Contrato N° ENV-04-09-1477-26	
Objeto:	Emisión de mensajes radiales institucionales para garantizar la divulgación de la información a la ciudadanía de los programas políticas y proyectos públicos del Municipio de Envigado.
Valor total del contrato[1]:	Seis millones ochocientos mil pesos M/CTE (**$6.800.000**) no responsable de IVA Respaldado en el CDP Nº 20260811 expedido por la Secretaría de Hacienda para la vigencia 2026.
Valor mensual estimado:	N/A
Plazo estimado:	El plazo estimado para la ejecución del objeto contractual será de cuatro (4) meses y en todo caso no podrá superar la correspondiente vigencia fiscal.

Con base en lo estatuido en el Decreto 1082 de 2015, ***Artículo 2.2.1.1.1.6.1*** el cual reza:

> ***Artículo 2.2.1.1.1.6.1.*** **Deber de análisis de las Entidades Estatales.** *La Entidad Estatal debe hacer, durante la etapa de planeación, el análisis necesario para conocer el sector relativo al objeto del Proceso de Contratación desde la perspectiva legal, comercial, financiera, organizacional, técnica, y de análisis de Riesgo. La Entidad Estatal debe dejar constancia de este análisis en los Documentos del Proceso.*

Además de los lineamientos dados por Colombia Compra Eficiente en su Guía para la Elaboración de Estudios de Sector, mediante el presente documento el Municipio de Envigado pretende evidenciar el análisis de la referencia, anteponiendo que "*en la contratación directa, el análisis del sector debe tener en cuenta el objeto del proceso de contratación, particularmente las condiciones del contrato, como los plazos y formas de entrega y de pago. El análisis del sector debe permitir a la Entidad Estatal sustentar su decisión de hacer una contratación directa, la elección del proveedor y la forma en que se pacta el contrato desde el punto de vista de la eficiencia, eficacia y economía*."

Es así como, este análisis se basa en la resolución de los siguientes interrogantes:

[1] Se debe identificar el tratamiento tributario del bien o servicio tanto para personas naturales como jurídicas

Interrogante	Respuesta
¿La Entidad Estatal requiere una persona natural o jurídica para la ejecución del presente objeto contractual?	Para el tipo servicios que se pretenden contratar, se encuentra que la prestación de servicios en el sector es llevada a cabo por personas jurídicas. Así las cosas, se requiere contar con una persona jurídica, que cumpla con los requisitos técnicos solicitados para ejecutar dicho objeto contractual. Para le ejecución del objeto contractual es necesario que el contratista cuente con espacio radial en una emisora local, regional o nacional, lo cual será acreditado mediante certificación de la emisora en donde se transmite el programa radial.
¿Cuál es la experiencia que requiere quien presta el servicio de acuerdo con la complejidad del caso?	El proponente debe acreditar experiencia contractual mínima de dos (02) años en el ejercicio de su actividad laboral. (Anexar certificaciones y/o actas de liquidación donde se verifiquen las condiciones del contrato ejecutado).
¿La Entidad Estatal ha contratado recientemente los servicios profesionales requeridos?	Sí, la entidad ha requerido este tipo de contratación para servicios iguales o similares al que se debe desarrollar a través del presente objeto contractual.
¿Cuál fue el valor del contrato y sus condiciones?	El Municipio de Envigado ha contratado servicios como: **Contrato:** ENV-04-09-1099-25 **Valor:** 6.000.000 **Objeto:** Emisión de mensajes radiales institucionales para garantizar la divulgación de la información a la ciudadanía de los programas políticas y proyectos públicos del Municipio de Envigado **Plazo:** El plazo estimado para la ejecución del objeto contractual fue de cuatro (4) meses a partir de la firma del acta de inicio.
¿La necesidad de la Entidad Estatal fue satisfecha con los procesos de contratación anteriores?	A través de contrataciones como las señaladas, el municipio siempre satisfizo su necesidad, pues fueron ejecutados en el marco de la normativa vigente, bajo condiciones normales de mercado, durante el plazo establecido y bajo los lineamientos técnicos y organizacionales solicitados por el contratante.

Interrogante	Respuesta
¿Cuál es el tipo de remuneración recomendada para la prestación de servicios objeto del proceso de contratación?	El Municipio de Envigado, pagará al contratista el valor del presente contrato en cuotas mensuales/parciales y/o proporcionales al servicio efectivamente prestado/por producto o servicio entregado de acuerdo al PAC, (Plan Anual de Caja) de la siguiente manera: Item | Valor unitario/cuota Cuota 1 | $1.700.000 Cuota 2 | $1.700.000 Cuota 3 | $1.700.000 Cuota 4 | $1.700.000 **Parágrafo 1.:** La FACTURA O CUENTA DE COBRO expedida deberá llenar los requisitos legales (artículo 617) del Estatuto Tributario y deberá estar acompañada de la certificación que se encuentra a paz y Salvo por concepto de pago de la Seguridad Social integral (salud, pensiones y riesgos laborales) así como parafiscales, cuando corresponda; Informe de actividades del objeto contractual con corte cada 30 días, debidamente aprobada por el supervisor del contrato, así como el certificado de recibo a entera satisfacción por parte del supervisor. **Parágrafo 2**.: El Municipio podrá abstenerse de reconocer o pagar las actividades no ejecutadas o ejecutadas de manera incorrecta. Así mismo, podrá retener temporalmente los saldos pendientes de pago cuando existan incumplimientos susceptibles de subsanación, los cuales serán liberados una vez se verifique el cumplimiento de las obligaciones correspondientes. **Parágrafo 3**.: El municipio de Envigado contará con un término de cuarenta y cinco (45) días hábiles siguientes a la fecha de radicación de la factura o cuenta de cobro, para realizar cada desembolso.
Observaciones	

INFORMACIÓN QUE SUSTENTA EL ANÁLISIS

Perspectiva organizacional

la Oficina Asesora de Comunicaciones tiene como función primordial formular, implementar y coordinar la ejecución de los planes y las estrategias de comunicación del municipio, para ello se realiza entre otros, el Plan de Comunicaciones del Municipio de Envigado, en donde se establecen diferentes estrategias de difusión, comunicación y socialización de los procesos y resultados de la gestión pública y del Plan de Desarrollo Municipal, teniendo como finalidad realizar la divulgación de manera oportuna de los planes, programas y proyectos de la administración a fin de mantener informada a la comunidad, generar participación y sentido de pertenencia en la ciudadanía.

Por su parte, la Oficina Asesora de Comunicaciones mantiene informada a la ciudadanía a través de diferentes medios de comunicación tanto propios como externos, planeando y produciendo contenidos informativos y de comunicación corporativa dela Administración Municipal, para lo cual debe garantizar el suministro sucesivo de información, vital para realizar anuncios de interés general y particular, y así responder a una correcta y eficiente prestación del servicio desde su fin misional. Una de las estrategias comprende emitir mensajes radiales institucionales para divulgar la información a la ciudadanía sobre los programas, políticas y proyectos del Municipio de Envigado, teniendo en cuenta que, mantener informada a la comunidad permite la consolidación de una cultura de apertura de la información, transparencia y diálogo entre el Estado y los ciudadanos, dado que con la divulgación a través de los diferentes medios de comunicación, la Administración Municipal propicia espacios para socializar y retroalimentar la gestión pública, lo que posibilita la construcción conjunta del camino hacia la prosperidad colectiva y el desarrollo territorial.

Para este caso, la radio como medio de comunicación, es un medio que tiene alcance a diferentes grupos etarios, toda vez que, hoy en día las personas están moviéndose constantemente de un lado para otro, ya sea en vehículo o transporte público, en, en la vía pública, establecimientos comerciales, en los hogares, etc., también la radio es donde es muy común que vayan escuchando la radio durante el desplazamiento y adicionalmente uno de los medios utilizados por los ciudadanos para informarse sobre lo que sucede a nivel local, regional y nacional.

Dado lo anterior, El Municipio de Envigado en su objetivo de mantener informada a la comunidad sobre los temas de mayor importancia e impacto de la Administración Municipal en pro del cumplimiento del Plan de Desarrollo “Envigado Vamos Adelante, Amor por la Gente, Amor por Envigado 2024 - 2027” en lo concerniente a la línea estratégica número 5 “Envigado innovador e integrador”, Proyecto 5.1.2.2. Fortalecimiento de la comunicación pública para la gobernanza, que da forma a lo que se pretende con este contrato se requiere fortalecer los procesos de comunicación pública y divulgación de información institucional relacionada con programas, proyectos, servicios, campañas, estrategias y políticas públicas, mediante la utilización de canales radiales que permitan una amplia difusión de los mensajes de interés general y faciliten una comunicación efectiva con la ciudadanía. Para ello, resulta necesario complementar los medios tradicionales con mecanismos de comunicación que contribuyan a ampliar la cobertura, diversificar las audiencias y garantizar un mayor acceso de la población a la información pública.

