

UNIVERSIDAD DEL ATLÁNTICO

ANÁLISIS ECONÓMICO DEL SECTOR

PRESTACIÓN DEL SERVICIO DE ASEO Y MANTENIMIENTO PARA LAS DIFERENTES ÁREAS Y EQUIPOS; CON LOS RESPECTIVOS INSUMOS, HERRAMIENTAS Y ACCESORIOS NECESARIOS PARA LA REALIZACIÓN DE ESTAS LABORES EN LA UNIVERSIDAD DEL ATLÁNTICO Y SUS SEDES ALTERNAS, CUMPLIENDO CON LA NORMATIVA APLICABLE Y TODOS LOS PROTOCOLOS DE BIOSEGURIDAD.

Marzo 21 DE 2023

A. ASPECTOS GENERALES

La Universidad del Atlántico es un ente autónomo regido por la Ley 30 de 1992, tiene la obligación de brindar a los usuarios y funcionarios de la institución un ambiente cómodo, limpio, higiénico y saludable, además de proteger, custodiar y velar por el mantenimiento adecuado de los bienes muebles e inmuebles de su propiedad, que constituyen patrimonio público y no pueden sufrir menoscabo alguno en su valor, por ser vitales para llevar a cabo el objetivo académico institucional.

De igual manera, con la incursión en el proceso de acreditación institucional, requiere que el Departamento de Infraestructura Física y Servicios Generales se mantenga en permanente cumplimiento de las normatividades en el sistema de gestión de la calidad que permita mejorar y mantener en óptimas condiciones la de infraestructura física con que cuenta la universidad del atlántico y sus sedes alternas para prestación del servicio público de educación superior. Para ello se requiere de personal de apoyo que realice las tareas de aseo, mantenimiento y otros servicios generales.

Para poder mantener las instalaciones locativas en adecuado estado, se hace necesaria la realización de jornadas de aseo y limpieza constantes, que eliminen los agentes contaminantes y de suciedad producto de las actividades diarias y de las condiciones climáticas que afectan la zona, de manera que se permita el ejercicio de las labores académicas y administrativas en condiciones adecuadas, libres de plagas, virus, bacterias y contaminación por suciedad. Sin embargo, la universidad no cuenta en su estructura organizacional ni funcional con los cargos o personal idóneo, certificado y suficiente que cumpla dichas funciones, por lo que se hace necesario contratar este servicio a través de los mecanismos contractuales que señala el estatuto de contratación.

Dentro de estas actividades secundarias, pero de gran impacto en los servicios prestados por la Universidad del Atlántico, se encuentra el servicio de aseo y mantenimiento de zonas comunes, que permite la adecuada conservación de la infraestructura física de la institución y un agradable ambiente de estudio y trabajo para los integrantes de la comunidad universitaria, razón por la cual, una vez identificada la necesidad y conveniencia, se hace necesaria la contratación de una empresa especialista y certificada en SG-SST que pueda garantizar las labores de aseo y servicios generales, que al mismo tiempo provea los insumos y elementos necesarios para la realización de estas tareas.

En este sentido, la Universidad adelantará el respectivo proceso licitatorio con la finalidad de llevar a cabo el trámite a través del cual se seleccionará bajo el principio de selección objetiva el contratista para la prestación del servicio de aseo y servicios generales, siguiendo el procedimiento establecido en el literal C) del Artículo 41º del Acuerdo Superior No.00006 del 06 de octubre de 2009 (Estatuto de Contratación de la Universidad del Atlántico).

La contratación pública establece la transparencia, planeación y un debido proceso para buscar la adquisición de bienes y servicios sean de la mejor calidad y optimización de recursos cumpliendo los principios rectores de la contratación, es por ellos que con la reglamentación colombiana en materia de contratación para las entidades de carácter público se debe dar una correcta elección de contratista para la ejecución exitosas de los suministros de cada entidad, para con esto la correcta inversión de los recursos, generando confianza en la comunidad y mejorando la gestión de las instituciones.

Los aspectos económicos, legales, regulatorios, técnicos son los aspectos más importantes a tener en cuenta a la hora de contratar, en el presente documento quedan consignadas el análisis económico del sector para los servicios de PRESTACIÓN DEL SERVICIO DE ASEO Y MANTENIMIENTO PARA LAS DIFERENTES ÁREAS Y EQUIPOS; CON LOS RESPECTIVOS INSUMOS, HERRAMIENTAS Y ACCESORIOS NECESARIOS PARA LA REALIZACIÓN DE ESTAS LABORES EN LA UNIVERSIDAD DEL ATLÁNTICO Y SUS SEDES ALTERNAS, CUMPLIENDO CON LA NORMATIVA APLICABLE Y TODOS LOS PROTOCOLOS DE BIOSEGURIDAD.

Dentro de las necesidades en materia de mantenimiento de la infraestructura física de la institución se hace necesario tener los servicios prestados por medio de empresas dedicada a este tipo, con experiencia y capacidad técnica de la mejor calidad.

