

20251300044533

Al contestar por favor cite estos datos:

Radicado No.: **20251300044533**

Fecha: **Martes, 21 de Octubre de 2025**

	SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD	Código: MA-GC-F28
	GESTIÓN CONTRACTUAL	Versión: 10
	CERTIFICACION DE SUPERVISION	Fecha: 27/12/2023
	CUENTA DE COBRO	Página: 1 de 2

Fecha		
DD	MM	AAAA
21	10	2025

1.DATOS GENERALES									
CONTRATO No. 466 de 2025									
OBJETO: PRESTAR SERVICIOS DE CENTRAL DE MEDIOS, OPERACIÓN TÉCNICA Y LOGÍSTICA EN EL MARCO DEL CI 650 - 2025/ MIN. DEPORTE.									
TIPO DE CONTRATO: Prestación de servicios				FUENTE DE RECURSOS:		Contrato Interadministrativo 650 - 2025/ MIN. DEPORTE.			
				FACTURA:		FE-3478			
PLAZO DE EJECUCIÓN DESDE: 28/08/2025 HASTA: 30/12/2025									
NOMBRES Y APELLIDOS Y/O RAZÓN SOCIAL DEL CONTRATISTA: SINTONIZAR MEDIOS SAS									
PERSONA NATURAL:				PERSONA JURÍDICA: X					
C.C.				NIT: 830.107.841- 1					
Régimen común ☐ Régimen simplificado ☒									
Valor de la factura y/o documento equivalente más IVA (si aplica)						VALOR A PAGAR		\$ 49.546.446	
PERIODO CERTIFICADO		Desde	DD	MM	AAAA	Hasta	DD	MM	AAAA
			01	09	2025		30	09	2025
Número de pago: 02 DE 5									
2. INFORMACIÓN FINANCIERA									
VALORES									
VALOR DEL CONTRATO						\$ 551.552.016,00			
MODIFICACIÓN AL VALOR 1		Adición ☐ Disminución ☐							
MODIFICACIÓN AL VALOR 2		Adición ☐ Disminución ☐							
MODIFICACIÓN AL VALOR 3		Adición ☐ Disminución ☐							
MODIFICACIÓN AL VALOR 4		Adición ☐ Disminución ☐							
VALOR ANTICIPO									
VALOR A AMORTIZAR EN ESTA CUENTA									
VALOR AMORTIZADO ANTES DE ESTA CUENTA									
SALDO PENDIENTE POR AMORTIZAR DESPUES DE ESTA CUENTA									
VALOR A PAGAR DE ESTA CUENTA						\$ 49.546.446			
VALOR EJECUTADO A LA FECHA ANTES DE ESTA CUENTA						\$ 30.129.699			
SALDO PENDIENTE POR EJECUTAR DESPUES DE ESTA CUENTA						\$ 471.875.871			
Si el pago se pacta por capítulos, tenga en cuenta que Canal Trece ha determinado que para que el contratista no tenga que variar la base mensualmente, el valor del aporte a seguridad social se hará dividiendo el valor del contrato en el número de meses pactados.									
Nota: En el caso que el contrato presente más adiciones, se deberán adicionar igual número de casillas.									
Datos del Registro Presupuestal						NÚMERO		FECHA DEL REGISTRO	
						986		26/08/2025	
Número de planilla de aportes a salud, pensión y ARL:									
APORTES AL SISTEMA DE SEGURIDAD SOCIAL						ENTIDAD		VALOR	
BASE INGRESO DE COTIZACIÓN									
APORTES OBLIGATORIOS EN SALUD 12,5 % (*)						SALUD TOTAL			
APORTES OBLIGATORIOS EN PENSIÓN 16% (*)						COLPENSIONES			
APORTE ARL (*):						POSITIVA			
(*) El valor de los pagos correspondientes a los aportes obligatorios en salud, pensión y Fondo de Solidaridad Pensional, deben estar calculados con base en el 40% de los honorarios y o de valor a cobrar (sin incluir IVA). En este valor deben estar excluidos los intereses de mora si estos fueron causados. En todo caso, si el valor del ingreso base de cotización es inferior a un salario mínimo mensual legal vigente, la cotización al sistema de seguridad social deberá hacerse sobre un (1) salario mínimo mensual legal vigente y deberá ser diligenciado directamente en la casilla.									

20251300044533

Al contestar por favor cite estos datos:

Radicado No.: 20251300044533

Fecha: Martes, 21 de Octubre de 2025

	SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD	Código: MA-GC-F28
	GESTIÓN CONTRACTUAL	Versión: 10
	CERTIFICACION DE SUPERVISION CUENTA DE COBRO	Fecha: 27/12/2023 Página: 2 de 2

3. El Interventor y/o Supervisor del contrato CERTIFICA QUE:

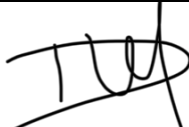
El contratista cumplió con la obligación del pago de los parafiscales (salud, pensión y ARL) de conformidad con lo establecido en el Decreto 1703 de 2002. Soporte evidencia se valida y anexa al presente certificado.

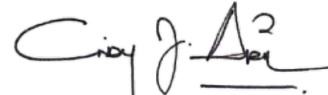
Igualmente se certifica que el contratista cumplió con las obligaciones contractuales requeridas en el mes a certificar.
Del 01 al 30 de septiembre 2025.

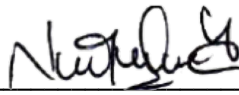
4. Anexos

Nota: Se adjunta los siguientes documentos:

- Factura electrónica
- Certificado pago aportes parafiscales.
- Informe actividades.


DIEGO FERNANDO MONROY DUARTE
Coordinador de Comunicaciones y Sistemas
Supervisor de Planta


CINDY JOHANNA ARIZA AHUMADA
Líder De Comercial, Proyectos Y De Mercadeo
Supervisora de Apoyo


NATALIA STEFANY FORERO ARIAS
Apoyo Profesional
Supervisora de Apoyo

Nota: Si el contrato tiene más supervisores, se deberá adicionar la información respectiva.



Cliente: CANAL REGIONAL DE TELEVISIÓN TEVEANDINA S.A.S.

NIT 830005370

carrera 45 No 26-33 e

BOGOTÁ

TEL:

REQ: REQ 01-04 CENTRO DE COSTOS: 73 CANAL TRECE-MINDEPORTES

FACTURA ELECTRÓNICA DE VENTA

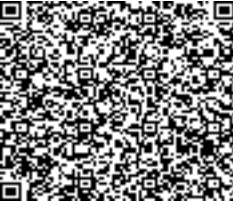
Nro. FE 3478

Fecha: 17 - 10 - 2025

Fecha de Vencimiento: 16 - 11 - 2025

DESCRIPCION	CANTIDAD	Vr UNITARIO	Vr TOTAL
PRESTAR SERVICIOS DE CENTRAL DE MEDIOS, OPERACIÓN TÉCNICA Y LOGÍSTICA EN EL MARCO DEL CI 650 - 2025/ MIN. DEPORTE.			
REQ. 01 Monitoreo de medios	1.00	5,188,400.00	5,188,400.00
REQ. 04 Plan de medios - DIGITAL ADS	1.00	36,447,269.00	36,447,269.00

GRACIAS POR SU COMPRA	Base	41,635,669
	Descuento	0
	IVA	7,910,777
	SubTotal	49,546,446
	RTE FUENTE	1,665,427
	RTE IVA	1,186,617
	RTE ICA	402,201
FAVOR CONSIGNAR EN BANCOLOMBIA CUENTA DE AHORROS NRO 201-158-219-59 A NOMBRE DE SINTONIZAR MEDIOS S.A.S. Nro FACTURA(S)	Total	46,292,202



CUFE:
49d5646def8b585b5ce0b20670b25faf36e5b3bba482de8bef63832063ae883fb0c7338000f1c00532fe0d9b912d6a33
MES SEPTIEMBRE

SON: CUARENTA Y SEIS MILLONES DOSCIENTOS NOVENTA Y DOS MIL DOSCIENTOS DOS PESOS

FIRMA - ACEPTADA

FAVOR NO EFECTUAR RETENCION EN LA FUENTE, ES UN SERVICIO EXCLUIDO, NO SOMOS GRANDES CONTRIBUYENTES - NO SOMOS AUTORRETENEDORES, Actividad 7310
Tarifa ICA 9,66x1000.



SINTONIZAR MEDIOS LTDA.
NIT 830.107.841-1

**EL SUSCRITO REVISOR FISCAL DE LA COMPAÑÍA
SINTONIZAR MEDIOS S.A.S. SE PERMITE CERTIFICAR**

Que de común acuerdo con los registros contables y los documentos que soportan dichos registros la Compañía **SINTONIZAR MEDIOS S.A.S.**, Identificada con el **NIT 830.107.841-1**, se encuentra a Paz y Salvo hasta la fecha, por concepto de las Obligaciones de Parafiscales, (Caja de Compensación Familiar, Instituto Colombiano de Bienestar Familiar y Servicio Nacional de Aprendizaje — SENA) y en Seguridad social (Salud, Fondo de Pensiones y Riesgos Laborales).

Se expide a solicitud de la Compañía, para dar cumplimiento a la Ley 789 de 2002, en su artículo 50, el día 1 del mes de octubre de 2025.

JUAN NEPOMUCENO DUQUE GELVEZ
Revisor Fiscal TP. N° 8847-T

República de Colombia
Ministerio de Educación Nacional
JUNTA CENTRAL DE CONTADORES
TARJETA PROFESIONAL
DE CONTADOR PUBLICO

8847-T

JUAN NEPOMUCENO
DUQUE GELVEZ
C.C. 13.351.690

RESOLUCION INSCRIPCION 888-T FECHA 21-VII-83
UNIVERSIDAD JORGE TADEO LOZANO

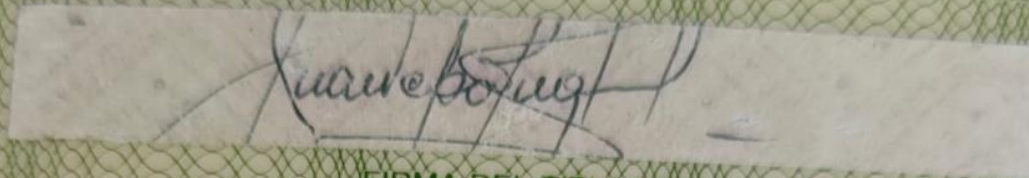



Presidente

00016246

© 1990

02/92 20005



FIRMA DEL TITULAR

Esta tarjeta es el unico documento que lo acredita como
CONTADOR PUBLICO de acuerdo con lo establecido en
la ley 43 de 1990.
Agradecemos a quien encuentre esta tarjeta devolverla
al Ministerio de Educación Nacional - Junta Central de
Contadores.