En este contexto, los medios independientes constituyen actores relevantes dentro del ecosistema informativo local, en razón de su capacidad para producir contenidos de interés ciudadano, su cercanía con diversos sectores de la comunidad y su reconocimiento entre públicos específicos. Su ejercicio comunicativo se caracteriza por la generación de contenidos propios, la construcción de agendas informativas acordes con las dinámicas territoriales y la consolidación de audiencias que encuentran en estos medios una fuente permanente de información sobre asuntos de interés público.

Asimismo, los medios independientes cuentan con una capacidad significativa para amplificar y posicionar mensajes institucionales en diferentes segmentos de la población, favoreciendo una difusión más amplia, plural y efectiva de la gestión pública. Su presencia en diversos escenarios informativos contribuye a que la ciudadanía conozca oportunamente la oferta institucional, las convocatorias, campañas, programas y servicios que adelanta la Administración Municipal, promoviendo una mayor interacción entre la entidad y la comunidad.

La utilización de medios independientes también fortalece los principios de transparencia, publicidad y acceso a la información pública, al facilitar la circulación de contenidos relacionados con la gestión municipal a través de canales que cuentan con credibilidad, alcance y reconocimiento entre sus audiencias. De esta manera, se contribuye al cumplimiento de los objetivos de comunicación institucional, al fortalecimiento de la participación ciudadana y al acercamiento permanente entre la Administración Municipal y los habitantes del municipio.

En consecuencia, se hace necesario contratar servicios de divulgación mediante medios independientes, con el fin de ampliar el alcance de las estrategias de comunicación pública del Municipio de Envigado, optimizar la difusión de la información institucional y garantizar que los contenidos de interés general lleguen de manera oportuna, efectiva y accesible a los distintos sectores de la población.

La vinculación de medios independientes responde a criterios de cobertura, alcance, trayectoria, posicionamiento, reconocimiento de audiencia y capacidad de difusión de contenidos de interés público, aspectos que los convierten en aliados estratégicos para garantizar una comunicación institucional efectiva, plural y orientada al cumplimiento de los fines esenciales de la Administración Municipal.

La contratación proyectada responde a una necesidad real y verificable de comunicación pública institucional, orientada a garantizar que la información generada por el Municipio llegue efectivamente a la ciudadanía, favoreciendo el acceso a los programas y servicios públicos, el ejercicio del control social, la participación ciudadana y la transparencia en la gestión administrativa. En tal sentido, la inversión asociada a esta contratación se encuentra directamente vinculada al cumplimiento de los objetivos misionales de la entidad y a la generación de beneficios colectivos para la comunidad,

materializados en una mayor difusión y apropiación de la oferta institucional por parte de los habitantes del Municipio de Envigado.

Es imperante señalar que la Administración Municipal no cuenta dentro de su planta de personal con servidores que administren, operen o dispongan de emisoras radiales, espacios de emisión en medios radiales externos ni infraestructura de difusión sonora de alcance masivo que permita garantizar la cobertura, frecuencia y oportunidad requeridas para la divulgación de la gestión institucional, razón por la cual resulta necesario acudir a un proveedor externo especializado que cuente con los medios técnicos, operativos y de audiencia necesarios para la prestación del servicio.

JUSTIFICACIÓN DE LA OFICINA DE COMUNICACIONES DE LA CONTRATACIÓN DE PAUTA PUBLICITARIA CON MEDIOS ALTERNATIVOS, INDEPENDIENTES, COMUNITARIOS Y CIUDADANOS (MAICC)

La contratación de pauta publicitaria con Medios Alternativos, Independientes, Comunitarios y Ciudadanos (MAICC) del nivel local y regional constituye una estrategia necesaria, pertinente y complementaria para fortalecer los procesos de comunicación pública del Municipio de Envigado, en cumplimiento de los principios de transparencia, publicidad, participación ciudadana, acceso a la información y promoción del interés general que orientan la gestión pública.

El Municipio de Envigado desarrolla de manera permanente programas, proyectos, servicios, campañas institucionales, actividades comunitarias y políticas públicas que requieren ser divulgadas oportunamente a la ciudadanía. Para garantizar que dicha información llegue de manera efectiva a los diferentes sectores de la población, resulta indispensable implementar una estrategia de comunicación diversificada que combine los canales institucionales propios con medios externos que cuenten con reconocimiento, credibilidad, presencia territorial y capacidad de interlocución directa con las comunidades.

En este contexto, los Medios Alternativos, Independientes, Comunitarios y Ciudadanos (MAICC) representan actores estratégicos dentro del ecosistema comunicativo local y regional, debido a que desarrollan procesos comunicacionales con enfoques diferenciales, participativos y cercanos a las realidades sociales de los territorios. A diferencia de los medios tradicionales o comerciales, cuya medición suele centrarse en indicadores cuantitativos de audiencia, los medios MAICC se caracterizan por la calidad de la interacción que mantienen con sus públicos, su capacidad de generar procesos de diálogo social y su incidencia en comunidades específicas, aspectos que resultan fundamentales para el cumplimiento de los objetivos de comunicación pública de la Administración Municipal.

Desde el ámbito conceptual, la comunicación alternativa se entiende como una forma de comunicación que desarrolla lógicas distintas a las empleadas por los medios convencionales, utilizando narrativas, formatos y enfoques orientados a la movilización social, la participación y la transformación de las realidades comunitarias. Estos medios ofrecen lecturas e interpretaciones complementarias sobre los asuntos de interés público, permitiendo ampliar los escenarios de circulación de la información institucional y fortaleciendo la pluralidad de voces dentro del territorio.

Por su parte, la comunicación independiente se caracteriza por su autonomía editorial, económica y política, garantizando que sus procesos informativos no estén subordinados a intereses particulares que condicionen la construcción de contenidos. Esta independencia contribuye a consolidar relaciones de confianza con las audiencias y permite que la información institucional llegue a públicos diversos a través de canales con legitimidad y reconocimiento social.

Los medios comunitarios, a su vez, son expresión de las dinámicas propias de comunidades y territorios específicos. Su principal fortaleza radica en su arraigo local, en su permanente interacción con actores comunitarios y en su vocación de servicio, educación, participación y construcción colectiva. Estos medios permiten que la información institucional sea divulgada de manera contextualizada y cercana a los intereses de la comunidad, facilitando una mayor apropiación de los mensajes por parte de la ciudadanía.

De igual forma, los medios ciudadanos contribuyen a la construcción de ciudadanía y a la promoción de derechos mediante procesos de comunicación orientados a fortalecer la participación social, el debate público y la movilización ciudadana. Su actividad permite acercar a la población a los asuntos públicos y favorece el empoderamiento de diversos sectores poblacionales frente a las decisiones y programas desarrollados por las entidades estatales.

La pertinencia de contratar pauta institucional mediante medios MAICC también encuentra sustento en el marco normativo colombiano. La Ley 1341 de 2009, modificada por la Ley 1978 de 2019, incorpora principios relacionados con el acceso a la información, el fortalecimiento del sector de las comunicaciones, la promoción de contenidos de interés público y la democratización de las tecnologías de la información y las comunicaciones. Estas disposiciones evidencian el interés del Estado por fortalecer ecosistemas comunicativos diversos, incluyentes y participativos.

Asimismo, diferentes iniciativas impulsadas por el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, así como por entidades del orden nacional, han buscado promover la sostenibilidad, fortalecimiento y formalización de los medios alternativos, comunitarios, independientes y ciudadanos, reconociéndolos como actores relevantes para la pluralidad informativa, la construcción democrática y el desarrollo territorial. Del mismo modo, instrumentos como el Registro Único de Medios Solidarios (RUMS) evidencian la voluntad institucional de generar canales de articulación entre las entidades públicas y este tipo de medios.

En el ámbito regional, resulta relevante considerar que el Distrito Especial de Medellín cuenta con una Política Pública de Procesos y Medios Alternativos, Independientes, Comunitarios y Ciudadanos (MAICC), mediante la cual reconoce el valor de estos actores en la promoción de la participación democrática, la comunicación territorial y la cultura ciudadana. Dadas las dinámicas metropolitanas compartidas entre Medellín y los municipios del Valle de Aburrá, entre ellos Envigado, el fortalecimiento de estos medios contribuye igualmente a consolidar un ecosistema comunicativo regional más plural, participativo e incluyente.

