INFORME DE ACTIVIDADES FINAL
CONTRATISTA

NÚMERO CONTRATO:	SAMC-001-LD-2025
FECHA DE PRESENTACION DEL INFORME:	(09/12/2025)
CONTRATANTE:	MUNICIPIO DE LA DORADA CALDAS
OBJETO CONTRACTUAL:	PRESTAR SERVICIOS INTEGRALES PARA LA DIVULGACIÓN DE CAMPAÑAS PUBLICITARIAS, ESTRATEGIAS DE DIFUSIÓN DE LA INFORMACIÓN DENTRO DEL PLAN DE MEDIOS DEL MUNICIPIO DE LA DORADA
PERIODO DE EJECUCION:	DEL 01 DE DICIEMBRE DEL 2025 HASTA EL 31 DE DICIEMBRE DEL 2025
CONTRATISTA	AGENCIA DE LOGÍSTICA, COMUNICACIONES Y SOLUCIONES S.A.S
NIT.	901801717- 8

De conformidad con el contrato suscrito con el Municipio de la Dorada, reporto las siguientes actividades realizadas a la fecha:

OBLIGACIONES CONTRACTUALES			
ITEM	**ACTIVIDAD** (Las obligaciones contempladas en contrato, texto igual al documento físico)	**PRODUCTO-AVANCE** (Las actividades realizadas a las fecha	**EVIDENCIA** (Cómo se puede verificar la realización, señalar anexo correspondiente)
1	Cumplir con las condiciones establecidas en la ley, los estudios previos y pliego de condiciones.	Durante este periodo se cumplió con la normativa aplicable, garantizando el acatamiento de las condiciones previstas en los estudios previos y en el pliego de condiciones. La ejecución del contrato se realizó conforme a los parámetros jurídicos y técnicos establecidos.	No Aplica.
2	Cumplir con las características técnicas, plazos de entrega y demás condiciones establecidas en los estudios previos, pliego de condiciones y contrato derivado del presente proceso de contratación.	Durante la ejecución del periodo se atendieron las especificaciones técnicas y las condiciones contractuales, asegurando la entrega de las actividades dentro de los plazos establecidos.	Anexo 1. Informe de Ejecución
3	Suscribir las modificaciones acordadas entre las partes, para efectos de garantizar la ejecución y el	Durante el periodo de ejecución se mantuvo disposición para formalizar	No Aplica.

	cumplimiento idóneo y oportuno del objeto contratado, dentro de los cinco (5) días siguientes al requerimiento por parte del Municipio.	los ajustes que la Entidad considerara necesarios; no obstante, no se efectuaron modificaciones al contrato.	
4	No suministrar ninguna clase de información o detalle a terceros, mantener como documentación clasificada todos los aspectos relacionados con el contrato.	Durante este periodo se cumplió con la cláusula de confidencialidad del contrato, garantizando que la información no fuera divulgada a terceros no autorizados.	No Aplica.
5	Cancelar todos los derechos e impuestos que se deriven con ocasión del contrato, establecidos o que se establezcan en el país, de acuerdo con las leyes colombianas.	Durante este periodo se cumplieron las obligaciones tributarias y fiscales correspondientes, realizando oportunamente los pagos exigidos.	No Aplica.
6	Cumplir con sus obligaciones frente al sistema de seguridad social integral, parafiscales (Cajas de Compensación Familiar, Sena e Instituto Colombiano de Bienestar Familiar), lo cual deberá acreditar debidamente para mantener la ejecución del contrato y para hacer efectivo el pago.	Durante este periodo dimos cumplimiento al pago de aportes al sistema de seguridad social y parafiscales, mediante el pago de la planilla 7996418965 correspondiente al mes de noviembre del 2025.	Anexo 2. Pago de Planilla de seguridad de Representante Legal.
7	Acreditar la suficiencia de la capacidad financiera, experiencia y organización para atender la propuesta y para la buena marcha de la ejecución.	Durante este periodo se conservó la capacidad organizativa, técnica y financiera requerida para asegurar la adecuada ejecución del contrato, conforme a lo estipulado respecto al personal mínimo exigido.	Anexo 3. Pago Planilla de seguridad social de Profesional encargado de apoyar la coordinación de la prestación de los servicios del contrato.
8	Subsanar la documentación legal para la presentación de las condiciones que solicite la Entidad.	Durante el periodo de ejecución no se recibieron requerimientos de subsanación por parte de la Entidad.	No Aplica.
9	Aceptar la tasación y descuentos de	Durante el periodo de	No Aplica.

	penas pecuniarias frente al incumplimiento de obligaciones administrativas.	ejecución no se impusieron sanciones por incumplimiento de las obligaciones contractuales.	
10	No ofrecer o pagar sobornos o cualquier halago a los funcionarios.	Durante este periodo se actuó en cumplimiento de los principios de ética y transparencia, evitando cualquier conducta irregular.	No Aplica.
11	Asistir a las citaciones que realice la Entidad en forma verbal o por escrito.	Durante este periodo se asistió puntualmente a todas las reuniones y citaciones programadas por la Entidad, cumpliendo las obligaciones contractuales y participando activamente en el seguimiento y coordinación de las actividades del contrato.	Anexo 1. Informe de Ejecución
12	Certificar una cuenta de ahorros o corriente para efectos del pago del contrato.	Durante este periodo se mantuvo vigente y certificada la cuenta bancaria destinada a los desembolsos del contrato.	Anexo 4. Certificado cuenta bancaria.
13	Cumplir a cabalidad con el objeto del contrato.	Durante este periodo se desarrollaron las actividades programadas, cumpliéndose el objeto contractual.	Anexo 1. Informe de Ejecución
14	Cumplir con los plazos máximos establecidos de acuerdo a las especificaciones técnicas de la propuesta.	Durante este periodo las actividades contractuales se llevaron a cabo dentro de los plazos máximos establecidos en la propuesta, garantizando su ejecución oportuna y el cumplimiento del cronograma acordado con la Entidad.	Anexo 1. Informe de Ejecución
15	Proveer a su costo, todos los bienes y/o servicios necesarios para el cumplimiento de los objetivos y	Durante este periodo las actividades contractuales se realizaron dentro de los	Anexo 1. Informe de Ejecución

	funcionalidades requeridas en el presente contrato.	plazos máximos establecidos en la propuesta, asegurando su ejecución oportuna y el cumplimiento del cronograma acordado con la Entidad.	
16	Informar oportunamente al supervisor del contrato cualquier novedad que se presente en el curso de la ejecución del mismo.	Durante este periodo no se reportaron novedades en la ejecución del contrato, desarrollándose las actividades programadas con normalidad y sin contratiempos que afectaran su cumplimiento o el cronograma establecido.	No Aplica.
17	Entregar con la facturación, al supervisor del contrato, el certificado de aportes parafiscales debidamente suscrito por el representante legal o Revisor Fiscal, cuando aplique.	Durante este periodo se cumplieron las obligaciones contractuales, presentando oportunamente los certificados de aportes parafiscales junto con la facturación correspondiente, conforme a los requisitos establecidos por la Entidad.	Anexo 2. Pago de Planilla de seguridad de Representante Legal.
18	Entregar a satisfacción los bienes y/o servicios objeto del contrato, en las condiciones y plazos establecidos.	Durante este periodo se efectuó la entrega satisfactoria de los servicios establecidos en el contrato.	Anexo 1. Informe de Ejecución
19	Responder en los plazos que el CONTRATANTE establezca en cada caso, los requerimientos de aclaración o de información que le formule.	Durante este periodo se atendieron oportunamente los requerimientos institucionales, dando respuesta en tiempo y forma a las solicitudes de información realizadas por la Entidad, conforme a los lineamientos establecidos.	Anexo 1. Informe de Ejecución
20	Constituir en debida forma las garantías, pactadas en las condiciones exigidas.	Para el inicio del contrato en el presente período se constituyeron las garantías de cumplimiento y de calidad del servicio,	Anexo 5. Póliza número I-100046292-0

		conforme a lo establecido en el contrato, mediante la póliza número I-100046292-0	
21	En general, la obligación de cumplir cabalmente con las condiciones y modalidades previstas contractualmente para la ejecución y desarrollo del contrato, para lo cual EL CONTRATISTA deberá actuar razonablemente en el marco de sus obligaciones contractuales.	Durante este periodo se atendieron las condiciones y modalidades previstas en el contrato para su ejecución y desarrollo.	Anexo 1. Informe de Ejecución
22	Tendrán derecho a recibir oportunamente la remuneración pactada y a que el valor intrínseco de la misma no se altere o modifique durante la vigencia del contrato.	Durante este periodo se aplicaron los procedimientos de facturación establecidos, garantizando la recepción oportuna de la remuneración pactada.	No Aplica.
23	Colaborar con las entidades contratantes en lo que sea necesario para que el objeto contratado se cumpla y que éste sea de la mejor calidad; acatarán las órdenes que durante el desarrollo del contrato ellas les impartan y, de manera general, obrarán con lealtad y buena fe en las distintas etapas contractuales, evitando las dilaciones y entorpecimientos que pudieran presentarse.	Durante el periodo de ejecución se brindó colaboración activa a la Entidad, con el propósito de asegurar la calidad y eficacia en el desarrollo del contrato.	Anexo 1. Informe de Ejecución
24	Podrán acudir a las autoridades con el fin de obtener la protección de los derechos derivados del contrato y la sanción para quienes los desconozcan o vulneren.	Durante este periodo no fue necesario acudir a autoridad alguna, manteniéndose en regla todas las actuaciones contractuales y cumpliéndose las obligaciones establecidas.	No Aplica.
25	Garantizar la calidad de los bienes y/o servicios y responder por ello.	Durante este periodo se cumplieron los compromisos pactados,	Anexo 1. Informe de Ejecución

		garantizando la entrega de bienes y la prestación de servicios con los niveles de calidad requeridos. Cada entrega se efectuó de manera oportuna y eficiente, asegurando que los productos y servicios respondieran a las necesidades institucionales y aportaran al adecuado desarrollo de las actividades programadas.	
26	No accederán a peticiones o amenazas de quienes actúen por fuera de la Ley y con el fin de inducirles a hacer u omitir algún acto o hecho.	Durante este periodo se cumplió con la obligación de no atender solicitudes, presiones o amenazas provenientes de personas o grupos al margen de la ley, evitando cualquier intento de inducir acciones u omisiones contrarias a la normativa vigente.	No Aplica.
27	Cumplir estrictamente con los requisitos establecidos en la forma y condiciones de pago; así mismo, la facturación presentada deberá sujetarse a lo dispuesto en el Código de Comercio Artículos 774, numeral 3 del artículo 777 y en el Estatuto Tributario artículo 617.	Para la ejecución correspondiente a este período, se presenta la factura del mes de diciembre de 2025.	Anexo 6. Factura
28	Presentar facturación según requerimiento de la Entidad contratante.	Para la ejecución del presente periodo se radica la factura correspondiente al mes de diciembre de 2025.	Anexo 6. Factura
29	Las demás que por su naturaleza y esencia determine la Ley y las partes.	Durante el periodo de ejecución se atendieron todas las obligaciones legales y contractuales aplicables.	Anexo 1. Informe de Ejecución

ANEXOS				
ITEM	**Descripción** (Redacte brevemente el contenido y temática del anexo)	**Nombre del Archivo o Documento** (Defina el nombre con el cual se identifica el documento cuando es físico ó el nombre del archivo digital)	**Presentación** (Indique si el anexo es FISICO o DIGITAL)	**Ubicación** (Si es físico se entiende que se anexa al presente informe de actividades. Si es digital indique el directorio dentro del medio CD, USB)
1	Contiene la información de ejecución contractual de cada uno de los ítems presentados en la oferta económica y aceptados por la entidad.	Anexo 1. Informe de Ejecución	FISICO	FISICO
2	Contiene el certificado del pago de la planilla de seguridad social y parafiscales correspondiente al mes de octubre del 2025 del representante legal.	Anexo 2. Pago de Planilla de seguridad de Representante Legal.	FISICO	FISICO
3	Contiene el certificado del pago de la planilla de seguridad social y parafiscales correspondiente al mes de octubre del 2025 del Profesional encargado de apoyar la coordinación de la prestación de los servicios del contrato.	Anexo 3. Pago Planilla de seguridad social de Profesional encargado de apoyar la coordinación de la prestación de los servicios del contrato.	FISICO	FISICO
4	Contiene el certificado expedido por la entidad bancaria con número y tipo de cuenta.	Anexo 4. Certificado cuenta bancaria.	FISICO	FISICO
5	Contiene la descripción de los amparos de las garantías de cumplimiento y calidad del servicio.	Anexo 5. Póliza número I-100046292-0	FISICO	FISICO
6	Contiene el documento validado por la DIAN como factura electrónica.	Anexo 6. Factura	FISICO	FISICO

Firma:	Diana Katherine Guzman R
Documento De Identificación:	1.054.560.680
Nombres Y Apellidos Representante Legal:	DIANA GUZMAN RODRIGUEZ
Teléfono:	314 266 3438
Correo Electrónico:	conectaagencialogistica@gmail.com

ANEXO 1
INFORME FINAL DE EJECUCIÓN

NÚMERO CONTRATO:	SAMC-001-LD-2025
FECHA DE PRESENTACION DEL INFORME:	(09/12/2025)
CONTRATANTE:	MUNICIPIO DE LA DORADA CALDAS
OBJETO CONTRACTUAL:	PRESTAR SERVICIOS INTEGRALES PARA LA DIVULGACIÓN DE CAMPAÑAS PUBLICITARIAS, ESTRATEGIAS DE DIFUSIÓN DE LA INFORMACIÓN DENTRO DEL PLAN DE MEDIOS DEL MUNICIPIO DE LA DORADA
PERIODO DE EJECUCION:	DEL 01 DE DICIEMBRE DEL 2025 HASTA EL 31 DE DICIEMBRE DEL 2025
CONTRATISTA	AGENCIA DE LOGÍSTICA, COMUNICACIONES Y SOLUCIONES S.A.S
NIT.	901801717- 8

1.DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES

En el presente informe y en cumplimiento de mis obligaciones contractuales, se describen los elementos suministrados de acuerdo con el contrato **SAMC-001-LD-2025** Correspondientes a la oferta económica presentada y aceptada por la entidad.

ITEM	ESPECIFICACIONES TÉCNICAS	UNIDAD DE MEDIDA	VR UNITARIO	IVA	V/R TOTAL CON IVA	CANTIDAD EJECUCIÓN	TOTAL
2	Servicio de radiodifusión en emisora de carácter regional con Frecuencia Modulada en las siguientes características: Cuña con duración de mínimo 30 segundos. En el horario definido por la entidad.	Unidad	8.092,44	1.538	9.630	231	2.224.530
3	Servicio de radiodifusión en emisora de carácter regional y juvenil con Frecuencia Modulada en las siguientes características: Cuña con duración de mínimo 30 segundos. En el horario definido por la entidad.	Unidad	8.092,44	1.538	9.630	409	3.938.670
4	Servicio de radiodifusión en emisora local de carácter comunitario con Frecuencia Modulada en las siguientes características: Cuña con duración de mínimo 30 segundos. En el horario definido por la entidad.	Unidad	8.016,81	1.523	9.540	277	2.642.580

5	Servicio de radiodifusión en emisora de carácter regional y juvenil con Frecuencia Modulada en las siguientes características: capsula con una duración de minimo 15 minutos. En el horario definido por la entidad.	Unidad	664.193,28	126.197	790.390	8	6.323.120
6	Servicio de difusión en televisión de carácter local con las siguientes características: Emisión de comercial con duración de mínimo 1 minuto. En el horario definido por la entidad.	Unidad	10.798,32	2.052	12.850	670	8.609.500
7	Servicio de difusión de nota informativa en medios digitales de reconocimiento local y/o regional, mediante publicación de video con duración mínima de 1 minuto o fotografías remitidas por la entidad, mínimo 3. De acuerdo a la solicitud del supervisor.	Unidad	62.369,75	11.850	74.220	20	1.484.400
8	Servicio de cubrimiento y publicación en redes sociales de eventos deportivos y culturales locales con las siguientes características: con duración mínima de 2 minutos en los cuales se emita información deportiva y/o cultural y recolección de material para promoción de eventos deportivos.	Unidad	93.142,86	17.697	110.840	13	1.440.920
9	Servicio de maestro de ceremonia en los eventos requeridos por la entidad	Unidad	137.697,48	26.163	163.860	14	2.294.040
10	Servicio de publicación en medio de comunicación regional y/o local, escrito y/o digital, con las siguientes características: Publicación en periódico digital: 1080 * 1080 que incluye articulo periodistico de profundidad frente a los hechos más relevantes del municipio de acuerdo a solicitud de la entidad.	Unidad	745.193,28	141.587	886.780	3	2.660.340
12	Elaborar informe de marketing digital que incluya el análisis de métricas, diagnóstico del desempeño y propuesta de acciones de mejora para las redes sociales del municipio. Con el fin de conocer el comportamiento de redes sociales del municipio y el impacto de la población. Estará sujeto a solicitud del supervisor de acuerdo a la necesidad.	Unidad	1.296.000,00	246.240	1.542.240	4	6.168.960
13	Servicio de produccion de audio, que implica grabación de voces, posproducción	Unidad	332.092,44	63.098	395.190	10	3.951.900

	y entrega de producto: Con una duración mínima de 15 minutos.						
14	Servicio de campaña sobre temas de interés público definido por la entidad mediante material publicitario que comprende: • Pendón: (tipo telón) impresión digital a full color de tejido sintético gran formato banner de 13 onzas, ello a razón de metraje definido por la entidad. 40 metros • 5.000 volantes : media carta, propalcote, full color, incluye diseño, unidad de medida millar.	Unidad	2.997.000,00	569.430	3.566.430	1	3.566.430
15	Servicio de cubrimiento y emisión en noticiero digital con alcance local: nota periodistica con una duración mínima de 2 minutos en los cuales se emita información de proyectos y actividades de la entidad. Se realizará de acuerdo a requerimiento del supervisor.	Unidad	121.495,80	23.084	144.580	10	1.445.800
16	Servicio de difusión en televisión de carácter local con las siguientes características: Emisión de comercial con duración de mínimo 1 minuto. En el horario definido por la entidad. orientados a la implementación de estrategias de información de la campaña "La Fuerza de la Salud", en el marco del Plan de Intervenciones Colectivas (PIC) de la División de Salud Pública del municipio de La Dorada.	Unidad	13.764,71	2.615	16.380	24	393.120
18	Servicios de radiodifusión en una emisora con frecuencia modulada (FM), con alcance regional, la emisión será de cuña mínimo de 30 segundos de duración. Orientados a la implementación de estrategias de información de la campaña "La Fuerza de la Salud", en el marco del Plan de Intervenciones Colectivas (PIC) de la División de Salud Pública del municipio de La Dorada.	Unidad	8.092,44	1.538	9.630	125	1.203.750
20	Servicio de pauta publicitaria para las redes sociales del municipio, a necesidad de la entidad, mediante anuncio, el cual puede estar orientado a: awareness, crecimiento, interacción y tráfico.	Unidad	267.294,12	50.786	318.080	10	3.180.800

21	Cubrimiento en rueda de prensa o transmisión en vivo o entrevista en directo, requerida por el municipio, mediante medios televisivos o digitales o radiales, por duración definida por cada evento que no sea inferior a 5 minutos.	Unidad	178.193,28	33.857	212.050	16	3.392.800
TOTAL EJECUCIÓN							54.921.660

2. RESUMEN DEL BALANCE FINANCIERO

VALOR DEL CONTRATO	CANTIDAD EJECUTADA	VALOR A COBRAR	VALOR PENDIENTE POR EJECUTAR
$ 366.500.000	$366.498.280	$54.921.660	$1.720

3. SEGURIDAD SOCIAL

Planilla de Seguridad Social N° 7998521895 correspondiente al mes de diciembre del 2025.

4. FACTURA

En el presente informe se adjunta la factura que se discrimina a continuación

- **Factura electrónica N° FEL 27**
- **Fecha: 09/12/2025**
- **Valor: $54.921.660**
- **Código CUFE DIAN:**
  f0f60dc8cdf8ab2c5e363063bb530ef961d0d72438d38cd099430122915993d23f8
  98fca7788b9bb927317af4f63143b

5 EJECUCIÓN

ITEM	ESPECIFICACIONES TÉCNICAS	UNIDAD DE MEDIDA	VR UNITARIO	IVA	V/R TOTAL CON IVA	CANTIDAD EJECUCIÓN	TOTAL
2	Servicio de radiodifusión en emisora de carácter regional con Frecuencia Modulada en las siguientes características: Cuña con duración de mínimo 30 segundos. En el horario definido por la entidad.	Unidad	8.092	1.538	9.630	231	2.224.530

La ejecución de la presente actividad se encuentra soportada con el certificado correspondiente al mes de diciembre del 2025 emitido por la Emisora Olímpica Estéreo, los cuales se adjuntan al presente informe de ejecución.

ITEM	ESPECIFICACIONES TÉCNICAS	UNIDAD DE MEDIDA	VR UNITARIO	IVA	V/R TOTAL CON IVA	CANTIDAD EJECUCIÓN	TOTAL
3	Servicio de radiodifusión en emisora de carácter regional y juvenil con Frecuencia Modulada en las siguientes características: Cuña con duración de mínimo 30 segundos. En el horario definido por la entidad.	Unidad	8.092	1.538	9.630	409	3.938.670

La ejecución de la presente actividad se encuentra soportada en el informe y el certificado correspondiente al mes de diciembre del 2025 emitidos por la Emisora Tropicana, los cuales se adjuntan al presente informe de ejecución.

ITEM	ESPECIFICACIONES TÉCNICAS	UNIDAD DE MEDIDA	VR UNITARIO	IVA	V/R TOTAL CON IVA	CANTIDAD EJECUCIÓN	TOTAL
4	Servicio de radiodifusión en emisora local de carácter comunitario con Frecuencia Modulada en las siguientes características: Cuña con duración de mínimo 30 segundos. En el horario definido por la entidad.	Unidad	8.017	1.523	9.540	277	2.642.580

La ejecución de la presente actividad se encuentra soportada en los informes y los certificados correspondientes al mes de diciembre del 2025 emitidos por la emisora Dorada Estéreo y la emisora la Campeona, los cuales se adjuntan al presente informe de ejecución.

ITEM	ESPECIFICACIONES TÉCNICAS	UNIDAD DE MEDIDA	VR UNITARIO	IVA	V/R TOTAL CON IVA	CANTIDAD EJECUCIÓN	TOTAL
5	Servicio de radiodifusión en emisora de carácter regional y juvenil con Frecuencia Modulada en las siguientes características: capsula con una duración de mínimo 15 minutos. En el horario definido por la entidad.	Unidad	664.193	126.197	790.390	8 ✓	6.323.120

La ejecución de la presente actividad se encuentra soportada en los informes y el certificado correspondiente al mes de diciembre del 2025 emitidos por la Emisora Tropicana, los cuales se adjuntan al presente informe de ejecución.

ITEM	ESPECIFICACIONES TÉCNICAS	UNIDAD DE MEDIDA	VR UNITARIO	IVA	V/R TOTAL CON IVA	CANTIDAD EJECUCIÓN	TOTAL
6	Servicio de difusión en televisión de carácter local con las siguientes características: Emisión de comercial con duración de mínimo 1 minuto. En el horario definido por la entidad.	Unidad	10.798	2.052	12.850	670 ✓	8.609.500

La ejecución de la presente actividad se encuentra soportada en los informes y el certificado correspondiente al mes de diciembre del 2025 emitidos por los medios regionales de televisión BUM TV, MAS TV y el programa de noticias "Hablando Claro con Javier", los cuales se adjuntan al presente informe de ejecución.

ITEM	ESPECIFICACIONES TÉCNICAS	UNIDAD DE MEDIDA	VR UNITARIO	IVA	V/R TOTAL CON IVA	CANTIDAD EJECUCIÓN	TOTAL
7	Servicio de difusión de nota informativa en medios digitales de reconocimiento local y/o regional, mediante publicación de video con duración mínima de 1 minuto o fotografías remitidas por la entidad, mínimo 3. De acuerdo a la solicitud del supervisor.	Unidad	62.370	11.850	74.220	20 ✓	1.484.400

La ejecución de la presente actividad se encuentra soportada en el informe y el certificado correspondiente al mes de diciembre del 2025 emitidos por el medio de comunicación digital en Facebook Dorada Informativa, los cuales se adjuntan al presente informe de ejecución.

ITEM	ESPECIFICACIONES TÉCNICAS	UNIDAD DE MEDIDA	VR UNITARIO	IVA	V/R TOTAL CON IVA	CANTIDAD EJECUCIÓN	TOTAL
8	Servicio de cubrimiento y publicación en redes sociales de eventos deportivos y culturales locales con las siguientes características: con duración mínima de 2 minutos en los cuales se emita información deportiva y/o cultural y recolección de material para promoción de eventos deportivos.	Unidad	93.143	17.697	110.840	13 ✓	1.440.920

La ejecución de la presente actividad se encuentra soportada en el informe correspondiente al mes de diciembre del 2025 emitidos por el medio de comunicación digital en Facebook Fito Deportes, los cuales se adjuntan al presente informe de ejecución.

ITEM	ESPECIFICACIONES TÉCNICAS	UNIDAD DE MEDIDA	VR UNITARIO	IVA	V/R TOTAL CON IVA	CANTIDAD EJECUCIÓN	TOTAL
9	Servicio de maestro de ceremonia en los eventos requeridos por la entidad	Unidad	137.697	26.163	163.860	14 ✓	2.294.040

La ejecución de la presente actividad se encuentra soportada en el certificado correspondiente al mes de diciembre del 2025 emitido por el reconocido comunicador Jaime Guzmán, el cual se adjuntan al presente informe de ejecución.

ITEM	ESPECIFICACIONES TÉCNICAS	UNIDAD DE MEDIDA	VR UNITARIO	IVA	V/R TOTAL CON IVA	CANTIDAD EJECUCIÓN	TOTAL
10	Servicio de publicación en medio de comunicación regional y/o local, escrito y/o digital, con las siguientes características: Publicación en periódico digital: 1080 * 1080 que incluye articulo periodístico de profundidad frente a los hechos más relevantes del municipio de acuerdo a solicitud de la entidad.	Unidad	745.193	141.587	886.780	3 ✓	2.660.340

La ejecución de la presente actividad se encuentra soportada en el informe correspondiente al mes de diciembre del 2025 emitido por el medio de comunicación digital web La Pirámide que se adjunta al presente informe de ejecución.

ITEM	ESPECIFICACIONES TÉCNICAS	UNIDAD DE MEDIDA	VR UNITARIO	IVA	V/R TOTAL CON IVA	CANTIDAD EJECUCIÓN	TOTAL
12	Elaborar informe de marketing digital que incluya el análisis de métricas, diagnóstico del desempeño y propuesta de acciones de mejora para las redes sociales del municipio. Con el fin de conocer el comportamiento de redes sociales del municipio y el impacto de la población. Estará sujeto a solicitud del supervisor de acuerdo a la necesidad.	Unidad	1.296.000,00	246.240	1.542.240	4	6.168.960

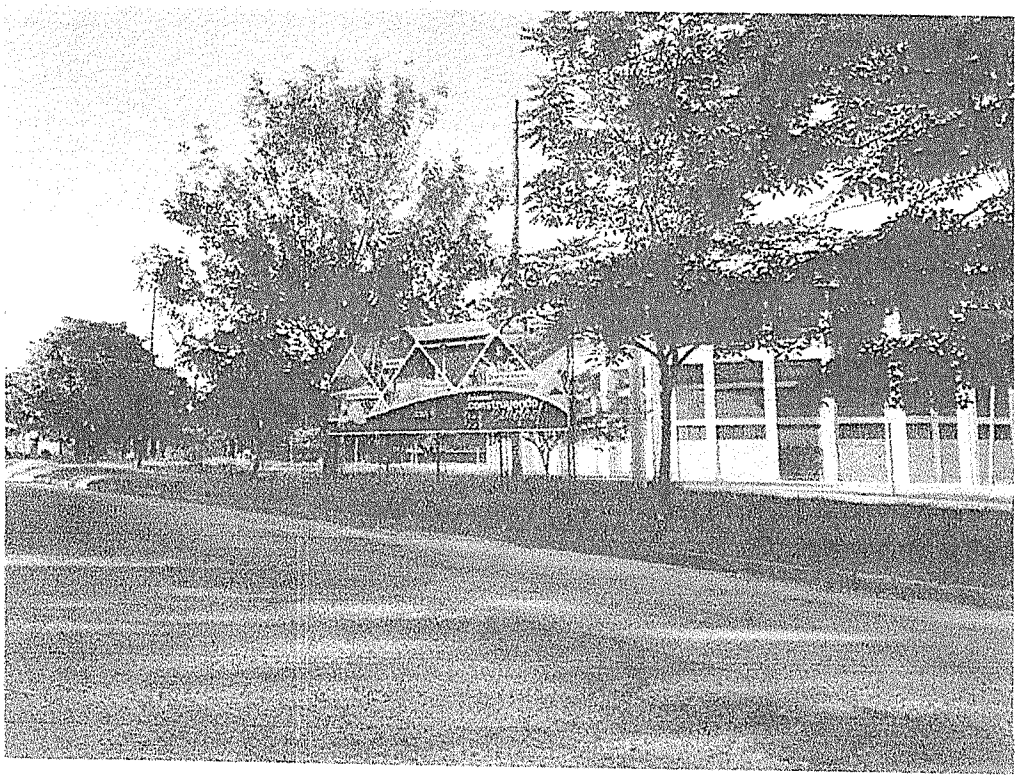
La ejecución de la presente actividad se encuentra soportada en los informes correspondientes al mes de diciembre del 2025 emitido las Agencias Rowel y Segundo Piso que se adjuntan al presente informe de ejecución.

ITEM	ESPECIFICACIONES TÉCNICAS	UNIDAD DE MEDIDA	VR UNITARIO	IVA	V/R TOTAL CON IVA	CANTIDAD EJECUCIÓN	TOTAL
13	Servicio de produccion de audio, que implica grabación de voces, posproducción y entrega de producto: Con una duración minima de 15 minutos.	Unidad	332.092	63.098	395.190	10	3.951.900

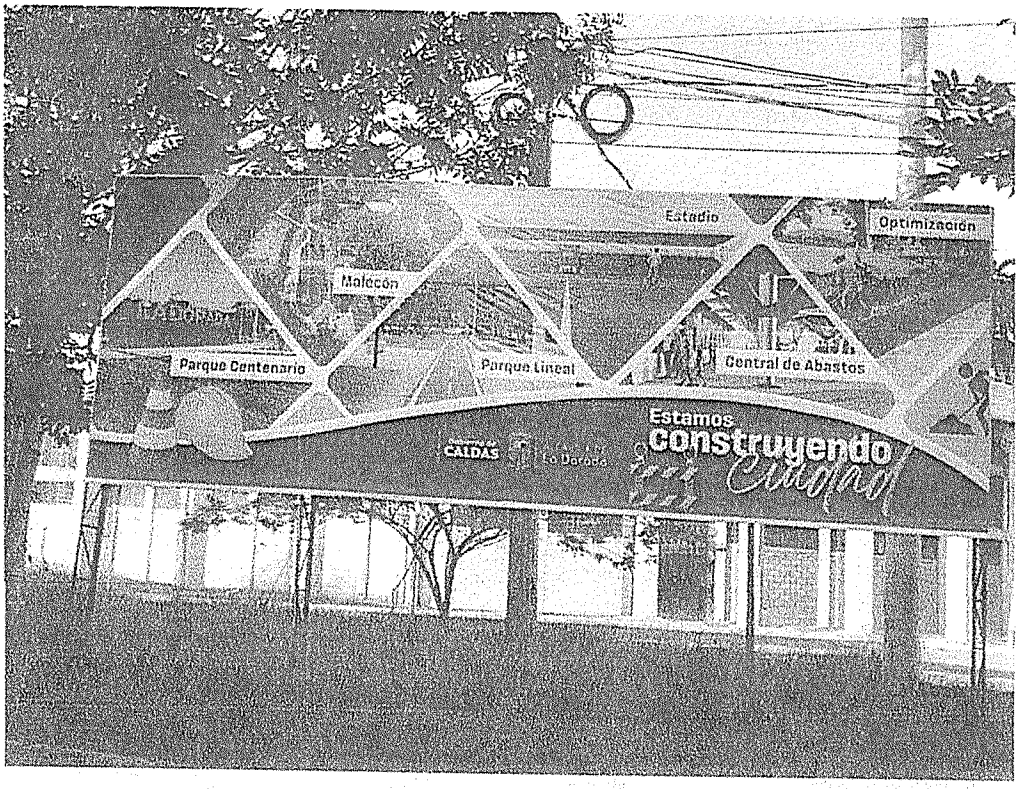
La ejecución de la presente actividad se encuentra soportada en el certificado e informe correspondiente al mes de noviembre del 2025 emitido por el reconocido comunicador William Barreto, el cual se adjuntan al presente informe de ejecución.

