 <p>ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. SECRETARÍA DISTRITAL DE LA MUJER</p>	SECRETARÍA DISTRITAL DE LA MUJER	Código: GC-FO-52
	GESTIÓN CONTRACTUAL	Versión: 01
	ANÁLISIS DEL SECTOR PARA TODOS LOS PROCESOS DE SELECCIÓN EXCEPTO PARA LA CONTRATACIÓN DIRECTA DE OPS	Fecha de Emisión: 15/03/2023¹ Página 1 de 27


ANÁLISIS DE SECTOR

MODALIDAD DE CONTRATACIÓN: MÍNIMA CUANTÍA - COMPRA POR GRANDES SUPERFICIES

LÍNEA PAABS No. SCDPI-203-00942-24.

OBJETO CONTRACTUAL:

Adquirir elementos higiénico sanitarios para cubrir las necesidades en materia de cuidado menstrual y derechos sexuales y reproductivos en mujeres que realizan ASP, a través de la Estrategia de Casa de Todas.

 <p>ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. SECRETARÍA DISTRITAL DE LA MUJER</p>	SECRETARÍA DISTRITAL DE LA MUJER	Código: GC-FO-52
	GESTIÓN CONTRACTUAL	Versión: 01
	ANÁLISIS DEL SECTOR PARA TODOS LOS PROCESOS DE SELECCIÓN EXCEPTO PARA LA CONTRATACIÓN DIRECTA DE OPS	Fecha de Emisión: 15/03/2023 ¹ Página 2 de 27

CONTENIDO DEL ANÁLISIS DE SECTOR

1. INTRODUCCIÓN

2. ASPECTOS GENERALES DEL MERCADO

2.1 OTROS ANÁLISIS NORMATIVOS

2.2 CLASIFICACIÓN UNPSC

2.3 ¿Cuál (es) es (son) el (los) bien (es) o servicio(s) a contratar?

2.4. Detalle los permisos, licencias, tramites que se deben tener en cuenta para la ejecución contractual y la selección del proveedor. *(Si aplica)*

2.5. ¿Cuál es el sector de la economía al que pertenece el (los) bien (s) o servicio (s) a contratar?

3. ESTUDIO DE LA DEMANDA

3.1 ¿Cómo ha adquirido la Entidad Estatal en el pasado este bien, obra o servicio?

3.1.1. CONCLUSIÓN

3.2. ¿Cómo han adquirido las Entidades Estatales y las empresas privadas este bien, obra o servicio?

3.2.1. CONCLUSIÓN

3.3. FUENTES DE INFORMACIÓN

4. ESTUDIO DE LA OFERTA

4.1. ¿Quién vende?

4.1.1. ¿Cuál es la dinámica de producción, distribución y entrega de bienes, obras o servicios?

4.2. ¿QUE EMPRESAS COTIZARON?


5. ANÁLISIS DE PRECIOS PARA ESTABLECER EL PRESUPUESTO OFICIAL

5.1. CONCLUSIÓN

6. ANÁLISIS DE DATOS PARA ESTABLECER LOS INDICADORES FINANCIEROS

Nota 1: Recuerde que del análisis del sector se pueden identificar riesgos que deberán ser detallados en la matriz de riesgos.

Nota 2: En los procesos de contratación de Mínima Cuantía el alcance del estudio del sector debe ser proporcionado al valor del proceso, la naturaleza del objeto a contratar, el tipo de contrato y a los riesgos identificados; por ejemplo: no es necesario hacer un estudio extensivo de las condiciones generales de los potenciales oferentes, definir el PIB industrial o estudiar la estructura de los estados financieros de los posibles proveedores y de la industria. Si el objeto a contratar es muy importante o los riesgos exigen un tratamiento especial, entonces el análisis del sector debe ser más complejo y agregar más información general y detallada de los potenciales proveedores y del sector.

	SECRETARÍA DISTRITAL DE LA MUJER	Código: GC-FO-52
	GESTIÓN CONTRACTUAL	Versión: 01
	ANÁLISIS DEL SECTOR PARA TODOS LOS PROCESOS DE SELECCIÓN EXCEPTO PARA LA CONTRATACIÓN DIRECTA DE OPS	Fecha de Emisión: 15/03/2023 ¹ Página 3 de 27

1. INTRODUCCIÓN

De conformidad con lo dispuesto por el artículo 2.2.1.1.1.6.1. del Decreto Reglamentario 1082 de 2015, se debe hacer el análisis necesario para conocer el sector relativo al objeto del Proceso de Contratación desde la perspectiva legal, comercial, financiera, organizacional, técnica, y de análisis de riesgo.

La Guía para elaboración de Estudios de Sector expedida por Colombia Compra Eficiente establece que el análisis del sector debe cubrir tres (3) áreas: **A.** Aspectos generales. **B.** Estudio de la demanda. **C.** Estudio de la oferta.

Adicionalmente, el numeral 4° del artículo 2.2.1.1.2.1.1. del Decreto Reglamentario 1082 de 2015, señala que los Estudios Previos deben contener el valor estimado del contrato y la justificación de este.

1. INSTRUCCIONES

- 1.1. Consulte la Guía actual de elaboración de estudios del sector, expedida por Colombia Compra Eficiente.
- 1.2. Consulte la Guía para la codificación de bienes y servicios de acuerdo con el código estándar de productos y servicios de Naciones Unidas, expedida por Colombia Compra Eficiente.
- 1.3. Consulte la Guía de propiedad intelectual en la contratación pública, expedida por Colombia Compra Eficiente.
- 1.4. Consulte la Guía de compras públicas sostenibles con el ambiente, expedida por Colombia Compra Eficiente.
- 1.5. Una vez leídas y acatadas todas las instrucciones descritas en letra color azul **NO** deberán ser eliminadas.

NOTA: Recuerde verificar en la página web de Colombia Compra Eficiente cual es la última versión para ser consultada.

2. ASPECTOS GENERALES DEL MERCADO

(La Entidad Estatal debe revisar los aspectos generales del mercado del bien, obra o servicio que sean relevantes en el Proceso de Contratación, en ese sentido se recomienda analizar desde la perspectiva local, regional, nacional o internacional, si hay lugar a ello. En el presente análisis tenga en cuenta el análisis económico, técnico, regulatorio entre otros aspectos generales. Ver la Guía actual de elaboración de estudios del sector, expedida por Colombia Compra Eficiente)


Las **toallas higiénicas, toallas sanitarias o compresas sanitarias**, son un producto comercial absorbente muy utilizado para la gestión menstrual, que se coloca de forma externa entre la vulva y la ropa interior, el cual corresponde a una necesidad real de las personas que no quieren (o no pueden) utilizar protección interna, como los tampones y copas menstruales que van alojados en la vagina.

De acuerdo al volumen del flujo menstrual (moderado, regular o abundante), se debe elegir el modelo adecuado. La recomendación es cambiarlas cada tres o cuatro horas para prevenir irritación y evitar olores por la acumulación de bacterias. Los modelos comercializados más comunes se enlistan así:

- **Pantiprotectores:** destinados primariamente para el flujo vaginal diario, pueden utilizarse para menstruación o incontinencia urinaria leve, o a modo de refuerzo con el uso de tampones.
- **Ultradelgada:** compacto y delgado con la misma absorción que una toalla regula o maxi.
- **Regular:** con un rango medio de absorción.
- **Maxi/Súper:** de uso común al comienzo de la menstruación cuando el sangrado es más profuso.
- **Nocturna:** modelo más largo para uso mientras la usuaria está acostada o durante la noche.
- **Materna:** diseñada para retener los loquios tras el parto (sangre, moco y tejido placentario), es ligeramente más larga que el modelo nocturno.
- **Con alas:** Las alas son unas prolongaciones laterales que sirven para fijar la toalla a la ropa interior y que no se mueva.

La primera toalla “higiénica”, fue lanzada en 1897 por Johnson & Johnson en Estados Unidos, se llamaba “toallas sanitarias para damas”, la cual no tuvo mucho éxito, pues “*las mujeres no se atrevían a pedir el producto por su nombre en la tienda, lo que hacía marketing y ventas complicado. ¡La compañía incluso decidió en la década de 1920 distribuir cupones que le permiten solicitar el producto sin tener que decir una palabra!*”¹

¹ Artículo: La composición de las toallas sanitarias. Disponible en: https://luneale.co/es/blogs/cuplife/composicion-toallas-higienicas?srltid=AfmBOorSlgGtCBy-YN3Ba_sM8r-NFOUBcyaWydwlrOlg5m3Bwk16kmQo

	SECRETARÍA DISTRITAL DE LA MUJER	Código: GC-FO-52
	GESTIÓN CONTRACTUAL	Versión: 01
	ANÁLISIS DEL SECTOR PARA TODOS LOS PROCESOS DE SELECCIÓN EXCEPTO PARA LA CONTRATACIÓN DIRECTA DE OPS	Fecha de Emisión: 15/03/2023 ¹ Página 4 de 27

Después de la Primera Guerra Mundial, comenzaron a ser producidas industrialmente, llamadas como “Cellu-cotton”, inicialmente solo para aplicación médica (vendajes), pero las enfermeras trasladaron su uso para absorber su flujo menstrual. Con esto, la Compañía (hoy Kimberly-Clark) comercializó una toalla Cello-Cotton con la marca Kotex, que aún existe”².

El resultado fue un cambio masivo en el mercado. Para finales de la Segunda Guerra Mundial, las ventas de productos menstruales desechables en todo Estados Unidos se habían quintuplicado.

El atractivo sobre las toallas higiénicas fue creciendo a medida que las mujeres se insertaban en las filas de la población laboralmente activa. “Los productos ofrecían tanto comodidad (estaban disponibles fácilmente en muchas farmacias) como discreción (las mujeres no tenían que preocuparse de llevar paños usados del trabajo a la casa). Además, les permitía ‘pasar desapercibidas’, escondiendo sus funciones corporales de aquellas personas que las rodeaban, y dejando que el trabajo siguiera sin ser interrumpido”³.

El mercado actual de la higiene femenina es altamente competitivo, con presencia de diversas empresas globales y regionales. “Algunas empresas importantes del mercado incluyen Procter and Gamble, Unicharm Corporation, Kimberly-Clark Corporation, Johnson y Essity AB. Los estudios indican que los productos de higiene femenina tienen algunas de las tasas de penetración más bajas, siendo su asequibilidad una barrera importante”⁴.

Teniendo en cuenta estos factores, varios actores locales están proporcionando toallas sanitarias de bajo coste para promover la higiene femenina. “Las empresas realizan frecuentes lanzamientos de productos recientemente desarrollados en mercados potenciales y en desarrollo para mejorar su posición en el mercado y sus ingresos. Además, los actores clave que operan en el mercado están considerando varios factores para que sus productos sean más atractivos para los clientes. Por ejemplo, Johnson ofrece su funda Stayfree Dry Max con tecnología de control de olores, que incorpora extractos de plantas naturales para garantizar una sensación de frescura prolongada”⁴.