Desde una perspectiva de eficiencia administrativa, la contratación de pauta con medios MAICC permite ampliar la cobertura de las campañas institucionales, diversificar los canales de difusión, segmentar adecuadamente los públicos objetivos y optimizar los recursos destinados a la divulgación de información pública. Estos medios cuentan con reconocimiento dentro de sus comunidades, mantienen contacto permanente con sus audiencias

y poseen un conocimiento profundo de las dinámicas sociales y territoriales del municipio, condiciones que favorecen la efectividad de las estrategias comunicativas institucionales.

Adicionalmente, los medios MAICC con los cuales el Municipio de Envigado suscribe contratos de pauta publicitaria corresponden a iniciativas comunicativas que durante varios años han demostrado presencia activa en la vida pública local y regional, realizando cubrimiento de eventos institucionales, comunitarios, culturales, deportivos, educativos y sociales; participando en ruedas de prensa y espacios de articulación convocados por la Administración Municipal; y generando de manera permanente contenidos relacionados con la actualidad y el desarrollo del territorio. Esta trayectoria, reconocimiento y permanencia les permite constituirse en canales idóneos para la difusión de información institucional de interés general.

En consecuencia, la contratación de pauta institucional con Medios Alternativos, Independientes, Comunitarios y Ciudadanos (MAICC) responde a una necesidad real de la Administración Municipal de fortalecer la comunicación pública, garantizar una mayor difusión de la oferta institucional, promover el acceso oportuno a la información, fomentar la participación ciudadana y consolidar mecanismos de interacción entre la administración y la comunidad. Asimismo, se encuentra alineada con los lineamientos nacionales y territoriales orientados al fortalecimiento de la pluralidad informativa, la democratización de las comunicaciones y el reconocimiento de los medios territoriales como actores fundamentales para la construcción de ciudadanía, el desarrollo local y el fortalecimiento de la democracia participativa.

Finalmente, es importante precisar que la valoración de los medios MAICC no puede limitarse exclusivamente al número de personas impactadas o al alcance masivo de sus publicaciones, como ocurre tradicionalmente con los medios comerciales. Su principal aporte radica en la calidad del relacionamiento que mantienen con sus audiencias, su capacidad de interlocución con comunidades específicas, su incidencia social, su conocimiento del territorio y su contribución al fortalecimiento de la participación ciudadana, aspectos que constituyen elementos determinantes para la efectividad de la comunicación pública y el cumplimiento de los fines esenciales del Estado.

Cadenas de producción Y/o distribución del servicio.

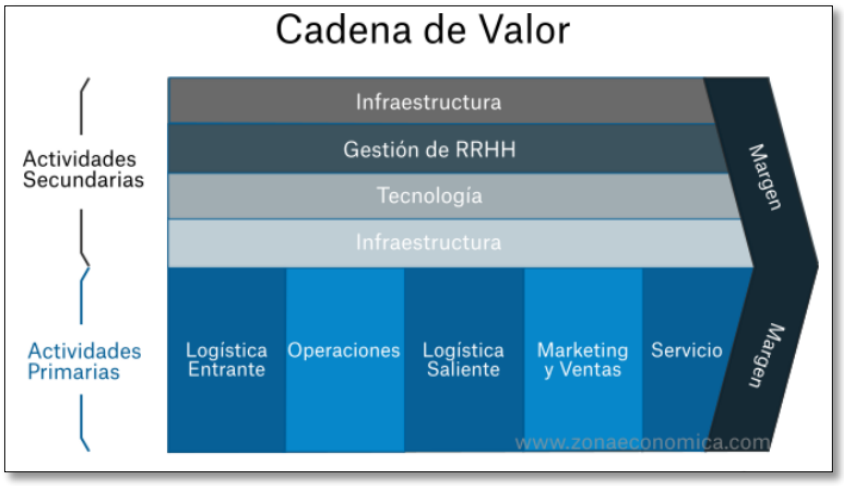
En la prestación de servicios la cadena de producción y/o distribución está enmarcada en la calidad y la satisfacción del servicio, en donde el cliente experimenta factores diferenciadores como la recordación, la lealtad y la fidelidad que lleva a generar la nueva contratación y la recompra.

La Cadena de Valor Genérica[2]

La cadena de valor es un modelo teórico que gráfica y permite describir las actividades de una organización para generar valor al cliente final y a la misma empresa. Porter (1985)

En base a esta definición se dice que una empresa tiene una ventaja competitiva frente a otra cuando es capaz de aumentar el margen (ya sea bajando los costos o aumentando las ventas). Este margen se analiza por supuesto a través de la cadena de valor de Michael Porter.

[2] https://m.zonaeconomica.com/modelo-cadena-valor



La cadena de valor se divide en dos partes:

1. Actividades Primarias: se refieren a la creación física del producto, su venta y el servicio postventa, y pueden también a su vez, diferenciarse en sub-actividades. El modelo de la cadena de valor distingue cinco actividades primarias:

2. Actividades Secundarias: están apoyadas o auxiliadas por las también denominadas 'actividades secundarias:

Toda empresa tiene actividades de valor directo, indirecto y de aseguramiento de Calidad. Los tres tipos no solo están presentes entre las actividades primarias, sino en las actividades de apoyo.

La cadena de valor no es una colección de actividades independientes, sino un sistema de actividades interdependientes. Las actividades de valor están relacionadas por eslabones dentro de la cadena de valor. Los eslabones son las relaciones entre la manera en que se desempeñe una actividad y el costo o desempeño de otra. (Arimany, 2010)

1.1.1 Perspectiva Económica

¿A qué sector de la economía pertenecen los posibles oferentes de la presente contratación?

Para identificar el sector de la economía al cual pertenecen los posibles oferentes, debemos tener claros los diferentes sectores en los cuales se dividen:

[3] División según la economía clásica

[3] http://enciclopedia.banrepcultural.org/index.php?title=Sectores_econ%C3%B3micos

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

- **Sector primario o sector 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 sector 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.
  Industrial de transformación: envasado de legumbres y frutas, embotellado de refrescos, fabricación de abonos y fertilizantes, vehículos, cementos, aparatos electrodomésticos, etc.

- **Sector terciario o sector 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.

[4] **El sector primario** es el que inicia la cadena productiva, mediante la extracción u obtención de recursos a partir de la naturaleza: la materia prima. Dicha materia prima se obtiene interviniendo el medio ambiente y a menudo bajo estrictas reglas ecológicas u operativas que el Estado tiene la misión de supervisar, ya que el sector primario suele operar bajo la figura de la licitación estatal: un permiso legal para extraer un bien o un recurso.

El sector secundario recibe la materia prima del sector primario y se ocupa de someterla a procedimientos especializados de transformación, obteniendo así productos elaborados listos para su consumo, o bien productos semielaborados que irán a su vez a otra industria del sector para formar parte de otros productos elaborados. Se trata del sector industrial por excelencia, el encargado de fabricar las cosas que consumimos.

Se denomina sector terciario o sector servicios al eslabón de la cadena económica que, a diferencia de los dos anteriores, no se dedica a la extracción de materia prima ni a su transformación en bienes

[4] https://concepto.de/sector-terciario/#ixzz5tJlVswQT

de consumo, sino a la satisfacción de necesidades operativas y comerciales o de cualquier otra naturaleza que requieran tanto los consumidores finales como otras empresas e industrias.

Este sector se encarga a menudo de brindar soporte especializado en la conducción de sus operaciones a tanto el sector primario como el secundario, sobre todo en asuntos que no involucran directamente la actividad económica específica a la que se dedican.

Por ejemplo, una industria farmacéutica requerirá el envío de sus medicinas a la gente que las consume, y para ello acude a una empresa transportista en lugar de hacerlo por sí misma, recibiendo así servicios de transporte. A esto se le conoce como *tercerización*.

El sector terciario es por naturaleza sumamente diverso y específico, pero a grandes rasgos sus tres áreas principales de acción son el soporte, la distribución y la comercialización.

Soporte: Servicios en la resolución de problemas de un área específica, o en la obtención de recursos humanos, tecnológicos o en la supervisión de la estructura de funcionamiento de las diversas formas productivas.
Distribución: El transporte tanto de mercancías elaboradas, materias primas o personas, estas últimas con fines laborales, recreativos o de cualquier otra índole.
Comercialización: Es el paso final de las cadenas productivas, pues consiste en llevar el producto final a sus consumidores y hacerlo disponible al mercado de consumo local. En algunos casos este último puede ser realmente amplio, como ocurre con la venta online de productos a cualquier parte del mundo.