ITEM	ESPECIFICACIONES TÉCNICAS	UNIDAD DE MEDIDA	VR UNITARIO	IVA	V/R TOTAL CON IVA	CANTIDAD EJECUCIÓN	TOTAL
14	Servicio de campaña sobre temas de interés público definido por la entidad mediante material publicitario que comprende: • Pendón: (tipo telón) impresión digital a full color de tejido sintético gran formato banner de 13 onzas, ello a razón de metraje definido por la entidad. 40 metros • 5.000 volantes: media carta, propalcote, full color, incluye diseño, unidad de medida millar.	Unidad	2.997.000	569.430	3.566.430	1	3.566.430

Pendón: (tipo telón) impresión digital a full color de tejido sintético gran formato banner de 13 onzas, ello a razón de metraje definido por la entidad. 40 metros.



NIT 901801717- 8
Cra 14A # 48-41 Victoria Real
Móvil: (+57) 313 352 89 12
Correo: conectaagencialogistica@gmail.com



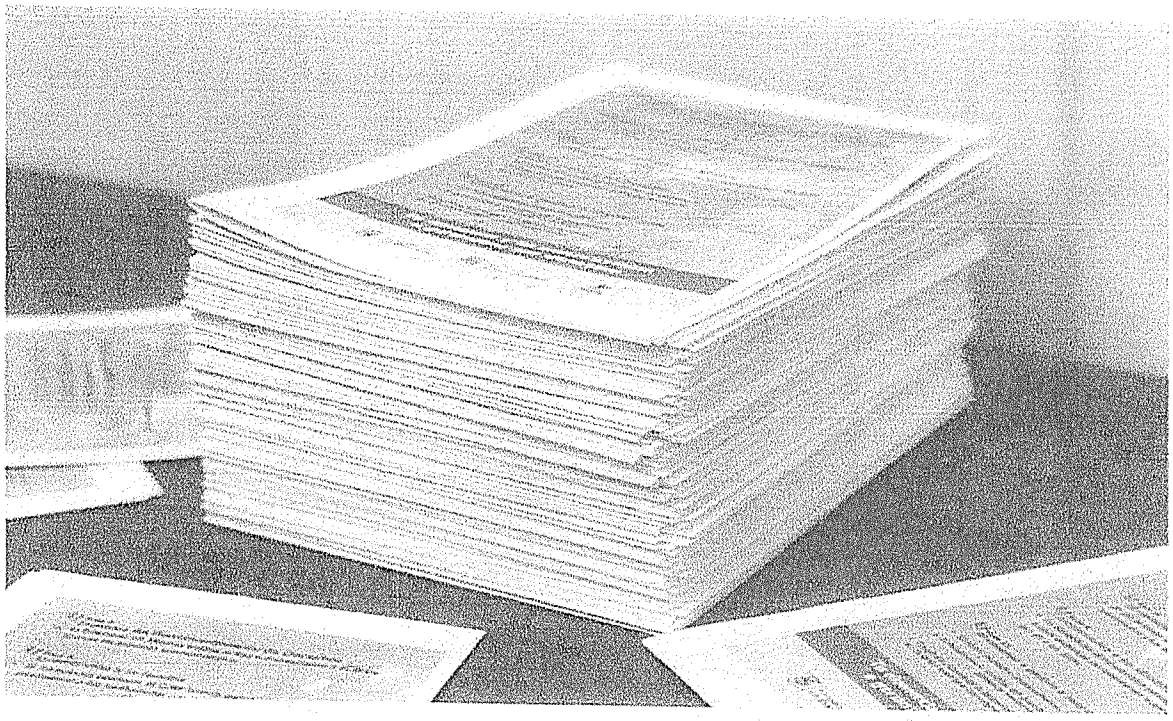


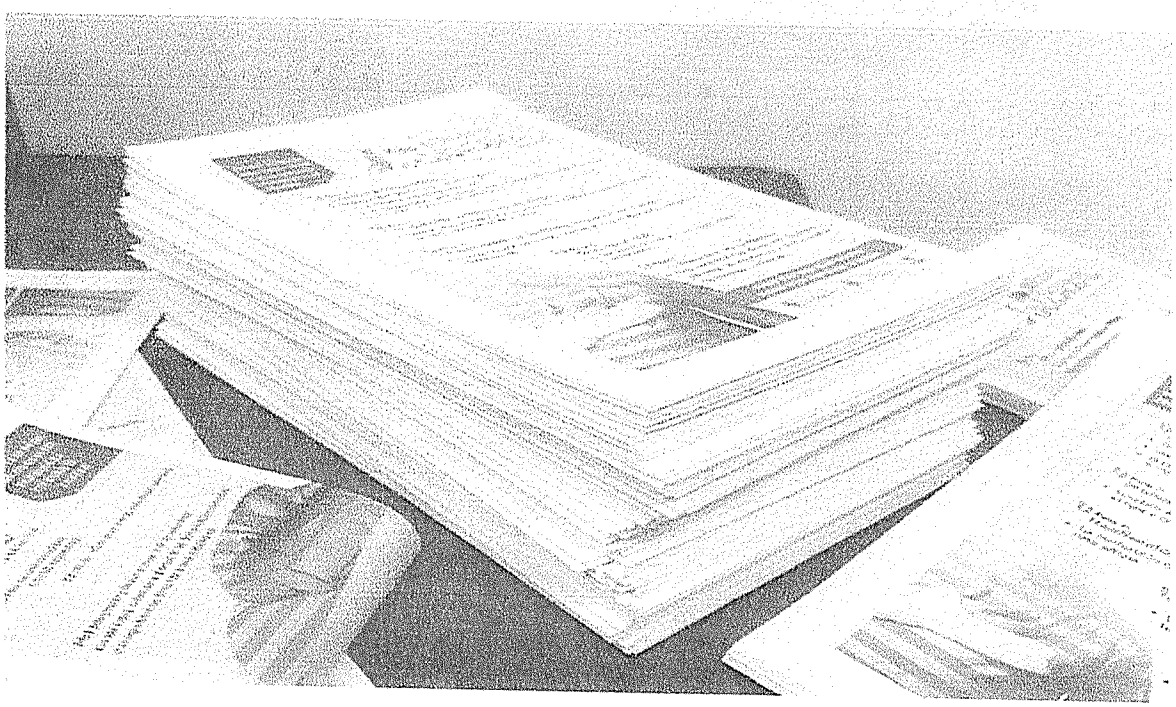
NIT 901801717- 8
Cra 14A # 48-41 Victoria Real
Móvil: (+57) 313 352 89 12
Correo: conectaagencialogistica@gmail.com



NIT 901801717- 8
Cra 14A # 48-41 Victoria Real
Móvil: (+57) 313 352 89 12
Correo: conectaagencialogistica@gmail.com

5.000 volantes: media carta, propalcote, full color, incluye diseño, unidad de medida millar.





NIT 901801717- 8
Cra 14A # 48-41 Victoria Real
Móvil: (+57) 313 352 89 12
Correo: conectaagencialogistica@gmail.com

TEM	ESPECIFICACIONES TÉCNICAS	UNIDAD DE MEDIDA	VR UNITARIO	IVA	V/R TOTAL CON IVA	CANTIDAD EJECUCIÓN	TOTAL
15	Servicio de cubrimiento y emisión en noticiero digital con alcance local: nota periodistica con una duración mínima de 2 minutos en los cuales se emita información de proyectos y actividades de la entidad. Se realizará de acuerdo a requerimiento del supervisor.	Unidad	121.495,80	23.084	144.580	10	1.445.800

La ejecución de la presente actividad se encuentra soportada por el certificado correspondiente al mes de diciembre del 2025 emitido por el reconocido Periodista Gervasio Amaya, el cual se adjunta al presente informe de ejecución.

TEM	ESPECIFICACIONES TÉCNICAS	UNIDAD DE MEDIDA	VR UNITARIO	IVA	V/R TOTAL CON IVA	CANTIDAD EJECUCIÓN	TOTAL
16	Servicio de difusión en televisión de carácter local con las siguientes características: Emisión de comercial con duración de mínimo 1 minuto. En el horario definido por la entidad. orientados a la implementación de estrategias de información de la campaña "La Fuerza de la Salud", en el marco del Plan de Intervenciones Colectivas (PIC) de la División de Salud Pública del municipio de La Dorada.	Unidad	13.765	2.615	16.380	24	393.120

La ejecución de la presente actividad se encuentra soportada en el informe y el certificado correspondiente al mes de diciembre del 2025 emitidos por el programa de noticias "Hablando Claro con Javier", el cual se adjunta al presente informe de ejecución.

ITEM	ESPECIFICACIONES TÉCNICAS	UNIDAD DE MEDIDA	VR UNITARIO	IVA	V/R TOTAL CON IVA	CANTIDAD EJECUCIÓN	TOTAL
18	Servicios de radiodifusión en una emisora con frecuencia modulada (FM), con alcance regional, la emisión será de cuña mínimo de 30 segundos de duración. Orientados a la implementación de estrategias de información de la campaña "La Fuerza de la Salud", en el marco del Plan de Intervenciones Colectivas (PIC) de la División de Salud Pública del municipio de La Dorada.	Unidad	8.092	1.538	9.630	125 ✓	1.203.750

La ejecución de la presente actividad se encuentra soportada con el certificado correspondiente al mes de diciembre del 2025 emitido por la emisora Olímpica, el cual se adjuntan al presente informe de ejecución.

ITEM	ESPECIFICACIONES TÉCNICAS	UNIDAD DE MEDIDA	VR UNITARIO	IVA	V/R TOTAL CON IVA	CANTIDAD EJECUCIÓN	TOTAL
20	Servicio de pauta publicitaria para las redes sociales del municipio, a necesidad de la entidad, mediante anuncio, el cual puede estar orientado a: awareness, crecimiento, interacción y tráfico.	Unidad	267.294,12	50.786	318.080	10	3.180.800

La ejecución de la presente actividad se encuentra soportada de acuerdo a la información relacionada correspondiente al mes de diciembre de la siguiente manera:

INFORME DE GESTIÓN DE PAUTA DIGITAL DICIEMBRE 2025

1. Introducción

Durante el mes de **diciembre**, se ejecutó una estrategia de pauta digital orientada a fortalecer la comunicación institucional de la Alcaldía de La Dorada, amplificando el alcance de campañas informativas, de convivencia, seguridad, inclusión, eventos navideños y acciones comunitarias.

El objetivo principal fue garantizar que la información institucional llegara de manera masiva y efectiva a los ciudadanos, optimizando el presupuesto disponible y maximizando el impacto de las publicaciones.

2. Resumen general del desempeño (Diciembre)

Gracias a una inversión total de **$700.691 COP**, se obtuvieron los siguientes resultados:

- **Alcance total del mes: 91.036 personas**

Número de ciudadanos que recibieron al menos un anuncio durante diciembre.

- **Impresiones totales: 417.405 impresiones**

- **Costo por mil impresiones (CPM): $1.679 COP**

Un CPM muy inferior al promedio nacional, demostrando una excelente eficiencia en la pauta institucional.

- **Frecuencia promedio: 4.59**

Cada usuario vio los mensajes entre 4 y 5 veces, logrando repetición sin saturación.

- **Costo por clic (CPC) promedio: $1.265 COP**

3. Distribución del presupuesto por contenidos impulsados

Los anuncios pautados durante diciembre se enfocaron en campañas de alto interés ciudadano, como Navidad Segura, inclusión, convivencia, emprendimiento y eventos comunitarios.

Contenido (Diciembre)	Inversión	Alcance	Impresiones	CPM
El pez que nombró a nuestra ciudad vuelve a encender su luz	$59.072	29.381	32.529	$1.816
Por ellas, por todos: No a la violencia de género	$59.197	27.612	30.064	$1.969
Navidad segura para todos	$56.997	27.394	29.421	$1.937
Olimpiadas con inclusión y respeto a la diversidad	$44.829	28.960	31.611	$1.418
Una noche que iluminó a La Dorada	$43.008	29.251	31.091	$1.383
Las 5 de la Semana: gestión que se ve	$43.340	28.890	31.346	$1.383
Olimpiadas inclusión (variación 2)	$43.201	27.829	29.769	$1.451
Feria de Emprendimiento Sello Rosa	$44.994	30.037	31.523	$1.427
Una noche que iluminó (versión alterna)	$60.030	14.888	43.258	$1.388
Desarrollo, participación y alegría	$66.573	37.162	40.332	$1.651

- **Total ejecutado en diciembre: $700.691 COP**
- **Total anuncios impulsados:** 12 publicaciones oficiales

4. Principales tipos de contenido impulsado en diciembre

- **Navidad y temporada decembrina**
  - Navidad Segura
  - Eventos navideños en el Parque Centenario
  - Iluminación y actividades especiales

Estas publicaciones obtuvieron alto alcance y altos niveles de interacción.

- **Inclusión y diversidad**
  - Olimpiadas de inclusión (2 versiones)
    Campañas muy bien recibidas por la comunidad.

- **Seguridad y convivencia ciudadana**
  - Campañas preventivas y mensajes de responsabilidad ciudadana.

- **Emprendimiento y fortalecimiento económico**
  - Feria de Emprendimiento Sello Rosa
    Buen desempeño entre comunidades de mujeres y unidades productivas.

- **Información institucional**
  - Los 5 de la Semana
  - Avances en obras e hitos emblemáticos de la ciudad

5. Análisis estratégico del mes

Durante diciembre se registró:

✓ Un rendimiento superior al estándar nacional

El CPM de $1.679 es significativamente bajo, lo que confirma alta eficiencia en la distribución del presupuesto.

✓ Contenidos con mayor impacto

- Eventos nocturnos y celebraciones navideñas

- Iniciativas de inclusión
- Actividades comunitarias con presencia de familias

✓ Alta aceptación ciudadana

Los contenidos con rostros, comunidad, familias y ambiente festivo generaron más comentarios, compartidos y reacciones positivas.

6. Conclusiones del mes de diciembre

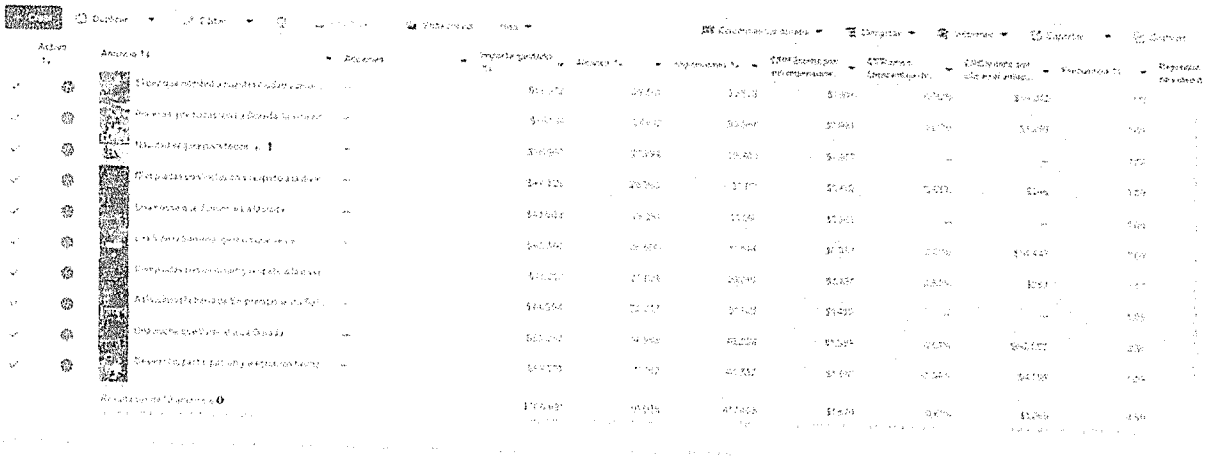
La pauta desarrollada durante diciembre permitió:

- Maximizar el impacto de la comunicación institucional.
- Garantizar una amplia difusión de campañas de convivencia y seguridad.
- Acompañar la temporada navideña con mensajes preventivos y de participación.
- Impulsar la visibilidad de eventos culturales, sociales y de inclusión.
- Optimizar cada peso invertido, obteniendo resultados por encima del promedio nacional.

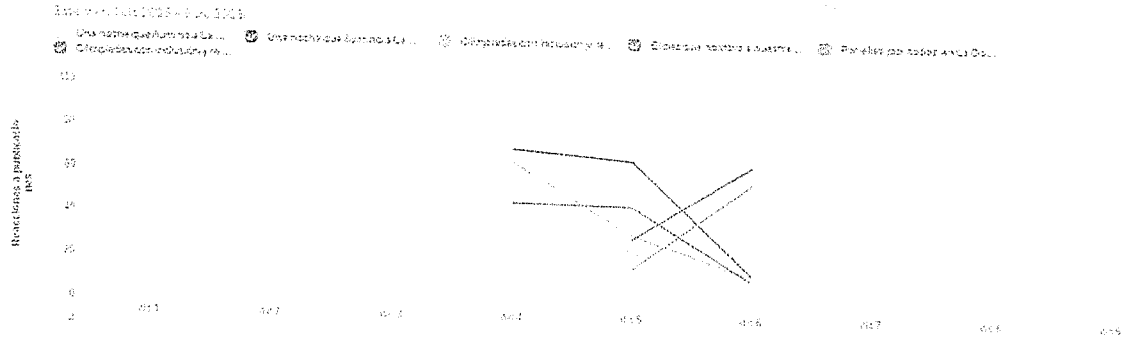
El mes cerró con una estrategia sólida, altamente eficiente y con muy buena recepción por parte de la comunidad.

7. Recomendaciones para próximos meses

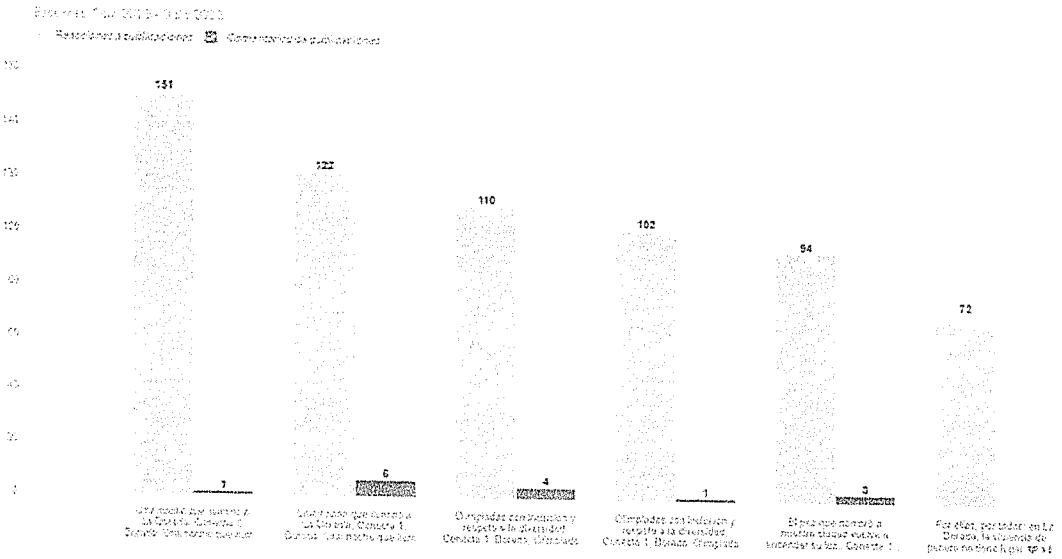
- Mantener una línea gráfica emocional y cercana a la comunidad.
- Reforzar videos cortos y contenidos con participación ciudadana.
- Aumentar pauta en eventos estratégicos o festivos.
- Integrar llamados a la acción para aumentar seguidores o visitas a canales oficiales.
- Mantener la estrategia de bajo CPM mediante segmentación amplia e interacción previa.



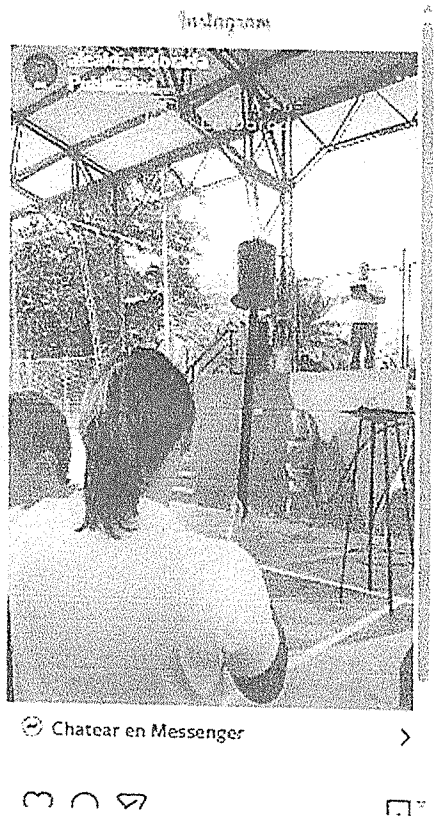
Nombre de la campaña	Nombre de la cuenta	Nombre del conjunto de anuncios	Ad name	Entrega del anuncio	Reacciones a publicaciones	Comentarios de publicaciones	Veces que se compartieron las publicaciones	Clics en el enlace	Me gusta en Facebook
[illegible]	Todo	Todo	Todo		122	6	9	1	--
	[illegible]	Todo	Todo		122	6	9	1	--
		[illegible]	Todo		122	6	9	1	--
			[illegible]	No se muestra	122	6	9	1	--
[illegible]	Todo	Todo	Todo		72	--	--	18	--
	[illegible]	Todo	Todo		72	--	--	18	--
		[illegible]	Todo		72	--	--	18	--
			[illegible]	No se muestra	72	--	--	18	--
[illegible]	Todo	Todo	Todo		94	3	3	1	1
	[illegible]	Todo	Todo		94	3	3	1	1
		[illegible]	Todo		94	3	3	1	1
			[illegible]	No se muestra	94	3	3	1	1
[illegible]	Todo	Todo	Todo		13	1	1	--	--
	[illegible]	Todo	Todo		13	1	1	--	--



NIT 901801717- 8
Cra 14A # 48-41 Victoria Real
Móvil: (+57) 313 352 89 12
Correo: conectaagencialogistica@gmail.com

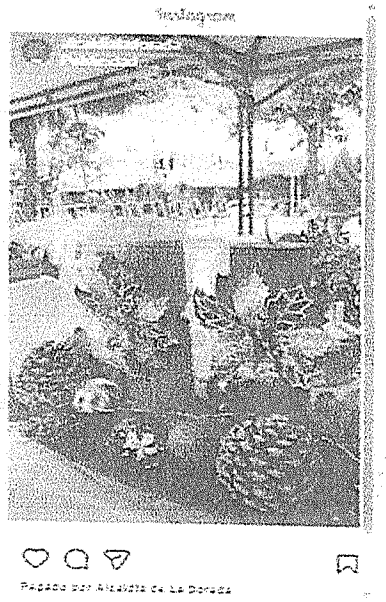




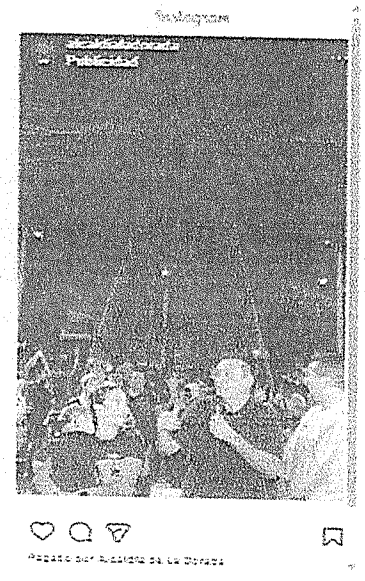


NIT 901801717- 8
Cra 14A # 48-41 Victoria Real
Móvil: (+57) 313 352 89 12
Correo: conectaagencialogistica@gmail.com

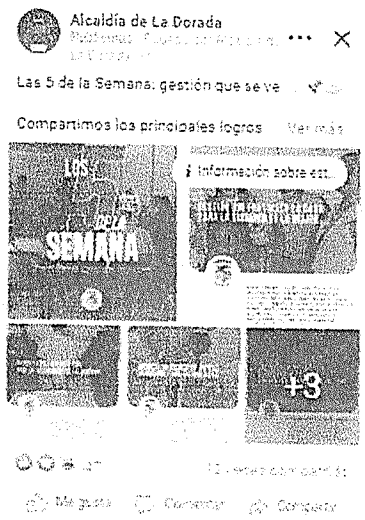






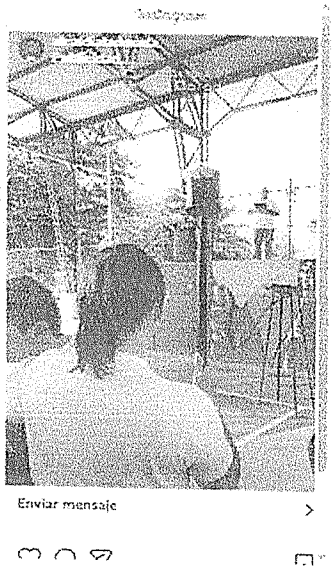


NIT 901801717- 8
Cra 14A # 48-41 Victoria Real
Móvil: (+57) 313 352 89 12
Correo: conectaagencialogistica@gmail.com









NIT 901801717- 8
Cra 14A # 48-41 Victoria Real
Móvil: (+57) 313 352 89 12
Correo: conectaagencialogistica@gmail.com









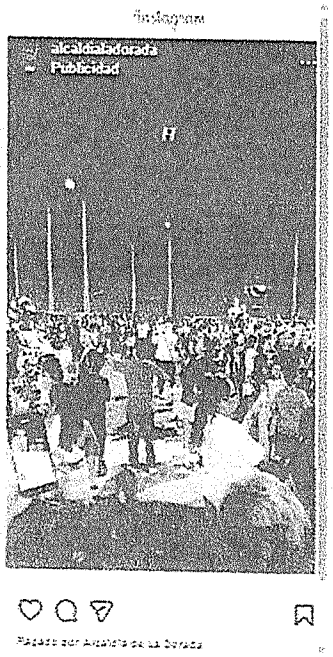
NIT 901801717- 8
Cra 14A # 48-41 Victoria Real
Móvil: (+57) 313 352 89 12
Correo: conectaagencialogistica@gmail.com





Feed de Facebook





NIT 901801717- 8
Cra 14A # 48-41 Victoria Real
Móvil: (+57) 313 352 89 12
Correo: conectaagencialogistica@gmail.com



ITEM	ESPECIFICACIONES TÉCNICAS	UNIDAD DE MEDIDA	VR UNITARIO	IVA	V/R TOTAL CON IVA	CANTIDAD EJECUCIÓN	TOTAL
21	Cubrimiento en rueda de prensa o transmisión en vivo o entrevista en directo, requerida por el municipio, mediante medios televisivos o digitales o radiales, por duración definida por cada evento que no sea inferior a 5 minutos.	Unidad	178.193	33.857	212.050	16	3.392.800

La ejecución de la presente actividad se encuentra soportada en el informe y el certificado aportado por Jefferson Lloreda del medio digital "Apoyo Total", Leidy Dayanni Barreto comunicadora, Francisco Javier comunicador y Claudia Tique Comunicadora, correspondientes al mes de diciembre del 2025 emitido por los comunicadores de los medios digitales de Facebook, los cuales se adjuntan al presente informe de ejecución.

Cordialmente,

Diana Katherine Guzmán R

DIANA KATHERINE GUZMAN RODRIGUEZ
C.C. No. 1.054.560.680
Representante Legal
CONECTA SAS
NIT.: 901 801 717 - 8

98.7 FM MAGDALENA MEDIO
INVERSIONES FORERO & OLAYA S.A.S
NIT: 900.616.857-4
H.J.L 49 – 98.7 FM

EL GERENTE DE LA EMISORA OLIMPICA STEREO DE LA DORADA - CALDAS

CERTIFICA:

Que por la frecuencia de esta Emisora se transmitieron 231 cuñas de 30 segundos del 01 al 31 de diciembre del 2025 de la ALCALDIA DE LA DORADA, 125 cuñas de 30 segundos del 01 al 31 de diciembre del 2025, de la Campaña "La fuerza de la Salud" en el Plan de intervenciones colectivas (PIC) de la División de Salud Pública del Municipio de la Dorada, emitidas en el Noticiero PANORAMA REGIONAL de 6:00 a.m. a 7: 55 a.m. De lunes a viernes y en la Programación Musical de la Emisora.

Para constancia se expide en la Dorada Caldas a los 09 días del mes de diciembre del 2025.

Atte.,

"98.7 MAGDALENA MEDIO "

WINSTON MAURICIO FORERO O .
Gerente

Oficina: Carrera: 2 N° 13 – 69 - Cel. 3108181663 – La Dorada - Caldas
Correo electrónico: olimpicaladorada@hotmail.com
Página web: www.olimpicaladorada.com

Tropicana
La Dorada, 94.7 FM

CERTIFICACIÓN DE PAUTA

QUE MEDIANTE LA PROGRAMACION DE LA EMISORA (**TROPICANA 94.7 LA DORADA**) SE DIFUNDIO LA CUÑA RADIAL AL:

CLIENTE: CONECTA, AGENCIA DE LOGISTICA, COMUNICACIONES Y SOLUCIONES S.A.S.
PRODUCTO: ALCALDIA DE LA DORADA
IDENTIFICACIÓN: 901801717-8

VIGENCIA: DEL 01 AL 31 DE DICIEMBRE DE 2025

CUÑAS: Se emitieron 409 cuñas de 30" de lunes a viernes, durante el mes de diciembre.

Expedida en el Municipio de La Dorada (Caldas), a los (09) días del mes de diciembre de 2025.

Atentamente,

Sandra Zaraza
SANDRA MILENA ZARAZA
Gerente Tropicana La Dorada

Asociación para la Promoción de la Comunicación Comunitaria de La Dorada
Personería Jurídica 5665-21 de Nov 95
NIT. 810.002.820-0
Resolución Ministerio de Comunicaciones No. 000229 de Febrero 6 de 2009

EL COORDINADOR ADMINISTRATIVO DE LA EMISORA DORADA STEREO 89.1 F.M.

CERTIFICA QUE:

Que durante el mes de diciembre del 2025 la emisora Dorada Stereo prestó los siguientes servicios para la Agencia Conecta SAS de la siguiente manera: "Servicio de radiodifusión en emisora local de carácter comunitario con Frecuencia Modulada en las siguientes características: Cuña con duración de mínimo 30 segundos", en los horarios definidos por la entidad, durante el mes de noviembre del 2025. Total, cuñas: 156.

Para constancia se firma en La Dorada-Caldas, a los nueve (09) días del mes de diciembre de 2025.

