REPUBLICA DE COLOMBIA
DEPARTAMENTO DE CUNDINAMARCA
ALCALDÍA DE FACATATIVÁ

ANÁLISIS DEL SECTOR ECONÓMICO
DECRETO 1082-2015

OBJETO: PRESTACION DE SERVICIOS PARA DIVULGAR Y PROMOCIONAR LOS PROGRAMAS Y/O CAMPAÑAS INSTITUCIONALES Y TURISTICAS QUE REALIZA LA SECRETARIA DE DESARROLLO ECONOMICO A TRAVES DE DIFERENTES ANUNCIOS PUBLICITARIOS EN SALAS DE CINE.

De conformidad con los lineamientos de Colombia Compra Eficiente según la función de compras debe estar orientada a satisfacer las necesidades de la Entidad Estatal y a obtener el mayor valor por el dinero público. En consecuencia, la Entidad Estatal debe entender claramente y conocer: (a) cuál es su necesidad y cómo puede satisfacerla; (b) cómo y quiénes pueden proveer los bienes, obras y servicios que necesita; y (c) el contexto en el cual los posibles proveedores desarrollan su actividad.

Considerando lo dispuesto en el artículo 2.2.1.1.1.6.1 del Decreto 1082 de 2015 se presenta este estudio cumpliendo el deber de las Entidades Estatales de analizar el sector, es decir, el mercado relativo al objeto del Proceso de Contratación, desde la perspectiva legal, comercial, financiera, organizacional, técnica y de análisis de Riesgo.

Con el propósito de generar buenas prácticas que propendan por la promoción de la competencia en materia de contratación pública, se permite realizar el siguiente análisis:

A. ASPECTOS GENERALES

La Alcaldía Municipal de Facatativá debe analizar los aspectos generales que orienten al desarrollo del mercado de bienes, productos o servicios para alcanzar los objetivos de eficacia, eficiencia, economía, promoción de la competencia y manejo del riesgo, que son esenciales en el proceso de contratación, y en relación directa con el objeto contractual, según lo anteriormente expresado se identifican los siguientes aspectos para desarrollar el objeto contractual: **PRESTACION DE SERVICIOS PARA DIVULGAR Y PROMOCIONAR LOS PROGRAMAS Y/O CAMPAÑAS INSTITUCIONALES Y TURISTICAS QUE REALIZA LA SECRETARIA DE DESARROLLO ECONOMICO A TRAVES DE DIFERENTES ANUNCIOS PUBLICITARIOS EN SALAS DE CINE.**

B. ALCANCE

El alcance del estudio se realizará de manera NACIONAL ya que, tanto en la nación, como en el Departamento de Cundinamarca, la Provincia Sabana de Occidente y en el Municipio de Facatativá, cuenta con empresas, establecimientos de comercio y/o personas, que prestan el servicio aquí solicitado.

C. MARCO ECONÓMICO

Como referencia del desarrollo económico del sector se tomaron los estudios realizados por el Banco mundial en Colombia: panorama general actualizada el 23 de abril de 2025, Cámara de Comercio de Facatativá, en su área de estudios e investigaciones para el año 2023, actualizada el 25 de enero de 2024 el cual evidencia un informe económico de la región Sabana de Occidente así como un estudio a nivel local del Municipio de Facatativá, del mismo modo encontramos en el observatorio de competitividad, económico y empresarial de la Sabana de occidente.

Referencias documentos consultados:

https://www.bancomundial.org/es/country/colombia/overview
https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/cuentas-nacionales/cuentas-nacionales-trimestrales/pib-informacion-tecnica
https://www.ccb.org.co/content/download/3212/file/Plan%20de%20competitividad%20de%20Sabana%20Occidente.pdf
https://mapas.cundinamarca.gov.co/documents/c012f97202294b198c50d2c47549f761/about
(PLAN DE DESARROLLO MUNICIPAL "FACATATIVÁ NUESTRA CASA 2024-2027")
https://ccfacatativa.org.co/media/xwvjjb31/estudio-socioecono-mico-y-registral-2023-ccfacatativa-1.pdf

D. MARCO TÉCNICO

De conformidad con el objeto contractual señalado, se estableció que los productos y servicios que se pretenden contratar deben tener las siguientes características técnicas:

ITEM	ELEMENTO	DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	CANT.
1	PROYECCIÓN DE VIDEO DE ANUNCIOS PUBLICITARIOS	PROYECCIÓN DE ANUNCIOS AUDIOVISUALES CON UNA DURACIÓN DE QUINCE SEGUNDOS (15"), EMITIDA LOS DÍAS: LUNES, MARTES,MIERCOLES,JUEVES VIERNES, SABADO Y DOMIGO EN LA SALA DE CINE DE BOGOTÁ.	SEMANA	1

PLAZO DE EJECUCIÓN: El contrato tendrá un término de ejecución de CUATRO (4) MESES Ó HASTA AGOTAR PRESUPUESTO, contando a partir de la suscripción del acta de inicio.

A. MARCO REGULATORIO

Para la ejecución del objeto contractual señalado, las normas que regulan la materia son:

- Constitución Política: artículo 2º, 63, 72, 113, 355.
- Ley 152 de 1994 "Por la cual se establece la Ley Orgánica del Plan de Desarrollo"
- Ley 1150 de 2007: por medio de la cual se introducen medidas para la eficiencia y la transparencia en la Ley 80 de 1993 y se dictan otras disposiciones generales sobre la contratación con Recursos Públicos.
- Ley 1474 de 2011: por la cual se dictan normas orientadas a fortalecer los mecanismos de prevención, investigación y sanción de actos de corrupción y la efectividad del control de la gestión pública.
- Ley 80 de 1993: Por la cual se expide el Estatuto General de Contratación de la Administración Pública.
- Decreto 1082 de 2015: Por el cual se expide el Decreto Único Reglamentario del Sector Administrativo de Planeación Nacional.
- Ley 397 de 2007 Por la cual se desarrollan los Artículos 70, 71 y 72 y demás Artículos concordantes de la Constitución Política y se dictan normas sobre patrimonio cultural, fomentos y estímulos a la cultura, se crea el Ministerio de la Cultura y se trasladan algunas dependencias.
- Ley 1185 de 2008 por la cual se modifica y adiciona la Ley 397 de 1997 –Ley General de Cultura– y se dictan otras disposiciones.
- Resolución 2427 de 2020 Por la cual se declara Bien de Interés Cultural del ámbito Nacional (BICN), el Parque Arqueológico de Facatativá, ubicado en el municipio de Facatativá, Cundinamarca, y se aprueba el Plan Especial de Manejo y Protección (PEMP).

B. ESTUDIO DE LA OFERTA

ASPECTOS GENERALES: El sólido entorno institucional macroeconómico de Colombia, basado en un marco fiscal fundamentado en reglas, un tipo de cambio flexible y un régimen moderno de metas de inflación, ha sido la piedra angular de su estabilidad macroeconómica. Sin embargo, el ritmo de crecimiento económico se ha desacelerado. Colombia tiene un gran potencial para mejorar su contribución al crecimiento del PIB a través de un aumento en la productividad y una mayor diversificación y expansión de sus exportaciones. Abordar las brechas de infraestructura, mejorar los resultados educativos y fortalecer las instituciones son pasos clave para impulsar aún más el desarrollo económico del país.

Los desequilibrios macroeconómicos que surgieron durante la fuerte recuperación económica postpandemia se están corrigiendo rápidamente, con una disminución de la inflación y de los déficits fiscales y externos. La economía creció un 0,6 % en 2023, ya que la necesidad de desmonte de las medidas de estímulo y el aumento de la incertidumbre alrededor de la dirección de la política afectaron la inversión fija. Se estima que la tasa de pobreza se mantuvo estancada en 2023, en tanto los mercados laborales mostraron mejoras limitadas. Se prevé que la economía se expandirá un 1,3 % en 2024.

Colombia es un país de grandes desigualdades sociales y territoriales. Para reducir la pobreza y promover la prosperidad en todo el país, es crucial aumentar la productividad y revitalizar la convergencia regional, mejorar el sistema de seguridad social, crear mercados laborales más eficientes e inclusivos, y fortalecer el sistema de transferencias fiscales intergubernamentales para mejorar la accesibilidad a los servicios públicos y su calidad en todo el país.

Colombia también es particularmente vulnerable a los efectos del cambio climático. Por un lado, los choques climáticos afectan los medios de subsistencia y los activos en todo el territorio, socavando las mejoras en el bienestar. Por el otro, Colombia está expuesta a la reducción de la demanda de combustibles fósiles a medida que el mundo se descarboniza. Alcanzar las ambiciosas metas climáticas del país podría ayudar a reducir las vulnerabilidades y promover una estructura económica más diversificada a largo plazo.

Estos múltiples desafíos deberían abordarse de manera fiscalmente responsable, lo que sigue siendo una condición previa clave para que Colombia avance en sus objetivos de desarrollo.