La creciente conciencia entre los consumidores sobre la higiene menstrual y el aumento de los niveles de ingresos son factores importantes que estimulan el crecimiento de productos de higiene femenina, como las toallas higiénicas a nivel mundial. Además, los gobiernos de numerosos países están tomando iniciativas para distribuirlos de manera gratuita. En Japón, el gobierno presupuestó 1.300 millones de yenes en 2021 para ayudar a las mujeres que necesitaban productos menstruales, enfocándose en la distribución de toallas y tampones de forma gratuita. India, se asoció con varias entidades privadas y organizaciones no gubernamentales para tomar iniciativas para popularizar el uso de toallas sanitarias, particularmente entre las mujeres rurales y desfavorecidas.⁵

El tamaño del mercado de higiene femenina se estima en 37,59 mil millones de dólares en 2023 y se proyecta que alcance los 48,00 mil millones de dólares en 2028, creciendo a una tasa compuesta anual del 5,01% durante el período previsto (2023-2028)⁶

En cuanto a Colombia, de acuerdo con el Informe “Menstruación en Colombia” del Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE)⁷, el principal elemento usado por las mujeres para atender su periodo menstrual son las toallas higiénicas: 93,1% de las mujeres jefas de hogar o cónyuges usaron toallas higiénicas entre mayo de 2021 y mayo de 2022. De igual forma expresó que las dificultades económicas para adquirir elementos para atender el periodo menstrual “son más frecuentes entre las mujeres jóvenes (31,0% entre mujeres de 10 a 17 años), con bajo nivel educativo (21,3% entre mujeres con nivel educativo primaria y secundaria), que se autoreconocen como indígenas (19,0%), en hogares con menores de edad (17,1%), sin ingresos propios (23,7%) y en clases sociales bajas (21,7% entre mujeres pobres)”⁸.

² Ibid.

³ Artículo: Cómo tampones, toallitas y protectores se volvieron tan poco sustentables. Disponible en: <https://www.nationalgeographicia.com/plastico/tampones-protectores-poco-sustentables>


⁴ Ibid.

⁵ Ibid.

⁶ Disponible en: <https://www.mordorintelligence.com/es/industry-reports/feminine-hygiene-market>

⁷ Disponible en: <https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/notas-estadisticas/ago-pres-nota-menstruacion-Colombia.pdf>

⁸ Ibid.

	SECRETARÍA DISTRITAL DE LA MUJER	Código: GC-FO-52
	GESTIÓN CONTRACTUAL	Versión: 01
	ANÁLISIS DEL SECTOR PARA TODOS LOS PROCESOS DE SELECCIÓN EXCEPTO PARA LA CONTRATACIÓN DIRECTA DE OPS	Fecha de Emisión: 15/03/2023 ¹
		Página 5 de 27

Aun así, en 2023, la segunda categoría con más ventas a nivel nacional fueron los productos absorbentes y de higiene femenina, calculándose un valor de US\$204 millones⁹ en relación con la adquisición de toallas higiénicas.

En cuanto a los **los preservativos o condones masculinos**, son cubiertas de látex que se adapta al pene erecto, formando una barrera entre el semen y la vagina o el ano. Este impide el paso de los espermatozoides y reduce el paso de los agentes causantes de algunas de las infecciones y enfermedades de transmisión sexual, como VIH/Sida, VPH (virus del papiloma humano), gonorrea, clamidia y sífilis, entre otros. Se debe usar durante todo momento donde haya contacto genital y hasta después de la eyaculación. Es necesario usar uno por cada relación sexual.

Estos han existido en variadas formas desde hace muchos siglos (fundas de papel de seda, fundas de lino, intestinos secos de cabras o corderos, etc.), sin embargo su producción “cambió con la llegada de la vulcanización del caucho durante la Revolución Industrial. Hacia 1860 se producían a gran escala, se hacían a medida, se podían reutilizar y eran más baratos”¹⁰.

Sin embargo, *“apenas en los años treinta del siglo XX fue posible su producción a gran escala gracias al desarrollo de la goma de látex. Su uso como método anticonceptivo disminuyó hacia los años sesenta, debido al descubrimiento de la píldora. No obstante, el descubrimiento del VIH a principios de los años ochenta llevó a considerar la utilidad que el condón podría tener para la prevención de la transmisión del VIH, lo cual causó el incremento en su popularidad (ONUSIDA, 2000). En la actualidad, “la experiencia ha demostrado que donde los condones son promovidos activamente y ampliamente usados, la velocidad de la diseminación del VIH se ha disminuido” (UNFPA, WHO & PATH, 2005a). Esto hace que el uso del condón constituya una pieza clave para la prevención de la infección por VIH”*¹¹.

El crecimiento del mercado en todo el mundo ha estado sujeto a las iniciativas gubernamentales y programas integrales de educación sexual en aras a la reducción de enfermedades de transmisión sexual, embarazos adolescentes y embarazos no deseados. *“En las últimas décadas, el gobierno de Estados Unidos ha apoyado los esfuerzos mundiales de planificación familiar y salud reproductiva. También es uno de los principales compradores y distribuidores de anticonceptivos a nivel mundial. Ha habido un crecimiento constante en la financiación estadounidense para PF/SR [planificación familiar/salud reproductiva] durante las últimas dos décadas. Sin embargo, esta cantidad se ha mantenido relativamente estable, en aproximadamente 600 millones de dólares en los últimos años”*¹².

China al ser uno de los mayores mercados de condones en el mundo, inició con el suministro gratuito o a precios subsidiados, sin embargo, con la expansión de la clase media, se presentan más oportunidades para “que las personas ejerzan su libertad personal comprando condones de alta calidad a precios más altos en tiendas minoristas. Esos factores han sido positivos para marcas populares de condones como *Okamoto*, que ha ganado reconocimiento en los rangos de precios medios y altos. Otro factor importante detrás del crecimiento del mercado en China es la feroz competencia, con más de 200 fabricantes compitiendo principalmente por el precio”¹³.

Este es un mercado fragmentado y altamente competitivo, con presencia de marcas regionales y multinacionales. *“Los actores clave que controlan el mercado son Reckitt Benckiser Group PLC, Humanwell Group, Church Dwight Co. Inc. y Okamoto Industries Inc. La marca de condones Durex de Reckitt Benckiser ofrece una amplia selección de estilos de condones claramente diferentes, desde los condones de látex más delgados y sensibles. a tachonado, acanalado, para aumentar su participación en el mercado. Los condones troyanos que ofrece Church Dwight son los condones más populares en todo el mundo y son conocidos como una de las marcas más confiables de Estados Unidos. Todos los condones Trojan cumplen o superan los estrictos requisitos de prueba de la FDA. La empresa también afirma ser un fabricante de condones innovador y activo en el mercado, que ofrece a los consumidores lanzamientos de nuevos productos en forma de sabores y texturas distintivos”*¹⁴.

⁹ Artículo Disponible en: <https://www.andi.com.co/Home/Noticia/17696-cada-colombiano-gasta-un-promedio-de-44>


¹⁰ Disponible en: <https://www.bienestarcolsanitas.com/articulo/historia-del-condon>

¹¹ Fondo de Población de las Naciones Unidas. Manual para la adquisición, suministro y distribución de condones en Colombia, p. 22. Disponible en: https://colombia.unfpa.org/sites/default/files/pub-pdf/ADQUISICION-CONDONES_0.pdf

¹² Disponible en: <https://www.mordorintelligence.com/es/industry-reports/condom-market>

¹³ *Ibid.*

¹⁴ *Ibid.*

	SECRETARÍA DISTRITAL DE LA MUJER	Código: GC-FO-52
	GESTIÓN CONTRACTUAL	Versión: 01
	ANÁLISIS DEL SECTOR PARA TODOS LOS PROCESOS DE SELECCIÓN EXCEPTO PARA LA CONTRATACIÓN DIRECTA DE OPS	Fecha de Emisión: 15/03/2023¹ Página 6 de 27

Colombia, a través de la empresa *Unique Condoms*, ha logrado posicionar un condón no látex, hipoalergénico, diez veces más delgado y resistente que la competencia, con el cual la empresa colombiana alcanzó en 2021 ventas en el exterior por más de US\$550.000¹⁵. Actualmente tiene presencia en países como Reino Unido, Australia y España. Estos preservativos son famosos en atención a que Bill Gates, el fundador y dueño de Microsoft, “le entregó un millón de dólares para que siguiera investigando y produciéndolos en Colombia. Además, la fundación que lucha contra el SIDA de Gates y su esposa Melinda también le otorgó el reconocimiento como el mejor condón del mundo. Los millonarios dueños de Microsoft aparte de ver en los condones de Max Abadi una innovación también premiaron la creación de un producto que no necesitaría caucho para su fabricación por lo que se protegía así el medio ambiente, tema al que también le apuesta la familia Gates”¹⁶.

Con lo anterior, el tamaño del mercado de condones se estima en 10,20 mil millones de dólares en 2024 y se espera que alcance los 15,13 mil millones de dólares en 2029, creciendo a una tasa compuesta anual del 8,20% durante el período previsto (2024-2029)¹⁷, continuando explorando nuevos materiales para hacerlos más delgados, resistentes y cómodos, pero el desafío más grande es lograr que efectivamente sean usados.

Frente a los **pañitos húmedos o toallitas húmedas**, estos “son pequeños trozos de papel o tela prehumedecidos que a menudo vienen plegados y envueltos individualmente para su comodidad”¹⁸. Su uso varía para la limpieza o desinfección, estando sujetos a un ligero roce o fricción para eliminar la suciedad o el líquido de superficies. Dentro de sus principales beneficios se encuentran la comodidad, ya que “usar una toallita es más rápido y más fácil que la alternativa de dispensar un líquido y usar otro paño/toalla de papel para limpiar o eliminar el líquido”¹⁹.

En diferentes páginas de internet, atribuyen la invención de las toallitas húmedas al estadounidense Arthur Julius quien trabajó en 1957 en la industria cosmética, las cuales fueron registradas como *Wet-Nap* en 1958. En 1953 su popularidad le llevó a que fueran vendidas en los restaurantes KFC²⁰.

Las primeras empresas en aprovechar este nuevo producto fueron marcas importantes como Kimberly-Clark y Procter & Gamble, “que tenían la capacidad de comprar el costoso equipo especializado necesario para fabricar toallitas húmedas. Pero a medida que avanzaba la tecnología, la producción de estas toallitas húmedas se hizo más asequible, lo que permitió a las marcas más pequeñas aventurarse en este negocio”²¹. Ya en 1990, las grandes cadenas de supermercados empezaron a vender sus propias marcas de toallitas, con precios más bajos, “estas marcas propias atrajeron con éxito a los consumidores de otras marcas”²².

En 2019 se estimó que el mercado mundial de toallitas húmedas estaba valorado en unos 14.000 millones de dólares estadounidenses, lo que refleja lo lejos que ha llegado su desarrollo y uso desde la década de 1960. “Actualmente un 63% de los envases de toallitas son destinadas para uso infantil, mientras que otros usos como desmaquillantes, cuidado corporal o higiene femenina supone un 9%. La extensión de su uso a la higiene del adulto ha supuesto el desarrollo de productos específicos como el papel higiénico húmedo, aunque su uso se limita a un 28%”²³.

