quienes actúan en calidad de agentes o corredores en la compra o venta de mercancías en nombre de dichas personas o empresas.

Las principales actividades abarcadas son las de mayoristas comerciales, a saber: mayoristas que adquieren la propiedad de las mercancías para comercializarlas como revendedores o intermediarios al por mayor, distribuidores de productos industriales, exportadores, importadores, ensiladoras de granos, cooperativas de compra y sucursales.

También incluye a los corredores de mercancías y a los especializados en materias primas, los comisionistas, agentes, centrales de compra, compradores itinerantes, y las cooperativas de comercialización de productos agropecuarios.

GLOBAL COLOMBIA CERTIFICACIÓN ISO 9001:2015
EMPRESA CERTIFICADA
Certificate No.
LAT-0977

Con frecuencia los mayoristas agrupan, seleccionan y clasifican las mercancías en grandes lotes, que luego fraccionan para re empacarlas y distribuirlas en lotes más pequeños (por ejemplo, productos farmacéuticos); almacenan, refrigeran, entregan e instalan las mercancías; y se encargan de promover las ventas de sus clientes y de diseñar las etiquetas.

También se incluye el empaque de artículos sólidos y el envase de productos líquidos y gaseosos, incluyendo mezcla y filtrado por cuenta propia.

4631 Comercio al por mayor de productos alimenticios
Esta clase incluye:

- El comercio al por mayor de frutas, legumbres y hortalizas, productos lácteos, huevos y productos de huevos, aceites y grasas comestibles de origen animal o vegetal, carnes y productos cárnicos, productos de la pesca.
- El comercio al por mayor de azúcar, panela, productos de confitería, productos de panadería y productos farináceos, café transformado, té, cacao, chocolate y especias, salsas.
- El comercio al por mayor de proteína de soya en polvo, lactato de sodio, suplementos alimenticios y dietarios, tanto para humanos como para animales, de origen natural y otros preparados alimenticios.
- El comercio al por mayor de alimentos procesados para animales domésticos.

Mercado Empresarial Colombiano de Panadería

Según el portal especializado EMIS (EMIS, 2021), el cual brinda noticias relevantes, de investigación y de datos analíticos del mercado empresarial colombiano, reporta que en Colombia existen 531 empresas con más de COP 400 millones en activos dedicadas a la Elaboración de productos de panadería (código CIIU 1081), generando 41.579 empleos; para esta categoría de empresas, una de cada cuatro empresas y uno de cada seis empleos están ubicados en el departamento de Antioquia, como puede verse en la siguiente tabla.

Departamento	Empresas	Empleos
Bogotá D.C	213	13.420
Antioquia	118	7.160
Valle del Cauca	76	12.748
Cundinamarca	26	3.094
Santander	26	767
Atlántico	24	1.547
Bolívar	13	517
Caldas	8	307
Risaralda	7	628
Norte de Santander	6	45
Quindío	4	36
Magdalena	3	37
Cauca	1	937
Tolima	1	282
Meta	1	30
Boyacá	1	15
Córdoba	1	9
Cesar	1	
Huila	1	
Total general	531	41.579
Total	1.474	70.789

Teniendo en cuenta los anteriores parámetros, es decir empresas con más de COP 400 millones en activos, en la tabla siguiente se relacionan las principales empresas que componen el subsector industrial, Elaboración de productos de panadería (código CIIU 1081) para toda Colombia, con el número de empleos generados y el ingreso operativo en cada caso.