El Sector turístico genera directamente un aumento de la actividad económica en los lugares visitados (y más allá de estos) fundamentalmente debido a la demanda de bienes y servicios que deben producirse y proveerse, distinguiéndose la contribución económica del turismo, que se refiere al efecto directo del turismo el impacto económico del turismo, concepto mucho más amplio que engloba los efectos directos, indirectos e inducidos del turismo, y que debe ser estimado mediante la aplicación de estrategias, la finalidad de los estudios de las repercusiones económicas es cuantificar los beneficios económicos, esto es, el incremento neto de la riqueza de los residentes dimanante del turismo, medido en términos monetarios, en relación con los niveles que prevalecerían en ausencia de esta actividad.

Según el informe mensual de turismo publicado en marzo del año 2025, por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, el flujo de visitantes de febrero de 2025 fueron:

Con cifras **preliminares** en febrero de 2025 llegaron al país

527.739
visitantes no residentes

De este total:

395.386[1] correspondió a extranjeros no residentes → 378.819 Extranjeros sin venezolanos + 16.567 Venezolanos

85.564[2] fueron colombianos residentes en el exterior que visitaron el país

46.789 correspondió a pasajeros en cruceros internacionales.

Fuente: Migración Colombia y Sociedades portuarias. Cálculos OEE – MinCIT.
Nota 1. A partir de enero de 2020 la metodología utilizada normaliza los efectos de la crisis migratoria de Venezuela tomando a los visitantes que reportaron motivo de viaje Descanso y esparcimiento.
Nota 2. La metodología toma el país de residencia de salida para los colombianos residentes en el exterior. Este es un dato preliminar por un año.
Fecha de publicación: 17 de marzo de 2025

Visitantes no residentes en Colombia 2023 - 2025 Cifras preliminares*

Los visitantes no residentes en febrero de 2025 disminuyeron 8,5% respecto a 2024.

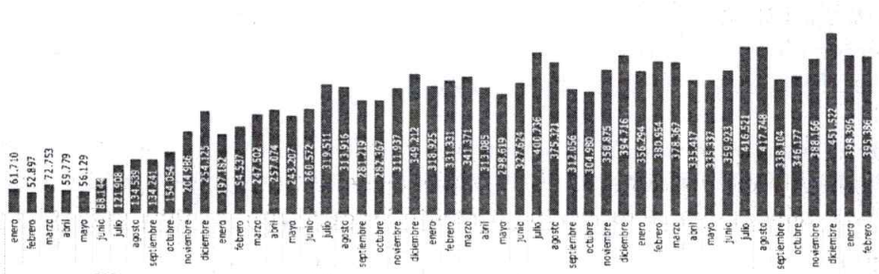
Tabla 2. Visitantes no residentes mensual

	febrero 2023	febrero 2024	febrero 2025	Var (%) 23-25	Var (%) 24-25
Extranjeros no residentes*	331.331	380.954	395.386	19,3%	3,8%
Extranjeros sin venezolanos	311.114	363.553	378.819	21,8%	4,2%
Venezolanos con motivo descanso y esparcimiento	20.217	17.401	16.567	-18,1%	-4,8%
Colombianos residentes exterior	96.502	142.962	85.564	-11,3%	-40,1%
Cruceros internacionales	51.097	53.087	46.789	-8,4%	-11,9%
Total	478.930	577.003	527.739	10,2%	-8,5%

Fuente: Migración Colombia y Sociedades portuarias. Cálculos OEE – MinCIT.
Pr. Cifras preliminares
Nota 1: La metodología toma el país de residencia de salida para los colombianos residentes en el exterior. Este es un dato preliminar por un año.
Nota 2: A partir de enero de 2020 el cálculo de venezolanos se realiza tomando las visitantes que reportaron motivo de viaje Descanso y esparcimiento.
Fecha de publicación: 17 de marzo de 2025

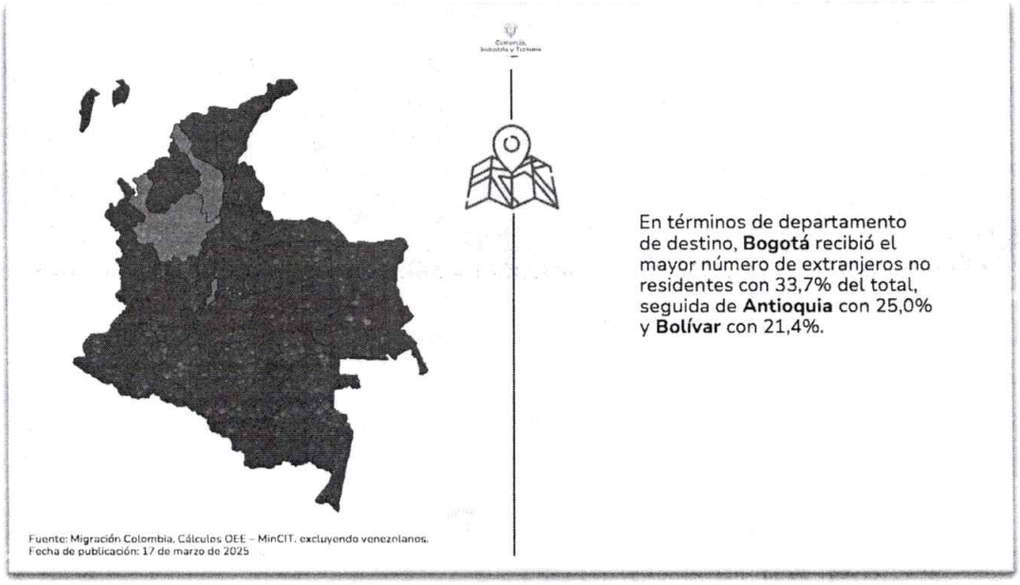
Extranjeros no residentes - Mensual

Gráfico 1. Extranjeros no residentes mensual

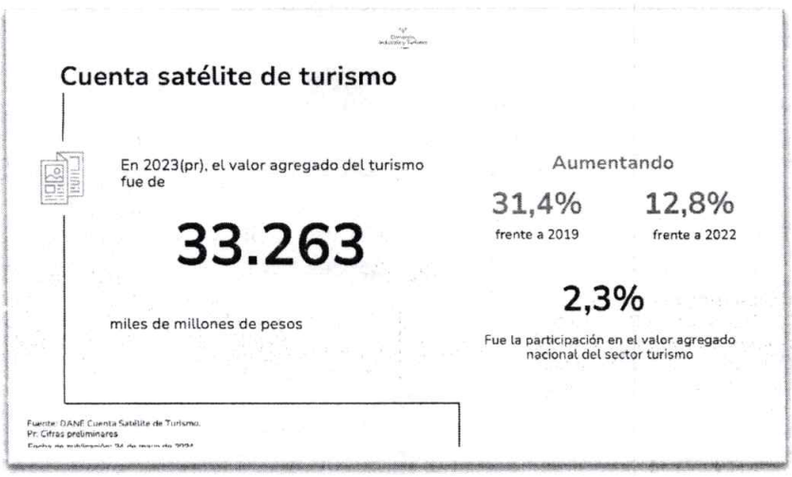


En febrero de 2025, el número de visitantes extranjeros no residentes fue de **395.386**, 3,8% superior al registrado en febrero de 2024 (380.954 visitantes).

Fuente: Migración Colombia. Cálculos OEE – MinCIT.



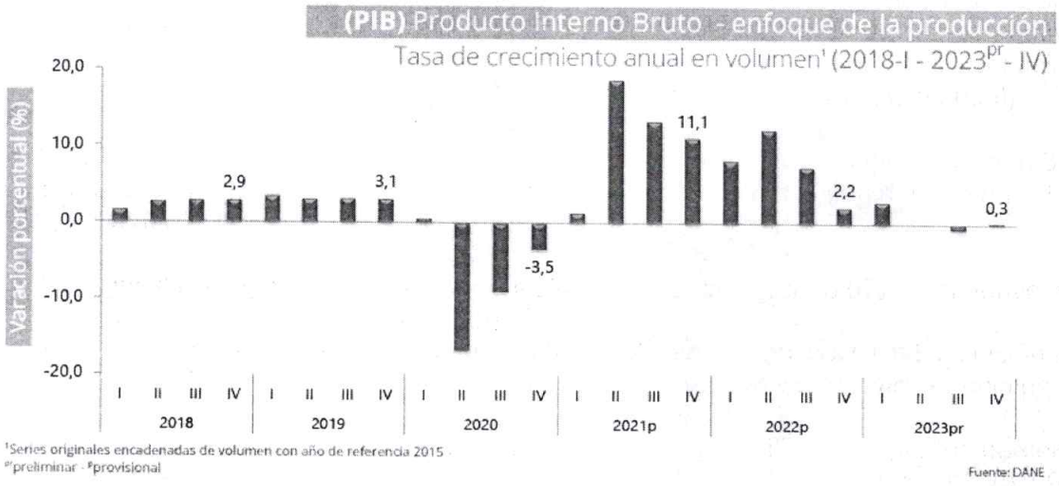
En lo concerniente a las cifras macroeconómicas del sector turismo, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, señalo:



Fuente: *https://www.mincit.gov.co/estudios-economicos/estadisticas-e-informes/informes-de-turismo*

Producto Interno Bruto (PIB) nacional trimestral
Información actualizada el 15 de febrero de 2024

Información IV trimestre 2023
En el cuarto trimestre de 2023$^{pr.}$ el Producto Interno Bruto en su serie original, crece 0,3% respecto al mismo periodo de 2022$^{p.}$



Las actividades económicas que más contribuyen a la dinámica del valor agregado para el año 2023 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 3,9% (contribuye 0,6 puntos porcentuales a la variación anual).
- Actividades financieras y de seguros crece 7,9% (contribuye 0,3 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 7,0% (contribuye 0,2 puntos porcentuales a la variación anual).