Cordialmente,

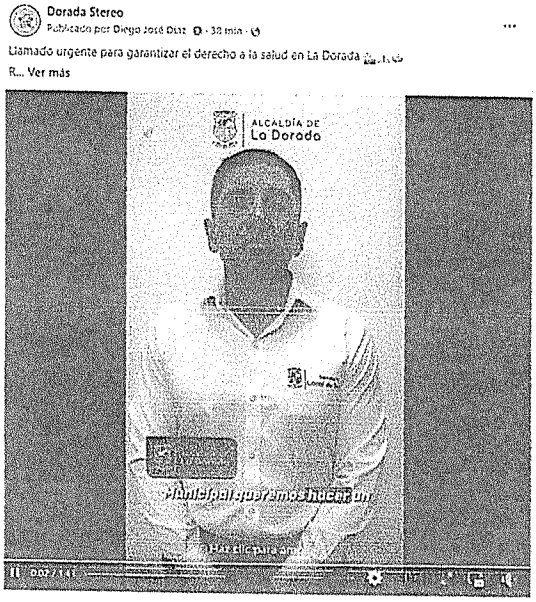
DIEGO JOSE DIAZ
Coordinador Administrativo y de programación
Dorada Stereo 89.1 F.M.
Cel. 321 8308719

INFORME NOVIEMBRE DE 2025

DATOS GENERALES			
Contratante	AGENCIA DE LOGÍSTICA, COMUNICACIONES Y SOLUCIONES S.A.S	NIT	901801717- 8
Contratista	ASOPROCOMDA	Identificación CC ó NIT.	810002820-0
Actividades Ejecutada	Cuñas radiales	Periodo de ejecución.	01-12-2025 al 31-12-2025
Valor	$ 1.000.000 (un millón de pesos mcte)		
Ciudad	La Dorada	Departamento	Caldas
Número de cuenta	21002920020	Tipo de Cuenta	Corriente
Banco	Banco Caja Social		

EVIDENCIA DEL EVENTO
Actividad
Transmisión de 156 cuñas radiales en programación musical de lunes a sábado. Servicio de radiodifusión en emisora local de carácter comunitario con Frecuencia Modulada en las siguientes características: Cuña con duración de mínimo 30 segundos", en los horarios definidos por la entidad, durante el mes de noviembre del 2025. Cuña Inversión Educativa Cuña PIC Salud Comercial Parque Centenario Cuña optimización -reinicio de obras Cuña No uso de polvora

Registro visual de ejecución / Enlace de verificación

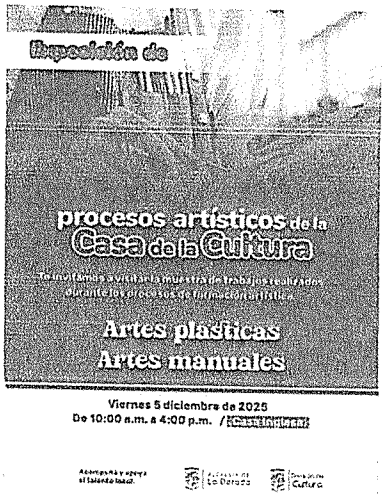


https://www.facebook.com/share/v/17vcyZc3QN/

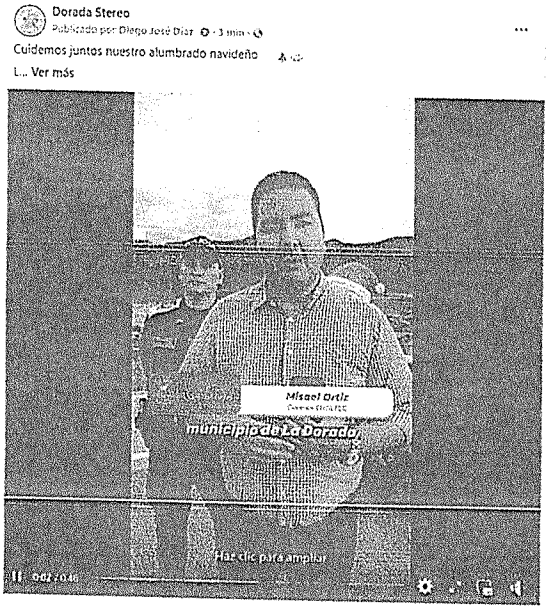


https://www.facebook.com/share/p/17xYfYUoir/

INFORME NOVIEMBRE DE 2025



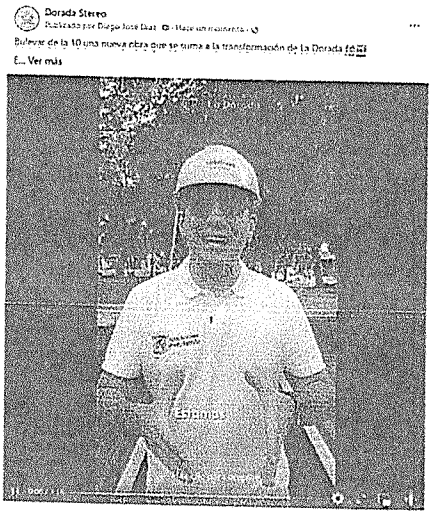
https://www.facebook.com/share/p/1BnnbTerQt/



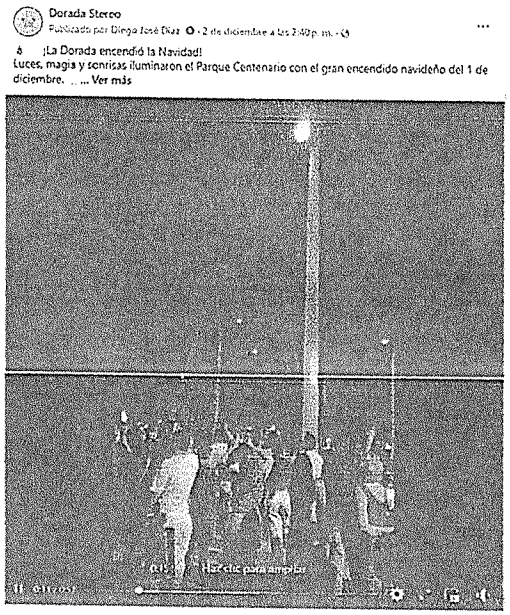
https://www.facebook.com/share/r/16SW8J91M9/



https://www.facebook.com/share/p/1McAyeHzuU/



https://www.facebook.com/share/r/1ZeBMFM1VK/



https://www.facebook.com/share/r/1Jf6zaNcL9/

LINK DE BREAK DE PAUTA EMITIDAS

https://drive.google.com/drive/folders/10WBZxAkAhhhuAWFiiEnppcHzJianMVJP?usp=sharing

Elaboró:	
Nombre	Diego José Díaz
Medio Comunicación	Dorada Stereo 89.1 F.M.
Información de contacto	321 8308719
Firma	

Aprobó:	
Nombre	DIANA KATHERINE GUZMAN
Cargo	Representante Legal
	CONECTA SAS
Firma	

Samana - Caldas

LA SUSCRITA GERENTE DE LA EMISORA

CERTIFICA:

Que a través de la emisora **LA CAMPEONA STEREO 92.1 FM.** Se emitió la pauta ordenada por **CONECTA S.A.S NIT 901801717- 8** Durante el periodo del mes de diciembre de 2025 (01 mes) con las siguientes especificaciones:
Emisión de mensajes de sensibilización sobre: **"Servicio de radiodifusión en la emisora local La Campeona Stereo de carácter comunitario con Frecuencia Modulada 92.1 en las siguientes características: 4 Cuñas diarias de lunes a domingo con duración de mínimo 30 segundos cada una.".**

Se transmitieron 121 cuñas institucionales, cada mensaje con duración de 30 segundos cada uno de lunes a domingo, durante el mes de noviembre de 2025 así:

1. Comercial Parque Centenario
2. Comercial Cuidado de Espacios Públicos
3. Comercial PCI Estilos de vida Saludable
4. Comercial Reinicio Obras de Optimización
5. Comercial el No uso de la Pólvora

HORIARIOS DE LUNES A DOMINGO: AM. 6:45 – 9:00 M.12:00 PM. 3:00

Cordialmente,

BEATRIZ YADIRA CLEVES JARAMILLO
Representante Legal ASOCIACIÓN COMUNITARIA DEL ORIENTE DE CALDAS EMISORA LA CAMPEONA F.M Cel: 310 305 12 76 Email: lacampeonafm@gmail.com

AGENCIA DE LOGÍSTICA, COMUNICACIONES Y SOLUCIONES S.A.S

DATOS GENERALES			
Entidad		Contrato interadministrativo Nro.	
Nombre persona natural ó jurídica	ASOCIACIÓN COMUNITARIA DEL ORIENTE DE CALDAS	Identificación CC ó NIT.	901065490-3
Actividad Ejecutada	Servicio de radiodifusión en la emisora local La Campeona Stereo de carácter comunitario con Frecuencia Modulada 92.1 en las siguientes características: 4 Cuñas diarias de lunes a domingo con duración de mínimo 30 segundos cada una.	Fecha de la actividad	01 de diciembre de 2025 al 09 de diciembre de 2025
Valor			
Ciudad	LA DORADA	Departamento	CALDAS
Ejecutivo de cuenta		Identificación CC.	
Observaciones			

EVIDENCIA DEL EVENTO	
Descripción de lo ejecutado	Registro fotográfico

1. Comercial Parque Centenario 2. Comercial Cuidado de Espacios Públicos 3. Comercial PCI Estilos de vida Saludable 4. Comercial Reinicio Obras de Optimización 5. Comercial el No uso de la Pólvora	Horarios: 4 cuñas diarias de lunes a Domingo am. 6:45 - 9:00 – M.12:00 - 3:00pm

ANEXOS / LINK DE VALIDACIÓN
Se adjunta breacks de evidencias de los comerciales a través del correo electrónico de conecta.

Elaboró:	
Nombre	Beatriz Yadira Cleves Jaramillo
Cargo	Directora
Información de contacto	3103051276
Firma	

Aprobó:	
Nombre	EJECUTIVO DE CUENTA
Cargo	
Información de contacto	
Firma	

Tropicana
La Dorada, 94.7 FM

CERTIFICACIÓN DE PAUTA

QUE MEDIANTE LA PROGRAMACION DE LA EMISORA (**TROPICANA 94.7 LA DORADA**) SE DIFUNDIO LA CUÑA RADIAL AL:

CLIENTE: CONECTA, AGENCIA DE LOGISTICA, COMUNICACIONES Y SOLUCIONES S.A.S.
PRODUCTO: ALCALDIA DE LA DORADA
IDENTIFICACIÓN: 901801717-8

VIGENCIA: DEL 01 AL 31 DE DICIEMBRE DE 2025

CUÑAS: Se emitieron 8 capsulas de 15 minutos, durante el mes de diciembre

Expedida en el Municipio de La Dorada (Caldas), a los (09) días del mes de diciembre de 2025.

Atentamente,

Sandra Zaraza
SANDRA MILENA ZARAZA
Gerente Tropicana La Dorada

La Dorada, 9 de diciembre de 2025

DIANA CAROLINA GOMEZ GONZALEZ

C.C. 24.717.257

CERTIFICA

Que durante el mes de diciembre del 2025 preste los siguientes servicios para la Agencia Conecta SAS de la siguiente manera:

Difusión en televisión de carácter local con las siguientes características: Emisión de 407 Servicios de difusión en televisión de carácter local con las siguientes características: Emisión de comercial con duración de mínimo 1 minuto. En el horario definido por la entidad

Atentamente,



DIANA CAROLINA GOMEZ GONZALEZ
CC.24.717.257 de La dorada
Cll 19 # 6-50 Barrio Las Cruces
3136241587
Cuenta Ahorros (Bancolombia)
No. 392366779-60

Calle 19 # 6-50 Barrio Las cruces
Celular: 3136241587 - 3132595420
E-mail: contacto@bumtelevision.com.co
dcgomez@bumtelevision.com.co
La Dorada, Caldas – Colombia

Javier Moya Rojas
Nit. 10.175.000-8
Cel. 312 4083818

La Dorada 9 de diciembre de 2025

EL Suscrito Gerente de
(JMR PRODUCCIONES Y EVENTOS)

NIT (10175000-8)

CERTIFICA QUE

AGENCIA DE LOGÍSTICA, COMUNICACIONES Y SOLUCIONES S.A.S CONECTA SAS,, con Nit: 901801717- 8, Contrató con nosotros Servicio de difusión en televisión de carácter local con las siguientes características: Emisión de comercial con duración de mínimo 1 minuto. En el horario definido por la entidad. 86 comerciales

Servicios de difusión en televisión de carácter local con las siguientes características: Emisión de comercial con duración de mínimo 1 minuto. En el horario definido por la entidad.

Atentamente,

JAVIER MOYA ROJAS
C.C. 10175000
Gerente JMR Producciones

Cra2 N° 11-30 B/ Centro La Dorada - Caldas
movarojasjavi@gmail.com -

EL Suscrito Gerente
Canal Mas Televisión - Fabian Portuguez
con NIT 16015117

CERTIFICA QUE

Por medio del presente certifico que se prestaron los siguientes servicios para la agencia CONECTA SAS:

> Servicio de difusión en televisión de carácter local con las siguientes características: Emisión de comercial con duración de mínimo 1 minuto. En el horario definido por la entidad. Total 177 servicios de difusión en televisión.

Ejecución del servicio en el mes de diciembre del 2025.

Cordialmente,

Andres Fabian Portuguez Lagos
Cc 16015117
Canal Mas Television
3207052428

LUISA FERNANDA MAYA LOMBANA

C.C. 1054540444 de La Dorada

CERTIFICA

Que durante el mes de diciembre del 2025 preste los siguientes servicios para la Agencia Conecta SAS de la siguiente manera:

20 Servicios de difusión de nota informativa en medios digitales de reconocimiento local y/o regional, mediante publicación de video con duración mínima de 1 minuto o fotografías remitidas por la entidad, mínimo 3, durante el mes de diciembre del 2025.

Cordialmente,

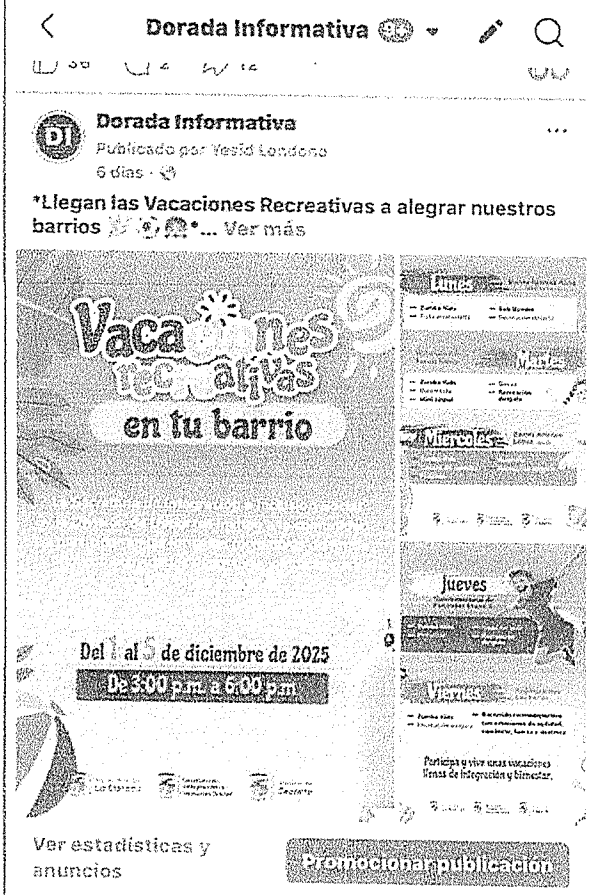
Luisa Fernanda Maya

Luisa Fernanda Maya Lombana
C.C. 1054540444 de La Dorada

DATOS GENERALES			
Contratante	AGENCIA DE LOGÍSTICA, COMUNICACIONES Y SOLUCIONES S.A.S	NIT	901801717- 8
Contratista	Luisa Fernanda Maya Lombana	Identificación CC ó NIT.	1054540444
Actividades Ejecutada	Servicio de difusión de nota informativa en medios digitales de reconocimiento local y/o regional, mediante publicación de video con duración mínima de 1 minuto o fotografías remitidas por la entidad, mínimo 3.	Periodo de ejecución.	01-12-2025 al 31-12-2025
Valor			
Ciudad	La Dorada	Departamento	Caldas
Número de cuenta		Tipo de Cuenta	
Banco			

EVIDENCIA DEL EVENTO
Actividad
Servicio de difusión de nota informativa en medios digitales de reconocimiento local y/o regional, mediante publicación de video con duración mínima de 1 minuto o fotografías remitidas por la entidad, mínimo 3.

Registro visual de ejecución / Enlace de verificación






Dorada Informativa
anuncios
11
2
Dorada Informativa
Publicado por Yesid Londoño
6 días ·
*Gestión de la Gestora Social ante el Ministerio del Interior impulsa la Casa para la Dignidad de l... Ver más
Ver estadísticas y anuncios
Promocionar publicación
Dorada Informativa
anuncios
40
1
3
Dorada Informativa
Publicado por Yesid Londoño
5 días ·
Estamos muy felices de compartir esta gran noticia:... Ver más
primera vez, va a ser primera vez en avión.
Ver estadísticas y
Promocionar publicación

Dorada Informativa

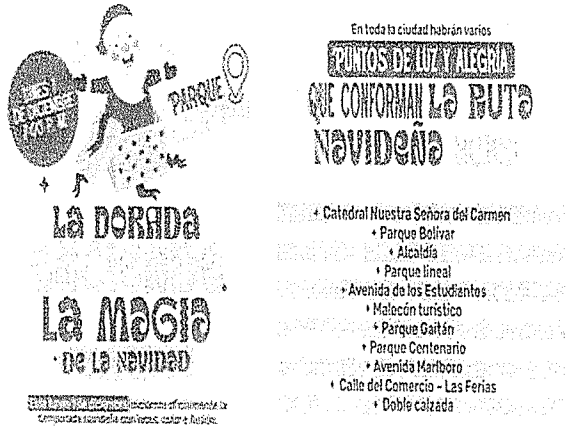
Dorada Informativa

Publicado por Yesid Londono

4 días ·

La Dorada enciende la magia de la Navidad 2025

... Ver más



Ver estadísticas y anuncios

Promocionar publicación

Dorada Informativa

anuncios

Dorada Informativa

Publicado por Yesid Londono

4 días ·

La Dorada se ilumina: ven a vivir el Encendido del Alumbrado Navideño 2025... Ver más



Ver estadísticas y

Dorada Informativa

Dorada Informativa
Publicado por Yesid Londoño
4 días ·

Toma de Barrio Recreo-Deportiva llega a Pur... Ver más



Ver estadísticas y anuncios

Promocionar publicación

Dorada Informativa

Dorada Informativa transmitió en vivo.
Publicado por Yesid Londoño
4 días ·

ALCALDE FREDY SALDAÑA ENCIENDE EL HERMOSO ALUMBRADO NAVIDEÑO EN LA DORADA - L... Ver más



Ver estadísticas y anuncios

Promocionar publicación

1,895 182 215

Dorada Informativa

Solo tú puedes ver este mensaje

Dorada Informativa
Publicado por Yesid Londoño
3 días ·

Olimpiadas con inclusión y respeto a la diversidad
.... Ver más



Ver estadísticas y anuncios

Promocionar publicación

Dorada Informativa

Dorada Informativa
Publicado por Yesid Londoño
2 días ·

*Así vivimos la Feria de Emprendimiento Sello Rosa en La Dorada *... Ver más



Ver estadísticas y anuncios

Promocionar publicación

Dorada Informativa

58 23 31

Dorada Informativa
Publicado por Yesid Londoño
2 días ·

*El CTP socializa el avance del Plan de Desa... Ver más



Ver estadísticas y anuncios

Promocionar publicación

Dorada Informativa

14 1 1

Dorada Informativa
Publicado por Yesid Londoño
2 días

Dotación que transforma: más herramientas para nuestros restaurantes escolares .... Ver más



Ver estadísticas y anuncios

Promocionar publicación

8:14 4G 14

Dorada Informativa

ver estadísticas y anuncios

Promocionar publicación

402 96 286

Dorada Informativa
Publicado por Yesid Londono
2 días ·

Llamado urgente para garantizar el derecho a la salud en La Dorada [illegible] ! [illegible]... Ver más



Ver estadísticas y

8:14 4G 14

Dorada Informativa

33 1 2

Dorada Informativa
Publicado por Yesid Londono
1 día ·

FREDY SALDAÑA INICIA LA CONSTRUCCIÓN DEL BULEVAR DE LA 10: UNA NUEVA OBRA QUE... Ver más



Ver estadísticas y anuncios

Promocionar publicación

8:14 4G 14

Dorada Informativa

Anuncios

Dorada Informativa
Publicado por Yesid Londoño
18 h ·

*Buenavista recibe el informe del Plan de De... Ver más



Ver estadísticas y anuncios

Promocionar publicación

Dorada Informativa

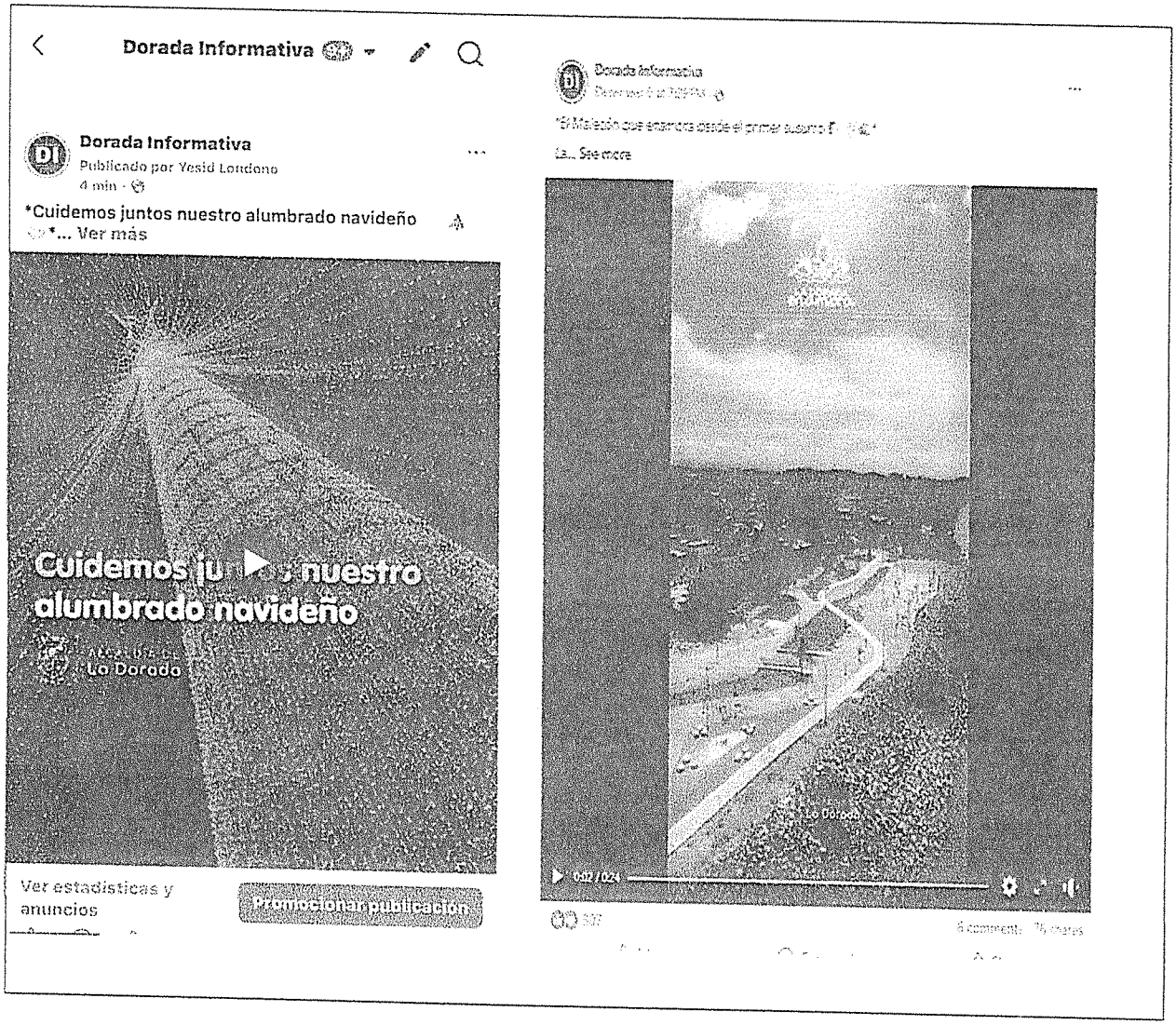
Dorada Informativa
Publicado por Yesid Londoño
6 min ·

*Un reconocimiento que recibimos con humildad y que fortalece nuestro compromiso con La Dorad... Ver más



Ver estadísticas y anuncios

Promocionar publicación


Dorada Informativa
Dorada Informativa
Publicado por Yesid Londoño
4 min ·
*Cuidemos juntos nuestro alumbrado navideño
*... Ver más
Cuidemos ju ; nuestro
alumbrado navideño
Lo Dorado
Ver estadísticas y anuncios
Promocionar publicación
Dorada Informativa
La... See more
0:07 / 0:24
6 comments

Dorada Informativa
December 6 at 7:55 PM

"Encendamos juntos la magia navideña en Guarinocito"

E... See more



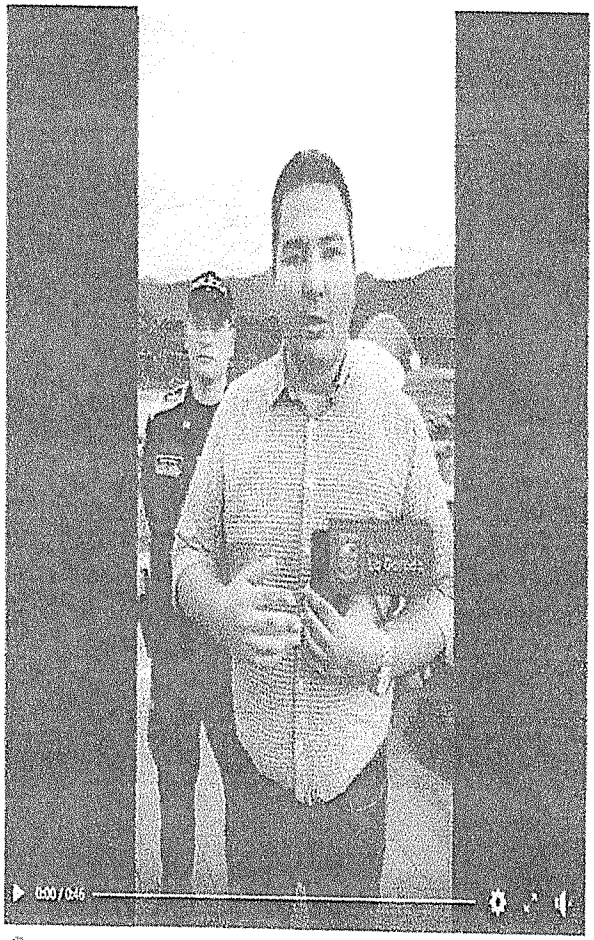
15

Like Comment Share

Dorada Informativa
December 6 at 8:10 AM

"Cuidemos juntos nuestro alumbrado navideño"

L... See more



71

14 comments 9 shares

Like Comment Share

View more comments

Elaboró:	
Nombre	Luisa Fernanda Maya Lombana
Medio Comunicación	Dorada Informativa
Información de contacto	3127927083
Firma	Luisa Fernanda Maya

Aprobó:	
Nombre	DIANA KATHERINE GUZMAN
Cargo	Representante Legal
	CONECTA SAS
Firma	

CUENTA DE COBRO

La Dorada – Caldas, diciembre del 2025.

CONECTA SAS
NIT. 901.801.717-8

DEBE A,

LUISA FERNANDA MAYA
C.C. 1.054.540.444

La Suma de: $1.400.000 (un millón cuatrocientos mil pesos mcte)

Por Concepto de: 73 Servicios de difusión de nota informativa en medios digitales de reconocimiento local y/o regional, mediante publicación de video con duración mínima de 1 minuto o fotografías remitidas por la entidad, mínimo 3. De acuerdo a la solicitud del supervisor durante el mes de diciembre del 2025.

DETALLES DE LA CUENTA
Por favor realizar transferencia a la cuenta de ahorros número: 314 814 5030 del banco NEQUI.

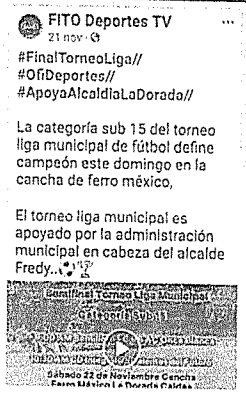
El suscrito bajo la gravedad de juramento afirma que no se encuentra obligado a pagar renta ni complementarios; por tanto, no se debe realizar retención en la fuente, ni similares.

Atentamente,

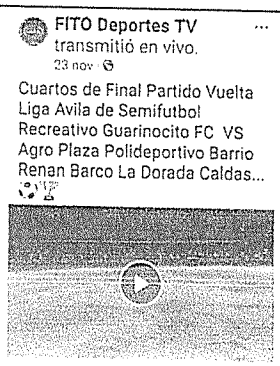
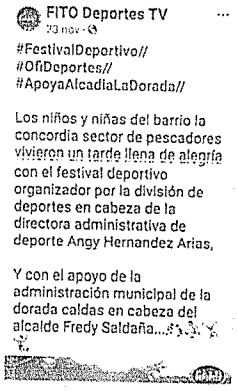
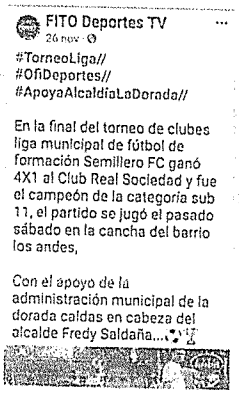
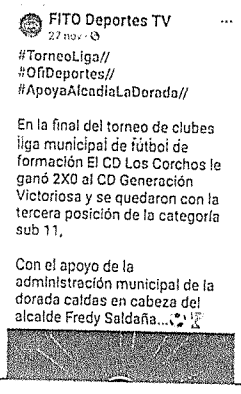
Luisa Fernanda Maya
LUISA FERNANDA MAYA
C.C. 1.054.540.444

AGENCIA DE LOGÍSTICA, COMUNICACIONES Y SOLUCIONES S.A.S

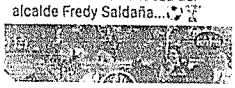
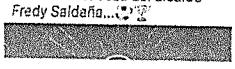
DATOS GENERALES			
Entidad	FITO PRODUCCIONES	Contrato interadministrativo Nro.	
Nombre persona natural ó jurídica	EDGARDO DE JESUS GUEVARA MAHECHA	Identificación CC ó NIT.	10.177.208
Actividad Ejecutada	PUBLICIDAD DE MEDIOS DIGITALES	Fecha de la actividad	01/12/2025 31/12/2025
Ciudad	LA DORADA	Departamento	CALDAS
Ejecutivo de cuenta	EDGARDO DE JESUS GUEVARA MAHECHA	Identificación CC.	10.177.208
Observaciones	13 Servicios de cubrimiento y publicación en redes sociales de eventos deportivos y culturales locales con las siguientes características: con duración mínima de 2 minutos en los cuales se emita información deportiva y/o cultural y recolección de material para promoción de eventos deportivos.		

EVIDENCIA DEL EVENTO	
Descripción de lo ejecutado	Registro fotográfico
21 de Noviembre / Promoción y Difusión, fase Semifinal y final Torneo de Clubes Liga Municipal de fútbol de formación categoría sub 15 Semillero F.C VS AC Once Blanca, CD Integral VS Talentos del Futuro sábado 22 de noviembre cancha ferro méxico (Responsable División de Deportes)	
22 de Noviembre / Promoción y Difusión, transmisión Cuartos de final Torneo Lima Avila de semifutbol recreativo domingo 23 de noviembre Guarinicito FC VS Agro Plaza Polideportivo barrio renan barco (Responsable Eduardo Avila)	

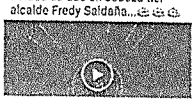
CONECTA SAS
NIT 901801717- 8
Cra 14A # 48-41 Victoria Real
Móvil: (+57) 313 352 89 12
Correo: conectaagencialogistica@gmail.com

23 de Noviembre / Cubrimiento, Transmisión en Vivo cuartos de final domingo 23 de noviembre partido vuelta Guarinicito 0X0 Agro Plaza (5X4) desde el punto penal polideportivo barrio renan barco (Responsable Eduardo Avila)	
23 de Noviembre / Cubrimiento y Difusión Festival Deportivo barrio la Concordia con recreativo y deporte a través de los monitores y recreaciónistas viernes 21 de noviembre (Responsable División de Deportes)	
26 de Noviembre / Cubrimiento final torneo de clubes liga municipal campeón Semillero FC 4X1 Club Real Sociedad categoría sub 11 cancha barrio los andes (Responsable División de Deportes)	
27 de Noviembre / Cubrimiento y Difusión final todo de clubes liga municipal por el tercer puesto CD los Corchos 2X0 CD Generación Victoriosa categoría sub 11 cancha barrio los andes (Responsable División de Deportes)	

CONECTA SAS
NIT 901801717- 8
Cra 14A # 48-41 Victoria Real
Móvil: (+57) 313 352 89 12
Correo: conectaagencialogistica@gmail.com

27 de Noviembre / Cubrimiento torneo de clubes liga municipal campeón Semillero FC 4X1 Real Sociedad categoría sub 11 cancha barrio los andes (Responsable División de Deportes)	FITO Deportes TV 27 nov #TorneoLiga// #OfiDeportes// #ApoyaAlcadiaLaDorada// Semillero FC no se podía ir del torneo de clubes liga municipal sin su título y lo logró ganándole la final al club Real Sociedad 4X1 en la categoría sub 11 juego disputado el pasado sábado en la cancha del barrio los andes, Con el apoyo de la administración municipal de la dorada caldas en cabeza del alcalde Fredy Saldaña... 
29 de Noviembre / Cubrimiento y Difusión torneo de clubes liga municipal Sub Campeón Real Sociedad 1X4 Semillero FC categoría sub 11 cancha barrio los andes (Responsable División de Deportes)	FITO Deportes TV 6 d En la final del torneo de clubes liga municipal de fútbol el conjunto Real Sociedad cerro su participación con el subtítulo de la categoria sub 11 después de perder frente a Semillero FC 1X4 el sábado anterior en la cancha del barrio los andes, Con el apoyo de la administración municipal de la dorada caldas en cabeza del alcalde Fredy Saldaña... 
29 de Noviembre / Cubrimiento Torneo Liga Avila de semifutbol fase Semifinal Guarinicito FC 5X4 Agro Plaza clasificación desde el punto penal cancha polideportivo barrio renan barco (Responsable Eduardo Avila)	FITO Deportes TV 6 d #LigaAvila// #OfiDeportes// #ApoyaAlcadiaLaDorada// Guarinocito FC se clasificó a la semifinal luego de ganar 5X4 desde el punto penal al conjunto de Agro Plaza en la liga avila de semifútbol, El semifutbol recreativo es apoyado por la administración municipal de la dorada caldas en cabeza del alcalde Fredy Saldaña... 
03 de Diciembre / Cubrimiento sexta fecha Torneo de semifutbol Senior Máster 50 año fase cuadrangulares FerreAgro la Mundial 2X1 Sobre Ruedas cancha barrio renan barco (Responsable Harold Zabala)	FITO Deportes TV 2 d #TorneoSeniorMaster// #OfiDeportes// #ApoyaAlcaldiaLaDorada// El conjunto de FerreAgro la Mundial remonto y le ganó 2X1 a Sobre Ruedas en la sexta fecha de los cuadrangulares del torneo de semifutbol sénior master 50 años que se juega en el polideportivo del barrio renan barco, Con el apoyo de la administración municipal de la dorada en cabeza del alcalde Fredy Saldaña... 