Este mercado se rige por la demanda, pues los fabricantes innovan en atención a la creciente conciencia sobre la salud y la higiene de las personas, que ha estimulado la demanda de toallitas húmedas en todo el mundo²⁴. El aumento de la población infantil, el crecimiento de la urbanización y el creciente gasto de las consumidoras en productos de higiene personal están influyendo aún más en el segmento de toallitas de cuidado personal en el mercado estudiado²⁵. Se espera que su tamaño alcance los 19,49 mil millones de dólares en 2024 y crezca a una tasa compuesta anual del 5,42% hasta alcanzar los 25,37 mil millones de dólares en 2029²⁶.

¹⁵ Disponible en: <https://forbes.co/2022/01/12/negocios/condones-colombianos-a-la-conquista-de-europa-y-medio-orient>

¹⁶ Disponible en: <https://www.las2orillas.co/max-abadi-el-colombiano-que-lleva-30-anos-haciendo-fortuna-a-punta-de-condones/>

¹⁷ Disponible en: <https://www.mordorintelligence.com/es/industry-reports/condom-market>

¹⁸ Disponible en: <https://www.droidwipes.com/es/what-are-wet-wipes-definition-history-and-classification/>

¹⁹ Ibid.

²⁰ Disponible en: <https://www.droidwipes.com/es/what-are-wet-wipes-definition-history-and-classification/>

²¹ Ibid.


²² Ibid.

²³ Artículo: El sector cosmético establece nuevos estándares para desechar correctamente las toallitas húmedas y el papel higiénico húmedo. Disponible en: <https://www.industriacosmetica.net/noticias/el-sector-cosmetico-establece-nuevos-estandares-para-desechar-correctamente-las-toall-gFh3X>

²⁴ Disponible en: <https://www.theinsightpartners.com/es/reports/wet-wipes-market>

²⁵ Disponible en: <https://www.mordorintelligence.com/es/industry-reports/wipes-market>

²⁶ Ibid.

	SECRETARÍA DISTRITAL DE LA MUJER	Código: GC-FO-52
	GESTIÓN CONTRACTUAL	Versión: 01
	ANÁLISIS DEL SECTOR PARA TODOS LOS PROCESOS DE SELECCIÓN EXCEPTO PARA LA CONTRATACIÓN DIRECTA DE OPS	Fecha de Emisión: 15/03/2023 ¹ Página 7 de 27

Finalmente, en relación con los **lubricantes íntimos o lubricantes sexuales**, son productos que se usan para mejorar la lubricación vaginal y reducir la fricción entre la piel durante el sexo, la masturbación o el uso de juguetes sexuales. También pueden ayudar a aliviar la resequedad vaginal y el dolor durante el coito.

Estos pueden tener diferentes bases, como agua, aceite o silicona. Los de base acuosa son compatibles con preservativos y juguetes sexuales de silicona y son fáciles de limpiar. Los de silicona duran más tiempo y son ideales para el sexo bajo el agua, pero no son compatibles con juguetes de silicona.

Dentro de sus beneficios se encuentra reducir el riesgo de lesiones por rozamiento en la vagina y el pene, aliviar la comezón e irritación, mejorar el tejido vaginal para mantenerlo más elástico y flexible; y, facilitar la recogida de muestras de semen durante intervenciones de fertilidad. Asimismo en el ámbito médico garantizan la comodidad del paciente durante las pruebas y tratamientos; y, en el sector del entretenimiento para adultas y adultos, para mejorar la experiencia visual.

Los primeros lubricantes íntimos contemplaban desde el aceite de oliva, algas, vaselina y saliva, los cuales eran utilizados para mitigar la fricción y con ella los microdesgarros en la vagina y el ano. Solo hasta 1904 el gel KY llegó al mercado *“como un gel íntimo netamente de uso médico para mejorar el confort de pacientes ginecológicos. Unos años más tarde el producto fue adquirido por Johnson & Johnson, quienes buscaban expandir su negocio y optaron por comercializarlo para mitigar los problemas íntimos femeninos, fomentando relaciones sexuales más placenteras”*²⁷.

El mercado global de lubricantes íntimos, un subconjunto vibrante del sector más amplio del cuidado y el bienestar personal, ha experimentado un crecimiento significativo en los últimos años, impulsado por una mayor conciencia sobre la salud sexual y el bienestar, así como por el aumento de la demanda de productos que mejoren la experiencia sexual.


Este mercado está siendo influenciado por varios factores, tales como:

- **Cambio en las actitudes hacia la sexualidad.** En muchos países, especialmente en los desarrollados, las personas están cada vez más dispuestas a hablar abiertamente sobre sus necesidades sexuales y a buscar soluciones para mejorar su bienestar. Esto ha contribuido al crecimiento de la demanda de productos como los lubricantes íntimos.
- **Mayor disponibilidad de productos y marcas.** El acceso a una amplia gama de lubricantes, incluyendo opciones orgánicas, veganas, a base de agua, silicona y otros ingredientes especializados, ha incrementado el interés por estos productos. Además, los canales de distribución en línea han facilitado la compra de estos productos, ampliando su disponibilidad.
- **Innovación en productos.** Los fabricantes están lanzando constantemente nuevos productos con características especiales como lubricantes que ayudan a aliviar la sequedad vaginal, productos diseñados para aumentar el placer, e incluso lubricantes con propiedades que mejoran la hidratación o que tienen efectos térmicos o de estimulación.
- **Conciencia de salud y seguridad.** La creciente preocupación por los ingredientes en los productos de cuidado personal ha llevado a una mayor demanda de lubricantes que sean seguros para el cuerpo, sin productos químicos agresivos. Esto ha impulsado la popularidad de los lubricantes orgánicos y naturales.

La demografía de los consumidores en el mercado de lubricantes sexuales está en expansión, con un creciente interés de diversos grupos de edad y orientaciones sexuales. En particular, las generaciones más jóvenes se muestran más dispuestas a hablar abiertamente sobre salud sexual y a probar productos que mejoren su experiencia.

Además, los lubricantes sexuales se han vuelto más accesibles gracias al auge de las compras en línea, lo que permite a los consumidores adquirirlos de manera sencilla y discreta. América del Norte representa la mayor parte del mercado, impulsada por factores como las campañas publicitarias enfocadas en el bienestar sexual, la evolución de las normas sociales y el alto poder adquisitivo de la región.

²⁷ Disponible en: https://www.perfumesclub.com/es/erotica_lubricantes-intimos/f/

	SECRETARÍA DISTRITAL DE LA MUJER	Código: GC-FO-52
	GESTIÓN CONTRACTUAL	Versión: 01
	ANÁLISIS DEL SECTOR PARA TODOS LOS PROCESOS DE SELECCIÓN EXCEPTO PARA LA CONTRATACIÓN DIRECTA DE OPS	Fecha de Emisión: 15/03/2023 ¹ Página 8 de 27

Una tendencia destacada en la industria de los lubricantes sexuales es la creciente preferencia por productos naturales y orgánicos. La demanda de lubricantes libres de ingredientes sintéticos ha aumentado, ya que más consumidores priorizan opciones que promuevan su salud y bienestar. El interés por productos que contienen ingredientes naturales, como el aceite de coco y el aloe vera, refleja este cambio de mentalidad. Además, el enfoque en la sostenibilidad, el abastecimiento ético y el bienestar personal está alineado con los valores emergentes de los consumidores, lo que influye notablemente en sus decisiones de compra.

El tamaño del mercado de lubricantes sexuales se valoró en 1470 millones de dólares en 2023 y se prevé que alcance 2190 millones de dólares en 2030, creciendo a una CAGR del 9,77 % durante el período previsto 2024 a 2030²⁸.

En Colombia, el mercado de lubricantes íntimos está en expansión, aunque en una etapa más temprana en comparación con mercados como el de Estados Unidos o Europa. Sin embargo, varios factores están impulsando su crecimiento:

- **Cambio cultural y social.** Aunque en Colombia aún existen ciertos tabúes relacionados con la sexualidad, la creciente apertura hacia estos temas, especialmente entre las generaciones más jóvenes, está fomentando el interés por los lubricantes íntimos. Además, campañas de educación sexual y el acceso a información a través de medios digitales están ayudando a normalizar el uso de estos productos.
- **Aumento de la demanda de productos de bienestar.** Al igual que en otras partes del mundo, las consumidoras y consumidores están más interesados(os) en productos que mejoren su calidad de vida y bienestar general. La necesidad de productos para mejorar la experiencia sexual y la salud íntima está empujando la demanda de lubricantes.
- **Distribución y accesibilidad.** En Colombia, los lubricantes íntimos están cada vez más disponibles en farmacias, supermercados y tiendas en línea, lo que ha facilitado el acceso a estos productos. Las compras en línea están creciendo rápidamente, lo que permite el acceso a una variedad de marcas que antes no estaban disponibles en los puntos de venta tradicionales.
- **Crecimiento del mercado de productos naturales y orgánicos.** En Colombia también está creciendo el interés por productos naturales y orgánicos. Esto se refleja en el aumento de la demanda de lubricantes a base de ingredientes naturales o ecológicos, que son percibidos como más seguros y saludables.
- **Preocupaciones de salud sexual:** A medida que la conciencia sobre la salud sexual aumenta, especialmente entre mujeres y personas mayores, los lubricantes para aliviar la sequedad vaginal y otros problemas relacionados con la salud íntima están ganando popularidad. Esto incluye productos diseñados para mujeres durante la menopausia, que enfrentan una disminución de la lubricación natural.


En resumen, tanto a nivel global como en Colombia, el mercado de lubricantes íntimos está experimentando un crecimiento sólido impulsado por el aumento de la conciencia sobre la salud sexual, el cambio de actitudes culturales y una mayor accesibilidad de los productos. Las marcas que sepan adaptarse a las preferencias de los consumidores, especialmente en términos de seguridad, ingredientes naturales y distribución digital, tendrán un gran potencial de éxito.