En el cuarto trimestre de 2023pr, el Producto Interno Bruto en su serie original, crece 0,3% respecto al mismo periodo de 2022p. Las actividades económicas que más contribuyen a la dinámica del valor agregado son:

- Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca crece 6,0% (contribuye 0,6 puntos porcentuales a la variación anual).
- Administración pública y defensa; planes de seguridad social de afiliación obligatoria; Educación; Actividades de atención de la salud humana y de servicios sociales crece 3,8% (contribuye 0,5 puntos porcentuales a la variación anual).
- Actividades financieras y de seguros crece 5,5% (contribuye 0,2 puntos porcentuales a la variación anual.

Fuente: https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/cuentas-nacionales/cuentas-nacionales-trimestrales/pib-informacion-tecnica JURISDICCIÓN CÁMARA DE COMERCIO DE FACATATIVÁ – DESARROLLAR DE ACUERDO AL NIVEL DE RELEVANCIA QUE IDENTIFIQUE

Está ubicada en el Departamento de Cundinamarca y conformada por 6 provincias, dentro de las cuales se distribuyen los 37 municipios en los que hace presencia:



PROVINCIAS

Sabana de Occidente
Gualivá
Tequendama
Magdalena centro
Rionegro
Bajo Magdalena

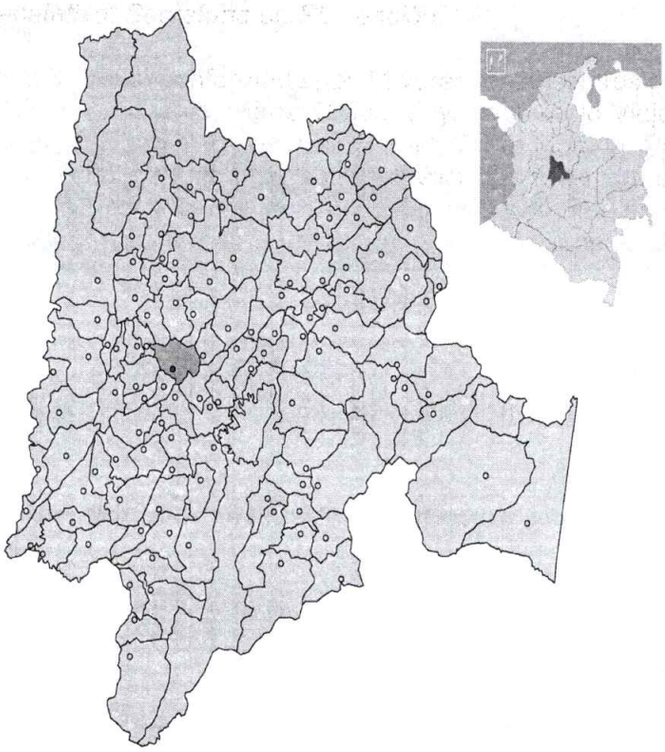
Esta provincia es rica en agricultura, con una gran diversidad de verduras, granos hortalizas, papa, maíz, tomate y alcachofa, además de frutas como pera, manzana, frambuesa y curuba, por otra parte abunda el ganado para producción de leche, lo cual promueve la elaboración de derivados lácteos en la región. El sector floricultor que se ubica en mayor parte, en los municipios de Madrid, Funza, Mosquera y el Rosal y que se constituye como principal actividad económica. Sin embargo, se trata de una provincia industrial por excelencia, donde se concentra la mayor parte de plantas de producción de alto desempeño, que actúan como importantes fuentes de empleo para los habitantes de la región, tales como Alpina, Ramo, Corona, Bimbo, Yanbal y Polar, entre otras, además por su territorio, es sede de una zona franca y diferentes parques industriales, que promueven el desarrollo económico de la provincia.

CONTEXTO LOCAL: MUNICIPIO DE FACATATIVÁ

Facatativá, "Cercado fuerte al final de la llanura", se erige en el Departamento de Cundinamarca a 36 Km de Bogotá, capital de la República de Colombia, en la vía troncal de occidente Medellín - Bogotá. a. Facatativá, se erige como un Centro de Relevo Principal a 36 Km de Bogotá, capital de la República de Colombia, se compara inmediatamente con municipios que se encuentran en la misma jerarquía tales como Fusagasugá, Girardot y Zipaquirá.

En este contexto Facatativá tiene una extensión de 15.8274 Hectáreas de las cuales 583,14 Ha son área Urbana (4% del total del área) y 15.244,92 Ha son Rurales (96% del área, contiene los centros poblados), con una altitud de 2.600 metros promedio sobre el nivel del mar5 y con un potencial de expansión importante para un municipio que cuenta con un área rural de importantes dimensiones en comparación con otros municipios de la región.

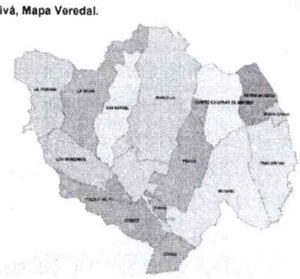
Localizada en la provincia de la Sabana de Occidente (zona centro-occidental del departamento de Cundinamarca), la conforman los municipios de Facatativá, Bojacá, El Rosal, Funza, Madrid, Mosquera, Subachoque y Zipacón, siendo Facatativá la cabecera de la provincia ocupando un 17,4% del total de la provincia. Aun así, cuenta con un área de influencia de 34 municipios que se reúnen en las siguientes provincias: Bajo Magdalena (Caparrapí, Guaduas, Puerto Salgar), Gualivá (Albán, La Vega, La Peña, Nimaima, Quebrada Negra, San Francisco, Sasaima, Supatá, Utica, Vergara y Villeta), Magdalena Centro (Beltrán, Bituima, Caguaní, Guayabal de Síquima, Pulí, San Juan de Rio Seco, Viani).



Fuente: Alcaldía de Facatativá, Secretaria de Planeación.

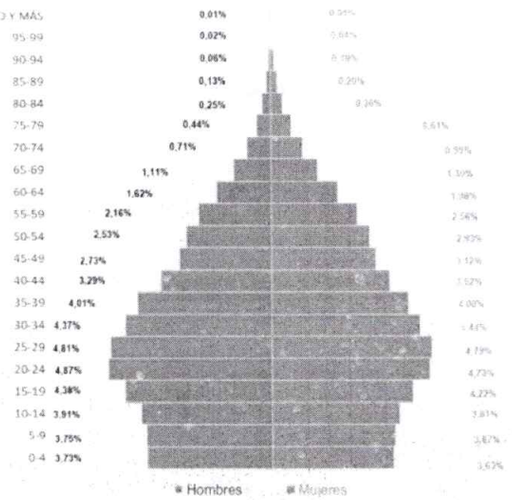
El municipio es categoría 3ª y está conformado por 14 veredas, 20 centros poblados y 109 barrios. Las veredas son: La Tribuna, Mancilla, Tierra Grata, Moyano, Pueblo Viejo, La Selva, El Prado, Cuatro esquinas de Bermeo, Los Manzanos, San Rafael, Tierra Morada, Paso Ancho, El corzo y Corito. La temperatura promedio es de 12.9°C con elevaciones máximas de 22°C y mínimas de 6°C, con variación a la época del año. Los vientos soplan generalmente en dirección sur-este con velocidades promedio de 2,6 mts/seg; la humedad relativa corresponde al 76% y presenta una precipitación pluvial entre 600 y 1.400 mm, con un promedio anual de 829,9 mm, de acuerdo a las épocas de invierno.

Figura 6. Facatativá, Mapa Veredal.



POBLACIÓN MUNICIPIO DE FACATATIVÁ

El Municipio de Facatativá según el Censo de 2018 y dada la población para la vigencia 2020 registra un total de 155.978 personas (sumatoria sexo masculino, sexo femenino), que representa una baja proporción de población del departamento de Cundinamarca que equivale a 3.242.999 personas, esta proporción significa que un 4,81% del total de la población cundinamarquesa. La mayor población en Facatativá se concentra en los jóvenes, es decir hombres y mujeres entre los 15 y 29 años. Los niños y niñas entre los 0 y 14 años.



Fuente: Departamento Administrativo de Estadística DANE, Censo Nacional de Población y Vivienda - 2018.

A continuación se presenta la proyección de la población hacia el 2023 por territorio, es decir cabecera, centros poblados y rural disperso, concentrando en la zona urbana el 91% aproximadamente.

Tabla 5. Población Facatativá 2020 – 2023, Área, Sexo, Año.