CONECTA SAS
NIT 901801717- 8
Cra 14A # 48-41 Victoria Real
Móvil: (+57) 313 352 89 12
Correo: conectaagencialogistica@gmail.com

03 de Diciembre / Cubrimiento y Difusión Torneo Liga Avila de semifutbol fase Semifinal Remates Oh la la 2X1 Puerto Salgar clasificación a la final cancha polideportivo barrio renan barco (Responsable Eduardo Avila)	FITO Deportes TV 2d #LigaAvila// #OfiDeportes// #ApoyaAlcaldiaLaDorada// En juego de semifinal Cabañas Villa Dilia ganó 6X0 a Guarinocito FC y se clasificó a la final de la liga avila de semifútbol, y juega la final frente a Remates Oh LaLa el próximo domingo, Con el apoyo de la administración municipal de la dorada caldas en cabeza del alcalde Fredy Saldaña... 
03 de Diciembre / Cubrimiento y Difusión Torneo Liga Avila de semifutbol fase Semifinal Remates Oh la la 2X1 Puerto Salgar clasificación a la final cancha polideportivo barrio renan barco (Responsable Eduardo Avila)	FITO Deportes TV 2d #LigaAvila// #OfiDeportes// #ApoyaAlcaldiaLaDorada// En la semifinal del torneo liga avila de semifútbol Remates Oh LaLa ganó 2X1 al conjunto de Puerto Salgar y se clasificó a la final, Apoya administración de la dorada caldas en cabeza del alcalde Fredy Saldaña... 
04 de Diciembre / Difusión Adecuación y mantenimiento cancha de tenis de campo y enseñanza gratis en esta diciplina deportiva polideportivos barrio renan barco (Responsable Jeiler Mosquera)	FITO Deportes TV 22h #Escenarios// #OfiDeportes// #ApoyaAlcaldiaLaDorada// Con la trasformación de la cancha de tenis de campo y el convertio para la enseñanza de ésta disciplina deportiva totalmente gratis para niños y niñas de la dorada caldas, La administración municipal en cabeza del alcalde Fredy Saldaña Apoya el futuro de nuestros pequeños talentos... 
04 de Diciembre / Difusión y Promoción Clases de Natación totalmente gratis para niños y niñas del municipio piscina barrio magdalena (Responsable Jhon Mauricio Robles)	FITO Deportes TV 21h #Natacion// #OfiDeportes// #ApoyaAlcaldiaLaDorada// La disciplina de la natación también hace parte del programa de la enseñanza totalmente gratis para niños y niñas del municipio, Gracias al apoyo de la administración municipal de la dorada caldas en cabeza del alcalde Fredy Saldaña... 
05 de Diciembre / Promoción y difusión la División de Deportes promueve Clases de Natación totalmente gratis para niños y niñas en poblacion vulnerable piscina barrio magdalena (Responsable Jhon Mauricio Robles)	FITO Deportes TV 1h #NatacionGratis// #OfiDeportes// #ApoyaAlcaldiaLaDorada// La división de deportes promueve Clases de natación totalmente gratis para niños y niñas en población vulnerable, Con el apoyo de la administración municipal de la dorada caldas en cabeza del alcalde Fredy Saldaña... 

AGENCIA DE LOGÍSTICA, COMUNICACIONES Y SOLUCIONES S.A.S

ANEXOS / LINK DE VALIDACIÓN
https://www.facebook.com/share/v/17XAhPDneH/
https://www.facebook.com/share/v/14Try7o4VY5/
https://www.facebook.com/share/v/18FnsZi7p6/
https://www.facebook.com/share/v/17UjGgUH3y/
https://www.facebook.com/share/v/1FqG8XDZXw/
https://www.facebook.com/share/v/17Cv46yVGX/
https://www.facebook.com/share/v/1NAcNnmzUK/
https://www.facebook.com/share/v/17NPKTvSBj/
https://www.facebook.com/share/v/185u56WiG4/
https://www.facebook.com/share/v/1DG8MPx89B/
https://www.facebook.com/share/v/1X1ZBYT2MG/
https://www.facebook.com/share/v/1aN3duxJGp/
https://www.facebook.com/share/v/14SWgQDxdjL/
https://www.facebook.com/share/v/17yFYUU6R4/
https://www.facebook.com/share/v/1Upkh4Ywxg/

Elaboró:	
Nombre	EDGARDP GUEVARA
Cargo	PERIODISTA
Información de contacto	310 507 1037
Firma	

JAIME GUZMÁN LOZADA
19.303.447 de Bogotá

CERTIFICA

Que durante el mes de diciembre del 2025 preste los siguientes servicios para la Agencia Conecta SAS de la siguiente manera:

14 servicios de Servicio de maestro de ceremonia en los eventos requeridos por la entidad, durante el mes de diciembre del 2025.

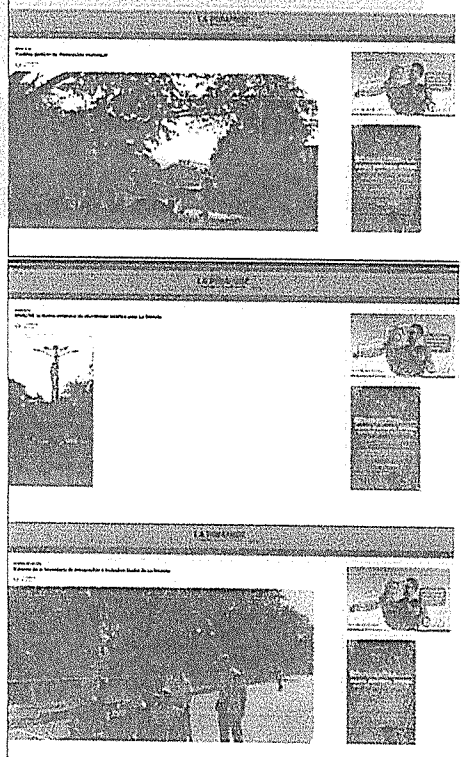
Cordialmente,

Jaime Guzmán Lozada
C.C. 19.303.447 de Bogotá

conecta S.A.S.

AGENCIA DE LOGÍSTICA, COMUNICACIONES Y SOLUCIONES S.A.S

DATOS GENERALES			
Entidad	Periódico digital LA PIRAMIDE	Contrato interadministrativo Nro.	
Nombre persona natural ó jurídica	Jairo Trujillo Melo	Identificación CC ó NIT.	4595245
Actividad Ejecutada	Tres reportajes: 1. Positiva gestión de Planeación municipal. 2. ENALTEC la nueva empresa de alumbrado público para La Dorada. 3. Balance de la Secretaría de Integración e Inclusión Social de La Dorada.	Fecha de la actividad	3 de diciembre de 2025 3 de diciembre de 2025 4 de diciembre de 2025
Ciudad	La Dorada	Departamento	Caldas
Ejecutivo de cuenta		Identificación CC.	4'595.245
Observaciones	03 Servicios de publicación en medio de comunicación regional y/o local, escrito y/o digital, con las siguientes características: Publicación en periódico digital: 1080 * 1080 que incluye artículo periodístico de profundidad frente a los hechos más relevantes del municipio de acuerdo a solicitud de la entidad.		

EVIDENCIA DEL EVENTO	
Descripción de lo ejecutado	Registro fotográfico
• Los tres informes fueron el producto de entrevistas personalizadas al Secretario de Planeación Andrés Chacón, el Gerente de ENALTEC Misael Ortiz y a la Secretaria de Integración e Inclusión Social Yeimy Moncada, con una extensión promedio de 400 palabras cada una y profundamente ilustradas.	

CONECTA SAS
NIT 901801717- 8
Cra 14A # 48-41 Victoria Real
Móvil: (+57) 313 352 89 12
Correo: conectaagencialogistica@gmail.com

conecta S.A.S.

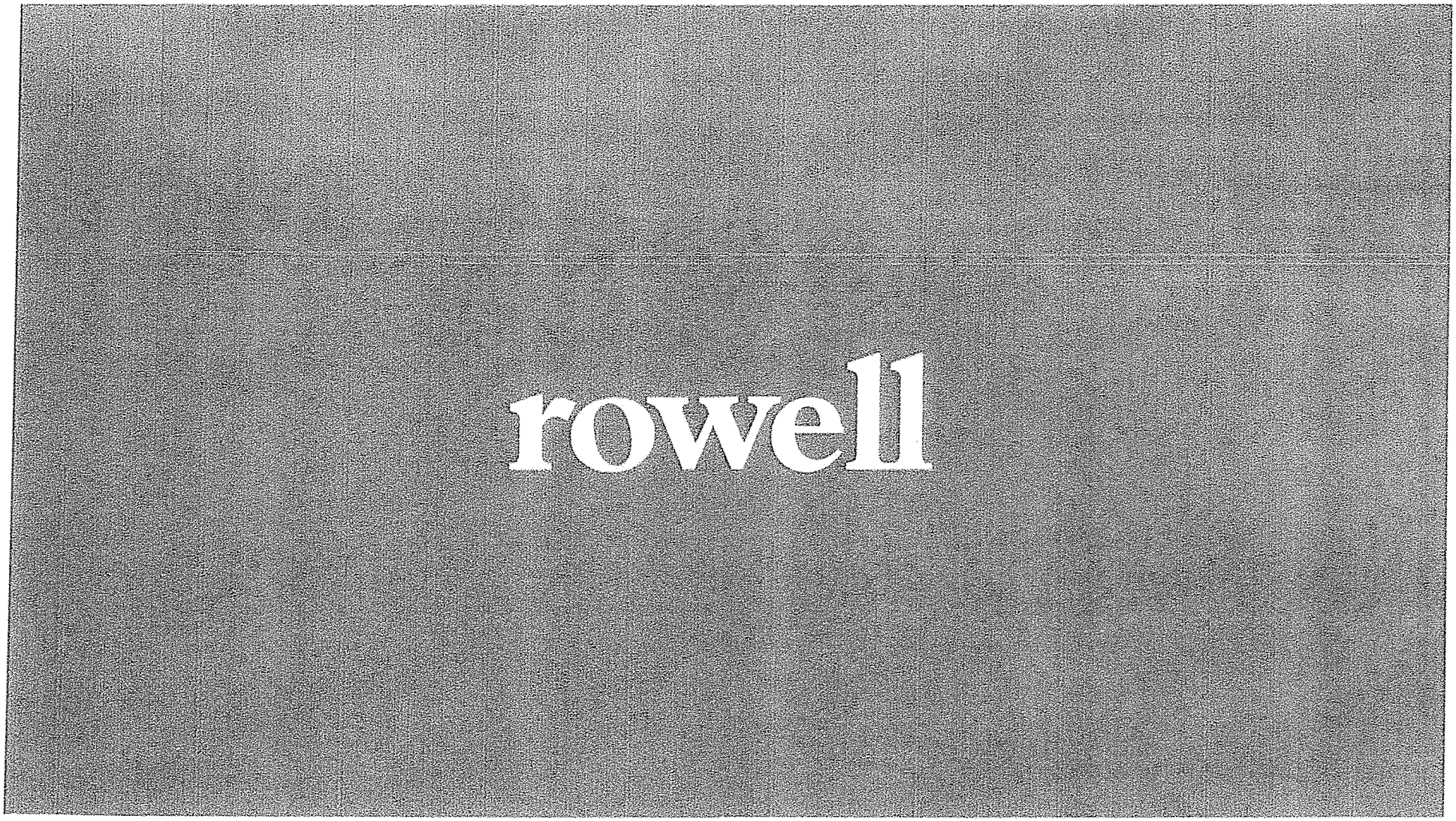
AGENCIA DE LOGÍSTICA, COMUNICACIONES Y SOLUCIONES S.A.S

ANEXOS / LINK DE VALIDACIÓN
Positiva gestión de Planeación municipal https://www.facebook.com/share/p/1A8Xq2J8KQ/ https://www.periodicolapiramidedigital.com.co/index.php/2025/12/03/positiva-gestion-de-planeacion-municipal/ ENALTEC la nueva empresa de alumbrado público para La Dorada https://www.facebook.com/share/p/1ChFnNuznC/ https://www.periodicolapiramidedigital.com.co/index.php/2025/12/03/enaltec-la-nueva-empresa-de-alumbrado-publico-para-la-dorada/ Balance de la Secretaría de Integración e Inclusión Social de La Dorada https://www.facebook.com/share/p/1ADYEiBb4w/ https://www.periodicolapiramidedigital.com.co/index.php/2025/12/05/balance-de-la-secretaria-de-integracion-e-inclusion-social-de-la-dorada/

Elaboró:	
Nombre	Jairo Trujillo Melo
Cargo	Director
Información de contacto	310 507 6406
Firma	

Aprobó:	
Nombre	EJECUTIVO DE CUENTA
Cargo	
Información de contacto	
Firma	

CONECTA SAS
NIT 901801717- 8
Cra 14A # 48-41 Victoria Real
Móvil: (+57) 313 352 89 12
Correo: conectaagencialogistica@gmail.com


rowell

Informe anual 2025

Alcaldía de La Dorada
Facebook - Instagram

Visión general

01 de Ene - 30 de Nov 2025



41.31K
Seguidores

20.84M
Impresiones

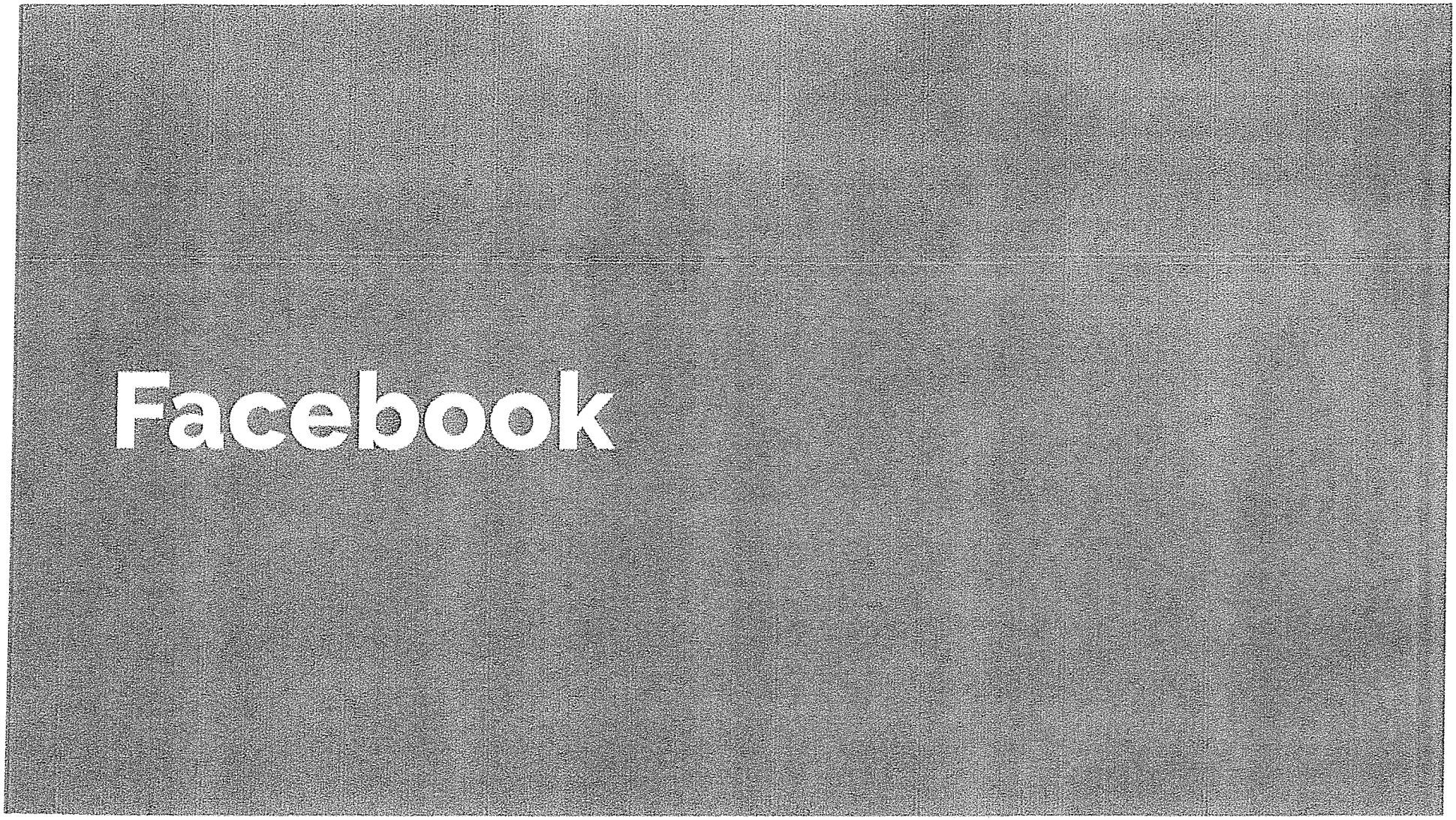
1.66M
Interacciones



6.124
Seguidores

3.65M
Impresiones

67.4K
Interacciones


Facebook

Contenido publicado:

1,540

1159 Post

299 Historias

82 Reels

Engagement: 16.85

Promedio de alcance por post: 8.379

Impresiones: 17M

Engagement: 2.2

Promedio de alcance por reel: 15.4 K

Visualizaciones: 1.2M

486.06	140.07	26.16	7.54	131.88	38.01
Reacciones diarias	Reacciones por publicación	Comentarios diarios	Comentarios por publicación	Compartidos por día	Compartidos por publicación

La página de Facebook muestra un buen rendimiento Logra un equilibrio entre alto alcance (visibilidad) y alta interacción (engagement).

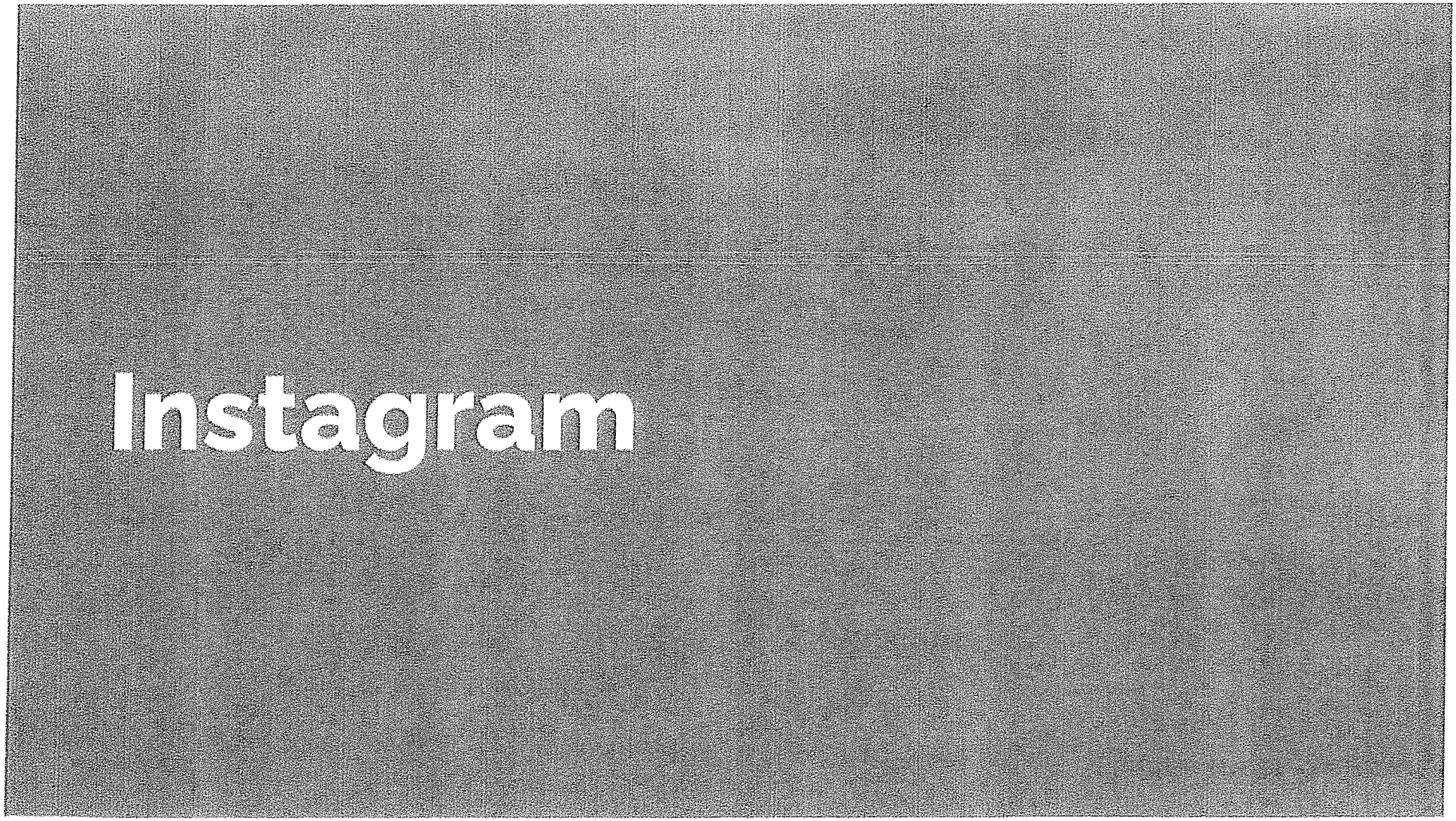
- Fortaleza: El punto más fuerte es el alto *Engagement* (16.85) impulsado principalmente por un elevado número de publicaciones compartidas (38.01 por post). Esto indica que la comunidad siente que el contenido es valioso, noticioso o digno de ser redistribuido, asegurando una distribución orgánica sostenida.
- Oportunidad: Aunque los comentarios son altos en promedio (7.54 por post y 26.16 diarios), siempre existe la oportunidad de aumentar el número de comentarios frente a las reacciones y compartidos. Esto se logra haciendo preguntas más directas o generando debate, lo que se traduce en una retroalimentación cualitativa más rica para la gestión.
- La tendencia de crecimiento de seguidores es ascendente, especialmente con un pico pronunciado en Facebook alrededor de octubre, lo que sugiere un evento o campaña de alto impacto en ese mes (posiblemente Ferias).
- La audiencia en Facebook prefiere reaccionar y, fundamentalmente, compartir el contenido, siendo la distribución viral un factor clave en su éxito.
- La temática del Carnaval del Rio y el Sol y la Seguridad son las que concentran los picos más altos de impresiones e interacciones. Las publicaciones sobre el Estadio también logran una gran tracción.

- El alto volumen de publicaciones compartidas es el principal impulsor de este alcance masivo y orgánico, asegurando que el contenido se difunda más allá de la base de seguidores directa.
- La tasa de *Engagement* promedio es de 16.85 , una cifra muy por encima de los estándares de páginas de redes sociales, indicando una conexión emocional y una alta relevancia del contenido para la audiencia
- Los ciudadanos no solo reaccionan (140.07 reacciones promedio por post), sino que activamente comparten (38.01 compartidos promedio por post) y comentan (7.54 comentarios promedio por post).
- Los picos de interacción se concentran en temas específicos. El Carnaval del Río y el Sol lidera el ranking, seguido por temas de Seguridad (capturas) y el avance de Obras (Estadio). El post sobre el avance en la construcción del Estadio Los Alpes es el más comentado y con mayor *Engagement* entre los posts de obras.
- La audiencia es en su mayoría colombiana (95.11%). El principal núcleo geográfico es La Dorada (38.46%), seguido por Bogotá (8.85%) y Puerto Salgar (5.07%). confirmando que la comunicación está llegando efectivamente a la población objetivo local y regional.

Temáticas mejor recibidas:

En Facebook, el contenido funciona mejor cuando es noticioso, de alto impacto o emocionalmente movilizador, ya que el principal impulsor de su éxito es el contenido compartido, lo que asegura una distribución viral.

Temática	Tipo de Contenido	Resultado Clave
🎉 Carnaval y Eventos Insignia	Promoción y cubrimiento en tiempo real del Carnaval del Río y el Sol.	Genera los máximos picos de impresiones e interacciones de todo el periodo, actuando como el principal motor de crecimiento y viralidad.
🏗️ Grandes Obras e Infraestructura	Avance de proyectos emblemáticos como el Estadio Los Alpes y la firma de contratos clave (Corredor Férreo).	Logra un alto volumen de comentarios (Ej. 143 comentarios en el post del estadio) e interacciones, demostrando ser un tema que moviliza la opinión pública.
🚨 Seguridad y Orden Público	Noticias sobre capturas de alto valor y operativos (Ej. alias "Siete") o decomisos.	Se posiciona en los *rankings* de publicaciones con mayor alcance y *Engagement*, confirmando el alto interés ciudadano en la protección y el orden público.


Instagram

Contenido publicado:

1,391

864
Post

200+
Historias

327
Reels

Engagement: 4.88

Promedio de alcance por post: 871

Visualizaciones: 7.1M

Engagement: 6.1

Promedio de alcance por reel: 1,542

Visualizaciones: 997K

96.03	37.12	1.17	0.45	82.24
Me gusta diarios	Me gusta por publicación	Comentarios diarios	Comentarios por publicación	Me gusta por comentario

Instagram es una plataforma de alto crecimiento y producción de contenido, con una audiencia más joven y una fuerte inclinación por los formatos de video.

- Se han publicado 1,391 contenidos totales, con un incremento del 338.80%. La actividad de publicación es constante, con picos de hasta 25 publicaciones diarias.
- La publicación reels es notable (327 en el periodo), y este formato es la principal fuente de crecimiento y tráfico de interacción. Las interacciones en Reels han crecido un impresionante 2921% , y los "Me gusta" han crecido un 3459%
- El alcance promedio por Reel es de 15.42K, lo que indica que estos videos tienen una gran capacidad de ser descubiertos por audiencias nuevas a través del algoritmo. Sin embargo, es una cifra que disminuyó respecto a periodos anteriores, esto sugiere que, aunque se publique mucho, la calidad o relevancia promedio del contenido ha disminuido ligeramente con el tiempo.
- A pesar del gran crecimiento en volumen, la tasa de *Engagement* promedio es de 4.88, que, si bien es saludable, es significativamente menor que la de Facebook, lo que sugiere que la calidad de la interacción (comentarios profundos) podría ser más baja o que la audiencia es más reactiva que deliberativa.
- La audiencia en Instagram está liderada por mujeres (53.05%), concentrándose principalmente en los rangos de edad 18-24 y 25-34, lo que explica el éxito del formato Reel y los temas culturales.
- El *ranking* de reels de mayor *Engagement* muestra temas de Carnaval, turismo (Malecón), y eventos sociales/deportivos (carreras atléticas, reinados).
- La cuenta ha ganado una gran cantidad de seguidores, logrando un balance neto positivo de 1,161 seguidores adquiridos en el periodo analizado. La curva de crecimiento muestra una aceleración significativa de la adquisición de seguidores a partir de septiembre/octubre.

- Las visualizaciones de contenido han alcanzado 3,65 millones en el periodo. Las métricas muestran que octubre es el mes de mayor rendimiento, generando el pico más alto de visualizaciones y confirmando la efectividad de las campañas realizadas en ese mes (Carnaval del Río).
- Los comentarios han experimentado el mayor crecimiento porcentual entre las métricas de interacción, con un aumento del 314,89% (total 390). Esto indica un éxito en la conversión de audiencia pasiva en una audiencia que participa en el diálogo con la administración.
- El número de posts guardados ha crecido un 279,59% (total 558). La acción de guardar un post es una métrica de alta calidad, ya que demuestra que la audiencia considera el contenido útil, memorable o de referencia, lo cual es muy positivo para la retención y la consulta futura.

Temáticas mejor recibidas:

En Instagram, el contenido más efectivo es el visual, dinámico y alineado con intereses culturales o de estilo de vida, dirigido a una audiencia más joven y mayoritariamente femenina.

Temática	Tipo de Contenido	Resultado Clave
Eventos Culturales y Belleza	Reinados de belleza, desfiles de carrozas, y el *backstage* del Carnaval.	Genera el mayor *Engagement* y número de "Me gusta", aprovechando la demografía femenina de la plataforma.
Deporte y Sueños	Anuncios de la renovación del Estadio Los Alpes (renders) y promoción de carreras atléticas.	Los Reels sobre el Estadio logran un crecimiento exponencial en interacciones (2921.74%), apelando al sentimiento de logro histórico y al sector juvenil.
Uso de Espacios Públicos	Publicaciones que muestran el uso del Parque Centenario, Malecón, y otras áreas renovadas (Ej. Chef Rausch).	Muestra una alta aceptación orgánica y buen *Engagement*, vinculando la infraestructura con la calidad de vida y el esparcimiento.