En las ultimas Vigencia la Universidad del Atlántico contrata este servicio por medio de la modalidad de Invitación Publica.

Desde la mirada económica los servicios prestados por empresas especializadas en prestar servicios de personal que desarrollen actividades operativas y de necesidades vitales para el correcto funcionamiento de las organizaciones.

1. ASPECTOS ECONÓMICOS

Empezaremos definiendo a qué actividad económica de la estructura del mercado pertenece el servicio a contratar.

Colombia es un país considerado como una economía emergente y hace parte del grupo económico conocido como CIVETS. Es la cuarta economía más grande de América Latina detrás de Brasil, México y Argentina, la sexta de toda América y la número 33 en el mundo. Colombia cuenta con un sistema económico mixto que combina a un Estado dueño de algunas empresas públicas que además imparte varias regulaciones con empresas privadas nacionales y extranjeras.

Actividades Primarias

El grupo principal de estas actividades económicas es el primario. Son las actividades que satisfacen una necesidad empleando para ello elementos o procesos naturales. Las cinco principales actividades primarias son: la agricultura, la ganadería, la pesca, la minería y la explotación forestal.

Actividades Secundarias

Las actividades secundarias son aquellas que transforman los productos primarios en manufacturas.

Actividades Terciarias

Hay un grupo de las actividades económicas humanas denominadas terciarias

De acuerdo a la actividad económica a contratar es una actividad terciaria por ser la prestación de servicio.

De acuerdo a la Información publicada por el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE), se presentan a continuación los principales Indicadores económicos alrededor de la prestación de servicios:

1. Encuesta mensual de Comercio

Tabla 1. Variación porcentual anual, cuatrienal y doce meses^{Pr}
 Total nacional
 Enero 2023

Indicador	Variación anual	Variación doce meses	Variación cuatrienal
	Enero 2023 / enero 2022	Febrero 2022 - enero 2023 / febrero 2021 - enero 2022	Enero 2023 / 2019
Total ventas comercio al por menor y vehículos	1,2	8,8	23,4
Total comercio minorista y vehículos (excepto grupo CIIU 473*)	0,7	8,3	26,0
Total ventas comercio al por menor sin vehículos automotores ni motocicletas	2,8	8,4	21,2
Total ventas comercio al por menor sin combustibles	0,7	8,3	25,9
Total ventas comercio al por menor sin combustibles ni vehículos	2,8	7,8	23,5
Total Personal ocupado	4,7	3,5	2,3

Fuente: DANE – EMC

Pr: Preliminar

a. Total comercio minorista sin vehículos: corresponde a la sumatoria de 17 líneas de mercancía, excepto las de Vehículos automotores y motocicletas principalmente de uso de los hogares y Otros vehículos automotores y motocicletas. Existe diferencia entre el total sin combustibles por línea y el total sin el grupo 473 (comercio de combustibles y lubricantes) por actividad CIIU Rev. 4 A.C., debido a que en la CIIU se excluyen todas las ventas realizadas por las empresas cuya actividad principal es el comercio de combustibles y lubricantes, las cuales pueden realizar ventas de productos de otras líneas de mercancía.

En enero de 2023, las ventas reales del comercio minorista crecieron 1,2% y el personal ocupado creció 4,7% en relación con el mismo mes de 2022. Excluyendo el comercio de combustibles, la variación de las ventas reales del sector fue de 0,7%. Si se comparan los resultados de enero de 2023 con los de enero de 2019 se evidencia un incremento de 23,4% en las ventas del comercio minorista y con relación al personal ocupado un crecimiento de 2,3%.

Grupos de mercancías Ventas Reales

Variación enero 2023/ enero 2022 enero 2023/ enero 2019 En enero de 2023, las ventas del comercio minorista crecieron 1,2% frente a las registradas en el mismo mes de 2022. Trece líneas de mercancía registraron variaciones anuales positivas en sus ventas reales y, por otra parte, seis líneas de mercancía registraron variaciones negativas en sus ventas. Las mayores contribuciones positivas a la variación anual se presentaron en las

líneas de Combustibles para vehículos automotores, Repuestos, partes, accesorios y lubricantes para vehículos y Prendas de vestir y textiles, aportando en conjunto 1,6 puntos porcentuales a la variación total del comercio minorista. La principal contribución negativa se da en Vehículos automotores y motocicletas principalmente de uso de los hogares, contribuyendo negativamente con 0,7 puntos porcentuales.

