Contrato N° ENV-04-09-1490-26	
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]:	Cinco millones de pesos ($5.000.000), **No responsable de IVA** Respaldado en el CDP N°20260811 expedido por la secretaría de hacienda para la vigencia 2026.
Valor mensual estimado:	Cuota 1: $1.666.666 Cuota 2: $1.666.666 Cuota 3: $1.666.668
Plazo estimado:	El plazo estimado para la ejecución del objeto contractual será de tres (3) meses.

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?	Sí, la entidad requiere una persona natural que cuente con un espacio radial en una emisora local, regional o nacional, lo cual será acreditado mediante certificación expedida por la emisora en donde se transmite el programa radial. Actualmente, la dependencia requiere garantizar la divulgación e información oportuna de los programas y proyectos institucionales a la comunidad, facilitando la difusión masiva de contenidos y actuaciones del Municipio a través de medios radiales de amplia cobertura. Por lo anterior, surge la necesidad de contratar los servicios de una persona natural con experiencia en el sector radial para la ejecución de las obligaciones orientadas a la producción, emisión y difusión de los contenidos institucionales, permitiendo el cumplimiento de las metas de comunicación estratégica de la entidad. En consecuencia, la contratación de una persona natural con el perfil adecuado y disponibilidad de espacio radial es una medida idónea, necesaria y conveniente para asegurar el desarrollo eficiente de las estrategias de comunicación pública, garantizando el alcance efectivo de la información a la ciudadanía y el cumplimiento normativo en el manejo de los recursos públicos.
¿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?	Si, la entidad ha requerido este tipo de contratación para servicios iguales o similares al que se debe desarrollar a través del presente objeto contractual.

Interrogante	Respuesta
¿Cuál fue el valor del contrato y sus condiciones?	El Municipio de Envigado ha contratado servicios como: **Código contractual:** ENV-04-09-1552-25 **Valor total:** $ 5.000.000 **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:** 3 meses
¿La necesidad de la Entidad Estatal fue satisfecha con los procesos de contratación anteriores?	Si, al momento del presente análisis no se cuentan con reportes de posibles incumplimientos por parte de la unidad ejecutora, tal y como lo demuestra los informes de ejecución parciales y finales en la plataforma SECOP II.
¿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 | $1.666.666 Cuota 2 | $1.666.666 Cuota 3 | $1.666.668 **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 pago se realizará mediante transferencia electrónica a la cuenta bancaria previamente informada por el contratista.

Interrogante	Respuesta
	No habrá lugar al reconocimiento ni al pago de actividades, productos, entregables o prestaciones que no hayan sido ejecutados, acreditados o recibidos a satisfacción por la supervisión del contrato. Lo anterior, sin perjuicio de la aplicación de las medidas, procedimientos, deducciones, multas, cláusulas sancionatorias o demás mecanismos contractuales y legales a que haya lugar en caso de incumplimiento. El reconocimiento y pago de las actividades, productos o entregables respecto de los cuales se hayan formulado observaciones procederá únicamente cuando el contratista acredite su cumplimiento y estos sean recibidos a satisfacción por la supervisión del contrato. De los pagos se efectuarán las retenciones, descuentos e impuestos a que haya lugar conforme a la normativa tributaria vigente y al régimen aplicable al contratista, cuya verificación estará a cargo de la Secretaría de Hacienda. **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.

INFORMACIÓN QUE SUSTENTA EL ANÁLISIS

Perspectiva organizacional

Modalidad contractual: Contratación Directa. Prestación de Servicios profesionales y de apoyo a la gestión.

JUSTIFICACIÓN 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 objetivo 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.

ANÁLISIS DE PERTINENCIA DE LA PROPUESTA GILBERTO ARENAS

Necesidad institucional

La propuesta presentada por Gilberto Arenas Gaviria, director del programa radial El Clan Informativo, guarda relación directa con la necesidad identificada por el Municipio de Envigado, toda vez que ofrece un espacio de difusión radial orientado a fortalecer la divulgación de programas, proyectos, campañas, servicios y demás acciones institucionales de la Administración Municipal. El programa cuenta con 25 años de trayectoria ininterrumpida, se transmite por Tropicana 830 AM Caracol los sábados de 12:00 m. a 1:00 p. m. y se encuentra posicionado entre los oyentes de Medellín, el Área Metropolitana y diversos municipios de Antioquia, características que se ajustan al propósito institucional de ampliar el alcance de las estrategias de comunicación pública.

Asimismo, la propuesta contempla la emisión de cuatro mensajes radiales institucionales por programa y una sección de tres minutos destinada a la divulgación de noticias, programas y servicios de la Alcaldía de Envigado, lo cual coincide plenamente con el objeto contractual definido por la Administración Municipal, consistente en garantizar la divulgación de la información relacionada con programas, políticas y proyectos públicos. La estructura y periodicidad del espacio permiten una difusión constante y oportuna de los contenidos institucionales, favoreciendo el acceso de la ciudadanía a la información pública, la transparencia y la participación ciudadana.

De igual manera, El Clan Informativo cuenta con cobertura en el municipio de Envigado, el Valle de Aburrá y otros municipios de Antioquia a través de la señal de Tropicana 830 AM, complementada con presencia en plataformas digitales y emisoras virtuales, lo que contribuye a ampliar la cobertura de los mensajes institucionales y a diversificar las audiencias receptoras. Adicionalmente, el programa aborda temas de interés general como medio ambiente, salud, movilidad, deporte y actualidad local, aspectos que favorecen la conexión con diferentes sectores de la comunidad y fortalecen la difusión de información de carácter público.

