

 ALCALDÍA DE CARTAGO	MUNICIPIO DE CARTAGO VALLE DEL CAUCA Nit. 891.900.493.2	PAGINA [1]
		CÓDIGO: MAJA-GJ-CT-F34
	FORMATO ESTUDIOS DE PRECIOS Y ANÁLISIS DEL SECTOR	VERSION: 1
		Fecha Aprobación: 26/01/2023

En cumplimiento del Artículo 2.2.1.1.6.1 del Decreto 1082 de 2015, a continuación, se realiza el análisis sobre el sector comercio, donde se clasifican las empresas que pueden proporcionar los elementos requeridos, del proceso de contratación que tiene por objeto:

1. OBJETO:

SUMINISTRO DE ARTICULOS DE ASEO Y CAFETERIA PARA DOTAR LAS DIFERENTES DEPENDENCIAS DE LA ADMINISTRACION MUNICIPAL.

2. CLASIFICACIÓN UNSPSC.

El Objeto Contractual se clasifica en el siguiente código del Clasificador de Bienes y Servicios:

Clasificación UNSPSC

El objeto del presente contrato está cobijado en el Clasificador de Bienes y Servicios UNSPSC, cuya codificación del servicio y elementos requeridos se encuentran especificados hasta el tercer nivel de la siguiente manera:

Tabla 1: clasificador de bienes y servicios

UNSPSC – Decreto 1082 de 2015						
ITEM	GRUPO	SEGMENTO	FAMILIA	CLASE	PRODUCTO	DESCRIPCIÓN
1	[B] Materias primas	12	35	21	04	Alcoholes o sus sustitutos
2	[B] Materias primas	11	12	18	02	Algodón
3	[E]Productos de uso final	47	13	18	12	Refrescador de aire
4	[E]Productos de uso final	50	20	17	15	Te de frutas
5	[E]Productos de uso final	50	16	15	09	Azúcares naturales o productos endulzantes
6	[C]Maquinaria, herramientas, equipo industrial y vehículos	24	12	18	07	Recipientes de plástico
7	[E]Productos de uso final	47	13	15	01	Trapos
8	[E]Productos de uso final	47	13	18	07	Blanqueadores
9	[C]Maquinaria, herramientas, equipo industrial y vehículos	24	11	15	03	Bolsas plásticas
10	[E]Productos de uso final	50	20	17	06	Café
11	[E]Productos de uso final	53	12	18	03	Cepillos de ropa
12	[E]Productos de uso final	47	13	16	05	Cepillos de limpieza
13	[E]Productos de uso final	47	13	16	01	Cepillos o recogedores para polvo
14	[E]Productos de uso final	47	13	16	08	Cepillos de baño
15	[E]Productos de uso final	47	13	18	02	Terminados o ceras para pisos
16	[E]Productos de uso final	47	12	18	15	Limpiador de piscinas
17	[B] Materias primas	12	14	19	01	Cloro cl
18	[E]Productos de uso final	47	13	19	03	Compuesto taponador
19	[B] Materias primas	12	16	19	02	Surfactantes detergentes
20	[E]Productos de uso final	47	13	17	10	Dispensadores de papel higiénico
21	[E]Productos de uso final	47	13	17	01	Dispensadores de toallas de papel
22	[E]Productos de uso final	47	13	17	04	Dispensadores institucionales de jabón o loción
23	[E]Productos de uso final	47	13	16	04	Escobas
24	[E]Productos de uso final	60	12	25	04	Filtros de papel
25	[E]Productos de uso final	52	15	20	08	Teteras o cafeteras para uso doméstico
26	[E]Productos de uso final	46	18	15	04	Guantes de protección

27	[E]Productos de uso final	42	13	22	03	Guantes de examen o para procedimientos no quirúrgicos
28	[E]Productos de uso final	53	13	16	08	Jabones
29	[E]Productos de uso final	47	13	18	10	Productos para el lavaplatos
30	[E]Productos de uso final	47	13	18	24	Limpiadores de vidrio o ventanas
31	[E]Productos de uso final	52	15	15	07	Pitillos desechables para uso doméstico
32	[B] Materias primas	14	11	17	04	Papel higiénico
33	[B] Materias primas	14	11	17	05	Servilletas de papel
34	[E]Productos de uso final	47	13	18	03	Desinfectantes para uso doméstico
35	[B] Materias primas	12	14	18	04	Potasio k
36	[E]Productos de uso final	52	15	21	03	Tazones ("mugs") para uso doméstico
37	[E]Productos de uso final	47	13	16	13	Sujetador de traperos o escobas
38	[E]Productos de uso final	47	13	16	11	Recogedor de basura
39	[B] Materias primas	12	35	23	16	Hidróxido de sodio
40	[E]Productos de uso final	52	15	15	00	Utensilios de cocina desechables domésticos
41	[E]Productos de uso final	51	17	15	11	Hidróxido de aluminio
42	[E]Productos de uso final	46	18	20	01	Máscaras o accesorios
43	[B] Materias primas	14	11	17	03	Toallas de papel
44	[E]Productos de uso final	47	13	16	17	Traperos para polvo
45	[E]Productos de uso final	47	13	18	05	Limpiadores de propósito general
46	[E]Productos de uso final	52	15	21	02	Vasos para beber para uso doméstico
47	[E]Productos de uso final	52	15	15	04	Tazas o vasos o tapas desechables para uso doméstico

Elaboró: Oficina de Recursos Físicos

3. ASPECTOS GENERALES

La actividad económica está dividida en sectores económicos. Cada sector se refiere a una parte de la actividad económica cuyos elementos tienen características comunes, guardan una unidad y se diferencian de otras agrupaciones. Su división se realiza de acuerdo a los procesos de producción que ocurren al interior de cada uno de ellos.

División según la economía clásica: Según la división de la economía clásica, los sectores de la economía son los siguientes:

- Sector primario o sector agropecuario.
- Sector secundario o sector Industrial.
- Sector terciario o sector de servicios.

Sector primario o agropecuario: Es el sector que obtiene el producto de sus actividades directamente de la naturaleza, sin ningún proceso de transformación. Dentro de este sector se encuentran la agricultura, la ganadería, la silvicultura, la caza y la pesca. No se incluyen dentro de este sector a la minería y a la extracción de petróleo, las cuales se consideran parte del sector industrial.

Sector secundario o industrial: Comprende todas las actividades económicas de un país relacionadas con la transformación industrial de los alimentos y otros tipos de bienes o mercancías, los cuales se utilizan como base para la fabricación de nuevos productos.

Se divide en dos sub-sectores: Industrial extractivo e industrial de transformación. Industrial extractivo: extracción minera y de petróleo.

 ALCALDÍA DE CARTAGO	MUNICIPIO DE CARTAGO VALLE DEL CAUCA Nit. 891.900.493.2	PAGINA [3]
		CÓDIGO: MAJA-GJ-CT-F34
	FORMATO ESTUDIOS DE PRECIOS Y ANÁLISIS DEL SECTOR	VERSION: 1
		Fecha Aprobación: 26/01/2023

Industrial de transformación: envasado de legumbres y frutas, embotellado de refrescos, fabricación de abonos y fertilizantes, vehículos, cementos, aparatos electrodomésticos, etc.

Sector terciario o de servicios: Incluye todas aquellas actividades que no producen una mercancía en sí, pero que son necesarias para el funcionamiento de la economía.

Como ejemplos de ello tenemos el comercio, los restaurantes, los hoteles, el transporte, los servicios financieros, las comunicaciones, los servicios de educación, los servicios profesionales, el Gobierno, etc.

Es indispensable aclarar que los dos primeros sectores producen bienes tangibles, por lo cual son considerados como sectores productivos.

El tercer sector se considera no productivo, puesto que no produce bienes tangibles, pero, sin embargo, contribuye a la formación del ingreso nacional y del producto nacional. Aunque los sectores indicados son aquellos que la teoría económica menciona como sectores de la economía, es común que las actividades económicas se diferencien aún más dependiendo de su especialización.

Lo anterior da origen a los siguientes sectores económicos, los cuales son:

1. Sector agropecuario: Corresponde al sector primario mencionado anteriormente.
2. Sector de servicios: Corresponde al sector terciario mencionado anteriormente.
3. Sector industrial: Corresponde al sector secundario mencionado anteriormente.
4. Sector de transporte: Hace parte del sector terciario, e incluye transporte de carga, servicio de transporte público, transporte terrestre, aéreo, marítimo, etc.
5. Sector de comercio: Hace parte del sector terciario de la economía, e incluye comercio al por mayor, minorista, centros comerciales, cámaras de comercio, San Andresitos, plazas de mercado y, en general, a todos aquellos que se relacionan con la actividad de comercio de diversos productos a nivel nacional o internacional.
6. Sector financiero: En este sector se incluyen todas aquellas organizaciones relacionadas con actividades bancarias y financieras, aseguradoras, fondos de pensiones y cesantías, fiduciarias, etc.
7. Sector de la construcción: En este sector se incluyen las empresas y organizaciones relacionadas con la construcción, al igual que los arquitectos e ingenieros, las empresas productoras de materiales para la construcción, etc.
8. Sector minero y energético: Se incluyen en él todas las empresas que se relacionan con la actividad minera y energética de cualquier tipo (extracción de carbón, esmeraldas, gas y petróleo; empresas generadoras de energía; etc.).
9. Sector solidario: En este sector se incluyen las cooperativas, las cajas de compensación familiar, las empresas solidarias de salud, entre otras.
10. Sector de comunicaciones: En este sector se incluyen todas las empresas y organizaciones relacionadas con los medios de comunicación como (telefonía fija y celular, empresas de publicidad, periódicos, editoriales, etc.)

3.1 SECTOR PERTENECIENTE AL OBJETO CONTRACTUAL.

SECTOR ECONÓMICO
Sector terciario o de servicios

El objeto de contratación pertenece a dos sectores el primario donde se da la transformación de materia prima en producto elaborado y el sector terciario-subsector comercial dentro de la actividad económica, es la distribución y el consumo el cual constituye parte importante de la economía nacional, dada su participación en el Producto Interno Bruto, en el volumen de bienes de consumo final que circulan por este canal, en el crecimiento de las empresas y por ende en el empleo que genera.

La industria del papel es una de las más sostenibles en el mundo. Dentro de su ADN está el manejo responsable y sostenible de bosques naturales y plantaciones forestales

 ALCALDÍA DE CARTAGO	MUNICIPIO DE CARTAGO VALLE DEL CAUCA Nit. 891.900.493.2	PAGINA [4]
		CÓDIGO: MAJA-GJ-CT-F34
	FORMATO ESTUDIOS DE PRECIOS Y ANÁLISIS DEL SECTOR	VERSION: 1
		Fecha Aprobación: 26/01/2023

comerciales. El uso de fuentes alternativas de fibra como el bagazo de caña, para la fabricación del papel, la gestión permanente para incrementar las tasas de reciclaje, así como acciones para reducción en la demanda de recursos como agua, energía y materiales a lo largo de su cadena de valor, lo cual es fundamental para el futuro del sector. El papel es un producto elaborado a partir de fibras de celulosa que son biodegradables, provienen de fuentes renovables y son reciclables.

El uso del papel ha estado inherente a la cotidianidad del hombre desde tiempos remotos. A lo largo de la historia del papel sus aplicaciones se han ido ampliando permitiendo la difusión del conocimiento, ser una herramienta de comunicación y un medio para crear arte; también cumple funciones de higiene, aseo y evita el deterioro de mercancías a través de los empaques.

El sector de servicios o terciario, es uno de los tres sectores más importantes dentro de la economía mundial pese a que para el caso colombiano fue apenas en el siglo XX que el peso de la participación del sector en el PIB empezó a ser relevante en términos de producción y empleo. El sector no produce per se bienes materiales ni los transforma, pero sí provee al sector público de bienes y servicios que satisfacen sus necesidades.

Si bien los sectores primario y secundario se dedican a la producción de bienes materiales, la existencia del sector terciario permite clasificar todas las actividades económicas que permiten aumentar el bienestar de los consumidores a través de los servicios, es decir la producción de bienes inmateriales.

En el siglo XX se produjo en el mundo un cambio drástico en la producción de bienes y servicios que se ha llamado tercerización. Porque ha pasado de ser el sector que emplea a una mayor cantidad de trabajadores y porque su forma de trabajar se ha difundido por los otros dos sectores.

Para que un producto final llegue a los consumidores será necesario contar con una amplia gama de servicios auxiliares. En primer lugar, una empresa deberá ser gestionada por administradores, y contar además con asesores en materia contable, jurídica y de recursos humanos. Por otra parte, para llevar a cabo su actividad probablemente necesitará contar con financiación, incluyendo en el proceso a bancos y otros agentes del sector financiero. Además, deberá asegurarse que el producto será vendido y entregado a los clientes, lo que implica servicios de transporte, comerciales y de publicidad. Por último, para desarrollar su actividad con normalidad la empresa necesitará hacerlo en una comunidad donde exista un marco jurídico establecido, seguridad interior y una administración que gestione los recursos públicos. Todas estas actividades quedarían así englobadas en el sector terciario.

La importancia del sector de servicios dentro de la producción y el comercio ha venido creciendo en las últimas décadas. Además, el desarrollo del sector ha tenido implicaciones directas sobre el resto de la economía, ya que es un intermediario importante en la producción de otros bienes. Como consecuencia, la liberalización de este sector dentro del marco de un acuerdo comercial, tiene implicaciones diferentes sobre la economía que la negociación sólo de acceso a mercados en bienes.

La actividad de servicios económicos representa más del 60% de la producción en los países de la OECD, y más del 50% del PIB de Colombia. Adicionalmente, durante las últimas décadas su producción y comercio ha presentado un gran crecimiento debido, en parte, al desarrollo de tecnologías que han reducido los costos de transporte. Sin embargo, a pesar de su importancia y rápido crecimiento, este sector ha sido poco estudiado no sólo por la gran heterogeneidad de sectores y actividades que lo componen, sino también por los problemas de medición que presenta. Lo anterior es especialmente cierto en temas relacionados con comercio, ya que los tipos de transacciones varían según el sector, es diferente negociar servicios financieros, que en buena parte se basan en el establecimiento en otros países, que turismo, que dependen del viaje de los individuos al sitio de producción.

 ALCALDÍA DE CARTAGO	MUNICIPIO DE CARTAGO VALLE DEL CAUCA Nit. 891.900.493.2	PAGINA [5]
		CÓDIGO: MAJA-GJ-CT-F34
	FORMATO ESTUDIOS DE PRECIOS Y ANÁLISIS DEL SECTOR	VERSION: 1
		Fecha Aprobación: 26/01/2023

Por otra parte, el desarrollo de los servicios es un factor determinante en el crecimiento de otros sectores, como industria y agropecuario, debido a su carácter de intermediario. De esta manera, la liberalización del comercio del sector servicios no sólo genera ganancias por las ventajas comparativas de los países, debido a la tendencia a la fragmentación de los procesos manufactureros, sino que también disminuye las barreras no arancelarias que enfrentan los bienes tradicionales (Deardoff, 2000)¹.

Entre las actividades más claramente asociadas al comercio de la industria y la agricultura están transporte, financiero, comunicaciones y comercio, que han crecido de manera importante. Otro sector que ha presentado un crecimiento importante es servicios a las empresas, entre los que se encuentran recursos humanos, contabilidad, asesores jurídicos, etc. Sin embargo, su rápida expansión se debe, en parte, a un aumento en la especialización de las firmas industriales que ha implicado una separación de este tipo de labores de sus actividades normales.

Las mediciones empíricas muestran que las mayores ganancias de las liberalizaciones en servicios recaerían sobre el mismo sector ya que no sólo enfrenta el efecto directo de las restricciones, sino también uno indirecto, al utilizar en mayor proporción insumos relacionados con servicios (Dee, Hanslow y Phamduc, 2000). Sin embargo, también hay ganancias importantes en algunos sectores manufactureros, debido a que la industria migra a los países que presentan un alto nivel de desarrollo en servicios como muestra la tendencia mundial (OECD, 2000). Por otra parte, los estudios empíricos muestran que los países en desarrollo son los que se benefician en mayor medida de la liberalización del comercio, ya que sus exportaciones de servicios se pueden expandir a otros países, pueden recibir mayor inversión extranjera directa y las firmas pueden mejorar su competitividad al disminuir sus costos asociados a la producción (Dee, Hanslow y Phamduc, 2000).