Tabla 2. Variación porcentual y contribución de las ventas reales del comercio minorista según grupos de mercancías

Total nacional
Enero 2023/ enero 2022
Enero 2023/ enero 2019^{Pr}

Líneas de mercancías	Enero de 2023/ enero de 2022		Enero de 2023 / enero de 2019	
	Variación %	Contribución PP	Variación %	Contribución PP
Total comercio minorista	1,2	1,2	23,4	23,4
Combustibles para vehículos automotores	3,0	0,6	14,4	3,1
Repuestos, partes, accesorios y lubricantes para vehículos	8,4	0,6	21,9	1,6
Prendas de vestir y textiles	10,1	0,4	32,9	1,5
Productos de aseo personal, cosméticos y perfumería	7,1	0,3	26,9	1,1
Bebidas alcohólicas, cigarrillos, cigarrillos y productos del tabaco	12,8	0,2	38,6	0,7
Calzado, artículos de cuero y sucedáneos del cuero	14,0	0,2	31,4	0,6
Libros, papelería, periódicos, revistas y útiles escolares	15,5	0,2	6,4	0,1
Artículos y utensilios de uso doméstico	11,1	0,2	48,5	0,7
*Otras mercancías para uso personal o doméstico, no especificadas anteriormente	5,5	0,2	24,0	0,7
Equipos y aparatos de sonido y video	10,1	0,1	44,2	0,6
Equipo de informática y telecomunicaciones para uso personal o doméstico	3,1	0,1	111,2	2,8
Bebidas no alcohólicas	9,7	0,1	29,3	0,4
Alimentos (viveres en general)	0,3	0,1	8,2	1,7
Artículos de ferretería, vidrios y pinturas	-1,9	-0,1	19,7	0,8
Electrodomésticos, muebles para el hogar	-3,4	-0,1	27,1	0,9
Productos para el aseo del hogar	-10,3	-0,3	27,9	0,7
Otros vehículos automotores y motocicletas***	-5,9	-0,5	71,1	3,9
Productos farmacéuticos y medicinales	-17,1	-0,5	9,7	0,3
Vehículos automotores y motocicletas principalmente de uso de los hogares**	-7,3	-0,7	15,3	1,4

Fuente: DANE - EMC.
Pr: preliminar
PP: puntos porcentuales

EVOLUCIÓN GENERAL DE LOS SUBSECTORES DE SERVICIOS

Variación anual de los ingresos nominales y contribución por tipo de ingresos, según subsector de servicios (diciembre 2022 / diciembre 2021)

Tabla 1. Variación anual de los ingresos y contribución por tipo de ingresos, según subsector de servicios
Diciembre 2022^p / diciembre 2021

Clasificación CIU 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	13,5		12,3		0,1		1,1	
H	División 53	Correo y servicios de mensajería	1,1		1,2		0,0		0,0	
I	División 56	Restaurantes, catering y bares	14,4		13,2		0,8		0,4	
J	División 58	Actividades de edición	10,7		9,7		1,6		-0,6	
J	División 59, excepto Clase 5920	Producción de películas cinematográficas y programas de televisión	6,3		4,7		-3,3		5,0	
J	División 60 y Clase 6391	Actividades de programación y transmisión, agencias de noticias	4,7		12,9		0,0		-8,2	
J	División 61	Telecomunicaciones	1,6		2,9		-1,4		0,0	
J	División 62, División 63, excepto Clase 6391	Desarrollo de sistemas informáticos y procesamiento de datos	23,2		22,8		0,3		0,1	
LN	Sección L, División 68	Inmobiliarias, alquiler de maquinaria y equipo	10,7		10,0		1,1		-0,4	
	Sección N, Divisiones 7710, 7729 y 7730									
M	Divisiones 69, 70, 71, 72, Clase 7320, División 74	Actividades profesionales científicas y técnicas	12,9		13,0		-0,2		0,1	
M	Clase 7310	Publicidad	11,0		11,3		-0,1		-0,2	
N	Divisiones 78, 80 y 81, excepto Clase 8130	Actividades de empleo, seguridad e investigación privada, servicios a edificios	8,7		8,4		0,3		0,0	
N	Clase 8220	Actividades de centros de llamadas (Call center)	23,4		23,3		0,0		0,0	
N	División 82 excepto Clase 8220	Actividades administrativas y de apoyo de oficina y otras actividades, excepto call center	20,1		20,6		-0,1		-0,4	
P	Grupo 854	Educación superior privada	7,2		4,5		0,1		2,6	
Q	Clase 8610	Salud humana privada con internación	6,6		6,0		0,3		0,4	
Q	División 86 excepto Clase 8610	Salud humana privada sin internación	8,4		8,4		0,3		-0,3	
S	Divisiones 90, 92, 93, 95 y 96	Otros servicios de entretenimiento y otros servicios	18,6		15,7		0,3		2,5	

Fuente: DANE – EMS
p Cifra provisional
(PP) Puntos porcentuales
Nota: por aproximación decimal, se puede presentar diferencia en la suma de las contribuciones frente a la variación total.

Variación anual del personal ocupado total y contribución por tipo de contratación, según subsector de servicios (diciembre 2022 / diciembre 2021)

En diciembre de 2022, dieciséis de los dieciocho subsectores de servicios presentaron variación positiva en el personal ocupado total, en comparación con diciembre de 2021.