- **En relación con el tema económico**

Particularmente el “Boletín técnico de Producto Interno Bruto de Bogotá D.C. (PB) ” para el segundo trimestre de 2024, refiere que en el segundo trimestre de 2024, el Producto Interno Bruto creció 2,2% respecto al mismo periodo de 2023; y, que de acuerdo con la siguiente tabla las actividades económicas que más contribuyeron a la dinámica el valor agregado fueron por un lado, las actividades de la administración pública, defensa, educación y salud (5,2%), la construcción (10,4%) y las actividades artísticas, de entretenimiento y recreación (11,9%) como las actividades que más aportaron a la dinámica del valor agregado de Bogotá. Y, por otro lado, sectores de la economía como el de información y comunicaciones e industrias manufactureras que presentaron decrecimiento de (-1,6%) y (-2,0%) respectivamente²⁹:

²⁸ Disponible en: <https://www.verifiedmarketreports.com/es/product/sexual-lubricant-market/>

²⁹ Disponible en: https://observatorio.desarrolloeconomico.gov.co/sites/default/files/files_articles/boletin_tecnico_pib_bogota_ii_trim2024.pdf

	SECRETARÍA DISTRITAL DE LA MUJER	Código: GC-FO-52
	GESTIÓN CONTRACTUAL	Versión: 01
	ANÁLISIS DEL SECTOR PARA TODOS LOS PROCESOS DE SELECCIÓN EXCEPTO PARA LA CONTRATACIÓN DIRECTA DE OPS	Fecha de Emisión: 15/03/2023 ¹
		Página 9 de 27

Actividad económica	Tasas de crecimiento (%)		
	Serie original		Serie ajustada por efecto estacional y calendario
	Anual	Año corrido	Trimestral
	2024 ^{pr} - II / 2023 ^{pr} - II	2024 ^{pr} / 2023 ^{pr}	2024 ^{pr} - II / 2024 ^{pr} - I
Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca	6,3	11,7	-2,2
Explotación de minas y canteras	-0,3	9,4	-11,8
Industrias manufactureras	-2,0	-3,2	-3,4
Suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado ²	-0,3	0,7	-0,3
Construcción	10,4	14,9	-2,8
Comercio al por mayor y al por menor ³	0,9	0,1	-0,4
Información y comunicaciones	-1,6	-1,3	-1,7
Actividades financieras y de seguros	1,0	-1,1	0,7
Actividades inmobiliarias	1,5	1,2	0,8
Actividades profesionales, científicas y técnicas ⁴	0,3	0,01	0,4
Administración pública, defensa, educación y salud ⁵	5,2	4,8	0,9
Actividades artísticas, de entretenimiento y recreación y otras actividades de servicios ⁶	11,9	8,7	3,7
Valor agregado bruto	2,4	1,6	0,5
Impuestos menos subvenciones sobre los productos	0,4	0,4	-0,1
Producto Interno Bruto	2,2	1,5	0,5

Ahora bien, con el fin de asegurar la obtención de la información básica del sector industrial que permita el conocimiento de su estructura, características y evolución el DANE cuenta con la Encuesta Anual Manufacturera³⁰ y a su vez se cuenta con otras operaciones estadísticas del sector industria entre las que se encuentran la Encuesta Mensual manufacturera con Enfoque Territorial (EMMET)³¹, el Índice de Producción Industrial (IPI) y la Encuesta de Desarrollo e Innovación Tecnológica en la Industria Manufacturera (EDIT)³²; las cuales proporcionan información clave sobre la producción, el empleo, las ventas, las inversiones y otros aspectos relevantes del sector. Esta información es fundamental para entender la dinámica y el desempeño del sector industrial colombiano, y para formular políticas públicas que promuevan su desarrollo sostenible y competitivo.

Partiendo de lo anterior, la EMMET mide la evolución mensual del sector manufacturero del país a través de las variables de producción, ventas, empleo, sueldos y horas trabajadas. Con ellas, el DANE genera índices, variaciones y contribuciones. La Encuesta es también una herramienta importante para la elaboración de las estimaciones del Producto Interno Bruto (PIB) del sector industrial que realiza la Dirección Técnica de Síntesis y Cuentas Nacionales.

En este sentido, al mes de agosto de 2024, la EMMET indicó que, frente a agosto de 2023, la producción real de la industria manufacturera presentó una variación de -1,8%, las ventas reales de -2,8% y el personal ocupado de -0,6%, de acuerdo con lo que se indica en la siguiente gráfica:

³⁰ Disponible en: <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/industria/encuesta-anual-manufacturera-enam>

³¹ Disponible en: <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/industria/encuesta-mensual-manufacturera-con-enfoque-territorial-emmet>

³² Disponible en: <https://microdatos.dane.gov.co/index.php/catalog/779>


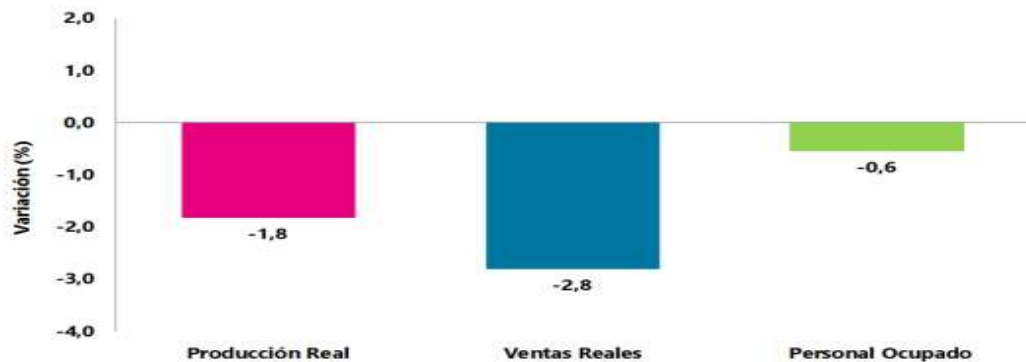
	SECRETARÍA DISTRITAL DE LA MUJER	Código: GC-FO-52
	GESTIÓN CONTRACTUAL	Versión: 01
	ANÁLISIS DEL SECTOR PARA TODOS LOS PROCESOS DE SELECCIÓN EXCEPTO PARA LA CONTRATACIÓN DIRECTA DE OPS	Fecha de Emisión: 15/03/2023 ¹
		Página 10 de 27

Gráfico 1. Variación anual de la producción real, ventas y personal ocupado de la industria manufacturera Total nacional Agosto (2024/2023)^P




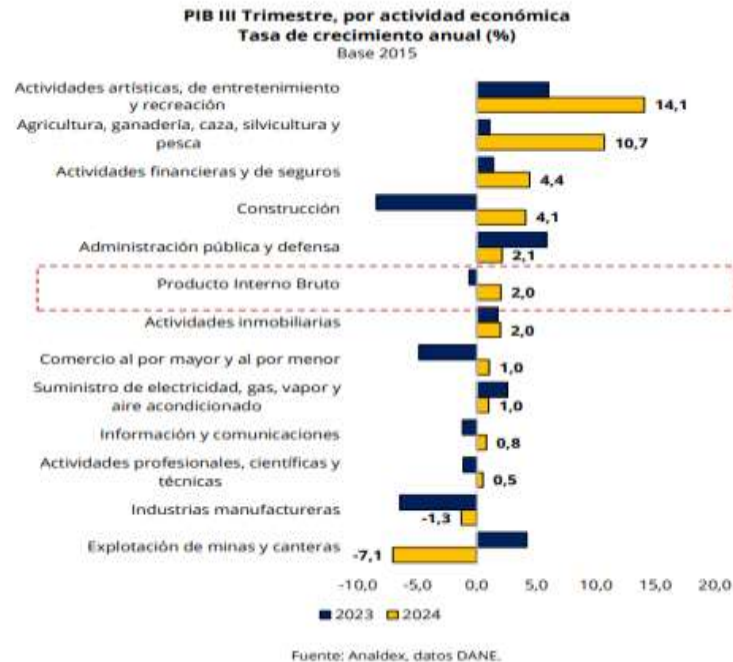
Fuente: DANE- EMMET

Con el fin de precisar en la actividad económica donde se desenvuelve el objeto al que hace referencia el presente análisis, específicamente, para la adquisición de toallas higiénicas, pañitos húmedos, preservativos para hombre y lubricantes íntimos, se toma como referencia la Resolución No. 636 del 23 de julio de 2012³³, mediante la cual se establece la clasificación de actividades económicas; en donde están ubicados en las siguientes actividades económicas: “1709 - Fabricación de otros artículos de papel y cartón, 2219- Fabricación de formas básicas de caucho y otros productos de caucho, n.c.p., 2011- Fabricación de sustancias y productos químicos básicos”.

Ahora bien, en términos de producción en el tercer trimestre del 2024, se evidenció un crecimiento de diez actividades productivas frente al mismo periodo del 2023: actividades artísticas, de entretenimiento y recreación (14,1%), agricultura y ganadería (10,7%), actividades financieras y de seguros (4,4%), construcción (4,1%), administración pública (2,1%), actividades inmobiliarias (2,0%), comercio (1,0%), servicios públicos (1,0%), información y comunicaciones (0,8%) y actividades profesionales (0,5%). **Por su parte, hubo un decrecimiento de industrias manufactureras (-1,3%)** y explotación de minas y canteras (-7,1%), tal como se puede observar en la siguiente gráfica:

³³ Por la cual se aclara la Resolución No. 066 de 2012 (por la cual se establece la Clasificación de Actividades Económicas – CIU Rev. 4.A.C.)

	SECRETARÍA DISTRITAL DE LA MUJER	Código: GC-FO-52
	GESTIÓN CONTRACTUAL	Versión: 01
	ANÁLISIS DEL SECTOR PARA TODOS LOS PROCESOS DE SELECCIÓN EXCEPTO PARA LA CONTRATACIÓN DIRECTA DE OPS	Fecha de Emisión: 15/03/2023 ¹
		Página 11 de 27



Partiendo de lo anterior, y con el fin de puntualizar en el sector en el comportamiento de la actividad económica a las cuales pertenecen los elementos a comprar, tenemos que en el tercer trimestre de 2024pr, el valor agregado de las industrias manufactureras decrece -1,3% en su serie original, respecto al mismo periodo de 2023pr. Esta dinámica se explica por los siguientes comportamientos:


- Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca, que crecieron en el último año 10,7% (8,9% en el periodo enero-septiembre);
- Explotación de minas y canteras con -7,1% anual y -4,1% año corrido;
- Industria manufactureras -13% anual y -2,8% año corrido.
- Otras actividades se fortalecieron:
- Construcción creció 4,1% anual y 2,4% año corrido;
- Actividades artísticas con 14,1% anual y 9,8% al tercer trimestre;
- Construcción que creció 4,1% anual y 2,4% entre enero y septiembre, principalmente.

▪ **En relación con el comportamiento del gasto**

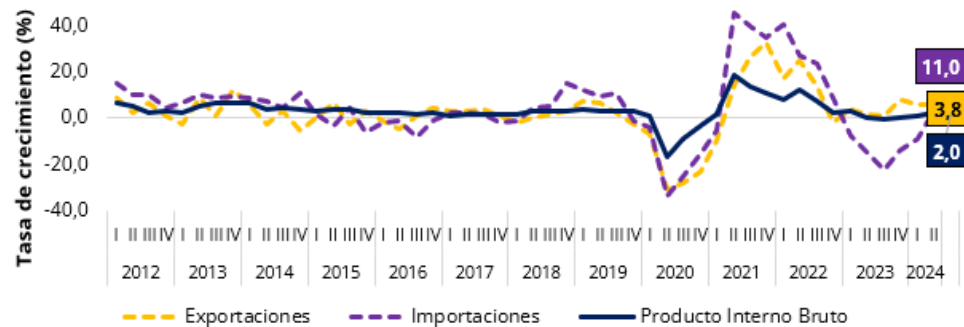
Según el DANE³⁴, el tercer trimestre de 2024 registró un crecimiento de la economía colombiana de 2,0%, con respecto al mismo periodo de 2023, situándose por debajo de las expectativas de los analistas que esperaban que el tercer dato del año se ubicara hasta en 2,4%. Si bien las expectativas eran mayores, la dinámica de la economía colombiana está dejando atrás el bajo crecimiento alcanzado en los primeros tres meses del año, y aunque las cifras son inferiores a las del potencial de crecimiento, representan un cambio de tendencia.