REPUBLICA DE COLOMBIA
IDENTIFICACION PERSONAL
CEDULA DE CIUDADANIA
13.351.690
NUMERO
DUQUE GELVEZ
APELLIDOS
JUAN NEPOMUCENO
NOMBRES
FIRMA



INDICE DERECHO

FECHA DE NACIMIENTO 31-OCT-1956
PAMPLONA
(NORTE DE SANTANDER)
LUGAR DE NACIMIENTO
1.75
ESTATURA
O-
G.S. RH
M
SEXO
21-SEP-1977 PAMPLONA
FECHA Y LUGAR DE EXPEDICION
REGISTRADORA NACIONAL
ALMABEATRIZ RENGIFO LOPEZ

A-2506400-55137467-M-0013351690-20050713 0025005193M 02 159775840
REGISTRADURIA NACIONAL DEL ESTADO CIVIL

UNIDAD
ADMINISTRATIVA
ESPECIAL

**JUNTA CENTRAL
DE CONTADORES**



Certificado No:

880E517007BB3A26

LA REPUBLICA DE COLOMBIA

MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO

UNIDAD ADMINISTRATIVA ESPECIAL

JUNTA CENTRAL DE CONTADORES

**CERTIFICA A:
QUIEN INTERESE**

Que el contador público **JUAN NEPOMUCENO DUQUE GELVEZ** identificado con CÉDULA DE CIUDADANÍA No 13351690 de PAMPLONA (N. DE SANTANDER) Y Tarjeta Profesional No 8847-T SI tiene vigente su inscripción en la Junta Central de Contadores y desde los últimos 5 años.

NO REGISTRA ANTECEDENTES DISCIPLINARIOS *****

Dado en BOGOTA a los 5 días del mes de Septiembre de 2025 con vigencia de (3) Meses, contados a partir de la fecha de su expedición.


SANDRA MILENA BARRIOS PULIDO
DIRECTOR GENERAL

ESTE CERTIFICADO DIGITAL TIENE PLENA VALIDEZ DE CONFORMIDAD CON LO ESTABLECIDO EN EL ARTICULO 2 DE LA LEY 527 DE 1999, DECRETO UNICO REGLAMENTARIO 1074 DE 2015 Y ARTICULO 6 PARAGRAFO 3 DE LA LEY 962 DEL 2005

Para confirmar los datos y veracidad de este certificado, lo puede consultar en la página web www.jcc.gov.co digitando el número del certificado

INFOME PLANES DE MEDIOS

REAL CUMPLIDO



Deporte


Tr=ce

ALCANCE MULTIMEDIOS

TOTAL VALORES	
TOTAL PLANES	TOTAL EJECUTADO
1 REQUERIMIENTOS	\$37.002.304

ALCANCE - SEPTIEMBRE					
PLATAFORMA	PERSONAS	ALCANCE PERSONAS	ALCANCE %	IMPACTOS TOTALES	KPI'S
META	5.044.036	4.968.375	25%	11.601.283	IMPRESIONES
TWITTER	6.231.086	6.137.620	31%	14.331.498	IMPRESIONES
GOOGLE	4.400.500	4.334.493	22%	10.121.150	IMPRESIONES
YOUTUBE	2.367.704	2.332.188	12%	5.445.719	VIEW

ALCANCE : 79.821

\$37.002.304 EJECUTADO

ACTIVIDAD 2 – DIGITAL - META

Referencias 1



- **Impresiones:** 1.647.821
- **Reach:** 1.412.449
- **Clicks:** 5.007
- **Post Comentarios:** 12
- **Post Reacciones:** 2.000
- **Pots Shares:** 47
- **CTR:** 0,30%
- **Engagement:** 0,15%

- El anuncio **tuvo buena visibilidad** (más de 1.4 millones de personas alcanzadas).
- Sin embargo, el **nivel de interacción y clics es moderado** → podría mejorarse optimizando el texto, la imagen o la segmentación.
- Si el objetivo era **awareness o reconocimiento de marca**, el rendimiento es **aceptable**.
- Si el objetivo era **conversión o tráfico**, habría que **revisar la propuesta de valor o la llamada a la acción (CTA)**.

ACTIVIDAD 2 – DIGITAL - META

Referencias 2



- **Impresiones:** 1.025.605
- **Reach:** 965.934
- **Clicks:** 3.609
- **Post Comentarios:** 5
- **Post Reacciones:** 1.600
- **Pots Shares:** 17
- **CTR:** 0,35%
- **Engagement:** 0,17%

Mejor rendimiento relativo (CTR y engagement mayores), lo que indica que **el contenido fue más relevante o atractivo** para la audiencia, aunque llegó a menos personas.

ACTIVIDAD 2 – DIGITAL - META

Referencias 3



- **Impresiones:** 693.295
- **Reach:** 646.069
- **Clicks:** 2.438
- **Post Comentarios:** 7
- **Post Reacciones:** 901
- **Pots Shares:** 26
- **CTR:** 0,35%
- **Engagement:** 0,14%

Menor alcance, pero CTR sólido → **eficiente**, aunque menos atractivo a nivel emocional (menor engagement).

ACTIVIDAD 2 – DIGITAL - META

Referencias 4



- **Impresiones:** 497.471
- **Reach:** 473.943
- **Clicks:** 2.173
- **Post Comentarios:** 6
- **Post Reacciones:** 987
- **Pots Shares:** 22
- **CTR:** 0,44%
- **Engagement:** 0,21%

- Mayor **CTR (0.44%)** → mejor tasa de respuesta.
- Mayor **Engagement (0.21%)** → mejor conexión emocional.
- Menor **frecuencia (1.05)** → exposición justa, sin saturar.

ACTIVIDAD 2 – DIGITAL - META

Referencias 5



- **Impresiones:** 756.218
- **Reach:** 734.360
- **Clicks:** 2.012
- **Post Comentarios:** 4
- **Post Reacciones:** 695
- **Pots Shares:** 4
- **CTR:** 0,27%
- **Engagement:** 0,09%

- destaca por su **baja frecuencia**, lo cual es positivo si el objetivo es **llegar a nuevas audiencias**, pero su impacto emocional y de clics fue **el más bajo**.
- Esto puede indicar que **la creatividad o el mensaje visual no generaron suficiente interés**.

ACTIVIDAD 2 – DIGITAL

Referencias 6



- **Impresiones:** 152.951
- **Reach:** 149.940
- **Clicks:** 815
- **Post Comentarios:** 3
- **Post Reacciones:** 381
- **Pots Shares:** 7
- **CTR:** 0,53%
- **Engagement:** 0,26%

- La combinación de **alto CTR** y **baja frecuencia (1.02)** indica que **el anuncio fue relevante desde la primera exposición.**
- No hay indicios de fatiga publicitaria (es decir, que las personas vieran varias veces el anuncio sin interactuar).
- El hecho de que tenga **buen CTR con poco alcance** sugiere que el público estaba **bien segmentado.**

ACTIVIDAD 2 – DIGITAL - META

Referencias 7



- **Impresiones:** 144.521
- **Reach:** 138.643
- **Clicks:** 678
- **Post Comentarios:** 0
- **Post Reacciones:** 283
- **Pots Shares:** 5
- **CTR:** 0,47%
- **Engagement:** 0,21%

- Las **reacciones (282)** representan casi todas las interacciones, lo que sugiere una **respuesta emocional pasiva** (interés, agrado o curiosidad).
- Los **compartidos (5)** indican que hubo **poca viralidad**, pero al menos un grupo reducido encontró valor o atractivo suficiente para difundirlo.
- La **ausencia de comentarios (0)** puede reflejar que el anuncio **no promovía diálogo o debate**, sino que estaba orientado más a **visual o recordación de marca**.

ACTIVIDAD 2 – DIGITAL - META

Referencias 8



- **Impresiones:** 26.027
- **Reach:** 26.027
- **Clicks:** 137
- **Post Comentarios:** 1
- **Post Reacciones:** 29
- **Pots Shares:** 2
- **CTR:** 0,53%
- **Engagement:** 0,12%

El **Anuncio 8** muestra un **rendimiento sólido dentro de una escala pequeña de difusión**, destacando por su **CTR superior al promedio** y **claridad en el mensaje** (“Con dignidad”). Aunque no genera alto engagement, **funciona bien como pieza de refuerzo de identidad o valores**.

ACTIVIDAD 2 – DIGITAL - META

Referencias 9



- **Impresiones:** 7.090
- **Reach:** 7.080
- **Clicks:** 30
- **Post Comentarios:** 0
- **Post Reacciones:** 7
- **Pots Shares:** 0
- **CTR:** 0,42%
- **Engagement:** 0,10%

El **Anuncio 9** cumple su función de **mantener presencia o reforzar visibilidad**, pero **carece de impacto emocional o social**.

Su alcance reducido y baja interacción sugieren que fue una pieza **secundaria dentro de la campaña**, posiblemente destinada a mantener la constancia del mensaje.

ACTIVIDAD 2 – DIGITAL - META

Referencias 10



- **Impresiones:** 92.937
- **Reach:** 90.300
- **Clicks:** 172
- **Post Comentarios:** 0
- **Post Reacciones:** 29
- **Pots Shares:** 0
- **CTR:** 0,18%
- **Engagement:** 0,032%

El Anuncio 10 (Carrusel “Torneo de la Vida”) fue eficiente en alcance y exposición, pero débil en interacción y clics.

Cumple bien si el objetivo era **informar o posicionar un mensaje institucional**, pero no si la meta era **interactuar o convertir**.

ACTIVIDAD 2 – DIGITAL - META

Tendencias detectadas

1. Los anuncios en video fueron los más efectivos en alcance y clics. Logran captar atención rápidamente y permiten transmitir mensajes emocionales o visualmente atractivos.

2. Los anuncios con enfoque institucional o de texto (como el carrusel “Torneo de la Vida”) tuvieron mucho alcance pero poca acción. Funcionan bien para informar, pero no motivan participación.

3. Los anuncios con mensajes aspiracionales o humanos (como el anuncio 6) generaron **más engagement**, mostrando que la audiencia responde mejor a contenido emocional.

4. Las piezas gráficas estáticas (anuncios 8 y 9) fueron las más débiles: Bajos clics, baja interacción y poco alcance relativo.

Conclusiones globales

La campaña cumplió su objetivo de visibilidad y alcance, llegando a una gran cantidad de personas sin repetición excesiva.

Sin embargo, las tasas de interacción y clics reflejan que el público vio el mensaje pero no siempre actuó en consecuencia.

Los formatos dinámicos (video o reels) fueron claramente superiores a los estáticos.

Los mensajes más humanos o testimoniales conectaron mejor que los meramente informativos.

Se logró una presencia sólida de marca, pero bajo nivel de conversación y participación orgánica.