Debido a la importancia del sector y a sus diferencias, no sólo con respecto a los bienes tradicionales, sino también al interior de servicios, es necesario entender las características y particularidades del sector en términos de su producción, regulación y comercio. Esto con el fin de entender la forma de negociación de servicios y las implicaciones de la liberalización de este sector sobre la economía en general.

SUBSECTOR COMERCIO: es una actividad transformadora, pero a la vez dinamizadora de la innovación en la distribución comercial, promotora de cambios en las cadenas de valor lideradas por comerciantes y sus proveedores. Menos inventarios y más logística es una realidad hoy por hoy, en la cual la misión del negocio no se reduce solo a vender bien sino también en crear y mantener estrategias para que los clientes se queden.

Es cuestión de integrar la plaza, el precio, el producto, el empaque, el mercadeo, y el servicio al cliente. Es poco posible que, con el avance de la globalización, el proveedor y el comerciante triunfen sin juntar sinergias que halen hacia el mismo lado y a favor del consumo.

El comercio al por mayor: Constituye una labor intermedia del proceso de distribución. Estas compañías sirven de enlace entre las empresas de manufactura y los comerciantes al por menor para productos terminados, y entre fabricantes para productos intermedios. Al especializarse en la distribución de bienes, estas organizaciones logran disminuir los costos operativos en el reparto de los productos.

En el caso contrario, la actividad dedicada a comercializar bienes con los consumidores finales es el comercio al por menor. Este tipo de comercio es la actividad final de la cadena de distribución. Igualmente, los minoristas venden bienes en pequeñas cantidades a un gran

¹ <https://colaboracion.dnp.gov.co/cdt/estudios%20economicos/254.pdf>

 ALCALDÍA DE CARTAGO	MUNICIPIO DE CARTAGO VALLE DEL CAUCA Nit. 891.900.493.2	PAGINA [6]
		CÓDIGO: MAJA-GJ-CT-F34
	FORMATO ESTUDIOS DE PRECIOS Y ANÁLISIS DEL SECTOR	VERSION: 1
		Fecha Aprobación: 26/01/2023

número de clientes. Por ejemplo, las tiendas de ropa o vestuario, el abasto de alimentos y las tiendas de venta de electrodomésticos, y artículos tecnológicos.

Las empresas mayoristas se clasifican en dos grandes categorías:

- **Comerciantes mayoristas:** Estas empresas brindan una mayor gama de servicios a los productores, como asistencia financiera y gestión de inventarios. Sus ingresos están determinados por la reventa de los productos.
- **Agentes intermediarios:** Estos agentes ofrecen una menor cantidad de servicios, pero son especialistas en los productos que manejan y los territorios en los que operan. Sus ingresos provienen de la comisión que cobran por colocar los productos en los diferentes mercados.

La actividad de comercio al por mayor permite la especialización de empresas en materia de distribución y gestión de inventarios más efectiva. Además, son expertos en el manejo de materiales de forma eficiente.

Dicha especialización hace más efectiva y eficiente la entrega de bienes de forma periódica. Una de sus ventajas es la reducción del riesgo asociado a la acumulación y escasez de inventarios a productores y minoristas. Además, permite la reducción de los costos en el proceso de distribución. Todo esto conduce a que el fabricante aumente las probabilidades de que sus productos sean colocados en el mercado objetivo.

Comercio al por menor: El comercio al por menor es la actividad final de la cadena de distribución. Consiste en la venta de bienes y servicios directamente a consumidores finales.

Las empresas que desempeñan esta actividad son llamadas minoristas. El comercio al por menor comprende la venta de bienes y servicios al detal. Por tanto, la clientela es abundante y los productos son comprados para uso personal. Ejemplos de estas empresas son las tiendas de ropa o vestuario, el abasto de alimentos y las tiendas de venta de electrodomésticos, y artículos tecnológicos. Se excluye del comercio al por menor la comercialización de bienes de capital.

Este tipo de comercio constituye el final de la cadena de distribución de bienes y servicios. Es el vínculo entre mayoristas y consumidores o usuarios finales. El comercio al por mayor es el eslabón anterior en la cadena de distribución y su actividad consiste en compra y venta de productos en grandes cantidades. En ocasiones, venden con descuento a otras organizaciones con fines comerciales.

El comercio al por menor también abarca la gama de servicios asociados a la instalación, asesoramiento y garantías de los productos vendidos. En algunos casos, estos servicios acarrearán un aumento del precio del producto.

Tipos de comercio al por menor:

La actividad minorista es sumamente variada, por tanto, su clasificación depende de la especificación que se desea caracterizar.

Según la propiedad del negocio se clasifican en:

- **Independientes:** Son empresas propiedad de un individuo o grupo de individuos. Es decir, no tiene relación de dependencia con otras tiendas.
- **Cadena de tiendas:** En un conjunto de tiendas administradas de forma centralizada. Son propiedad del mismo individuo o grupo de individuos.

De acuerdo a la actividad que realizan se clasifican en:

 ALCALDÍA DE CARTAGO	MUNICIPIO DE CARTAGO VALLE DEL CAUCA Nit. 891.900.493.2	PAGINA [7]
		CÓDIGO: MAJA-GJ-CT-F34
	FORMATO ESTUDIOS DE PRECIOS Y ANÁLISIS DEL SECTOR	VERSION: 1
		Fecha Aprobación: 26/01/2023

- **Tiendas especializadas:** Conocen a fondo las características de los productos que venden. Por ejemplo, las tiendas de artículos deportivos, tecnológicas o las ópticas.
- **Almacenes:** Son establecimientos que se dividen por departamentos. En ellos se encuentran bienes organizados por categorías en la modalidad de autoservicio. Por ejemplo, la cadena de tiendas Walmart. Estos almacenes, a su vez, pueden dividirse en dos tipos:
- **Almacenes de descuento:** Estos almacenes venden productos a un menor precio que las tiendas convencionales para el público en general.
- **Clubes de almacenes:** Este tipo de establecimientos ofrecen descuentos sobre productos a los clientes que cancelan una membresía anual.
- **Supermercados:** Estos establecimientos, por lo general, están enfocados en la venta de alimentos. También, se han dedicado a la venta de artículos del hogar en general.
- **Tiendas electrónicas:** Los minoristas ofrecen sus productos a través de páginas web. La ventaja de esta modalidad es que disminuye los problemas de limitación fronteriza.

Importancia del comercio al por menor

El comercio al por menor permite a las marcas tener un mayor alcance geográfico. Además de un mayor nivel de penetración en áreas que difícilmente podrían acceder los fabricantes o mayoristas por cuenta propia. Asimismo, permite a los consumidores acceder a un mayor número de bienes y servicios.

Otro de los beneficios para los consumidores está relacionado con los servicios. Entre estos se encuentran:

- **Las opciones de financiamiento:** Que permiten la adquisición de los bienes que necesitan sin disponer del dinero en efectivo al momento de la compra.
- **Servicios postventa:** Como la instalación, acondicionamiento o asesorías, brindando información de calidad que no es de fácil acceso para todos los clientes.

Finalmente, el comercio al por menor es una fuente de información sumamente importante para las marcas. Les posibilita conocer las características actualizadas de los consumidores, así como sus preferencias e insatisfacción. Esta característica, proporciona una valiosa retroalimentación constante a los fabricantes.

3.1.2 Análisis Oferta – Demanda.

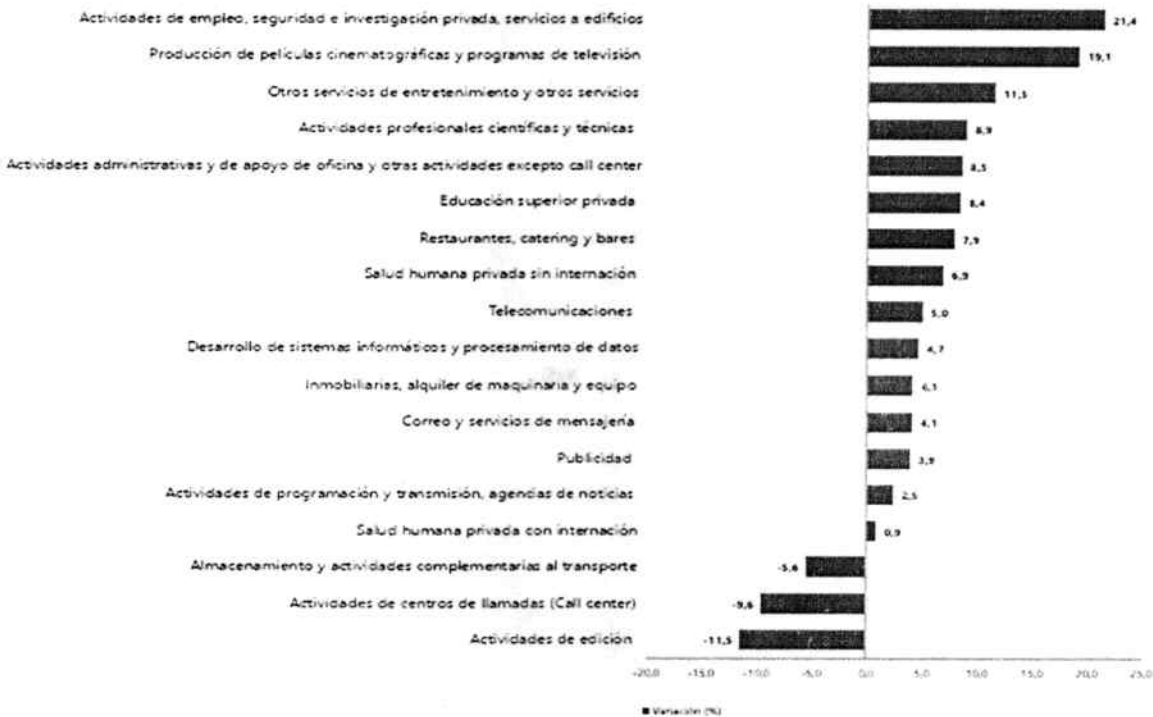
Análisis de datos variables económicas sector servicios:

ESTADÍSTICAS SECTOR SERVICIOS:

Según el DANE, los servicios son: el conjunto de actividades desarrolladas por las unidades económicas, encaminadas a generar y poner a disposición de las personas, los hogares o las empresas una amplia gama de servicios cada vez que estos sean demandados y sobre los cuales no recaen derechos de propiedad por parte del usuario.



Grafica 1. Variación anual de los ingresos nominales, según subsector de servicios
Total nacional Enero 2026p / enero 2025



Fuente: DANE - Encuesta mensual de servicios (EMS)

Evolución general de los subsectores de servicios:

En enero de 2026, quince de los dieciocho subsectores de servicios presentaron variación positiva en los ingresos totales, en comparación con enero de 2025.

Grafica 2. Variación anual de los ingresos y contribución por tipo de ingresos, según subsector de servicios Total nacional Enero 2026p / enero 2025

Clasificación CIIU Rev. 4 A.C.				Ingresos nominales				Ingresos por servicios		Venta de Mercancías		Otros Ingresos	
Sección	División	Descripción	Variación (%)					Contribución (PP)					
H	División 52	Almacenamiento y actividades complementarias al transporte	-5.6				-5.9		0.0			0.3	
H	División 53	Correo y servicios de mensajería	4.1				5.1		-0.0			-1.0	
I	División 56	Restaurantes, catering y bares	7.9				7.5		0.4			-0.0	
J	División 58	Actividades de edición	-11.5				-9.8		-1.6			-0.1	
J	División 59, excepto Clase 5920	Producción de películas cinematográficas y programas de televisión	19.1				12.2		5.6			1.4	
J	División 60 y Clase 6391	Actividades de programación y transmisión, agencias de noticias	2.5				0.9		0.0			1.6	
J	División 61	Telecomunicaciones	5.0				3.8		1.3			-0.0	
J	División 62, División 63, excepto Clase 6391	Desarrollo de sistemas informáticos y procesamiento de datos	4.7				2.7		2.0			0.0	
LN	Sección L, División 68 Sección N, Divisiones 7710, 7729 y 7730	Inmobiliarias, alquiler de maquinaria y equipo	4.1				5.0		-1.3			0.5	
M	Divisiones 69, 70, 71, 72, Clase 7320, División 74	Actividades profesionales científicas y técnicas	8.9				9.1		-0.1			-0.0	
M	Clase 7310	Publicidad	3.9				3.9		-0.1			0.0	
N	Divisiones 78, 80 y 81, excepto Clase 8130	Actividades de empleo, seguridad e investigación privada, servicios a edificios	21.4				21.4		-0.0			0.0	
N	Clase 8220	Actividades de centros de llamadas (Call center)	-9.6				-9.7		0.0			0.1	
N	División 82 excepto Clase 8220	Actividades administrativas y de apoyo de oficina y otras actividades, excepto Call center	8.5				8.6		0.0			-0.1	
P	Grupo 854	Educación superior privada	8.4				8.1		-0.1			0.4	
Q	Clase 8610	Salud humana privada con internación	0.9				1.0		-0.1			-0.0	
Q	División 86 excepto Clase 8610	Salud humana privada sin internación	6.9				6.1		0.8			-0.0	
S	Divisiones 90, 92, 93, 95 y 96	Otros servicios de entretenimiento y otros servicios	11.5				7.8		2.8			0.9	

Fuente: DANE - Encuesta mensual de servicios (EMS)

Variación anual del personal ocupado total y contribución por tipo de contratación, según subsector de servicios (enero 2026p / enero 2025)

En enero de 2026, ocho de los dieciocho subsectores de servicios presentaron variación positiva en el personal ocupado total, en comparación con enero de 2025.

Grafica 3. Variación anual del personal ocupado total y contribución por categoría de contratación, según subsector de servicios Total nacional Enero 2026p / enero 2025

Clasificación CIIU Rev. 4 A.C.			Personal ocupado total*	Permanente	Temporal directo	Agencias	Misión** Hora catódr***
Sección	División	Descripción	Variación (%)	Contribución (PP)			
H	División 52	Almacenamiento y actividades complementarias al transporte	2.2	2.6	-2.0	1.5	1.1
H	División 53	Correo y servicios de mensajería	2.4	-0.2	-0.5	-2.7	1.1
I	División 56	Restaurantes, catering y bares	-1.1	1.2	-1.7	-0.6	1.1
J	División 58	Actividades de edición	-11.4	5.6	-3.9	-1.9	1.1
J	División 59, excepto Clase 5920	Producción de películas cinematográficas y programas de televisión	6.1	5.4	2.9	-2.1	1.1
J	División 60 y Clase 6391	Actividades de programación y transmisión, agencias de noticias	0.7	-0.2	-0.4	1.3	1.1
J	División 61	Telecomunicaciones	-6.6	-4.4	-1.4	0.7	1.1
J	División 62, División 63, excepto Clase 6391	Desarrollo de sistemas informáticos y procesamiento de datos	0.8	-0.6	1.0	0.4	1.1
LN	Sección L, División 68 Sección N, Divisiones 7710, 7726 y 7730	Inmobiliarias, alquiler de maquinaria y equipo	-0.8	0.2	0.6	-1.7	1.1
M	Divisiones 69, 70, 71, 72, Clase 7320, División 74	Actividades profesionales científicas y técnicas	-3.9	-1.1	-2.0	0.1	1.1
M	Clase 7310	Publicidad	0.7	0.4	-0.3	0.6	1.1
N	Divisiones 78, 80 y 81, excepto Clase 8130	Actividades de empleo, seguridad e investigación privada, servicios a edificios	1.1	0.9	0.5	-0.3	0.5
N	Clase 8220	Actividades de centros de llamadas (Call center)	-7.4	-2.5	-4.7	-0.2	1.1
N	División 82 excepto Clase 8220	Actividades administrativas y de apoyo de oficina y otras actividades, excepto Call center	-2.3	-0.3	1.6	-0.8	1.1
P	Grupo 854	Educación superior privada	0.3	0.4	0.2	-0.0	0.3
Q	Clase 8610	Salud humana privada con internación	-1.0	-0.7	-0.1	-0.2	1.1
Q	División 86 excepto Clase 8610	Salud humana privada sin internación	0.0	-0.1	0.2	-0.0	1.1
S	Divisiones 90, 92, 93, 95 y 96	Otros servicios de entretenimiento y otros servicios	-1.6	-0.6	-0.5	-0.4	1.1

Fuente: DANE - Encuesta mensual de servicios (EMS)

Variación anual de los salarios y contribución por tipo de contratación, según subsector de servicios (enero 2026p / enero 2024)

En enero de 2026, todos los subsectores de servicios presentaron variación positiva en los salarios, en comparación con enero de 2025..