Tabla 2. Variación anual del personal ocupado total y contribución por categoría de contratación, según subsector de servicios Diciembre 2022^p / diciembre 2021

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

Fuente: DANE – EMS
p Cifra provisional
(PP) Puntos porcentuales
* Incluye personal permanente, personal temporal directo y personal temporal contratado a través de agencias de suministro de personal.
** Personal en misión aplica para la sección N, divisiones 78, 80 y 81, excepto Clase 8130.
*** Personal hora cátedra aplica para la sección P - grupo 854.
Nota: por aproximación decimal, se puede presentar diferencia en la suma de las contribuciones frente a la variación total.

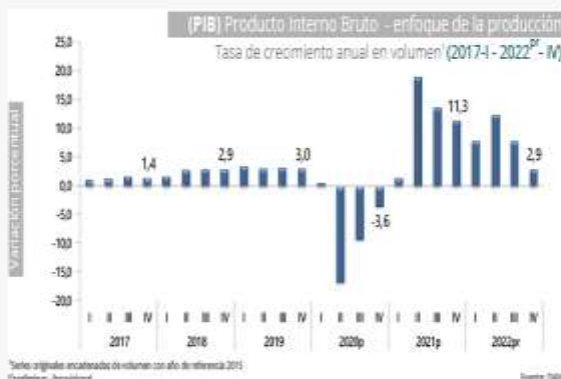
2. ASPECTOS ECONÓMICOS: VARIABLES MACROECONÓMICAS

De acuerdo con la Información publicada por el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE), se presentan a continuación los principales Indicadores económicos alrededor del sector terciario referente a los servicios de personal.

a. Producto Interno Bruto (PIB)

Información IV trimestre 2022^{pr}

El Producto Interno Bruto crece 7,5% en el año 2022^{pr} respecto al año 2021^p.



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 10,7% (contribuye 2,1 puntos porcentuales a la variación anual).

Industrias manufactureras crece 9,8% (contribuye 1,2 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 37,9%.

En el cuarto trimestre de 2022^{pr}, el Producto Interno Bruto en su serie original, crece 2,9% respecto al mismo periodo de 2021^{pr}. Las actividades económicas que más contribuyen a la dinámica del valor agregado son:

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 40,5% (contribuye 1,3 puntos porcentuales a la variación anual).

Actividades financieras y de seguros crece 8,4% (contribuye 0,4 puntos porcentuales a la variación anual).

Industrias manufactureras crece 2,7% (contribuye 0,3 puntos porcentuales a la variación anual).

3.1 Variables económicas que afectan el sector

En la economía podemos observar las variables de crecimiento desagregado por sectores, pero también variables que afectan directamente el comportamiento de los sectores y que afectan las variables macroeconómicas y así la dinámica de la oferta de bienes y servicios veremos el comportamiento de Índice del precio al consumidor IPC, salario mínimo legal vigente SMLV como aspectos que varían la dinámica del sector en estudio y que se deben tener en cuenta para los precios del mercado.

3.1.1 IPC Índice de Precio al Consumidor:

El Índice de Precios al Consumidor (IPC) de 2023 en Colombia fue del 5,62 %, casi cuatro puntos porcentuales más que el 1,61 % registrado 2022, y fue impulsado por los precios de los alimentos, informó este miércoles el Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas (DANE).

Información enero 2023

En enero de 2023 la variación mensual del IPC fue 1,78%.

(IPC) Índice de Precios al Consumidor
Variación mensual y anual - Total nacional - 2022 - 2023 (enero)

IPC	Enero			
	Variación Mensual		Variación Anual	
	2023	2022	2023	2022
IPC total	1,78	1,67	13,25	6,94

Fuente: DANE 2023

3.1.2 **Variaciones del salario mínimo legal vigente (SMMLV):**

En Colombia el poder adquisitivo que permite demandar los bienes y servicios ofertados por la economía está dada principalmente por el aumento anual del salario mínimo legal vigente, debemos tener en cuenta como variable macroeconómica el valor del salario mínimo legal vigente.
 El salario mínimo legal para el año 2023 se fijó en \$1.160.000 pesos mensuales a partir del 1 enero de 2023, lo que representa un aumento del 16% por ciento comparado con el año anterior.



Fuente: elaboración propia.

3. **CALIFICADOR DE BIENES Y SERVICIOS**

Código UNSPSC	Descripción
761115	Servicios de limpieza y mantenimiento de edificios generales y de oficinas.
721029	Servicios de Mantenimiento y reparación de Instalaciones.
471317	Suministro para aseo.
471216	Maquinarias y accesorios para pisos.
801117	Reclutamiento de personal.

4. **TÉCNICO**

Los incluidos en el ítem 3.2 del estudio previo.