Desde el enfoque del gasto, en el tercer trimestre la demanda interna creció 3,6%, jalonado principalmente por la variación positiva de la formación bruta de capital fijo (4,0%), y el gasto de los hogares (1,6%). Así mismo, se evidenció un crecimiento en las exportaciones y las importaciones, cifras que se ubicaron en 3,8% y 11%, respectivamente.

³⁴ Disponible en: <https://www.dane.gov.co/files/operaciones/IPC/bol-IPC-sep2024.pdf>

	SECRETARÍA DISTRITAL DE LA MUJER	Código: GC-FO-52
	GESTIÓN CONTRACTUAL	Versión: 01
	ANÁLISIS DEL SECTOR PARA TODOS LOS PROCESOS DE SELECCIÓN EXCEPTO PARA LA CONTRATACIÓN DIRECTA DE OPS	Fecha de Emisión: 15/03/2023 ¹
		Página 12 de 27

Producto Interno Bruto trimestral (2012 - III Trim 2024)
Tasa de crecimiento anual (%)




Fuente: Analex-DANE

Al analizar el PIB desde el enfoque del gasto durante lo corrido de 2024, se puede notar que la formación bruta de capital fijo, que caía en lo corrido del primer semestre, ahora ha revertido esta tendencia, ubicándose entre enero y septiembre en crecimiento de 0,6%, mostrando leves pero importantes señales de recuperación.

2.1. OTROS ANÁLISIS NORMATIVOS


(Teniendo en cuenta los requerimientos normativos que rigen la contratación pública, se hace necesario analizar entre otras que se modifiquen o expidan los siguientes aspectos que impactan en el sector que se está analizando para la contratación a realizar)
Tenga en cuenta:

NORMA	INSTRUCCIÓN	¿A QUE MODALIDAD DE CONTRATACIÓN LE APLICA?
<p style="text-align: center;">Empresas MiPymes</p> <p>Ley 2069 de 2020, Decreto 1860 de 2021 y las que modifiquen, adicionen o sustituyan.</p>	<p><i>Revise en el mercado cuales de las empresas que prestan el/los servicios que atañe a la contratación están dentro de la actividad económica objeto del presente análisis y ostentan la condición de MiPymes, revise sus indicadores financieros entre otros y concluya si el proceso es o no susceptible de limitarse a MiPymes. Recuerde que de este análisis se puede establecer el criterio habilitante diferencial que se solicita más adelante. Tenga en cuenta el modelo de solicitud de cotización sugerido por la Dirección de Contratación.</i></p> <p>La explicación de este punto se encuentra desarrollada en los párrafos subsiguientes al presente cuadro.</p>	Todas las modalidades de contratación incluida la mínima cuantía.
<p>Decreto Distrital 332 de 2020 “n medidas afirmativas para promover la participación de las mujeres en la contratación del Distrito Capital”</p>	<p><i>Establezca el porcentaje de participación de mujeres en la ejecución del contrato de acuerdo al Decreto. Revise las fuentes dispuestas por Colombia Compra Eficiente, DANE entre otros y analice cual es la participación de mujeres en la actividad económica que se está estudiando en este documento. De no aplicarle la disposición normativa detalle las razones.</i></p> <p>La explicación de este punto se encuentra desarrollada en los párrafos subsiguientes al presente cuadro.</p>	Todas las modalidades de contratación incluida la mínima cuantía.


	SECRETARÍA DISTRITAL DE LA MUJER	Código: GC-FO-52
	GESTIÓN CONTRACTUAL	Versión: 01
	ANÁLISIS DEL SECTOR PARA TODOS LOS PROCESOS DE SELECCIÓN EXCEPTO PARA LA CONTRATACIÓN DIRECTA DE OPS	Fecha de Emisión: 15/03/2023 ¹ Página 13 de 27

<p>Decreto Distrital 380 de 2015 "Formula la Política de Trabajo Decente" Numeral 2.2.1. y ss., del Parágrafo 2 del artículo 13 "instrumentos"</p>	<p><i>Analice la posibilidad de aplicar lo previsto en el artículo señalado o detalle las razones por las cuales no es posible aplicarlo.</i></p> <p>La explicación de este punto se encuentra desarrollada en los párrafos subsiguientes al presente cuadro.</p>	Todas las modalidades de contratación incluida la mínima cuantía.
<p>Aplicación del Decreto 248 de 2021. Decreto Único Reglamentario del Sector Administrativo Agropecuario, Pesquero y de Desarrollo Rural, relacionado con las compras públicas de alimentos"</p>	<p><i>Analice si al proceso le aplica lo dispuesto en el Decreto de lo contrario manifieste que no le aplica y deje constancia de las razones.</i></p> <p>La explicación de este punto se encuentra desarrollada en los párrafos subsiguientes al presente cuadro.</p>	Todas las modalidades de contratación incluida la mínima cuantía.
<p>Criterios diferenciales Decreto 1860 de 2021 que modificó algunas disposiciones normativas del Decreto 1082 de 2015 y reglamenta la Ley 2069 de 2020</p>	<p><i>Fundamente con argumentos cual fue el criterio diferencial tanto para emprendimiento de mujeres como para MiPymes que seleccionó para establecer los criterios habilitantes en el proceso y cuáles fueron las razones. Se recomienda iniciar analizando los criterios financieros, de no poder establecerse, continúe con el criterio de experiencia, de no poder establecerse dejar los argumentos pertinentes y por último elegir el criterio referente a la garantía de seriedad de la oferta.</i></p> <p>La explicación de este punto se encuentra desarrollada en los párrafos subsiguientes al presente cuadro.</p>	Principalmente Licitación Pública, Selección abreviada de menor cuantía y Concurso de méritos.

¿Cuáles pueden ser los criterios diferenciales habilitantes que se pueden establecer en un proceso de selección?		
<ol style="list-style-type: none"> 1. Tiempo de experiencia. 2. Número de contratos para la acreditación de la experiencia 3. Índices de capacidad financiera 4. Índices de capacidad organizacional. 5. Valor de la garantía de seriedad de la oferta. 		
NORMA	INSTRUCCIÓN	¿A QUE MODALIDAD DE CONTRATACIÓN LE APLICA
<p>Decreto 1860 de 2021. ARTÍCULO 2.2.1.2.4.2.15. Criterios diferenciales para emprendimientos y empresas de mujeres en el sistema de compras públicas. ARTÍCULO 2.2.1.2.4.2.14. Definición de emprendimientos y empresas de mujeres.</p>	<p><i>Defina el criterio diferencial habilitante que va a requerir en el proceso de selección y fundamente con argumentos porque lo eligió. Recuerde que se recomienda iniciar por los criterios financieros, de no poderse establecerse, elegir el criterio de experiencia de no poder establecerse dejar constancia y por último elegir el criterio referente a la garantía de seriedad de la oferta</i></p> <p>La explicación de este punto se encuentra desarrollada en los párrafos subsiguientes al presente cuadro.</p>	Para los procesos de licitación pública, concurso de méritos y menor cuantía, así como en los procesos competitivos que adelanten las Entidades Estatales no sometidas al Estatuto General de Contratación de la Administración Pública
<p>Decreto 1860 de 2021. ARTÍCULO 2.2.1.2.4.2.18. Criterios diferenciales para empresas Mipyme en el sistema de compras públicas.</p>	<p><i>Defina el criterio diferencial habilitante que va a requerir en el proceso de selección y fundamente con argumentos porque lo eligió. Recuerde que se</i></p>	Todos los procesos de selección.

 <p>ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. SECRETARÍA DISTRITAL DE LA MUJER</p>	SECRETARÍA DISTRITAL DE LA MUJER	Código: GC-FO-52
	GESTIÓN CONTRACTUAL	Versión: 01
	ANÁLISIS DEL SECTOR PARA TODOS LOS PROCESOS DE SELECCIÓN EXCEPTO PARA LA CONTRATACIÓN DIRECTA DE OPS	Fecha de Emisión: 15/03/2023 ¹ Página 14 de 27


	<p><i>recomienda iniciar por los criterios financieros, de no poderse establecerse, elegir el criterio de experiencia de no poder establecerse dejar constancia y por último elegir el criterio referente a la garantía de seriedad de la oferta</i></p> <p>La explicación de este punto se encuentra desarrollada en los párrafos subsiguientes al presente cuadro.</p>	
OTROS ANÁLISIS NORMATIVOS		
<p>Decreto 1860 de 2021. ARTÍCULO 2.2.1.2.4.2.16. Fomento a la ejecución de contratos estatales por parte de población en pobreza extrema, desplazados por la violencia, personas en proceso de reintegración o reincorporación y sujetos de especial protección constitucional.</p>	<p><i>Analice el sector y revise la posibilidad de aplicar el criterio del artículo descrito de no ser posible deje constancia de las razones.</i></p> <p>La explicación de este punto se encuentra desarrollada en los párrafos subsiguientes al presente cuadro.</p>	Todas las modalidades de selección exceptuando la contratación directa
<p>Aplicación de la Ley 680 de 2021. Análisis del Bienes y Servicios Nacionales ARTÍCULO 2.2.1.2.4.2.9. Puntaje para la promoción de la industria nacional en los Procesos de Contratación de servicios</p>	<p><i>Identifique cual es regla de origen; cuales son los bienes relevantes dentro del proceso, realizar la consulta el Registro de Productores de Bienes Nacionales. De existir bienes Colombianos relevantes o no exista oferta nacional de los mismos en el Registro de Productores de Bienes Nacionales, las Entidades Estatales deberán otorgar el puntaje de que trata la primera franja de la Ley 816 de 2003. Ver artículo.</i></p> <p>La explicación de este punto se encuentra desarrollada en los párrafos subsiguientes al presente cuadro.</p>	Para los procesos de licitación pública, concurso de méritos y menor cuantía.
<p>Análisis de propiedad intelectual</p>	<p><i>Se recomienda revisar la guía de propiedad intelectual en la contratación pública de Colombia Compra Eficiente.</i></p> <p>La explicación de este punto se encuentra desarrollada en los párrafos subsiguientes al presente cuadro.</p>	Todos los procesos de selección
<p>Criterios de Compra Pública Sostenible</p>	<p><i>Se debe verificar, revisar y justificar la inclusión de criterios ambientales y sociales en la gestión contractual las cuales generan valor por dinero, pues las Entidades Estatales que las desarrollan: (i) satisfacen la necesidad (eficacia); (ii) reducen los costos asociados al ciclo de vida del bien o servicio (economía); (iii)</i></p>	Todos los procesos de selección

	SECRETARÍA DISTRITAL DE LA MUJER	Código: GC-FO-52
	GESTIÓN CONTRACTUAL	Versión: 01
	ANÁLISIS DEL SECTOR PARA TODOS LOS PROCESOS DE SELECCIÓN EXCEPTO PARA LA CONTRATACIÓN DIRECTA DE OPS	Fecha de Emisión: 15/03/2023 ¹
		Página 15 de 27