Por lo anterior, la propuesta resulta pertinente y conveniente para atender la necesidad planteada por la Oficina Asesora de Comunicaciones, toda vez que ofrece un medio radial con trayectoria, reconocimiento, cobertura y capacidad de difusión acordes con los objetivos del proyecto "Fortalecimiento de la Comunicación Pública para la Gobernanza en el Municipio de Envigado", contribuyendo a que la información institucional llegue de manera efectiva, oportuna y accesible a los distintos sectores de la ciudadanía.

Trayectoria del medio

De acuerdo con la propuesta presentada por Gilberto Arenas Gaviria, el programa radial El Clan Informativo cuenta con una trayectoria de 25 años de permanencia ininterrumpida al aire, consolidándose como un espacio informativo orientado a la difusión de temas de interés ciudadano relacionados con medio ambiente, salud, movilidad, deporte, gestión pública y actualidad regional. Según la propuesta, el programa se transmite por Tropicana 830 AM Caracol Radio y ha logrado posicionarse entre los oyentes de Medellín, el Área Metropolitana y diversos municipios de Antioquia, lo que evidencia experiencia, continuidad y reconocimiento dentro del entorno radial regional.

La permanencia del programa durante más de dos décadas constituye un indicador de estabilidad y aceptación entre sus audiencias. De acuerdo con la oferta presentada, El Clan Informativo se dirige a público mayor de 18 años y aborda contenidos de interés general mediante un formato orientado a la información y la actualidad, aspecto que le ha permitido mantener una presencia constante en la radio regional y servir como escenario para la difusión de asuntos institucionales y comunitarios.

Por su parte, Tropicana es una cadena radial de Caracol Radio, perteneciente a PRISA Radio, con presencia nacional y una amplia trayectoria en el mercado radial colombiano desde la década de 1990. En Medellín opera en la frecuencia 98.9 FM y 830 AM, manteniendo cobertura para el Valle de Aburrá y su área de influencia. La vinculación de El Clan Informativo a una emisora respaldada por una cadena radial de alcance nacional fortalece su capacidad de difusión y alcance de audiencia, constituyendo un canal idóneo para la divulgación de mensajes institucionales y contenidos de interés público dirigidos a la ciudadanía.

Alcance del medio y pertinencia del público

De acuerdo con la propuesta, El Clan Informativo se transmite los sábados de 12:00 m. a 1:00 p. m. por Tropicana 830 AM. Para esta franja horaria, el documento reporta una audiencia estimada de entre 80.000 y 100.000 oyentes, con base en el estudio de audiencia aportado. Esta capacidad de difusión, sumada a la cobertura indicada para Medellín, el Área Metropolitana, Envigado y otros municipios de Antioquia, permite que los mensajes institucionales alcancen públicos ubicados dentro y fuera del territorio municipal.

Adicionalmente, la presentación señala que Tropicana Medellín dispone de diferentes canales para ampliar el acceso a sus contenidos, como la radio digital, sesiones de streaming, sitio web y las redes sociales.

En consecuencia, la audiencia estimada para la franja del programa y la disponibilidad de canales radiales, digitales, web y sociales respaldan la pertinencia de Tropicana Medellín como medio para divulgar información del Municipio de Envigado. Particularmente, la combinación de la frecuencia 830 AM con los canales digitales de la emisora favorece una difusión complementaria de campañas, programas, servicios y proyectos institucionales, sin limitar el acceso a una única modalidad de escucha.

Conclusión

Del análisis realizado se concluye que el programa radial El Clan Informativo reúne características relacionadas de manera directa y razonable con la necesidad del Municipio de Envigado de fortalecer la divulgación de información institucional mediante medios externos. Su propuesta contempla la emisión de cuatro mensajes radiales institucionales por programa y una sección de tres minutos sobre noticias y programas de la Alcaldía de Envigado, lo que favorece la difusión de campañas, servicios, proyectos y demás acciones de interés ciudadano.

La pertinencia del medio se sustenta en sus 25 años de permanencia ininterrumpida al aire, su transmisión los sábados de 12:00 m. a 1:00 p. m. por Tropicana 830 AM y la audiencia estimada en la propuesta para dicha franja, situada entre 80.000 y 100.000 oyentes. Como valor agregado, la propuesta ofrece señal para todo el mundo a través de tropicanafm.com y de wwwdeportesymasconmarino.com, esta última identificada en el documento como una emisora virtual desde Boston, Massachusetts, Estados Unidos, lo que amplía las posibilidades de acceso a los contenidos y mensajes institucionales por medios digitales.

En consecuencia, considerando integralmente la trayectoria del programa, su franja de emisión, el alcance señalado, la disponibilidad de canales radiales y digitales, y la inclusión de espacios específicos para divulgar información municipal, se concluye que El Clan Informativo presenta condiciones favorables para apoyar las estrategias de comunicación pública del Municipio de Envigado y contribuir al proyecto “Fortalecimiento de la Comunicación Pública para la Gobernanza”, facilitando que la información institucional llegue de manera oportuna y accesible a la ciudadanía.

Cadenas de producción Y/o distribución del servicio.

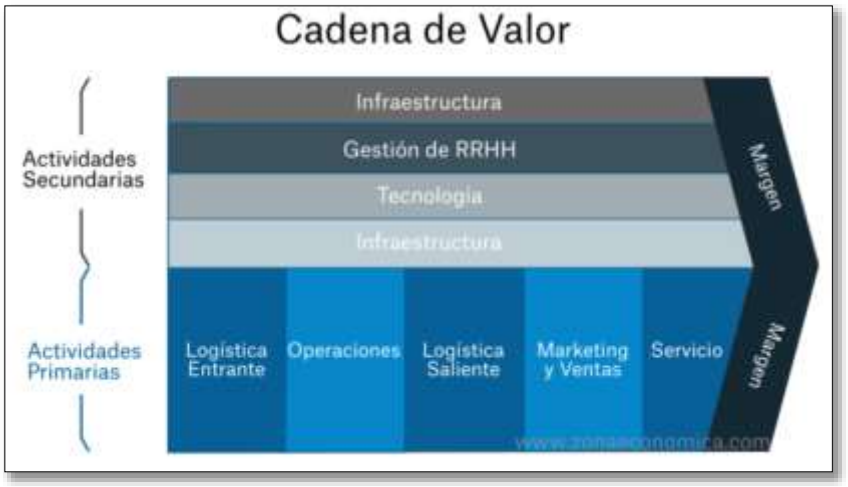
En la prestación de servicios la cadena de producción y/o distribución está enmarcada en la calidad y la satisfacción del servicio, en donde el cliente experimenta factores diferenciadores como la recordación, la lealtad y la fidelidad que lleva a generar la nueva contratación y la recompra.