Grafica 4. Variación anual de los salarios y contribución por categoría de contratación, según subsector de servicios Total nacional Enero 2026p / enero 2025

Clasificación CIIU Rev. 4 A.C.			Personal ocupado sin agencias*	Permanente	Temporal directo	Misión** Hora catódr***
Sección	División	Descripción	Variación (%)	Contribución (PP)		
H	División 52	Almacenamiento y actividades complementarias al transporte	10.9	4.1	6.8	1.1
H	División 53	Correo y servicios de mensajería	18.0	13.1	4.9	1.1
I	División 56	Restaurantes, catering y bares	18.7	10.5	8.2	1.1
J	División 58	Actividades de edición	9.4	4.0	5.4	1.1
J	División 59, excepto Clase 5920	Producción de películas cinematográficas y programas de televisión	11.6	4.1	7.5	1.1
J	División 60 y Clase 6391	Actividades de programación y transmisión, agencias de noticias	12.9	5.6	7.3	1.1
J	División 61	Telecomunicaciones	9.2	5.9	3.4	1.1
J	División 62, División 63, excepto Clase 6391	Desarrollo de sistemas informáticos y procesamiento de datos	2.9	0.7	2.1	1.1
LN	Sección L, División 68 Sección N, Divisiones 7710, 7729 y 7730	Inmobiliarias, alquiler de maquinaria y equipo	9.5	6.2	3.3	1.1
M	Divisiones 69, 70, 71, 72, Clase 7320, División 74	Actividades profesionales científicas y técnicas	7.7	2.6	5.1	1.1
M	Clase 7310	Publicidad	10.0	5.9	4.1	1.1
N	Divisiones 78, 80 y 81, excepto Clase 8130	Actividades de empleo, seguridad e investigación privada, servicios a edificios	10.1	5.8	6.0	4.3
N	Clase 8220	Actividades de centros de llamadas (Call center)	12.4	4.8	7.5	1.1
N	División 82 excepto Clase 8220	Actividades administrativas y de apoyo de oficina y otras actividades, excepto Call center	17.6	11.6	6.0	1.1
P	Grupo 854	Educación superior privada	6.0	0.4	0.4	5.2
Q	Clase 8610	Salud humana privada con internación	9.0	4.5	4.5	1.1
Q	División 86 excepto Clase 8610	Salud humana privada sin internación	8.7	3.1	5.6	1.1
S	Divisiones 90, 92, 93, 95 y 96	Otros servicios de entretenimiento y otros servicios	13.4	7.8	5.7	1.1

Variación doce meses de los ingresos nominales, personal ocupado total y salarios, según subsector de servicios (febrero 2025 - enero 2026p / febrero 2024 - enero 2025)

En el año móvil hasta enero de 2026, dieciséis de los dieciocho subsectores de servicios presentaron variación positiva en los ingresos, cuatro presentaron aumento en el personal ocupado total y todos los subsectores presentaron incrementos en los salarios, en comparación con el mismo periodo comprendido hasta enero de 2025.

Grafica 5. Variación doce meses de los ingresos nominales, personal ocupado total y salarios, según subsector de servicios Total nacional Febrero 2025 - enero 2026p / febrero 2024 - enero 2025

Clasificación CIIU Rev. 4 A.C.			Variación (%) Doce meses		
Sección	División	Descripción	Ingresos	Personal Ocupado total*	Salarios**
H	División 52	Almacenamiento y actividades complementarias al transporte	7,9	3,0	7,5
H	División 53	Correo y servicios de mensajería	9,1	-1,0	11,6
I	División 56	Restaurantes, catering y bares	8,3	-0,5	11,7
J	División 58	Actividades de edición	-0,0	-5,3	7,5
J	División 59, excepto Clase 5920	Producción de películas cinematográficas y programas de televisión	2,7	-0,9	8,0
J	División 60 y Clase 6391	Actividades de programación y transmisión, agencias de noticias	6,2	-1,4	5,6
J	División 61	Telecomunicaciones	2,3	-7,5	7,0
J	División 62, División 63, excepto Clase 6391	Desarrollo de sistemas informáticos y procesamiento de datos	7,7	-0,6	6,5
LN	Sección L, División 68 Sección N, Divisiones 7710, 7729 y 7730	Inmobiliarias, alquiler de maquinaria y equipo	6,5	0,3	7,7
M	Divisiones 69, 70, 71, 72, Clase 7320, División 74	Actividades profesionales científicas y técnicas	4,8	-6,1	7,9
M	Clase 7310	Publicidad	7,8	-0,6	9,8
N	Divisiones 78, 80 y 81, excepto Clase 8130	Actividades de empleo, seguridad e investigación privada, servicios a edificios	14,7	-0,8	10,2
N	Clase 8220	Actividades de centros de llamadas (Call center)	-2,7	-4,9	8,0
N	División 82 excepto Clase 8220	Actividades administrativas y de apoyo de oficina y otras actividades, excepto Call center	5,7	1,7	10,2
P	Grupo 854	Educación superior privada	7,4	-1,2	6,4
Q	Clase 8610	Salud humana privada con internación	3,4	-2,3	6,5
Q	División 86 excepto Clase 8610	Salud humana privada sin internación	6,6	0,1	8,0
S	Divisiones 90, 92, 93, 95 y 96	Otros servicios de entretenimiento y otros servicios	4,8	-0,8	10,7

El producto Interno Bruto (PIB) es el valor total de los bienes y servicios finales producidos por el país durante un trimestre por lo que también determina el comportamiento de la economía. La importancia de estos datos estadísticos radica en que los incrementos porcentuales anuales y las referencias históricas frente a los mismos trimestres en años anteriores denotan el comportamiento de la economía en circunstancias similares y por lo tanto son tomados como base de proyecciones de los precios tanto en productos como en servicios.

También sirve para encontrar la evolución, la tendencia y las transformaciones estructurales de la economía, a partir de datos comparables entre sí y con aquellos calculados para el año base convirtiéndose en insumo para la toma de decisiones en materia económica del país en el corto plazo.

 ALCALDÍA DE CARTAGO	MUNICIPIO DE CARTAGO VALLE DEL CAUCA Nit. 891.900.493.2	PAGINA [11]
		CÓDIGO: MAJA-GJ-CT-F34
	FORMATO ESTUDIOS DE PRECIOS Y ANÁLISIS DEL SECTOR	VERSION: 1
		Fecha Aprobación: 26/01/2023

**Valor agregado por actividad económica:
Comercio al por mayor y al por menor**

Para el año 2025pr, el valor agregado de comercio al por mayor y al por menor, reparación de vehículos automotores y motocicletas; transporte y almacenamiento; alojamiento y servicios de comida crece 4,6%, respecto al año 2024p. Esta dinámica se explica por los siguientes comportamientos (ver tabla 7): • Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas crece 7,5%. • Transporte y almacenamiento crece 2,2%.

• Alojamiento y servicios de comida crece 0,5%. En el cuarto trimestre de 2025pr, el valor agregado de comercio al por mayor y al por menor, reparación de vehículos automotores y motocicletas; transporte y almacenamiento; alojamiento y servicios de comida crece 3,4% en su serie original, respecto al mismo periodo de 2024p . Esta dinámica se explica por los siguientes comportamientos

- Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas crece 7,0%.
- Transporte y almacenamiento decrece 1,7%.
- Alojamiento y servicios de comida crece 0,1%.

Respecto al trimestre inmediatamente anterior en su serie ajustada por efecto estacional y calendario, el valor agregado de comercio al por mayor y al por menor, reparación de vehículos automotores y motocicletas; transporte y almacenamiento; alojamiento y servicios de comida crece en 1,6%, cuando se observa el comportamiento de las actividades económicas relacionadas:

- Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas crece 0,9%.
- Transporte y almacenamiento decrece 2,3%.
- Alojamiento y servicios de comida crece 2,2%.

Tabla 2. comercio al por mayor y al por menor

Tabla 7. Comercio al por mayor y al por menor¹
Tasas de crecimiento en volumen²
Cuarto trimestre 2025^{pr}

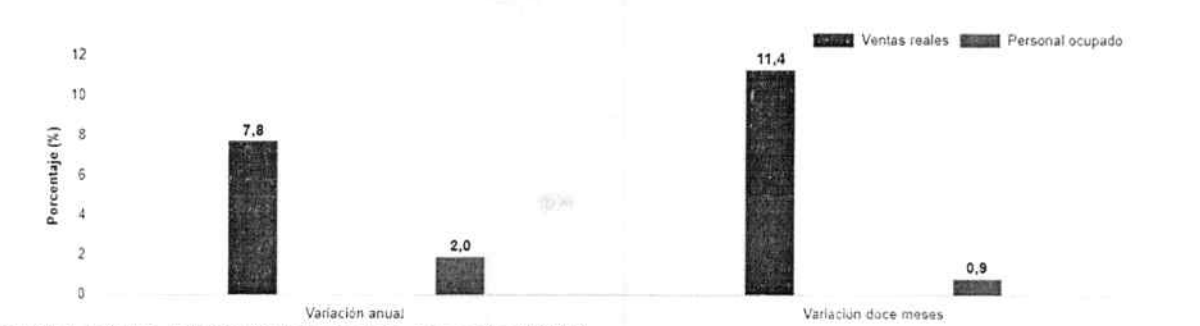
Actividad económica	Tasas de crecimiento (%)		
	Serie original		Serie ajustada por efecto estacional y calendario
	Año total	Anual	Trimestral
	2025 ^{pr} / 2024 ^p	2025 ^{pr} -IV / 2024 ^p -IV	2025 ^{pr} -IV / 2025 ^{pr} -III
Comercio al por mayor y al por menor ¹	7,5	7,0	0,9
Transporte y almacenamiento	2,2	-1,7	-2,3
Alojamiento y servicios de comida	0,5	0,1	2,2
Comercio al por mayor y al por menor¹	4,6	3,4	1,6

Fuente: DANE, PIB_T

ENCUESTA MENSUAL DE COMERCIO

En enero de 2026, las ventas reales del comercio minorista aumentaron 7,8% y el personal ocupado creció 2,0% en relación con el mismo mes de 2025. Excluyendo el comercio de combustibles, la variación de las ventas reales del sector fue de 10,9%.

Grafica 6. Variación anual y doce meses de las ventas reales y el personal ocupado*
Total nacional Enero 2026 Pr



Fuente: DANE - Encuesta mensual de comercio (EMC)

Ventas Reales Variación anual Enero 2026 / enero 2025

En enero de 2026, las ventas del comercio minorista aumentaron 7,8% frente a las registradas en el mismo mes de 2025. Diecisiete líneas de mercancía registraron variaciones positivas en sus ventas reales y, por otra parte, dos (2) líneas de mercancía registraron variaciones negativas en sus ventas.

Las mayores contribuciones positivas a la variación anual, se presentaron en las líneas de Vehículos automotores y motocicletas principalmente de uso de los hogares, Equipo de informática y telecomunicaciones para uso personal o doméstico y Equipos y aparatos de sonido y video.

Tabla 3. Variación porcentual y contribución de las ventas reales del comercio minorista según grupos de mercancías, Total nacional Enero 2026 / enero 2025 Pr

Líneas de mercancías	Enero 2026 / enero 2025	
	Variación %	Contribución PP
Total comercio minorista y vehículos	7,8	7,8
Vehículos automotores y motocicletas principalmente de uso de los hogares**	30,5	2,7
Equipo de informática y telecomunicaciones para uso personal o doméstico	38,0	2,2
Equipo y aparatos de sonido y video (televisores)	36,6	0,7
Electrodomésticos, muebles para el hogar	15,6	0,6
Alimentos (viveres en general)	3,0	0,5
Otros vehículos automotores y motocicletas***	5,7	0,5
Productos de aseo personal, cosméticos y perfumería	8,6	0,4
Productos para el aseo del hogar	10,0	0,3
Artículos y utensilios de uso doméstico	13,4	0,2
Prendas de vestir y textiles	5,1	0,2
Otras mercancías para uso personal o doméstico, no especificadas anteriormente*	4,8	0,2
Bebidas alcohólicas, cigarrillos, cigarrillos y productos del tabaco	6,3	0,1
Calzado, artículos de cuero y sucedáneos del cuero	7,0	0,1
Libros, papelería, periódicos, revistas y útiles escolares	7,9	0,1
Repuestos, partes, accesorios y lubricantes para vehículos principalmente de consumo de los hogares	1,2	0,1
Bebidas no alcohólicas	5,7	0,1
Productos farmacéuticos y medicinales	1,8	0,0
Artículos de ferretería, vidrios y pinturas	-2,2	-0,1
Combustibles para vehículos automotores	-5,1	-1,0

Fuente: DANE - Encuesta mensual de comercio (EMC)

Variación doce meses Febrero 2025 – enero 2026 / febrero 2024 – enero 2025

En el periodo de febrero de 2025 a enero de 2026 en comparación con el periodo de febrero de 2024 a enero de 2025, las ventas del comercio minorista crecieron 11,4%. En este periodo, las diecinueve líneas de mercancías registraron variaciones positivas en sus ventas reales.

Las líneas de mayor contribución positiva al comercio fueron Equipo de informática y telecomunicaciones y para uso personal o doméstico, Vehículos automotores y motocicletas principalmente de uso de los hogares, y Otros vehículos automotores y motocicletas, aportando en conjunto 6,6 puntos porcentuales a la variación total del comercio minorista.

Tabla 4. Variación porcentual y contribución doce meses de las ventas reales del comercio minorista según grupos de mercancías Total nacional Febrero 2025 – enero 2026 / febrero 2024 – enero 2025Pr

Líneas de mercancías	Variación %	Contribución PP
Total comercio minorista y vehículos	11,4	11,4
Equipo de informática y telecomunicaciones para uso personal o doméstico	48,2	2,4
Vehículos automotores y motocicletas principalmente de uso de los hogares**	25,8	2,3
Otros vehículos automotores y motocicletas***	24,1	1,9
Electrodomésticos, muebles para el hogar	20,7	0,7
Alimentos (viveres en general)	3,3	0,6
Equipo y aparatos de sonido y video (televisores)	26,5	0,5
Repuestos, partes, accesorios y lubricantes para vehículos principalmente de consumo de los hogares	7,8	0,5
Otras mercancías para uso personal o doméstico, no especificadas anteriormente*	11,7	0,4
Productos de aseo personal, cosméticos y perfumería	8,2	0,4
Artículos de ferretería, vidrios y pinturas	9,0	0,3
Prendas de vestir y textiles	5,1	0,2
Productos para el aseo del hogar	9,4	0,2
Artículos y utensilios de uso doméstico	12,4	0,2
Productos farmacéuticos y medicinales	8,0	0,2
Calzado, artículos de cuero y sucedáneos del cuero	7,8	0,2
Bebidas alcohólicas, cigarrillos, cigarrillos y productos del tabaco	6,0	0,1
Combustibles para vehículos automotores	0,5	0,1
Bebidas no alcohólicas	3,5	0,0
Libros, papelería, periódicos, revistas y útiles escolares	7,2	0,0

Fuente: DANE - Encuesta mensual de comercio (EMC)

Variación anual Enero 2026 / enero 2025

Para el mes de enero de 2026, las actividades económicas que más contribuyen positivamente al comportamiento del comercio minorista y de vehículos fueron las relacionadas con las ventas de Vehículos automotores nuevos con una variación de 16,5% y las ventas en establecimientos No especializados con surtido compuesto principalmente por productos diferentes de alimentos, bebidas y tabaco con una variación de 29,3%, que en conjunto contribuyeron con 5,6 puntos porcentuales a la variación del periodo.