5. REGULATORIO:

El régimen jurídico aplicable al presente Proceso de Selección y del Contrato que se derive de su adjudicación estará sometido a la legislación y jurisdicción colombiana y se regirá para todos sus efectos por lo dispuesto en la Ley 30 de 1992, sus decretos reglamentarios y el Acuerdo Superior 000006 del 06 de octubre de 2009, el Acuerdo Superior No 000016 de 2010 y por las normas civiles y comerciales que regulen el objeto del Contrato.

Las normas que rigen la materia se citan las siguientes, aclarando que pueden existir otras que se aplican.

- Ley 142 de 1994,
- Ley 632 de 2000
- Ley 689 de 2001
- DECRETO 2981 DE 2013. Por el cual se reglamenta la prestación del servicio público de aseo.

6. ACUERDOS COMERCIALES

En observancia del numeral 8 del Artículo 2.2.1.1.2.1.1 del Decreto 1082 de 2015, a continuación, se muestra la aplicación o no de los Acuerdo Internacional o Tratado de Libre Comercio de acuerdo a los valores a partir de los cuales se aplican, así:

Acuerdo comercial		Entidad Estatal cubierta	valor del Proceso de Contratación superior al umbral del Acuerdo Comercial	Excepción Aplicable al Proceso de Contratación	Proceso de Contratación cubierto por el Acuerdo Comercial
Alianza Pacífico	Chile	SI	Bienes y servicios \$818.781.000	N/A	SI
	Perú				
Chile		SI	Bienes y servicios \$818.650.000	N/A	SI
Corea		SI	Bienes y servicios \$834.620.000	N/A	SI
Costa Rica		SI	Bienes y servicios \$1.481'116.000	N/A	SI
Estados AELC		SI	Bienes y servicios \$818.600.000	N/A	SI
Estados unidos		SI	Bienes y servicios \$1.481'116.000	N/A	SI
Triángulo Norte	Guatemala	SI	Bienes y servicios \$74.613.255	N/A	SI
	El Salvador				
Unión Europea		SI	Bienes y servicios \$818.600.000	N/A	SI
Comunidad Andina de Naciones – CAN		N/A	N/A	N/A	SI

Tabla 1. Fuente: Anexo 1. Manual Acuerdos Comerciales Colombia Compra Eficiente

7. INDICADORES FINANCIEROS

Los contemplados en el estudio previo y en el pliego de condiciones del proceso.

B. ESTUDIO DE LA OFERTA.

La oferta se entiende por el comportamiento de las empresas especializadas en el país que pueden ofrecer el objeto del presente análisis, desde la calidad del sector, los precios y las diferentes empresas que prestan estos servicios.

Colombia, ha evolucionado el concepto de trabajos relacionados con la limpieza y el aseo de espacios tanto para los hogares como para las empresas. Vemos como en los hogares encontramos empleadas domésticas; en las pymes, se denominan: personal de limpieza; y, en los edificios: personal de aseo.

La prestación de estos servicios ha incorporado individuos mejor formados y capacitados para administrar eficaz y eficientemente al personal relacionado con actividades de limpieza y de igual forma, las personas que realizan estas funciones de limpieza, han evolucionado en sus tareas

domésticas; logrando de manera conjunta, satisfacer las necesidades de los clientes y cumpliendo sus expectativas.

Una persona que presta servicios de aseo en Colombia debe contar con valores como: la responsabilidad porque tendrá que realizar tareas en una oficina o en un hogar que necesitarán programarse de acuerdo a las solicitudes de los individuos que lo requieran.

El valor de la confianza es también muy necesario porque en nuestro país tan golpeado por poblaciones vulnerables, víctimas de maltrato intrafamiliar, violencia doméstica, barreras invisibles y delincuencia común; se han reducido los lazos humanos, generando miedo y mucha desconfianza; en este sentido, para trabajar en este sector, usted deberá ser una persona íntegra y sin contratiempos.

De la mano de la confianza, la honestidad es el siguiente valor máspreciado en este trabajo. Usted como prestador de este servicio debe escuchar conversaciones de carácter privado que solo le compete al grupo de personas que lo están conversando, por esta razón, entre más discreto y reservado mejor será su trabajo. Adicionalmente, cuidar de los bienes de las personas para las que

trabaja, también es su responsabilidad, como dice el dicho “la fama propia depende de la ajena”.

La verdad es que muchos son los valores que debe tener una persona que trabaje para este gremio, ya que tiene a cargo la responsabilidad de la limpieza de un hogar o una oficina, sin embargo, podríamos decir que la puntualidad también es indispensable, porque el factor tiempo, es una variable muy significativa para el cumplimiento de los cronogramas de trabajo.

En este orden de ideas, un servicio de aseo para el hogar, para las pymes, o para los edificios; tendrá que contar con personal idóneo para realizar las siguientes acciones: limpiar, mantener, reparar y desinfectar adecuadamente los espacios del hogar o áreas de la oficina, además, de cuidar de los menores de edad, los miembros de la familia y sus colaboradores.