Mejor contenido

Mejor contenido:

Primer Trimestre (Enero - Marzo 2025)

Plataforma	Fecha	Contenido	Métrica Destacada
Facebook	28 abr 2025	Valeria Duque Uribe, nueva Señorita La Dorada 2025.	Engagement: **79.88** (Máximo del periodo)
Facebook	8 mar 2025	Capturas y decomisos en operativo contra el microtráfico.	Interacciones: **12.64k**
Facebook	16 mar 2025	Fuerza Púrpura: más que una meta, un compromiso personal.	Compartidos: **167**
Instagram	16 mar 2025	Fuerza Púrpura: más que una meta....	Engagement: **12.86**
Instagram	22 ene 2025	Apertura del ciclo de educación inicial en La Dorada.	Visualizaciones: **32.07k**
Instagram	3 abr 2025	Entregamos 660 kits escolares.	Engagement: **50.01**

Mejor contenido:

Segundo Trimestre (Abril - Junio 2025)

Plataforma	Fecha	Contenido	Métrica Destacada
Facebook	30 abr 2025	La firma del contrato del corredor férreo La Dorada - Chiriguaná.	Comentarios: **108**
Facebook	25 abr 2025	La Dorada celebró 102 años de fundación.	Engagement: **49.13**
Facebook	29 jun 2025	Desfile en traje de baño en la Noche de Coronación.	Engagement: **47.33**
Instagram	28 abr 2025	Valeria Duque Uribe, nueva Señorita La Dorada 2025.	Engagement: **6.24**
Instagram	11 abr 2025	Comprometidos con la dignidad humana (Seguridad).	Engagement: **76.49**
Instagram	13 jun 2025	Formamos Líderes del deporte doradense.	Engagement: **55.84**

Mejor contenido:

Tercer Trimestre (Julio - Septiembre 2025)

Plataforma	Fecha	Contenido	Métrica Destacada
Facebook	8 sept 2025	¡Estamos listos para vivir el mejor carnaval del centro del país!.	Impresiones: **375.26k** (Máximo del periodo)
Facebook	23 ago 2025	Avanza la construcción de nuestro estadio.	Impresiones: **154.62k**/ Comentarios: **143**
Facebook	9 oct 2025	Programación oficial de nuestro 12.° Carnaval del Río y el Sol.	Impresiones: **149.9k**
Instagram	8 sept 2025	¡Estamos listos para vivir el mejor carnaval del centro del país! (Reel).	Engagement: **12.7** (Máximo para Reels)
Instagram	26 sept 2025	¡Video oficial del 12.° Carnaval del Río y del Sol! (Reel).	Visualizaciones: **28.55k**
Instagram	17 ago 2025	La Dorada es nuevamente coronada por su talento.	Engagement: **6.39**

Mejor contenido:

Cuarto Trimestre (Octubre - Noviembre 2025)

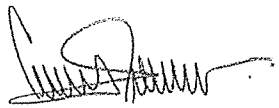
Plataforma	Fecha	Contenido	Métrica Destacada
Facebook	9 oct 2025	Así vibró La Dorada en la Alborada del Carnaval.	Interacciones: **30.78k** (Máximo Interacciones)
Facebook	13 oct 2025	Yeison Jiménez conquistó al público doradense.	Impresiones: **229.81k**
Facebook	14 oct 2025	La Dorada enamoró al país con su Carnaval 2025.	Interacciones: **1695**
Instagram	27 oct 2025	Parque Centenario: un nuevo espacio para disfrutar (Reel).	Engagement: **7.97**
Instagram	15 oct 2025	Nuestro Malecón seguirá siendo epicentro de recuperación (Reel).	Engagement: **8.55**
Instagram	8 nov 2025	El chef Jorge Rausch compartió su visión de la cocina.	Engagement: **7.32**

Conclusiones

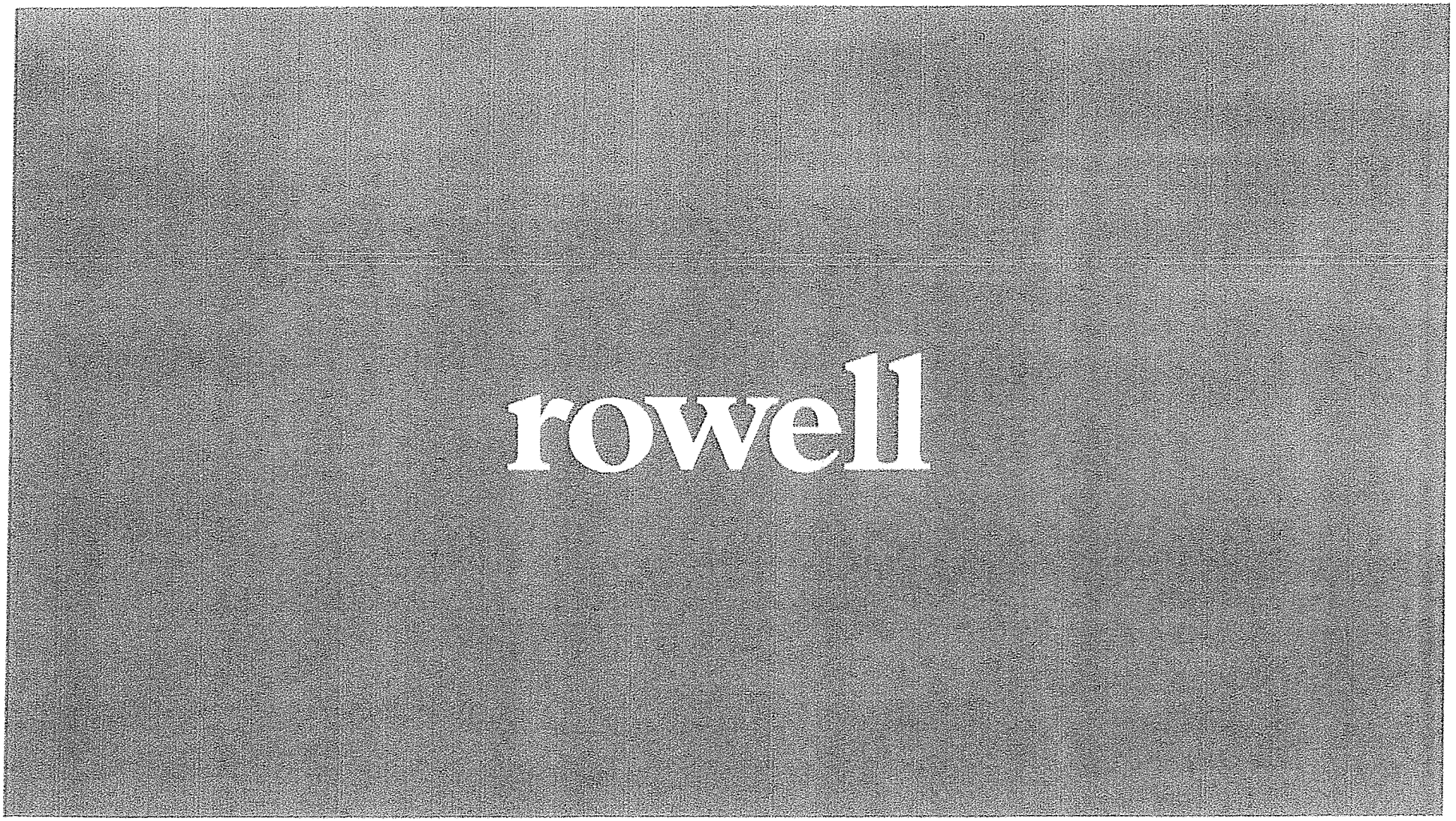
- La Alcaldía de La Dorada ha establecido una estrategia de comunicación altamente visible y con gran capacidad de distribución orgánica. Facebook actúa como el principal motor de esta visibilidad, logrando más de 20 millones de visualizaciones en el periodo analizado. Este rendimiento se logra sin recurrir al gasto de publicidad, lo que subraya la alta relevancia intrínseca del contenido para la comunidad.
- El factor emocional y la identificación local son el núcleo del éxito. El Carnaval del Río y el Sol es el evento insignia y el principal catalizador de viralidad, generando los picos más altos de impresiones y *engagement* en el año. Los temas de grandes obras (Estadio) y la Seguridad también generan un impacto significativo en la conversación y la distribución de contenido.
- La estrategia está perfectamente focalizada en su audiencia objetivo, siendo la población de La Dorada (más del 38% en Facebook y más del 40% en Instagram) y las ciudades aledañas el núcleo de la interacción. El público es altamente activo, manifestándose en una tasa de *Engagement* excelente en Facebook y con un público de Instagram predominantemente femenino y joven, lo que dicta el éxito del formato de video corto.
- A pesar de los buenos números en general, existen señales de alerta. La caída en la tasa de *Engagement* promedio de Instagram (-6.64%) y la disminución del alcance promedio por post sugieren que la alta frecuencia de publicación podría estar saturando a la audiencia o que la calidad promedio del contenido no mantiene el ritmo de la producción. El desafío futuro no es solo generar más alcance, sino garantizar que cada interacción sea de mayor valor y profundidad (más comentarios, menos solo reacciones).

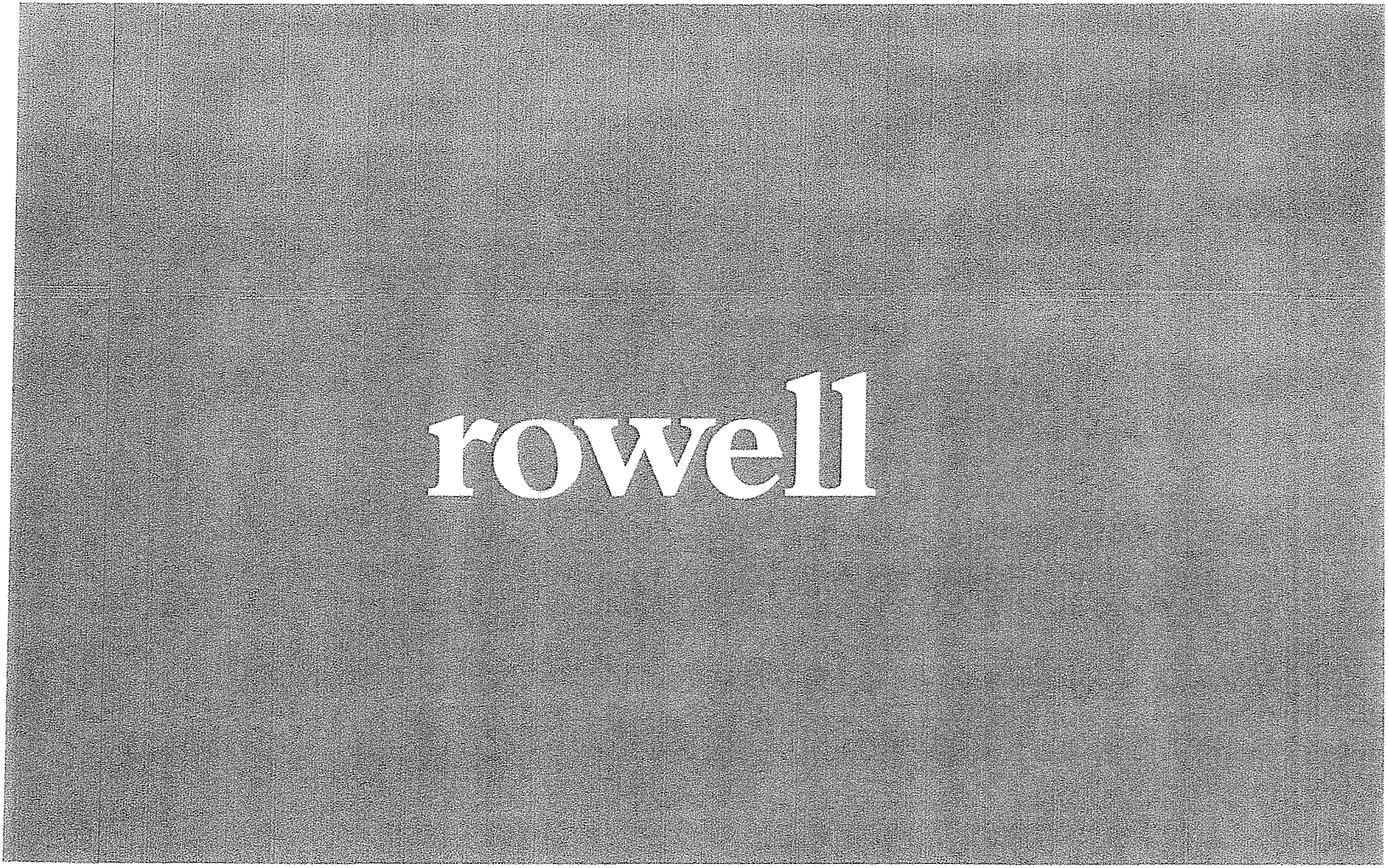
Recomendaciones puntuales:

- Crear canales o publicaciones específicas para responder a las dudas sobre obras y otros problemas sociales (vías, escuelas, habitantes de calle). La alta visibilidad lograda debe usarse para mostrar gestión en estos frentes, no solo en los temas exitosos.
- Para Instagram, es fundamental seguir invirtiendo en el formato Reels, dado su crecimiento exponencial en interacciones (2921.74%) y la predilección de la audiencia femenina. Se recomienda enfocarse en videos de alta calidad que generen diálogos más profundos para revertir la ligera caída del *Engagement* promedio.
- En Facebook, se debe mantener la estrategia de contenido con alto valor noticioso o emocional (Carnaval, Seguridad, Estadio), ya que esto asegura la redistribución masiva (38.01 compartidos promedio por post) y el alcance orgánico superior.
- Transformar el alto número de reacciones en comentarios de valor. Esto se logra haciendo preguntas más directas y específicas al final de cada publicación.
- El equipo de comunicaciones debe estar preparado para gestionar la avalancha de comentarios durante los picos de interacción (como en octubre por el Carnaval). Un tiempo de respuesta rápido durante estos períodos es crucial para convertir el interés masivo en fidelidad comunitaria.
- Continuar utilizando la historia y figuras icónicas de La Dorada en la comunicación, ya que este enfoque humaniza la gestión y genera una conexión emocional más fuerte con la audiencia.



Lucas Restrepo Gómez
Director


rowell


rowell

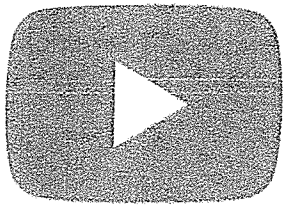
Informe anual 2025

Alcaldía de La Dorada

YouTube- TikTok

Visión general

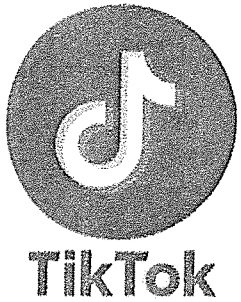
ne - 30 de Nov 2025



322
Suscriptores

11.3 K
Visas

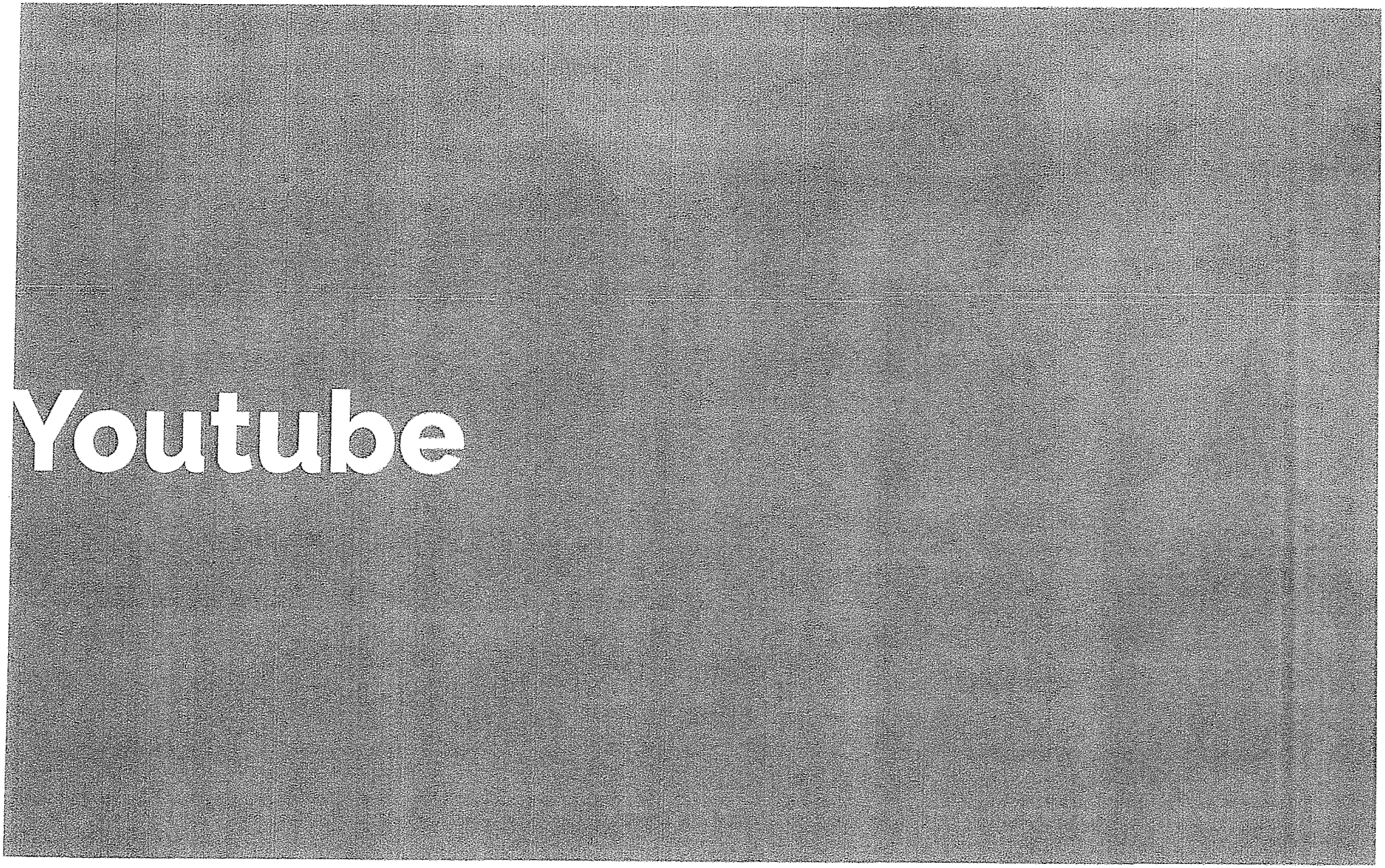
88.4 K
Impresiones



5.409
Seguidores

497.2K
Visualizaciones

15.5K
Interacciones


Youtube

Contenido publicado:

109

102
Videos

Vistas: 5.4K

Promedio de tiempo de reproducción: 1:07 Seg.

Impresiones: 88.5K

7
Shorts

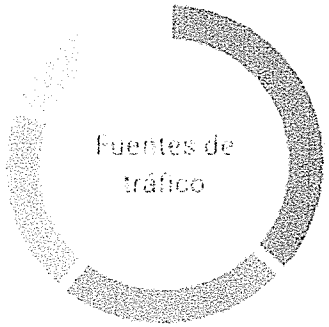
Vistas: 5.8K

Promedio de tiempo de reproducción: 19 Seg.

Visualizaciones: 9.3K

Cómo los usuarios te encuentran ⚠

Vistas · 1 de ene – 30 de nov de 2025



Feed de Shorts	36.6%
Búsqueda de YouTube	24.3%
Videos sugeridos	19.8%
Externas	10.3%
Canales de usuario	3.0%
Otras	6.0%

Impresiones

97.8 k

53.0% corresponde a las recomendaciones de tu contenido por parte de YouTube

Tasa de clics: 4.5%

Vistas provenientes de impresiones

4.4 K

Duración promedio de vistas: 0:52

Tiempo de reproducción proveniente de ...

63.69

El canal ha publicado un total de 109 contenidos. La estrategia está fuertemente inclinada hacia los videos de formato largo.

El canal publica una cantidad superior de videos largos (102) frente a pocos Shorts (7). Sin embargo, los Shorts son notablemente más eficientes, ya que los 7 Shorts generan más vistas (5.8K) que los 102 Videos largos (5.4K). Esto indica que la audiencia de YouTube prefiere el formato corto para el contenido de la Alcaldía.

El canal tiene una fuerte dependencia del algoritmo de YouTube, ya que el 53.0% de sus impresiones provienen de las recomendaciones de la plataforma. Esto es positivo, ya que el algoritmo favorece su contenido, pero también expone el riesgo de caídas si la estrategia de contenido no se alinea con las preferencias de la plataforma.

La tasa de clics (CTR) del 4.5% es razonablemente saludable, lo que indica que los títulos y miniaturas (thumbnails) del contenido son lo suficientemente atractivos para generar un *click* en una buena proporción de las veces que se muestran las impresiones.

La Duración Promedio de Vistas (0:52) es muy baja en relación con el promedio de tiempo de reproducción de los videos largos (1:07). Esto sugiere que la audiencia abandona la reproducción del contenido poco después del primer minuto, indicando una posible falta de retención o que los videos son muy cortos.

- La fuente de tráfico dominante es el Feed de Shorts con un 36.6%. Esto, combinado con el bajo número de Shorts publicados, indica que esta es la vía más efectiva y con mayor potencial de crecimiento para el canal.
- El 24.3% de las vistas provienen de la Búsqueda de YouTube. Este alto porcentaje sugiere que el contenido aborda temas que la gente busca activamente (probablemente información municipal o de proyectos), lo que valida una buena estrategia de SEO (Search Engine Optimization) para el contenido.
- La plataforma de YouTube activamente valida la relevancia del contenido de la Alcaldía, evidenciado en que las "Vistas provenientes de impresiones" son de 4.4K. Además, las categorías de "Videos sugeridos" (19.8%) y las "Recomendaciones de YouTube" (53.0%) demuestran que el algoritmo reconoce el valor del contenido y lo utiliza para mantener a los usuarios dentro de la plataforma, a pesar de la baja duración promedio de las vistas.

Temáticas mejor recibidas:

Se muestra que el éxito en el canal de YouTube se basa en la combinación de baja saturación de contenido y alta relevancia temática.

lo	Fecha de publicación	Impresiones	Duración promedio de vistas	Vistas	Me gusta	Elementos compartidos
ıtal		**9,359**	**0:19**	**5,825**	**63**	**3**
1:13	¡Tu voz mejora la salud en tu comunidad!	6,416	0:15	1,334 22.9%	7 11.1%	0 0.0%
0:18	Rey Ruiz en nuestro Carnaval del Río y el Sol #carn...	908	0:16	1,535 26.4%	30 47.6%	1 33.3%
0:33	Semana de la Juventud #noticias #like #ladoradae...	614	0:11	1,416 24.3%	4 6.4%	1 33.3%
0:16	16 de septiembre de 2024	426	0:14	51 0.9%	1 1.6%	0 0.0%
0:50	¿Te está llamando el agua? Ve este video #natación #...	332	0:41	1,283 22.0%	19 30.2%	0 0.0%

Temáticas mejor recibidas:

contenido más valioso: Salud y Comunidad

deo "¡Tu voz mejora la salud en tu comunidad!" (duración 1:13) es la pieza de contenido con mayor rendimiento general. Este o generó 6,416 impresiones, el número más alto en el ranking, lo que significa que el algoritmo de YouTube lo consideró el relevante para ser mostrado a los usuarios. La temática de Salud y Comunidad es fundamentalmente importante para la encia de YouTube de La Dorada, logrando la mayor visibilidad que se traduce en un alto volumen de consumo.

contenido con mayor engagement: Carnaval y Deporte

contenidos relacionados con el Carnaval y el Deporte, aunque tienen menos impresiones que el de Salud, demuestran la or tasa de *Engagement*. "Rey Ruiz en nuestro Carnaval del Río y el Sol" (duración 0:16): Este video, con solo 908 impresiones, el mayor porcentaje de "Me gusta" (47.6%$) y la única interacción de "Compartidos" (33.3%) en la tabla, indicando una fuerte uesta emocional y una distribución activa por parte de la audiencia.

contenido de mayor eficiencia: Shorts

uzar los datos de las "Temáticas mejor recibidas" con las métricas generales del canal, se reafirma la eficiencia de los ts. La mayor parte de los videos en el ranking de alto rendimiento son clips de menos de 1 minuto. Esto se alinea con la clusión de que los 7 Shorts del canal generan más vistas (5.8K) que los 102 videos largos (5.4K). Un video corto y emotivo e un evento social (Carnaval) es lo que más motiva a la gente a interactuar, pero el formato corto sobre un servicio esencial ıd o Deporte) es lo que mejor retiene a la audiencia en YouTube.

Tiktok

Contenido publicado:

99

497K	12.3K	171	3.018
Visualizaciones	Me gusta	Comentarios	Compartidos

3.57	4.404
Engagement	Promedio alcance por post

- El número de compartidos es alto en relación con los comentarios. Esta desproporción es un indicador positivo para TikTok, ya que un alto número de compartidos significa que el contenido está siendo redistribuido activamente por los usuarios, el factor clave para entrar en la sección "Para Ti" (For You Page).
- El perfil ha recibido 4,342 Visitas al perfil en el periodo. Dado que TikTok promueve el descubrimiento rápido, este alto número de visitas indica que el contenido está funcionando como un gancho efectivo, convirtiendo las vistas rápidas en exploraciones de perfil.
- El volumen de "Me gusta" (12.61K) es superior a los comentarios, lo que confirma una alta aprobación emocional del contenido y valida el mensaje.
- La gestión de la red ha sido efectiva al alinear su estrategia de publicación con los momentos de mayor interés ciudadano, logrando picos de rendimiento, con un pico en septiembre y octubre.
- Las visualizaciones totales (496.28K) están ligadas a estos periodos, lo que sugiere que la publicación de contenido del Carnaval y grandes anuncios de obras se ejecutó en el momento justo para maximizar el impacto.
- La audiencia de TikTok está segmentada y alineada con la gestión de contenidos. Es mayoritariamente femenina (56.0%) y altamente local (77.08% en Colombia). Esto implica que los videos cortos sobre eventos sociales, cultura y logros de la Alcaldía resuenan directamente con el grupo demográfico más activo de la plataforma.

Temáticas mejor recibidas:

- El canal muestra una alta dinámica de adquisición (1,338 Adquiridos frente a 167 Perdidos). Esta es una característica clave de las redes de video corto: los usuarios llegan rápidamente por un video viral, pero la retención es baja.
- El gráfico de publicaciones muestra una frecuencia de publicación consistente a lo largo del periodo, con picos de actividad que se correlacionan con los picos de crecimiento. En TikTok, esta frecuencia alta es indispensable para mantener la visibilidad en el *feed* "Para Ti".
- A pesar de los picos en interacciones, la tasa de Engagement general es de 3.57. Si bien es un valor aceptable, los picos de interacción no se han traducido en una tasa de *Engagement* sostenidamente alta, lo que indica que la calidad del contenido entre los periodos de picos debe revisarse.

Temáticas mejor recibidas:

	Tipo	Fecha	Visualizaciones ↓	Me gusta	Comentarios	Compartidos	Alcance	Duración	Engagement
esperamos Más Reutilizar contenido Ver		11 oct 2025 16:00	91.46k	902	0	71	84.57k	1m 12s	1.15
Cuiz se suma a nuestra lista de artistas ... Más Reutilizar contenido Ver		24 sep 2025 18:06	50.3k	1.2k	13	354	41.46k	17s	3.78
piel Moly en el Carnaval del Río y el Sol! ... Más Reutilizar contenido Ver		22 sep 2025 19:00	41.81k	862	16	206	37.04k	1m 3s	2.92
en lo vive es quien lo goza. conoce la ... Más Reutilizar contenido Ver		9 sep 2025 9:00	41.46k	1.18k	24	679	36.84k	3m 33s	5.11
uesta Matecaña #matecaña ... Más Reutilizar contenido Ver		20 sep 2025 21:52	36.14k	498	2	161	34.09k	20s	1.94
para tu voz con otto serge #señorita #ottoserge Más Reutilizar contenido Ver		20 sep 2025 9:16	23.73k	766	9	267	20.27k	29s	5.14

Temáticas mejor recibidas:

Dominio del Carnaval: 4 de los 5 posts con más vistas están directamente relacionados con el "Carnaval del Río y el Sol" (anuncios de artistas, videos de expectativa). Esto confirma que los eventos masivos y el entretenimiento son la principal palanca de alcance en la cuenta.

Virales por algoritmo: La mayoría de estos videos virales superan el 93% de vistas provenientes del *feed* "Para Ti", incluyendo el video más visto (91,458 Views). Esto indica que el algoritmo de TikTok favorece fuertemente el contenido de la Alcaldía relacionado con eventos de alta expectativa.

Contenido más visto: El video "Los esperamos 🐓🐓" fue el más visto, superando las 91K vistas, mostrando que una simple invitación o *teaser* es suficiente para generar un alcance extraordinario.

Mejor retención en eventos: Los dos videos con mejor tiempo promedio visto están relacionados con el Carnaval, logrando retenciones de 19.42 y 19.14 segundos. Esto sugiere que los usuarios están reproduciendo los videos completos o viéndolos varias veces para absorber todos los detalles de los eventos.

Calidad en nichos: El video de la Carrera Atlética también muestra una excelente retención (14.03 segundos), a pesar de tener menos vistas. Esto indica que las iniciativas deportivas generan un fuerte interés en un segmento de audiencia más leal e invertido, dispuesto a consumir el contenido casi en su totalidad.

Conclusiones

nclusiones

- La gestión del contenido de video corto es el motor más eficiente de la estrategia digital. El poco volumen de contenido en formato corto genera más vistas totales que todo el contenido producido en formato largo tradicional. Esto demuestra que la audiencia solo consume contenido breve, haciendo que la sobreproducción de videos largos sea ineficiente.
- La alta tasa de vistas lograda indica que el algoritmo está impulsando activamente el contenido, lo que se traduce en picos de alcance y viralidad cuando se publican temas emocionales como el Carnaval.
- El tráfico es de descubrimiento, no de lealtad, ya que las vistas de "Canales de Usuario" (seguidores directos) son de solo el 3.0%. Esto indica que falta una estrategia para convertir a los espectadores virales en suscriptores recurrentes.
- Los temas de Servicios Comunitarios y Deportes logran la mejor retención de audiencia en el formato corto, demostrando que el contenido útil y local es el que mantiene a la audiencia viendo el clip completo.
- El contenido de Entretenimiento Masivo (Carnaval) logra la mayor conversión emocional (altos "Me Gusta" y Compartidos).

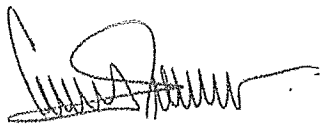
ecomendaciones puntuales:

ecomendaciones para YouTube

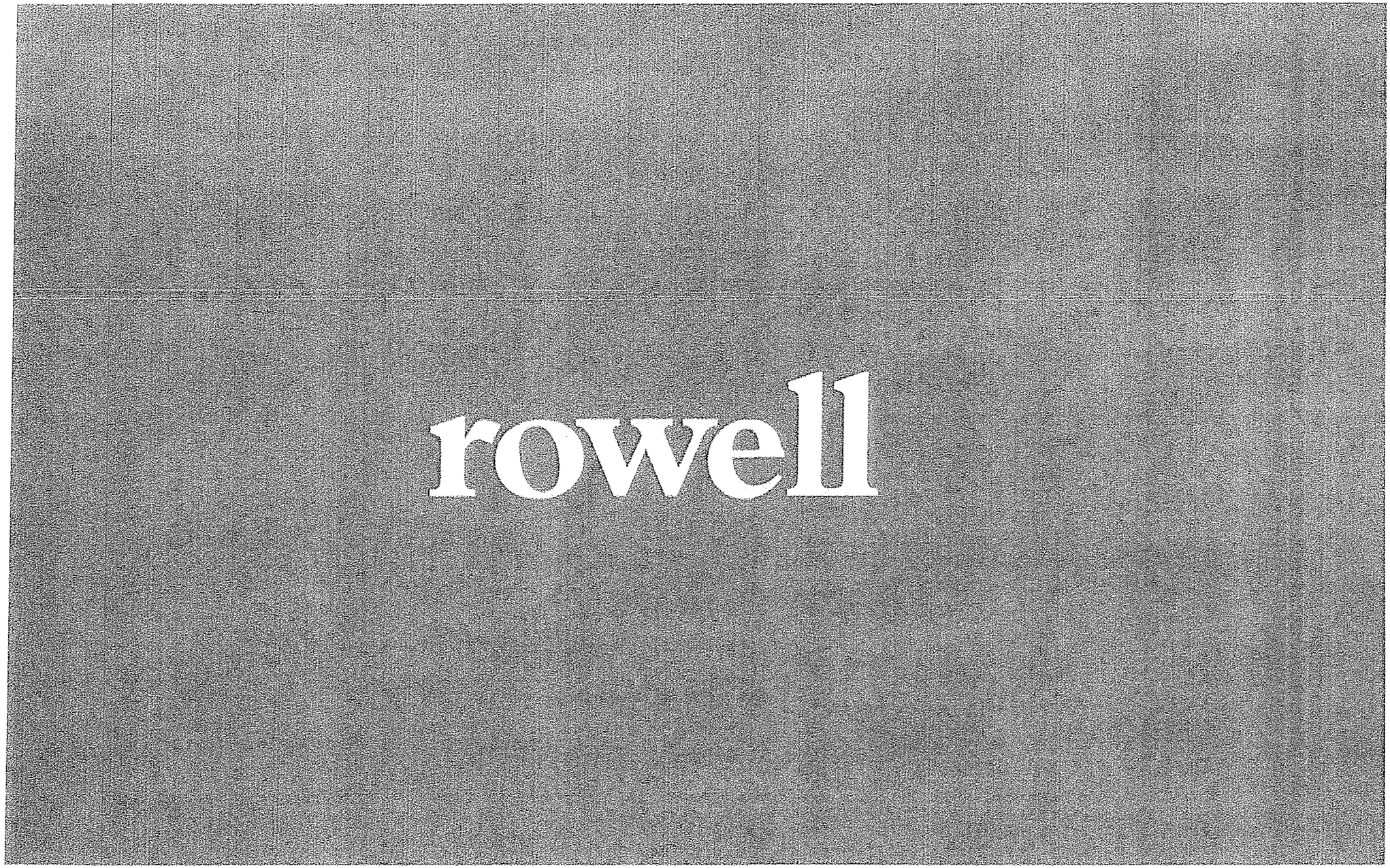
1. Reducir la producción de videos largos y migrar ese esfuerzo a Shorts. El objetivo debe ser multiplicar el volumen de Shorts, que son el formato más eficiente en vistas.
2. Utilizar los videos largos restantes para crear clips de 15-30 segundos con alto valor noticioso. Estos deben ser promocionados como Shorts para capitalizar la fuente de tráfico más grande.
3. Implementar llamadas a la acción en los videos cortos para que los usuarios se suscriban y activen notificaciones, buscando reducir la dependencia del descubrimiento y aumentar el bajo tráfico de "Canales de Usuario" (3.0%).

ecomendaciones para TikTok

1. Implementar una regla estricta de "gancho en los 3 segundos" en todos los videos para combatir el abandono. Esto es crucial para aumentar la Duración Promedio de Vistas y asegurar que el algoritmo siga impulsando el contenido.
2. Priorizar la creación de series de videos cortos sobre los temas que mejor retienen (Ej. Deportes, Salud y Servicios Comunitarios), asegurando que la calidad del video se traduzca en consumo total.
3. Crear contenido que incite a los usuarios a guardar y comentar (métricas de alta calidad). Por ejemplo, hacer preguntas al final de videos sobre el Carnaval o logros específicos para convertir el alto volumen de Compartidos en diálogo.