Tabla 5. Variación porcentual y contribución de las ventas reales del comercio minorista según actividad económica Total nacional Enero 2026 / enero 2025Pr

Actividades económicas	Enero 2026 / enero 2025	
	Variación %	Contribución PP
Total comercio minorista y vehículos	7,8	7,8
Total comercio minorista y vehículos (excepto grupo CIU 473*)	10,9	
4711 -472. No especializados con surtido compuesto principalmente por alimentos y especializados en la venta de alimentos.	5,8	1,7
4719. No especializados con surtido compuesto principalmente por productos diferentes de alimentos, bebidas y tabaco.	29,3	2,7
4511. Vehículos automotores nuevos	16,5	2,9
4541. Motocicletas y de sus partes, piezas y sus accesorios.	30,0	0,5
474. Equipos de informática y comunicaciones en establecimientos especializados.	29,9	0,4
475. Otros enseres domésticos en establecimientos especializados.	3,6	0,3
4771 - 4772. Prendas de vestir y sus accesorios; Calzado y artículos sucedáneos al cuero en establecimientos especializados.	6,5	0,3
4773. Productos farmacéuticos, medicinales, odontológicos; artículos de perfumería, cosméticos y de tocador	4,6	0,1
476. Artículos culturales y de entretenimiento en establecimientos especializados.	14,8	0,1
4774. Otros productos nuevos en establecimientos especializados.	0,8	0,0
4732. Comercio al por menor de lubricantes, aditivos y productos de limpieza para vehículos automotores.	-4,0	0,0
4530. Partes, piezas (autopartes) y accesorios (lujos) para vehículos automotores	-7,0	-0,3
4731. Comercio al por menor de combustible para automotores.	-4,9	-1,0

Fuente: DANE - Encuesta mensual de comercio (EMC)

COMERCIO ELECTRONICO

Es importante señalar que estos resultados dan alcance exclusivamente al comercio electrónico realizado por las empresas del sector comercio al por menor que son objeto de estudio de la Encuesta Mensual de Comercio - EMC y no a todas las empresas que realizan comercio electrónico en el país. No son objeto de medición las empresas que principal o exclusivamente comercializan a través de este canal.

Para la generación de estos resultados, se define el comercio electrónico como las transacciones realizadas a través de redes basadas en protocolos de Internet (TCP/IP) u otras redes telemáticas. Los bienes o servicios se contratan o reservan a través de estas redes, pero el pago o la entrega del producto puede realizarse en línea o fuera de ella, a través de cualquier otro canal. No hacen parte del comercio electrónico los pedidos realizados por teléfono (fijo o Voz IP), fax, celular o mediante correo electrónico escrito de forma manual.

En el periodo de febrero de 2025 a enero de 2026 en comparación con el periodo de febrero de 2024 a enero de 2025, la variación de las ventas del comercio al por menor (División 47 de la CIU Rev. 4 A.C.) fue de 9,7%, las ventas realizadas a través de comercio electrónico variaron 18,7%.

En enero de 2026 las ventas realizadas a través de comercio electrónico por las empresas dedicadas al comercio al por menor (División 47 de la CIIU Rev. 4 A.C.) participaron con 2,4% en las ventas totales de estas empresas; y en enero de 2025 la participación del comercio electrónico en las ventas fue de 2,2%.

Tabla 6. Principales indicadores de las ventas nominales totales y según canal de comercialización del comercio al por menor (División 47 de la CIIU Rev. 4 A.C.)
Total nacional* Enero 2026/ enero 2025 Pr

Indicador	Variación anual Enero 2026 / enero 2025	Contribución (pp)	Variación doce meses Febrero 2025 - enero 2026 / febrero 2024 - enero 2025	Contribución (pp)	Participación en las ventas totales de enero 2026	Participación en las ventas totales de enero 2025
Ventas totales	7,0	7,0	9,7	9,7	100,0	100,0
Ventas realizadas a través de comercio electrónico *	18,0	0,4	18,7	0,4	2,4	2,2
Ventas realizadas a través de canales diferentes al comercio electrónico ¹	6,7	6,6	9,5	9,3	97,6	97,8

Fuente: DANE - Encuesta mensual de comercio (EMC)

SECTOR ASEO

Mercado de limpieza en Colombia: crecimiento previsto y oportunidades estratégicas El sector de la limpieza profesional en Colombia ha pasado de ser considerado un servicio complementario a convertirse en una industria estratégica, con un rol clave en la salud pública, la productividad empresarial y la sostenibilidad ambiental. En los últimos años, factores como la pandemia, el crecimiento del comercio minorista moderno, la profesionalización del facilities management y la mayor conciencia del consumidor sobre la higiene han impulsado un mercado que hoy muestra proyecciones sólidas de crecimiento hacia el 2031.

Los reportes de consultoras internacionales y de gremios locales coinciden en que el mercado de productos y servicios de limpieza profesional en Colombia experimentará un crecimiento sostenido durante los próximos años, con tasas que superan el promedio de otros sectores de servicios. La tendencia está respaldada por el aumento de la demanda en sectores como salud, educación, retail, alimentos y oficinas corporativas, así como por la incorporación de productos especializados, sostenibles y de alto desempeño.

Panorama actual del mercado de limpieza en Colombia

Industria cosmética y de aseo

Alerta por guerra de aranceles entre Colombia y Ecuador: alzas de precios y golpe al empleo

Gremios del sector cosmético y de aseo doméstico de ambos países pidieron a los gobiernos retomar el diálogo bilateral y evitar medidas que afecten el comercio, el consumo y uno de los procesos de integración económica más antiguos de la región

A través de un comunicado conjunto, la Cámara de la Industria Cosmética y Aseo de la Asociación Nacional de Empresarios de Colombia (Andi) y la Asociación Ecuatoriana de Empresas de Productos Cosméticos, de Higiene Doméstica y Absorbentes (Procosméticos) expresaron su “profunda preocupación” por los efectos que estas decisiones podrían tener sobre los consumidores y el desarrollo del sector en ambas economías.

 ALCALDÍA DE CARTAGO	MUNICIPIO DE CARTAGO VALLE DEL CAUCA Nit. 891.900.493.2	PAGINA [16]
		CÓDIGO: MAJA-GJ-CT-F34
	FORMATO ESTUDIOS DE PRECIOS Y ANÁLISIS DEL SECTOR	VERSION: 1
		Fecha Aprobación: 26/01/2023

Según los gremios, la adopción de barreras comerciales en un contexto de alta interdependencia productiva amenaza con encarecer bienes esenciales de uso cotidiano, como productos de cuidado personal y del hogar.

Estos artículos, subrayan, cumplen un rol clave en el bienestar de la población y en la prevención de enfermedades, **por lo que un aumento de precios tendría consecuencias directas sobre el consumo y la salud pública**, especialmente en los hogares de menores ingresos.

Uno de los puntos que más inquieta al sector es el impacto sobre el flujo comercial entre Colombia y Ecuador, que en 2025 asciende a cerca de 198,87 millones de dólares. Este intercambio no solo involucra bienes finales, sino también materias primas e insumos fundamentales para la producción local.

De acuerdo con las asociaciones, la complementariedad entre ambas industrias ha permitido garantizar el abastecimiento nacional y fortalecer cadenas productivas que hoy se verían afectadas por eventuales aranceles.

Las organizaciones advierten que las decisiones anunciadas golpean directamente la competitividad de la industria y del comercio, con un impacto particularmente sensible en las pequeñas y medianas empresas.

Las pymes, explican, dependen en gran medida de reglas claras y de costos estables para sostener sus operaciones, generar empleo y dinamizar las economías locales. Un cambio abrupto en las condiciones comerciales podría traducirse en pérdida de puestos de trabajo y menor inversión en un sector que mueve miles de millones de dólares al año.

Ante este panorama, la Andi y Procosméticos hicieron un llamado a los gobiernos de Colombia y Ecuador para desescalar las medidas comerciales y activar de manera urgente el diálogo bilateral. El objetivo, señalaron, debe ser encontrar una solución a los temas de seguridad binacional sin afectar el comercio ni el desarrollo económico de dos naciones históricamente hermanas. En ese sentido, recordaron que cualquier medida debería enmarcarse en el ordenamiento jurídico andino vigente.

Los gremios resaltaron que decisiones unilaterales de este tipo resquebrajan uno de los procesos de integración económica más antiguos del mundo: la Comunidad Andina (CAN). A su juicio, desconocer estos mecanismos no solo genera incertidumbre para las empresas, sino que debilita la confianza construida durante décadas entre los países miembros y sus consumidores.

La Cámara de la Industria Cosmética y del Aseo de la Andi y Procosméticos representan un mercado conjunto estimado en 9.119 millones de dólares. Desde esa dimensión, reconocieron la importancia que los Estados otorgan a la seguridad nacional, pero insistieron en la necesidad de priorizar el diálogo al más alto nivel. "Es posible atender las preocupaciones de seguridad sin sacrificar el comercio, el empleo y la integración regional", señalaron.

Durante años, en el marco de la CAN, estos sectores han trabajado en procesos de armonización regulatoria y reconocimiento mutuo, con el objetivo de eliminar barreras al comercio y aumentar el intercambio binacional.

Ese esfuerzo, destacaron, ha permitido fortalecer la complementariedad productiva y la confianza de los consumidores. Por ello, insistieron en que preservar estos avances es clave para garantizar el crecimiento sostenible del sector y el bienestar de millones de personas en ambos países.

Fuente: <https://www.infobae.com/colombia/2026/01/29/industria-cosmetica-y-de-aseo-alerta-por-aranceles-entre-colombia-y-ecuador-temen-alzas-de-precios-y-golpe-al-empleo/>

 ALCALDÍA DE CARTAGO	MUNICIPIO DE CARTAGO VALLE DEL CAUCA Nit. 891.900.493.2	PAGINA [17]
		CÓDIGO: MAJA-GJ-CT-F34
	FORMATO ESTUDIOS DE PRECIOS Y ANÁLISIS DEL SECTOR	VERSION: 1
		Fecha Aprobación: 26/01/2023

Proyecciones de crecimiento hacia 2025-2031

De acuerdo con reportes internacionales sobre el sector de limpieza en Latinoamérica, el mercado en Colombia podría alcanzar un valor cercano a los USD 1.5 mil millones hacia 2031, con una tasa compuesta de crecimiento anual (CAGR) estimada en alrededor del 6%. Este crecimiento se sustenta en tres grandes motores:

Expansión del sector institucional: hospitales, clínicas, universidades y centros comerciales seguirán siendo los principales consumidores de servicios y productos especializados de limpieza. La necesidad de cumplir con normativas sanitarias cada vez más estrictas impulsará la demanda de soluciones avanzadas.

Crecimiento del retail y la logística: con la expansión de supermercados, bodegas urbanas y centros de distribución, se incrementa la necesidad de limpieza profesional que garantice ambientes seguros y cumpla con protocolos internacionales.

Tendencia hacia la sostenibilidad: los productos y servicios que integren prácticas verdes tendrán una ventaja competitiva en un mercado donde la conciencia ambiental es cada vez más fuerte.

El horizonte 2025-2031 estará marcado por la consolidación de empresas que logren integrar innovación, tecnología y sostenibilidad en su propuesta de valor.

Oportunidades estratégicas para el mercado colombiano. El crecimiento proyectado del mercado no significa que todas las empresas competirán en igualdad de condiciones. Las oportunidades estarán concentradas en quienes sean capaces de adaptarse a las nuevas exigencias del cliente y a las tendencias globales. Algunas áreas estratégicas incluyen:

Digitalización de la gestión de limpieza: plataformas que permitan monitorear en tiempo real la ejecución de tareas, generar reportes automáticos y garantizar trazabilidad del servicio serán cada vez más demandadas.

Productos especializados por industria: soluciones diferenciadas para sectores como salud, alimentos, retail y oficinas corporativas representarán nichos con alto potencial de rentabilidad.

Servicios integrados de facilities management: las empresas no solo buscan limpieza, sino soluciones integrales que combinen higiene, mantenimiento, seguridad y sostenibilidad.

Sostenibilidad como propuesta de valor: el uso de insumos biodegradables, reciclables y procesos eficientes en consumo de agua y energía será un factor decisivo en las licitaciones y contratos corporativos.

Conclusión

El mercado de limpieza en Colombia está en plena expansión, con proyecciones que anticipan un crecimiento sostenido hasta 2031. Más allá de las cifras, la verdadera oportunidad está en quienes sepan alinear su oferta con las tendencias de digitalización, sostenibilidad e innovación. En este contexto, la limpieza deja de ser un servicio rutinario para convertirse en un motor estratégico de competitividad.

Fuente: <https://quickclean.com.co/mercado-limpieza-colombia-crecimiento-y-oportunidades/>

3.2 Salario Mínimo Mensual Vigente

El salario mínimo legal mensual (SMMLV) para 2026 se fijó en \$1.750.905 y el auxilio de transporte 2026 en \$249.095, para un total mensual de \$2.000.000. Ambas medidas rigen a partir del 1° de enero de 2026 y quedaron oficializadas mediante los Decretos 1469 y 1470 del 29 de diciembre de 2025.

Tabla 7. Valores Oficiales (referencia 2025 vs 2026)

Concepto	2025	2026	Norma 2026
Salario mínimo (SMMLV)	\$1.423.500	\$1.750.905	Decreto 1469 de 2025
Auxilio de transporte	\$200.000	\$249.095	Decreto 1470 de 2025
Total mensual (SMMLV + auxilio)	\$1.623.500	\$2.000.000	(cálculo aritmético)

Fuente: consultorsalud.com

El SMMLV 2026 corresponde a un incremento del 23% frente a 2025, equivalente a un aumento nominal de \$327.405².

A continuación, se presenta el marco normativo del salario mínimo legal vigente en Colombia para el periodo 2021–2026, con base en los decretos expedidos anualmente por el Gobierno nacional. Esta información permite contextualizar la evolución del valor del salario mínimo, identificar su respaldo legal y comprender cómo cada ajuste responde a las condiciones económicas y sociales de cada año. El cuadro resume de manera cronológica los valores oficiales fijados y la norma que les dio origen, sirviendo como soporte del análisis presentado previamente³.

Tabla 8. Histórico Salario Mínimo

AÑO	VALOR	NORMA
2026	\$1.750.905	Decreto 01469 de 2025
2025	\$1.425.000	Decreto 01572 de 2024
2024	\$1.300.000	Decreto 02292 de 2023
2023	\$1.160.000	Decreto 02613 de 2022
2022	\$1.000.000	Decreto 01724 de 2021
2021	\$908.526	Decreto 01785 de 2020

Los datos muestran una tendencia de crecimiento sostenido del salario mínimo en Colombia entre 2021 y 2026, con incrementos cada vez más significativos a partir de 2023. En 2021 el salario mínimo era de \$908.526 y pasó a \$1.000.000 en 2022, un aumento moderado que marcó el inicio del cambio de escala. En 2023 el salario subió a \$1.160.000 y en 2024 a \$1.300.000, reflejando incrementos más fuertes, asociados a una inflación elevada y a una política gubernamental orientada a recuperar el poder adquisitivo de los trabajadores. Estos aumentos superaron el crecimiento histórico promedio del salario mínimo en décadas anteriores.