La Cadena de Valor Genérica[2]

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

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.



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**

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.

[3] http://enciclopedia.banrepcultural.org/index.php?title=Sectores_econ%C3%B3micos
[4] https://concepto.de/sector-terciario/#ixzz5tJlVswQT

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 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)

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

- 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
-
- 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**.

[6] https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/cuentas-nacionales/cuentas-nacionales-trimestrales/pib-informacion-tecnica

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

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



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

En el segundo trimestre de 2026pr, el Producto Interno Bruto en su serie original, crece 3,5% respecto al mismo periodo de 2025pr (ver tabla 1). 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 10,0% (contribuye 1,7 puntos porcentuales a la variación anual).

•

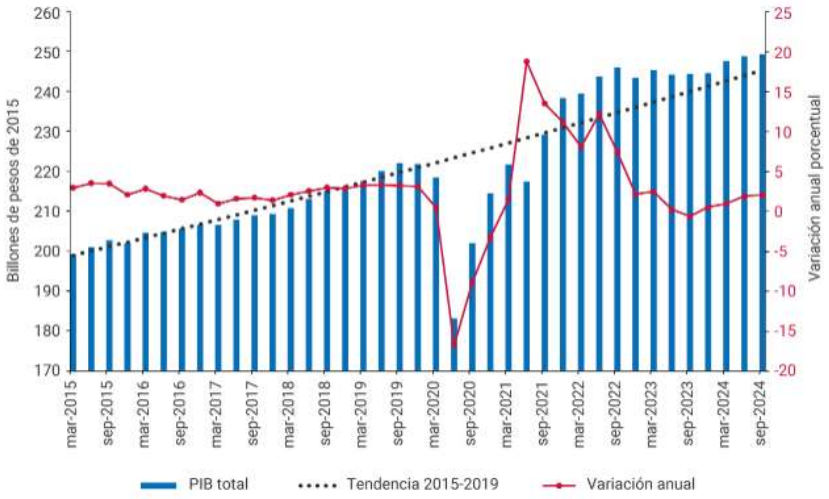
Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas; Transporte y almacenamiento; Alojamiento y servicios de comida crece 2,2% (contribuye 0,5 puntos porcentuales a la variación anual).

•

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

Estado y Perspectivas económicas al 2026[8]

Gráfico 1. Niveles de PIB y variaciones anuales
(series corregidas por estacionalidad y efectos calendario)



Cada vez que la autoridad monetaria se reúne para adoptar decisiones de tasas de interés requiere respuestas a dos preguntas fundamentales: ¿dónde está la economía? y ¿para dónde va la

[8] https://www.banrep.gov.co/es/blog/estado-perspectivas-economia-colombiana

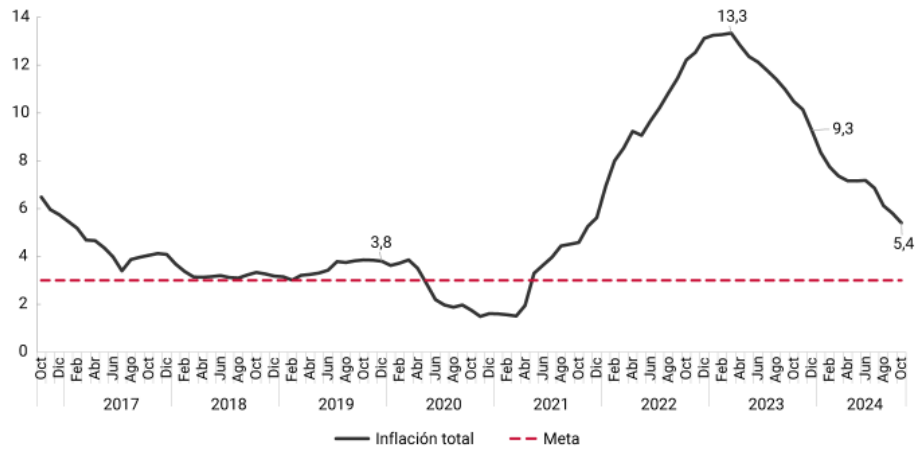
economía? Contestar estas preguntas no es una tarea fácil. Por una parte, los rezagos de la información estadística dificultan contar con un panorama completo para responder a la primera pregunta. Y por otra, la incertidumbre sobre el comportamiento futuro de variables económicas locales y externas limitan la precisión de los pronósticos para responder a la segunda. Esta es una de las razones que exige que tales decisiones deban tomarse con cautela, pues nunca es posible tener la certeza que sería deseable sobre esas respuestas. Aprovechando la reciente publicación del reporte del Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE) sobre el crecimiento del producto interno bruto (PIB) en el tercer trimestre del año, los datos sobre la inflación a fin de octubre, y otros indicadores importantes, en este blog ofrecemos una aproximación a las respuestas en cuestión.
El Gráfico 1 muestra la serie del PIB corregida por factores estacionales y de calendario, lo cual permite hacer un seguimiento más preciso de la actividad económica. Puede observarse que a partir del cuarto trimestre de 2023 la economía colombiana inició una tendencia de recuperación tanto en niveles del PIB (barras azules) como en sus variaciones anuales (línea roja). En efecto, luego de que el PIB se contrajo 0,7 % en el tercer trimestre de 2023 frente al mismo período de 2022, en el último trimestre de 2023 se expandió 0,5 %, seguido por crecimientos anuales consecutivos de 0,9 %, 1,8 %, y 2,0 %, en los primeros tres trimestres de 2024. De esta manera, para el acumulado hasta septiembre, la economía colombiana había logrado un crecimiento de 1,6 % frente al mismo período de 2023. Si bien este es un dinamismo todavía modesto, debe tenerse en cuenta que se trata de un crecimiento obtenido en medio del ajuste económico requerido para conducir la inflación a la meta del 3 % y moderar los excesos de gasto sobre el ingreso del país que en 2022 alcanzaron un valor elevado (6,1 % del PIB).