Lucas Restrepo Gómez
Director


rowell

INFORME ANALÍTICO DETALLADO

Alcaldía de La Dorada

Caldas, Colombia

Período de análisis: 2 de noviembre - 29 de noviembre de 2025

4 semanas de métricas y rendimiento digital

🚨 EMERGENCIA MÁXIMA 🚨

COLAPSO TOTAL DE LA CUENTA

Caídas del 95% al 97% en TODAS las métricas

Pérdida del 97% de la audiencia alcanzada

Análisis de crisis catastrófica y decisión estratégica urgente
por 2oPisoAgencia

1. RESUMEN EJECUTIVO

El presente informe analiza el desempeño del perfil oficial de TikTok de la Alcaldía de La Dorada, Caldas, durante un período de 4 semanas consecutivas comprendido entre el 2 y el 29 de noviembre de 2025. **El análisis revela la PEOR CRISIS de las tres redes sociales principales: un COLAPSO TOTAL con caídas del 95% al 97% en ABSOLUTAMENTE TODAS las métricas sin excepción.**

1.1 El Colapso Total - Sin Precedentes

NO HAY UNA SOLA MÉTRICA POSITIVA. TODO COLAPSÓ:

Video views: CAÍDA DEL 95.12% - De aproximadamente 295,000 vistas a solo 14,407 vistas totales. La cuenta perdió el 95% de su audiencia.

Reached audience (Alcance): CAÍDA DEL 97.27% - De ~258,000 cuentas alcanzadas a solo 7,061 cuentas. La cuenta alcanza al 2.7% de lo que alcanzaba antes. Esto es EXTINCIÓN.

Profile views: CAÍDA DEL 94.93% - De ~2,500 visitas al perfil a solo 128 visitas. Nadie está buscando la cuenta.

Likes: CAÍDA DEL 94.52% - De ~5,840 likes a solo 320 likes totales. El engagement desapareció.

Comments: CAÍDA DEL 95.90% - De ~270 comentarios a solo 11 comentarios totales en 4 semanas. La conversación murió.

Shares: CAÍDA DEL 96.39% - De ~940 compartidos a solo 34 compartidos. Nadie comparte el contenido.

Engaged audience: CAÍDA DEL 94.94% - De ~9,760 usuarios comprometidos a solo 494. La audiencia activa colapsó casi completamente.

1.2 Comparación con Período Anterior

Métrica	Período Anterior	Actual (2-29 nov)	Variación
Video Views	~295,000	14,407	-95.12%
Reached Audience	~258,000	7,061	-97.27%
Profile Views	~2,500	128	-94.93%
Likes	~5,840	320	-94.52%
Comments	~270	11	-95.90%
Shares	~940	34	-96.39%
Engaged Audience	~9,760	494	-94.94%

1.3 Magnitud del Desastre

Para dimensionar la catástrofe:

La cuenta alcanza solo al 2.7% de la audiencia que alcanzaba antes. Esto significa que de cada 100 personas que antes veían el contenido, ahora solo 3 lo ven.

Los videos individuales promedian 300-500 vistas. Para una cuenta que antes tenía alcance de 258,000 personas, tener videos con 119-450 vistas es simplemente INEXISTENTE en términos de presencia digital.

Solo 11 comentarios en 4 semanas completas. Esto es menos de 3 comentarios por semana. La conversación con la ciudadanía desapareció por completo.

128 visitas al perfil en un mes. Esto es aproximadamente 4 visitas por día. Nadie está buscando activamente a la alcaldía en TikTok.

1.4 Diagnóstico Inmediato

Este nivel de colapso (95-97%) NO se explica por mala calidad de contenido. Es imposible. Estamos frente a:

1. **SHADOWBAN SEVERO O PENALIZACIÓN ALGORÍTMICA MASIVA:** TikTok dejó de mostrar el contenido de la cuenta. Es el escenario más probable. Posibles causas: violación de políticas, contenido reportado como spam, uso de bots o herramientas prohibidas, o comportamiento considerado inauténtico.
2. **Abandono total de la cuenta durante período crítico:** Es posible que se dejara de publicar durante semanas anteriores y al retomar, el algoritmo ya había "olvidado" la cuenta.
3. **Cambios en el algoritmo de TikTok para contenido institucional:** Desde 2024, TikTok priorizó contenido de creadores auténticos sobre cuentas corporativas/gubernamentales.
4. **Competencia extrema + falta de inversión:** Si no hay presupuesto para pauta (TikTok Ads) y el contenido orgánico es genérico, es imposible competir en 2025.

CREANDO CON

2. ANÁLISIS DE VIDEOS INDIVIDUALES

Durante las 4 semanas del período se publicaron al menos 6 videos identificables en las capturas de TikTok Analytics. El rendimiento individual de cada video confirma el colapso generalizado.

2.1 Rendimiento por Video

Video	Vistas	Likes	Coment.
Un encuentro afrodescendiente *(28 nov)*	324	12	0
Un día con los abuelitos *(28 nov)*	119	4	0
Talento que inspira *(28 nov)*	313	23	1
Resultados de los operativos *(25 nov)*	450	19	0
Gestiones para animalitos *(24 nov)*	309	13	0
Rechazo total - violencia contra mujeres *(22 nov)*	1,300	51	2
PROMEDIO:	**~469**	**~20**	**<1**

2.2 Análisis Crítico del Rendimiento

Conclusiones devastadoras:

Promedio de 469 vistas por video: Para una cuenta que antes alcanzaba 258,000 personas, tener videos que promedian menos de 500 vistas es catastrófico. Esto representa solo el 0.18% del alcance histórico.

Engagement mínimo: Con promedio de 20 likes y menos de 1 comentario por video, el engagement rate es prácticamente CERO. La audiencia que sí ve el contenido NO interactúa con él.

Un solo video "exitoso" de 1,300 vistas: El video sobre violencia contra las mujeres del 22 de noviembre tuvo 1,300 vistas (aún así 80% menos que el promedio histórico), pero esto NO salva la situación. Un golondrina no hace verano.

Contenido temático variado pero resultados idénticos: Se publicaron videos sobre diversidad cultural (afrodescendientes), tercera edad (abuelitos), talento artístico, seguridad (operativos), bienestar animal, y temas sociales. TODOS tuvieron rendimiento pésimo. Esto confirma que NO es problema de contenido - es algorítmico.

Cero viralidad: Con solo 34 shares totales en 4 semanas (5-6 shares por video), ningún video logró viralidad. En TikTok, los shares son el indicador clave de distribución algorítmica. Sin shares, el algoritmo NO empuja el contenido.

3. CAUSAS PROBABLES DEL COLAPSO TOTAL

Un colapso del 95-97% en todas las métricas NO puede explicarse por casualidad o por contenido de mala calidad. Hay causas estructurales y algorítmicas detrás de esta crisis.

3.1 Shadowban o Penalización de TikTok (Probabilidad: 90%)

ESTA ES LA CAUSA MÁS PROBABLE:

¿Qué es un shadowban? Es cuando TikTok penaliza una cuenta dejando de mostrar su contenido en el feed "For You" (la principal fuente de alcance). La cuenta NO recibe notificación - simplemente sus videos dejan de distribuirse.

¿Por qué sucede?

- Violación de políticas de comunidad (contenido reportado, aunque sea erróneamente)
- Uso de bots, herramientas de automatización, o compra de seguidores/vistas
- Comportamiento considerado 'spam' por el algoritmo (publicar mucho contenido repetitivo)
- Múltiples reportes de usuarios (aunque el contenido sea legítimo)
- Violación de derechos de autor (música no autorizada, contenido de terceros sin permiso)

Evidencia de shadowban en esta cuenta: Las caídas simultáneas del 95-97% en TODAS las métricas son la firma distintiva de un shadowban. Si fuera problema de contenido, algunos videos tendrían buen rendimiento y otros malo. Aquí TODOS los videos colapsaron igual.

3.2 Cambios Algorítmicos de TikTok 2024-2025

Desde mediados de 2024, TikTok implementó cambios drásticos en su algoritmo para priorizar:

- **Creadores auténticos sobre cuentas institucionales/corporativas**
- Contenido entertainment sobre contenido informativo/educativo
- Videos con alta tasa de retención (watch time completo) sobre videos que la gente abandona
- Contenido con interacción inmediata (comentarios/shares en primeras 2 horas) sobre contenido que tarda en generar engagement

Esto golpeó fuertemente a cuentas gubernamentales y corporativas que tradicionalmente publican contenido informativo. Las alcaldías NO son entretenimiento - son instituciones - y TikTok ya NO prioriza este tipo de contenido orgánicamente.

3.3 Abandono o Inconsistencia en Publicación

Si la cuenta dejó de publicar durante semanas antes del período analizado, el algoritmo de TikTok la consideró "inactiva" y dejó de distribuir su contenido. TikTok premia la consistencia y castiga la inconsistencia.

Hipótesis: Es probable que entre septiembre-octubre hubo una pausa en publicaciones, y al retomar en noviembre, el algoritmo ya había "olvidado" la cuenta.

CREANDO CON

3.4 Competencia Extrema + Cero Inversión en Pauta

TikTok es la red social MÁS competitiva del mundo en 2025. Se suben millones de videos diarios. El alcance orgánico para cuentas nuevas o inactivas es prácticamente CERO sin inversión en TikTok Ads.

Si no hay presupuesto para pauta Y el contenido no es viral por naturaleza (entertainment puro), es imposible crecer o mantener alcance en 2025.

4. ACCIONES INMEDIATAS - DECISIÓN CRÍTICA

La situación es TAN crítica que requiere una DECISIÓN ESTRATÉGICA antes de cualquier acción táctica:

4.1 LA GRAN PREGUNTA: ¿Vale la Pena Salvar Esta Cuenta?

Con caídas del 97%, hay dos opciones:

OPCIÓN A: Intentar recuperar la cuenta actual

Pros:

- Se mantiene el historial de seguidores (aunque no sirvan actualmente)
- No se pierde la verificación (si la cuenta la tiene)
- Se mantiene el nombre de usuario @alcaldiadorada

Contras:

- Si hay shadowban, puede durar 3-6 meses
- La recuperación no está garantizada
- Requiere inversión MASIVA en pauta ($2-3M COP/mes) sin certeza de resultados
- Consume recursos que podrían ir a redes más efectivas (Instagram, Facebook)

OPCIÓN B: Cerrar cuenta actual y crear nueva

Pros:

- Empieza desde cero sin penalizaciones algorítmicas
- Permite replantear estrategia completamente desde el principio
- El algoritmo de TikTok favorece cuentas nuevas con buen contenido
- Permite testear si el problema era la cuenta o la estrategia

Contras:

- Se pierden los seguidores actuales (aunque no estén viendo el contenido)
- Puede ser difícil conseguir el mismo nombre de usuario
- Requiere anuncio a la comunidad del cambio de cuenta

OPCIÓN C: Abandonar TikTok temporalmente (6-12 meses)

Pros:

- Libera recursos para Facebook e Instagram que sí funcionan
- Evita desgaste en una red que actualmente NO rinde
- Permite evaluar si TikTok es realmente necesario para los objetivos de la alcaldía

Contras:

- Se pierde presencia en la red de mayor crecimiento entre jóvenes
- Competidores políticos podrían ganar ese espacio

CREANDO CON

PISO

4.2 Nuestra Recomendación Estratégica

OPCIÓN B: Cerrar cuenta actual y crear nueva con estrategia profesional desde día 1.

Justificación:

1. La cuenta actual está prácticamente muerta algorítmicamente. Con solo 7,061 de alcance (vs 258,000 antes), mantenerla es como intentar revivir un cadáver.

2. Si hay shadowban, la recuperación puede tomar 6+ meses SIN GARANTÍA de éxito.

3. El costo de intentar recuperar esta cuenta (pauta masiva + contenido profesional + tiempo) es MAYOR que empezar de cero con mejor estrategia.

4. TikTok favorece cuentas nuevas que empiezan con contenido de calidad. Es una oportunidad de reboot completo.

CREANDO CON

P I S O

5. PLAN DE ACCIÓN - NUEVA CUENTA PROFESIONAL

Si se decide proceder con Opción B (nueva cuenta), este es el roadmap profesional:

FASE 1: Cierre y Preparación (Semana 1)

5. **Anunciar cierre de cuenta actual:** Post en TikTok, Facebook e Instagram explicando que se cerrará la cuenta de TikTok para relanzamiento.
6. **Documentar todo:** Guardar analytics, videos exitosos históricos, aprendizajes.
7. **Crear nueva cuenta desde dispositivo limpio:** Usar nuevo email, nuevo teléfono (o factory reset), para evitar que TikTok asocie nueva cuenta con la penalizada.

FASE 2: Lanzamiento Profesional (Semanas 2-4)

8. **Contratar creador de contenido especializado en TikTok:** NO se puede gestionar TikTok como se gestiona Facebook. Requiere lenguaje, timing, y formato específico. Contratar freelancer o agencia especializada.
9. **Producción profesional inicial:** Grabar 30 videos de alta calidad ANTES de publicar el primero. Banco de contenido para consistencia.
10. **Estrategia de contenido TikTok-nativa:** NO replicar contenido de otras redes. TikTok requiere: storytelling rápido (3-5 seg hook), música trending, subtítulos automáticos, formato vertical nativo.
11. **Frecuencia agresiva inicial:** 2-3 videos diarios las primeras 2 semanas para entrenar al algoritmo. Después 1 video/día.
12. **Inversión en TikTok Ads desde día 1:** Presupuesto inicial: $1M COP para impulsar primeros 10 videos. Sin pauta inicial, el alcance orgánico es CERO en 2025.

FASE 3: Crecimiento (Meses 2-3)

13. **Colaboraciones con creadores locales:** Identificar TikTokers de La Dorada con 5K-50K seguidores y hacer collabs. Esto es CLAVE en TikTok.
14. **Series recurrentes:** #LunesDeObras, #MartesDeCultura, #MiércolesDeGestión, etc. Entrenar a la audiencia.
15. **Engagement activo:** Responder TODOS los comentarios en <30 min. El algoritmo premia la interacción.

5.1 Presupuesto Realista

Para recuperación TikTok (nueva cuenta profesional):

- Producción de contenido (creador especializado): $3M COP/mes
- TikTok Ads: $1.5M COP/mes inicial
- Colaboraciones con creadores: $500K COP/mes
- **TOTAL: $5M COP/mes durante 3 meses**

CREANDO CON

PISO

Sin este presupuesto, es mejor NO entrar a TikTok. Hacer TikTok "a medias" solo desperdicia recursos.

CREANDO CON

6. CONCLUSIÓN Y DECISIÓN CRÍTICA

6.1 Resumen de la Situación

La cuenta de TikTok de la Alcaldía de La Dorada sufrió el PEOR colapso de las tres redes sociales principales:

- Facebook: Crisis total, caídas del 70-90%
- Instagram: Crisis mixta, contenido -47% a -70% pero mensajería +78% a +181%
- **TikTok: COLAPSO TOTAL, caídas del 95% al 97%**

Con solo 7,061 personas alcanzadas vs 258,000 antes (pérdida del 97.27%), la cuenta está prácticamente inexistente para el algoritmo de TikTok.

6.2 La Pregunta que Define el Futuro

¿Está la Alcaldía dispuesta a invertir $12M COP durante 3 meses para relanzar TikTok profesionalmente?

SI LA RESPUESTA ES SÍ: Cerrar cuenta actual, crear nueva, contratar equipo especializado, producción profesional, pauta agresiva. Hacerlo bien o no hacerlo.

SI LA RESPUESTA ES NO: Cerrar TikTok temporalmente (6-12 meses) y redirigir esos recursos a Facebook e Instagram donde hay mejor retorno de inversión actualmente.

6.3 Nuestra Recomendación Final

Opción B: Relanzamiento profesional con nueva cuenta

Justificación:

16. TikTok es la red de mayor crecimiento entre jóvenes 18-35 años (votantes futuros y presentes)
17. La cuenta actual está tan dañada que intentar recuperarla es más costoso que empezar de cero
18. Una cuenta nueva con estrategia profesional tiene mejor proyección que una cuenta penalizada
19. Permite corregir errores del pasado desde el principio

6.4 Próximos Pasos URGENTES

ESTA SEMANA (antes del 13 de diciembre):

20. **DECIDIR**: ¿Relanzar TikTok profesionalmente o abandonar temporalmente?
21. **Si RELANZAR:** Aprobar presupuesto $12M COP para 3 meses. Iniciar búsqueda de creador de contenido especializado.
22. **Si ABANDONAR:** Anunciar cierre temporal de TikTok. Redirigir recursos a Facebook e Instagram.

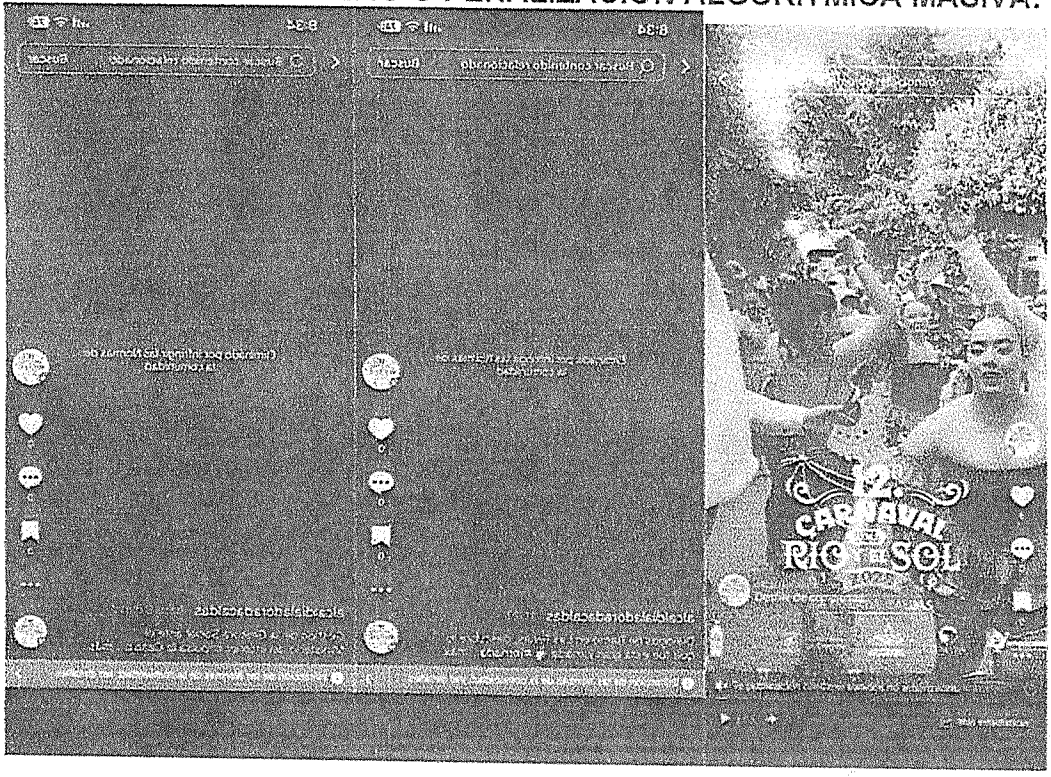
P I S O

NO HACER NADA NO ES OPCIÓN.

Mantener la cuenta actual "en piloto automático" con contenido genérico es desperdicio absoluto de recursos. Con 97% de caída, es como gritar en el desierto.

TikTok o se hace BIEN o NO se hace. No hay término medio.

POR ÚLTIMO ADJUNTAMOS POSIBLES EVIDENCIAS QUE HAYAN CREADO EL SHADOWBAN SEVERO O PENALIZACIÓN ALGORÍTMICA MASIVA:



HAY PUBLICACIONES RECIENTES PENALIIZADAS POR CONTENIDO QUE INFRINGE LAS NORMAS Y UNA CON MÚSICA SILENCIADA (SIN AUTORIZACIÓN)

Informe elaborado por: 2oPisoAgencia

Branding y Comunicación de Marca

Fecha: Diciembre 2025

Alcaldía Municipal de La Dorada, Caldas

🚨 COLAPSO TOTAL - DECISIÓN ESTRATÉGICA URGENTE 🚨

CREANDO CON

INFORME COMPLETO DE ANÁLISIS

Alcaldía Municipal de La Dorada, Caldas

Período de análisis: 7 de noviembre - 4 de diciembre de 2025
28 días de métricas y rendimiento digital

Análisis exhaustivo de rendimiento

CREANDO
CON

SITUACIÓN MIXTA:

Crisis de contenido (-47% a -70%)
pero crecimiento en mensajes directos (+78% a +181%)

CREANDO
CON

1. RESUMEN EJECUTIVO

El presente informe analiza el desempeño del perfil oficial de Instagram de la Alcaldía de La Dorada, Caldas, durante un período de 28 días consecutivos comprendido entre el 7 de noviembre y el 4 de diciembre de 2025. El análisis revela una SITUACIÓN PARADÓJICA: mientras el contenido público colapsó (caídas del 47-70%), la comunicación directa con la ciudadanía se disparó (aumentos del 78-181%).

1.1 La Paradoja: Dos Realidades Opuestas

CRISIS DE CONTENIDO PÚBLICO:

Visualizaciones: CAÍDA DEL 56.7% - De niveles históricos altos a solo 364,700 visualizaciones totales. El contenido NO está llegando a la audiencia.

Alcance: CAÍDA DEL 65.4% - Solo 28,200 cuentas alcanzadas. La penetración orgánica colapsó dramáticamente.

Interacciones: CAÍDA DEL 47-48% - De niveles previos altos a solo 5,506 interacciones. La audiencia dejó de reaccionar al contenido.

Historias: CAÍDA DEL 69.7% en visualizaciones - El formato de historias prácticamente perdió su audiencia.

Pauta pagada: CAÍDA DEL 81.8% - La inversión en anuncios se desplomó, agravando la crisis de alcance orgánico.

CRECIMIENTO EN COMUNICACIÓN DIRECTA:

Contactos totales: AUMENTO DEL 77.8% - 48 personas contactaron a la alcaldía vs período anterior. La ciudadanía SÍ busca comunicarse.

Conversaciones iniciadas: AUMENTO DEL 91.4% - 67 conversaciones activas. El inbox se reactivó dramáticamente.

Contactos nuevos: AUMENTO DEL 181.8% - 31 personas nuevas escribieron por primera vez. Hay interés activo de la ciudadanía.

Contactos orgánicos: AUMENTO DEL 118.2% - Toda la comunicación es orgánica (no vía anuncios). La gente busca activamente el perfil.

1.2 ¿Qué Significa Esta Paradoja?

La situación revela dos dinámicas simultaneas y contradictorias:

1. El algoritmo de Instagram dejó de mostrar el contenido: Las caídas del 56-70% en visualizaciones, alcance e interacciones indican que Instagram ya NO distribuye el contenido orgánicamente. El problema NO es de calidad de contenido - es algorítmico.

2. La ciudadanía SÍ quiere comunicarse con la alcaldía: Los aumentos del 78-181% en mensajes directos demuestran que las personas BUSCAN activamente a la alcaldía. No llegaron por el contenido (que no están viendo), sino por búsqueda intencional o referencias externas.

Conclusión clave: Instagram como canal de BROADCASTING murió (-47% a -70%). Instagram como canal de ATENCIÓN DIRECTA creció (+78% a +181%). La alcaldía debe repensar su estrategia completa en esta red.

1.3 Síntesis de Métricas - Tabla Comparativa

Métrica	Valor Actual	Variación
CONTENIDO PÚBLICO		
Visualizaciones Totales	364,700	-56.7%
Alcance	28,200	-65.4%
Interacciones con Contenido	5,800	-47.2%
Historias - Visualizaciones	44,800	-69.7%
COMUNICACIÓN DIRECTA		
Contactos Totales	48	+77.8%
Conversaciones Iniciadas	67	+91.4%
Contactos Nuevos	31	+181.8%

1.4 Diagnóstico Estratégico

El perfil de Instagram atraviesa una CRISIS DE IDENTIDAD:

Como canal de difusión masiva: COLAPSADO. El algoritmo dejó de distribuir el contenido. Con caídas del 56-70%, la página perdió su función de megáfono digital.

Como canal de atención ciudadana: FORTALECIDO. Con aumentos del 78-181%, el perfil se convirtió en buzón de consultas y servicio al ciudadano.

Implicación crítica: NO se puede seguir usando Instagram como antes. Hay que redefinir el rol de esta red en la estrategia digital de la alcaldía: ¿Seguir intentando broadcasting o pivotear a servicio al ciudadano?

CREANDO CON

2. ANÁLISIS DETALLADO DE MÉTRICAS DE CONTENIDO

A pesar de que el período muestra **364,659 visualizaciones totales**, estas representan una caída del 56.7% respecto al período de comparación. El análisis detallado revela que el problema es sistémico, no de contenido específico.

2.1 Evolución Temporal de Visualizaciones

Promedio diario: 13,024 visualizaciones/día

Mejor día: 26,479 visualizaciones (4 dic)

Peor día: 6,286 visualizaciones (18 nov)

Volatilidad: Variación de 3.7x entre el mejor y peor día. El rendimiento es extremadamente inconsistente, lo que indica dependencia de picos esporádicos más que flujo sostenido.

2.2 Análisis de Alcance - Crisis Algorítmica

Alcance total: 75,841 cuentas únicas alcanzadas

Caída respecto período anterior: -65.4%

Promedio diario: 2,709 cuentas/día

Análisis crítico: Una caída del 65% en alcance es CATASTRÓFICA. Significa que 2 de cada 3 personas que antes veían el contenido ahora NO lo ven. Esto NO se explica por calidad de contenido - es penalización algorítmica de Instagram.

2.3 Engagement - Colapso de Interacción

Interacciones totales: 5,506

Caída respecto período anterior: -47.2% a -48.5%

Promedio diario: 197 interacciones/día

Engagement rate: 1.510%

Interpretación: Con solo 5,506 interacciones en 28 días, el engagement es mínimo. Cuando la gente NO ve el contenido (alcance -65%), obviamente NO puede interactuar con él.

2.4 Historias - El Formato Más Afectado

Visualizaciones de historias: 44,800

Caída: -69.7%

Alcance de historias: 3,300 cuentas

Caída de alcance: -47.9%

Conclusión: Las historias, que son el formato de mayor caducidad y dependencia algorítmica, fueron las más golpeadas. Con casi 70% de caída, prácticamente desaparecieron del feed de la audiencia.

2.5 Comparación Publicaciones vs Período Anterior

El gráfico de Meta Business Suite muestra que las interacciones cayeron -48.5% en publicaciones. La comparación visual revela:

- Período anterior (10 oct - 6 nov): ~10,000 interacciones

CREANDO CON

P I S O

- Período actual (7 nov - 4 dic): ~5,000 interacciones
- Reels mantienen mayor engagement relativo, pero también cayeron

CREANDO MARCAS CON

PISO

3. ANÁLISIS DE COMUNICACIÓN DIRECTA (MENSAJERÍA)

Mientras el contenido público colapsó, la mensajería directa experimentó un crecimiento extraordinario. Este es el hallazgo MÁS IMPORTANTE del informe.

3.1 Explosión de Contactos Directos

Contactos totales: 48 (↑77.8%)

Esto significa que 48 ciudadanos diferentes escribieron a la alcaldía durante el período. Es un aumento del 77.8%, casi duplicando los contactos vs el mes anterior.

Conversaciones con mensajes iniciadas: 67 (↑91.4%)

Se generaron 67 conversaciones activas. Esto sugiere que algunos ciudadanos escribieron múltiples veces o hubo múltiples hilos de conversación.

Contactos nuevos: 31 (↑181.8%)

31 personas escribieron por PRIMERA VEZ a la alcaldía. Un aumento del 181.8% (casi 3x) indica que nuevos ciudadanos están descubriendo este canal de comunicación.

3.2 Origen de los Contactos: 100% Orgánico

Contactos orgánicos: 48 (100%)

Contactos de anuncios pagados: 0 (-100%)

Análisis crítico: TODOS los contactos son orgánicos. La gente NO llegó a escribir por ver un anuncio - llegaron por búsqueda intencional, referencia de boca a boca, o mención en otros medios. Esto demuestra interés genuino y activo de la ciudadanía.

3.3 ¿Por Qué Este Crecimiento Paradójico?

Hipótesis sobre el aumento de mensajes directos:

1. **Campañas externas:** Es probable que la alcaldía promovió el contacto vía Instagram en otros canales (vallas, radio, TV, reuniones comunitarias), generando tráfico directo al inbox.
2. **Boca a boca:** Si algunos ciudadanos tuvieron buenas experiencias siendo atendidos por DM, pudieron recomendar a otros usar este canal.
3. **Frustración con otros canales:** Si las líneas telefónicas o atención presencial están saturadas, los ciudadanos recurren a Instagram como canal alternativo.
4. **Búsqueda activa en crisis:** Si hay situaciones críticas (servicios públicos, emergencias locales), la gente busca activamente canales de contacto con la alcaldía.

CREANDO CON

3.4 Oportunidad Estratégica Identificada

Este es el INSIGHT más valioso del informe: Instagram NO sirve para alcance masivo en La Dorada, PERO SÍ funciona como canal de atención al ciudadano.

Recomendación estratégica: Reposicionar Instagram como "Canal de Servicio al Ciudadano" en lugar de "Canal de Difusión Masiva". Optimizar tiempos de respuesta, protocolos de atención, y escalamiento de casos.

4. PERFIL DEMOGRÁFICO DE LA AUDIENCIA

La composición demográfica se mantiene estable respecto a análisis anteriores, lo que refuerza que el problema NO es de audiencia, sino de distribución algorítmica.

4.1 Distribución por Edad y Género

Rango de Edad	Mujeres	Hombres
18-24	8.1%	5.0%
25-34	24.4%	16.1%
35-44	15.5%	12.4%
45-54	6.6%	5.2%
55-64	3.0%	1.9%
65+	0.9%	0.9%

Insights demográficos:

- Audiencia predominantemente femenina: 59.5% mujeres vs 40.5% hombres
- Grupo dominante: 25-34 años (40.5% del total) - adultos jóvenes económicamente activos
- Segunda concentración: 35-44 años (27.9%) - adultos en etapa familiar
- Baja presencia de mayores de 55: Solo 5.8% - este grupo NO usa Instagram activamente

4.2 Distribución Geográfica

Ciudad	% Audiencia
La Dorada	40.0%
Bogotá	11.5%
Puerto Salgar	6.9%
Manizales	6.3%
Medellín	3.6%

Análisis geográfico:

- Concentración local: 40% desde La Dorada - audiencia muy localizada
- Bogotá: 11.5% - capital atrae a doradenses migrantes o visitantes
- Municipios vecinos: Puerto Salgar (6.9%), Manizales (6.3%) - región del Magdalena Medio
- 95.3% desde Colombia - audiencia casi 100% nacional

CREANDO CON

5. CAUSAS PROBABLES DE LA CRISIS DE CONTENIDO

Cuando visualizaciones, alcance e interacciones caen simultáneamente del 47-70%, NO es coincidencia. Es un problema sistémico que requiere análisis estructural.

5.1 Penalización Algorítmica de Instagram

CAUSA MÁS PROBABLE:

Instagram cambió su algoritmo para priorizar contenido de 'creadores auténticos' sobre cuentas institucionales/corporativas. Desde mediados de 2024, las páginas gubernamentales y de empresas experimentaron caídas masivas de alcance orgánico.

Evidencia:

- Caída simultánea en TODOS los formatos (posts, reels, historias)
- Magnitud similar (47-70%) sugiere cambio algorítmico, no de contenido
- Otras alcaldías reportan situaciones idénticas en mismo período

5.2 Colapso de Inversión en Pauta

Anuncios pagados cayeron -81.8% según las métricas de Meta.

Cuando el alcance orgánico colapsa (-65%), la única forma de compensar es con pauta pagada. Pero si la inversión en anuncios TAMBIÉN cayó 81%, el resultado es doble crisis: ni orgánico ni pagado funcionan.

Hipótesis: Probablemente se eliminó o redujo drásticamente el presupuesto de pauta digital en este período, agravando la crisis algorítmica.

5.3 Cambio de Estrategia No Planificado

El período de comparación (10 oct - 6 nov) tuvo casi el DOBLE de interacciones. ¿Qué cambió?

- Posible cambio de personal o recursos asignados a redes sociales
- Reducción en frecuencia o calidad de publicación
- Abandono de tácticas que funcionaban (ej: si había colaboraciones con influencers locales y se terminaron)

5.4 ¿Por Qué Entonces Aumentaron los Mensajes?