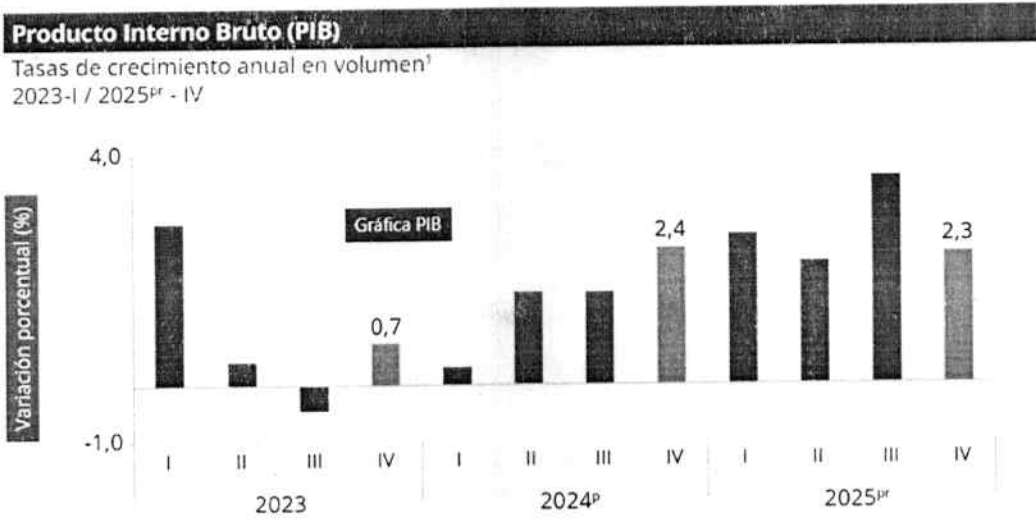
El salto más relevante se observa entre 2025 y 2026. En 2025 el salario mínimo se fijó en \$1.425.000 y para 2026 alcanzó \$1.750.905, lo que representa un incremento excepcional en términos absolutos y porcentuales. Este aumento consolida una tendencia de ajustes agresivos del salario mínimo, con impactos directos en costos laborales, contratación formal y contribuciones al sistema de seguridad social. Al mismo tiempo, mejora el ingreso base de millones de trabajadores, aunque plantea retos para las empresas, especialmente las pequeñas, y para el control de la inflación. En conjunto, el periodo analizado refleja un cambio estructural en la política salarial del país.

² <https://consultorsalud.com/aumento-del-salario-minimo-en-colombia-2026/>

³ https://www.estrategia tributarias.com/content/salario-minimo-legal?utm_source

3.3 Producto Interno Bruto-PIB:

Gráfico 7.. Información Cuarto trimestre 2025pr
El Producto Interno Bruto crece 2,6% en el año 2025pr respecto al año 2024p.



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 4,6% (contribuye 0,9 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 4,5% (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 9,9% (contribuye 0,4 puntos porcentuales a la variación anual).

En el cuarto trimestre de 2025^{pr}, el Producto Interno Bruto en su serie original, crece 2,3% respecto al mismo periodo de 2024^p. 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 4,8% (contribuye 0,9 puntos porcentuales a la variación anual).
- Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas; Transporte y almacenamiento; Alojamiento y servicios de comida crece 3,4% (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 11,5% (contribuye 0,5 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 0,1%. 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 4,6%.
- Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas; Transporte y almacenamiento; Alojamiento y servicios de comida crece 1,6%.
- Explotación de minas y canteras crece 1,2%.

Fuente: [DANE - PIB Información técnica](#)

3.4 Índice de Precios al Consumidor- IPC

Tabla 9. IPC Variación del IPC – Enero 2026

Índice de Precios al Consumidor (IPC)				
Variación anual y mensual Total nacional 2025 - 2026 (enero)				
IPC	Enero			
	Variación mensual		Variación anual	
	2025	2026	2025	2026
IPC total	0,94	1,18	5,22	5,35

En enero de 2026 la variación mensual del IPC fue 1,18% y la anual 5,35%.

En enero de 2026 la variación anual del IPC fue 5,35%, es decir, 0,13 puntos porcentuales mayor que la reportada en el mismo periodo del año anterior, cuando fue de 5,22%.

El comportamiento mensual del IPC total en enero de 2026 (1,18%) se explicó principalmente por la variación mensual de las divisiones Restaurantes y hoteles y Alimentos y bebidas no alcohólicas. Las mayores variaciones se presentaron en las divisiones Restaurantes y hoteles (2,94%) y Transporte (2,14%).

Fuente: [DANE - IPC información técnica](#)

3.5 PERSPECTIVA LEGAL.

La Contratación Estatal es fundamental en el desarrollo económico y social del país, por cuanto expresa la posibilidad real del Estado de tener a su alcance mediante la participación del Sector Privado, todos los bienes y servicios que le permitan satisfacer las necesidades económicas y sociales producto del diseño y puesta en marcha de políticas públicas, mediante un procedimiento gradual y regulado como lo son las nuevas prácticas de Contratación Pública.

Teniendo en cuenta que con la contratación pública se busca el cumplimiento de los fines estatales, así como la continua y eficiente prestación de los servicios requeridos, resulta necesario contar con instrumentos que garanticen a la Entidad contratante lograr la selección objetiva de los contratistas que colaboraran con ella en la consecución de los

 ALCALDÍA DE CARTAGO	MUNICIPIO DE CARTAGO VALLE DEL CAUCA Nít. 891.900.493.2	PAGINA [21]
		CÓDIGO: MAJA-GJ-CT-F34
	FORMATO ESTUDIOS DE PRECIOS Y ANÁLISIS DEL SECTOR	VERSION: 1
		Fecha Aprobación: 26/01/2023

mismos. Para ello, debe darse aplicación al Estatuto General de Contratación de la Administración Pública y demás disposiciones que lo desarrollan o complementan, como la Ley 1150 de 2007, Ley 1474 de 2011 y el Decreto 1082 de 2015, observando a cabalidad los Principios de Transparencia, Economía y Responsabilidad, de conformidad con los postulados que rigen la función administrativa.

3.6 PERSPECTIVA FINANCIERA

No aplica.

3.7 PERSPECTIVA TÉCNICA

La Alcaldía de Cartago planea realizar un proceso de contratación por la modalidad de **MINIMA CUANTIA. "SUMINISTRO DE ARTICULOS DE ASEO Y CAFETERIA PARA DOTAR LAS DIFERENTES DEPENDENCIAS DE LA ADMINISTRACION MUNICIPAL."**

A continuación, se establece una ficha técnica general que servirá de base para la estructura de costos del servicio requerido por la Entidad. Es de aclarar que los conceptos son fijos y obedecen a las prestaciones y/o compensaciones de ley. No obstante, hay conceptos o factores variables, que serán proyectados, estimados o consultados en el mercado, tales como horas extras, dominicales y festivos, valor de la administración y valor de la dotación.

Tabla 10. Ficha técnica

ITEM	DESCRIPCION	UNIDAD DE MEDIDA
1	Alcohol etílico desnaturalizado con una concentración mínima de 95% - desnaturalizado Líquido, en recipiente plástico con capacidad mínima de 750 c.c.	BOTELLA
2	Algodón por 250 gms	PAQUETE
3	Ambientador para espacios en varitas difusoras aroma con recipiente (frasco de 80ml) (aromas surtidos)	UNIDAD
4	Ambientador para espacios, presentación en spray (aromas surtidos) x 700gr	UNIDAD
5	Ambientador para pisos y baños líquido, en recipiente plástico con capacidad x 1000 cc, - con fragancia en una concentración del 1,5% - en múltiples fragancias	LITRO
6	Aromáticas Para infusión - Cajas disponibles en múltiples sabores vegetales y frutales - 100% naturales, Cajas de mínimo 20 en sobres.	CAJA
7	Azúcar Blanca - Empaque elaborado en materiales atóxicos - Bolsa de mínimo 200 sobres de 5 gr	PAQUETE
8	Balde elaborado en plástico - Capacidad de mínima de 12 litros - Con manija móvil - Con "pico" anti derrames en colores surtidos	UNIDAD
9	Balde con Escurreidor, capacidad mínima de 25 litros – manija o palanca móvil – con ruedas - color amarillo,	UNIDAD
10	Bayetilla En tela fileteada – en colores surtidos ,sin estampado x metro	METRO
11	Blanqueador, Con agentes bactericidas, fungicidas y virucidas, Líquido, en recipiente plástico presentación x Galón.	GALON
12	Bolsa Elaborada en polietileno de baja densidad - De color negro - Calibre de mínimo 2 - Tamaño de 70 cm de ancho por 90 cm de largo, paquete x 12	PAQUETE
13	Bolsa plástica t40 con agarradera paquete x 100	PAQUETE
14	Bolsa plástica transparente para fichas del Sisben tamaño 35x50 cm x 100 unidades	PAQUETE
15	Bolsa transparente para comprobante 35 x 50 por 100	PAQUETE
16	Bolsas de basura en color (gris , verde , y azul) elaborada en polietileno de baja densidad- calibre de mínimo 2 - tamaño de 70 cm de ancho por 90 cm de largo para canecas ecológicas, paquete x 12	PAQUETE
17	Bolsas plásticas sencilla, de tamaño 726 cm2, calibre 0.5 micras, presentación 6 unidades y unidad de comercialización en kg	UNIDAD

 ALCALDÍA DE CARTAGO	MUNICIPIO DE CARTAGO VALLE DEL CAUCA Nit. 891.900.493.2	PAGINA [22]
		CÓDIGO: MAJA-GJ-CT-F34
	FORMATO ESTUDIOS DE PRECIOS Y ANÁLISIS DEL SECTOR	VERSION: 1
		Fecha Aprobación: 26/01/2023

18	café 100% tostado y molido de alta calidad, Empacada en bolsa de polipropileno aluminizada resistente a la humedad y al oxígeno – x 500 gr, Debe cumplir con Resolución 288 de 2008 sobre rotulado y etiquetado nutricional y las normas que la modifiquen - Debe cumplir con la NTC 3534	LIBRA
19	Caneca plástica para soporte metálico, con capacidad de 55 litros – tapa vaivén - punto ecológico colores reglamentarios(NEGRA, BLANCA, VERDE).	UNIDAD
20	Cepillo para lavar ropa, con mango de plástico - Cuerpo elaborado en plástico - Cerdas duras en fibra plástica - Tamaño mínimo de 15 cm de largo por 5cm de ancho por 6 cm de alto	UNIDAD
21	Cepillo para para pisos - Cuerpo elaborado en plástico - Cerdas duras en fibra plástica - Tamaño mínimo de 26 cm de largo por 6 cm de ancho por 7 cm de alto. - Mango metálico con una extensión mínima de 120cm	UNIDAD
22	Cepillo para paredes y techos Cuerpo elaborado en plástico - Cerdas duras en fibra plástica - Largo mínimo de 120 cm con extensión	UNIDAD
23	Cepillo para sanitario (churrusco), Cerdas duras elaboradas en fibras plásticas - Extensión mínima de las cerdas es de 2,5 cm - Base y mango elaborados en plástico - Mango con longitud mínima de 33 cm	UNIDAD
24	Cera líquida de piso, emulsionada - neutra (para pisos de todos los colores) - contenido mínimo de sólidos del 5% Líquido, en recipiente plástico con capacidad mínima de presentación x galón	GALON
25	Cera Emulsionada - Roja - Contenido mínimo de sólidos del 5%, Líquido, en recipiente plástico con capacidad mínima de presentación x Galón	GALON
26	Clarificador para agua de piscinas	KILO
27	Cloro al 91	KILO
28	Cloro granulado 70%	KILO
29	Pastillas de Cloro al 68%	KILO
30	Desmanchador multiusos, Con agente(s) tenso activo(s) con efecto limpiador y desengrasante - Para superficies de todo tipo, Líquido, en recipiente plástico con capacidad mínima x 1000 cc	LITRO
31	Destapador para sanitario (chupa) Tipo campana - Chupa elaborada en caucho - Diámetro mínimo de 12 cm - Mango elaborado en plástico o madera - Mango con longitud mínima de 33 cm	UNIDAD
32	Detergente multiusos tensoactivo(s) principal(es) con efecto limpiador de mínimo 11%. en polvo, en bolsa plástica o recipiente plástico con un peso de 1.000 gr	KILO
33	Dispensador de Papel higiénico, Rollo con longitud mínima de 250 metros, en plástico ABS blanco. Incluye los elementos necesarios para realizar la instalación en pared -Incluye el costo de instalación.	UNIDAD
34	Dispensador de Toallas de papel en rollo de 150 metros y 250 metros, Incluye los elementos necesarios para realizar la instalación en pared - Incluye el costo de instalación.	UNIDAD
35	Dispensador para jabón líquido Elaborado en plástico ABS blanco - Con válvula manual anticorrosiva. - Uso habilitado para cualquier jabón líquido con capacidad mínima de 900 cc - Incluye los elementos necesarios para realizar la instalación en pared -Incluye el costo de instalación.	UNIDAD
36	Escoba Cerdas elaboradas con PVC, plumilladas, calibre entre 0,4 y 0,5 mm. - Área de barrido mínima de 37cm de largo por 7cm de ancho por 7 cm de alto - Material de base en plástico con acople tipo rosca - Mínimo 100 moños - Mango metálico o madera con una extensión mínima de 120 cm	UNIDAD
37	Escoba de iraca natural	UNIDAD
38	Esponja en Espuma enmallada - Tamaño mínimo de 7 cm de largo por 10 cm de ancho	UNIDAD
39	Haragán escurridor de agua - tamaño mínimo 50cm de ancho, con cabo metálico 140 cms.	UNIDAD
40	Filtro para cafetería - Color blanco - Dimensiones mínimas de 25 cm de largo y 15 cm de ancho, Paquete de mínimo 100 unidades	PAQUETE
41	Filtro para greca Elaborada en tela - Capacidad de una 1 libra	PAQUETE
42	Guantes Tipo doméstico - Elaborados en caucho - Calibre mínimo de 18 - Tallas 7 a 9 – Colores surtidos	PAR
43	Guantes Tipo doméstico - Elaborados en látex - Calibre mínimo de 25 - Tallas 7 a 9 – Caja x 50	CAJA

 ALCALDÍA DE CARTAGO	MUNICIPIO DE CARTAGO VALLE DEL CAUCA Nít. 891.900.493.2	PAGINA [23]
		CÓDIGO: MAJA-GJ-CT-F34
	FORMATO ESTUDIOS DE PRECIOS Y ANÁLISIS DEL SECTOR	VERSION: 1
		Fecha Aprobación: 26/01/2023