	<p><i>disminuyen el uso de recursos (eficiencia); (iii) incluyen a empresas o poblaciones con dificultades para participar en el sistema de compra pública, y (iv) promueven la innovación en el sector privado.</i></p> <p>La explicación de este punto se encuentra desarrollada en los párrafos subsiguientes al presente cuadro.</p>	
--	--	--

En este espacio analice el mercado frente a cada una de las normas anteriormente mencionadas:

- **Empresas MiPymes- Ley 2069 de 2020, Decreto 1860 de 2021.** En atención a lo dispuesto en los artículos 2.2.1.2.4.22 del Decreto 1082 de 2015, modificado por el artículo 5° del Decreto 1860 de 2021; y, 2.2.1.2.4.2.18, es importante señalar que, como el presente proceso obedece a una compra por grandes superficies, no se establecerán criterios diferenciales respecto a la experiencia para las MiPymes, en cuanto no son aplicables teniendo en cuenta la modalidad de contratación.
- **Aplicabilidad del Decreto 332 de 2020.** En atención a las medidas afirmativas establecidas en este Decreto para promover la participación de las mujeres en la contratación del Distrito Capital, se cita la excepción establecida en el artículo 3° para la aplicación de las mismas dentro de los procesos adelantados “por acuerdo marco de precios, bolsa de productos, **tienda virtual del Estado Colombia** y las tipologías contractuales para la adquisición de bienes y servicios que por su naturaleza no requieran de personal para la ejecución del contrato y/o convenio (...)”. De igual forma, para los Grandes Almacenes vinculados a la Tienda Virtual del Estado Colombiano (TVEC) no existe la obligatoriedad en la ejecución de la orden de compra de vincular un número determinado de mujeres.
- **Aplicabilidad del Decreto Distrital 380 de 2015.** Es preciso indicar, tal como fue referido al analizar la norma anterior, que dentro de las solicitudes de información de los proveedores no fue posible evidenciar si las empresas pueden vincular/vinculan grupos marginales, vulneradas o excluidas, en atención a que el proceso adelantado se llevará a cabo a través de la tienda virtual del Estado.
- **Aplicación del Decreto 248 de 2021- Decreto Único Reglamentario del Sector Administrativo Agropecuario, Pesquero y de Desarrollo Rural, relacionado con las compras públicas de alimentos.** En virtud del artículo 3 de la Ley 2046 de 2020 y del artículo 2.20.1.1.3. del Decreto 248 de 2021 la entidad realizó el análisis correspondiente y concluyó que en el presente proceso de contratación NO se cumplen los presupuestos normativos indicados en tales normas, toda vez que no se pretende realizar la adquisición directa de alimentos o productos de origen agropecuario ya que los elementos a adquirir en este proceso son de otra naturaleza.
- **Criterios Diferenciales del Decreto 1860 de 2021 que modificó algunas disposiciones normativas del Decreto 1082 de 2015 y reglamenta la Ley 2069 de 2020.** En atención a la naturaleza de este proceso a través de la TVEC para los Grandes Almacenes vinculados a la TVEC no existe la obligatoriedad en la ejecución de la orden de compra de vincular un número determinado de mujeres.
- **Aplicación del Decreto 680 de 2021.** En atención a lo dispuesto en el artículo 2.2.1.2.4.2.9 sobre el puntaje para la promoción de la industria nacional en los procesos de contratación de servicios, teniendo en cuenta que la modalidad de contratación aplicable para el presente proceso es la compra por grandes superficies, por lo que no procede puntaje de promoción de la industria nacional.
- **Análisis de propiedad intelectual.** Para el presente proceso no procede el régimen de Propiedad Intelectual y Derechos de Autor, en atención a los elementos que en el marco de este proceso se pretenden adquirir a través de compraventa.


	SECRETARÍA DISTRITAL DE LA MUJER	Código: GC-FO-52
	GESTIÓN CONTRACTUAL	Versión: 01
	ANÁLISIS DEL SECTOR PARA TODOS LOS PROCESOS DE SELECCIÓN EXCEPTO PARA LA CONTRATACIÓN DIRECTA DE OPS	Fecha de Emisión: 15/03/2023 ¹ Página 16 de 27

- **Criterios de compra pública sostenible.** La Secretaria Distrital de la Mujer como otras tantas entidades públicas del Distrito y el país, se encuentra comprometida con las buenas prácticas ambientales por lo que dentro del estudio previo del presente proceso contempló algunas obligaciones ambientales acorde con la naturaleza del contrato y las actividades a desarrollar en la ejecución de las mismas mitigando el impacto ambiental, así como las consideraciones establecidas en el Acuerdo No. 540 de 2013 del 26 de diciembre de 2013 del Concejo Distrital, así:
 - a) Las compras verdes promoverán por la adquisición de Productos amigables con el ambiente en todas las etapas: desde su producción, distribución, utilización, reutilización y disposición final.
 - b) Las compras verdes deberán planear la exclusión o limitación de sustancias químicas nocivas para la salud humana y el equilibrio ambiental.
 - c) Garantizar la duración, reparabilidad y piezas de recambio para los bienes o productos que adquieran las entidades.
 - d) Las compras verdes deben estimular el desuso de los empaquetados excesivos y fomentar el uso de alternativas ecológicas.
 - e) Para los bienes o servicios que incluyan alimentos, el Distrito procurará que estos sean de origen orgánico, que fomenten las agro- redes y la creación de alternativas económicas en toda la ciudad haciendo hincapié en la zona rural.
 - f) El programa de compras verdes exigirá el cumplimiento de la normatividad ambiental para todos los productores de bienes y servicios.

2.2. Clasificación UNSPSC

Segmento		Familia		Clase	Producto		
Código	Nombre	Código	Nombre	Código	Nombre	Código	Nombre
53000000	Ropa, maletas y productos de aseo personal	53130000	Artículos de tocador y cuidado personal	53131600	Baño y cuerpo	53131615	Productos para la higiene femenina
53000000	Ropa, maletas y productos de aseo personal	53130000	Artículos de tocador y cuidado personal	53131600	Baño y cuerpo	53131622	Condomes
53000000	Ropa, maletas y productos de aseo personal	53130000	Artículos de tocador y cuidado personal	53131600	Baño y cuerpo	53131624	Paños limpiadores desechables
42000000	Equipo médico accesorios y suministros	42180000	Productos de examen y control del paciente	42181500	Evaluación diagnóstica y productos de examen de uso general	42181503	Lubricantes o gelatinas personales o para examen

(Adicione las columnas que considere necesarias)

	SECRETARÍA DISTRITAL DE LA MUJER	Código: GC-FO-52
	GESTIÓN CONTRACTUAL	Versión: 01
	ANÁLISIS DEL SECTOR PARA TODOS LOS PROCESOS DE SELECCIÓN EXCEPTO PARA LA CONTRATACIÓN DIRECTA DE OPS	Fecha de Emisión: 15/03/2023 ¹ Página 17 de 27

2.3. ¿Cuál (es) es (son) el (los) bien (es) o servicio(s) a contratar?

(Detalle los bienes y servicios que se requieren contratar que fueron descritos en el estudio previo.)

CODIGO UNSPSC	ESPECIFICACIÓN TÉCNICA	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD
53131615	Productos para la higiene femenina	Paquetes x 10 unidades	300
53131622	Condomes	Caja x 3456 unidades	1
53131624	Paños limpiadores desechables	Paquetes x 10 unidades	1155
42181503	Lubricantes o gelatinas personales o para examen	Unidad (Un)	1365

(Adicione las filas que considere necesarias)

Los elementos a contratar una vez revisado el catálogo de grandes superficies de la TVEC, serán adquiridos con los siguientes almacenes:

PRODUCTO O BIEN	CANTIDAD	ALMACEN EN EL QUE SE PRETENDE ADQUIRIR DE LA TVEC
Toallas higiénicas	300 paquetes x 10 unidades	PANAMERICANA LIBRERÍA Y PAPELERÍA S.A
Preservativos para hombres	1 caja x 3456 unidades	
Lubricantes íntimos	1365 unidades	DROGUERÍA X SAS
Pañitos húmedos	1155 paquetes x 10 unidades	PROVEER INSTITUCIONAL SAS

(Adicione las filas que considere necesarias)

GSF01-TOALLAS HIGIENICAS NOSOTRAS PAQ X 10 UND cod: 900524609
(Actualmente 0/5 estrellas, 0 clasificaciones)



Marca: Nosotras Referencia: S/R Modelo: invisible clasica Cantidad: 10 und Para todo tipo de piel "Sujeto a disponibilidad de inventario"

3.900,00 COP

1,000 Unidad Agregar al carrito

Suministrado por: PANAMERICANA LIBRERÍA Y PAPELERÍA

No. parte del proveedor: p900524609

Nombre del fabricante: Ninguno/a

Número de parte del fabricante: Ninguno/a

Mercancia: Ninguno/a


Etiquetas: [Agregar etiqueta](#)

Valor IVA: 0

Valor Ninguno/a

Ipocconsumo

Valor IVA: 0

	SECRETARÍA DISTRITAL DE LA MUJER	Código: GC-FO-52
	GESTIÓN CONTRACTUAL	Versión: 01
	ANÁLISIS DEL SECTOR PARA TODOS LOS PROCESOS DE SELECCIÓN EXCEPTO PARA LA CONTRATACIÓN DIRECTA DE OPS	Fecha de Emisión: 15/03/2023 ¹
		Página 18 de 27

GSF01-PRESERVATIVO INSTITUCIONAL CAJA X 3456 UNIDADES cod: 900512365 (Actualmente 0.0/5 estrellas, 0 clasificaciones)



Marca: Institucional Presentación: Caja X 3.456 unidades **Sujeto a disponibilidad de inventario

3.031.200,00 COP

1,000 Unidad [Agregar al carrito](#)

Suministrado por PANAMERICANA LIBRERÍA Y PAPELERÍA

No. parte del proveedor p900512365

Nombre del fabricante Ninguno/a

Número de parte del fabricante Ninguno/a

Mercancia Ninguno/a

Etiquetas [Agregar etiqueta](#)

Valor IVA 0

Valor Ipoconsumo Ninguno/a

Valor IVA 0

GSF01GEL INTIMO LUDIKA (Actualmente 0.0/5 estrellas, 0 clasificaciones)



GEL INTIMO LUDIKA SOBRE 5 GR

2.500,00 COP

1,00 Sobre [Agregar al carrito](#)

Suministrado por DROGUERIA X SAS mediante Coupa Supp

No. parte del proveedor 2021DM-0022852

Nombre del fabricante PREBEL S.A BIC

Número de parte del fabricante 7702184620212


Mercancia Ninguno/a

Etiquetas [Agregar etiqueta](#)


Valor IVA 400

Valor Ipoconsumo 0

Valor IVA 400

	SECRETARÍA DISTRITAL DE LA MUJER		Código: GC-FO-52
	GESTIÓN CONTRACTUAL		Versión: 01
	ANÁLISIS DEL SECTOR PARA TODOS LOS PROCESOS DE SELECCIÓN EXCEPTO PARA LA CONTRATACIÓN DIRECTA DE OPS		Fecha de Emisión: 15/03/2023 ¹
			Página 21 de 27