ACTIVIDAD 2 – DIGITAL – X / TWITTER

Referencias 1



- **Impresiones:** 2.193.695
- **Clicks:** 3.836
- **CTR:** 0,17%
- **Engagement:** 0,19%

Referencias 2



- **Impresiones:** 1.071.427
- **Clicks:** 1.908
- **CTR:** 0,18%
- **Engagement:** 0,20%

ACTIVIDAD 2 – DIGITAL – X / TWITTER

Referencias 3



- **Impresiones:** 698.606
- **Clicks:** 1.539
- **CTR:** 0,22%
- **Engagement:** 0,25%

Referencias 4



- **Impresiones:** 595.441
- **Clicks:** 1.516
- **CTR:** 0,25%
- **Engagement:** 0,29%

ACTIVIDAD 2 – DIGITAL – X / TWITTER

Referencias 5



- **Impresiones:** 378.611
- **Clicks:** 785
- **CTR:** 0,21%
- **Engagement:** 0,24%

Referencias 6



- **Impresiones:** 360.244
- **Clicks:** 783
- **CTR:** 0,22%
- **Engagement:** 0,24%

ACTIVIDAD 2 – DIGITAL – X / TWITTER

Referencias 7



- **Impresiones:** 335.401
- **Clicks:** 950
- **CTR:** 0,28%
- **Engagement:** 0,32%

Referencias 8



- **Impresiones:** 323.833
- **Clicks:** 662
- **CTR:** 0,20%
- **Engagement:** 0,22%

ACTIVIDAD 2 – DIGITAL – DISPLAY

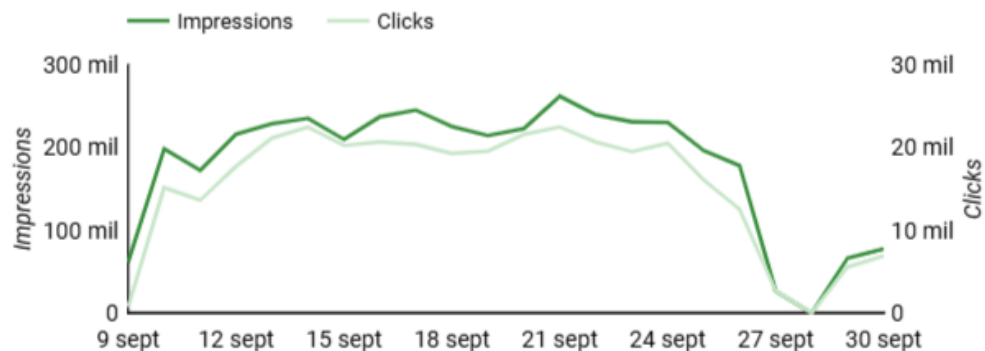
Efectividad e impresiones

Clicks
339.707

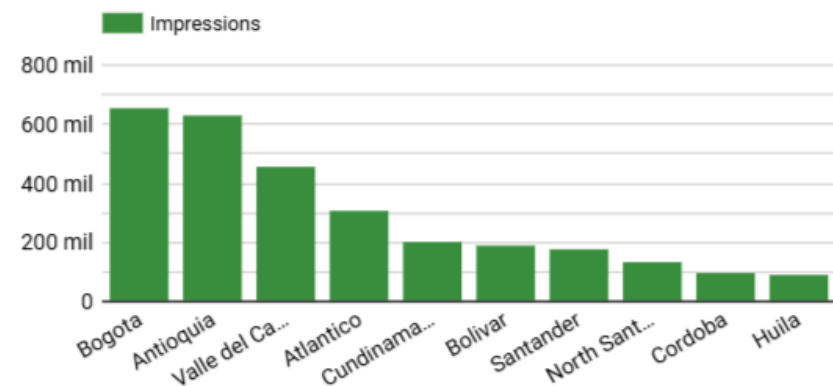
Impresiones
3.977.163

Gracias a la constante optimización hemos conseguido unos excelentes resultados en poco tiempo, hemos conseguido más de 339.707 clics hacia el sitio web y más de 3.9 millones de visualizaciones de nuestras piezas de Google Display

Línea de tiempo de impresiones y clics



Ciudades - impresiones en anuncios



https://lookerstudio.google.com/u/0/reporting/21ffd7a9-6758-4ffa-8439-5f84b0f5fec4/page/p_sm23w7gtod



Deporte

Trace

ACTIVIDAD 2 – DIGITAL – YOUTUBE

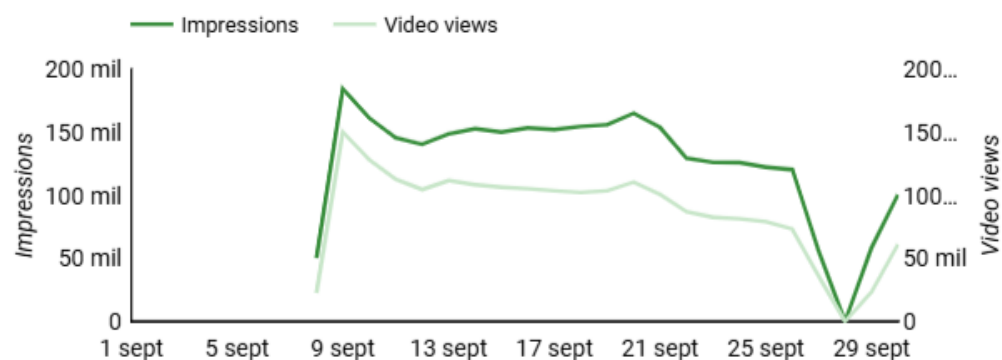
Efectividad e impresiones

Video views
1.995.128

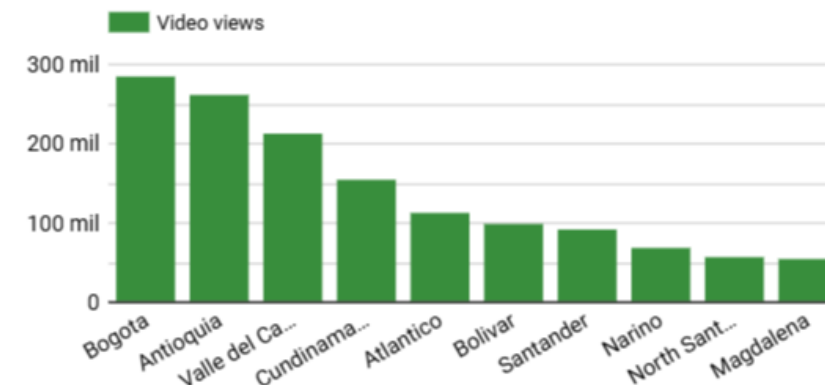
Impresiones
2.908.251

Gracias a la constante optimización hemos conseguido unos excelentes resultados en poco tiempo, hemos conseguido más 1.5M de reproducciones.

Línea de tiempo de impresiones y clics



Ciudades - impresiones en anuncios



https://lookerstudio.google.com/u/0/reporting/21ffd7a9-6758-4ffa-8439-5f84b0f5fec4/page/p_d0a20m2hwd