El crecimiento económico observado ha estado asociado con la progresiva recuperación del consumo de los hogares, principalmente en su componente de bienes no durables, así como con la expansión de la formación bruta de capital favorecida por el buen desempeño de las obras civiles, lo cual ha impulsado la demanda interna hasta lograr un aumento de 3,9 % anual en el tercer trimestre de 2024. Por el lado de la oferta se ha observado un desempeño dispar entre los sectores productivos. Las actividades primarias y terciarias han venido liderando el crecimiento en contraste con el bajo desempeño de las secundarias. Entre las actividades primarias ha sobresalido el fuerte dinamismo del sector agropecuario, que en lo corrido del año hasta septiembre creció a una tasa anual promedio de 8,9 %, y en el tercer trimestre se expandió 10,5 %. Dentro de los sectores terciarios se destacan los buenos resultados de las actividades artísticas y de entretenimiento, servicios de la administración pública y, recientemente, las actividades financieras y de seguros. En contraste, las actividades secundarias se han visto afectadas por la progresiva contracción de la industria manufacturera, aunque a ritmos cada vez menores (-0,9 % anual en el tercer trimestre). Adicionalmente, la contracción de las edificaciones, en especial de vivienda, ha afectado el desempeño de la construcción que sin embargo ha logrado ser compensado por el buen crecimiento de las obras civiles, que en el tercer trimestre se expandieron al 16,6 % respecto a igual período del año anterior.

En el contexto de un fortalecimiento moderado de la demanda interna, la inflación de precios al consumidor ha continuado su proceso de convergencia hacia la meta de 3,0 % en lo corrido de 2024. Es así como a fin de octubre la inflación anual se ubicó en 5,4 %, inferior en casi 4 puntos porcentuales (pp) a la registrada a fin de 2023 (9,3 %), y menos de la mitad del pico que esta alcanzó en marzo del año anterior (13,3 %) (Gráfico 2)

Gráfico 2. Inflación anual de precios al consumidor

(porcentajes)



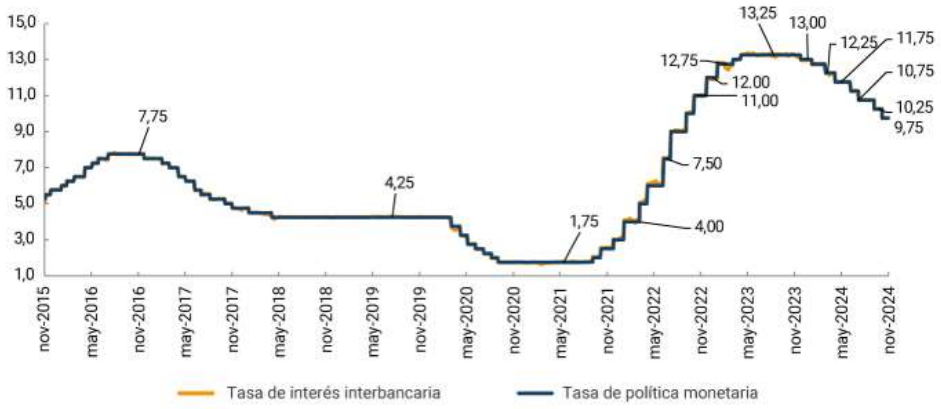
La reducción de la inflación total entre fin de 2023 y octubre de 2024 ha sido liderada por la caída de la inflación de alimentos (de 5,0 % a 1,7 %) así como por la disminución de la inflación de regulados (de 17,2 % a 9,5 %). La inflación básica sin alimentos ni regulados también se ha reducido (de 8,4 % a 5,4 %), aunque a un ritmo menor del que ha mostrado la inflación total. Esto se explica por la relativa rigidez de la inflación de servicios frente a la flexibilidad de la inflación de bienes. Mientras que la primera solo se redujo en lo corrido de 2024 de 9,0 % a 7,3 % en octubre, la inflación anual de bienes disminuyó de 7,1 % a 0,4 % en el mismo período. Ello obedece a que la inflación de servicios, que incluye rubros tan importantes como los arrendamientos y las comidas fuera del hogar, tiende a ser relativamente más indexada a las expectativas de inflación, que en buena medida dependen de la inflación observada. Por el contrario, la inflación de bienes se ha visto favorecida por la reducción de los precios internacionales y por la moderación de la demanda interna.

De la política monetaria muchas veces se ha dicho que es más arte que ciencia. Esta afirmación puede tener mucho de cierto si se tienen en cuenta las condiciones de incertidumbre que rodean las decisiones de tasas de interés, mediante las cuales la política monetaria persigue dos objetivos fundamentales: una inflación alrededor de su meta y un crecimiento económico en torno a su potencial.