44	Jabón en barra, elaborado con grasas vegetales - con agente humectante - ph entre 5 y 8. - disponible en múltiples fragancias, barra, unidad con peso mínimo de 125 gr en envoltura individual.	UNIDAD
45	Jabón lavaplatos con agente(s) tensoactivo(s) principal(es) con efecto limpiador y desengrasante en una concentración mínima del 15%. - disponible en múltiples fragancias, líquido, en recipiente plástico de mínimo 1000 gr	LITRO
46	Jabón líquido limpiar para muebles de oficina, disponible en múltiples fragancias, con efecto limpiador y desengrasante, , en recipiente plástico de mínimo 1000 gr	LITRO
47	Jabón para manos, con agente limpiador en una concentración mínima del 6% - con agente humectante en una concentración mínima del 3% - ph entre 5 y 8 - disponible en múltiples fragancias, líquido, en recipiente plástico con dispensador y capacidad mínima de 500 ml	UNIDAD
48	jabón rey jabón lentamente soluble, barra sólida rectangular 500 grs	UNIDAD
49	Limpiador antialgas abrillantador para piscinas con elevado poder bactericida.	KILO
50	Limpión En tela de toalla fileteada - Color blanco sin estampado - Tamaño mínimo de 45cm de largo por 45cm de ancho	UNIDAD
51	Líquido para limpiar vidrios, Con agente(s) principal(es) con efecto limpiador y desengrasante en una concentración mínima del 4% - Con fragancia, Líquido, en recipiente plástico con capacidad mínima de 1000 gr, con atomizador de pistola	LITRO
52	Mezcladores Elaborados en plástico - Calibre mínimo de 2 - Longitud mínima de 11 cm - en Colores surtidos, Paquete de mínimo 1000 unidades.	PAQUETE
53	Panela de caña de azúcar redonda x 500 gr	LIBRA
54	Papel higiénico para dispensador, rollo de 250 metros y 400 metros	ROLLO
55	Papel higiénico, Rollo con longitud mínima de 250 metros - Doble hoja de color natural - Sin fragancia	ROLLO
56	Papelera , Cuerpo plástico enmallado sin tapa - Con capacidad mínima de 10 litros - Diseño para oficina	UNIDAD
57	Paquete de servilleta doble blanca x 200 unidades Paquete	PAQUETE
58	Pasta desinfectante para sanitario x unidad con agentes bactericidas, fungicidas y virucidas.	UNIDAD
59	Piedra alumbre para piscinas	KILO
60	Pocillo Mug Tintero 8 Onzas , en cerámica, interior blanco y exterior de colores variados, Medidas: 12cm x 8cm x 9,5cm, Resistente, fácil de usar liviano y practico calidad y durabilidad	UNIDAD
61	Porta escobas plasticos de 7 puestos.	UNIDAD
62	recogedor de plástico rígido, mango de madera, longitud mínima 90 cms	UNIDAD
63	Renovador de superficies	GALON
64	Silicona industrial	GALON
65	soda caustica sólida cristalina, blanca, sin olor y de rápida absorción dióxido de carbono y humedad del aire	BULTO X 25 KILOS
66	Soporte desechable para vaso tintero	PAQUETE
67	sulfato de aluminio	KILO
68	sulfato de aluminio	BULTO X 25 KILOS
69	Tapabocas Elaborado en tela no tejida - Desechable - Con tiras elásticas, sin fibra de vidrio, adaptable a la nariz, hipo alergénico, liviano, alta respetabilidad, excelente filtración Caja de 50 unidades	UNIDAD
70	Toallas de papel doble hoja doblada en z intercalada, absorbente por paquete.	PAQUETE
71	Trapeador Brillador industrial x 120 metros, con mopa	UNIDAD
72	Trapero Elaborado con hilaza de algodón natural - Mecha con peso mínimo de 350 gr y extensión mínima de 32 cm de largo - Con acople tipo rosca - Mango de madera con una extensión mínima de 120 cm	UNIDAD
73	Trapeador de microfibra color surtido, tamaño grande.	
74	Varsol, en presentación recipiente plástico x 1000cc	UNIDAD

 ALCALDÍA DE CARTAGO	MUNICIPIO DE CARTAGO VALLE DEL CAUCA Nit. 891.900.493.2	PAGINA [24]
		CÓDIGO: MAJA-GJ-CT-F34
	FORMATO ESTUDIOS DE PRECIOS Y ANÁLISIS DEL SECTOR	VERSION: 1
		Fecha Aprobación: 26/01/2023

75	Vaso Elaborado en vidrio - Cilíndrico - Capacidad mínima de 12 oz	UNIDAD
76	Vasos para agua Elaborado en plástico - Colores surtidos - Capacidad mínima de 7 oz, paquete por 50 unidades	PAQUETE
77	Vasos para tinto elaborado en cartón - colores surtidos - capacidad mínima de 3.3 onzas paquete x 50 unidades, con soporte.	PAQUETE

Elaboró : Oficina de Recursos Físicos

3.8 PERSPECTIVA COMERCIAL Y ORGANIZACIONAL.

De acuerdo a datos de la Cámara de la Industria Cosmética y Aseo de la ANDI, la industria se compone de tres subsectores: Cosméticos, Aseo, y Absorbentes. En conjunto, el sector ha supuesto beneficios económicos para el país y para los grupos que participan en su cadena de valor. Lo anterior demuestra el potencial del sector como motor de la economía nacional. Los resultados son consecuencia de los esfuerzos conjuntos de la Cámara, las instituciones que lo apoyan, y las empresas que lo componen.

Por ejemplo, el Grupo Éxito cuenta en la categoría de aseo con más de 1.200 referencias. 80% de las ventas de la categoría corresponde a productos como detergentes, suavizantes de ropa, lavaloz, blanqueadores, ambientadores, jabones de lavar, limpia pisos y desmanchadores y los productos de marcas propias tienen una participación de 8% en las ventas totales de la categoría.

Los bienes de cafetería provienen de sectores diversos como el agrícola y las industrias de plásticos, metal y papelera, cada una con características y comportamiento propios. La distribución y venta de los bienes de cafetería hace parte de la actividad comercial al por mayor de las Empresas Distribuidoras.

Sin embargo, las Entidades tanto públicas como privadas han evolucionado en la forma como satisfacen sus necesidades de aseo y limpieza; razón por la cual cada día hacen más uso de la contratación de los paquetes integrales de aseo, mantenimiento y cafetería; requiriendo no solo los insumos y maquinaria.

En Colombia existe la Federación Nacional de Empresas de Aseo y Afines - FENASEO, quienes son una organización sin ánimo de lucro que agremia a las empresas prestadoras del servicio de aseo y limpieza e industrias afines en Colombia, con el propósito de impulsar el fortalecimiento del gremio y contribuir a su crecimiento.

Fuente: <https://bibliotecadigital.univalle.edu.co/bitstream/handle/10893/15346/CB-0542273.pdf?sequence=>

El sector comercio se compone por todas las empresas que se dedican a la venta y distribución de bienes y productos al por mayor y minorista en centros comerciales, plazas de mercados y otros espacios.

Sector comercial en Colombia

En el sector terciario se agrupa una importante serie de actividades económicas que, incluso, puede determinar el estado de desarrollo que presenta la economía de un país.

Esto es posible porque en el sector terciario es donde se llevan a cabo innumerables acuerdos económicos de vital importancia para el comercio nacional e internacional de cada país o región.

Asimismo, es el sector económico donde se generan gran cantidad de puestos de empleo, hay un porcentaje alto de inversión y de competitividad en el amplio sector económico y financiero mundial.

 ALCALDÍA DE CARTAGO	MUNICIPIO DE CARTAGO VALLE DEL CAUCA Nit. 891.900.493.2	PAGINA [25]
		CÓDIGO: MAJA-GJ-CT-F34
	FORMATO ESTUDIOS DE PRECIOS Y ANÁLISIS DEL SECTOR	VERSION: 1
		Fecha Aprobación: 26/01/2023

Productos y Servicios que ofrece el sector del aseo

El grupo de Productos de Aseo está inmerso en el eslabón de aseo y cosméticos, los gremios, Entidades Estatales y empresas analistas de mercado, agrupan estas dos líneas de productos debido a que las empresas fabricantes tienen la capacidad de utilizar la misma maquinaria e instalaciones para la producción y comercialización de ambas líneas. Lo anterior da lugar a la combinación de los productos de aseo y cosméticos en informes sectoriales, bases de datos y otras fuentes de información.

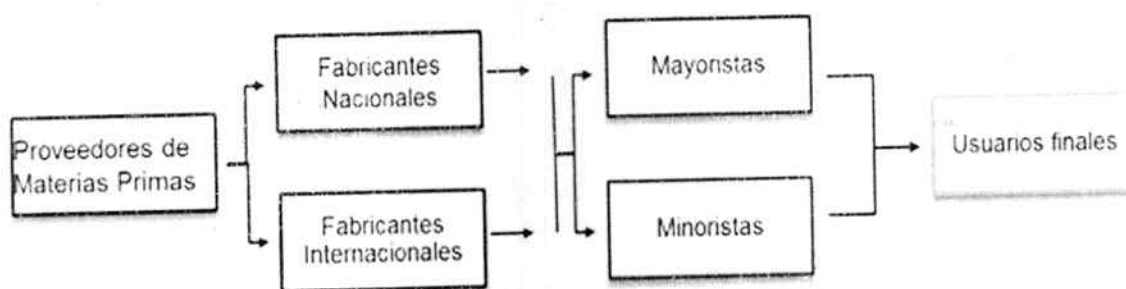
El segmento de Bienes de Aseo y Cafetería está compuesto por una gran variedad de productos, entre ellos: (a) jabones, detergentes y líquidos limpiadores; (b) elementos y maquinaria para el aseo como escobas, traperos, recogedores, cepillos, esponjillas, limpiones, baldes, carros de limpieza, guantes, tapabocas, canecas de basura, aspiradoras y brilladoras; y (c) productos y maquinaria de cafetería como los vasos desechables, el café, el azúcar, las aromáticas, las grecas y los dispensadores de agua, entre otros. En el segmento de Bienes de Aseo y Cafetería, los Productos de Aseo (jabones, detergentes y líquidos limpiadores) es el grupo más representativo en términos de información de mercado.

Los bienes de cafetería provienen de sectores diversos como el agrícola y las industrias de plásticos, metal y papelería, cada una con características y comportamiento propio. La distribución y venta de los bienes de cafetería hace parte de la actividad comercial al por mayor de las Empresas Distribuidoras. Es claro entonces que el comportamiento del sector de los bienes utilizados para la prestación del Servicio Integral de Aseo y Cafetería es positivo, pues identificó que las Entidades Estatales demandan generalmente de forma conjunta los servicios de aseo y de cafetería y en consecuencia, las empresas que prestaban el servicio de aseo evolucionaron de acuerdo con la demanda para incluir la prestación del servicio de cafetería en su portafolio de servicios

Fuente: <http://docplayer.es/19049267-analisis-sectorial-para-el-servicio-de-aseo-y-cafeteria-contenido.htm>

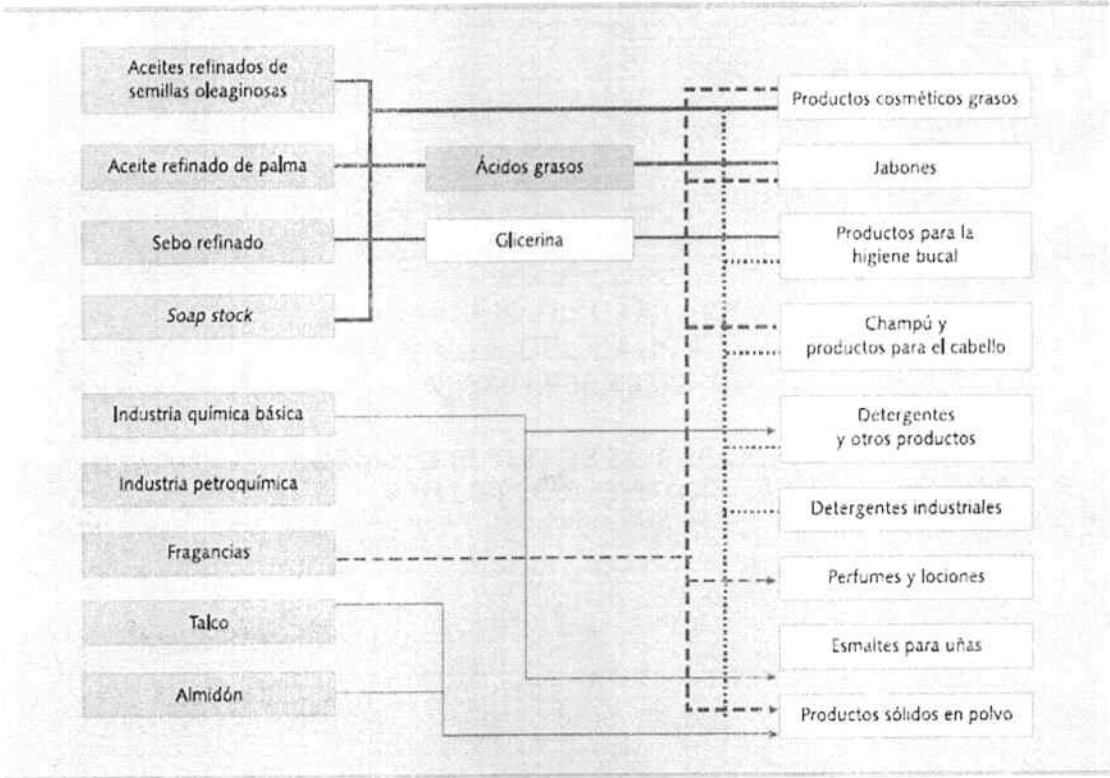
Cadena de Producción o Comercialización.

Imagen 1.



Fuente: Gráfica elaborada por Colombia Compra Eficiente

Imagen 2. estructura simplificada de la cadena de valor



Se denomina cadena de valor debido a que considera a las principales actividades de una empresa como los eslabones de una cadena de actividades. Que van añadiendo valor al producto a medida que este pasa por cada una de ellas.

Según esta herramienta, desagregar una empresa en estas actividades permite identificar mejor sus fortalezas y debilidades, especialmente en lo que se refiere a fuentes potenciales de ventajas competitivas, y altos o bajos costos asociados.

Esta herramienta clasifica las actividades generadoras de valor de una empresa en actividades primarias o de línea, y actividades de apoyo o de soporte."

3.9 ESTUDIO DE LA OFERTA.

Esta clase de bienes o servicios (según sea el caso) son ofertados por empresas dedicadas a las siguientes actividades de acuerdo con la clasificación de actividades económicas CIIU Revisión 4 adaptas para Colombia:

Cuadro 1. Códigos CIIU de los bienes o servicios requeridos

Código	Descripción
4773	Comercio al por menor de productos farmacéuticos y medicinales, cosméticos y artículos de tocador en establecimientos especializados
4759	Comercio al por menor de otros artículos domésticos en establecimientos especializados

De acuerdo con la información suministrada en la plataforma RUES de la cámara de comercio, se identificaron las siguientes empresas entre productores, distribuidores y comercializadores del servicio requerido:

Cuadro 2. Empresas del sector

RAZON SOCIAL Ó NOMBRE	NIT O NÚM ID.	CÁMARA DE COMERCIO	CLASE DE EMPRESA	CATEGORIA (SI ES PERSONA NATURAL O JURIDICA)
MULTISERVICIOS ASEOHOGAR S.A.S.	800073335 - 7	Neiva	microempresa	Jurídica
MULTIASEO DISTRIBUCIONES	31418362-1	Cartago	microempresa	Natural
PRODUCTOS DE ASEO CLEAN-HOUSE	901.249.920-1	Bogotá	microempresa	Jurídica
PRODUCTOS DE ASEO EL LUCERO S.A	901594777-0	Medellin	microempresa	Jurídica
PUNTO ASEO DEL VALLE	14571481-1	Cartago	microempresa	Natural
SERVICIOS DE ASEOS Y SUMINISTROS S.A.S.	900702557 - 8	Armenia	microempresa	Natural
SERVICIOS Y SUMINISTROS ESPECIALES DE ASEO PARA LA SALUD Y EL MEDIO AMBIENTE LTDA (SESPMA LTDA) EN LIQUIDACION	900265078 - 6	Riohacha	microempresa	Natural
MAXIPLÁSTICOS	94.231.854-6	Cartago	microempresa	Natural
PRODUCTOS DE ASEO EL MANANTIAL	901492532- 5	Cali	microempresa	Jurídica
PRODUCTOS DE ASEO FENIX S.A.S.	900439742-7	Montenegro	microempresa	Jurídica
PRODUCTOS DE ASEO F&C S.A.S	901455543-9	Girardota, Antioquia	microempresa	Jurídica
PRODUCTOS DE ASEO PINEX E.A.T. EMPRESA ASOCIATIVA DE TRABAJO	999999999999-9	Palmira	microempresa	Jurídica
PRODUCTOS DE ASEO RIX S.A.S	901.476.961-4	Bogotá	microempresa	Jurídica

La anterior, es una muestra de las empresas que realizan este tipo de actividades según el sector económico analizado. Se identificó diferentes personas naturales y jurídicas, distribuidas en todo el territorio nacional, cuyo tamaño empresarial se puede catalogar como micro, pequeñas, medianas y grandes empresas, según el número de empleados o ventas totales o ingresos operaciones, por lo cual se evidencia que existe pluralidad de oferentes del servicio requerido, para concurrir al proceso de selección.