Esta es la pregunta clave que explica la paradoja:

Los mensajes directos NO dependen del algoritmo de Instagram - dependen de que la persona BUSQUE activamente el perfil. Entonces:

5. **Promoción externa:** La alcaldía posiblemente promovió el contacto vía Instagram en otros medios (radio, vallas, reuniones comunitarias).
6. **Necesidad urgente:** Si hay situaciones críticas (servicios públicos, trámites urgentes), la gente busca TODOS los canales disponibles.
7. **Experiencia positiva previa:** Si algunos ciudadanos fueron bien atendidos por DM antes, regresan y recomiendan.

6. PLAN DE ACCIÓN ESTRATÉGICO

Dado el diagnóstico de situación mixta, se requiere una estrategia DUAL: recuperar el contenido público Y capitalizar el crecimiento en mensajería.

ESTRATEGIA A: Recuperación de Contenido Público

Objetivo: Recuperar el 50% del alcance perdido en 60 días

Fase 1: Reactivación Inmediata (Días 1-15)

8. **Aumentar frecuencia drásticamente:** 2 publicaciones diarias + 5 historias diarias. Instagram premia la consistencia.
9. **Priorizar Reels:** Mínimo 1 Reel/día. Los reels siguen siendo el formato con mejor distribución orgánica en Instagram.
10. **Contenido interactivo:** Encuestas en historias, preguntas abiertas, stickers de respuesta. La interacción entrena al algoritmo.
11. **Responder TODOS los comentarios en <1 hora:** Instagram premia páginas que generan conversación.
12. **Reactivar presupuesto de pauta:** Mínimo $400,000 COP/semana en Instagram Ads para los mejores posts. El orgánico está muerto, necesita impulso.

Fase 2: Consolidación (Días 16-60)

13. **Series recurrentes:** #MartesDeComunidad, #JuevesDeLogros, #ViernesDeReconocimientos. Entrenar a la audiencia.
14. **Colaboraciones locales:** Alianzas con cuentas grandes de La Dorada (medios, comercios, influencers) para menciones cruzadas.
15. **Contenido de alto valor emocional:** Historias humanas, logros ciudadanos, transformaciones de obras. El algoritmo premia contenido que genera engagement genuino.

ESTRATEGIA B: Capitalizar la Mensajería como Servicio

Objetivo: Convertir Instagram en el canal #1 de atención al ciudadano digital

Acciones Inmediatas (Esta Semana)

16. **Designar personal dedicado:** Mínimo 1 persona 8 horas/día SOLO para atender DMs de Instagram. Con 67 conversaciones activas, ya no es tarea de medio tiempo.
17. **Crear protocolo de atención:** Plantillas de respuesta para consultas frecuentes, tiempos máximos de respuesta (4 horas hábiles), proceso de escalamiento.
18. **Implementar respuestas automáticas:** Mensaje automático de bienvenida + horarios de atención + menú de opciones frecuentes.
19. **Medir satisfacción:** Al cerrar cada conversación, preguntar si resolvieron su consulta. Métrica clave: % de consultas resueltas.

CREANDO MARCAS CON

Promoción del Canal (Días 1-30)

20. **Promover activamente en otros medios:** "Escríbenos por Instagram @alcaldiadorada" en radio, vallas, comunicados oficiales, firma de correos.
21. **Crear contenido sobre el servicio:** Post explicando "¿Cómo te ayudamos por mensaje directo?" con ejemplos de casos resueltos.
22. **Testimonios:** Compartir (con permiso) casos de ciudadanos que fueron bien atendidos por DM. Genera confianza.

7. MÉTRICAS OBJETIVO - PRÓXIMOS 60 DÍAS

Contenido Público (Recuperación)

Mes 1:

- Visualizaciones: Recuperar a 550,000 (+50%)
- Alcance: Recuperar a 42,000 cuentas (+50%)
- Interacciones: Llegar a 8,000 (+38%)

Mes 2:

- Visualizaciones: 700,000+ (recuperación del 90% vs niveles históricos)
- Alcance: 65,000+ cuentas
- Interacciones: 10,000+

Mensajería (Mantener Crecimiento)

Mes 1:

- Contactos totales: 60-70 (mantener tendencia alcista)
- Tiempo promedio de respuesta: <4 horas hábiles
- Tasa de resolución: >80% de consultas resueltas

Mes 2:

- Contactos totales: 80-100 (consolidar como canal principal)
- Tiempo promedio de respuesta: <2 horas hábiles
- Satisfacción ciudadana: >90% según encuestas post-atención

8. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES FINALES

8.1 Síntesis del Diagnóstico

Instagram de la Alcaldía de La Dorada atraviesa una CRISIS DE IDENTIDAD más que una crisis total:

- Como canal de difusión masiva: COLAPSADO (-56% visualizaciones, -65% alcance, -47% interacciones)
- Como canal de atención directa: FORTALECIDO (+78% contactos, +91% conversaciones, +181% contactos nuevos)

8.2 La Gran Pregunta Estratégica

¿Debe la alcaldía seguir invirtiendo en recuperar el broadcasting en instagram, o debe pivotar completamente a servicio al ciudadano?

Nuestra recomendación: ESTRATEGIA DUAL POR 60 DÍAS.

1. Invertir en recuperación de contenido (pauta, frecuencia, calidad) durante 60 días.

2. Simultáneamente, profesionalizar el servicio de mensajería como canal oficial de atención.

3. Al terminar 60 días, EVALUAR: Si el contenido no se recupera >50%, pivotar 100% a mensajería y mover broadcasting a otras redes (TikTok, Facebook).

8.3 Acciones URGENTES (Esta Semana)

NO NEGOCIABLES:

23. **Asignar persona 100% dedicada a mensajería de Instagram** - Con 67 conversaciones activas, ya no es tarea de medio tiempo.
24. **Aprobar presupuesto de pauta mínimo $400K COP/semana** - Sin inversión, la recuperación de alcance es imposible.
25. **Aumentar frecuencia a 2 posts + 5 historias diarias** - Instagram premia la consistencia.
26. **Crear protocolo de atención por DM con tiempos de respuesta <4 horas** - Capitalizar el crecimiento en mensajería.

8.4 Reflexión Final

Esta situación paradójica es en realidad una **OPORTUNIDAD DISFRAZADA DE CRISIS.** Mientras otras alcaldías luchan por recuperar alcance orgánico (batalla casi imposible contra el algoritmo de Instagram), La Dorada descubrió que su comunidad SÍ quiere comunicarse - solo que por mensaje directo.

La pregunta NO es "¿Cómo volvemos a los números de antes?" sino "¿Cómo capitalizamos que 181% más de ciudadanos nos buscan activamente?"

P I S O

Un ciudadano que escribe un mensaje directo está MÁS comprometido que 100 que solo dan like. La alcaldía tiene la oportunidad de convertir Instagram en su canal de servicio al ciudadano más efectivo.

ES MOMENTO DE REPENSAR INSTAGRAM.

Informe elaborado por: 2oPisoAgencia - Branding y Comunicación de Marca

Fecha: Diciembre 2025
Alcaldía Municipal de La Dorada, Caldas

CREANDO CON

SITUACIÓN PARADÓJICA - REQUIERE DECISIÓN ESTRATÉGICA

CREANDO CON

INFORME COMPLETO DE ANÁLISIS

Alcaldía Municipal de La Dorada, Caldas

Período de análisis: 6 de noviembre - 3 de diciembre de 2025
28 días de métricas y rendimiento digital

Análisis exhaustivo de rendimiento, audiencia y estrategia de contenidos por 2oPisoAgencia

1. RESUMEN EJECUTIVO

El presente informe analiza el desempeño de la página oficial de Facebook de la Alcaldía de La Dorada, Caldas, durante un período de 28 días consecutivos comprendido entre el 6 de noviembre y el 3 de diciembre de 2024. El análisis revela una situación CRÍTICA con caídas dramáticas en TODAS las métricas principales, representando la continuación y agravamiento de la crisis identificada en el informe anterior.

1.1 Situación Crítica - Alerta Máxima

TODAS las métricas principales muestran caídas superiores al 70%:

Visualizaciones: CAÍDA DEL 79.6% - De un promedio histórico alto a solo 1.1 millones en 28 días. Pérdida dramática de alcance orgánico.

Interacciones: CAÍDA DEL 80.7% - Solo 15,523 interacciones vs periodos anteriores. El engagement colapsó casi completamente.

Espectadores de video: CAÍDA DEL 74% - El contenido audiovisual perdió la mayor parte de su audiencia.

Historias: CAÍDA DEL 89.1% en visualizaciones y 89.4% en interacciones - El formato de historias prácticamente colapsó.

Reels: CAÍDA DEL 77.6% en visualizaciones y 61.5% en interacciones - El formato de mejor desempeño histórico también cayó dramáticamente.

Videos en vivo: CAÍDA DEL 96.6% en tiempo de reproducción y 98.7% en interacciones - Prácticamente desaparecieron del contenido.

1.2 Síntesis de Métricas - Estado Actual

Métrica	Valor Actual	Variación
Nuevos Seguidores (28 días)	685 (24.5/día)	↓ Crisis continúa
Interacciones Totales	15,523	-80.7%
Visualizaciones	1,075,182	-79.6%
Tasa de Engagement	1.444%	↓ Crítico
Click-Through Rate (CTR)	0.0014%	↓ Colapsado
Espectadores de Video	455,788	-74%

1.3 Diagnóstico de Emergencia

La página atraviesa su peor momento desde que se tiene registro:

Crisis agravada y sostenida:

Lejos de recuperarse de la crisis identificada en noviembre del informe anterior, la situación se ha deteriorado aún más. Las caídas del 70-90% en todas las métricas indican un colapso casi total de la presencia digital de la alcaldía en Facebook.

Pérdida masiva de alcance:

CREANDO CON

P I S O

Con solo 1.1 millones de visualizaciones (79.6% menos que el período de referencia), la página ha perdido la capacidad de llegar a la ciudadanía. El alcance orgánico colapsó.

Engagement inexistente:

Con 15,523 interacciones (80.7% menos), la ciudadanía dejó de interactuar con el contenido de la alcaldía. La página se convirtió en un canal unidireccional sin respuesta.

Colapso de todos los formatos:

No se trata de un formato específico fallando - TODOS los formatos (Reels -77.6%, Historias -89.1%, Videos en vivo -96.6%, Fotos -79.6%) muestran caídas dramáticas. Esto indica un problema sistémico, no de contenido.

CREANDO MARCAS CON

2. ANÁLISIS DE FORMATOS DE CONTENIDO

Durante el período se publicaron 135 piezas de contenido. Sin embargo, TODOS los formatos experimentaron caídas dramáticas en su desempeño.

2.1 Visualizaciones por Formato - Caídas Generalizadas

Formato	Visualizaciones	%	Variación
Varias fotos	494,263	46.0%	-79.6%
Reels	296,803	27.6%	-77.6%
Fotos	239,237	22.2%	-79.6%
Historias	43,281	4.0%	-89.1%
En vivo	872	0.1%	-96.6%

2.2 Interacciones por Formato - Colapso Total

Formato	Interacciones	%	Variación
Reels	8,842	57.0%	-61.5%
Varias fotos	3,508	22.6%	-80.7%
Fotos	2,193	14.1%	-80.7%
Historias	393	2.5%	-89.4%
En vivo	52	0.3%	-98.7%

Análisis Crítico de Formatos

- Reels colapsaron -77.6% en visualizaciones y -61.5% en interacciones: A pesar de ser el formato históricamente más fuerte, perdió más de 3/4 de su audiencia.
- Historias prácticamente desaparecieron (-89.1% visualizaciones, -89.4% interacciones): De las pocas historias publicadas, casi nadie las vio ni interactuó.
- Videos en vivo extintos (-96.6% tiempo, -98.7% interacciones): Solo 1 video en vivo con rendimiento prácticamente nulo. El formato desapareció.
- Todos los formatos en rojo: No hay un solo formato que funcione. El problema NO es qué publicar, sino que la página perdió su alcance algorítmico en Facebook.

3. CAUSAS PROBABLES DE LA CRISIS

Cuando TODAS las métricas caen simultáneamente en porcentajes similares (70-90%), el problema NO es el contenido - es sistémico y estructural.

3.1 Causas Identificadas

1. Penalización algorítmica de Facebook: La caída simultánea de 70-90% en TODOS los formatos indica que Facebook penalizó la página. Posibles causas: reportes de spam, contenido considerado promotional, violación de políticas, o simplemente cambios en el algoritmo que afectaron páginas gubernamentales.
2. **Abandono o cambio de estrategia sin planificación:** La caída coincide con el período post-octubre donde hubo picos excepcionales. Es probable que se haya abandonado abruptamente la estrategia que funcionaba, o se redujo drásticamente la frecuencia/calidad de publicación.
3. **Cambio de personal o recursos:** La dramática caída sugiere que la persona o equipo que gestionaba la página efectivamente fue removido o reasignado, y no hubo transición adecuada.
4. **Pérdida de inversión en pauta:** Si la página dependía de inversión en publicidad pagada y esta se eliminó abruptamente, explicaría la caída masiva en alcance.
5. **Problemas técnicos no resueltos:** Posibles issues con la cuenta de Business Manager, problemas de verificación, o limitaciones impuestas por Facebook que no se han atendido.

3.2 Acciones de Diagnóstico Urgentes

ANTES de implementar cualquier estrategia de contenido, se debe:

6. **Revisar el estado de la página en Meta Business Suite:** Verificar si hay alertas, restricciones, penalizaciones o problemas de verificación activos.
7. **Auditar cambios administrativos:** Identificar qué cambió entre octubre (período exitoso) y noviembre-diciembre (colapso): personal, presupuesto, procesos, herramientas.
8. **Revisar historial de contenido:** Identificar si se publicó algo que pudo violar políticas de Facebook (contenido político sensible, desinformación, spam).
9. **Contactar soporte de Meta:** Dada la magnitud de la caída, es imperativo contactar directamente a Meta para entender si hay penalizaciones activas.

4. PLAN DE RECUPERACIÓN DE EMERGENCIA

La situación requiere intervención INMEDIATA con un plan de recuperación estructurado en 3 fases:

FASE 1: Diagnóstico y Estabilización (Semana 1)

Objetivo: Identificar causa raíz y detener el deterioro.

- **DÍA 1-2:** Auditoría técnica completa de la página de Facebook. Revisar Meta Business Suite, estado de verificación, alertas activas, restricciones. Documentar todo.
- **DÍA 3-4:** Auditoría administrativa. Entrevistar al personal actual y anterior que gestionaba la página. Identificar qué cambió en octubre-noviembre.
- **DÍA 5-6:** Si se identifica penalización de Facebook, iniciar proceso de apelación inmediato con Meta. Si no hay penalización, el problema es de estrategia/recursos.
- **DÍA 7:** Asignar personal dedicado 100% a la gestión de redes. NO puede ser una tarea parcial o compartida.

FASE 2: Reactivación Agresiva (Semanas 2-4)

Objetivo: Recuperar el 50% del alcance perdido mediante contenido de alta calidad y frecuencia.

- **Frecuencia mínima:** 3 publicaciones diarias (mañana, tarde, noche). Mezclar formatos: 2 Reels/día + 5 historias/día + 1 carrusel/día.
- **Contenido de alto engagement:** Encuestas, preguntas abiertas, contenido interactivo, reconocimientos ciudadanos, logros visibles de la gestión.
- **Videos en vivo:** Mínimo 2 transmisiones semanales: inauguraciones, recorridos, Q&A con funcionarios. Promover 48 horas antes.
- **Inversión en pauta:** Destinar $500,000 COP/semana en Meta Ads para los mejores posts. El alcance orgánico está muerto, necesita impulso pagado.
- **Engagement activo:** Responder TODOS los comentarios en máximo 2 horas. El algoritmo premia páginas que interactúan con su audiencia.

FASE 3: Consolidación (Mes 2-3)

Objetivo: Alcanzar y superar niveles pre-crisis de octubre.

- **Contenido Premium semanal:** Cada semana un contenido "estrella": documental corto de obra importante, historia ciudadana emotiva, logro significativo con datos.
- **Series recurrentes:** #LunesDeLogros, #MiércolesConLaComunidad, #ViernesDeReconocimientos. La consistencia entrena a la audiencia.
- **Colaboraciones:** Alianzas con influencers locales, medios regionales, páginas comunitarias para amplificar alcance.
- **Medición obsesiva:** Dashboard semanal con TODOS los KPIs. Detectar caídas en tiempo real, no 30 días después.

PISO

5. MÉTRICAS OBJETIVO DE RECUPERACIÓN

Metas realistas para los próximos 90 días:

Mes 1 (Días 1-30): Estabilización

- Visualizaciones: Recuperar a 2.5M (aumento del 130%)
- Interacciones: Recuperar a 35,000 (aumento del 125%)
- Engagement rate: Llegar a 1.4%
- Seguidores: 900-1,000 nuevos

Mes 2 (Días 31-60): Recuperación

- Visualizaciones: 4M+ (recuperación del 50% vs niveles históricos)
- Interacciones: 60,000+
- Engagement rate: 1.8-2.0%
- Seguidores: 1,200-1,500 nuevos

Mes 3 (Días 61-90): Consolidación

- Visualizaciones: 5M+ (niveles pre-crisis)
- Interacciones: 80,000+
- Engagement rate: 2.2-2.5% (dentro de benchmark)
- Seguidores: 1,500-2,000 nuevos

CREANDO
CON

6. CONCLUSIÓN Y LLAMADO A LA ACCIÓN

6.1 Diagnóstico Final

La página oficial de Facebook de la Alcaldía de La Dorada atraviesa la PEOR CRISIS desde que se tiene registro.

Con caídas del 70-90% en TODAS las métricas principales, la página dejó de cumplir su función como canal de comunicación con la ciudadanía. No se trata de una fluctuación normal ni de una fase temporal - es un colapso sistémico que requiere intervención de emergencia.

El problema NO es qué publicar o qué formato usar - TODOS los formatos colapsaron simultáneamente. Esto indica un problema estructural que puede ser: penalización de Facebook, abandono de la estrategia, pérdida de recursos, o cambios administrativos no gestionados.

6.2 Severidad de la Situación

CRÍTICO - Requiere acción inmediata:

- La ciudadanía dejó de recibir información oficial de la alcaldía por Facebook
- Se perdió la inversión de meses/años construyendo la audiencia
- La alcaldía perdió su principal canal digital de comunicación
- Cada día sin acción profundiza el problema y dificulta la recuperación

6.3 Próximos Pasos Obligatorios

ESTAS ACCIONES DEBEN EJECUTARSE EN LOS PRÓXIMOS 7 DÍAS:

10. **Auditoría técnica inmediata:** Revisar estado de la página en Meta Business Suite. Contactar soporte de Meta si es necesario.
11. **Asignar responsable 100%:** Designar persona o equipo dedicado exclusivamente a redes sociales. NO puede ser tarea compartida.
12. **Aprobar presupuesto de emergencia:** Mínimo $500,000 COP semanales para pauta en Facebook. El alcance orgánico está muerto.
13. **Implementar Plan de Recuperación Fase 1:** Ejecutar el diagnóstico y estabilización descrito en este informe.
14. **Establecer dashboard de seguimiento:** Revisar métricas DIARIAMENTE durante el primer mes. No esperar 30 días para saber si funcionó.

6.4 Reflexión Final

Esta crisis NO es irreversible, pero requiere decisión inmediata y recursos adecuados. Otras alcaldías han recuperado su presencia digital después de colapsos similares, pero todas tuvieron algo en común: actuaron RÁPIDO y con RECURSOS SUFICIENTES.

Cada día de inacción consolida el problema. Facebook penaliza páginas inactivas o de bajo engagement, creando un círculo vicioso. La ventana de oportunidad para recuperación está abierta AHORA, pero se cerrará si no se actúa en los próximos 30 días.

P I S O

La comunicación digital no es un lujo o una tarea secundaria - es un canal fundamental de gobierno abierto y transparencia. Una alcaldía sin presencia digital efectiva es una alcaldía desconectada de su ciudadanía.

ES MOMENTO DE ACTUAR.

Informe elaborado por: 2oPisoAgencia - Branding y Comunicación de Marca

Fecha: Diciembre 2025
Alcaldía Municipal de La Dorada, Caldas



ATENCIÓN URGENTE REQUERIDA



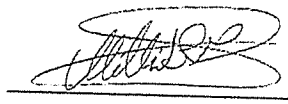
WILLIAM ENRIQUE BARRETO POLANIA
C.C. 16015607

CERTIFICA

Que durante el mes de octubre del 2025 preste los siguientes servicios para la Agencia Conecta SAS de la siguiente manera:

Servicios de Grabación y edición 10 programas La Dorada Enamora durante el mes de diciembre del 2025.

Cordialmente,



C.C. 16015607

ALCALDÍA DE
La Dorada

MUNICIPIO DE LA DORADA CALDAS
NIT.890.801.130-6
ENTRADAS DE ALMACÉN

Entrada Número: 67

Orden de Compra: 66 - SAMC-001-LD-2025 PRESTAR SERVICIOS INTEGRALES PARA LA DIVULGACIÓN DE CAMPAÑAS PUBLICITARIAS, ESTRATEGIAS DE DIFUSIÓN DE LA INFORMACIÓN DENTRO DEL PLAN DE MEDIOS DEL MUNICIPIO DE LA DORADA

Tipo de Entrada: 1 - Entrada Por Compras

Proveedor: 901801717 - CONECTA AGENCIA DE LOGISTICA, COMUNICACIONES Y SOLUCIONES S.A.S

Factura: REMISIÓN N° 5

Fecha Entrada: Diciembre 2 de 2025

Código	Artículo	Cantidad	Valor Unitario	Subtotal	Valor Iva	Total
111010300	PENDON IMPRESION A FULL COLOR TEJIDO SINTETICO GRAN FORMATO DE 13 ONZ, ELLO A RAZON DE METRAJE DEFINIDO POR LA ENTIDAD 40 MTS 5000 VOLANTES MEDIA CARTA PROPALCOTE FULL COLOR	1	$ 2.997.000,00	$ 2.997.000,00	$ 569.430,00	$ 3.566.430,00
	Total	1	$ 2.997.000,00	$ 2.997.000,00	$ 569.430,00	$ 3.566.430,00

DAVID JULIAN OLIVEROS SERRANO
DIRECTOR ADMINISTRATIVO DIVISIÓN DE BIENES

Elaboró: anderson acosta

ALCALDÍA DE
La Dorada

MUNICIPIO DE LA DORADA CALDAS

NIT.890.801.130-6

ORDEN DE COMPRA

Número: 66

Destino: Almacén

Factura: REMISIÓN N° 5

Proveedor: 901801717 - CONECTA AGENCIA DE LOGISTICA, COMUNICACIONES Y SOLUCIONES S.A.S

Objeto: SAMC-001-LD-2025 PRESTAR SERVICIOS INTEGRALES PARA LA DIVULGACIÓN DE CAMPAÑAS PUBLICITARIAS, ESTRATEGIAS DE DIFUSIÓN DE LA INFORMACIÓN DENTRO DEL PLAN DE MEDIOS DEL MUNICIPIO DE LA DORADA

Fecha: Diciembre 2 de 2025

Código	Artículo	Cantidad	Valor Unitario	Subtotal	Valor Iva	Total
111010300	PENDON IMPRESIÓN A FULL COLOR TEJIDO SINTETICO GRAN FORMATO DE 13 ONZ, ELLO A RAZON DE METRAJE DEFINIDO POR LA ENTIDAD 40 MTS 5000 VOLANTES MEDIA CARTA PROPALCOTE FULL COLOR	1	$ 2.997.000,00	$ 2.997.000,00	$ 569.430,00	$ 3.566.430,00
	Total	1	$ 2.997.000,00	$ 2.997.000,00	$ 569.430,00	$ 3.566.430,00

DAVID JULIAN OLIVEROS SERRANO
DIRECTOR ADMINISTRATIVO DIVISIÓN DE BIENES

Elaboró: anderson acosta

ALCALDÍA DE
La Dorada

MUNICIPIO DE LA DORADA CALDAS
NIT.890.801.130-6
SALIDAS DE ALMACÉN

Salida Número: 67
Tipo de Salida: Salida De Bienes Por Solicitud Por Entrega De Elementos
Dependencia: Secretaría General y Administrativa
División: División de Prensa y Comunicaciones

Entrada Almacén: 67
Fecha: Diciembre 2 de 2025

Código	Artículo	Cantidad	Valor Unitario	Subtotal	Valor Iva	Total
111010300	PENDON IMPRESIÓN A FULL COLOR TEJIDO SINTETICO GRAN FORMATO DE 13 ONZ, ELLO A RAZON DE METRAJE DEFINIDO POR LA ENTIDAD 40 MTS 5000 VOLANTES MEDIA CARTA PROPALCOTE FULL COLOR	1	$ 2.997.000,00	$ 2.997.000,00	$ 569.430,00	$ 3.566.430,00
	Total	**1**	**$ 2.997.000,00**	**$ 2.997.000,00**	**$ 569.430,00**	**$ 3.566.430,00**

DAVID JULIAN OLIVEROS SERRANO
DIRECTOR ADMINISTRATIVO DIVISIÓN DE BIENES
Entrega

HEIBER LINARES GONZALEZ
1054560380
Recibe

Elaboró: anderson acosta

Gervasio Amaya Garcia
C.C. 11309625 de Girardot Cundinamarca

CERTIFICA

Que durante el mes de diciembre del 2025 preste los siguientes servicios para la Agencia Conecta SAS de la siguiente manera:

10 Servicio de cubrimiento y emisión en noticiero digital con alcance local: nota periodistica con una duración mínima de 2 minutos en los cuales se emita información de proyectos y actividades de la entidad. Se realizará de acuerdo a requerimiento del supervisor.

Cordialmente,

Gervasio Amaya Garcia
C.C. 11309625 Girardot Cundinamarca

Javier Moya Rojas
Nit. 10.175.000-8
Cel. 312 4083818

La Dorada 9 de diciembre de 2025

EL Suscrito Gerente de
(JMR PRODUCCIONES Y EVENTOS)

NIT (10175000-8)

CERTIFICA QUE

AGENCIA DE LOGÍSTICA, COMUNICACIONES Y SOLUCIONES S.A.S CONECTA SAS,, con Nit: 901801717- 8, Contrató con nosotros Servicio de difusión en televisión de carácter local con las siguientes características: Emisión de comercial con duración de mínimo 1 minuto. En el horario definido por la entidad. 24 comerciales

Servicio de difusión en televisión de carácter local con las siguientes características: Emisión de comercial con duración de mínimo 1 minuto. En el horario definido por la entidad. orientados a la implementación de estrategias de información de la campaña "La Fuerza de la Salud", en el marco del Plan de Intervenciones Colectivas (PIC) de la División de Salud Pública del municipio de La Dorada.

Atentamente,

JAVIER MOYA ROJAS
C.C. 10175000
Gerente JMR Producciones

Cra2 N° 11-30 B/ Centro La Dorada - Caldas
movarojasjavi@gmail.com -

JEFERSON LLOREDA

C.C. 1.054.548.941

CERTIFICA

Que durante el mes de octubre del 2025 preste los siguientes servicios para la Agencia Conecta SAS de la siguiente manera:

7 Servicios de cubrimiento en rueda de prensa o transmisión en vivo o entrevista en directo, requerida por el municipio, mediante medios televisivos o digitales o radiales, por duración definida por cada evento que no sea inferior a 5 minutos. en la página de Facebook "Apoyo Total" durante el mes de diciembre del 2025.

Cordialmente,

JEFERSON LLOREDA
C.C. 1.054.548.941

FRANCISCO JAVIER MORENO GARAVITO
C.C. 79.739.718

CERTIFICA

Que durante el mes de diciembre del 2025 preste los siguientes servicios para la Agencia Conecta SAS de la siguiente manera:

03 servicios de cubrimiento en rueda de prensa o transmisión en vivo o entrevista en directo, requerida por el municipio, mediante medios televisivos o digitales o radiales, por duración definida por cada evento que no sea inferior a 5 minutos.

Publicación en medio de comunicación radial local y regional y red social de la emisora Dorada Stereo, con las siguientes características: Entrevistas con Misael Eduardo Ortiz, gerente de la empresa ENALTEC (Funcionamiento alumbrado público y encendido alumbrado navideño), Fredy Saldaña, alcalde de La Dorada (cubrimiento del alumbrado navideño en el Parque Centenario), Diana María Cardozo, directora de cultura del municipio (vacaciones recreativas, taller, imagen y narrativa y toma barrios), Angie Katherine Hernandez, directora deporte de La Dorada (vacaciones, copa navideña y arreglo infraestructura parques y escenarios deportivos), Johana Gómez y Francisco Bravo, Decretaria de salud-División de salud pública (campaña sin pólvora La Dorada enamora y concurso de pintura con el mismo tema) de acuerdo a solicitud de la entidad durante el mes de diciembre del 2025.

Cordialmente,

FRANCISCO JAVIER MORENO GARAVITO
C.C. 79.739.718

LEIDY DAYANNI BARRETO GUASCA
C.C. 1.054.539.412

CERTIFICA

Que durante el mes de diciembre del 2025 preste los siguientes servicios para la Agencia Conecta SAS de la siguiente manera:

03 servicios de cubrimiento en rueda de prensa o transmisión en vivo o entrevista en directo, requerida por el municipio, mediante medios televisivos o digitales o radiales, por duración definida por cada evento que no sea inferior a 5 minutos.

Publicaciones en medio de comunicación regional y/o local, digital, con las siguientes características: Publicación en medio digital: Cubrimiento en rueda de prensa o transmisión en vivo o entrevista en directo, requerida por el municipio, mediante medios televisivos o digitales o radiales de acuerdo a solicitud de la entidad durante el mes de diciembre del 2025.

Cordialmente,

Dayanni Barreto
LEIDY DAYANNI BARRETO GUASCA
C.C. 1.054.539.412 de La Dorada, Caldas

La Dorada, Diciembre 2025

CLAUDIA PATRICIA TIQUE SANCHEZ
CC. 1.054.556.022 de la Dorada

CERTIFICA

Que durante el mes de Diciembre del 2025 presente los siguientes servicios para la Agencia CONECTA SAS de la siguiente manera:

3 Servicios de nota informativa en medios digitales de reconocimiento local y/o regional, mediante publicación de videos con duración mínima de 5 minutos durante el mes de Diciembre del 2025.

Cordialmente,

CLAUDIA PATRICIA TIQUE SANCHEZ
Representante Legal

La Dorada Caldas, 9 de diciembre de 2025.

Señores
MUNICIPIO DE LA DORADA

El suscrito DIANA KATHERINE GUZMAN RODRIGUEZ, en calidad de representante legal de CONECTA, AGENCIA DE LOGISTICA, COMUNICACIONES Y SOLUCIONES S.A.S. de acuerdo con las normas de auditoría generalmente aceptadas en Colombia, los estados financieros de la compañía, certifico el pago de los aportes realizados por la compañía durante el año 2025 y legalmente exigibles a la fecha de firma de la presente certificación. Estos pagos corresponden a los montos contabilizados y pagados por la compañía durante el año. Lo anterior, en cumplimiento de lo dispuesto en el artículo 50 de la Ley 789 de 2002, encontrándose la empresa a paz y salvo con las obligaciones laborales.