[5] El sector de servicios económicos o sector terciario se compone de áreas de la economía tales como:

- Comercio (mayorista, minorista, franquicias)
- Actividades financieras (banca, seguros, bolsa y otros mercados de valores)
- Servicios personales, los más importantes de los cuales son los que se identifican con el estado de bienestar (especialmente educación, sanidad y atención a la dependencia -servicios públicos, se presten por el Estado o por la iniciativa privada), pero también otros (como las peluquerías)
- Servicios a empresas de cualquier sector, como la gestión y administración de empresas (incluyendo el nivel ejecutivo), la publicidad y las consultorías y asesoramientos económico, jurídico, tecnológico, de inversiones, etc.
- Función pública, administración pública, actividades de representación política y de servicios a la comunidad, como las actividades en torno a la seguridad y defensa (ejército, policía, protección civil, bomberos, etc.) y las actividades en torno a la justicia (jueces, abogados, notarios, etc.)
- Hotelería y las actividades en torno al turismo

[5] https://es.wikipedia.org/wiki/Sector_servicios

- Las actividades en torno al ocio, la cultura, el deporte y los espectáculos, que incluyen las llamadas industrias audiovisuales o de imagen y sonido (industria musical, industria cinematográfica y similares, como los videojuegos); la industria editorial se incluye, con las artes gráficas, entre los sectores industriales (es decir, en el sector secundario)
- Transporte y comunicación (según se trasladen mercancías o información)
- Medios de comunicación, especialmente los medios de comunicación de masas o sociales (periodismo escrito -prensa-, radio y televisión)
- Telecomunicaciones, especialmente los medios personales (telefonía)
- Otras aplicaciones de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC), especialmente la informática e Internet.

[6] **El subsector de servicios profesionales** se presta a empresas y personas e involucra los servicios de rango ejecutivo y medio de consultoría, gestión, contabilidad y administración de empresas, los servicios publicitarios, jurídicos, tecnológicos, ingeniería y construcción, comunicación social, etc.
Este subsector terciario es uno de los que demandan mayor cantidad de mano de obra especializada o profesional, y es uno de los de mayor crecimiento en la economía colombiana en los últimos años.

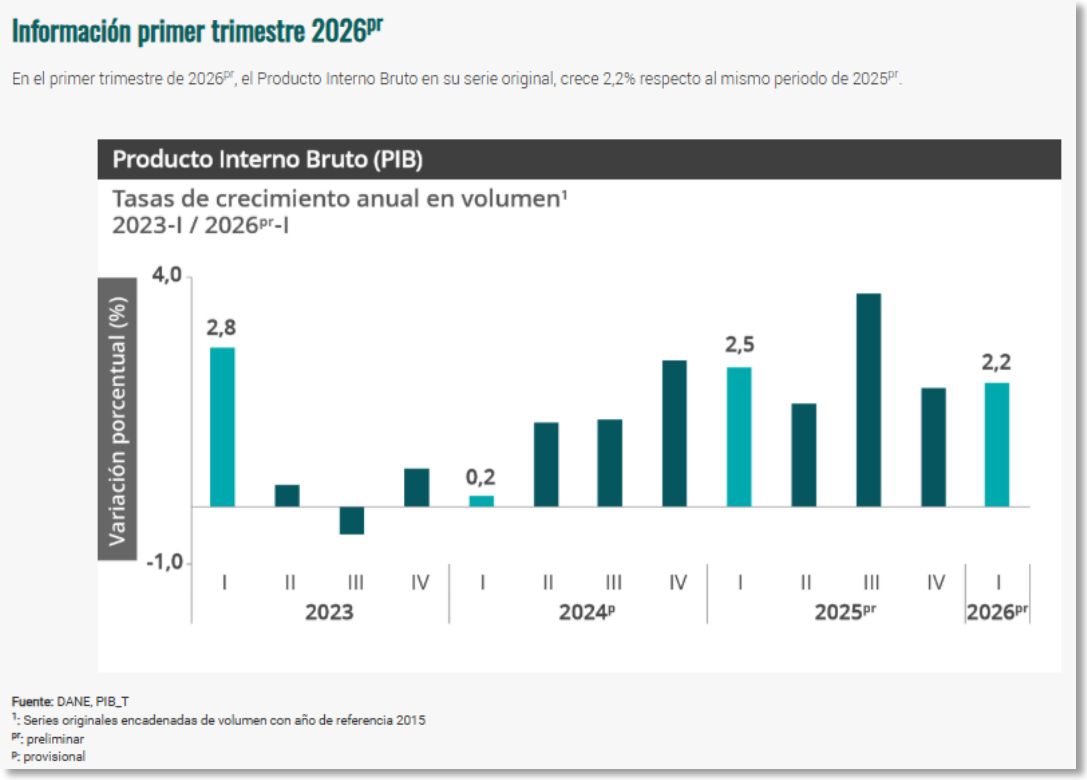
Componen el subsector de servicios profesionales, personas naturales y jurídicas. Estas últimas agremiadas en empresas limitadas, en sociedades por acciones simplificadas. Empresas del sector público que orientan a las demás empresas gubernamentales para el mejoramiento de planes y proyectos con énfasis al mejoramiento de la calidad de vida como el Dane, Confecamaras, Fenalco, Universidad Nacional.

Una vez analizada la división según la economía clásica, puede decirse que el presente objeto contractual se encuentra enmarcado en el **sector terciario de la economía**.

¿Qué participación tiene el sector enunciado en la economía colombiana?

Producto Interno Bruto (PIB) I trimestre 2026 preliminar [7]

[6] https://www.lifeder.com/sector-terciario-colombia/
[7] https://www.dane.gov.co/files/operaciones/PIB/bol-PIB-Itrim2026.pdf



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

- Administración pública y defensa; planes de seguridad social de afiliación obligatoria; Educación; Actividades de atención de la salud humana y de servicios sociales crece 5,7% (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 2,9% (contribuye 0,6 puntos porcentuales a la variación anual).
- Industrias manufactureras crece 2,9% (contribuye 0,3 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 0,6%. Cuando se observa el comportamiento de las actividades económicas relacionadas:

- Industrias manufactureras crece 2,3%.
- Actividades financieras y de seguros crece 2,2%.

- 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 1,4%.

El panorama económico de Colombia en 2026: crecimiento PIB, dólar e inflación [8]

Fedesarrollo proyecta que la economía colombiana crecerá 2,9% en 2026, en un escenario de inflación cercana al 4,91 %, una tasa de cambio frente al dólar de COP 3.943 (en promedio) y mayores presiones fiscales, con un déficit total que subiría a 8,1 % del PIB.

Fedesarrollo proyecta que la economía colombiana crecerá 2,9 % en 2026, luego de revisar al alza su estimación para 2025, que pasó de 2,6 % a 2,8 %. Este ajuste para 2025 estuvo asociado a un mayor dinamismo de la administración pública, que impulsó el crecimiento más de lo previsto inicialmente.

El centro de estudios señala que el desempeño de la actividad económica ha estado respaldado por el buen comportamiento de las actividades comerciales, artísticas y agropecuarias, mientras que sectores como la construcción y la minería continúan restando al crecimiento. Esta composición sectorial se mantendría en 2026, con una expansión similar a la observada en 2025.

Desde el enfoque de la demanda, Fedesarrollo indica que el consumo se consolida como el principal motor del crecimiento económico.

En contraste, la inversión muestra apenas una recuperación incipiente y sigue siendo el único componente de la demanda que no ha logrado volver a los niveles previos a la pandemia.

Hacia adelante, el informe advierte que el desempeño de la economía en el mediano plazo dependerá en gran medida del ritmo de recuperación de la inversión, lo que da lugar a distintos escenarios de crecimiento más allá de 2026.

En cuanto al mercado laboral, Fedesarrollo proyecta que la tasa de desempleo promedio se ubicaría en 9 % en 2025, en línea con la evolución favorable observada durante el año.

El peso colombiano frente al dólar

[8] https://www.elespectador.com/economia/macroeconomia/como-le-ira-a-la-economia-colombiana-en-2026-crecimiento-pib-dolar-e-inflacion-noticias-hoy/#google_vignette

En el frente cambiario, Fedesarrollo estima que, tras la apreciación del peso observada en 2025, la tasa de cambio promedio en 2026 se ubicaría en COP 3.943. Este nivel se daría en un contexto internacional de moderación del crecimiento y menores precios de los commodities.

El informe explica que durante 2025 se proyecta una apreciación del peso, con una tasa de cambio promedio de COP 4.052, consistente con factores como la debilidad del dólar, el diferencial de tasas de interés y las operaciones de manejo de deuda pública.