Proyecciones de Población 2020-2023, total municipal por área y sexo

	TOTAL				CABECERA				CENTROS POBLADOS Y RURAL DISPERSO			
SEXOS	**2020**	**2021**	**2022**	**2023**	**2020**	**2021**	**2022**	**2023**	**2020**	**2021**	**2022**	**2023**
Ambos Sexos	155.978	162.205	167.309	172.064	145.080	151.274	156.354	161.088	10.898	10.931	10.955	10.976
Hombres	76.240	79.261	81.720	84.005	70.571	73.575	76.021	78.293	5.669	5.686	5.699	5.712
Mujeres	79.738	82.944	85.589	88.059	74.509	77.699	80.333	82.795	5.229	5.245	5.256	5.264

Fuente: Departamento Administrativo nacional de Estadística – DANE
Resultados Censo de población 2018.

En relación con la zona administrativa del departamento de Cundinamarca en donde se localiza Facatativá denominada Sabana Occidente, el total de población es de 609.074 para la vigencia 2020, de allí la proporción de participación del municipio es del 25,61%.

CARACTERIZACIÓN ECONÓMICA DEL MUNICIPIO DE FACATATIVÁ

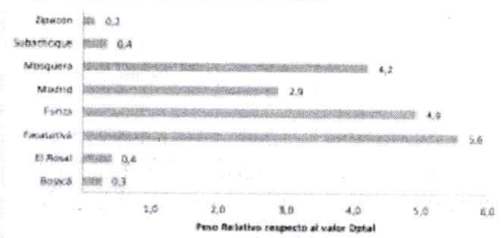
La principal actividad está catalogada en el sector primario de la economía, la mayoría de los cultivos son: flores, papa, arveja, maíz, hortalizas y algunos cultivos de fresa, los cuales son comercializados en la Capital de la República y municipios cercanos. A pesar de no ser un municipio ganadero en los cerros del borde sur, se presentan altas tasas de producción de leche.

En el municipio la actividad industrial está representada por empresas transformadoras de alimentos, cosméticos, joyas, jabones, refinería y concentrados para animales. "La actividad económica urbana destacada es el comercio con cerca de 4247 establecimientos que

proporcionan alrededor de 11.908 empleos en áreas como la producción de calzado y prendas de vestir, fabricación de productos primarios de hierro y acero, impresión, edición de actividades periodísticas y similares, actividades agroindustriales, venta de productos alimenticios, agrícolas, farmacéuticos, de construcción y combustibles, entre otros productos. También, se destacan la prestación de servicios representados en asesorías, consultorías, interventorías y servicios profesionales.

Según la Cámara de Comercio de Facatativá, para el año 2019, el municipio de Facatativá aportó al crecimiento del Producto Interno Bruto del Departamento (datos preliminares 2017), 5.6 con respecto a la Sabana Occidente, tal y como se puede apreciar en la siguiente imagen.

Figura 13. PIB por municipio de Sabana Occidente



Fuente: Estudio Socioeconómico del Noroccidente Cundinamarqués. Cámara de Comercio de Facatativá. 2019 (DANE 2017)

CONTEXTO LOCAL: MUNICIPIO DE FUNZA

Funza hace parte de la Sabana de Bogotá y es uno de los municipios con mayor potencial industrial, a pesar que la economía de la cabecera municipal está conformada mayoritariamente por el sector comercial.

Uno de los sitios más relevantes del municipio es el Humedal Guali, considerado el más grande de Cundinamarca, hábitat de varias especies amenazadas.

POBLACIÓN MUNICIPIO DE FUNZA

El municipio cuenta con una población de 90.852 habitantes según la información del último censo realizado en 2018 por el DANE, los cuales se encuentran divididos en un 93.88% en la zona urbana y en la zona rural un 6.12%. Así mismo, la estructura de la población está dada por un 51,2% de mujeres y un 48,5% de hombres.

CONTEXTO LOCAL: MUNICIPIO DE MADRID

Se encuentra ubicado a 21 Km del capital, rico en industria, agricultura, ganadería y floricultura, cuenta con diversos sitios turísticos como: La Casa Museo De La Herrera, el Humedal Moyano, el Humedal Nuevo Colón, el Valle Del Abra y la Laguna De La Herrera, sitios emblemáticos de la cultura madrileña.

Según la información del último censo realizado en 2018 por el DANE, el municipio cuenta con una población de 109.696 habitantes, distribuidos en un 87,15% en la zona urbana y un 12,85% en la rural. Así mismo, la estructura de la población está dada por un 50,8% de mujeres y un 49,2% de hombres.

CONTEXTO LOCAL: MUNICIPIO DE MOSQUERA

La economía de este municipio ha sido tradicionalmente agrícola, cultivos como espinacas, coliflor, lechuga, zanahoria, apio, ajo, papa y arveja entre otras. Adicionalmente la explotación ganadera, para producción de leche y carnes.

Mosquera ofrece paisajes exóticos como el del Desierto Mondoñedo O Zabrinsky.

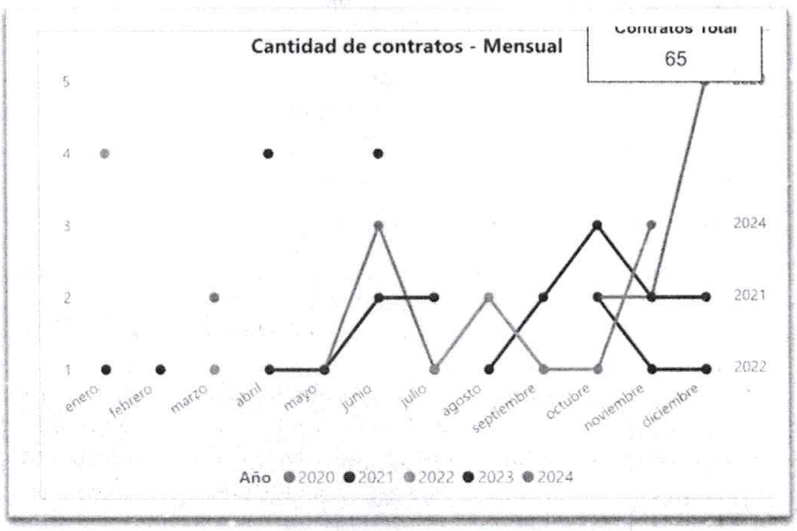
18

POBLACIÓN MUNICIPIO DE MOSQUERA

El municipio cuenta con una población de 128,895 habitantes según la información del último censo realizado en 2018 por el DANE, los cuales se encuentran divididos en un 96,25% en la zona urbana y en la zona rural un 3,75%. Así mismo, la estructura de la población está dada por un 51,1% de mujeres y un 48,9% de hombres.

CONTEXTO DE LA OFERTA

Con el fin de hacer uso de las buenas prácticas de planeación se consultó al Modelo de Abastecimiento Estratégico desarrollado por la Agencia Nacional de Contratación Pública-Colombia eficiente, dentro de la herramienta se pude establecer como medida de consulta el código 82101604 (Publicidad en los cines) y 93141811 (Servicios de promoción), encontrando información relacionada al estudio de mercado.



Fuente: https://www.colombiacompra.gov.co/analisis-de-datos-de-compra-publica/visualizaciones-compra-publica/herramienta-de-visualizacion-para-el-analisis-de-la-demanda-y-de-la-oferta

Las ofertas publicitarias sobre las distintas formas de entretenimiento pueden ser una motivación para viajar, y por lo tanto, puede considerarse una parte del turismo. El turismo de entretenimiento es una modalidad de turismo que se centra en actividades recreativas, culturales, y de ocio, las cuales son aquellas actividades económicas cuya finalidad es la producción y distribución de bienes y servicios culturales con fines lucrativos. A estos también se les conoce como industrias creativas y culturales en las que su principal valor está en la propiedad intelectual; La economía naranja ha supuesto un impulso al sector del entretenimiento, el cual ha venido posicionándose en los últimos tiempos y la cual abarca principalmente tres grandes grupos

1) Artes y patrimonio: Artes escénicas, artes visuales, espectáculos, patrimonio cultural.
2) Industrias culturales convencionales: audiovisuales (cine, televisión), editorial, fonográfica, agencias de noticias e información.
3) Creaciones funcionales y nuevos medios: Softwares, medios digitales, publicidad, diseño.

El aporte de las industrias creativas al PIB nacional según el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE) entre 2014 y 2019 fue en promedio de un 3,2%. Siendo específicamente un 3,2 en 2014, 3,3 en 2015, 3,2 en 2016, 3,1 en 2017, 3 en 2018 y 2019. De estas cifras el 45,6% corresponde a creaciones funcionales, 29,2% a artes y patrimonio y 25,2% a las industrias culturales. Las industrias culturales presentan un decrecimiento del 9,2% para el 2017 comparado con 2016, aunque para el 2018 representa un crecimiento del 1,8%. El sector que representa mayor participación entre las industrias

culturales es el sector audiovisual con un 61,5%, seguido del sector editorial con un 31,9%. Con respecto al año 2014, hubo un crecimiento en asistencia a cines del 6,7% para el 2017 cuya cifra fue de 40,5%. También hay que destacar que para el año 2014, el 59,7% veía contenido en el internet y para el 2017 este fue del 67,9% presentando un crecimiento del 8,2%. En cuanto a consumo de televisión, para el 2014 fue del 94,5% mientras que en 2017 fue del 91,5%. Por último, en el 2014 se reflejó un consumo de radio del 69,9% y en 2017 del 62,9%.