¿Qué es el sector de aseo?

El sector cosméticos y artículos de aseo está conformado por dos subsectores: cosméticos (maquillaje, artículos de aseo personal, color y tratamiento capilar) y artículos de aseo del hogar (detergentes, jabón de lavar y demás productos de aseo del hogar).}

¿Qué servicios ofrece una empresa de aseo?

Limpieza General.

Gestión de residuos.

Tratamiento de Suelos.

Limpieza de Cristales.

Limpieza de Garajes.

¿Qué ofrece el servicio de limpieza?

Resultado de imagen

Un servicio de limpieza para oficinas, te brindará la seguridad de mantener desinfectados los baños, puestos de trabajo y suelos. El personal encargado utiliza diferentes herramientas para cumplir esta función, como: aspiradoras, plumeros, escobas, trapos y productos de higiene de limpieza.

C. ESTUDIO DE LA DEMANDA

A continuación, se presenta información referente a la demanda del sector de vigilancia que obedece a los contratos efectuados al sector en el departamento del Atlántico para características iguales o parecidas del servicio. Y los contratos realizados por la entidad para la demanda de este sector y las adquisiciones de la Universidad para este servicio en las últimas vigencias.

Las actividades integradas en el sector de limpieza e higiene profesional se consideran como una necesidad de primer orden, sin las cuales las acciones económico-empresariales de las compañías en las que este servicio se aplica no podrían desarrollarse de forma habitual.

Este hecho lleva a una situación de expansión de este sector, al menos en lo referido a cota de mercado que se orienta a una mayor ampliación, tanto en los servicios prestados a empresas como a aquellos que se ofrecen a particulares.

La oferta de servicios en función del tamaño de la empresa abre un campo en que las grandes empresas multiservicio han comenzado a ofertar la limpieza como un servicio más dentro de una amplia lista de prestaciones: mantenimiento integral de edificios, recogida de basuras, jardinería, entre otros. Las posibilidades de actividad para empresas grandes no es la misma que para medianas y pequeñas, sin embargo, hay ocasiones en que estas últimas trabajan en esos mismos proyectos en régimen de subcontrata ofrecido por las primeras

¿Cómo le fue al sector en el 2022?

Los datos oficiales no están todavía, pero bajo las proyecciones y por lo que uno siente en la industria, el 2022 fue bastante importante en temas de distribución y de ventas. Fue un poco la recuperación pospandemia.

¿Y cuál es la perspectiva de 2023?

Este año hay que ver, porque, claramente, hay varios factores que pueden afectar los productos, especialmente, de la canasta familiar. La inflación, la proveeduría de insumos que también se van a ver afectados por el tema de la devaluación de la moneda y todo eso viene en rezago. Veremos cómo se comporta este año porque las mismas previsiones de crecimiento de la economía no son las que teníamos hasta el año pasado. Estamos con la expectativa de lo que va a pasar porque hay muchas variables involucradas. Algunos envases e insumos que dependen del dólar pueden afectarse de alguna manera.

¿Cómo ha manejado la industria esta situación?

La industria ha tratado de amortiguar mucho a través de su misma operación y de su propia rentabilidad. Ha tenido que asumir el costo de la inflación porque tiene que llegar al consumidor y no lo puede impactar directamente.

¿Qué más incidió?

Durante la pandemia hubo una exención del IVA y, claramente, cuando se reactivó el impuesto el año pasado, eso tuvo un impacto en los componentes de la canasta familiar de los productos de aseo.

(Productos de aseo tampoco escapan al efecto inflación).

Eso lo amortiguó la industria para evitar el impacto en los precios al consumidor. Maquillaje y cosmética se afectó en la pandemia y la gente se volcó más a productos de aseo porque asoció la limpieza al objetivo de combatir un virus y por eso aumentó.

¿Qué pasó el año pasado?

Hay varios factores. Con la guerra de Ucrania, por ejemplo, se dieron las condiciones para que algunos insumos tuvieran que aumentar sus precios. Entonces en ese segmento, el dólar y el IVA, el consumidor lo siente, sobre todo en una condición en donde otros productos generan presión al alza como pasa con los alimentos. Cuando suben los alimentos, el resto tiende a demandarse menos. Las empresas han dicho que tuvieron una buena dinámica, pero que fue difícil en la medida en que se tuvieron que reducir los márgenes de ganancia para poder generar menor impacto en el consumidor y no perder la presencia de los productos de aseo dentro de las decisiones de consumo.

¿Cómo ve al consumidor?

El tema de las presentaciones juega un papel importante. La gente deja de almacenar productos de aseo y empieza a fraccionar las compras con presentaciones más pequeñas, más recurrentes, semanales o quincenales.

¿Y las inversiones?