Este equilibrio se puede perder por choques de oferta y/o demanda como los que han ocurrido en Colombia durante los últimos años. La tarea de la autoridad monetaria consiste en manejar la tasa de interés de política para restablecer dicho equilibrio tratando al mismo tiempo de minimizar los costos en términos de actividad económica.

Gráfico 3. Tasa de política monetaria (TPM) vs. tasa de interés interbancaria (TIB)

(porcentajes)



El Gráfico 3 muestra la evolución reciente de la tasa de interés interbancaria para préstamos a un día entre las entidades financieras (TIB), la cual es definida fundamentalmente por la senda de decisiones que adopta la Junta Directiva del Banco de la República sobre la tasa de política monetaria (TPM). Dichas decisiones estuvieron encaminadas a cumplir los objetivos de política monetaria antes señalados, manteniendo siempre una especial cautela, debido a la incertidumbre resultante de no contar con respuestas exactas a las dos preguntas mencionadas al inicio de este blog.

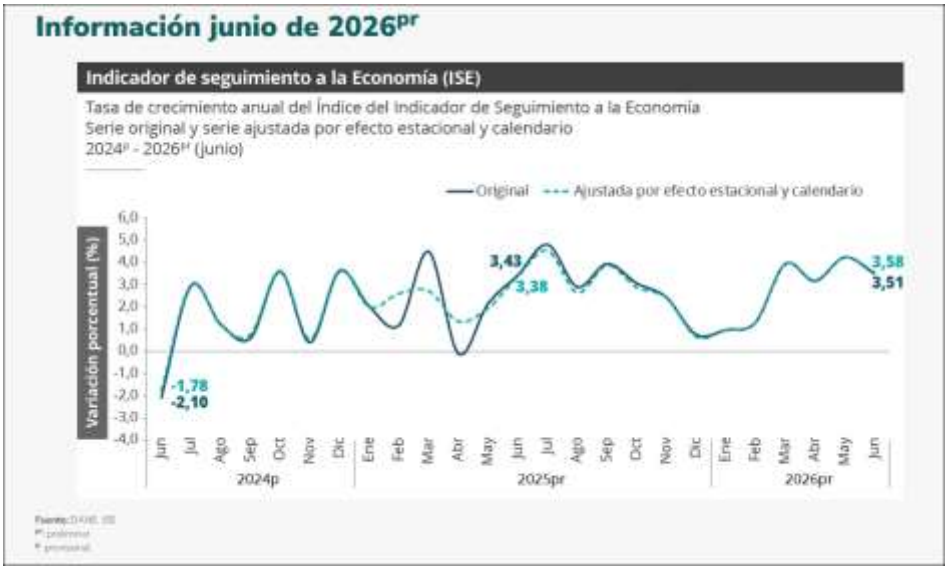
La postura contractiva que la política monetaria adoptó progresivamente a partir de septiembre de 2021 logró moderar el crecimiento de la economía, y con ello los excesos de demanda que surgieron a raíz de la fuerte expansión que la actividad económica experimentó luego de la pandemia. Como muestra el Gráfico 1, el crecimiento económico se desaceleró gradualmente tal como lo requería el proceso de ajuste. Sin embargo, se destaca que a lo largo de este período de ajuste no se presentó una recesión económica, algo que usualmente se asocia con dos trimestres consecutivos de contracción económica. Aún más importante, la línea punteada en esa gráfica permite ver que, pese al proceso de ajuste, los niveles de actividad económica se mantuvieron en 2022, 2023 y lo corrido de 2024 por encima de lo que hubieran sido en ausencia de la pandemia si se hubieran mantenido las

tasas de crecimiento del período previo. Esto resalta el esfuerzo por minimizar el sacrificio en términos de actividad económica que la Junta Directiva llevó a cabo todo el tiempo. El Gráfico 2 muestra que este ajuste está dando sus frutos, al lograr revertir en alto grado el proceso inflacionario en un proceso que se espera continúe a lo largo de 2025. Ello ha permitido a la Junta avanzar durante 2024 en el relajamiento de la política monetaria que aún está en curso, lo que ya se viene manifestando en una sucesiva recuperación del crecimiento económico.

Las perspectivas para 2025 apuntan a un crecimiento de la economía colombiana de 2,9 %, muy próximo a su potencial, y a una convergencia de la inflación a su meta de 3,0 % hacia finales de dicho año. Con ello se espera dar por terminado uno de los períodos más complejos para la economía colombiana y más retadores para la Junta Directiva del Banco de la República.

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

[9] https://www.dane.gov.co/files/operaciones/ISE/bol-ISE-abr2026.pdf

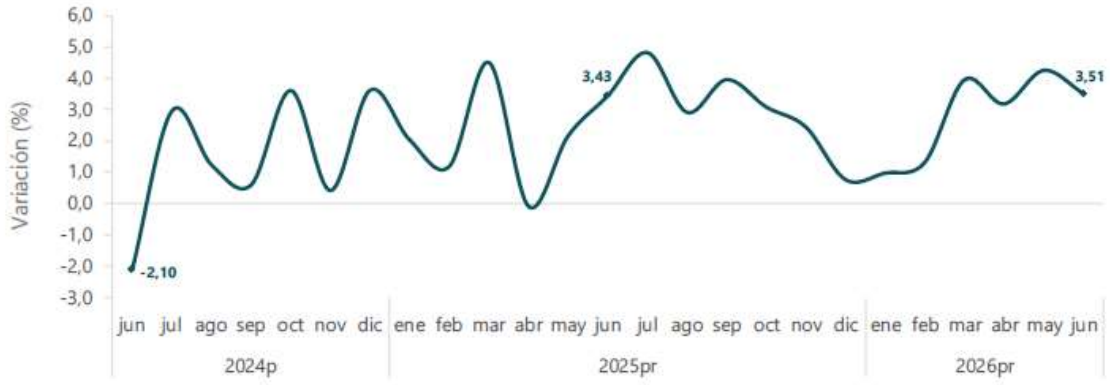
Para el mes de junio de 2026pr, el ISE en su serie original se ubicó en 127,32, lo que representó un crecimiento de 3,51% respecto al mes de junio de 2025pr (123,00). (Ver gráficos 2 y 3).