Para el año 2019, varias empresas que hacen parte de este sector, especialmente el audiovisual, lograron acaparar varios puestos entre las 1000 compañías con mayores ganancias en el país. Entre las que más destacan está Cine Colombia con unas ganancias de $611.441 millones y con utilidades de $76.130 millones, seguido está Caracol Televisión con ingresos de $761.855 millones y utilidades de $18.345. En tercer lugar, se posicionó WinSports con ganancias de $185.218 y utilidades de $15.199 millones. También destacó la empresa Royal Films con ganancias de $176.595 y utilidades de $5.003 millones. Otras empresas que fueron mencionadas son RCN Televisión, Casa Editorial El Tiempo, Cinemark y Radio Cadena Nacional.

En el año 2020 el sector fue fuertemente golpeado por la pandemia, el aislamiento preventivo provocó estragos en las industrias culturales donde cerraron 1.500 bibliotecas, 1.200 salas de cine, 700 museos, 300 teatros, 79 circos, 200 escuelas de música y danza. Durante este año la caída de las exportaciones con respecto al 2019 fueron de un 28% en artes y patrimonio, en las industrias creativas un 24% e industrias culturales un 47%. Con la emergencia sanitaria, el consumo de los hogares de este tipo de bienes y servicios disminuyó un 23% con respecto al año 2019.Según el reporte de Economía Naranja del DANE, Bogotá es quien se lleva la mayor parte de su participación en el sector, concentrando el 74% de las empresas creativas, continuando con Antioquia que reporta un 10% y Valle del Cauca con un 6%. Además, Bogotá fue la ciudad que más direccionó inversión extranjera directa entre 2007 y 2018 para las industrias creativas. La capital colombiana es sede de ferias y festivales culturales y lentamente se ha convertido en el epicentro de las industrias creativas incluso por encima de ciudades como Sao Paulo, Miami o Buenos Aires. Por otro lado, Atlántico y Bogotá representan el 56,2% de las producciones asociadas a las industrias culturales del país. Para destacar, el mercado audiovisual ha venido en alza en los últimos tiempos, siendo una parte esencial en la vida diaria de los colombianos. Sin embargo, por la contingencia del Covid-19, cualquier avance se vio fuertemente desacelerado.

Es importante considerar la participación por ciudades, las 3 más relevantes son:

• Bogotá: la cual fue asistida por 21'181.741 (34,5%) espectadores y recaudó 195.803'590.661 pesos (36,9%),• Cali: asistieron un poco más de 5 millones de personas (9,3%) y recaudó más de 50 mil millones de pesos (9,5%).

• Medellín: asistió el 6,5% de toda la población que disfruto del cine y recaudó el 7,6%Para el 2017, las ciudades se mantienen:•Bogotá ocupa el 34,2 % de espectadores y el 37,6 % del dinero

• Cali el 9,1% de los espectadores, 91% de dinero •Medellín 6,7, de los espectadores 7,7% del dinero.

En el 2018: • Bogotá registró el 33,6% del total de espectadores en el país COP 204.492 millones en taquilla • Cali 9,1%, COP 51.771millones en taquilla. • Medellín 6,7% y COP 42.321 millones en taquilla.

Entre el 2018 y el 2019, se evidenció un aumento en la asistencia a cine y en el recaudo en taquilla: • Bogotá, se registraron incrementos de 11,8% en asistencia y de 15% en recaudo en taquilla. • Cali registró incrementos de 9,8% en asistencia y 13,3% en taquilla. • Medellín se registraron incrementos de 7% en asistencia y de 9,1% en taquilla.

El mercado cinematográfico se ha mantenido en constante aumento de cifras, lo que es bueno, ya que independientemente de la compañía y de las películas, no hay que ocultar que representa un gran aporte al PIB colombianos desde hace muchos años, proporciona crecimiento en la economía, empleos y por supuesto enriquece el sector de entretenimiento. En promedio, un colombiano al año ve 1.5 películas en cine. Hace una década veía sólo media. Como comparativo, en Estados Unidos, un espectador consume 3.6 títulos al año. $ 8,925 pesos es el valor promedio de una boleta de cine en Colombia. Representa el valor más barato de la región: US$ 2.7. En Estados Unidos, el precio promedio de una entrada a cines es de US $ 9. Con 73.1 millones de admisiones para este 2019, 200,000 asistentes en promedio entraron a cines cada día, en el país. Y en el mundo, a diario asisten aproximadamente 22 millones de espectadores a cines. Cine Colombia es el exhibidor No. 1 del país, con un 45.2% del Market Share, en términos de Box Office. Los 6 grandes estudios representan el 85% del total de espectadores; los distribuidores independientes, el 15%. Hollywood domina el mercado con más de 60 millones de espectadores en Colombia. En el mundo, los estudios también controlan el 85% del mercado global. Disney acapara el 41.1% y hace un recaudo récord en la industria.

En cuanto a las principales compañías de exhibición se observa a Cine Colombia como el líder de la industria, seguido por Cinemark, Cinépolis y Procinal.

- Cine Colombia posee una fuerte participación en el mercado con cerca del 50% de este, dirigiendo sus esfuerzos principalmente a ser el cine con mayor cantidad de pantallas en el país y, por ende, obteniendo un mayor alcance. Posee películas con formatos en 2D, 3D y 4D, así mismo destaca por ofrecer películas de cine alternativo. Cine Colombia es un cine que busca tener la última tecnología para ofrecerle a sus espectadores y así no quedarse atrás con respecto a sus competidores tales como la calidad audiovisual, buena infraestructura y la inclusión de formatos de vanguardia como el 4D, mega salas, IMAX, y tecnología LED Onyx. Ofrece productos de confitería en sus salas y productos adicionales que traen consigo beneficios de fidelización como la tarjeta cineco básica, tarjeta platino, y cineco plus, los cuales incentivan el consumo por parte de los espectadores ya que ofrecen descuentos en boletería y confitería, acceso a zonas VIP. Los precios en Cine Colombia pueden variar según el día y la hora del mismo. Para los lunes y jueves no festivos los precios pueden oscilan entre $8.500 y $12.500 dependiendo del formato 2D y 3D respectivamente. Para martes y miércoles, Cine Colombia ofrece estos días a mitad de precio, por ello los valores oscilan entre $4.250 y $6.250. Para viernes, domingos y festivos los precios varían entre $8.500 y $13.500. En cuanto a la comunicación, Cine Colombia utiliza publicidad tradicional como posters en los puntos presenciales, pasillos de los centros comerciales, mupis en los paraderos de buses, entre otros como volantes. Utilizan herramientas digitales de difusión como el uso de las redes sociales, uso de su propia página web y pautas en medios digitales.

- Cinemark: La empresa estadounidense, Cinemark, es la competencia más cercana a Cine Colombia, es el segundo cine con mayor cantidad de salas en el país. Ofrece funciones en formato 2D, 3D y 4D. Cuenta con tecnología como pantalla gigante, sillas con movimiento para efectos del 4D, real 3D lo que implica una alta calidad de proyección, premier para un servicio exclusivo de confitería dentro de la sala. Sin embargo, una lucha constante de este cine es precisamente deshacerse del estigma de no contar con la mejor tecnología, puesto que en los últimos años se han estado dotando de esta para competir con el líder de la industria. Posee productos de confitería en sus cines e incentivos de fidelización como la tarjeta Gold que incluye descuentos en confitería y boletería, como a su vez, enviarle un regalo de cumpleaños al afiliado. Los precios para salas 2D de lunes a domingo varían desde $5.500 a $10.300. En cuanto a salas 3D los precios oscilan entre $7000 y $12.800. Cinemark utiliza métodos de promoción como la publicidad tradicional, como medios digitales y el uso de redes sociales como forma de comunicación, a su vez, cuenta con su propia página web.

- Cinépolis: Por otro lado, se encuentra la compañía mexicana Cinépolis, que cuenta

con presencia en las principales ciudades del país. Ofrece la exhibición de películas en formatos 2D, 3D, 4D. Posee una sala con una pantalla gigante conocida como MacroEX y con sonido digital de alta calidad, ofrece servicios VIP brindando una experiencia de otro nivel, posee pantallas IMAX ofreciendo calidad 4K y una experiencia auditiva única. Cinépolis fue la primera compañía en Colombia en traer la tecnología 4D, sin embargo, Cine Colombia no tardó en alcanzarle. Sus precios varían entre $11.900 y $19.900. Ofrece la tarjeta club Cinépolis que los clientes pueden adquirir por $9.600, con la cual pueden acumular puntos y recibir descuentos en su boletería.