Creo que las empresas que están acá tienen una confianza en el país. Hay multinacionales que han montado plantas, que han hecho unos grandes desarrollos, que están presentes y quieren volver a Colombia un polo en el cual se pueda exportar o atender el mercado colombiano, que es relevante. A nivel andino es el mercado más grande para la industria cosmética y del aseo, entonces atender este mercado es importante para las empresas que están localizadas acá.

1. **ADQUISICIONES PREVIAS DE LA ENTIDAD EN MATERIA DE VIGILANCIA**
VIGENCIA 2019, 2020 y 2021 y 2022.

la entidad ha contratado los servicios de aseo y limpieza en las vigencias 2019 a 2022, se presenta a continuación relación de los montos contratados, Como una variable de comparación de los precios pagados por este servicio.

AÑO	OBJETO	VALOR CONTRATO
2019	PRESTACION DEL SERVICIO DE ASEO Y MANTENIMIENTO GENERAL CON LOS RESPECTIVOS INSUMOS, EQUIPOS Y ACCESORIOS E IMPLEMENTOS NECESARIOS PARA LA REALIZACIÓN DE ESTAS LABORES EN LA UNIVERSIDAD DEL ATLANTICO Y SUS SEDES ALTERNAS	\$1.883.000.000
2020	PRESTACION DEL SERVICIO DE ASEO Y MANTENIMIENTO GENERAL CON LOS RESPECTIVOS INSUMOS, EQUIPOS Y ACCESORIOS E IMPLEMENTOS NECESARIOS PARA LA REALIZACIÓN DE ESTAS LABORES EN LA UNIVERSIDAD DEL ATLANTICO Y SUS SEDES ALTERNAS	\$1.106.396.400
2020	OTRO SI CONTRATO	\$237.000.000 \$317.386.940
TOTAL 2020		\$1.660.783.340
2021	PRESTACIÓN DEL SERVICIO DE ASEO Y MANTENIMIENTO GENERAL CON LOS RESPECTIVOS INSUMOS, EQUIPOS Y ACCESORIOS NECESARIOS AL IGUAL QUE LOS IMPLEMENTOS PARA LA REALIZACIÓN DE	\$ 1.114.336.685,00

	ESTAS LABORES EN LA UNIVERSIDAD DEL ATLÁNTICO Y SUS SEDES ALTERNAS CUMPLIENDO CON TODO DEL ATLÁNTICO, INCLUIDAS LAS SEDES ALTERNAS.	
	Otro Si No 01 2021 al DBS 042 2021	\$ 303.650.000,00
	Otro Si No 02 2021 al DBS 042 2021	Igual al Contrato más otro si N 01
TOTAL 2021		\$ 1.417.986.685
2022	PRESTACIÓN DEL SERVICIO DE ASEO Y MANTENIMIENTO GENERAL CON LOS RESPECTIVOS INSUMOS, EQUIPOS Y ACCESORIOS NECESARIOS AL IGUAL QUE LOS IMPLEMENTOS PARA LA REALIZACIÓN DE ESTAS LABORES EN LA UNIVERSIDAD DEL ATLÁNTICO Y SUS SEDES ALTERNAS CUMPLIENDO CON LA NORMATIVA APLICABLE Y TODOS LOS PROTOCOLOS DE BIOSEGURIDAD.	\$ 419.126.893,00
2022	PRESTACIÓN DEL SERVICIO DE ASEO Y MANTENIMIENTO GENERAL CON LOS RESPECTIVOS INSUMOS, EQUIPOS Y ACCESORIOS NECESARIOS AL IGUAL QUE LOS IMPLEMENTOS PARA LA REALIZACIÓN DE ESTAS LABORES EN LA UNIVERSIDAD DEL ATLÁNTICO Y SUS SEDES ALTERNAS CUMPLIENDO CON LA NORMATIVA APLICABLE Y TODOS LOS PROTOCOLOS DE BIOSEGURIDAD.	\$ 2.061.742.516,00
2022	Otrosí No DBS 033 2022	\$520.000.000
TOTAL 2022		\$ 2.481.389.409

1.1. Estudio de precios de la Universidad

Dentro de la autonomía Universitario y de acuerdo al régimen especial de contratación que rige a la Universidad en el marco de su estatuto de contratación la Universidad realiza cotizaciones dentro de sus proveedores se relaciona las cotizaciones recibidas:

EMPRESA	VALOR COTIZADO
INTEGRAL DE ASEO	\$ 2.719.075.859
INTEGRASEO	\$ 2.719.431.008
Valor Promedio	\$2.719.253.433,5

El presupuesto oficial se estableció en el estudio previo de acuerdo al presupuesto asignado en la vigencia 2023 para cubrir el servicio de Aseo de la Universidad del Atlántico.