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



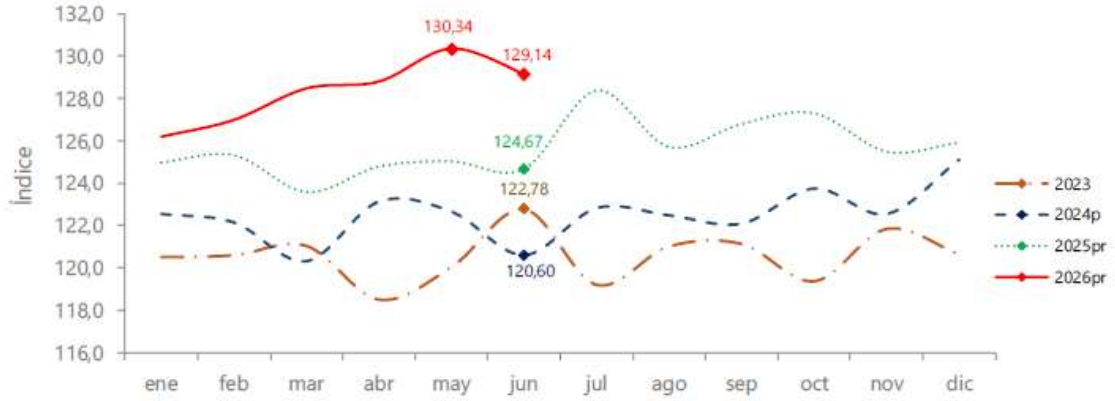
Fuente: DANE, ISE
prpreliminar
pprovisional

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

Gráfico 4. Índice del Indicador de Seguimiento a la Economía (base 2015)
Serie ajustada por efecto estacional y calendario
2023 - 2026[Pr] (junio)



Fuente: DANE, ISE
[Pr]preliminar
[P]provisional

Gráfico 5. Tasa de crecimiento anual del índice del Indicador de Seguimiento a la Economía (ISE)
Serie ajustada por efecto estacional y calendario
2024[P] - 2026[Pr] (junio)



Fuente: DANE, ISE
[Pr]preliminar
[P]provisional

IPC JULIO 2026

DANE

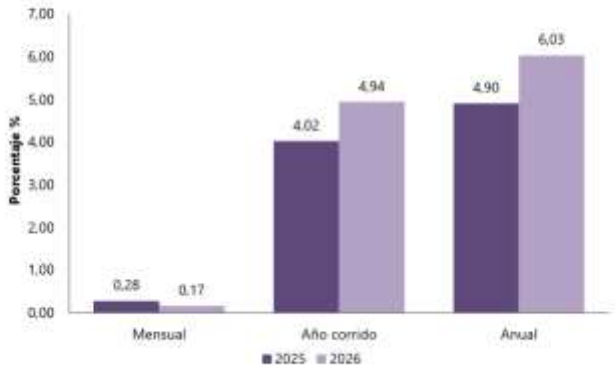
Boletín técnico

Bogotá, 10 de agosto de 2026

Índice de Precios al Consumidor (IPC)

Julio 2026

Gráfico 1. IPC Variaciones
Total Nacional
Julio 2025 - 2026



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%.

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%).

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.

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.

Variaciones y contribuciones de las subclases en el mes

En julio de 2026 en comparación con junio de 2026, la variación de las subclases que más aportaron al índice total fueron: electricidad (2,29%), servicios relacionados con la copropiedad (2,86%), arriendo imputado (0,23%), comidas en establecimientos de servicio a la mesa y autoservicio (0,33%), carne de res y derivados (0,84%), arriendo efectivo (0,23%), cebolla (5,33%), comidas preparadas fuera del hogar para consumo inmediato (0,26%), hortalizas y legumbres frescas (1,17%) y productos farmacéuticos y dermatológicos (0,50%). Las subclases con aportes negativos a la variación fueron: plátanos (-6,82%), frutas frescas (-1,30%), vehículo particular nuevo o usado (-0,68%), tomate (-3,89%) y transporte de pasajeros y equipaje en avión (-4,95%).

Cuadro 2. IPC Variación y contribución mensual
Por principales subclases
Julio 2026

Subclase	Variación (%)	Contribución Puntos porcentuales
Electricidad	2,29	0,08
Servicios relacionados con la copropiedad	2,86	0,04
Arriendo imputado	0,23	0,03
Comidas en establecimientos de servicio a la mesa y autoservicio	0,33	0,03
Carne de res y derivados	0,84	0,02
Arriendo efectivo	0,23	0,02
Cebolla	5,33	0,02
Comidas preparadas fuera del hogar para consumo inmediato	0,26	0,01
Hortalizas y legumbres frescas	1,17	0,01
Productos farmacéuticos y dermatológicos	0,50	0,01

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.

Variación y contribución año corrido por divisiones de gasto

En lo corrido del año, (enero - julio), cinco divisiones de bienes y servicios se ubicaron por encima del promedio nacional (4,94%): Restaurantes y hoteles (6,75%), Alimentos y bebidas no alcohólicas (6,41%), Educación (5,90%), Muebles, artículos para el hogar y para la conservación ordinaria del

hogar (5,84%) y por último, Salud (5,31%). El resto de las divisiones se ubicaron por debajo del promedio: Transporte (4,25%), Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles (4,23%), Bebidas alcohólicas y tabaco (4,17%), Bienes y servicios diversos (3,86%), Información y comunicación (3,26%), Recreación y cultura (2,80%) y por último, Prendas de vestir y calzado (2,71%).