Diana Katherine Guzmán R

DIANA KATHERINE GUZMAN RODRIGUEZ
Representante Legal
CONECTA SAS
NIT.: 901 801 717 - 8
Cra 14 A # 48-41 Victoria Real
Móvil: (+57) 313 352 89 12
La Dorada - Caldas

PLANILLA INTEGRADA AUTOLIQUIDACIÓN APORTES
SOPORTE DE PAGO GENERAL

Bancolombia

DATOS GENERALES DEL APORTANTE

TIPO IDENTIFICACIÓN:	NIT	NÚMERO DE IDENTIFICACIÓN:	901801717
NOMBRE Ó RAZÓN SOCIAL:		CONECTA, AGENCIA DE LOGISTICA, COMUNICACIONES Y SOLUCIONES SAS	
CIUDAD/MUNICIPIO:	LA DORADA	DEPARTAMENTO:	CALDAS
DIRECCIÓN:	CRA 14A # 48 41 BRR VICTORIA REAL	TELÉFONO:	8398655
TIPO APORTANTE:	01-EMPLEADOR	CLASE APORTANTE:	C-MIPYME MENOS DE 200 COTIZANTES
TIPO EMPRESA:	PRIVADA	ACTIVIDAD ECONOMICA:	Publicidad.
FORMA DE PRESENTACIÓN:	ÚNICO		
APORTANTE EXONERADO PAGO APORTES SALUD, SENA E ICBF (REFORMA TRIBUTARIA):	SI		

DATOS GENERALES DE LA PLANILLA

NÚMERO PLANILLA:	**7996418965**			TIPO DE PLANILLA:			E-EMPLEADOS
PERIODO COTIZACIÓN OTROS	MES noviembre	AÑO	2025	PERIODO COTIZACIÓN SALUD:	MES diciembre	AÑO	2025
DÍAS DE MORA:	0						
FECHA PAGO (aaaa/mm/dd):	2025/11/26			NÚMERO AUTORIZACIÓN:	1956228165		

TOTAL APORTES A PENSIÓN

ADMINISTRADORA		No. COTIZANTES	COTIZACIÓN	APORTES VOLUNTARIOS		FSP		MORA		TOTALES		
CÓDIGO	NOMBRE			EMPLEADOR	COTIZANTE	SOLIDARIDAD	SUBSISTENCIA	COTIZACIÓN	FSP	APORTES	MORA	VALOR PAGADO
230301	230301-PORVENIR	1	$ 227.800	$ 0	$ 0	$ 0	$ 0	$ 0	$ 0	$ 227.800	$ 0	$ 227.800
SUBTOTALES:										**$ 227.800**	**$ 0**	**$ 227.800**

TOTAL APORTES A SALUD

ADMINISTRADORA		No. COTIZANTES	INCAPACIDAD POR ENFERMEDAD		LICENCIA MATERNIDAD		SALDO A FAVOR		LIQUIDACIÓN		MORA		TOTALES			
CÓDIGO	NOMBRE		NÚMERO AUTORIZACIÓN	VALOR	NÚMERO AUTORIZACIÓN	VALOR	PLANILLA	VALOR	COTIZACIÓN	VALOR ADRES	COTIZACIÓN	VALOR ADRES	APORTES	MORA	DESCUENTO	VALOR PAGADO
EPS041	NUEVA EPS CM	1		$ 0		$ 0		$ 0	$ 57.000	$ 0	$ 0	$ 0	$ 57.000	$ 0	$ 0	$ 57.000
SUBTOTALES:													**$ 57.000**	**$ 0**	**$ 0**	**$ 57.000**

TOTAL APORTES A RIESGOS PROFESIONALES

ADMINISTRADORA		No. COTIZANTES	INCAPACIDAD IRP			SALDO A FAVOR		LIQUIDACIÓN	TOTALES			
CÓDIGO	NOMBRE		NÚMERO AUTORIZACIÓN	VALOR	PAGO A OTROS RIESGOS	PLANILLA	VALOR	COTIZACIÓN	APORTES	MORA	DESCUENTO	VALOR PAGADO
14-11	14-11 - ARL SURA	1		$ 0	$ 0		$ 0	$ 7.500	$ 7.500	$ 0	$ 0	$ 7.500
SUBTOTALES:									**$ 7.500**	**$ 0**	**$ 0**	**$ 7.500**

TOTAL APORTES A CAJA DE COMPENSACIÓN FAMILIAR

ADMINISTRADORA		No. COTIZANTES	TOTALES		
CÓDIGO	NOMBRE		APORTES	MORA	VALOR PAGADO
CCF11	CCF11-CCF DE CALDAS	1	$ 57.000	$ 0	$ 57.000
SUBTOTALES:			**$ 57.000**	**$ 0**	**$ 57.000**

LIQUIDACIÓN DETALLADA APORTES

DATOS DEL COTIZANTE										NOVEDADES																SEGURIDAD SOCIAL																				PARAFISCALES						
																										PENSIÓN								SALUD						ARP													
																													FSP		APORTES VOLUNTARIOS																CCF		SENA		ICBF		ESAP		MINEDU
Nº	IDENTIFICACIÓN	NOMBRES	TIPO COTIZANTE	SUBTIPO COTIZANTE	SALARIO BÁSICO	TIPO DE SALARIO	COLOMBIANO	EXTRANJERO	REFORMA TRIBUTARIA	ING	RET	TDE	TAE	TDP	TAP	COR	VSP	VST	SLN	COM	IGE	LMA	VAC	AVP	VCT	IRP	ADMIN	DIAS COT	IBC	COTIZACIÓN	SUBSISTENCIA	SOLIDARIDAD	EMPLEADOR	EMPLEADO	INDICADOR TARIFA ESPECIAL	TOTAL APORTE	ADMIN	DIAS COT	IBC	COTIZACIÓN	VALOR ADRES	TOTAL APORTE	ADMIN	DIAS COT	IBC	CENTRO DE TRABAJO	TOTAL APORTE	DIAS COT	IBC	ADMIN	TOTAL APORTE	TOTAL APORTE	TOTAL APORTE	TOTAL APORTE	TOTAL APORTE
1	CC 1054560680	GUZMAN RODRIGUEZ DIANA KATHERINE	DEPEND		$ 1.423.500	FIJO			SI																	230301-PORVENIR	30	$ 1.423.500	$ 227.800	$ 0	$ 0	$ 0	$ 0	Normal	$ 227.800	NUEVA EPS CM	30	$ 1.423.500	$ 57.000	$ 0	$ 57.000	14-11 - ARL SURA	30	$ 1.423.500		$ 7.500	30	$ 1.423.500	CCF11-CCF DE CALDAS	$ 57.000	$ 0	$ 0	$ 0	$ 0

TOTAL PAGADO: $ 349.300

PLANILLA INTEGRADA AUTOLIQUIDACIÓN APORTES
SOPORTE DE PAGO GENERAL

Bancolombia

DATOS GENERALES DEL APORTANTE

TIPO IDENTIFICACIÓN:	NIT	NÚMERO DE IDENTIFICACIÓN:	901801717
NOMBRE Ó RAZÓN SOCIAL:		CONECTA, AGENCIA DE LOGISTICA, COMUNICACIONES Y SOLUCIONES SAS	
CIUDAD/MUNICIPIO:	LA DORADA	DEPARTAMENTO:	CALDAS
DIRECCIÓN:	CRA 14A # 48 41 BRR VICTORIA REAL	TELÉFONO:	8398655
TIPO APORTANTE:	01-EMPLEADOR	CLASE APORTANTE:	C-MIPYME MENOS DE 200 COTIZANTES
TIPO EMPRESA:	PRIVADA	ACTIVIDAD ECONOMICA:	Publicidad.
FORMA DE PRESENTACIÓN:	ÚNICO		
APORTANTE EXONERADO PAGO APORTES SALUD, SENA E ICBF (REFORMA TRIBUTARIA):	SI		

DATOS GENERALES DE LA PLANILLA

NÚMERO PLANILLA:	**7998521895**	TIPO DE PLANILLA:	E-EMPLEADOS
PERIODO COTIZACIÓN OTROS	MES diciembre AÑO 2025	PERIODO COTIZACIÓN SALUD:	MES enero AÑO 2026
DÍAS DE MORA:	0		
FECHA PAGO (aaaa/mm/dd):	2025/12/10	NÚMERO AUTORIZACIÓN:	1994926015

TOTAL APORTES A PENSIÓN

ADMINISTRADORA		No. COTIZANTES	COTIZACIÓN	APORTES VOLUNTARIOS		FSP		MORA		TOTALES		
CÓDIGO	NOMBRE			EMPLEADOR	COTIZANTE	SOLIDARIDAD	SUBSISTENCIA	COTIZACIÓN	FSP	APORTES	MORA	VALOR PAGADO
230301	230301-PORVENIR	1	$ 227.800	$ 0	$ 0	$ 0	$ 0	$ 0	$ 0	$ 227.800	$ 0	$ 227.800
SUBTOTALES:										**$ 227.800**	**$ 0**	**$ 227.800**

TOTAL APORTES A SALUD

ADMINISTRADORA		No. COTIZANTES	INCAPACIDAD POR ENFERMEDAD		LICENCIA MATERNIDAD		SALDO A FAVOR		LIQUIDACIÓN		MORA		TOTALES			
CÓDIGO	NOMBRE		NÚMERO AUTORIZACIÓN	VALOR	NÚMERO AUTORIZACIÓN	VALOR	PLANILLA	VALOR	COTIZACIÓN	VALOR ADRES	COTIZACIÓN	VALOR ADRES	APORTES	MORA	DESCUENTO	VALOR PAGADO
EPS041	NUEVA EPS CM	1		$ 0		$ 0		$ 0	$ 57.000	$ 0	$ 0	$ 0	$ 57.000	$ 0	$ 0	$ 57.000
SUBTOTALES:													**$ 57.000**	**$ 0**	**$ 0**	**$ 57.000**

TOTAL APORTES A RIESGOS PROFESIONALES

ADMINISTRADORA		No. COTIZANTES	INCAPACIDAD IRP			SALDO A FAVOR		LIQUIDACIÓN	TOTALES			
CÓDIGO	NOMBRE		NÚMERO AUTORIZACIÓN	VALOR	PAGO A OTROS RIESGOS	PLANILLA	VALOR	COTIZACIÓN	APORTES	MORA	DESCUENTO	VALOR PAGADO
14-11	14-11 - ARL SURA	1		$ 0	$ 0		$ 0	$ 7.500	$ 7.500	$ 0	$ 0	$ 7.500
SUBTOTALES:									**$ 7.500**	**$ 0**	**$ 0**	**$ 7.500**

TOTAL APORTES A CAJA DE COMPENSACIÓN FAMILIAR

ADMINISTRADORA		No. COTIZANTES	TOTALES		
CÓDIGO	NOMBRE		APORTES	MORA	VALOR PAGADO
CCF11	CCF11-CCF DE CALDAS	1	$ 28.500	$ 0	$ 28.500
SUBTOTALES:			**$ 28.500**	**$ 0**	**$ 28.500**

LIQUIDACIÓN DETALLADA APORTES

DATOS DEL COTIZANTE										NOVEDADES															SEGURIDAD SOCIAL																		PARAFISCALES						
																									PENSIÓN								SALUD						ARP												
																												FSP		APORTES VOLUNTARIOS																CCF		SENA		ICBF		ESAP		MINEDU
Nº	IDENTIFICACIÓN	NOMBRES	TIPO COTIZANTE	SUBTIPO COTIZANTE	SALARIO BÁSICO	TIPO DE SALARIO	COLOMBIANO	EXTRANJERO	REFORMA TRIBUTARIA	ING	RET	TDE	TAE	TDP	TAP	COR	VSP	VST	SLN	COM	IGE	LMA	VAC	AVP	VCT	IRP	ADMIN	DIAS COT	IBC	COTIZACIÓN	SUBSISTENCIA	SOLIDARIDAD	EMPLEADOR	EMPLEADO	INDICADOR TARIFA ESPECIAL	TOTAL APORTE	ADMIN	DIAS COT	IBC	COTIZACIÓN	VALOR ADRES	TOTAL APORTE	ADMIN	DIAS COT	IBC	CENTRO DE TRABAJO	TOTAL APORTE	DIAS COT	IBC	ADMIN	TOTAL APORTE	TOTAL APORTE	TOTAL APORTE	TOTAL APORTE	TOTAL APORTE
1	CC 1054560680	GUZMAN RODRIGUEZ DIANA KATHERINE	DEPEND		$ 1.423.500	FIJO			SI																	230301-PORVENIR	30	$ 1.423.500	$ 227.800	$ 0	$ 0	$ 0	$ 0	Normal	$ 227.800	NUEVA EPS CM	30	$ 1.423.500	$ 57.000	$ 0	$ 57.000	14-11 - ARL SURA	30	$ 1.423.500		$ 7.500	30	$ 1.423.500	CCF11-CCF DE CALDAS	$ 28.500	$ 0	$ 0	$ 0	$ 0

TOTAL PAGADO: $ 320.800

PLANILLA INTEGRADA AUTOLIQUIDACIÓN APORTES
SOPORTE DE PAGO GENERAL

DATOS GENERALES DEL APORTANTE

TIPO IDENTIFICACIÓN:	CÉDULA DE CIUDADANÍA	NÚMERO DE IDENTIFICACIÓN:	1054548324
NOMBRE Ó RAZÓN SOCIAL:			DANIEL GABRIEL GONZALEZ GUZMAN
CIUDAD/MUNICIPIO:	LA DORADA	DEPARTAMENTO:	CALDAS
DIRECCIÓN:	CALLE 22 5-23 SANTA LUCIA	TELÉFONO:	2222222
TIPO APORTANTE:	02-INDEPENDIENTE	CLASE APORTANTE:	I-INDEPENDIENTE
TIPO EMPRESA:	PRIVADA	ACTIVIDAD ECONOMICA:	Actividades reguladoras y facilitadoras de la act
FORMA DE PRESENTACIÓN:	ÚNICO		
APORTANTE EXONERADO PAGO APORTES SALUD, SENA E ICBF (REFORMA TRIBUTARIA):			NO

DATOS GENERALES DE LA PLANILLA

NÚMERO PLANILLA:	**7995631282**			TIPO DE PLANILLA:	I-INDEPENDIENTES
PERIODO COTIZACIÓN OTROS	MES noviembre	AÑO	2025	PERIODO COTIZACIÓN SALUD:	MES noviembre AÑO 2025
DÍAS DE MORA:	5				
FECHA PAGO (aaaa/mm/dd):	2025/12/10			NÚMERO AUTORIZACIÓN:	1995625639

TOTAL APORTES A PENSIÓN

ADMINISTRADORA		No. COTIZANTES	COTIZACIÓN	APORTES VOLUNTARIOS		FSP		MORA		TOTALES		
CÓDIGO	NOMBRE			EMPLEADOR	COTIZANTE	SOLIDARIDAD	SUBSISTENCIA	COTIZACIÓN	FSP	APORTES	MORA	VALOR PAGADO
230201	230201- PROTECCION	1	$ 313.600	$ 0	$ 0	$ 0	$ 0	$ 1.000	$ 0	$ 313.600	$ 1.000	$ 314.600
SUBTOTALES:										**$ 313.600**	**$ 1.000**	**$ 314.600**

TOTAL APORTES A SALUD

ADMINISTRADORA		No. COTIZANTES	INCAPACIDAD POR ENFERMEDAD		LICENCIA MATERNIDAD		SALDO A FAVOR		LIQUIDACIÓN		MORA		TOTALES			
CÓDIGO	NOMBRE		NÚMERO AUTORIZACIÓN	VALOR	NÚMERO AUTORIZACIÓN	VALOR	PLANILLA	VALOR	COTIZACIÓN	VALOR ADRES	COTIZACIÓN	VALOR ADRES	APORTES	MORA	DESCUENTO	VALOR PAGADO
EPS037	EPS037-NUEVA EPS	1		$ 0		$ 0		$ 0	$ 245.000	$ 0	$ 800	$ 0	$ 245.000	$ 800	$ 0	$ 245.800
SUBTOTALES:													**$ 245.000**	**$ 800**	**$ 0**	**$ 245.800**

TOTAL APORTES A RIESGOS PROFESIONALES

ADMINISTRADORA		No. COTIZANTES	INCAPACIDAD IRP			SALDO A FAVOR		LIQUIDACIÓN	TOTALES			
CÓDIGO	NOMBRE		NÚMERO AUTORIZACIÓN	VALOR	PAGO A OTROS RIESGOS	PLANILLA	VALOR	COTIZACIÓN	APORTES	MORA	DESCUENTO	VALOR PAGADO
14-11	14-11 - ARL SURA	1		$ 0	$ 0		$ 0	$ 10.300	$ 10.300	$ 100	$ 0	$ 10.400
SUBTOTALES:									**$ 10.300**	**$ 100**	**$ 0**	**$ 10.400**

LIQUIDACIÓN DETALLADA APORTES

DATOS DEL COTIZANTE									NOVEDADES																SEGURIDAD SOCIAL																				PARAFISCALES						
																									PENSIÓN								SALUD					ARP									CCF		SENA	ICBF	ESAP	MINEDU
Nº	IDENTIFICACIÓN	NOMBRES	TIPO COTIZANTE	SUBTIPO COTIZANTE	SALARIO BÁSICO	TIPO DE SALARIO	COLOMBIANO	EXTRANJERO	REFORMA TRIBUTARIA	ING	RET	TDE	TAE	TDP	TAP	COR	VSP	VST	SLN	COM	IGE	LMA	VAC	AVP	VCT	IRP	ADMIN	DÍAS COT	IBC	COTIZACIÓN	FSP SUBSISTENCIA	FSP SOLIDARIDAD	APORTES VOLUNTARIOS EMPLEADOR	APORTES VOLUNTARIOS EMPLEADO	INDICADOR TARIFA ESPECIAL	TOTAL APORTE	ADMIN	DÍAS COT	IBC	COTIZACIÓN	VALOR ADRES	TOTAL APORTE	ADMIN	DÍAS COT	IBC	CENTRO DE TRABAJO	TOTAL APORTE	DÍAS COT	IBC	ADMIN	TOTAL APORTE	TOTAL APORTE	TOTAL APORTE	TOTAL APORTE	TOTAL APORTE
1	CC 1054548324	GONZALEZ GUZMAN DANIEL GABRIEL	INDEPENDIENTE CONTRATO PRESTACIÓN DE SERVICIOS		$ 1.960.000				NO																	230201-PROTECCION	30	$ 1.960.000	$ 313.600	$ 0	$ 0	$ 0	$ 0	Normal	$ 313.600	EPS037-NUEVA EPS	30	$ 1.960.000	$ 245.000	$ 0	$ 245.000	14-11 - ARL SURA	30	$ 1.960.000	105454832	$ 10.300		$ 0		$ 0	$ 0	$ 0	$ 0	$ 0

TOTAL PAGADO: $ 570.800

PLANILLA INTEGRADA AUTOLIQUIDACIÓN APORTES
SOPORTE DE PAGO GENERAL

DATOS GENERALES DEL APORTANTE

TIPO IDENTIFICACIÓN:	CÉDULA DE CIUDADANÍA	NÚMERO DE IDENTIFICACIÓN:	1054548324
NOMBRE Ó RAZÓN SOCIAL:			DANIEL GABRIEL GONZALEZ GUZMAN
CIUDAD/MUNICIPIO:	LA DORADA	DEPARTAMENTO:	CALDAS
DIRECCIÓN:	CALLE 22 5-23 SANTA LUCIA	TELÉFONO:	2222222
TIPO APORTANTE:	02-INDEPENDIENTE	CLASE APORTANTE:	I-INDEPENDIENTE
TIPO EMPRESA:	PRIVADA	ACTIVIDAD ECONOMICA:	Actividades reguladoras y facilitadoras de la act
FORMA DE PRESENTACIÓN:	ÚNICO		
APORTANTE EXONERADO PAGO APORTES SALUD, SENA E ICBF (REFORMA TRIBUTARIA):			NO

DATOS GENERALES DE LA PLANILLA

NÚMERO PLANILLA:		**7998599509**		TIPO DE PLANILLA:			I-INDEPENDIENTES
PERIODO COTIZACIÓN OTROS	MES	diciembre	AÑO 2025	PERIODO COTIZACIÓN SALUD:	MES	diciembre	AÑO 2025
DÍAS DE MORA:		0					
FECHA PAGO (aaaa/mm/dd):		2025/12/10		NÚMERO AUTORIZACIÓN:		1995655781	

TOTAL APORTES A PENSIÓN

ADMINISTRADORA		No. COTIZANTES	COTIZACIÓN	APORTES VOLUNTARIOS		FSP		MORA		TOTALES		
CÓDIGO	NOMBRE			EMPLEADOR	COTIZANTE	SOLIDARIDAD	SUBSISTENCIA	COTIZACIÓN	FSP	APORTES	MORA	VALOR PAGADO
230201	230201- PROTECCION	1	$ 313.600	$ 0	$ 0	$ 0	$ 0	$ 0	$ 0	$ 313.600	$ 0	$ 313.600
SUBTOTALES:										**$ 313.600**	**$ 0**	**$ 313.600**

TOTAL APORTES A SALUD

ADMINISTRADORA		No. COTIZANTES	INCAPACIDAD POR ENFERMEDAD		LICENCIA MATERNIDAD		SALDO A FAVOR		LIQUIDACIÓN		MORA		TOTALES			
CÓDIGO	NOMBRE		NÚMERO AUTORIZACIÓN	VALOR	NÚMERO AUTORIZACIÓN	VALOR	PLANILLA	VALOR	COTIZACIÓN	VALOR ADRES	COTIZACIÓN	VALOR ADRES	APORTES	MORA	DESCUENTO	VALOR PAGADO
EPS037	EPS037-NUEVA EPS	1		$ 0		$ 0		$ 0	$ 245.000	$ 0	$ 0	$ 0	$ 245.000	$ 0	$ 0	$ 245.000
SUBTOTALES:													**$ 245.000**	**$ 0**	**$ 0**	**$ 245.000**

TOTAL APORTES A RIESGOS PROFESIONALES

ADMINISTRADORA		No. COTIZANTES	INCAPACIDAD IRP			SALDO A FAVOR		LIQUIDACIÓN	TOTALES			
CÓDIGO	NOMBRE		NÚMERO AUTORIZACIÓN	VALOR	PAGO A OTROS RIESGOS	PLANILLA	VALOR	COTIZACIÓN	APORTES	MORA	DESCUENTO	VALOR PAGADO
14-11	14-11 - ARL SURA	1		$ 0	$ 0		$ 0	$ 10.300	$ 10.300	$ 0	$ 0	$ 10.300
SUBTOTALES:									**$ 10.300**	**$ 0**	**$ 0**	**$ 10.300**

LIQUIDACIÓN DETALLADA APORTES

DATOS DEL COTIZANTE									NOVEDADES																SEGURIDAD SOCIAL																				PARAFISCALES						
																									PENSIÓN								SALUD					ARP													
Nº	IDENTIFICACIÓN	NOMBRES	TIPO COTIZANTE	SUBTIPO COTIZANTE	SALARIO BÁSICO	TIPO DE SALARIO	COLOMBIANO	EXTRANJERO	REFORMA TRIBUTARIA	ING	RET	TDE	TAE	TDP	TAP	COR	VSP	VST	SLN	COM	IGE	LMA	VAC	AVP	VCT	IRP	ADMIN	DÍAS COT	IBC	COTIZACIÓN	FSP SUBSISTENCIA	FSP SOLIDARIDAD	APORTES VOLUNTARIOS EMPLEADOR	APORTES VOLUNTARIOS EMPLEADO	INDICADOR TARIFA ESPECIAL	TOTAL APORTE	ADMIN	DÍAS COT	IBC	COTIZACIÓN	VALOR ADRES	TOTAL APORTE	ADMIN	DÍAS COT	IBC	CENTRO DE TRABAJO	TOTAL APORTE	DÍAS COT	IBC	CCF ADMIN	CCF TOTAL APORTE	SENA TOTAL APORTE	ICBF TOTAL APORTE	ESAP TOTAL APORTE	MINEDU TOTAL APORTE
1	CC 1054548324	GONZALEZ GUZMAN DANIEL GABRIEL	INDEPENDIENTE CONTRATO PRESTACIÓN DE SERVICIOS		$ 1.960.000				NO																	230201-PROTECCION	30	$ 1.960.000	$ 313.600	$ 0	$ 0	$ 0	$ 0	Normal	$ 313.600	EPS037-NUEVA EPS	30	$ 1.960.000	$ 245.000	$ 0	$ 245.000	14-11 - ARL SURA	30	$ 1.960.000	105454832	$ 10.300		$ 0		$ 0	$ 0	$ 0	$ 0	$ 0

TOTAL PAGADO: $ 568.900

La Dorada, Caldas 09 diciembre del 2025
Señores
ALCALDÍA MUNICIPAL LA DORADA, CALDAS

Asunto: Autorización pago o abono en cuenta bancaria

Cordial saludo,

Yo, DIANA GUZMAN RODRIGUEZ identificado con CC. __X_ NIT: N°. 1.054.548.324, actuando como Representante Legal de CONECTA SAS con NIT: 901.801.717 por medio del presente me permito autorizar a la **ALCALDÍA MUNICIPAL DE LA DORADA CALDAS** identificada con NIT 890.801.130-6, para que el pago a realizar con motivo de la ejecución del contrato N°. SAMC-001-LD-2025 sea consignado y/o transferido a la cuenta bancaria N.º 392 000 025 37 del banco BANCOLOMBIA.

Atentamente,

DIANA GUZMAN RODRIGUEZ
Nombre

1.054.560.680
Identificación

Diana Katherine Guzmán R
Firma

Adjunto (certificación bancaria)

Certificación Bancaria

Lunes, 30 de junio de 2025

A quien le interese

Bancolombia S.A. se permite informar que CONECTA, AGENCIA DE LOGISTICA, COMUNICACIONES Y SOLUCIONES SAS identificado(a) con NIT 901801717, a la fecha de expedición de esta certificación, tiene con el Banco los siguientes productos:

Producto	No. Producto	Fecha Apertura aaaa-mm-dd	Estado	Saldo
Cuenta de ahorros	39200002537	2024-05-24	Activo	*****

***Importante:** Esta constancia solo hace referencia a los productos mencionados anteriormente.
*Si desea verificar la veracidad de esta información, puede comunicarse con la Sucursal Telefónica Bancolombia a los siguientes números: Medellín - Local: (57-4) 510 90 00 - Bogotá - Local: (57-1) 343 00 00 - Barranquilla - Local: (57-5) 361 88 88 - Cali - Local: (57-2) 554 05 05 Resto del país: 01800 09 12345.Sucursales telefónicas en el exterior: España (34) 900 995 717 - Estados Unidos (1) 1 866 379 97 14.

Catalina Cortés Uribe.
Gerente Servicios Contact Center & BPO.

Bancolombia

Bancolombia nunca solicitará sus datos personales o de sus productos bancarios mediante vínculos de correo electrónico. En caso de recibir alguno, repórtelo de inmediato a correosospechoso@bancolombia.com.co

Espacio para Logo Corporativo

CONECTA AGENCIA DE LOGISTICA COMUNICACIONES Y SOLUCIONES SAS
NIT 901.801.717-8
CL 18 7 77
Tel: (606) 3233337787
La Dorada - Colombia
conectaagencialogistica@gmail.com

Factura electrónica de venta
No. FEL 27

Señores	MUNICIPIO DE LA DORADA			**Fecha y hora Factura**	
NIT	890.801.130-6	**Teléfono**	(606) 8572013	**Generación**	09/12/2025, 18:05
Dirección	Carrera 3 14 76	**Ciudad**	La Dorada - Colombia	**Expedición**	09/12/2025, 18:05
				Vencimiento	09/12/2025

Ítem	Descripción	Cantidad	Vr. Unitario	Impto. Cargo	Valor Impto.Cargo	Vr. Total
1	Servicio de radiodifusión en emisora de carácter regional con Frecuencia Modulada en las siguientes características: Cuña con duración de mínimo 30 segundos. En el horario definido por la entidad.	231.00	8,092.44	19 %	355,177.06	2,224,530.00
2	Servicio de radiodifusión en emisora de carácter regional y juvenil con Frecuencia Modulada en las siguientes características: Cuña con duración de mínimo 30 segundos. En el horario definido por la entidad.	409.00	8,092.44	19 %	628,863.28	3,938,670.00
3	Servicio de radiodifusión en emisora local de carácter comunitario con Frecuencia Modulada en las siguientes características: Cuña con duración de mínimo 30 segundos. En el horario definido por la entidad.	277.00	8,016.81	19 %	421,924.54	2,642,580.00
4	Servicio de radiodifusión en emisora de carácter regional y juvenil con Frecuencia Modulada en las siguientes características: capsula con una duración de mínimo 15 minutos. En el horario definido por la entidad.	8.00	664,193.28	19 %	1,009,573.78	6,323,120.00
5	Servicio de difusión en televisión de carácter local con las siguientes características: Emisión de comercial con duración de mínimo 1 minuto. En el horario definido por la entidad.	670.00	10,798.32	19 %	1,374,626.05	8,609,500.00
6	Servicio de difusión de nota informativa en medios digitales de reconocimiento local y/o regional, mediante publicación de video con duración mínima de 1 minuto o fotografías remitidas por la entidad, mínimo 3. De acuerdo a la solicitud del supervisor.	20.00	62,369.75	19 %	237,005.04	1,484,400.00
7	Servicio de cubrimiento y publicación en redes sociales de eventos deportivos y culturales locales con las siguientes características: con duración mínima de 2 minutos en los cuales se emita información deportiva y/o cultural y recolección de material para promoción de eventos deportivos.	13.00	93,142.86	19 %	230,062.86	1,440,920.00
8	Servicio de maestro de ceremonia en los eventos requeridos por la entidad	14.00	137,697.48	19 %	366,275.29	2,294,040.00
9	Servicio de publicación en medio de comunicación regional y/o local, escrito y/o digital, con las siguientes características: Publicación en periódico digital: 1080 * 1080 que incluye articulo periodístico de profundidad frente a los hechos más relevantes del municipio de acuerdo a solicitud de la entidad.	3.00	745,193.28	19 %	424,760.17	2,660,340.00
10	Elaborar informe de marketing digital que incluya el análisis de métricas, diagnóstico del desempeño y propuesta de acciones de mejora para las redes sociales del municipio. Con el fin de conocer el comportamiento de redes sociales del municipio y el impacto de la población. Estará sujeto a solicitud del supervisor de acuerdo a la necesidad.	4.00	1,296,000.00	19 %	984,960.00	6,168,960.00
11	Servicio de produccion de audio, que implica grabación de voces, posproducción y entrega de producto: Con una duración minima de 15 minutos.	10.00	332,092.44	19 %	630,975.63	3,951,900.00
12	Servicio de campaña sobre temas de interés público definido por la entidad mediante material publicitario que comprende: • Pendón: (tipo telón) impresión digital a full color de tejido sintético gran formato banner de 13 onzas, ello a razón de metraje definido por la entidad. 40 metros • 5.000 volantes : media carta, propalcote, full color, incluye diseño, unidad de medida millar.	1.00	2,997,000.00	19 %	569,430.00	3,566,430.00
13	Servicio de cubrimiento y emisión en noticiero digital con alcance local: nota periodística con una duración mínima de 2 minutos en los cuales se emita información de proyectos y actividades de la entidad. Se realizará de acuerdo a requerimiento del supervisor.	10.00	121,495.80	19 %	230,842.02	1,445,800.00
14	Servicio de difusión en televisión de carácter local con las siguientes características: Emisión de comercial con duración de mínimo 1 minuto. En el horario definido por la entidad, orientados a la implementación de estrategias de información de la campaña La	24.00	13,764.71	19 %	62,767.06	393,120.00

Fabricante Software y Proveedor tecnológico Sigo SAS - Nit 830.048.145-3. Nombre Software: Sigo Nube. Firma electrónica: ver en el XML

Item	Descripción	Cantidad	Vr. Unitario	Impto. Cargo	Valor Impto.Cargo	Vr. Total
	Fuerza de la Salud, en el marco del Plan de Intervenciones Colectivas (PIC) de la División de Salud Pública del municipio de La Dorada.					
15	Servicios de radiodifusión en una emisora con frecuencia modulada (FM), con alcance regional, la emisión será de cuña mínimo de 30 segundos de duración. Orientados a la implementación de estrategias de información de la campaña La Fuerza de la Salud, en el marco del Plan de Intervenciones Colectivas (PIC) de la División de Salud Pública del municipio de La Dorada.	125.00	8,092.44	19 %	192,195.38	1,203,750.00
16	Servicio de pauta publicitaria para las redes sociales del municipio, a necesidad de la entidad, mediante anuncio, el cual puede estar orientado a: awareness, crecimiento, interacción y tráfico.	10.00	267,294.12	19 %	507,858.82	3,180,800.00
17	Cubrimiento en rueda de prensa o transmisión en vivo o entrevista en directo, requerida por el municipio, mediante medios televisivos o digitales o radiales, por duración definida por cada evento que no sea inferior a 5 minutos.	16.00	178,193.28	19 %	541,707.56	3,392,800.00

Total items: 17

Total Bruto	46,152,655.46
IVA 19%	8,769,004.54
Total a Pagar	54,921,660.00

Valor en Letras:
Cincuenta y cuatro millones novecientos veintiun mil seiscientos sesenta pesos m/cte

Forma de pago:
Contado

Medio de pago:
Efectivo - Efectivo $ 54,921,660.00

Observaciones:

A esta factura de venta aplican las normas relativas a la letra de cambio (artículo 5 Ley 1231 de 2006). Con esta el Comprador declara haber recibido real y materialmente las mercancías o prestación de servicios descritos en este título - Valor. **Número Autorización Electrónica 18764076807387 aprobado en 20240808 prefijo FEL desde el número 1 al 1000 Vigencia: 24 Meses**
Responsable de IVA - Actividad Económica 7310 Publicidad Tarifa
Responsables del impuesto sobre las ventas - IVA
CUFE: f0f60dc8cdf8ab2c5e363063bb530ef961d0d72438d38cd099430122915993d23f898fca7788b9bb927317af4f63143b