No obstante, hacia 2026, Fedesarrollo advierte que los riesgos fiscales y la incertidumbre de política económica asociada al ciclo electoral ejercerían presiones de depreciación, pese a un entorno de política monetaria más restrictiva.

Inflación y tasas de interés

En materia de precios, Fedesarrollo señala que la inflación en Colombia cerraría 2026 en 4,91 %, manteniéndose por fuera del rango meta del Banco de la República. Esta proyección se da luego de que la inflación anual se ubicara en 5,30 % en noviembre de 2025, y de un cierre estimado de 5,26% para todo 2025.

El informe explica que el Banco de la República interrumpió el ciclo de recortes de tasas en 2025, realizando un único ajuste de 25 puntos básicos en abril y manteniendo la tasa de intervención en 9,25 % desde entonces, en un entorno marcado por mayores percepciones de riesgo fiscal y un aumento en las expectativas de inflación.

De cara a 2026, Fedesarrollo anticipa un endurecimiento de la política monetaria, con incrementos de la tasa de interés que la llevarían hasta 10 %. Posteriormente, una vez la inflación converja al rango meta, se darían recortes graduales hasta que la tasa se estabilice en su nivel nominal neutral hacia 2029.

La balanza comercial colombiana

En el frente externo, Fedesarrollo proyecta que el déficit de cuenta corriente cierre 2025 en 2,4 % del PIB, lo que representa un aumento frente a 2024. Este resultado estaría explicado principalmente por una ampliación del déficit de la balanza comercial de bienes, en un contexto de mayor dinamismo de las importaciones, una demanda interna más fuerte y una tasa de cambio más apreciada, especialmente durante el segundo semestre del año.

De acuerdo con el informe, el mayor déficit comercial de bienes se vería parcialmente compensado por una mejora en la balanza de servicios, una reducción en el déficit de renta factorial y un mayor

superávit en las transferencias corrientes. No obstante, estos factores no serían suficientes para contrarrestar el deterioro del balance externo.

En cuanto a la financiación del déficit, Fedesarrollo advierte que la inversión extranjera directa (IED) disminuyó 4,8 % frente a los primeros tres trimestres de 2024, perdiendo participación como fuente de financiamiento del desbalance externo.

En contraste, la inversión extranjera de cartera bruta aumentó 1.066 %, impulsada principalmente por la emisión de títulos de deuda y el incremento de los pasivos netos asociados a estas operaciones.

Y ya hablando de 2026, el centro de estudios estima que el déficit de cuenta corriente se ampliaría hasta 3,0% del PIB, en un escenario marcado por un mayor déficit comercial de bienes, menores exportaciones del sector de hidrocarburos asociadas a la caída de los precios de los commodities y una tasa de cambio que, aunque más baja en promedio, enfrentaría presiones de depreciación.

Lo fiscal sigue en alerta

En materia fiscal, el informe de Fedesarrollo advierte que el cierre de 2025 mostraría una mejora transitoria, asociada principalmente a operaciones de manejo de deuda adelantadas por el Ministerio de Hacienda.
Estas operaciones permitirían reducir la deuda neta del Gobierno Nacional a 58,4 % del PIB, por debajo del nivel observado en 2024.

De acuerdo con el centro de estudios, esta reducción del saldo de la deuda, junto con emisiones de TES a menores descuentos, se traduciría en una disminución del pago de intereses a 3,4 % del PIB, lo que llevaría el déficit fiscal total a 6,4 % del PIB, por debajo de lo aprobado en la senda de desvío de la regla fiscal. No obstante, Fedesarrollo señala que este alivio no obedece a un ajuste estructural de los ingresos ni del gasto primario.

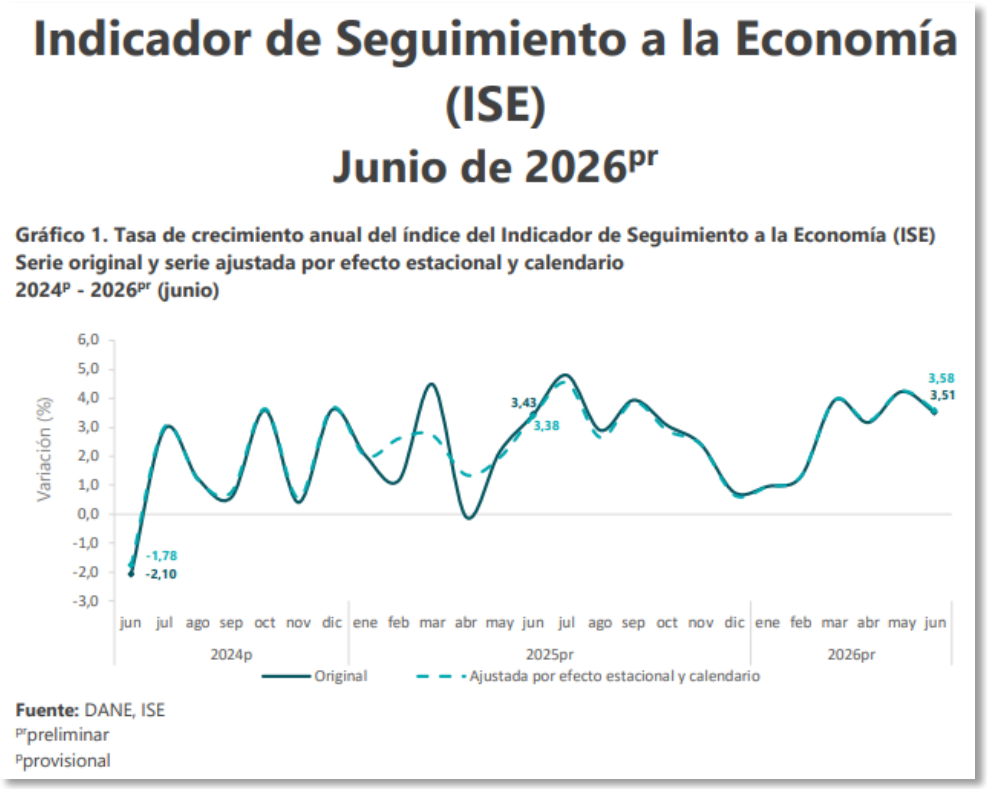
En ausencia de un ajuste estructural, el déficit primario se ampliaría a 3 % del PIB en 2025, superando lo previsto en el marco fiscal. A partir de 2026, el informe advierte que las presiones fiscales se intensificarían, con un déficit fiscal total de 8,1 % del PIB y un déficit primario de 3,5 % del PIB.

Bajo este escenario, Fedesarrollo estima que la deuda neta superaría el ancla de la regla fiscal en 2027, manteniéndose por encima de ese límite en los años siguientes si no se adoptan medidas correctivas.

De ahí que el centro de estudios plantee la necesidad de implementar una estrategia de ajuste fiscal integral a partir de 2027, que combine medidas por el lado de los ingresos y del gasto, con el objetivo de asegurar la sostenibilidad de la deuda pública en el mediano plazo.

Algunas cifras económicas que reflejan las dinámicas del sector al cual pertenece la contratación:

Indicador de Seguimiento a la Economía (ISE) [9]



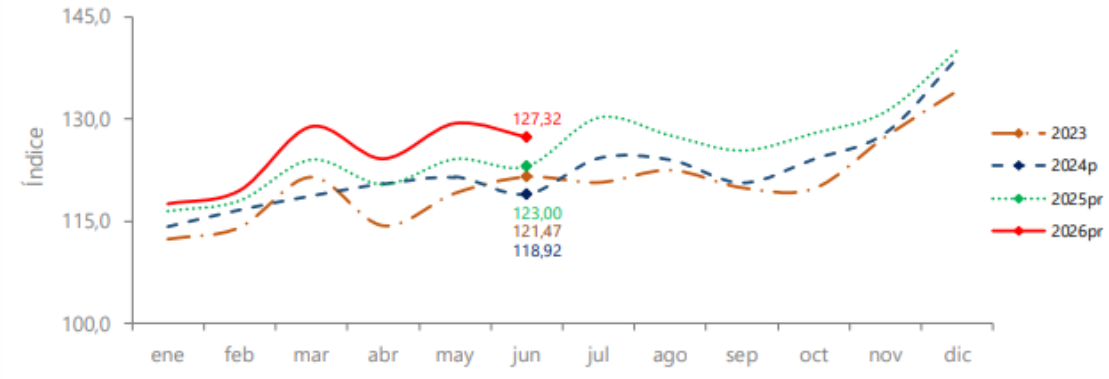
Resultados del Indicador de Seguimiento a la Economía

Comportamiento anual

Para el mes de junio de 2026pr, el ISE en su serie original se ubicó en 127,32, lo que representó un crecimiento de 3,51% respecto al mes de junio de 2025pr (123,00). (Ver gráficos 2 y 3).