- Procinal: es otro de los competidores, se trata de una compañía colombiana. Cuenta con presencia en las principales ciudades del país, sin embargo, sus salas tienen mayor acogida en la ciudad de Medellín. Procinal destaca por sus precios bajos, sin embargo, posee ciertos atributos en contra como la imagen pobre que refleja a los consumidores, sus proyecciones oscuras y salas pequeñas. Su cartelera no es muy amplia, pero trae los principales estrenos. Ofrece formatos 2D, 3D y IMAX. Sus precios varían según el día y la hora. Lunes a jueves los precios son de $6.000 para 2D y $8.000 para 3D. martes y miércoles los precios corresponden a $3.500 a $4.500. Viernes y fines de semana, incluyendo festivos los precios son de $7.000 y $9000. También cuenta con la "Hora Feliz" que abarca desde las 12:00 del mediodía hasta las 3:00 pm con precios de $5.000 y $7.000. Cuentan con Cine+, una manera de conseguir descuentos en boletería y confitería, pero sin necesidad de utilizar una tarjeta, solo registrándose con el documento de identidad.

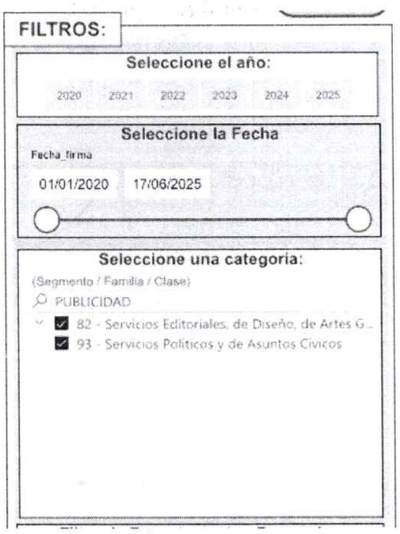
- Royal Films: En los últimos años, la empresa Royal Films se ha dado paso por el mercado colombiano. Posee salas en las ciudades de Bogotá, Barranquilla, Cali y Medellín. Proyecta películas en formatos 2D, 3D y 4D y promete proyecciones de alta calidad audiovisual. Ofrece salas Plus que cuentan con sillas más amplias que aportan mayor confort, también posee salas Ultra que posee una pantalla enorme, mucho más amplia que las regulares en los cines y por último salas VIP donde los espectadores pueden recibir servicios exclusivos en la taquilla como la oportunidad de permanecer en una sala de espera exclusiva, durante la película serán atendidos por un mesero para cualquier necesidad que presente, a la vez que los asientos donde serán ubicados tendrán las mejores de las comodidades. Los precios varían entre $8.500 y $10.500, pero los clientes frecuentes pueden recibir un descuento con su Tarjeta Cliente Royal, también con esta pueden acceder a descuentos en confitería. Por otro lado, los martes y miércoles hay descuentos para todo el público. Poseen página web y redes sociales donde anuncian sus más recientes estrenos y eventos próximos.

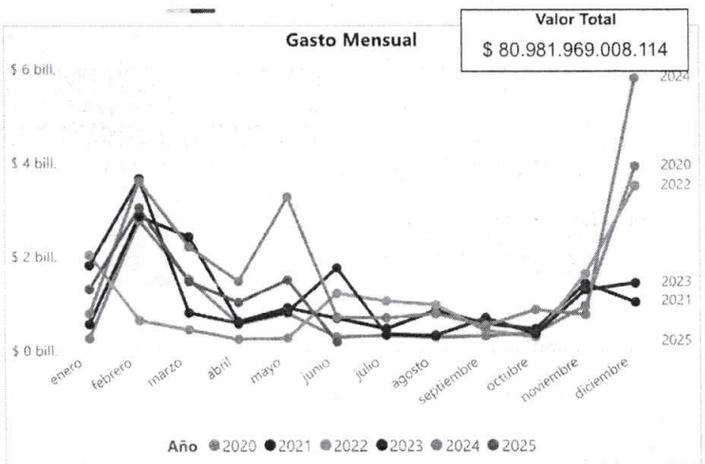
Referencias consultadas: https://www.bancomundial.org/es/country/colombia/overview#1
https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/cuentas-nacionales/cuentas-nacionales-trimestrales/pib-informacion-tecnica
https://www.ccb.org.co/content/download/3212/file/Plan%20de%20competitividad%20de%20Sabana%20Occidente.pdf
https://www.efr-cundinamarca.gov.co/sites/default/files/efr-pdf/19176-facatativa-correcta-un-proposito-comun-20202024-c.pdf (PLAN DE DESARROLLO MUNICIPAL "FACATATIVÁ CORRECTA, UN PROPÓSITO COMÚN 2.020 – 2.024"
https://ojs.unipamplona.edu.co/index.php/face/article/view/1444/7191

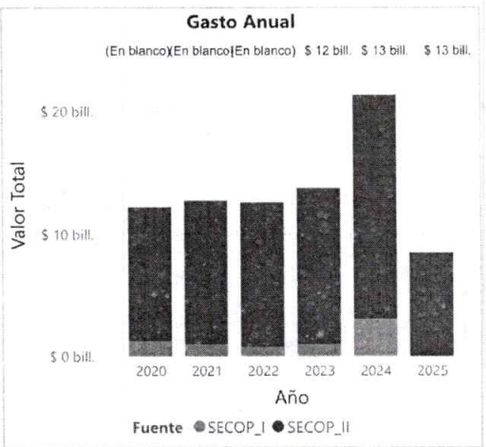
ANALISIS DE LA OFERTA

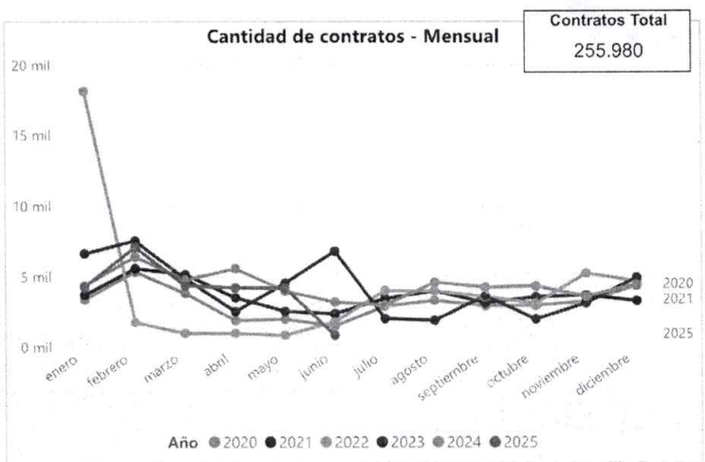
Con el fin de hacer uso de las buenas prácticas de planeación se consultó al Modelo de Abastecimiento Estratégico desarrollado por la Agencia Nacional de Contratación Pública-Colombia eficiente, dentro de la herramienta se pude establecer como medida de consulta el código 82101604 (Publicidad en los cines), encontrando información relacionada al estudio de mercado.

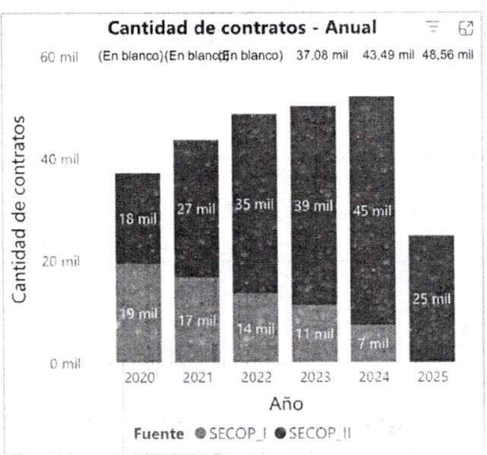
REPUBLICA DE COLOMBIA
DEPARTAMENTO DE CUNDINAMARCA
ALCALDÍA DE FACATATIVÁ



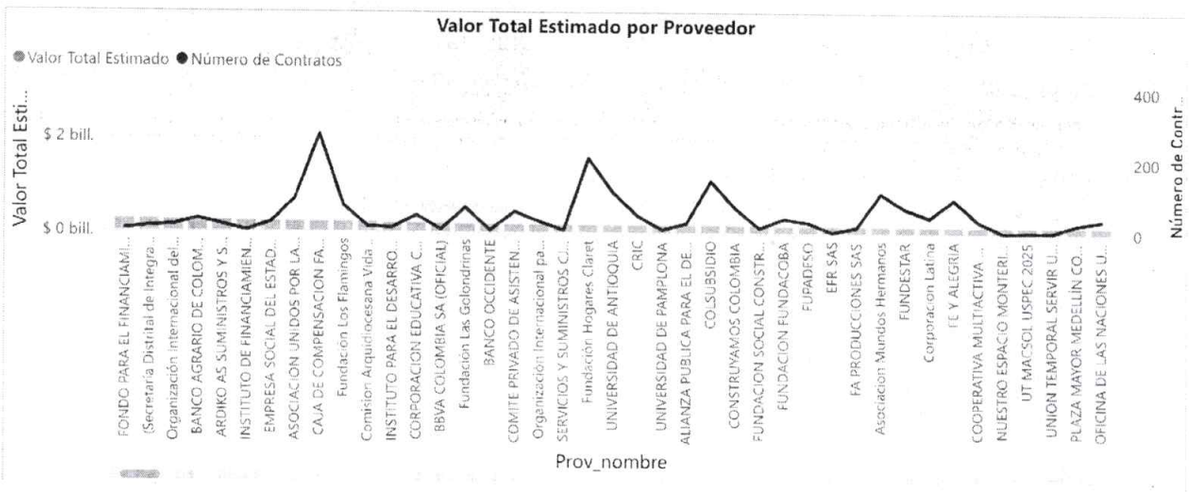








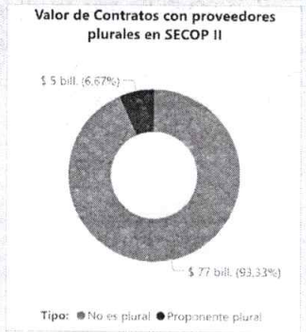
Valor Contratación	Número de Proveedores	Número de Contratos
$ 81 bill.	98.25 mil	255,98 mil