GLOBAL COLOMBIA CERTIFICACIÓN ISO 9001:2015
EMPRESA CERTIFICADA
Certificate No

NIT	Compañía	Ciudad	Empleados	Total Ingreso Operativo
890301884	Colombina S.A.	Cali	8.171	1.954.250
830002366	Bimbo De Colombia S.A.	Tenjo	2.258	778.083
830006735	Alimentos Polar Colombia S.A.S	Bogotá D.C.	906	612.590
860003831	Productos Ramo S.A.S.	Bogotá D.C.	2.147	464.471
890300686	Mondelez Colombia S.A.S.	Cali	217	390.831
817000706	Colombina del Cauca S.A.	Santander de Quilichao	937	331.459
860000256	Compañía Manufacturera de Pan Comapan S.A.	Bogotá D.C.	1.135	117.574
900736003	Zona Franca Pir S.A.S.	Bogotá D.C.		85.522
890934395	Industrias Alimenticias Perman S.A.	Medellín	540	71.991
900916161	Industrias Vega Natipan S.A.S.	Bello	307	64.652
860508791	Donucol S.A.	Bogotá D.C.	620	56.711
860534221	Pan PaYa Ltda.	Bogotá D.C.	697	56.651
860050625	Industria Santa Clara S.A.S.	Bogotá D.C.	496	51.077
83005192B	Don Maíz S.A.S.	Bogotá D.C.	256	50.769
816006016	Comestibles Integrales S.A.S.	Dos Quebradas	70	50.454
800004228	Sary S.A.S.	La Estrella	356	42.234
900121964	Los Hornitos Pastelería y Panadería S.A.S.	Bogotá D.C.	705	38.347
890935900	Tostaditos Susanita S.A.S.	Medellín	353	37.573
900080654	Productos Alimenticios Las Caseritas S.A.	Sabaneta	304	35.340
900131529	Industrias Tomy S.A.S.	Pereira	170	33.189
811013096	Reposterías TDG S.A.S.	Medellín	322	32.114
892301629	Servipan S.A.	Valledupar		31.705
811009359	Dyval S.A.	Medellín	284	29.365
830085241	Compañía Alimenticia S.A.S.	Bogotá D.C.	261	27.983
900504365	Repan S.A.S.	Bogotá D.C.	207	27.331
811017920	Industria de Galletas Greco S.A.	Girardota	110	26.763
800146323	Inavigor S.A.S.	Ibagué	282	25.798
39173085	Vidales López Mariluz	Bogotá D.C.	50	22.699
800229063	Productos El Caribe S.A.	Medellín	185	22.454
890308111	El Molino Eduardo Molinari Palacin & Cía. S. en C.	Yumbo	235	20.884
800064126	Industria Panificadora El Country Ltda.	Bogotá D.C.	201	20.103

9. ANÁLISIS DE LA DEMANDA

De acuerdo a los datos de compra pública consultados a través de la plataforma Colombia Compra Eficiente, podemos obtener a partir del criterio de búsqueda del código de Clasificador de Bienes y Servicios – UNSPSC, el histórico de contratación que ha tenido la entidad en relación con el suministro a adquirir a través del presente proceso en análisis. En la siguiente tabla podemos observar la cantidad de contratos y el valor total por cada vigencia desde 2019 a 2024, que ha efectuado la entidad para este clasificador.

Comportamiento contratación por bienes y servicios de UNSPSC

Año	2019			2020			2021			2022			2023			
Clasificador de Bienes y Servicios - Familia	Contratos	Valor	Participación	Contratos	Valor	Participación	Contratos	Valor	Participación	Contratos	Valor	Participación	Contratos	Valor	Participación	Contratos
5018 - Productos de panadería	46	$ 13.405.563.280	23,51%	29	$ 10.515.316.581	18,44%	25	$ 11.471.818.670	20,12%	24	$ 11.131.905.321	19,52%	29	$ 10.491.662.323	18,40%	153
Total	46	$ 13.405.563.280	23,51%	29	$ 10.515.316.581	18,44%	25	$ 11.471.818.670	20,12%	24	$ 11.131.905.321	19,52%	29	$ 10.491.662.323	18,40%	153