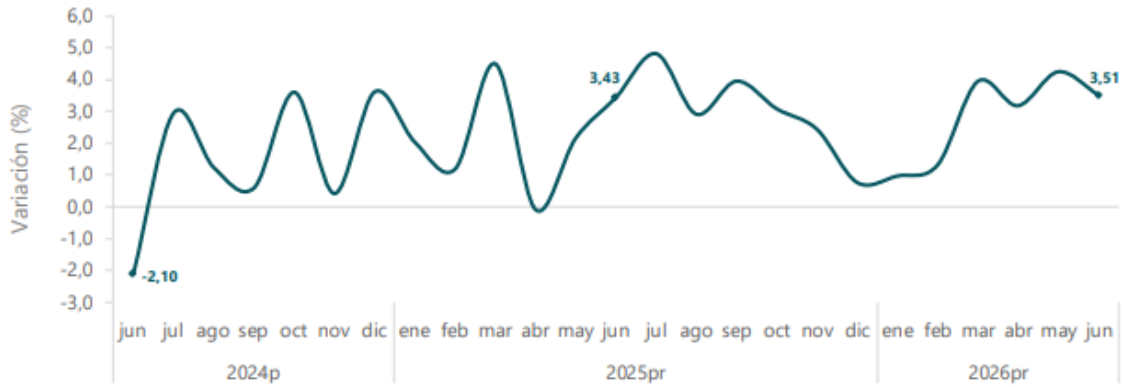
[9] https://www.dane.gov.co/files/operaciones/ISE/bol-ISE-jun2026.pdf

Gráfico 2. Índice del Indicador de Seguimiento a la Economía (base 2015)
Serie original
2023 - 2026pr (junio)



Fuente: DANE, ISE
prpreliminar
pprovisional

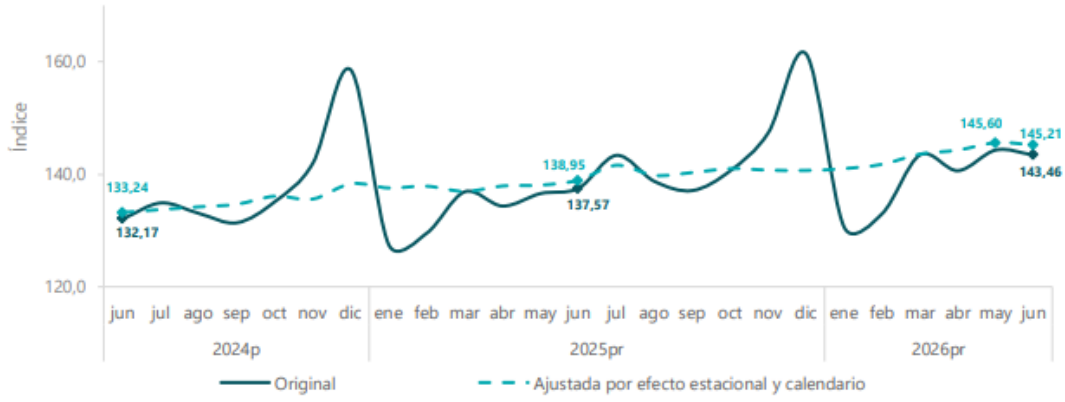
Gráfico 3. Tasa de crecimiento anual del índice del Indicador de Seguimiento a la Economía (ISE)
Serie original
2024p - 2026pr (junio)



Fuente: DANE, ISE
prpreliminar
pprovisional

Resultados del índice de las actividades terciarias

Gráfico 14. Índice de las actividades terciarias (base 2015)
Serie original y serie ajustada por efecto estacional y calendario
2024ᵖ - 2026ᵖʳ (junio)



Fuente: DANE, ISE
ᵖʳpreliminar
ᵖprovisional

Índice de Precios al Consumidor (IPC) [10]

Información julio 2026

Índice de Precios al Consumidor (IPC)

Variación mensual, año corrido y anual
Total nacional
2025 - 2026 (julio)

IPC	Julio					
	Variación mensual		Variación año corrido		Variación anual	
	2025	2026	2025	2026	2025	2026
IPC total	0,28	**0,17**	4,02	**4,94**	4,90	**6,03**

Fuente: DANE, IPC

En julio de 2026 la variación mensual del IPC fue 0,17%, la variación año corrido fue 4,94% y la anual 6,03%.

[10] https://www.dane.gov.co/files/operaciones/IPC/jul2026/bol-IPC-jul2026.pdf

En julio de 2026 la variación anual del IPC fue 6,03%, es decir, 1,13 puntos porcentuales mayor que la reportada en el mismo periodo del año anterior, cuando fue de 4,90%.

El comportamiento mensual del IPC total en julio de 2026 (0,17%) se explicó principalmente por la variación mensual de las divisiones Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles y Restaurantes y hoteles. Las mayores variaciones se presentaron en las divisiones Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles (0,55%) y Salud (0,38%).

Variación y contribución mensual por divisiones de gasto

En el mes de julio de 2026, el IPC registró una variación de 0,17% en comparación con junio de 2026, seis divisiones se ubicaron por encima del promedio nacional (0,17%): Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles (0,55%), Salud (0,38%), Prendas de vestir y calzado (0,31%), Restaurantes y hoteles (0,30%), Bebidas alcohólicas y tabaco (0,25%) y por último, Muebles, artículos para el hogar y para la conservación ordinaria del hogar (0,24%). Por debajo se ubicaron: Información y comunicación (0,04%), Educación (0,00%), Bienes y servicios diversos (-0,11%), Recreación y cultura (-0,13%), Alimentos y bebidas no alcohólicas (-0,13%) y por último, Transporte (-0,24%).

Cuadro 1. IPC Variación y contribución mensual
Según divisiones de gasto
Julio 2025 - 2026

		2025		2026	
Divisiones de Gasto	Peso (%)	Variación (%)	Contribución Puntos Porcentuales	Variación (%)	Contribución Puntos Porcentuales
Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles	33,12	0,19	0,06	0,55	0,17
Salud	1,71	0,39	0,01	0,38	0,01
Prendas de vestir y calzado	3,98	-0,08	0,00	0,31	0,01
Restaurantes y hoteles	9,43	0,35	0,04	0,30	0,03
Bebidas alcohólicas y tabaco	1,70	0,14	0,00	0,25	0,00
Muebles, artículos para el hogar y para la conservación ordinaria del hogar	4,19	0,15	0,01	0,24	0,01
TOTAL	100,00	0,28	0,28	0,17	0,17
Información y comunicación	4,33	0,22	0,01	0,04	0,00
Educación	4,41	0,00	0,00	0,00	0,00
Bienes y servicios diversos	5,36	0,04	0,00	-0,11	-0,01
Alimentos y bebidas no alcohólicas	15,05	0,82	0,15	-0,13	-0,03
Recreación y cultura	3,79	0,05	0,00	-0,13	0,00
Transporte	12,93	0,01	0,00	-0,24	-0,03

Fuente: DANE, IPC
Nota: La diferencia en la suma de las variables obedece al sistema de aproximación en el nivel de dígitos trabajados en el índice.

Los mayores aportes a la variación mensual del IPC (0,17%), se ubicaron en la división de: Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles, la cual aportó 0,17 puntos porcentuales a la variación total.

Perspectiva Técnica

¿Qué garantías tiene el producto, bien o servicio tradicionalmente en el mercado?

Para la ley colombiana de protección al consumidor, producto es todo bien o servicio, por lo tanto los servicios también tienen garantía, y según lo establecido en el Estatuto del Consumidor, Ley 1480, artículo 7° *"En la prestación de servicios en el que el prestador tiene una obligación de medio, la garantía está dada, no por el resultado, sino por las condiciones de calidad en la prestación del servicio, según las condiciones establecidas en normas de carácter obligatorio, en las ofrecidas o en las ordinarias y habituales del mercado"*

Análisis de presupuesto oficial

Valor agregado
¿Por qué pautar en Especiales Periodísticos?
✓ Nueve años de permanencia ininterrumpida.
✓ Alta credibilidad y reconocimiento entre la audiencia.
✓ Experiencia comprobada en campañas institucionales.
✓ Acompañamiento periodístico a las estrategias de comunicación.
✓ Posibilidad de generar **Free Press** para las noticias producidas por la entidad contratante, sin costo adicional.
✓ Difusión en radio y respaldo digital mediante www.todelarmedellin.com.
✓ Atención personalizada y acompañamiento permanente durante la ejecución de la campaña.
✓ Un medio independiente, serio y comprometido con la calidad de sus contenidos.