	Nombre del proceso	Código:	
	GESTIÓN COMERCIAL	Versión:	
	Nombre del documento	VIGENCIA	
	COTIZACIÓN COMERCIAL	PÁGINA	

EMPRESA: UNIVERSIDAD DEL ATLÁNTICO		COTIZACIÓN N°:	7610
------------------------------------	--	----------------	------

Concepto	CANT	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
PRESTACIÓN DEL SERVICIO DE ASEO Y MANTENIMIENTO GENERAL CON LOS RESPECTIVOS INSUMOS, EQUIPOS Y ACCESORIOS E IMPLEMENTOS NECESARIOS PARA LA REALIZACIÓN DE ESTAS LABORES EN LA UNIVERSIDAD DEL ATLÁNTICO Y SUS SEDES ALTERNAS CUMPLIENDO CON LA NORMATIVA APLICABLE Y TODOS LOS PROTOCOLOS DE BIOSEGURIDAD. (CONTRATO HASTA EL 31 DE DICIEMBRE DE 2023)	1	\$ 2.429.915.870	\$ 2.429.915.870
SUBTOTAL			\$ 2.429.915.870
AIU 10%			\$ 242.991.587
IVA del 19%			\$ 46.168.402
TOTAL			\$ 2.719.075.859

VALOR EN LETRAS: DOS MIL SETECIENTOS DIECINUEVE MILLONES SETENTA Y CINCO MIL OCHOCIENTOS CINCUENTA Y NUEVE PESOS M/C	
--	--

OBSERVACIONES: CONTRATO POR NUEVE (9) MESES, INCLUYE MANO DE OBRA, INSUMOS Y MAQUINARIA.	
--	--

VALIDEZ DE LA PROPUESTA	30 DÍAS. A PARTIR DEL 4 DE FEBRERO 2023
-------------------------	---

TARIFAS	LOS VALORES ESTIPULADOS SE INCREMENTARÁN EL 1 DE ENERO DEL 2.024 SEGÚN EL AUMENTO DEL SIMMLV, AUXILIO DE TRANSPORTE Y DEMÁS VARIACIONES.
---------	--

ELABORADO POR	VoBo. Dir. ADMINISTRATIVO	ACEPTACIÓN CLIENTE
---------------	---------------------------	--------------------

Cordialmente,


María Isabel Díaz Grabados Fernández

	Nombre del proceso	Código:	GC-F-23
	PROCESO GESTIÓN COMERCIAL	Versión:	02
	Nombre del documento	VIGENCIA	17/07/2017
	COTIZACIÓN COMERCIAL	PÁGINA	1 de 1

UNIVERSIDAD DEL ATLANTICO			
EMPRESA:	ATLANTICO	COTIZACION N°:	9.476

Concepto	CANT	VALOR	VALOR TOTAL
PRESTACIÓN DEL SERVICIO DE ASEO Y MANTENIMIENTO GENERAL CON LOS RESPECTIVOS INSUMOS, EQUIPOS Y ACCESORIOS E IMPLEMENTOS NECESARIOS PARA LA REALIZACIÓN DE ESTAS LABORES EN LA UNIVERSIDAD DEL ATLÁNTICO Y SUS SEDES ALTERNAS CUMPLIENDO CON LA NORMATIVA APLICABLE Y TODOS LOS PROTOCOLOS DE BIOSEGURIDAD.	1	\$ 2.430.233.251	\$ 2.430.233.251
SUB-TOTAL			\$ 2.430.233.251
AIU			\$ 243.023.325
IVA del 19%			\$ 46.174.432
TOTAL MENSUAL			\$ 2.719.431.008

SON : DOS MIL SETECIENTOS DIECINUEVE MILLONES CUATROCIENTOS TRENTA Y UN MIL OCHO PESOS M/C

TUS METAS, NUESTRO COMPROMISO!

OBSERVACIONES: EQUIPO EN COMODATO, INSUMOS DE ASEO, PERSONAL UNIFORMADO, CARNET Y EPP

DURACIÓN MÍNIMA DEL CONTRATO	2 MESES
VALIDEZ DE LA PROPUESTA	30 DÍAS. APARTIR DEL 17 DE MARZO DE 2023
TARIFAS	LOS VALORES ESTIPULADOS SE INCREMENTARAN EL 1 DE ENERO DEL 2.024 SEGÚN EL AUMENTO DEL SIMMLV, AUXILIO DE TRNSPORTE Y DEMÁS VARIACIONES.

ELABORADO POR	VoBo. Dir. ADMINISTRATIVO	ACEPTACIÓN CLIENTE
---------------	---------------------------	--------------------

1.2 PLAZO DE EJECUCION:

Hasta el 31 de diciembre del 2023, o hasta agotar recursos, lo que primero ocurra, a partir de la fecha de suscripción del Acta de Inicio, previo cumplimiento de los requisitos de perfeccionamiento y ejecución del contrato.

Dependencia que prepara Análisis del Sector: Departamento de gestión de bienes y suministros
Elaboro: Yised Vanessa Morales Palacio-Contratista.
Reviso: Ederlinda Esther Pacheco Venecia-Jefa Departamento de Bienes y Suministros.