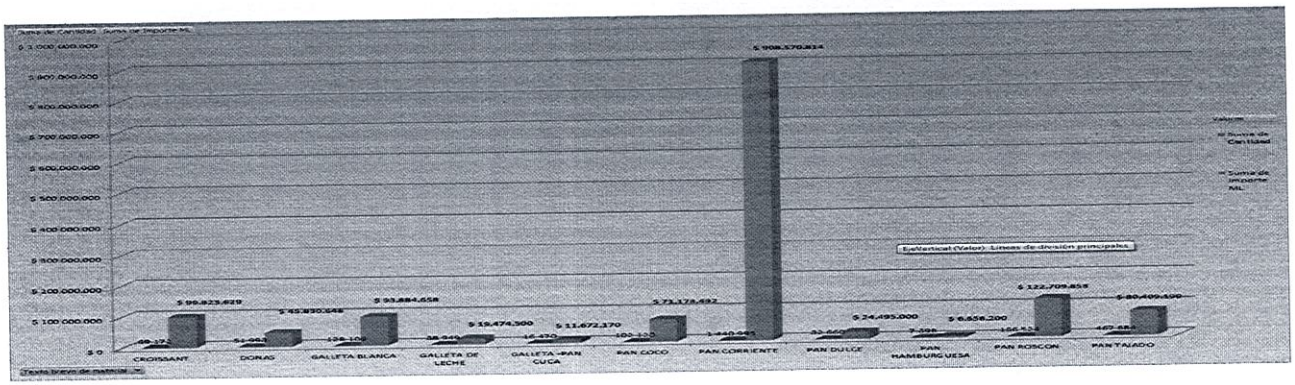
Así mismo al análisis de la demanda mostrado por el sistema es posible evidenciar el valor de contratación por año y el origen nacional de los proveedores que han suministrado esta clase de servicio a la Agencia Logística de las Fuerzas Militares.

Etiquetas de fila	Suma de Cantidad	Suma de Importe ML
CROISSANT	69.172	$ 99.823.629
DONAS	51.993	$ 45.830.648
GALLETA BLANCA	128.109	$ 93.884.658
GALLETA DE LECHE	38.949	$ 19.474.500
GALLETA -PAN CUCA	16.470	$ 11.672.170
PAN COCO	102.120	$ 71.178.492
PAN CORRIENTE	1.440.995	$ 908.570.814
PAN DULCE	32.660	$ 24.495.000
PAN HAMBURGUESA	7.398	$ 6.658.200
PAN ROSCON	166.524	$ 122.709.858
PAN TAJADO	467.884	$ 80.409.190
Total general	**2.522.274**	**$ 1.484.707.159**

Para el objeto del presente estudio desde la Regional Norte, se ha consultado los procesos de selección con similitud al objeto en estudio que se han publicado, formalizado y ejecutado durante el periodo comprendido entre los años 2021 a 2025, por parte de la entidad:

GLOBAL COLOMBIA CERTIFICACIÓN ISO 9001:2015
EMPRESA CERTIFICADA
Certificate No.
LAT-0977

AGENCIA LOGÍSTICA
FUERZAS MILITARES
La unión de nuestras Fuerzas



VIGENCIA 2022

CONTRATO	VALOR DEL CONTRATO	$ ADICION N° 1	TOTAL MAS ADICION	RUBRO PRESUPUESTAL	PRODUCTOS
010-027-2022	700.000.000		700.000.000	PRODUCTOS DE MOLINERIA, ALMIDONES	PANADERIA
010-028-2022	200.000.000	100.000.000	300.000.000	PRODUCTOS DE MOLINERIA, ALMIDONES	PANADERIA

VIGENCIA 2023

CONTRATO	VALOR DEL CONTRATO	$ ADICION N° 1	TOTAL MAS ADICION	RUBRO PRESUPUESTAL	PRODUCTOS
010-014-2023	500.000.000	250.000.000	750.000.000	PRODUCTOS DE MOLINERIA, ALMIDONES	PANADERIA
010-015-2023	210.000.000	105.000.000	315.000.000	PRODUCTOS DE MOLINERIA, ALMIDONES	PANADERIA
010-077-2023	100.000.000	50.000.000	150.000.000	PRODUCTOS DE MOLINERIA, ALMIDONES	PANADERIA