Derechos del cliente
Especiales Periodísticos
La Voz del Río Grande
Todelar 910 AM
Domingos - 12:00 m.
Director
Alfredo Velásquez Ramírez

Incluye
✓ Tres (3) cuñas grabadas de hasta 30 segundos por emisión.
✓ Publicación de noticias y actividades de la entidad dentro del contenido periodístico del programa (Free Press), sin costo adicional.

Valor
Mes
$1.700.000 Sin IVA
Cuatro meses
$6.800.000

Especiales Periodísticos no ofrece únicamente espacios de emisión. Ofrece una plataforma de comunicación respaldada por nueve años de experiencia, credibilidad y cercanía con la audiencia. Nuestro propósito es convertir cada campaña en una oportunidad para informar, conectar y generar confianza entre las instituciones y la ciudadanía, aportando valor a cada mensaje que llega al aire.

Atentamente.



Alfredo Velásquez R
Periodista – director
3137028092
velasquezalfredo709@gmail.com

El presupuesto del contrato será de **SEIS MILLONES OCHOCIENTOS MIL PESOS M/CTE ($6.800.000) NO RESPONSABLE DE IVA.**

El presupuesto oficial se determinó teniendo en cuenta antecedentes contractuales ejecutados por la entidad en vigencias anteriores para objetos equivalentes y la propuesta económica presentada por el proveedor.

Por otro lado, de conformidad con lo dispuesto en el Decreto 1082 de 2015, específicamente en el artículo 2.2.1.2.1.4.9, que regula los contratos de prestación de servicios profesionales y de apoyo a la gestión, se establece que, para esta modalidad de contratación directa, no es obligatorio obtener varias ofertas previas.

Cabe señalar que esta modalidad de contratación está sujeta a la condición de que la entidad estatal contrate directamente a la persona natural o jurídica que acredite la idoneidad requerida, previa verificación y constancia de la experiencia e idoneidad necesarias para la adecuada ejecución del objeto contractual. Esta verificación y su respectiva constancia quedarán plasmadas en el Acta de Verificación del proceso.

ANÁLISIS DE PERTINENCIA DE LA PROPUESTA ALFREDO VÁSQUEZ

1. **Necesidad institucional**

La propuesta presentada por Alfredo Velásquez Ramírez, director del programa radial Especiales Periodísticos, guarda relación directa con la necesidad identificada por el Municipio de Envigado, toda vez que constituye un medio adecuado para fortalecer la divulgación de programas, proyectos, campañas, servicios y demás acciones institucionales, en concordancia con el objetivo de la Oficina Asesora de Comunicaciones de mantener informada a la ciudadanía sobre la gestión pública y la oferta institucional. El programa se transmite por La Voz del Río Grande - Todelar 910 AM, cuenta con nueve años de trayectoria ininterrumpida y se ha consolidado como un espacio informativo de interés público e institucional, características que se ajustan a la necesidad de contar con medios de comunicación con credibilidad, reconocimiento y capacidad de difusión.

Asimismo, la propuesta contempla la emisión de tres cuñas radiales de hasta 30 segundos por cada programa, lo cual coincide plenamente con el objeto contractual definido por el Municipio:“Emisión de mensajes radiales institucionales para garantizar la divulgación de la información a la ciudadanía de los programas, políticas y proyectos públicos del Municipio de Envigado”. De esta manera, el servicio ofrecido permite dar cumplimiento a la estrategia institucional orientada a informar oportunamente a la comunidad, promover el acceso a la información pública y fortalecer los procesos de comunicación pública para la gobernanza.

De igual forma, Especiales Periodísticos cuenta con cobertura en el Área Metropolitana del Valle de Aburrá, incluyendo el municipio de Envigado, además de presencia en diferentes subregiones de Antioquia y

transmisión a través de plataformas digitales, lo que contribuye a ampliar el alcance de las estrategias de comunicación institucional y a diversificar las audiencias receptoras de los mensajes oficiales. Adicionalmente, su público objetivo está conformado por ciudadanos, líderes sociales, servidores públicos, empresarios y personas interesadas en la actualidad regional e institucional, segmentos afines a los públicos que la Administración Municipal busca impactar mediante sus acciones de divulgación.

Por lo anterior, la propuesta resulta pertinente y conveniente para atender la necesidad planteada por la Administración Municipal, ya que ofrece un espacio radial con trayectoria, posicionamiento, cobertura y experiencia en campañas institucionales, aspectos que favorecen la difusión efectiva de la información pública. En consecuencia, contribuye al cumplimiento del proyecto"Fortalecimiento de la Comunicación Pública para la Gobernanza en el Municipio de Envigado", facilitando que los programas, servicios, campañas y proyectos de la Administración lleguen de manera oportuna, accesible y efectiva a la comunidad.

2. Trayectoria del medio

De acuerdo con la información aportada en la propuesta, el programa radial Especiales Periodísticos cuenta con una trayectoria de nueve (9) años de emisión ininterrumpida, desde su creación en 2017, consolidándose como un espacio de información y análisis orientado a la divulgación de contenidos de interés público, institucional y ciudadano. Bajo la dirección de Alfredo Velásquez Ramírez, el programa ha mantenido una presencia constante en la parrilla de La Voz del Río Grande de Todelar 910 AM, situación que evidencia experiencia, continuidad y permanencia dentro del entorno radial regional.

La permanencia del programa durante casi una década constituye un indicador de reconocimiento y posicionamiento ante sus audiencias. Según la propuesta, Especiales Periodísticos se ha caracterizado por promover contenidos elaborados bajo criterios de rigor periodístico, responsabilidad informativa y utilidad pública, convirtiéndose en un espacio idóneo para la divulgación de campañas institucionales, programas gubernamentales, iniciativas sociales y mensajes de interés ciudadano. Adicionalmente, acredita experiencia en la difusión de campañas para diferentes entidades públicas y privadas, así como para organismos de carácter regional y local.

Particularmente, el programa ha desarrollado una línea editorial enfocada en la difusión de información institucional y de interés colectivo, permitiendo acercar a la ciudadanía a los temas relacionados con la gestión pública, los proyectos gubernamentales y las dinámicas sociales del territorio. Esta experiencia le ha permitido comprender las necesidades de comunicación de las entidades públicas y constituirse en un canal adecuado para la divulgación de programas, campañas, servicios y estrategias dirigidas a la comunidad.

Asimismo, la experiencia acumulada por Especiales Periodísticos se encuentra respaldada por la trayectoria de Todelar, una de las cadenas radiales más tradicionales de Colombia, fundada en 1953 por Bernardo Tobón de la Roche y con presencia histórica en gran parte del territorio nacional. La Voz del Río Grande 910 AM hace parte de esta red radial y cuenta con cobertura en el Valle de Aburrá y otras subregiones de Antioquia, lo que fortalece la capacidad de difusión del programa y su alcance hacia diversos públicos. Estas características evidencian la experiencia, estabilidad y capacidad de posicionamiento del medio, constituyéndose en un canal idóneo para apoyar las estrategias de comunicación pública del Municipio de Envigado.

3. Alcance del medio y pertinencia del público

De acuerdo con la información suministrada en la propuesta, el programa radial Perfiles cuenta con un importante alcance y capacidad de difusión a través de su emisión en La Voz del Río Grande de Todelar 910 AM, una emisora de amplia tradición en Antioquia y perteneciente a la cadena radial Todelar, organización con presencia histórica en diferentes regiones del país desde 1953. Según la propuesta, el programa tiene cobertura en los diez municipios del Valle de Aburrá y en otros municipios antioqueños como Rionegro, Guarne, La Ceja, Marinilla, El Retiro, Venecia, Entrerríos, San Vicente, Sopetrán e Hispania, entre otros, alcanzando aproximadamente el 80 % del territorio departamental. Estas condiciones favorecen la difusión de mensajes institucionales a una audiencia amplia y geográficamente diversa.

Las características del medio evidencian una capacidad relevante para apoyar la divulgación de información institucional más allá de los canales propios de la Administración Municipal. Perfiles cuenta con una trayectoria de 25 años y se transmite a través de una emisora respaldada por la cadena Todelar, uno de los grupos radiales más reconocidos de Colombia, con presencia en múltiples departamentos y una amplia tradición en la radiodifusión nacional. La permanencia del programa y el respaldo de una cadena radial consolidada reflejan experiencia, estabilidad, reconocimiento y capacidad para posicionar contenidos de interés público entre sus oyentes.