			DE DESEADO						
018-2024	Contratación Directa	Compraventa	COMPRA DE PRESERVATIVOS PARA CAMPAÑAS PREVENTIVAS EN LA DIMENSION DE SALUD SEXUAL Y REPRODUCTIVA DEL PLAN DE INTERVENCIONES COLECTIVAS PIC 2024 EN EL CENTRO DE SALUD SAMPUES E.S.E	Único Pago	27 días	N/A	10.000.000	CLINIDOTACIONES S.A.S.	https://comunitary.secop.gov.co/Public/Tendering/OpportunityDetail/Index?noticeUID=C01.NTC.6404511&isFromPublicArea=True&isModal=true&asPopupView=true
308-006-2024 007-2024	Mínima cuantía	Compraventa	CONTRATAR LA ADQUISICIÓN DE COLCHONETAS, SABANAS, SOBRESABANAS, ALMOHADAS Y TOALLAS HIGIENICAS PARA LOS INTERNOS (AS) DE LA CÁRCEL Y PENITENCIARÍA DE MEDIA SEGURIDAD DE MONTERÍA	Único Pago	1 mes	N/A	32.002.150	Comcenter SAS	https://comunitary.secop.gov.co/Public/Tendering/OpportunityDetail/Index?noticeUID=C01.NTC.6161911&isFromPublicArea=True&isModal=true&asPopupView=true
204-MC-ESM BAS1 6-2024	Mínima Cuantía	Compraventa	SUMINISTRO DE PAÑITOS CON DESTINO A LOS USUARIOS Y BENEFICIARIOS DE SUBSISTEMA DE SALUD DE LAS FUERZAS MILITARES ADSCRITOS AL ESTABLECIMIENTO DE SANIDAD MILITAR BASPC16 Y SUS UNIDADES CENTRA	Único pago	1 mes	N/A	99.996.250	AMBT SAS	https://comunitary.secop.gov.co/Public/Tendering/OpportunityDetail/Index?noticeUID=C01.NTC.6544330&isFromPublicArea=True&isModal=true&asPopupView=true
9 4- 8- 2 0 0 7 5- 2 0 2 0	Mínima Cuantía	Suministros	ADQUISICION DE PAÑALES DESECHABLES, PAÑITOS HUMEDOS, CREMA ANTIPAÑALITIS Y CREMA CORPORAL PARA LOS USUARIOS DE LA UNIDAD PRESTADORA DE SALUD NARIÑO DEL SUBSISTEMA DE SALUD DE LA POLICIA NACIONAL, RESIDENTE EN EL	Único Pago	8 meses	Garantía 20% del valor del contrato	66.028.650	Intercomercial Medica LTDA	https://comunitary.secop.gov.co/Public/Tendering/OpportunityDetail/Index?noticeUID=C01.NTC.1242277&isFromPublicArea=True&isModal=true&asPopupView=true

	SECRETARÍA DISTRITAL DE LA MUJER	Código: GC-FO-52
	GESTIÓN CONTRACTUAL	Versión: 01
	ANÁLISIS DEL SECTOR PARA TODOS LOS PROCESOS DE SELECCIÓN EXCEPTO PARA LA CONTRATACIÓN DIRECTA DE OPS	Fecha de Emisión: 15/03/2023 ¹ Página 22 de 27

			DEPARTAMENTO DE NARIÑO, EN CUMPLIMIENTO A FALLOS DE TUTELA						
--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

(Adicionar las filas necesarias. Puede dividir el cuadro para mayor facilidad en el diligenciamiento)

3.2.1. CONCLUSIÓN

(Detalle las conclusiones que den respuesta a la pregunta)

Las anteriores adquisiciones en el análisis de contratación con otras entidades estatales se han realizado mediante procesos públicos de acuerdo con la ley de contratación vigente, los valores de los procesos dependen de la necesidad de cada entidad y de sus recursos. Se tuvieron en cuenta los tipos de proceso, la cantidad de elemento solicitados, así como la identificación según las características o especificaciones técnicas de los mismos, para poder hacer una comparación con el proceso de la entidad, encontrando que:

- a) El objeto de la contratación se ajusta a la necesidad planteada por la Secretaría Distrital de la Mujer.
- b) La modalidad de selección a través de la cual las entidades adelantan la contratación de este tipo de elementos es de grandes superficies mecanismo igualmente identificado en el presente documento como el procedimiento idóneo para obtener la mejor oferta para la Entidad.
- c) Los valores reportados en la plataforma no son comparables, toda vez dependerán de las cantidades de y descripciones de cada uno de los ítems, los cuales son diferentes en la necesidad de cada Entidad.

También es importante considerar que en el periodo 2017 a 2024, no se encontraron en la plataforma SECOP procesos para la adquisición de lubricantes íntimos.

3.3. FUENTES DE INFORMACIÓN

(La información puede consultarse en datos abiertos del SECOP I, SECOP II Y TVEC, indique cuales de estas fueron consultadas.)

Plataforma de SECOP II y Datos Abiertos.

4. ESTUDIO DE LA OFERTA


4.1. ¿Quién vende?

(Identifique las opciones de suministro, y los posibles proveedores que pueden suministrar los bienes, obras o servicio que la Entidad requiere para satisfacer la necesidad. Deberá identificar y analizar detalladamente cuántos posibles proveedores son MiPymes, precisado los tamaños de las empresas para establecer requisitos de participación garantistas y pluralistas.)

El evento de cotización publicado en la plataforma Secop II, fue declarado desierto, en atención a que no hubo ningún proveedor para los cuatro (4) elementos a adquirir.

Ahora bien, la Agencia Nacional de Contratación -Colombia Compra Eficiente, invitó a los Grandes Almacenes registrados en la Superintendencia de Industria y Comercio a vincularse a la TVEC para ofrecer a las entidades estatales a través de catálogos sus productos. En ese sentido, se enlistan los siguientes:

1. Panamericana Librería y Papelería S.A.
2. Falabella de Colombia S.A.
3. Polyflex
4. Proveer institucional SAS
5. Tecnoprosos SAS
6. Colombiana de Comercio S. A y/o Corbeta S.A. y/o Alkosto S.A

	SECRETARÍA DISTRITAL DE LA MUJER	Código: GC-FO-52
	GESTIÓN CONTRACTUAL	Versión: 01
	ANÁLISIS DEL SECTOR PARA TODOS LOS PROCESOS DE SELECCIÓN EXCEPTO PARA LA CONTRATACIÓN DIRECTA DE OPS	Fecha de Emisión: 15/03/2023 ¹ Página 23 de 27

7. Makro Supermayorista S.A.S.
8. Cencosud Colombia S.A.
9. Office Depot
10. Colsubsidio
11. Éxito S.A.
12. Has Ltda
13. Ferricentros

(Adicione las filas que considere necesarias)

Para continuar con el desarrollar este numeral se requiere responder las siguientes preguntas:

4.1.1. ¿Cuál es la dinámica de producción, distribución y entrega de bienes, obras o servicios?

(La Entidad Estatal debe entender la dinámica del mercado en lo que corresponde a la cadena de producción o distribución o suministro del bien, obra o servicio, así como identificar cuál y cómo es el proceso del bien, obra o servicio hasta llegar al usuario final, el papel que juegan los potenciales oferentes en esa cadena y el ciclo de vida del bien, obra o servicio. Por ejemplo: proveedor de materias primas, fabricante, importador, ensamblador, distribuidor mayorista, distribuidor minorista, intermediario, transportador, entre otros.)


Para la entidad es fundamental comprender la cadena de producción y distribución de los bienes que se pretenden adquirir, específicamente toallas higiénicas, preservativos (condones) para hombres, pañitos húmedos y lubricantes íntimos. En ese sentido, es necesario identificar a los fabricantes, ensambladores o importadores de estos productos o sus materias primas; y, analizar sus procesos productivos. Esto permitirá evaluar la calidad, la capacidad de producción y la capacidad de respuesta de los posibles proveedores.

Es importante destacar que, aunque la adquisición de estos bienes se realiza a través del sector terciario (comercialización y distribución), la calidad y características de estos productos dependen en gran medida de los procesos productivos del sector secundario. Por lo tanto, es fundamental evaluar tanto a los fabricantes como a los distribuidores para garantizar la adquisición de productos de calidad y que cumplan con las especificaciones técnicas requeridas.

En ese sentido, a continuación hacemos una descripción de la dinámica de producción, distribución y entrega de estos productos, así:

- **Toallas higiénicas**

Producción	Distribución	Entrega
Inicialmente se hace la selección y preparación de las materias primas: a) pulpa de papel: es la base de la toalla, la cual se obtiene de fibras de madera y proporciona absorción; b) superabsorbentes: estos materiales, como los polímeros acrílicos, tienen la capacidad de absorber grandes cantidades de líquido y retenerlo en forma de gel; velo superior y velo inferior, es un tejido suave y transpirable que está en contacto con la piel y resistente para evitar fugas; y, adhesivos: se utilizan para unir las diferentes capas de la toalla. Luego se forma la toalla a través de	Tras su fabricación, las toallas se distribuyen a través de distribuidores mayoristas o directamente a minoristas (tiendas físicas y en línea). Las grandes y pequeñas cadenas de tiendas, supermercados y droguerías suelen ser los principales puntos de venta. De igual manera se consiguen en máquinas dispensadoras en baños de centros comerciales, entidades públicas y/o privadas; tiendas especializadas en temas de higiene femenina, y cada vez más marcas ofrecen la opción de comprar toallas	Una vez que los minoristas reciben el pedido, las toallas se entregan a los clientes a través de canales de venta directa, como tiendas físicas o plataformas de comercio electrónico con entrega a domicilio.