VIGENCIA 2024

CONTRATO	VALOR DEL CONTRATO	$ ADICION N° 1	TOTAL MAS ADICION	RUBRO PRESUPUESTAL	PRODUCTOS
010-006-2024	58.500.000		58.500.000	PRODUCTOS DE MOLINERIA, ALMIDONES	PANADERIA
010-009-2024	58.500.000		58.500.000	PRODUCTOS DE MOLINERIA, ALMIDONES	PANADERIA
010-016-2024	600.000.000			PRODUCTOS DE MOLINERIA, ALMIDONES	PANADERIA
010-017-2024	100.000.000	50.000.000	150.000.000	PRODUCTOS DE MOLINERIA, ALMIDONES	PANADERIA
010-076-2024	500.000.000	200.000.000	700.000.000	PRODUCTOS DE MOLINERIA, ALMIDONES	PANADERIA
010-092-2024	230.000.000	115.000.000	345.000.000	PRODUCTOS DE MOLINERIA, ALMIDONES	PANADERIA

VIGENCIA 2025

GLOBAL COLOMBIA CERTIFICACIÓN ISO 9001:2015
EMPRESA CERTIFICADA

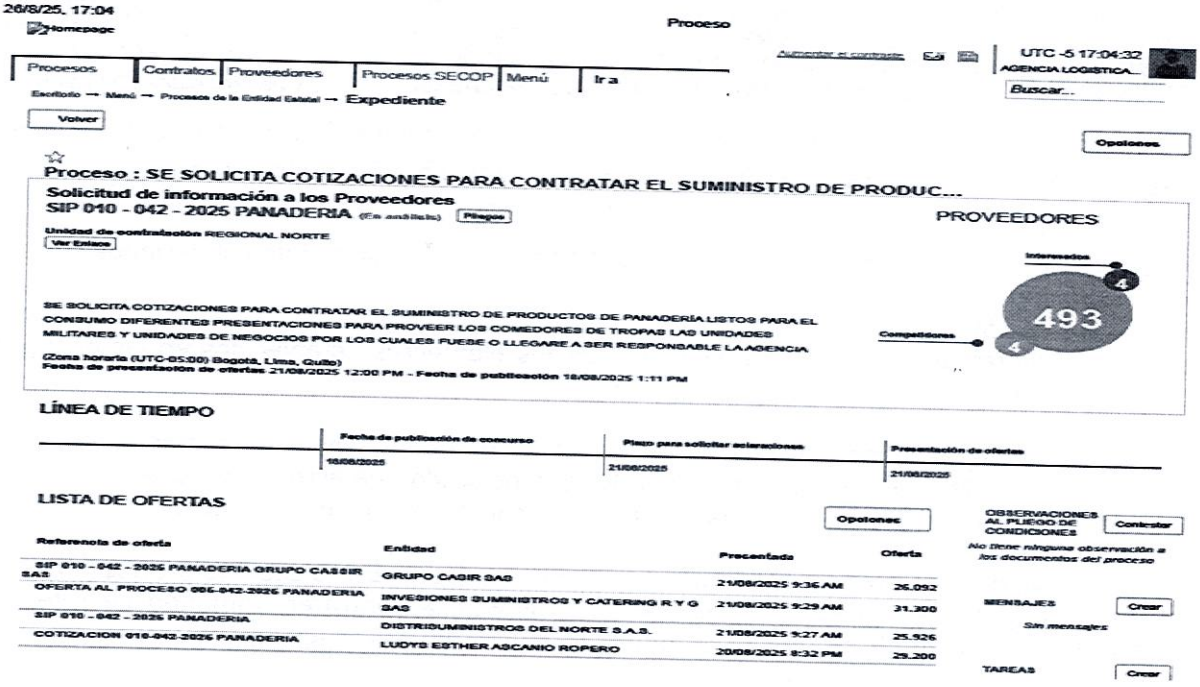
CONTRATO	VALOR DEL CONTRATO	$ ADICION N° 1	TOTAL MAS ADICION	RUBRO PRESUPUESTAL	PRODUCTOS
010-004-2024	670.000.000	310.000.000	980.000.000	PRODUCTOS DE MOLINERIA, ALMIDONES	PANADERIA
010-005-2024	230.000.000	111.000.000	341.000.000	PRODUCTOS DE MOLINERIA, ALMIDONES	PANADERIA