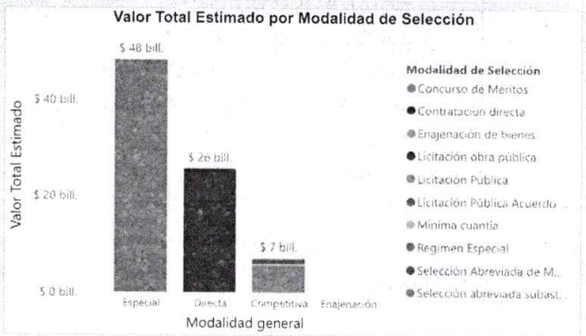

Valor Total Estimado por Proveedor
Valor Total Estimado
Número de Contratos
Valor Total Esti...
$ 2 bill.
$ 0 bill.
400
200
0
Número de Contr...
FONDO PARA EL FINANCIAMI...
(Secretaría Distrital de Integra...
Organización Internacional del...
BANCO AGRARIO DE COLOM...
ARUKO AS SUMINISTROS Y S...
INSTITUTO DE FINANCIAMIEN...
EMPRESA SOCIAL DEL ESTAD...
ASOCIACION UNIDOS POR LA...
CAJA DE COMPENSACION FA...
Fundacion Los Flamingos
Comision Arquidiocesana Vida...
INSTITUTO PARA EL DESARRO...
CORPORACION EDUCATIVA C...
BBVA COLOMBIA SA (OFICIAL)
Fundación Las Golondrinas
BANCO OCCIDENTE
COMITE PRIVADO DE ASISTEN...
Organización Internacional pa...
SERVICIOS Y SUMINISTROS C...
Fundación Hogares Claret
UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA
CRIC
UNIVERSIDAD DE PAMPLONA
ALIANZA PUBLICA PARA EL DE...
COLSUBSIDIO
CONSTRUYAMOS COLOMBIA
FUNDACION SOCIAL CONSTR...
FUNDACION FUNDACOBA
FUPADESO
EFR SAS
FA PRODUCCIONES SAS
Asociacion Mundos Hermanos
FUNDESTAR
Corporacion Latina
FE Y ALEGRIA
COOPERATIVA MULTIACTIVA ...
NUESTRO ESPACIO MONTERI...
UT MACSOL USPEC 2025
UNION TEMPORAL SERVIR U...
PLAZA MAYOR MEDELLÍN CO...
OFICINA DE LAS NACIONES U...
Prov_nombre

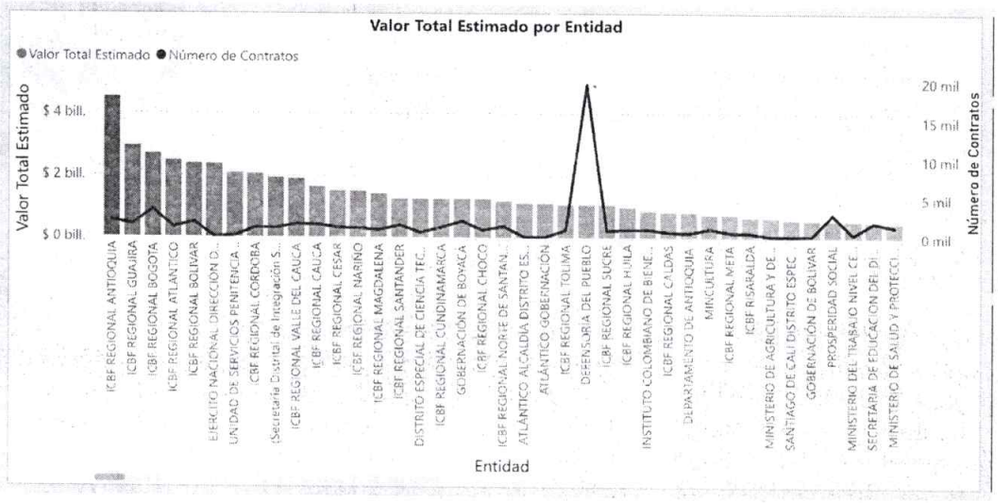

Valor Total Estimado por Proveedor
AGENCIA LOGISTICA DE LAS FUERZAS MILITARES
ALCALDIA DISTRITAL DE BARRANQUILLA
DEPARTAMENTO DEL ATLANTICO
DISTRITO ESPECIAL DE CIENCIA TECNOLOGIA E INNOVACI...
FINANCIERA DE DESARROLLO TERRITORIAL SA
MUNICIPIO DE CUBARA BOYACA
DISTRITO ESPECIAL INDUSTRIAL Y PORTUARIO DE BARRA...
PROGRAMA DE LAS NACIONES UNIDAS PARA EL DESARR...
Fundacion Fuerza Viva
BANCOLOMBIA
FUNDACION PANAMERICANA PARA EL DESARROLLO COL...
DEPARTAMENTO DE ANTIOQUIA
CONGREGACION DE RELIGIOSOS TERCIARIOS CAPUCHINO...
ONG CRECER EN FAMILIA
Proveedor
$ 0 bill.
$ 2 bill.
Valor Total Estimado


Número de Contratos por Proveedor
CONGREGACION DE RELIGIOSOS TERCIARIOS CAPUCHI...
CAJA DE COMPENSACION FAMILIAR COMPENSAR
ONG CRECER EN FAMILIA
Fundacion Hogares Claret
FUNDACION DEDICADA A LA RESPONSABILIDAD SOCIA...
COLSUBSIDIO
FOMCULTURA
ACJYMCA
ALDEAS INFANTILES SOS COLOMBIA
PERSONA NATURAL
INSTITUTO PSICOEDUCATIVO DE COLOMBIA IPSICOL
CAJA DE COMPENSACION FAMILIAR CAFAM
UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA
Asociacion Mundos Hermanos
Proveedor
0
200
400
Número de Contratos


Cantidad de Contratos con proveedores plurales en SECOP II
1374 (0.6%)
229531 (99.4%)
Tipo: No es plural Proponente plural


Valor de Contratos con proveedores plurales en SECOP II
$ 5 bill. (6.67%)
$ 77 bill. (93.33%)
Tipo: No es plural Proponente plural


Valor Total Estimado por Modalidad de Selección
$ 48 bill.
$ 40 bill.
$ 20 bill.
$ 0 bill.
$ 26 bill.
$ 7 bill.
Valor Total Estimado
Especial
Directa
Competitiva
Enajenación
Modalidad general
Modalidad de Selección
Concurso de Méritos
Contratacion directa
Enajenación de bienes
Licitación obra pública
Licitación Pública
Licitación Pública Acuerdo ...
Minima cuantía
Regimen Especial
Selección Abreviada de M...
Selección abreviada subast...


Valor Total Estimado por Entidad
Valor Total Estimado
Número de Contratos
$ 4 bill.
$ 2 bill.
$ 0 bill.
20 mil
15 mil
10 mil
5 mil
0 mil
ICBF REGIONAL ANTIOQUIA
ICBF REGIONAL GUAJIRA
ICBF REGIONAL BOGOTA
ICBF REGIONAL ATLANTICO
ICBF REGIONAL BOLIVAR
EJERCITO NACIONAL DIRECCION D...
UNIDAD DE SERVICIOS PENITENCIA...
CBF REGIONAL CORDOBA
(Secretaría Distrital de Integración S...
ICBF REGIONAL VALLE DEL CAUCA
ICBF REGIONAL CAUCA
ICBF REGIONAL CESAR
ICBF REGIONAL NARIÑO
ICBF REGIONAL MAGDALENA
ICBF REGIONAL SANTANDER
DISTRITO ESPECIAL DE CIENCIA TEC...
ICBF REGIONAL CUNDINAMARCA
GOBERNACIÓN DE BOYACA
ICBF REGIONAL CHOCO
ICBF REGIONAL NORTE DE SANTAN...
ATLÁNTICO ALCALDIA DISTRITO ES...
ATLÁNTICO GOBERNACIÓN
ICBF REGIONAL TOLIMA
DEFENSORIA DEL PUEBLO
ICBF REGIONAL SUCRE
ICBF REGIONAL HUILA
INSTITUTO COLOMBIANO DE BIENE...
ICBF REGIONAL CALDAS
DEPARTAMENTO DE ANTIOQUIA
MINCULTURA
ICBF REGIONAL META
ICBF RISARALDA
MINISTERIO DE AGRICULTURA Y DE...
SANTIAGO DE CALI DISTRITO ESPEC...
GOBERNACIÓN DE BOLIVAR
PROSPERIDAD SOCIAL
MINISTERIO DEL TRABAJO NIVEL CE...
SECRETARIA DE EDUCACION DEL DI...
MINISTERIO DE SALUD Y PROTECCI...
Entidad