El presente proceso es factible de ser limitado a Mipyme territorial en consideración a que una vez analizado el mercado local se encontró que existe pluralidad de oferentes con capacidad de ejecutar el objeto contractual, siempre y cuando se cumplan las condiciones o requisitos establecidos en el numeral 2.2.1.2.4.2.2 y 2.2.1.2.4.2.4 del decreto 1860 de 2021.



ALCALDÍA

DE CARTAGO

MUNICIPIO DE CARTAGO

VALLE DEL CAUCA

Nit. 891.900.493.2

PAGINA

[28]

CÓDIGO: MAJA-GJ-CT-F34

VERSION: 1

Fecha Aprobación: 26/01/2023

FORMATO ESTUDIOS DE PRECIOS Y ANALISIS DEL SECTOR

3.10 ESTUDIO DE LA DEMANDA.

Cuadro 3. Costos

ITEM	CODIGO UNSPSC	NOMBRE	UNIDAD DE MEDIDA	CARACTERISTICAS TECNICAS /DESCRIPCIÓN	COTIZACION SUFORMA	COTIZACION FACTOR INK	COTIZACION SABER	ANALISIS DE PRECIO Unitario (IVA Incluido)	CANTIDAD INDICATIVA	PRECIO TOTAL X ÍTEM (IVA INCLUIDO)
1			BOTELLA	Alcohol etílico desnaturalizado con una concentración mínima de 95% - desnaturalizado Líquido, en recipiente plástico con capacidad mínima de 750 c.c.	\$ 16.200,00	\$ 16.524,00	\$ 16.686,00	\$ 16.470,00	1	\$ 16.470,00
2			PAQUETE	Algodón por 250 gms	\$ 26.500,00	\$ 27.030,00	\$ 27.295,00	\$ 26.941,67	1	\$ 26.941,67
3			UNIDAD	Ambientador para espacios en varitas difusoras aroma con recipiente (frasco de 80ml) (aromas surtidos)	\$ 41.200,00	\$ 42.024,00	\$ 42.436,00	\$ 41.886,67	1	\$ 41.886,67
4			UNIDAD	Ambientador para espacios, presentación en spray (aromas surtidos) x 700gr	\$ 19.800,00	\$ 20.196,00	\$ 20.394,00	\$ 20.130,00	1	\$ 20.130,00
5			LITRO	Ambientador para pisos y baños líquido, en recipiente plástico con capacidad x 1000 cc, - con fragancia en una concentración del 1,5% - en múltiples fragancias	\$ 12.500,00	\$ 12.750,00	\$ 12.875,00	\$ 12.708,33	1	\$ 12.708,33
6			CAJA	Aromáticas Para infusión - Cajas disponibles en múltiples sabores vegetales y frutales - 100% naturales, Cajas de mínimo 20 en sobres.	\$ 5.200,00	\$ 5.304,00	\$ 5.356,00	\$ 5.286,67	1	\$ 5.286,67
7			PAQUETE	Azúcar Blanca - Empaque elaborado en materiales atóxicos - Bolsa de mínimo 200 sobres de 5 gr	\$ 11.200,00	\$ 11.424,00	\$ 11.536,00	\$ 11.386,67	1	\$ 11.386,67
8			UNIDAD	Balde elaborado en plástico - Capacidad de mínima de 12 litros - Con manija móvil - Con "pico" anti derrames en colores surtidos	\$ 19.800,00	\$ 20.196,00	\$ 20.394,00	\$ 20.130,00	1	\$ 20.130,00
9			UNIDAD	Balde con Escurridor, capacidad mínima de 25 litros – manija o palanca móvil – con ruedas - color amarillo,	\$ 341.000,00	\$ 347.820,00	\$ 351.230,00	\$ 346.683,33	1	\$ 346.683,33
10			METRO	Bayetilla En tela fileteada – en colores surtidos ,sin estampado x metro	\$ 18.900,00	\$ 19.278,00	\$ 19.467,00	\$ 19.215,00	1	\$ 19.215,00
11			GALON	Blanqueador, Con agentes bactericidas, fungicidas y virucidas, Líquido, en recipiente plástico presentación x Galón.	\$ 22.200,00	\$ 22.644,00	\$ 22.866,00	\$ 22.570,00	1	\$ 22.570,00
12			PAQUETE	Bolsa Elaborada en polietileno de baja densidad - De color negro - Calibre de mínimo 2 - Tamaño de 70 cm de ancho por 90 cm de largo, paquete x 12	\$ 7.000,00	\$ 7.140,00	\$ 7.210,00	\$ 7.116,67	1	\$ 7.116,67
13			PAQUETE	Bolsa plástica t40 con agarradera paquete x 100	\$ 39.600,00	\$ 40.392,00	\$ 40.788,00	\$ 40.260,00	1	\$ 40.260,00

14	PAQUETE	Bolsa plástica transparente para fichas del Sisben tamaño 35x50 cm x 100 unidades	\$	18.900,00	\$	19.278,00	\$	19.467,00	\$	19.215,00	1	\$	19.215,00
15	PAQUETE	Bolsa transparente para comprobante 35 x 50 por 100	\$	17.800,00	\$	18.156,00	\$	18.334,00	\$	18.096,67	1	\$	18.096,67
16	PAQUETE	Bolsas de basura en color (gris , verde , y azul) elaborada en polietileno de baja densidad- calibre de mínimo 2 - tamaño de 70 cm de ancho por 90 cm de largo para canecas ecológicas, paquete x 12	\$	7.500,00	\$	7.650,00	\$	7.725,00	\$	7.625,00	1	\$	7.625,00
17	UNIDAD	Bolsas plásticas sencilla, de tamaño 726 cm2, calibre 0.5 micras, presentación 6 unidades y unidad de comercialización en kg.	\$	11.700,00	\$	11.934,00	\$	12.051,00	\$	11.895,00	1	\$	11.895,00
18	LIBRA	café 100% tostado y molido de alta calidad, Empacada en bolsa de polipropileno aluminizada resistente a la humedad y al oxígeno – x 500 gr. Debe cumplir con Resolución 288 de 2008 sobre rotulado y etiquetado nutricional y las normas que la modifiquen - Debe cumplir con la NTC 3534	\$	42.500,00	\$	43.350,00	\$	43.775,00	\$	43.208,33	1	\$	43.208,33
19	UNIDAD	Caneca plástica para soporte metálico, con capacidad de 55 litros – tapa vaivén - punto ecológico colores reglamentarios(NEGRA, BLANCA, VERDE).	\$	341.000,00	\$	347.820,00	\$	351.230,00	\$	346.683,33	1	\$	346.683,33
20	UNIDAD	Cepillo para lavar ropa, con mango de plástico - Cuerpo elaborado en plástico - Cerdas duras en fibra plástica - Tamaño mínimo de 15 cm de largo por 5cm de ancho por 6 cm de alto	\$	11.000,00	\$	11.220,00	\$	11.330,00	\$	11.183,33	1	\$	11.183,33
21	UNIDAD	Cepillo para para pisos - Cuerpo elaborado en plástico - Cerdas duras en fibra plástica - Tamaño mínimo de 26 cm de largo por 6 cm de ancho por 7 cm de alto. - Mango metálico con una extensión mínima de 120cm	\$	16.800,00	\$	17.136,00	\$	17.304,00	\$	17.080,00	1	\$	17.080,00
22	UNIDAD	Cepillo para paredes y techos Cuerpo elaborado en plástico - Cerdas duras en fibra plástica - Largo mínimo de 120 cm con extensión	\$	24.500,00	\$	24.990,00	\$	25.235,00	\$	24.908,33	1	\$	24.908,33
23	UNIDAD	Cepillo para sanitario (churrusco), Cerdas duras elaboradas en fibras plásticas - Extensión mínima de las cerdas es de 2,5 cm - Base y mango elaborados en plástico - Mango con longitud mínima de 33 cm	\$	12.500,00	\$	12.750,00	\$	12.875,00	\$	12.708,33	1	\$	12.708,33
24	GALON	Cera líquida de piso, emulsionada - neutra (para pisos de todos los colores) - contenido mínimo de sólidos del 5%	\$	47.800,00	\$	48.756,00	\$	49.234,00	\$	48.596,67	1	\$	48.596,67



ALCALDÍA
DE CARTAGO

MUNICIPIO DE CARTAGO
VALLE DEL CAUCA
Nit. 891.900.493.2

PAGINA [30]

CÓDIGO: MAJA-GJ-CT-F34

VERSION: 1

Fecha Aprobación: 26/01/2023

FORMATO ESTUDIOS DE PRECIOS Y ANALISIS DEL SECTOR

25			Líquido, en recipiente plástico con capacidad mínima de presentación x galón	\$	47.500,00	\$	48.450,00	\$	48.925,00	\$	48.291,67	1	\$	48.291,67
26		GALON	Cera Emulsionada - Roja - Contenido mínimo de sólidos del 5%, Líquido, en recipiente plástico con capacidad mínima de presentación x Galón	\$	36.200,00	\$	36.924,00	\$	37.286,00	\$	36.803,33	1	\$	36.803,33
27		KILO	Clarificador para agua de piscinas	\$	29.800,00	\$	30.396,00	\$	30.694,00	\$	30.296,67	1	\$	30.296,67
28		KILO	Cloro al 91	\$	22.900,00	\$	23.358,00	\$	23.587,00	\$	23.281,67	1	\$	23.281,67
29		KILO	Cloro granulado 70%	\$	34.800,00	\$	35.496,00	\$	35.844,00	\$	35.380,00	1	\$	35.380,00
30		LITRO	Pastillas de Cloro al 68% Desmanchador multiusos, Con agente(s) tenso activo(s) con efecto limpiador y desengrasante - Para superficies de todo tipo, Líquido, en recipiente plástico con capacidad mínima x 1000 cc	\$	12.900,00	\$	13.158,00	\$	13.287,00	\$	13.115,00	1	\$	13.115,00
31		UNIDAD	Destapador para sanitario (chupa) Tipo campana - Chupa elaborada en caucho - Diámetro mínimo de 12 cm - Mango elaborado en plástico o madera - Mango con longitud mínima de 33 cm	\$	12.800,00	\$	13.056,00	\$	13.184,00	\$	13.013,33	1	\$	13.013,33
32		KILO	Detergente multiusos tensoactivo(s) principal(es) con efecto limpiador de mínimo 11%. en polvo, en bolsa plástica o recipiente plástico con un peso de 1.000 gr	\$	10.700,00	\$	10.914,00	\$	11.021,00	\$	10.878,33	1	\$	10.878,33
33		UNIDAD	Dispensador de Papel higiénico, Rollo con longitud mínima de 250 metros, en plástico ABS blanco, Incluye los elementos necesarios para realizar la instalación en pared -Incluye el costo de instalación.	\$	75.200,00	\$	76.704,00	\$	77.456,00	\$	76.453,33	1	\$	76.453,33
34		UNIDAD	Dispensador de Toallas de papel en rollo de 150 metros y 250 metros, Incluye los elementos necesarios para realizar la instalación en pared -Incluye el costo de instalación.	\$	76.500,00	\$	78.030,00	\$	78.795,00	\$	77.775,00	1	\$	77.775,00
35		UNIDAD	Dispensador para jabón líquido Elaborado en plástico ABS blanco - Con válvula manual anticorrosiva. - Uso habilitado para cualquier jabón líquido con capacidad mínima de 900 cc - Incluye los elementos necesarios para realizar la instalación en pared -Incluye el costo de instalación.	\$	73.800,00	\$	75.276,00	\$	76.014,00	\$	75.030,00	1	\$	75.030,00
36		UNIDAD	Escoba Cerdas elaboradas con PVC, plumilladas, calibre entre 0,4 y 0,5 mm. - Área de barrido mínima de 37cm de largo por 7cm de ancho por 7 cm de alto - Material de	\$	14.500,00	\$	14.790,00	\$	14.935,00	\$	14.741,67	1	\$	14.741,67



MUNICIPIO DE CARTAGO
VALLE DEL CAUCA
Nit. 891.900.493.2

PAGINA [31]

CÓDIGO: MAJA-GJ-CT-F34

VERSION: 1

Fecha Aprobación:
26/01/2023

FORMATO ESTUDIOS DE PRECIOS Y ANALISIS DEL SECTOR

[illegible]



**ALCALDÍA
DE CARTAGO**

**MUNICIPIO DE CARTAGO
VALLE DEL CAUCA**
 Nit. 891.900.493.2

PAGINA [32]
 CÓDIGO: MAJA-GJ-CT-F34
 VERSION: 1
 Fecha Aprobación:
 26/01/2023

**FORMATO ESTUDIOS DE PRECIOS Y
ANALISIS DEL SECTOR**

48		UNIDAD	Jabón rey jabón lentamente soluble, barra sólida rectangular 500 grs	\$	4.200,00	\$	4.284,00	\$	4.326,00	\$	4.270,00	1	\$	4.270,00
49		KILO	Limpiador antiálgas abrillantador para piscinas con elevado poder bactericida.	\$	56.800,00	\$	57.936,00	\$	58.504,00	\$	57.746,67	1	\$	57.746,67
50		UNIDAD	Limpión En tela de toalla fileteada - Color blanco sin estampado - Tamaño mínimo de 45cm de largo por 45cm de ancho	\$	7.200,00	\$	7.344,00	\$	7.416,00	\$	7.320,00	1	\$	7.320,00
51		LITRO	Líquido para limpiar vidrios, Con agente(s) principal(es) con efecto limpiador y desengrasante en una concentración mínima del 4% - Con fragancia, Líquido, en recipiente plástico con capacidad mínima de 1000 gr, con atomizador de pistola	\$	12.900,00	\$	13.158,00	\$	13.287,00	\$	13.115,00	1	\$	13.115,00
52		PAQUETE	Mezcladores Elaborados en plástico - Calibre mínimo de 2 - Longitud mínima de 11 cm - en Colores surtidos, Paquete de mínimo 1000 unidades.	\$	8.600,00	\$	8.772,00	\$	8.858,00	\$	8.743,33	1	\$	8.743,33
53		LIBRA	Panela de caña de azúcar redonda x 500 gr	\$	7.800,00	\$	7.956,00	\$	8.034,00	\$	7.930,00	1	\$	7.930,00
54		ROLLO	Papel higiénico para dispensador, rollo de 250 metros y 400 metros	\$	22.900,00	\$	23.358,00	\$	23.587,00	\$	23.281,67	1	\$	23.281,67
55		ROLLO	Papel higiénico, Rollo con longitud mínima de 250 metros - Doble hoja de color natural - Sin fragancia	\$	26.800,00	\$	27.336,00	\$	27.604,00	\$	27.246,67	1	\$	27.246,67
56		UNIDAD	Papelera , Cuerpo plástico enmallado sin tapa - Con capacidad mínima de 10 litros - Diseño para oficina	\$	21.700,00	\$	22.134,00	\$	22.351,00	\$	22.061,67	1	\$	22.061,67
57		PAQUETE	Paquete de servilleta doble blanca x 200 unidades Paquete	\$	5.500,00	\$	5.610,00	\$	5.665,00	\$	5.591,67	1	\$	5.591,67
58		UNIDAD	Pasta desinfectante para sanitario x unidad con agentes bactericidas, fungicidas y virucidas.	\$	10.300,00	\$	10.506,00	\$	10.609,00	\$	10.471,67	1	\$	10.471,67
59		KILO	Piedra alumbre para piscinas	\$	11.600,00	\$	11.832,00	\$	11.948,00	\$	11.793,33	1	\$	11.793,33
60		UNIDAD	Pocillo Mug Tintero 8 Onzas , en cerámica, interior blanco y exterior de colores variados, Medidas: 12cm x 8cm x 9,5cm, Resistente, fácil de usar liviano y practico calidad y durabilidad	\$	18.900,00	\$	19.278,00	\$	19.467,00	\$	19.215,00	1	\$	19.215,00
61		UNIDAD	Porta escobas plásticos de 7 puestos.	\$	28.600,00	\$	29.172,00	\$	29.458,00	\$	29.076,67	1	\$	29.076,67
62		UNIDAD	recogedor de plástico rígido, mango de madera, longitud mínima 90 cms	\$	12.800,00	\$	13.056,00	\$	13.184,00	\$	13.013,33	1	\$	13.013,33
63		GALON	Renovador de superficies	\$	63.500,00	\$	64.770,00	\$	65.405,00	\$	64.558,33	1	\$	64.558,33