Particularmente, Perfiles está dirigido principalmente a personas mayores de 45 años pertenecientes a los estratos 1, 2, 3 y 4, y desarrolla contenidos relacionados con temas administrativos, ambientales, económicos, culturales y de salud, además de entrevistas y reportajes sobre asuntos de interés ciudadano. Estas características resultan pertinentes para la divulgación de campañas, programas, proyectos, servicios y convocatorias del Municipio de Envigado, toda vez que los mensajes institucionales son transmitidos en un entorno informativo afín a los objetivos de comunicación pública, transparencia y participación ciudadana. En consecuencia, el alcance territorial, la trayectoria del programa y el perfil de su audiencia constituyen elementos que respaldan la pertinencia de Perfiles como canal estratégico para fortalecer la visibilidad de la gestión institucional y el acceso de la comunidad a la información pública.

4. Conclusión

Del análisis realizado se concluye que el programa radial Especiales Periodísticos reúne características que guardan una relación directa con la necesidad identificada por el Municipio de Envigado de fortalecer la divulgación de información institucional mediante medios de comunicación externos. Su trayectoria de nueve años de emisión ininterrumpida, su experiencia en la difusión de campañas institucionales y su enfoque informativo orientado a contenidos de interés público lo convierten en un canal idóneo para contribuir a la difusión de programas, proyectos, campañas y servicios de la Administración Municipal.

La pertinencia del medio se sustenta además en su vinculación con La Voz del Río Grande 910 AM, emisora perteneciente a la cadena radial Todelar, organización con una trayectoria nacional que se remonta a 1953 y que históricamente ha mantenido presencia en distintas regiones del país. A ello se suma la cobertura de la emisora en el Valle de Aburrá y otras subregiones de Antioquia, así como la posibilidad de acceso a sus contenidos a través de plataformas digitales, factores que favorecen el alcance y la difusión de los mensajes institucionales dirigidos a la ciudadanía.

En consecuencia, y considerando de manera integral su trayectoria, cobertura, reconocimiento, perfil de audiencia y capacidad de difusión, se concluye que Especiales Periodísticos cuenta con condiciones favorables para apoyar las estrategias de comunicación pública del Municipio de Envigado y contribuir al cumplimiento del Proyecto “Fortalecimiento de la Comunicación Pública para la Gobernanza”, permitiendo que la información institucional llegue de manera oportuna, efectiva y accesible a los diferentes sectores de la comunidad.

Datos tributarios a tener en cuenta.

ESTATUTO TRIBUTARIO. Artículo 468. Tarifa general del impuesto sobre las ventas.

* -Modificado- La tarifa general del impuesto sobre las ventas es del diecinueve por ciento (19%) salvo las excepciones contempladas en este título

A partir del año gravable 2017, del recaudo del impuesto sobre las ventas un (1) punto se destinará así:

a) 0.5 puntos se destinarán a la financiación del aseguramiento en el marco del Sistema General de Seguridad Social en Salud.

b) 0.5 puntos se destinarán a la financiación de la educación. El cuarenta por ciento (40%) de este recaudo se destinará a la financiación de la Educación Superior Pública.

PARÁGRAFO 1°. Los directorios telefónicos quedarán gravados a la tarifa general del impuesto sobre las ventas, únicamente cuando se transfieran a título oneroso.

ESTATUTO TRIBUTARIO articulo 447 En la venta y prestación de servicios regla general.
En la venta y prestación de servicios, la base gravable será el valor total de la operación, sea que ésta se realice de contado o a crédito, incluyendo entre otros los gastos directos de financiación ordinaria, extraordinaria, o moratoria, accesorios, acarreos, instalaciones, seguros, comisiones, garantías y demás erogaciones complementarias, aunque se facturen o convengan por separado y aunque, considerados independientemente, no se encuentren sometidos a imposición.

PARÁGRAFO. Sin perjuicio de la acusación del impuesto sobre las ventas, cuando los responsables del mismo financien a sus adquirentes o usuarios el pago del impuesto generado por la venta o prestación del servicio, los intereses por la financiación de este impuesto, no forman parte de la base gravable.

La Dirección de Compras relaciona los impuestos, tasas, estampillas y contribuciones que estimas aplicables al proceso de contratación, en concordancia con el Acuerdo N°046 del 2024 "Estatuto Tributario del Municipio de Envigado" y el Acuerdo N°057 del 2025 “Por medio del cual se modifica y adiciona parcialmente, el Acuerdo N°046 del 2024 Estatuto Tributario Municipal

La retención de los impuestos, tasas, estampillas y contribuciones correspondientes es competencia exclusiva de la Secretaría de Hacienda, previa revisión que ésta efectúe a la información exigible y aportada por el supervisor del contrato a la Secretaría referida, lo anterior para efectos de las retenciones y pagos correspondientes, atendiendo a la circular No Circular 20250000146 de 26 de diciembre de 2025.

Tras la revisión del acuerdo por parte de la Dirección de Compras, se estima que para el presente contrato NO APLICAN los siguientes:

•**IMPUESTO DE INDUSTRIA Y COMERCIO:** Según Acuerdo Municipal 046 de 2024, Capítulo II, en su artículo 44 establece: "ACTIVIDADES Y ENTIDADES NO SUJETAS (PROHIBIDO GRAVAMEN). No se gravan con el impuesto de industria y comercio los ingresos generados por las siguientes actividades: 9. Las profesiones liberales realizadas de forma individual por personas naturales. o 10. Los contratos de apoyo a la gestión con personas naturales inferiores al 10% de la menor cuantía".

•**TASA PRO DEPORTE Y RECREACIÓN:** Según Acuerdo Municipal 046 de 2024, Capítulo XV, en su artículo 179 establece: "EXCLUSIONES. De conformidad con lo señalado en la Ley habilitante, están excluidas de la tasa pro deporte y recreación los convenios y contratos de condiciones uniformes de los servicios públicos domiciliarios, de prestación de servicios suscritos con personas naturales, educativos y los que tienen que ver con el refinanciamiento y el servicio de la deuda pública".

•**ESTAMPILLA PRO CULTURA:** Según Acuerdo Municipal 046 de 2024, establecida en el Capítulo XVI, en su artículo 191 establece: "EXCLUSIONES. Están excluidos de la estampilla procultura los siguientes actos jurídicos: 1. Contratos de prestación de servicios suscritos con personas naturales o jurídicas".

•**ESTAMPILLA PARA EL BIENESTAR DEL ADULTO MAYOR:** Según Acuerdo Municipal 046 de 2024, establecida en el Capítulo XVII, en su artículo 199 indica: "EXCLUSIONES. Están excluidos de la estampilla para el bienestar del adulto mayor los siguientes actos jurídicos: 1. Contratos de prestación de servicios suscritos con personas naturales".

•**ESTAMPILLA PRO DESARROLLO DE LA INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO I.U.E:** Según Acuerdo Municipal 046 de 2024, establecida en el Capítulo XVIII, en su artículo 207 indica: "EXCLUSIONES. Están excluidos de la estampilla pro desarrollo Institución Universitaria de Envigado (IUE) los siguientes actos jurídicos: 2. Contratos de prestación de servicios profesionales. o 3. Contratos de prestación de servicios de apoyo a la gestión".

La anterior verificación se realizó conforme a la normativa vigente y a los lineamientos establecidos para este tipo de contratación.

PARÁGRAFO 1: Se aplicarán al valor total de las adiciones, modificaciones y otrosí de todos los contratos celebrados por el Municipio de Envigado en su administración central.

PARÁGRAFO 2: El pago de los Impuestos, Tasas, Estampillas y Contribuciones a que haya lugar se realizará únicamente después de la expedición del documento de cobro, diseñado por la Secretaría de Hacienda y diligenciado por el supervisor, conforme al Acuerdo N°057 del 2025 "Por medio el cual se modifica y adiciona parcialmente, el Acuerdo N°046 del 2024 Estatuto Tributario Municipal" y la "Circular 20250000146 de 26 de diciembre de 2025". Nota: Corresponde al supervisor verificar que el pago sea efectuado oportunamente.

PARÁGRAFO 3: Si durante la suscripción y ejecución del contrato el contratista llegare a cambiar de régimen tributario, tendrá la obligación de informar y facturar en los términos de la Ley, caso en el cual la totalidad de los impuestos se entenderán incluidos dentro del valor total del contrato.

(Firmado electrónicamente a través de la plataforma SECOP II)

RAUL CARDONA GONZÁLEZ
Alcalde
Ordenador del Gasto

Elaboró *Documento elaborado según información consignada por la unidad ejecutora en la solicitud de adquisiciones*		
Nombre	Sara Cuartas Zabala	*(Firmado digitalmente a través de SECOP II)*
Dependencia	Dirección de compras	
Fecha de elaboración	18 de agosto de 2026	