Deporte

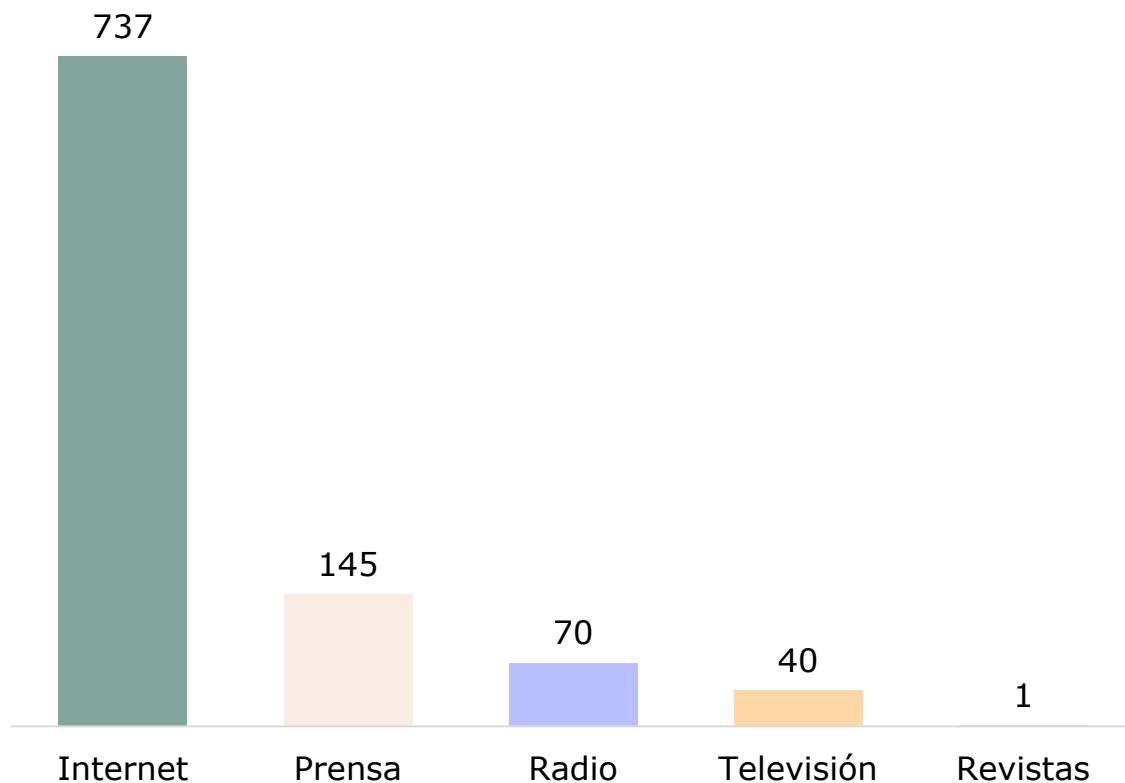
Trace

ACTIVIDAD 1

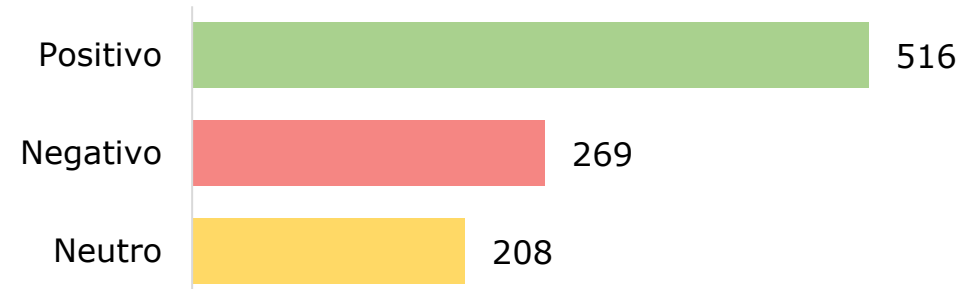
MONITOREO DE MEDIOS - SEPTIEMBRE

ACTIVIDAD 1 – MONITOREO DE MEDIOS

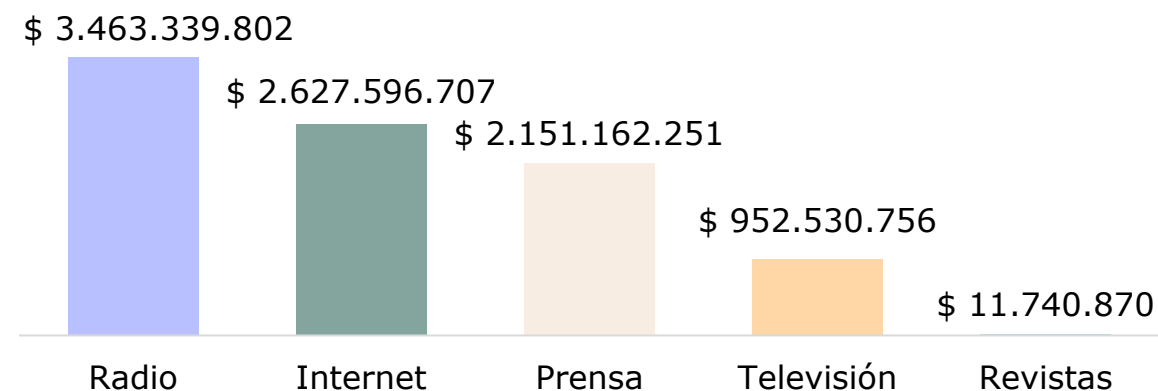
Figuración general en medios



Tono de la información



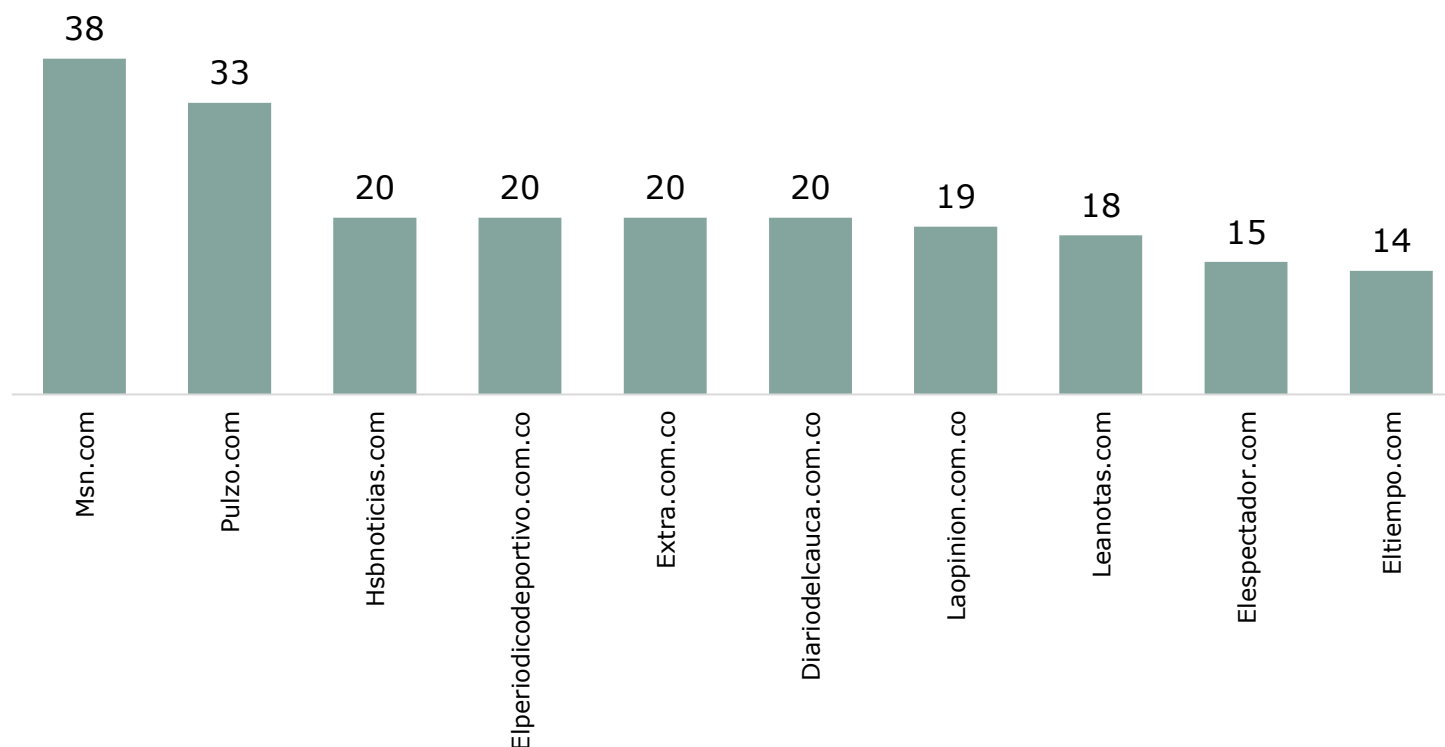
Valorización de la información



Entre el 01 y el 30 de septiembre se registraron 993 notas de interés para el **Ministerio del Deporte** en medios tradicionales. Internet fue el medio de mayor difusión de información al reportar 737 notas, representando el 74,3 % de la figuración. Las notas de tono positivo reportaron el 52,0 %. Por su parte, radio fue el tipo de medio con mayor retorno de inversión al reportar el 37,7 %.

ACTIVIDAD 1 – MONITOREO DE MEDIOS

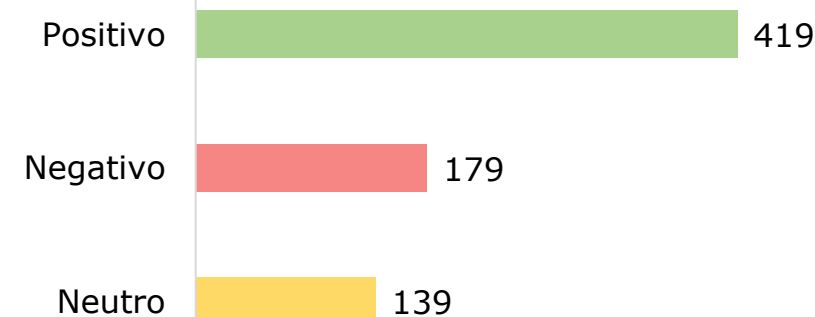
Figuración general en Internet



Entre el 01 y el 30 de septiembre se registraron 737 notas de interés para el **Ministerio del Deporte** en 215 sitios de Internet. Msn.com lideró en la difusión de la información al reportar el 5,2 %, seguido de Pulzo.com con el 4,5 %. Hsbnoticias.com, Elperiodicodeportivo.com.co, Extra.com.co y Diariodelcauca.com.co por su parte reportaron el 2,7 %. Los demás medios reportaron el 2,6 % o menos de la información.

En internet las notas positivas reportaron el 56,9 % de la información. El recorte presupuestal fue el tema con mayor difusión informativa con una representación del 24,6 % de la información.

Tono de la información

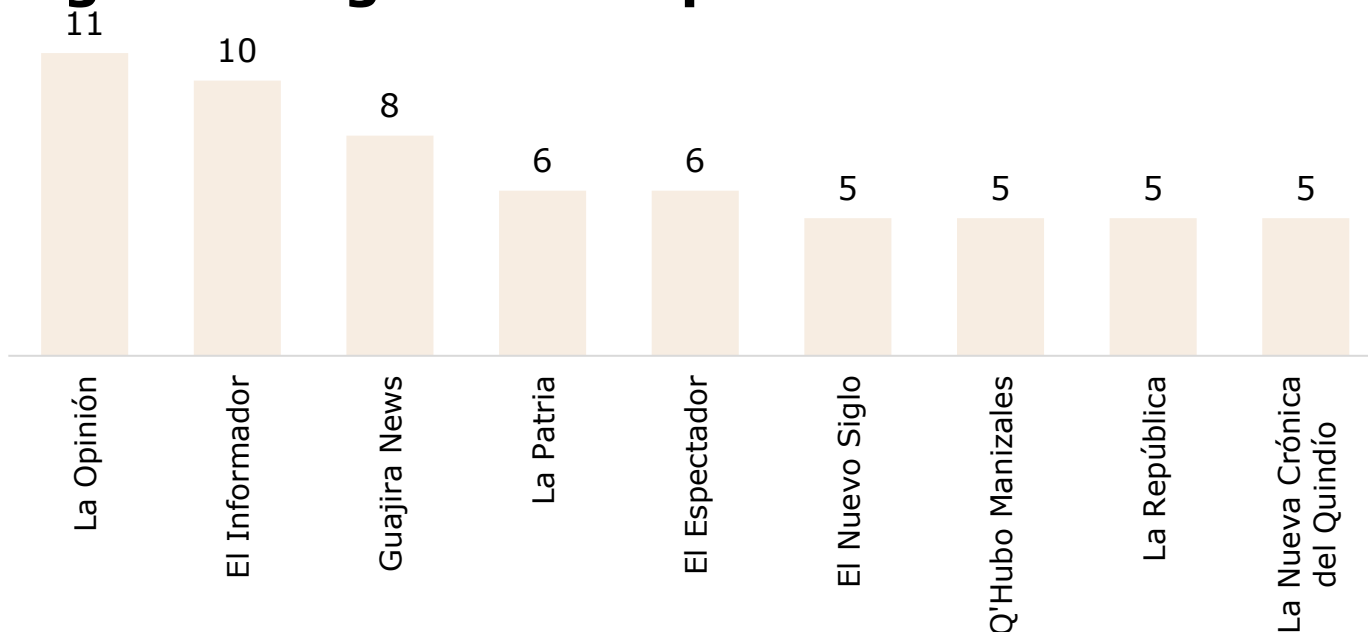


Top de medios con mayor audiencia potencial

Medio	Audiencia
Eltiempo.com	15.009.048
Msn.com	7.616.948
Pulzo.com	6.666.974
Elespectador.com	6.471.850
Caracol.com.co	4.400.593

ACTIVIDAD 1 – MONITOREO DE MEDIOS

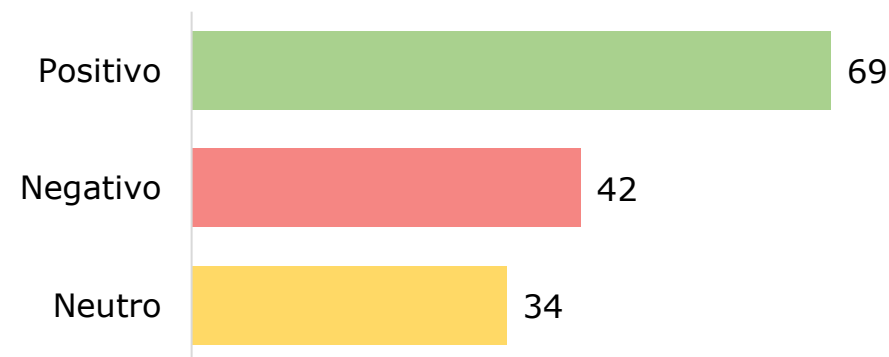
Figuración general en prensa



Entre el 01 y el 30 de septiembre se registraron 145 notas de interés para el **Ministerio del Deporte** en 49 diarios. El diario La opinión lideró en la difusión de la información al reportar el 7,6 %, seguido de El Informador con el 6,9 %. Guajira News reportó el 5,5 %. Los demás medios reportaron el 4,1 % o menos de la información.

En prensa las notas positivas reportaron el 57,8 % de la información. El recorte presupuestal fue el tema con mayor difusión informativa con una representación del 21,8 % de la información.

Tono de la información

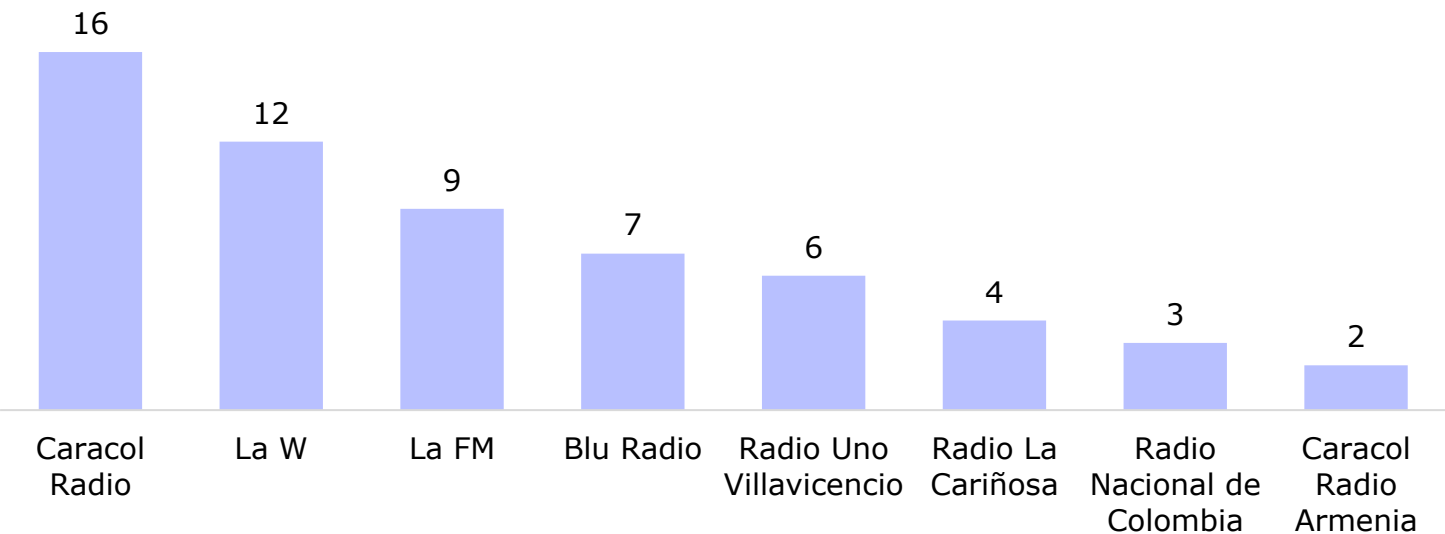


Top de medios con mayor audiencia potencial

Medio	Audiencia
El Espectador	4.392.000
El Tiempo	2.969.196
El Colombiano	1.876.500
El Informador	1.832.000
Guajira News	1.600.000



ACTIVIDAD 1 – MONITOREO DE MEDIOS



Entre el 01 y el 30 de septiembre se registraron 70 notas de interés para el **Ministerio del Deporte** en 19 emisoras. Caracol Radio lideró en la difusión de la información al reportar el 22,9 %, seguido de La W con el 17,1 % de la representación. Continúa La FM con el 12,9 %. Los demás medios reportaron el 10,0 % o menos de la información.