	SECRETARÍA DISTRITAL DE LA MUJER	Código: GC-FO-52
	GESTIÓN CONTRACTUAL	Versión: 01
	ANÁLISIS DEL SECTOR PARA TODOS LOS PROCESOS DE SELECCIÓN EXCEPTO PARA LA CONTRATACIÓN DIRECTA DE OPS	Fecha de Emisión: 15/03/2023 ¹ Página 24 de 27

<p>procesos de extrusión³⁵, adición de los superabsorbentes³⁶, laminación³⁷ y perforación³⁸; se cortan a la medida deseada, se envuelven en un envoltorio individual y se empaquetan en bolsas o cajas para su distribución.</p>	<p>higiénicas a través de sus sitios web o plataformas de comercio electrónico.</p>	
--	---	--

▪ **Condomes**

Producción	Distribución	Entrega
<p>Se fabrican principalmente de látex, poliuretano y silicona. La producción involucra procesos como la fabricación de moldes, la aplicación de capas delgadas de material, y luego el tratamiento con lubricantes o agentes espermicidas. La calidad y seguridad son factores clave, por lo que se someten a rigurosas pruebas antes de ser empaquetados.</p>	<p>Los condones se distribuyen tanto a nivel mayorista, como a través de canales de venta al por menor. Su distribución abarca desde farmacias y supermercados hasta tiendas en línea especializadas.</p>	<p>El envío y entrega de condones se realiza a través de métodos similares a los de otros productos de consumo masivo, ya sea por tiendas físicas o plataformas en línea, asegurando la discreción en el embalaje cuando se venden en línea.</p>

▪ **Pañitos húmedos**

Producción	Distribución	Entrega
<p>Se fabrican a partir de fibras no tejidas (generalmente de materiales sintéticos como polipropileno) impregnadas con soluciones líquidas que pueden contener agua, alcohol, fragancias o ingredientes antibacterianos. El proceso de producción involucra la fabricación de la tela, el tratamiento de la solución líquida y luego el empaquetado.</p>	<p>Estos productos se distribuyen ampliamente a través de supermercados, farmacias y tiendas en línea. Los mayoristas también juegan un papel importante en la distribución a minoristas más pequeños.</p>	<p>Se entregan a los clientes a través de plataformas de comercio electrónico, así como en tiendas físicas, donde se encuentran en los pasillos de higiene o cuidado personal.</p>

▪ **Lubricantes íntimos**


Producción	Distribución	Entrega
<p>Se fabrican utilizando bases de agua, silicona o aceite, junto con ingredientes adicionales que mejoran la textura o proporcionan efectos calmantes o estimulantes. La producción implica la mezcla de estos ingredientes en</p>	<p>Se distribuye principalmente a través de farmacias, tiendas de productos para la salud sexual, y plataformas en línea. Los fabricantes también pueden vender directamente a los consumidores a través de sus propios canales de distribución.</p>	<p>Se entregan tanto en tiendas físicas como a través de plataformas de comercio electrónico. Dado el tipo de producto, los empaques suelen ser discretos para respetar la privacidad del cliente.</p>

³⁵ La pulpa de papel se mezcla con agua y se extruye a través de una máquina para formar una lámina delgada.

³⁶ Los superabsorbentes se distribuyen uniformemente sobre la lámina de pulpa.

³⁷ Se añaden el velo superior y el inferior, y se adhieren a la capa absorbente.

³⁸ Se realizan perforaciones en la capa inferior para permitir que el aire circule y evitar la humedad.

	SECRETARÍA DISTRITAL DE LA MUJER	Código: GC-FO-52
	GESTIÓN CONTRACTUAL	Versión: 01
	ANÁLISIS DEL SECTOR PARA TODOS LOS PROCESOS DE SELECCIÓN EXCEPTO PARA LA CONTRATACIÓN DIRECTA DE OPS	Fecha de Emisión: 15/03/2023 ¹ Página 25 de 27

condiciones controladas, asegurando la calidad y la seguridad del producto.		
---	--	--

En Colombia, el sector secundario ha experimentado un crecimiento significativo en las últimas décadas, impulsado por la diversificación de la matriz productiva y la promoción de la industria nacional. La fabricación de productos como las toallas higiénicas, preservativos (condones) para hombres, pañitos húmedos y lubricantes íntimos, han cobrado relevancia, especialmente en el contexto de la creciente demanda de bienes de consumo para el cuidado de la salud y la gestión menstrual; y, la necesidad de adaptar la producción a las necesidades del mercado local, así como fue descrito en el punto 2 de este documento.

Para la adquisición de estos bienes, es recomendable priorizar a aquellos proveedores que cuenten con procesos productivos eficientes, que utilicen tecnologías modernas y que cumplan con las normas de calidad y seguridad establecidas. Además, se debe considerar la capacidad de los proveedores para ofrecer servicios postventa.

4.2. ¿QUE EMPRESAS COTIZARON?

(La entidad estatal deberá identificar y especificar las cotizaciones recibidas, su medio de obtención. Si la solicitud de cotizaciones se realizó por SIP (solicitudes de información a proveedores) a través de la plataforma SECOP II, se deberá incluir el detalle de presentación de las cotizaciones).

(Es importante dejar la trazabilidad por parte de la entidad de las solicitudes de cotizaciones que se hayan requerido y cuantas empresas respondieron al requerimiento.)


(Adicional a lo anterior, es importante que detalle las acciones realizadas por el área para la obtención de las cotizaciones, se sugiere dejar pantallazos de las solicitudes tanto del Secop II como de los correos enviados a las empresas.)

El 20 de noviembre de la anualidad, el almacén de la entidad certificó que los productos objeto del proceso, a saber: toallas higiénicas, preservativos (condones) para hombre, lubricantes íntimos y pañitos húmedos, no se encontraban en stock. Es relevante señalar que, aunque se había considerado la compra de geles antibacteriales, se desistió de ello debido a que los precios en la Tienda Virtual del Estado Colombiano (TVEC) no se ajustaban al presupuesto asignado. Esto por cuanto el área de almacén en el soporte remitido, también indica que se contaba con: “ 3 galones de 3.800 ml disponibles para entregar con se evidencia en las imágenes el tipo de elemento que se encuentra en el almacén, así mismo se deja la salvedad que estos bienes ya fueron verificados por Talento Humano y no presentan vencimiento -sic”³⁹ y ⁴⁰.

De ahí que, se publicó evento de cotización en la plataforma Secop II del 20 al 26 de noviembre de 2024, tiempo en el cual no se recibieron cotizaciones:

³⁹ Certificado firmado el 20 de noviembre de 2024 por Sandra Patricia Albadán Lozada, profesional universitario con funciones de almacenista de la SDMujer. Código 219-Grado 12.

⁴⁰ Es importante indicar que si bien la entidad cuenta con grandes cantidades de gel antibacterial, se requería realizar una entrega personalizada a las mujeres que adelantan ASP, pues se requería el producto en formato personal, tanto por comodidad como para asegurar su uso adecuado, ya que no está destinado para un establecimiento. Además, al manipular el gel de manera indiscriminada o al realizar recargas, se incrementa el riesgo de contaminación, lo cual podría comprometer su efectividad. La exposición a factores externos, como el contacto con superficies no higiénicas o la manipulación del envase por múltiples personas, podría alterar sus propiedades y generar riesgos para la salud.

	SECRETARÍA DISTRITAL DE LA MUJER	Código: GC-FO-52
	GESTIÓN CONTRACTUAL	Versión: 01
	ANÁLISIS DEL SECTOR PARA TODOS LOS PROCESOS DE SELECCIÓN EXCEPTO PARA LA CONTRATACIÓN DIRECTA DE OPS	Fecha de Emisión: 15/03/2023 ¹ Página 26 de 27



5. ANÁLISIS DE PRECIOS PARA ESTABLECER EL PRESUPUESTO OFICIAL

(Analice los diferentes precios de los bienes o servicios a contratar que se registran en el mercado, los cuales podrán consultarse a través de mecanismos como la solicitud de cotizaciones, la consulta de bases de datos especializados y el análisis de precios históricos. Se recomienda realizar cotizaciones para obtener precios más recientes y así poder determinar de manera más asertiva el presupuesto oficial. En esta sección se debe realizar el análisis de precios, en caso tal que el objeto del contrato contemple algún precio de referencia, sea piso, o techo, y el sustento y análisis de la procedencia de dichos precios)

En atención a que en el evento de cotización en la plataforma Secop II, no se recibió ninguna oferta, se procedió a verificar en el catálogo de la TVEC los cuatro (4) elementos objeto de adquisición, por lo cual procedemos a presentar los valores estimados, así:


PRODUCTO/BIEN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Toallas higiénicas	300 paquetes x 10 unidades	\$3900	\$1.170.000
Preservativos para hombres	1 caja x 3456 unidades	\$3.031.200	\$3.031.200
Lubricantes íntimos	1365 unidades	\$2.500	\$3.412.500
Pañitos húmedos	1155 paquetes x 10 unidades	\$1.200	\$1.386.000
Total			\$8.999.700

Entonces, determinadas las necesidades específicas de la entidad, contrastadas con la disposición de los cuatro (4) elementos requeridos, se hizo un análisis comparativo de precios y características para seleccionar las mejores opciones.

5.1 CONCLUSIÓN

En vista de la declaratoria desierta del evento de cotización en la plataforma transaccional SECOP II donde ningún oferente presentó información a la oferta; acudiendo a la disponibilidad de los productos en el catálogo de la TVEC; y, dada la necesidad de adquirir los elementos referenciados a fin de dar cumplimiento y suplir las necesidades propias establecidas por la Entidad, se sugiere optar por esta modalidad de contratación de elementos por grandes superficies- Compra por catálogo.

Además de ello la compra a través de la tienda virtual presenta ventajas significativas, como la agilidad en el proceso, la optimización de recursos y el cumplimiento de los principios de eficiencia, eficacia y transparencia en la contratación pública.

	SECRETARÍA DISTRITAL DE LA MUJER	Código: GC-FO-52
	GESTIÓN CONTRACTUAL	Versión: 01
	ANÁLISIS DEL SECTOR PARA TODOS LOS PROCESOS DE SELECCIÓN EXCEPTO PARA LA CONTRATACIÓN DIRECTA DE OPS	Fecha de Emisión: 15/03/2023 ¹ Página 27 de 27

En consecuencia, la Entidad a fin de garantizar el suministro de los elementos requeridos (en las características y cantidades referenciadas) y luego del análisis realizado a los precios arrojados de los mismos en el catálogo de las Compras por Grandes Superficies como se puede observar se estima conveniente establecer un presupuesto oficial para el presente proceso de **OCHO MILLONES NOVECIENTOS NOVENTA Y NUEVE MIL SETECIENTOS PESOS (\$8.999.700) M/CTE** para llevar a cabo esta adquisición.

6. ANÁLISIS DE DATOS PARA ESTABLECER LOS INDICADORES FINANCIEROS

(Para poder determinar el comportamiento financiero del sector económico es necesario recopilar información financiera de empresas que lo componen. De igual manera, Para identificar los posibles proveedores es recomendable utilizar bases de datos e información del Sistema de Información y Reporte Empresarial -SIREM- o Sistema del Sistema Integrado de Información Societaria -SIIS-; las bases de datos de las Cámaras de Comercio y de los gremios; y cualquier otro sistema de información empresarial o sectorial disponible en el mercado.

Si se requiere incluir indicadores financieros adicionales se deberá realizar el análisis respectivo con el fin de no limitar la participación de proponentes.)

Es importante tener en cuenta, que de acuerdo con el numeral 2 del artículo 2.2.1.2.1.5.2. Procedimiento para la contratación de mínima cuantía del Decreto 1860 de 2021, se indica que: (...) "2. La Entidad Estatal **podrá** exigir una capacidad financiera mínima cuando no hace el pago contra entrega a satisfacción de los bienes, obras o servicios. Si la Entidad Estatal exige capacidad financiera debe indicar cómo hará la verificación correspondiente en la invitación." Subrayado fuera de texto.

		Firma
Proyectó Técnico y Financiero:	Gabriela Andrea Córdoba - contratista Leidy Maritza Ángel Hernández- contratista Diana Teresa Sierra Gómez- contratista	
Aprobó:	Lina Tatiana Lozano Ruiz	
Fecha de elaboración:	29/11/2024	

Anexo:

1. Solicitud de cotizaciones
2. Cotizaciones realizadas
3. Documentos que soporten el análisis de precios por histórico (cuando aplique)
4. Relacione otras fuentes sobre las cuales se realizó el análisis del sector (cuando aplique)