REPUBLICA DE COLOMBIA
DEPARTAMENTO DE CUNDINAMARCA
ALCALDÍA DE FACATATIVÁ

Comportamiento contratación por bienes y servicios de UNSPSC

Año	2020			2021			2022		
Clasificador de Bienes y Servicios - Familia	Contratos	Valor	Participación	Contratos	Valor	Participación	Contratos	Valor	Par
8210 - Publicidad	9317	$ 256.410.026.826	0,30%	10869	$ 523.058.714.412	0,61%	8182	$ 320.364.775.002	
8211 - Escritura y traducciones	1045	$ 27.878.265.075	0,03%	1469	$ 41.653.775.006	0,05%	1106	$ 46.825.967.033	
8212 - Servicios de reproducción	4729	$ 414.609.270.057	0,48%	4446	$ 245.150.448.575	0,29%	2340	$ 216.164.552.133	
8213 - Servicios fotográficos	502	$ 13.186.725.571	0,02%	527	$ 16.475.153.351	0,02%	418	$ 19.944.335.997	
8214 - Diseño gráfico	1313	$ 27.608.787.026	0,03%	1513	$ 46.737.586.008	0,05%	991	$ 35.771.287.781	
8215 - Artistas e intérpretes profesionales	1602	$ 53.841.215.918	0,06%	2009	$ 65.040.841.922	0,08%	1573	$ 85.091.202.625	
9310 - Sistemas e instituciones políticas	102	$ 3.156.698.278	0,00%	99	$ 7.179.853.537	0,01%	80	$ 6.558.464.233	
9311 - Condiciones sociopolíticas	98	$ 3.330.663.118	0,00%	75	$ 5.082.173.842	0,01%	132	$ 6.288.537.909	
9312 - Relaciones internacionales	295	$ 119.744.030.938	0,14%	339	$ 351.243.120.186	0,41%	241	$ 260.220.581.030	
9313 - Ayuda y asistencia humanitaria	2952	$ 2.330.472.160.726	2,72%	3067	$ 1.467.012.756.577	1,71%	3204	$ 2.490.311.232.522	
9314 - Servicios comunitarios y sociales	24642	$ 8.937.027.500.354	10,44%	26666	$ 8.982.489.366.138	10,50%	27871	$ 8.169.883.930.825	
9315 - Servicios de administración y financiación pública	8663	$ 741.849.860.180	0,87%	13031	$ 1.687.657.439.401	1,97%	16760	$ 1.509.151.777.132	
9316 - Tributación	281	$ 22.897.386.314	0,03%	168	$ 216.285.161.714	0,25%	235	$ 93.947.330.083	
9317 - Política y regulación comercial	46	$ 32.767.091.717	0,04%	47	$ 7.880.063.045	0,01%	41	$ 6.828.806.618	
Total	**55587**	**$ 12.984.799.682.098**	**15,17%**	**64325**	**$ 13.662.946.453.714**	**15,97%**	**63174**	**$ 13.287.352.780.923**	

De acuerdo con el artículo 3 de la Ley 1712 de 2014, sobre el principio de calidad de la información, las Entidades Estatales son responsables de la oportunidad, objetividad y veracidad de la información que publican.

La Agencia Nacional de Contratación Pública - Colombia Compra Eficiente no es responsable por la información publicada en el SECOP. Si requiere información o Documentos del Proceso debe solicitarlos a la Entidad Estatal que adelantó el Proceso de Contratación respectivo.

AGENCIA NACIONAL DE CONTRATACIÓN PÚBLICA - COLOMBIA COMPRA EFICIENTE -
Subdirección de Estudios de Mercado y Abastecimiento Estratégico (EMAE)
https://www.colombiacompra.gov.co/ informacion.emae@colombiacompra.gov.co
Agencia Nacional de Contratación Pública Colombia Compra Eficiente

FUENTE: *https://www.colombiacompra.gov.co/analisis-de-datos-de-compra-publica/visualizaciones-compra-publica/herramienta-de-visualizacion-para-el-analisis-de-la-demanda-y-de-la-oferta*

Dentro del estudio realizado por la Secretaría de Desarrollo Económico, se realizó solicitud de cotizaciones a las siguientes empresas, obteniendo:

ITEM	ELEMENTO	DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	CANT.	COTIZACIÓN (A) OPEN SOUD S.A.S	COTIZACIÓN (B) MORIAH COMPANY TECNOLOGÍA Y ENTRETENIMIENTO	VALOR PROMEDIO COTIZACIÓN (A+B)
1	PROYECCIÓN DE VIDEO DE ANUNCIOS PUBLICITARIOS	PROYECCIÓN DE ANUNCIOS AUDIOVISUALES CON UNA DURACIÓN DE QUINCE SEGUNDOS (15"), EMITIDA LOS DÍAS: LUNES, MARTES,MIERCOLES,JUEVES VIERNES, SABADO Y DOMIGO EN LA SALA DE CINE DE BOGOTÁ.	SEMANA	1	$ 1.725.500	$ 1.643.169	$ 1.684.335
					VALOR TOTAL (A) $1.725.500	**VALOR TOTAL (B) $1.643.169**	**VALOR TOTAL PROMEDIO $1.684.335**

De acuerdo con lo anterior, el municipio calcula que el **VALOR ESTIMADO O PRESUPUESTO OFICIAL** es hasta por la suma de **CUARENTA Y DOS MILLONES DE PESOS ($ 42.000.000) M/CTE**, incluidos todos los impuestos, tasas y demás a que haya lugar y costos en que los proponentes puedan incurrir para la ejecución de la propuesta, el contrato se pagara de conformidad con los precios ofertados y los servicios efectivamente prestados.

La propuesta económica del oferente no podrá superar el valor estimado para el contrato que se pretende celebrar en su totalidad o en sus valores unitarios.

- Los valores unitarios para el presupuesto son a PRECIO FIJO, por lo tanto, este contrato NO contempla fórmula de ajuste de precios durante la ejecución estimada.
- El presente contrato es a MONTO AGOTABLE

C. ESTUDIO DE LA DEMAND

La Alcaldía Municipal de Facatativá en vigencias anteriores ha celebrado contratos con objeto contractual similar de la siguiente manera:

N°	N° CONTRATO	OBJETO	VALOR	PLAZO DE EJECUCIÓN	SE CUMPLIÓ A CABALIDAD
1	MUNICIPIO DE ASTREA SAMC-003-2025	PRESTACIÓN DE SERVICIOS DE APOYO A LA OFICINA DE COMUNICACIÓN PARA PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN DE MATERIAL AUDIOVISUAL INFORMATIVO PARA LAS CAMPAÑAS Y DESPLIEGUE DE ESTRATEGIAS PÚBLICAS, ENCAMINADAS A INFORMAR LAS ACTIVIDADES CULTURALES Y DEPORTIVAS DE LOS DISTINTOS PROGRAMAS SOCIALES Y DIFERENTES GESTIONES DEL PLAN DE DESARROLLO EN EL MUNICIPIO DE ASTREA, CESAR.	$ 123.500.000	7 MESES	EN EJECUCUCIÓN
2	ESE HOSPITAL NUESTRA SEÑORA DE FATIMA SUAZA HUILA CPS 229 - 2024	PRESTACIÓN DE SERVICIOS PUBLICITARIOS DE MENSAJES INSTITUCIONALES EN EL ESPACIO INFORMATIVO "SEGUIREMOS EL CAMBIO" Y UN PROGRAMA RADIAL.	$ 46.833.334	3 DÍAS	SI
3	UNIQUINDIO OCONT-740-2024	PRESTACION DE SERVICIOS DE APOYO A LA GESTION PARA REALIZAR LA DIFUSION Y O DIVULGACION A TRAVES DE UN MEDIO DE COMUNICACION DIGITAL DE LA INFORMACION INSTITUCIONAL DE LA UNIVERSIDAD DEL QUINDIO QUE CONTRIBUYA CON EL POSICIONAMIENTO CORPORATIVO.	$1.500.000	20 DÍAS	SI
4	ESE HOSPITAL LOCAL SAN MARTIN DE LOBA 25102024-CPS1	PRESTACION DE SERVICIOS PROFESIONALES PARA LA GESTION DE LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN EN TODAS LAS CAMPAÑAS REALIZADAS Y EL MANEJO DE REDES SOCIALES Y PUBLICIDAD EN RADIO Y TELEVISION CON RELACION A PROYECTOS, CONVENIOS, REUNIONES, ACTIVIDADES INSTITUCIONALES QUE SE DEMANDEN POR PARTE DE EL CONTRATANTE.	$4.645.000	67 DÍAS	SI

Fuente: https://community.secop.gov.co/Public/Tendering/ContractNoticeManagement/Index?currentLanguage=es-CO&Page=login&Country=CO&SkinName=CCE

Dado en Facatativá, a los veinticuatro (24) días del mes de julio de 2025

RICARDO ALONSO MONTAÑO CALDERON
Secretario de Desarrollo Económico

Proyecto: Marcela Abello – Abogada – Contratista
Secretaría de Desarrollo Económico