En radio las notas negativas reportaron el 37,1 % de la información. El recorte presupuestal fue el tema con mayor difusión informativa con una representación del 31,4 % de la información.

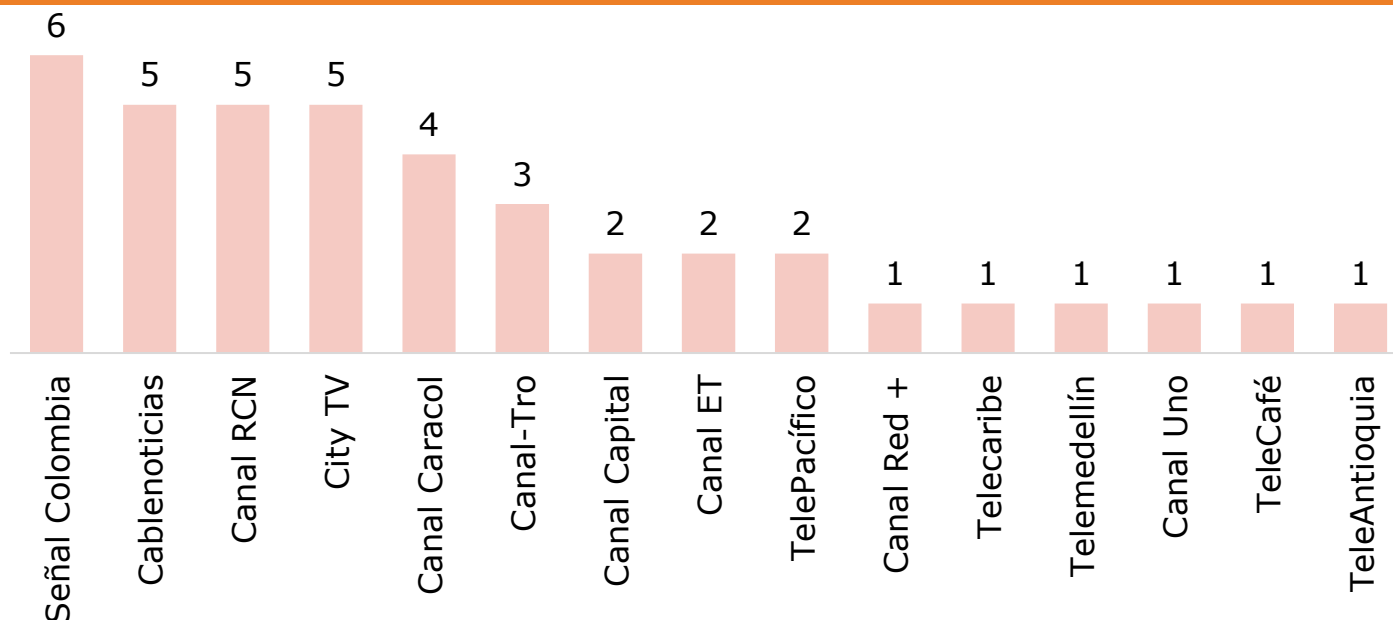
Tono de la información



Top de medios con mayor audiencia potencial

Medio	Audiencia
Caracol Radio	4.586.600
La W	4.567.300
Blu Radio	2.697.700
La FM	2.344.400
Radio La Cariñosa	387.200

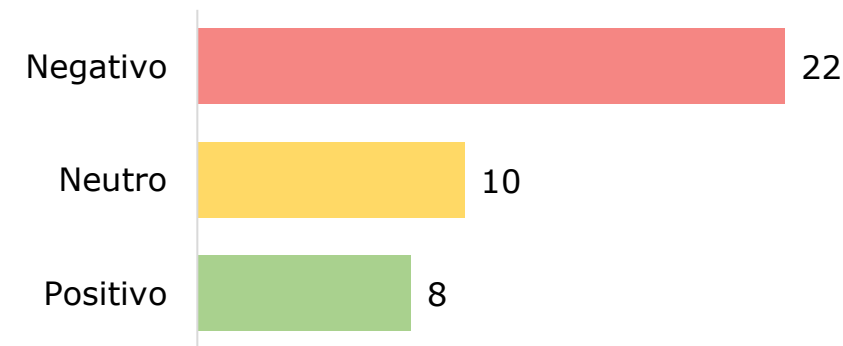
ACTIVIDAD 1 – MONITOREO DE MEDIOS



Entre el 01 y el 30 de septiembre se registraron 40 notas de interés para el **Ministerio del Deporte** en 15 canales. Señal Colombia lideró en la difusión de la información al reportar el 15,0 %, seguido de Cablenoticias, Canal RCN y City TV reportaron el 12,5 %, respectivamente. Canal Caracol por su parte reportó el 10,0 %. Los demás medios reportaron el 7,5 % o menos de la información.

En televisión las notas negativas reportaron el 55,0 % de la información. El recorte presupuestal fue el tema con mayor difusión informativa con una representación del 55,0 % de la información.

Tono de la información

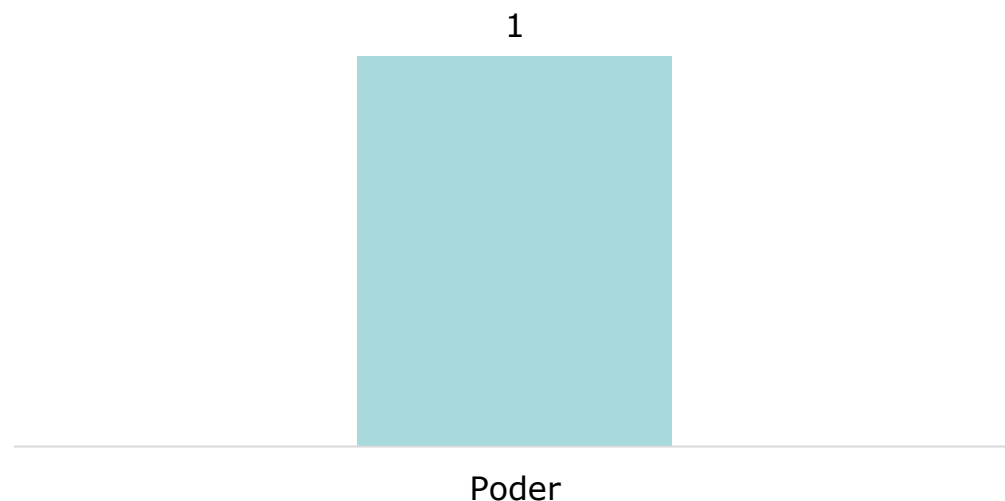


Top de medios con mayor audiencia potencial

Medio	Audiencia
Canal Caracol	5.445.000
Canal RCN	1.752.300
Cablenoticias	644.195
City TV	595.980
Señal Colombia	201.960



ACTIVIDAD 1 – MONITOREO DE MEDIOS



Entre el 01 y el 30 de septiembre se registró 01 nota de interés para el **Ministerio del Deporte** en una revista. La revista Poder lideró en la difusión de la información al reportar el 100 % de la información reportada.

En televisión las notas neutras reportaron el 100 % de la información. El la mención de la ministra por los cambios de gabinete durante el gobierno Petro fue el tema con mayor difusión informativa con una representación del 100 % de la información.