En el análisis de la demanda se proyectó un consumo promedio para la vigencia 2025 de $ 1.050.000.000 pero en el desarrollo de las actividades propias del suministro de alimentación se llegó a un presupuesto de $ 1.321.000.000.000 Mil Trescientos Veintiún Millones de Pesos

Dadas estas condiciones para la vigencia 2025 teniendo en cuenta la operatividad de las Unidades Militares en la cual se manejan partes de personal cambiantes de un día a otro lo cual incidirá en el cambio de pedidos que se puedan solicitar al proveedor, se tuvo una aprobación de presupuesto de $ 930.000.000 Novecientos Treinta Millones de pesos para el segundo semestre de la vigencia 2025, para adelantar proceso de selección abreviada para el suministro de productos de panadería listos para el consumo diferentes presentaciones para abastecer los comedores de tropas las unidades militares y unidades de negocios por los cuales fuese o llegare a ser responsable la agencia logística de fuerzas militares regional norte

Solicitud Información a Proveedores
10. EVENTO DE COTIZACIÓN

La Regional Norte de la Agencia Logística de las Fuerzas Militares para el presente análisis efectuó a través de la plataforma SECOP II, la Solicitud de Información a Proveedores **010-042-2025 PANADERIA**, con el fin de obtener el número de cotizaciones adecuada para realizar un estudio comparativo y determinar un precio ponderado de los suministros a contratar.



GLOBAL COLOMBIA CERTIFICACIÓN ISO 9001:2015
EMPRESA CERTIFICADA
Certificate No.
LAT-0977

AGENCIA LOGÍSTICA
FUERZAS MILITARES
La unión de nuestras Fuerzas

Como requisito en la contratación pública de nuestra institución se solicitaron cotizaciones de 15 productos elaborados con harina de trigo en la página de Colombia compra eficiente SECOP II se logró conseguir 04 empresas cotizantes para desarrollar el análisis económico, en aras de ampliar y conseguir precios del mercado regional y que le garanticen a nuestra institución equilibrio económico se analizaron los precios de las siguientes empresas con potencial para asumir el futuro contrato.

Estas cotizaciones de empresas de la región, se hizo con el fin de tener en cuenta los establecimientos y negocios de la región e incentivar la economía del sector y la producción agroindustrial, para fortalecer la economía de los hogares campesinos, la agroindustria, pequeña y grande molinería que se encuentran ubicados en la zona de influencia de la Regional Norte.

Las empresas enumeradas a continuación, aportan cotizaciones como materia prima para la realización del estudio de mercado. Estas empresas se encuentran localizadas o tienen sede en la ciudad de Barranquilla, Valledupar, Montería, Guajira y Magdalena

Una vez efectuada la revisión a las ofertas allegadas, se obtuvo que los oferentes que presentaron cotizaciones fueran los siguientes:

a. *Se verifico que los proveedores están cotizando los mismos productos*
b. *Se analizó si los precios cotizados tienen variaciones, son precios estándar.*
c. *Se verifico que las cotizaciones son de fechas de la vigencia de 2025*

NIT	RAZÓN SOCIAL	CIUDAD	SECTOR
901257804-7	DISTRIBUIDORA JJOMPY	CARTAGENA	COMERCIALIZADOR ALIMENTICIOS
49774270-1	LUDYS ESTER ASCANIO ROPERO	BARRANQUILLA	COMERCIALIZADOR ALIMENTICIOS
901.011.024-2	INVERSIONES SUMINISTROS Y CATERING R Y G SAS	MONTERIA	COMERCIALIZADOR ALIMENTICIOS
1121857419	GRUPO EMPRESARIAL CASIR	BARRANQUILLA	COMERCIALIZADOR ALIMENTICIOS
901319483	DISTRISUMINISTROS DEL NORTE S.A.S.	BARRANQUILLA	COMERCIALIZADOR ALIMENTICIOS

Análisis de mercado: Las variables estudiadas para la solicitud de cotizaciones son:

a. **Análisis de recursos:** Se requieren empresas que estén en capacidad logística y con inventarios suficientes para proveer los elementos establecidos en las especificaciones técnicas.

b. **Experiencia de la empresa:** Se requiere que las empresas al menos tengan un (1) año de experiencia en el mercado, garantizando que estén enfocadas al desarrollo de actividades tales como producción y/o comercialización de panes.