Cuadro 3. IPC Variación y contribución año corrido
Según divisiones de gasto
Julio 2025 - 2026

		2025		2026	
Divisiones de Gasto	Peso (%)	Variación (%)	Contribución Puntos Porcentuales	Variación (%)	Contribución Puntos Porcentuales
Restaurantes y hoteles	9,43	5,17	0,57	6,75	0,77
Alimentos y bebidas no alcohólicas	15,05	5,65	1,06	6,41	1,20
Educación	4,41	5,69	0,23	5,90	0,24
Muebles, artículos para el hogar y para la conservación ordinaria del hogar	4,19	2,86	0,12	5,84	0,23
Salud	1,71	4,17	0,07	5,31	0,09
TOTAL	100,00	4,02	4,02	4,94	4,94
Transporte	12,93	4,39	0,59	4,25	0,57
Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles	33,12	3,59	1,12	4,23	1,31
Bebidas alcohólicas y tabaco	1,70	3,42	0,06	4,17	0,07
Bienes y servicios diversos	5,36	2,89	0,15	3,86	0,20
Información y comunicación	4,33	-0,42	-0,01	3,26	0,08
Recreación y cultura	3,79	0,92	0,03	2,80	0,09
Prendas de vestir y calzado	3,98	1,45	0,04	2,71	0,08

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.

Variación y contribución de las subclases en el año corrido

En julio de 2026 en comparación con diciembre de 2025, la variación de las subclases que más aportaron al acumulado del año fueron: comidas en establecimientos de servicio a la mesa y autoservicio (7,08%), transporte urbano (10,39%), arriendo imputado (3,24%), arriendo efectivo (3,34%), frutas frescas (22,02%), carne de res y derivados (10,04%), servicios relacionados con la copropiedad (16,12%), electricidad (4,90%), papas (49,85%) y comidas preparadas fuera del hogar para consumo inmediato (6,18%). Con contribución negativa a la variación se ubicó: vehículo particular nuevo o usado (-2,09%), plátanos (-11,91%), dulces, confites, caramelos, bombones, chocolatinas,

chicles, masmelos, cocadas para consumo en el hogar (-18,44%), carne de cerdo y derivados (-4,06%) y legumbres secas (-7,60%).

Cuadro 4. IPC Variación y contribución año corrido
Por principales subclases
Julio 2026

Subclases	Variación (%)	Contribución Puntos porcentuales
Comidas en establecimientos de servicio a la mesa y autoservicio	7,08	0,54
Transporte urbano	10,39	0,50
Arriendo imputado	3,24	0,41
Arriendo efectivo	3,34	0,31
Frutas frescas	22,02	0,28
Carne de res y derivados	10,04	0,25
Servicios relacionados con la copropiedad	16,12	0,20
Electricidad	4,90	0,17
Papas	49,85	0,16
Comidas preparadas fuera del hogar para consumo inmediato	6,18	0,15

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.

Variación y contribución anual por divisiones de gasto

En el mes de julio de 2026, el IPC registró una variación de 6,03% en comparación con julio de 2025. En el último año, las divisiones Restaurantes y hoteles (9,53%), Salud (8,37%), Educación (7,57%), Bebidas alcohólicas y tabaco (7,14%) y por último, Muebles, artículos para el hogar y para la conservación ordinaria del hogar (6,30%) se ubicaron por encima del promedio nacional (6,03%). Entre tanto, las divisiones Bienes y servicios diversos (5,97%), Alimentos y bebidas no alcohólicas (5,82%), Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles (5,40%), Transporte (5,21%), Información y comunicación (4,97%), Recreación y cultura (3,74%) y por último, Prendas de vestir y calzado (3,38%) se ubicaron por debajo del promedio nacional.

Cuadro 5. IPC Variación y contribución anual
Según divisiones de gasto
Julio 2025 - 2026

		2025		2026	
Divisiones de Gasto	Peso (%)	Variación (%)	Contribución Puntos Porcentuales	Variación (%)	Contribución Puntos Porcentuales
Restaurantes y hoteles	9,43	7,59	0,83	9,53	1,06
Salud	1,71	5,36	0,09	8,37	0,14
Educación	4,41	7,56	0,30	7,57	0,31
Bebidas alcohólicas y tabaco	1,70	4,95	0,08	7,14	0,12
Muebles, artículos para el hogar y para la conservación ordinaria del hogar	4,19	3,15	0,13	6,30	0,25
TOTAL	100,00	4,90	4,90	6,03	6,03
Bienes y servicios diversos	5,36	3,55	0,19	5,97	0,31
Alimentos y bebidas no alcohólicas	15,05	4,94	0,94	5,82	1,11
Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles	33,12	4,95	1,54	5,40	1,68
Transporte	12,93	5,36	0,72	5,21	0,70
Información y comunicación	4,33	-1,10	-0,03	4,97	0,13
Recreación y cultura	3,79	1,72	0,05	3,74	0,12
Prendas de vestir y calzado	3,98	2,10	0,07	3,38	0,10

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.

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”

Así las cosas, la entidad considera pertinente que **la garantía de calidad en la prestación del servicio que se pretende contratar no podrá ser inferior a tres (3) meses o por el plazo de ejecución del contrato en caso de ser inferior**

Desde lo técnico debe tenerse en cuenta que para la prestación del servicio de una manera eficiente es más beneficioso para la entidad territorial que el contratista tenga la capacidad de satisfacer la necesidad dentro de las delimitaciones del territorio, esto ahorrando en tiempos de desplazamiento y optimización de los mismos, además de la idoneidad y experiencia que permita generar valor a la población atendida.