ALCALDÍA
DE CARTAGO

MUNICIPIO DE CARTAGO
VALLE DEL CAUCA
Nit. 891.900.493.2

PAGINA [33]

CÓDIGO: MAJA-GJ-CT-F34

VERSION: 1

Fecha Aprobación: 26/01/2023

FORMATO ESTUDIOS DE PRECIOS Y
ANÁLISIS DEL SECTOR

64			GALON	Silicona industrial	\$	109.800,00	\$	111.996,00	\$	113.094,00	\$	111.630,00	1	\$	111.630,00	
65			BULTO X 25 KILOS	soda caustica sólida cristalina, blanca, sin olor y de rápida absorción dióxido de carbono y humedad del aire	\$	382.400,00	\$	390.048,00	\$	393.872,00	\$	388.773,33	1	\$	388.773,33	
66			PAQUETE	Soporte desechable para vaso tintero	\$	1.300,00	\$	1.326,00	\$	1.339,00	\$	1.321,67	1	\$	1.321,67	
67			KILO	sulfato de aluminio	\$	9.800,00	\$	9.996,00	\$	10.094,00	\$	9.963,33	1	\$	9.963,33	
68			BULTO X 25 KILOS	sulfato de aluminio	\$	262.500,00	\$	267.750,00	\$	270.375,00	\$	266.875,00	1	\$	266.875,00	
69			UNIDAD	Tapabocas Elaborado en tela no tejida - Desechable - Con tiras elásticas, sin fibra de vidrio, adaptable a la nariz, hipo alérgico, liviano, alta respetabilidad, excelente filtración Caja de 50 unidades	\$	23.200,00	\$	23.664,00	\$	23.896,00	\$	23.586,67	1	\$	23.586,67	
70			PAQUETE	Toallas de papel doble hoja doblada en z intercalada, absorbente por paquete.	\$	18.600,00	\$	18.972,00	\$	19.158,00	\$	18.910,00	1	\$	18.910,00	
71			UNIDAD	Trapeador Brillador industrial x 120 metros, con mopa	\$	186.200,00	\$	189.924,00	\$	191.786,00	\$	189.303,33	1	\$	189.303,33	
72			UNIDAD	Trapero Elaborado con hilaza de algodón natural - Mecha con peso mínimo de 350 gr y extensión mínima de 32 cm de largo - Con acople tipo rosca - Mango de madera con una extensión mínima de 120 cm	\$	16.600,00	\$	16.932,00	\$	17.098,00	\$	16.876,67	1	\$	16.876,67	
73			UNIDAD	Trapeador de microfibra color surtido, tamaño grande.	\$	29.900,00	\$	30.498,00	\$	30.797,00	\$	30.398,33	1	\$	30.398,33	
74			UNIDAD	Varsol, en presentación recipiente plástico x 1000cc	\$	21.200,00	\$	21.624,00	\$	21.836,00	\$	21.553,33	1	\$	21.553,33	
75			UNIDAD	Vaso Elaborado en vidrio - Cilindrico - Capacidad mínima de 12 oz	\$	8.800,00	\$	8.976,00	\$	9.064,00	\$	8.946,67	1	\$	8.946,67	
76			PAQUETE	Vasos para agua Elaborado en plástico – Colores surtidos - Capacidad mínima de 7 oz, paquete por 50 unidades	\$	4.900,00	\$	4.998,00	\$	5.047,00	\$	4.981,67	1	\$	4.981,67	
77			PAQUETE	Vasos para tinto elaborado en cartón – colores surtidos - capacidad mínima de 3.3 onzas paquete x 50 unidades, con soporte.	\$	9.800,00	\$	9.996,00	\$	10.094,00	\$	9.963,33	1	\$	9.963,33	
77			TOTAL			\$	3.250.300,00	\$	3.315.306,00	\$	3.347.809,00	\$	3.304.471,67	1	\$	3.304.471,67

 ALCALDÍA DE CARTAGO	MUNICIPIO DE CARTAGO VALLE DEL CAUCA Nit. 891.900.493.2	PAGINA [34]
		CÓDIGO: MAJA-GJ-CT-F34
	FORMATO ESTUDIOS DE PRECIOS Y ANÁLISIS DEL SECTOR	VERSION: 1
		Fecha Aprobación: 26/01/2023

De acuerdo con el estudio de precios de mercado realizado por la Secretaría gestión administrativa y talento humano, los precios de referencia para la presente contratación serán los precios unitarios promedio del mercado para cada ítem. En este caso, el Presupuesto oficial se establecerá de acuerdo con la disponibilidad presupuestal y se conformará como una bolsa global, que se agotará en la medida en que la Entidad requiera los bienes o servicios objeto de la contratación. En tal sentido, se establece el presupuesto oficial para **SUMINISTRO DE ARTICULOS DE ASEO Y CAFETERIA PARA DOTAR LAS DIFERENTES DEPENDENCIAS DE LA ADMINISTRACION MUNICIPAL en SESENTA Y DOS MILLONES DE PESOS MCTE. (\$62.000.000,00). Incluido IVA** y demás impuestos municipales y nacionales, así como los gastos en que tenga que incurrir el proveedor para la entrega a satisfacción de los bienes o servicios contratados

3.11 ANTECEDENTES CONTRACTUALES DE LA ENTIDAD.

De igual forma se consultó en las páginas del SECOP sobre procesos de la misma naturaleza o similar, que ha adelantado la entidad

Cuadro 4. Historial Entidad

NRO. CONTRAT O	OBJETO	VALOR	MODALIDA D	PLAZ O	FORMA DE PAGO
No. 2-007 de 2021	Suministro de artículos de aseo y cafetería para dotar las diferentes dependencias de la administración municipal	\$30.000.000,00	mínima cuantía	254 días	Pagos parciales
No.2-018 DE 2022	suministro de artículos de aseo y cafetería para dotar las diferentes dependencias de la administración municipal.	\$45.000.000,00	mínima cuantía	(209) días	Pagos parciales
NO. 2-005-2023	Suministro de artículos de aseo y cafetería para dotar las diferentes dependencias de la administración municipal	\$35.000.000,00 ADICION: \$15.000.000,00	mínima cuantía	(245) DÍAS	Pagos parciales
No.2-018 DE 2024	Suministro de artículos de aseo y cafetería para dotar las diferentes dependencias de la administración municipal	\$40.000.000,00 ADICION: \$20.000.000,00	mínima cuantía	(154) DÍAS	Pagos parciales
No.2-010 DE 2025	suministro de artículos de aseo y cafetería para dotar las diferentes dependencias de la administración municipal	\$42.000.000,00 ADICION \$20.000.000,00	mínima cuantía	(148) DÍAS	Pagos parciales

 ALCALDÍA DE CARTAGO	MUNICIPIO DE CARTAGO VALLE DEL CAUCA Nit. 891.900.493.2	PAGINA [35]
		CÓDIGO: MAJA-GJ-CT-F34
	FORMATO ESTUDIOS DE PRECIOS Y ANALISIS DEL SECTOR	VERSION: 1
		Fecha Aprobación: 26/01/2023

Cuadro 5. Historial Otras entidades.

Número	Modalidad	Entidad	Objeto	Valor
sed-mc-015-2021	minima cuantía	secretaria de educación departamento del putumayo	suministro de elementos de aseo y cafetería para la sede central de la secretaria de educación departamento del putumayo	\$34.998.700,07
sum-2022000563	minima cuantía	centro de salud iles eses	suministro de elementos de oficina, limpieza, aseo y desinfección para el buen funcionamiento del centro de salud de iles e.s.e.	\$ 29.870.000,00
mc-048-sg-2023	minima cuantía	alcaldía municipal de Caucasia	suministro de insumos de aseo para las diferentes dependencias de la alcaldía municipal de Caucasia.	\$ 31.998.420,00
010 de 2025	minima cuantía	instituto municipal de recreación y deportes de tocancipa	suministro de elementos de aseo y cafetería, para el instituto municipal de recreación y deportes de tocancipa	\$39,858,000
ip-dtan-134-2025	minima cuantía	dirección territorial andes nororientales	contratar el suministro integral de servicios de aseo, cafetería y jardinería, que incluya el suministro de elementos, insumos y el personal idóneo necesario para la prestación de los servicios de limpieza, mantenimiento de zonas verdes y atención a la cafetería en la dirección territorial andes nororiental.	\$51,318,368
mc-245-2025	minima cuantía	alcaldía municipio de san Andrés de Tumaco	suministro de elementos de cafetería para el buen funcionamiento de la Alcaldía distrital de Tumaco, departamento de Nariño.	\$64,000,000
cmc043-2025	minima cuantía	municipio san Rafael Antioquia	suministro de elementos de cafetería y aseo para el normal funcionamiento de la administración municipal	\$39,858,000

Análisis: Verificado el historial de contratación se ha identificado que el municipio ha venido contratando este suministro desde las vigencias 2021 a 2025, haciendo una comparación con el último proceso contratado por el municipio se identifica que su valor con adición es igual al del presente proceso, lo que permite inferir que el presente proceso se ajusta al principio de planeación.

De otra parte se consulta el historial de contratación de otras entidades, con el fin de identificar las características de contratación de este tipo de procesos (objeto, modalidad y valor); antecedentes que permiten identificar que el presente proceso guarda similitudes en cuanto a objeto, modalidad y valor, y por lo tanto se ajusta a las condiciones del mercado.

4. CRITERIOS DFERENCIALES PARA MIPYME:

REQUISITOS DE EXPERIENCIA GENERAL Y/ O ESPECIFICA

De conformidad con el Artículo 2.2.1.2.4.2.18.⁴ del Decreto Único Reglamentario No. 1082 de 2015, modificado por el Decreto 1860 de 2021, que dispone la inclusión de criterios diferenciales en las condiciones o requisitos habilitantes para las Mipyme, con domicilio en el territorio nacional, el Municipio de Cartago adoptará un criterio de tratamiento diferencial en el presente proceso, en cuanto al número de contratos para acreditación de la experiencia:

¹ “**Artículo 2.2.1.2.4.2.18. Criterios diferenciales para Mipyme en el sistema de compras públicas.** De acuerdo con el numeral 1 del artículo 12 de la Ley 590 de 2000, según los resultados del análisis del sector, las Entidades Estatales indistintamente de su régimen de contratación, los patrimonios autónomos constituidos por Entidades Estatales y los particulares que ejecuten recursos públicos establecerán condiciones habilitantes diferenciales que promuevan y faciliten la participación en los procedimientos de selección competitivos de las Mipyme domiciliadas en Colombia.”

 ALCALDÍA DE CARTAGO	MUNICIPIO DE CARTAGO VALLE DEL CAUCA Nit. 891.900.493.2	PAGINA [36]
		CÓDIGO: MAJA-GJ-CT-F34
	FORMATO ESTUDIOS DE PRECIOS Y ANÁLISIS DEL SECTOR	VERSION: 1 Fecha Aprobación: 26/01/2023

Para Mipyme

El proponente debe demostrar experiencia de un (1) contratos ejecutados para el sector público o privado, cuyo objeto esté relacionado al objeto contractual.

Para tal efecto, el interesado debe presentar la respectiva certificación expedida por la entidad contratante sobre la satisfactoria ejecución del contrato y/o copia del acta de recibo final o de liquidación del contrato a satisfacción del contratante donde se evidenciada experiencia solicitada.

NOTA 1. Tratándose de proponentes plurales, el presente criterio diferencial solo se aplicará si por lo menos uno de los integrantes acredita la calidad de Mipyme y tiene una participación igual o superior al diez por ciento (10%) en el consorcio o la unión temporal.

NOTA 2. Si el proceso de contratación es limitado a Mipyme, se aplicará la excepción 14: Los procesos de contratación limitados a Mipyme, no están cubiertos por los acuerdos comerciales.

Criterio Diferencial Para No Mipyme

Por el contrario, si el proponente no acredita su condición de Mipyme colombiana, para cumplir con la experiencia exigida por el Municipio de Cartago para el presente Proceso de selección, el proponente debe demostrar experiencia de tres (3) contratos ejecutados en el sector público o privado, cuyo objeto esté relacionado al objeto contractual del presente proceso.

Para tal efecto, el interesado debe presentar la respectiva certificación expedida por la entidad contratante sobre la satisfactoria ejecución del contrato y/o copia del acta de recibo final o de liquidación del contrato a satisfacción del contratante donde se evidenciada experiencia solicitada.

5. FOMENTO A LA EJECUCION DE CONTRATOS ESTATALES POR PARTE DE POBLACION EN POBREZA EXTREMA, DESPLAZADOS POR LA VIOLENCIA, PERSONAS EN PROCESO DE REINTEGRACION O REINCORPORACION Y SUJETOS DE ESPECIAL PROTECCION CONSTITUCIONAL:

En observancia del artículo 34 ley 2069 de 2020, reglamentado por el artículo 2.2.1.2.4.2.16. del decreto 1082 de 2015, sustituido por el artículo 2 del decreto 1860 de 2021, se procede a realizar el presente análisis con el fin de determinar la conveniencia y oportunidad de incluir la provisión referida en las citadas normas:

Teniendo en cuenta el objeto contractual, el alcance de las obligaciones y la estructura económica de la oferta, resulta improcedente e impide la posibilidad de establecer el porcentaje entre el 5% al 10% del personal que pueda participar en la ejecución del contrato perteneciente a la población en pobreza extrema, desplazados por la violencia, personas en proceso de reintegración o reincorporación y sujetos de especial protección constitucional.

6. NORMAS APLICABLES.

Ley 80 de 1993, ley 1150 de 2007, decreto 1082 de 2015 y demás normas concordantes y aplicables.

7. FUENTES DE INFORMACIÓN:

Fuente: <https://colaboracion.dnp.gov.co/cdt/estudios%20economicos/254.pdf>
Fuente: file:///C:/Users/USUARIO/Downloads/bol-EMC-dic2025.pdf

 ALCALDÍA DE CARTAGO	MUNICIPIO DE CARTAGO VALLE DEL CAUCA Nit. 891.900.493.2	PAGINA [37]
		CÓDIGO: MAJA-GJ-CT-F34
	FORMATO ESTUDIOS DE PRECIOS Y ANÁLISIS DEL SECTOR	VERSION: 1 Fecha Aprobación: 26/01/2023

<https://www.dane.gov.co/files/operaciones/EMS/bol-EMS-dic2025.pdf>
 Fuente: file:///C:/Users/USUARIO/Downloads/bol-EMC-dic2025.pdf
 Fuente: <https://www.infobae.com/colombia/2026/01/29/industria-cosmetica-y-de-aseo-alerta-por-aranceles-entre-colombia-y-ecuador-temen-alzas-de-precios-y-golpe-al-empleo/>
 Fuente: <https://quickclean.com.co/mercado-limpieza-colombia-crecimiento-y-oportunidades/>
 Fuente: <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/cuentas-nacionales/cuentas-nacionales-trimestrales/pib-informacion-tecnica>
 Fuente: <https://bibliotecadigital.univalle.edu.co/bitstream/handle/10893/15346/CB-0542273.pdf?sequence>
 Fuente: <http://docplayer.es/19049267-analisis-sectorial-para-el-servicio-de-aseo-y-cafeteria-contenido.htm>

JESUS YURIANI LOPEZ PINEDA

Secretario de Gestión Administrativa y Talento Humano

Elabora: Víctor Manuel Gaitán Bedoya- Jefe de Oficina de Recursos Físicos.
 Revisión Análisis del sector: John Alexander Ortiz García – Contratista de S.J.