El manual de contratación de la Agencia Logística estipula Establecer los precios promedio del mercado y el presupuesto del servicio o suministro a contratar, tomando de referencia el análisis efectuado de los precios suministrados por parte del mercado.

A partir de la información de las cotizaciones allegadas, se calculó el menor precio dado que los valores cotizados como menor precio en la comparación que se hizo con los contratos ejecutados en el segundo semestre de la vigencia 2025 específicamente los precios del contrato 010-004 y 005 del -2025, fijando así los precios iniciales estimados, conforme a los

GLOBAL COLOMBIA CERTIFICACIÓN ISO 9001:2015
EMPRESA CERTIFICADA
Certificate No.

cuales se pretende adquirir el suministro de productos de panadería listos para el consumo diferentes presentaciones para abastecer los comedores de tropas las unidades militares y unidades de negocios por los cuales fuese o llegare a ser responsable la agencia logística de fuerzas militares regional norte.
Conforme a este mecanismo, la entidad a través de su Comité Económico Estructurador, fijó los precios unitarios en las cotizaciones como se muestra a continuación:

ITEM	Descripción	Cantidad	Unidad	DISTRIBUIDORA JJOMPY	LUDYS ESTHER ASCANIO ROPERO	INVERSIONES SUMINISTROS Y CATERING R Y G SAS	GRUPO EMPRESARIAL CASIR	DISTRISUMINISTROS DEL NORTE S.A.S.	MENOR PRECIOS COTIZADOS
				901257804-7	49774270	901.011.024-2	901245426	901319483	
1	PAN CORRIENTE X 70 GR	1	UN	$ 1.000	$ 1.300	$ 1.600	$ 1.349	$ 1.341	$ 1.000
2	PAN DE QUESO X 60 GR	1	UN	$ 1.100	$ 1.300	$ 1.400	$ 1.177	$ 1.170	$ 1.100
3	PAN DULCE X 70 GR	1	UN	$ 1.050	$ 1.300	$ 1.600	$ 1.349	$ 1.341	$ 1.050
4	PAN DE LECHE X 60 GR	1	UN	$ 1.050	$ 1.300	$ 1.400	$ 1.179	$ 1.170	$ 1.050
5	PAN DE COCO X 60 GR	1	UN	$ 1.030	$ 1.300	$ 1.400	$ 1.180	$ 1.170	$ 1.030
6	PAN HAMBURQUESA X 80 gr 2 unidades	1	UN	$ 2.000	$ 2.500	$ 2.700	$ 2.280	$ 2.666	$ 2.000
7	PAN PERRO X 70 GR	1	UN	$ 1.100	$ 1.350	$ 1.500	$ 1.287	$ 1.280	$ 1.100
8	TAJADA DE PONQUE X 70 gr	1	UN	$ 1.150	$ 2.100	$ 2.000	$ 1.289	$ 1.280	$ 1.150
9	PAN TAJADO X 450 gr	1	UN	$ 5.400	$ 7.200	$ 7.200	$ 6.142	$ 6.104	$ 5.400
10	CROISSANT X 100 GR	1	UN	$ 2.000	$ 2.500	$ 2.600	$ 2.206	$ 2.193	$ 2.000
11	PAN ROSCON X 70 GR	1	UN	$ 1.050	$ 1.350	$ 1.600	$ 1.313	$ 1.304	$ 1.050
12	GALLETA NEGRA TIPO CUCA X 60 GR	1	UN	$ 1.000	$ 1.300	$ 1.500	$ 1.290	$ 1.280	$ 1.000
13	GALLETA BLANCA DULCE X 60 GR	1	UN	$ 1.100	$ 1.300	$ 1.600	$ 1.365	$ 1.356	$ 1.100
14	GALLETA TIPO LECHE X 10 GR	1	UN	$ 700	$ 900	$ 1.000	$ 798	$ 795	$ 700
15	DONA X 60 GR	1	UN	$ 1.600	$ 2.200	$ 2.200	$ 1.888	$ 1.876	$ 1.600