Análisis del presupuesto oficial.

Clan Informativo

OFERTA PUBLICITARIA EL CLAN INFORMATIVO 2026

Ofrecemos el servicio de publicidad para las campañas publicitarias de LA ALCALDÍA DE ENVIGADO en el programa EL CLAN INFORMATIVO, 25 años en forma ininterrumpida al aire en la Emisora Tropicana 830 AM Caracol, con amplia sintonía en Medellín, Área Metropolitana y gran parte de los Municipios de Antioquia, EL CLAN INFORMATIVO, como medio independiente, es un Programa que se encuentra bien posicionado entre los oyentes, garantizando una gran audiencia con gran aceptación en los diferentes estratos sociales, siendo el medio mas efectivo para la difusión de sus campañas.

Nuestro programa está orientado a un público con edades desde los 18 años.

El valor agregado, Señal para todo el Mundo en- tropicanafm.com - www.deporteysumarconmarino.com (emisora virtual desde Boston MA. Estados Unidos)

En EL CLAN INFORMATIVO se tratan todos los temas del Medio Ambiente – Salud – Movilidad - Deporte y toda la información de interés general. La actualidad deportiva Local, Nacional e Internacional con las voces de sus protagonistas. Temas que se transmiten en un lenguaje muy ameno para los oyentes.

Entre los clientes se tiene ALCALDÍA DE ENVIGADO - Gobernación de Antioquia, Asamblea de Antioquia, - EPM – Alcaldías y Concejos Municipales de Antioquia.

De acuerdo con el estudio de audiencia realizado por Tropicana, se presentan las siguientes métricas correspondientes a la franja horaria en la que se transmite el programa. Según dicho estudio, que se adjunta a este documento para su consulta, la audiencia estimada oscila entre 80.000 y 100.000 oyentes.



Calle 77 Sur # 47 C 65 Unidad Río Místico Sabaneta
Cel: 301 756 3232, E-mail: gilbertoarenas57@gmail.com.

ClanInformativo
El Magazín Fin de Semana de los Antioqueños

OFERTA PUBLICITARIA EL CLAN INFORMATIVO 2026

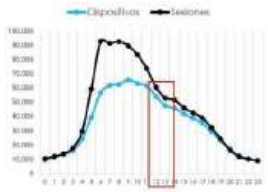
Tropicana

RADIO DIGITAL
Fuente: Triton Digital 2026 Cifras mensuales

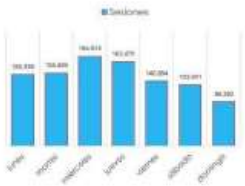
275.423 DISPOSITIVOS ÚNICOS | **1.062.022** SESIONES STREAMING | **32 MIN** PROMEDIO SESION

Cómo Atardecío

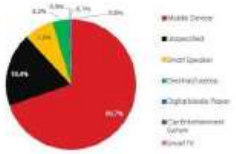
AUDIENCIA POR HORA DEL DÍA



AUDIENCIA POR DÍA DE LA SEMANA



AUDIENCIA POR DISPOSITIVO



PROPUESTA

EL CLAN INFORMATIVO – sábados 12:00 pm a 1:00 pm

Valor 3 meses $ 5.000.000

CUÑAS POR PROGRAMA: 4.
SECCIÓN POR PROGRAMA: 1 - de 3 minutos con voces, noticias y programas que ofrece LA ALCALDÍA DE ENVIGADO.

GILBERTO ARENAS GAVIRIA
CC 15.522.382 de Andes. Nit: 15522382-3
Calle 77 Sur No. 47C 65- Unidad Rio Mistico- Sabaneta
Celular: 3017563232
Gilbertoarenas57@gmail.com

Calle 77 Sur # 47 C 65 Unidad Rio Mistico Sabaneta
Cel: 301 756 3232, E-mail: gilbertoarenas57@gmail.com.

CINCO MILLONES DE PESOS ($5.000.000) NO RESPONBLE.DE IVA

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.

IMPUESTO DE INDUSTRIA Y COMERCIO Según Acuerdo Municipal 046 de 2024.

ARTÍCULO 44. 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. 10. Los contratos de apoyo a la gestión con personas naturales inferiores al 10% de la menor cuantía.

ESTAMPILLA PRO CULTURA: Acuerdo Municipal 046 de 2024, establecida en el Capítulo XVI, artículo 184 y siguientes. **ARTÍCULO 191. 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: Acuerdo Municipal 046 de 2024, artículo 194 y siguientes. **ARTÍCULO 199. 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: Acuerdo Municipal 046 de 2024, artículo 200.**ARTÍCULO 207. EXCLUSIONES.** Están excluidos de la estampilla pro desarrollo Institución Universitaria de Envigado (IUE) los siguientes actos jurídicos: 3. Contratos de prestación de servicios de apoyo a la gestión.

TASA PRO DEPORTE Y RECREACIÓN. Acuerdo Municipal 046 de 2024, Capítulo XV, artículo 178 y siguientes: **ARTÍCULO 179**. **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.

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 N° 20250000146 de 26 de diciembre de 2025.

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 EDUARDO CARDONA GONZÁLEZ
Ordenador del Gasto

Elaboró *Documento elaborado según información consignada por la unidad ejecutora en la solicitud de adquisiciones*		
Nombre	Oscar de Jesús Ruiz Jaramillo	*(Firmado digitalmente a través de SECOP II)*
Dependencia	Secretaría General – Dirección de Compras	
Fecha de elaboración	27 de agosto de 2026	
Fecha de modificación	28 de agosto de 2026	
REVISÓ		
Nombre	Sara Cuartas Zabala	Sara Cuartas Z
Dependencia	Secretaría General – Dirección de Compras	
Fecha de revisión	28 de agosto de 2026	