Tono de la información

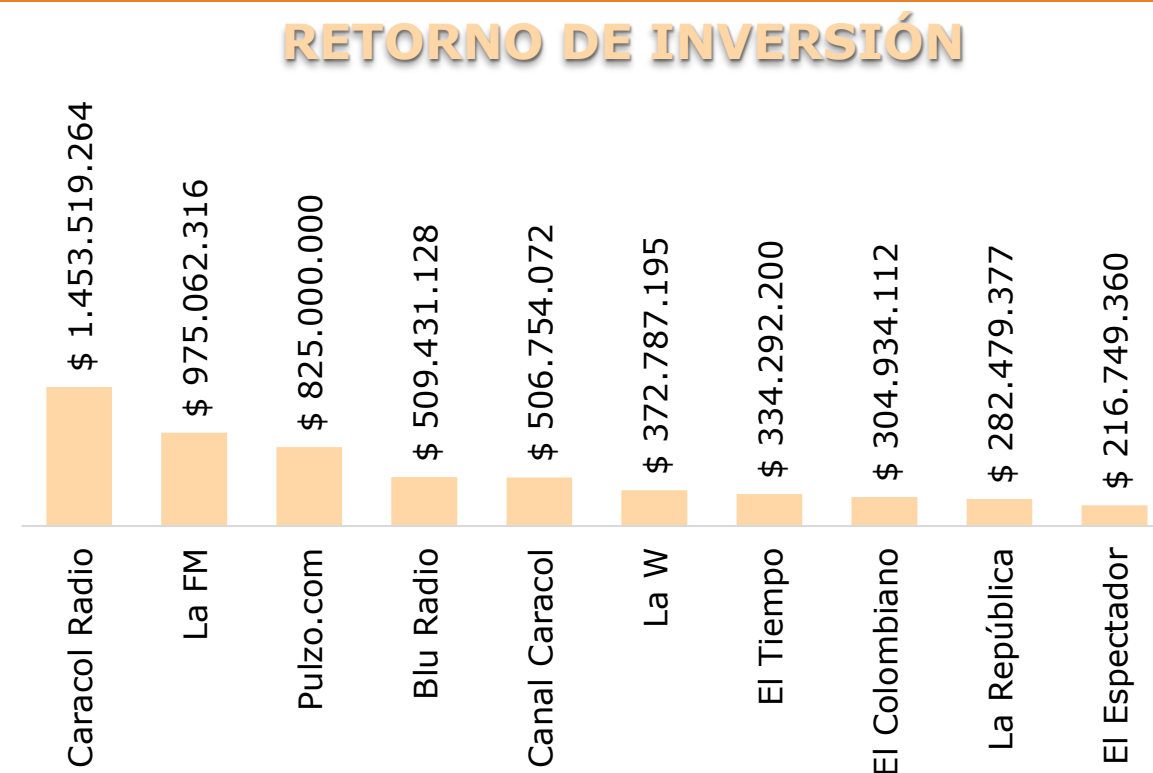
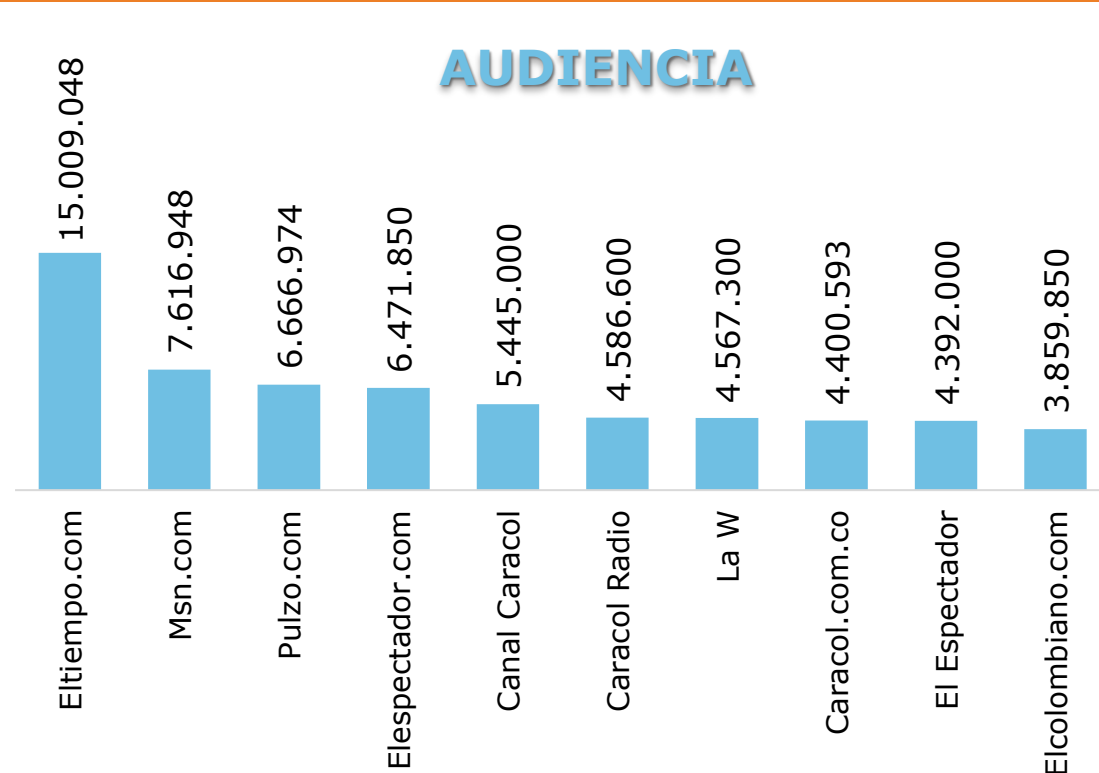


Top de medios con mayor audiencia potencial

Medio	Audiencia
Poder	330.000



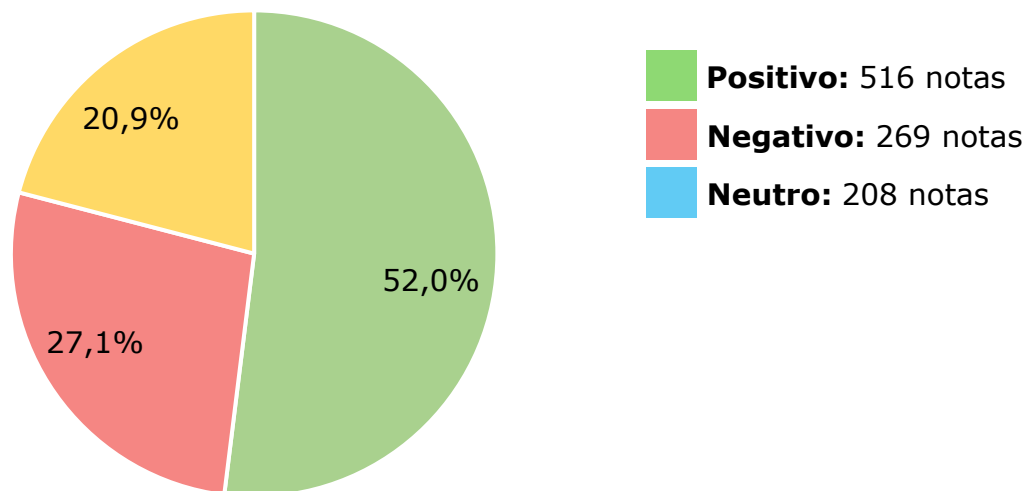
ACTIVIDAD 1 – MONITOREO DE MEDIOS



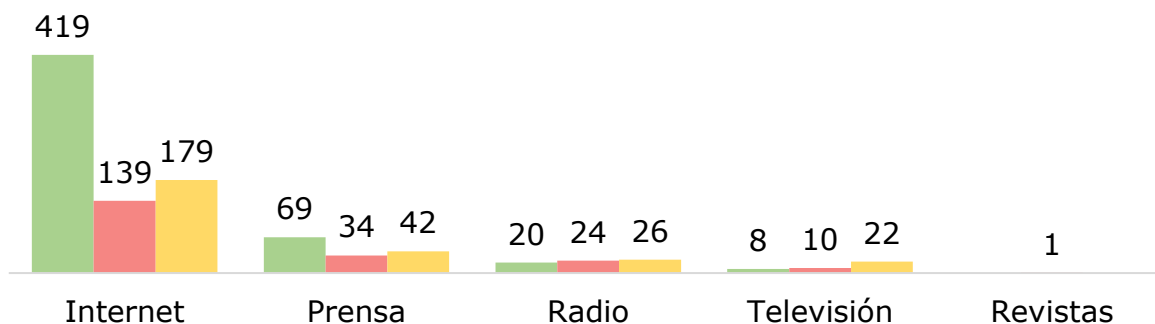
Entre el 01 y el 30 de septiembre el top 3 de los medios con mayor audiencia estimada estuvo conformado por los portales web: Eltiempo.com el cual reportó el 13,0 % de las visualizaciones de las notas de interés para el **Ministerio del Deporte**, seguido de Msn.com reportando el 6,6 % de vistas y cerrando se encuentra el portal Pulzo.com.co con el 5,8 % de impactos.

En cuanto al retorno de inversión, el portal Caracol Radio lideró al reportar el 15,8%, seguido de La FM con el 10,6 % y cerrando con el portal Pulzo.com con el 9,0 % de la valorización registrada.

ACTIVIDAD 1 – MONITOREO DE MEDIOS



Tono de la información por tipo de medio



Deporte

Positivo:

La información positiva estuvo relacionada con los juegos Intercolegiados, los juegos comunales, la preparación de los VII Juegos Escolares Centroamericanos y del Caribe Córdoba 2025, el Encuentro Nacional de Escuelas de Talento de Atletismo. "Este jueves se inaugurarán los Juegos Intercolegiados en el municipio de Melgar, en el polideportivo Las Vegas. El evento contará con la participación de 1.200 deportistas provenientes de diferentes departamentos del país y con la asistencia de la ministra del Deporte. La inauguración se realizará a partir de las 9 de la mañana y se espera que la presencia de los deportistas genere un impulso económico para el comercio local, que celebra la reactivación asociada a este tipo de eventos deportivos."

Neutro:

La información neutra estuvo relacionada con el debate del presupuesto del 2026, la orden de la Corte Suprema para la inclusión de jóvenes sordos en los juegos juveniles, la crisis financiera del Deportivo Cali. "El Gobierno y el Congreso ajustan recursos al presupuesto 2026 con un refuerzo de 200 mil millones para el Ministerio del Deporte. Inicio Política Sara Camila Fajardo Castellanos El ministro de Hacienda, Germán Ávila, confirmó que el Ministerio del Deporte tendrá un refuerzo cercano a los 200 mil millones de pesos dentro de los ajustes al Presupuesto General de la Nación 2026. Ávila explicó que el Gobierno y las comisiones económicas han avanzado en acuerdos de "movilidad"

Negativo:

La información negativa estuvo relacionada con el recorte presupuestal, la polémica por la contratación al interior del ministerio. Colombia vive una de sus peores crisis deportivas en décadas. Tras perder la sede de los Juegos Panamericanos 2027, el país enfrenta ahora un drástico recorte presupuestal: de 1,3 billones en 2024, el Ministerio del Deporte pasará a 464 mil millones en 2025 y apenas 312 mil millones en 2026. Atletas como Rigoberto Urán y Ángel Barajas han levantado la voz para advertir que este ajuste amenaza el ciclo olímpico rumbo a Los Ángeles 2028."

Tr=ce

ACTIVIDAD 1 – MONITOREO DE MEDIOS

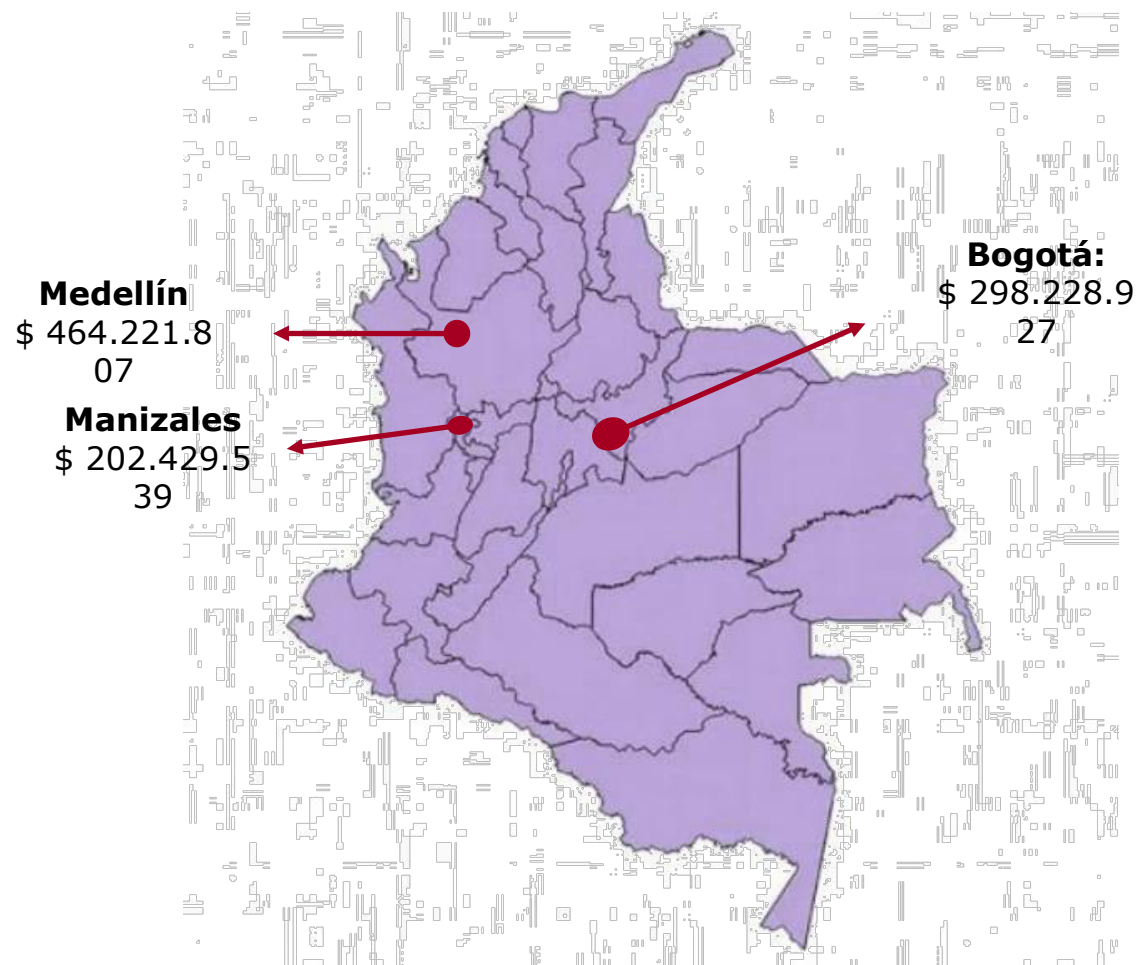
Top de regiones

Región	Notas	Porcentaje
Nacional	410	41,3%
Bogotá	83	8,4%
Barranquilla	44	4,4%
Cúcuta	32	3,2%
Montería	31	3,1%
Bucaramanga	31	3,1%