Una vez revisado los precios cotizados por el comité financiero y técnico evidenciamos que el menor precio cotizado de las 05 empresas está realizada conforme a un análisis de las condiciones del mercado actual sin que se evidencien cambios significativos en el mercado, se tuvo en cuenta la fluctuación de precios, las condiciones de transporte, orden público y contexto internacional de la comercialización de la materia prima o harina de trigo comercializada en el país.

GLOBAL COLOMBIA CERTIFICACIÓN ISO 9001:2015
EMPRESA CERTIFICADA
Certificate No.
LAT-0977

AGENCIA LOGÍSTICA
FUERZAS MILITARES
La unión de nuestras Fuerzas

Nota 1: El valor de las ofertas debe presentarse en moneda legal colombiana (pesos), sin centavos.
Nota 2: La propuesta en ningún caso debe superar los valores unitarios determinados por la entidad para cada uno de los suministros, para consideración del menor precio, dada la modalidad de selección. So pena de ser rechazada la oferta.
Nota 3: La propuesta económica deberá ser presentada, en caso que aplique, con el IVA incluido sin decimales y el valor unitario y total utilizando número entero de acuerdo a las regulaciones tributarias colombianas aplicadas al IVA.
Nota 4: Si el proponente no discrimina el Impuesto a las Ventas (IVA) el cual se encuentra reglamentado por el estatuto tributario vigente, y en consecuencia el bien o servicio causa dicho impuesto, la entidad lo considerará incluido en el valor total de la propuesta y así lo aceptará el proponente.
Nota 5: El precio unitario final de los suministros, conforme al cual se ejecutará el presupuesto oficial (valor del contrato), corresponderá al propuesto por el proponente adjudicatario del presente proceso de selección.
Nota 6: El contrato se suscribirá hasta por el valor total del presupuesto oficial y se ejecutará de acuerdo a los requerimientos y necesidades de la Agencia Logística de las Fuerzas Militares, Regional Norte, previa aprobación del supervisor del contrato. Por lo que el valor total de la propuesta no podrá sobrepasar el presupuesto oficial establecido por la Entidad, so pena de ser rechazada la oferta.
Nota 7: El presupuesto asignado a esta contratación comprende todos los costos que pueda generar el suministro en cada uno de los lugares solicitados.
Nota 8: La entidad se reserva el derecho de realizar la corrección aritmética de las cifras contenidas en la propuesta económica que se encuentra en el SECOP II si a ello hubiera lugar, en el entendido que dicha corrección aritmética corresponda a ajustes por aproximación al peso, siempre y cuando no altere el valor total de la oferta.
Nota 9: Los proponentes son responsables de informarse e incluir en su propuesta toda tasa, retribución, impuesto o gravamen que corresponda y/o del cual sea responsable y, la Agencia Logística de las Fuerzas Militares Regional Norte, no aceptará reclamación alguna por estos conceptos.
Nota 10: No se estipulan cantidades, ya que se harán acuerdo a requerimientos y necesidad de la entidad previa solicitud y aprobación del supervisor del contrato.

De esta manera, la entidad honra los principios de transparencia, economía y responsabilidad en los términos de los artículos 24, 25 y 26 de la Ley 80 de 1993.

En este proceso se adjudicará por lotes en la totalidad del presupuesto asignado.

Cordialmente.

P.D MODESTO MENDOZA SILGADO
Ingeniero de Alimentos

Reviso: P.D Carol Santafé Ramón
Coordinadora de Abastecimientos

Reviso: T.D. Wuesney José Cárdenas Carrasquilla
Estructurador Económico

Aprobó P.D Leonar Reales Reales
Coordinador de Contratos

GLOBAL COLOMBIA CERTIFICACIÓN ISO 9001:2015 EMPRESA CERTIFICADA