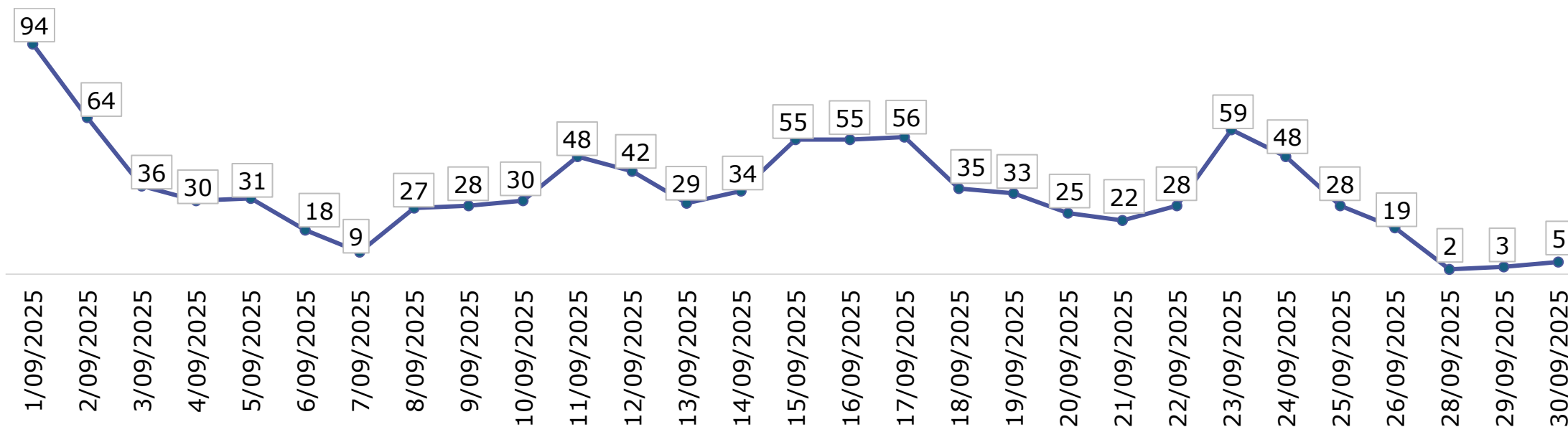
**Regiones destacadas*

Top de regiones con mayor audiencia potencial

Nacional	84.815.226
Medellín	6.820.796
Bogotá	4.181.231
Santa Marta	2.575.844
Barranquilla	2.242.719



ACTIVIDAD 1 – MONITOREO DE MEDIOS

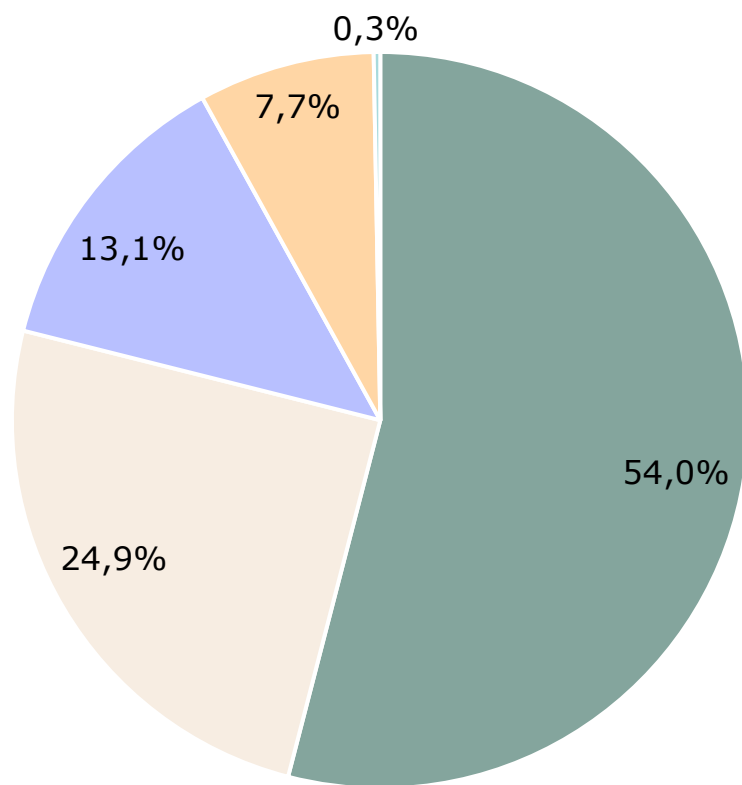


Durante el periodo analizado el día 01 de septiembre fue el de mayor difusión de información con 94 notas donde destacó la información relacionada con: el recorte presupuestal, el cual reportó 62 notas 66,0 % de la figuración del día, *"Deportistas y dirigentes realizaron un plantón en la Plaza de Bolívar como rechazo al bajo presupuesto que podría enfrentar el Ministerio del Deporte en 2025. Captura de pantalla: W Radio En cabeza del Comité Olímpico Colombiano y el Comité Paralímpico colombiano, se realizó un plantón en la Plaza de Bolívar ante la inminente preocupación de cara a la reducción del presupuesto que enfrentaría el sector deportivo para 2025."* Seguido de los juegos Intercolegiados y crisis financiera que vive actualmente el Deportivo Cali con 6 notas y el 6,4 % cada uno. Finalizando el top 3 se encuentra la reunión Comisión Nacional del Fútbol en Manizales - Barras futboleras con 3 notas y el 4,3 % de la información destacada en este día.

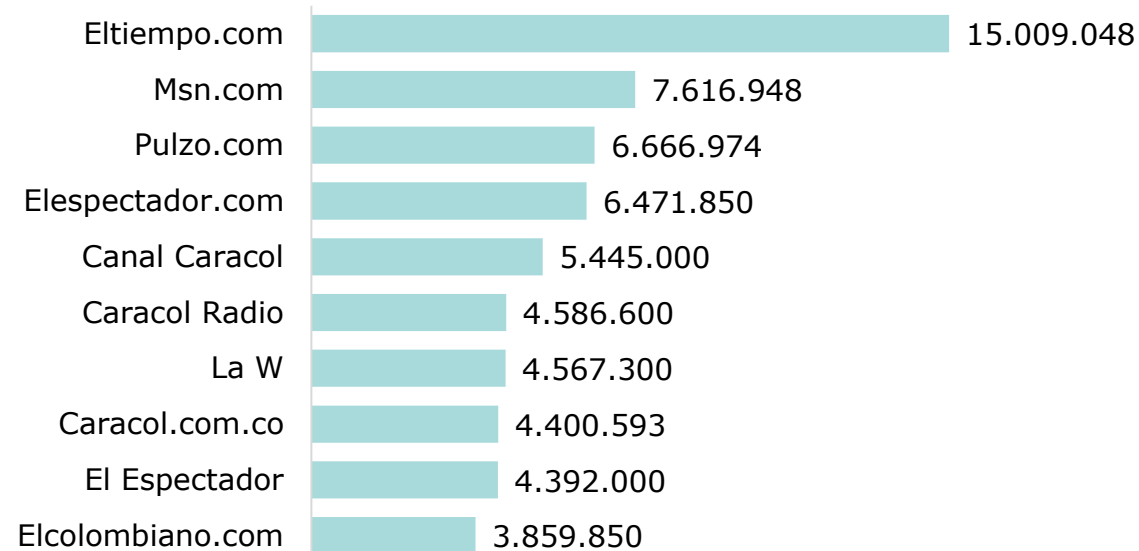


ACTIVIDAD 1 – MONITOREO DE MEDIOS

■ Internet ■ Prensa ■ Radio ■ Televisión ■ Revistas



Top de medios con mayor audiencia



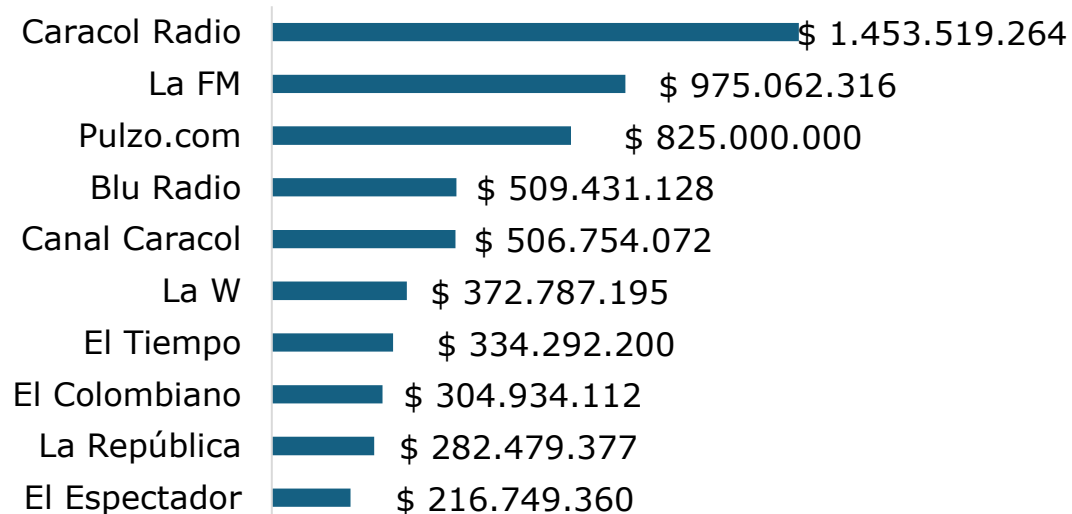
Durante el periodo analizado, el **Ministerio del Deporte** registró una audiencia estimada de 115.322.541 visualizaciones.

Siendo internet el tipo de medio con mayor audiencia estimada, representando en 62.307.508 visualizaciones, seguido por prensa con 28.698.228 impactos, radio con 15.059.648 registros, televisión con 8.927.157. Finalmente revistas reportó 330.000.

Eltiempo.com fue el medio de mayor audiencia estimada con el 13,0 %, seguido de Msn.com con el 6,6 %.

ACTIVIDAD 1 – MONITOREO DE MEDIOS

Top de medios con mayor valorización

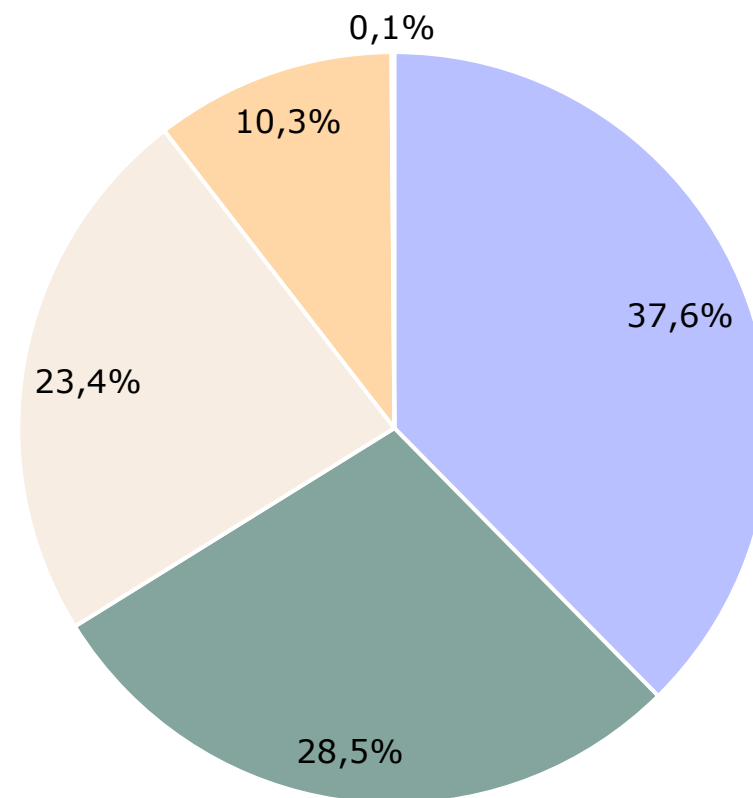


Durante el periodo analizado, el **Ministerio del Deporte** registró un ROI estimado de \$ 9.206.370.386.

Radio fue el tipo de medio con mayor retorno de inversión con \$ 3.463.339.802. Seguido por internet con un aproximado de \$ 2.627.596.707, continúa prensa con \$ 2.151.162.251, televisión por su parte reportó \$ 952.530.756. Finalmente revistas reportó \$ 11.740.870.

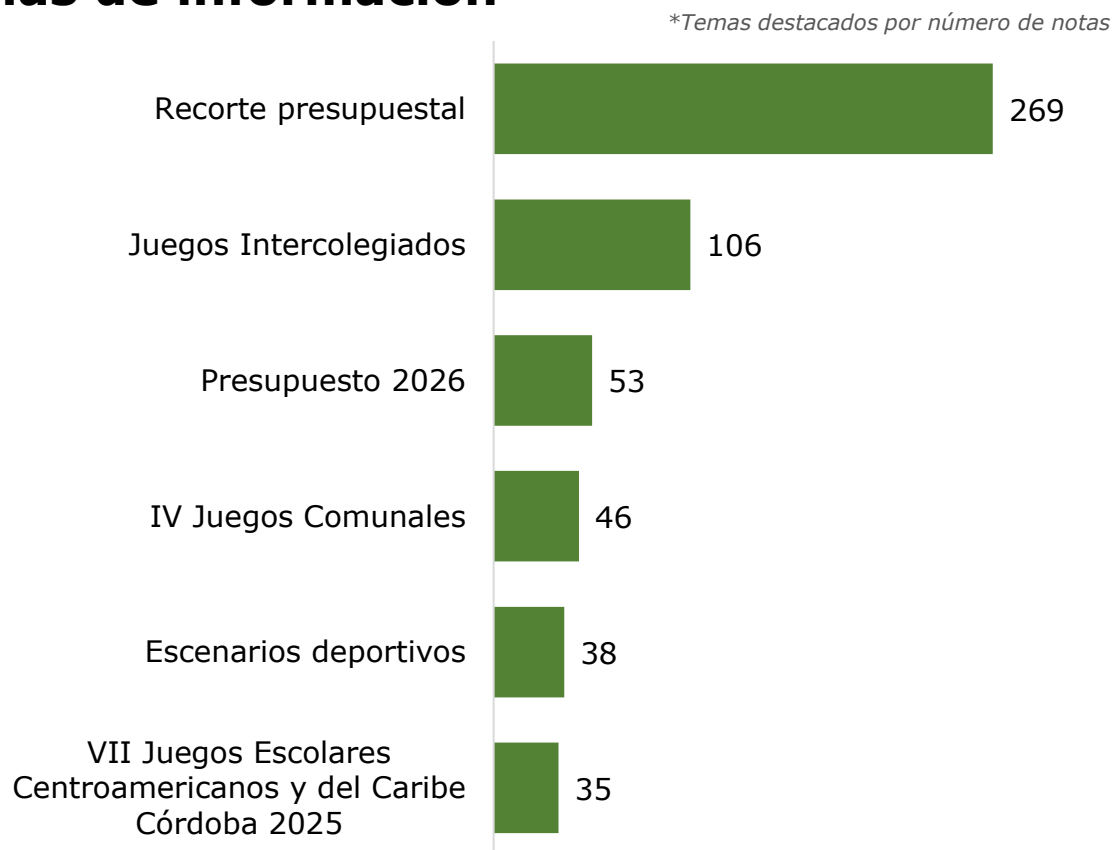
Caracol Radio registró un retorno de inversión equivalente al 15,8 %, seguido de La FM con el 10,6 %.

Radio Internet Prensa Televisión Revistas



ACTIVIDAD 1 – MONITOREO DE MEDIOS

Temas de información



Durante el periodo analizado el 27,1 % de la información estuvo relacionada con el tema de información recorte presupuestal para el ministerio del deporte en el 2026, el cual generó gran polémica entre los deportistas y dirigentes nacionales debido a las afectaciones que tendría en los compromisos deportivos previstos para el próximo año.

"Este lunes, decenas de deportistas, entrenadores y funcionarios del Ministerio del Deporte, protestaron frente al Congreso de la República. Este lunes se registraron manifestaciones frente al Congreso de la República por parte de deportistas, entrenadores y funcionarios del Ministerio del Deporte quienes protestan contra el recorte presupuestal que habrá en el 2026 en el deporte. "Si este recorte presupuestal se mantiene, el desempeño en los juegos olímpicos va a disminuir."

"Siguen recortando el presupuesto del deporte. El Gobierno Nacional prometía que sería de los grandes promotores, en Solo dos años se perderían el 75% de los recursos que tenía el deporte en el país. El día de hoy se presentó una protesta en la Plaza de Bolívar frente al Congreso de la República."

El 10,7 % de las noticias estuvieron relacionada con los juegos Intercolegiados en varias zonas del país.

Cerrando el top 3 se encuentran los la discusión sobre el presupuesto de la nación para el año 2026 que representó el 5,3 %.

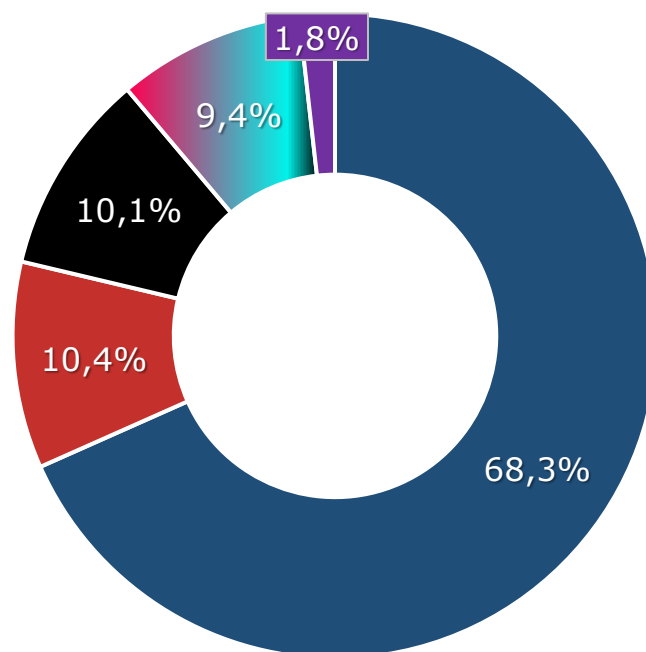
Igualmente, el tema de recorte presupuestal lideró en la audiencia estimada al registrar el 45,3%.

El 39,9 % del ROI lo registró el tema del recorte presupuestal.

ACTIVIDAD 1 – MONITOREO DE MEDIOS

Estadística de menciones

■ Facebook ■ YouTube ■ X ■ TikTok ■ Instagram



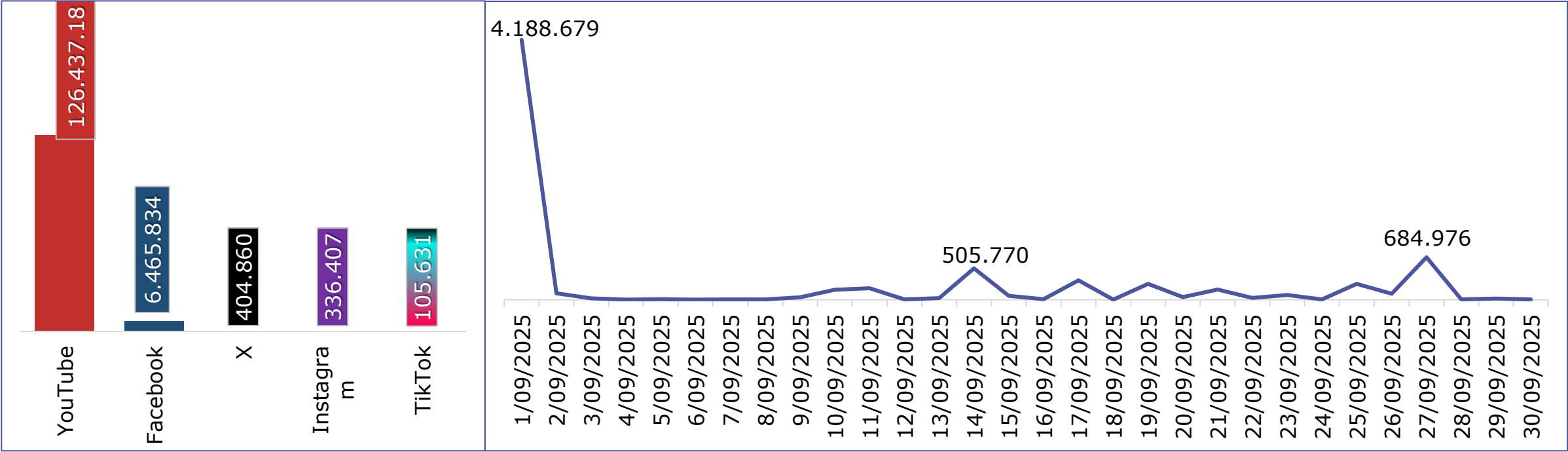
Durante el periodo analizado se registraron 4.429 publicaciones en redes sociales para el **Ministerio del Deporte**. Con el 68,3 % lidera Facebook seguido de YouTube con el 10,4 %; seguido por X con el 10,1%. Continúa en TikTok con 9,4 %. Finalmente Instagram logró el 1,8 %

Plataforma	Menciones
Facebook	3.027
YouTube	459
X	449
TikTok	415
Instagram	79
Total general	4.429

ACTIVIDAD 1 – MONITOREO DE MEDIOS

Alcance potencial

CANTIDAD DE VISUALIZACIONES ESTIMADAS POR DÍA*

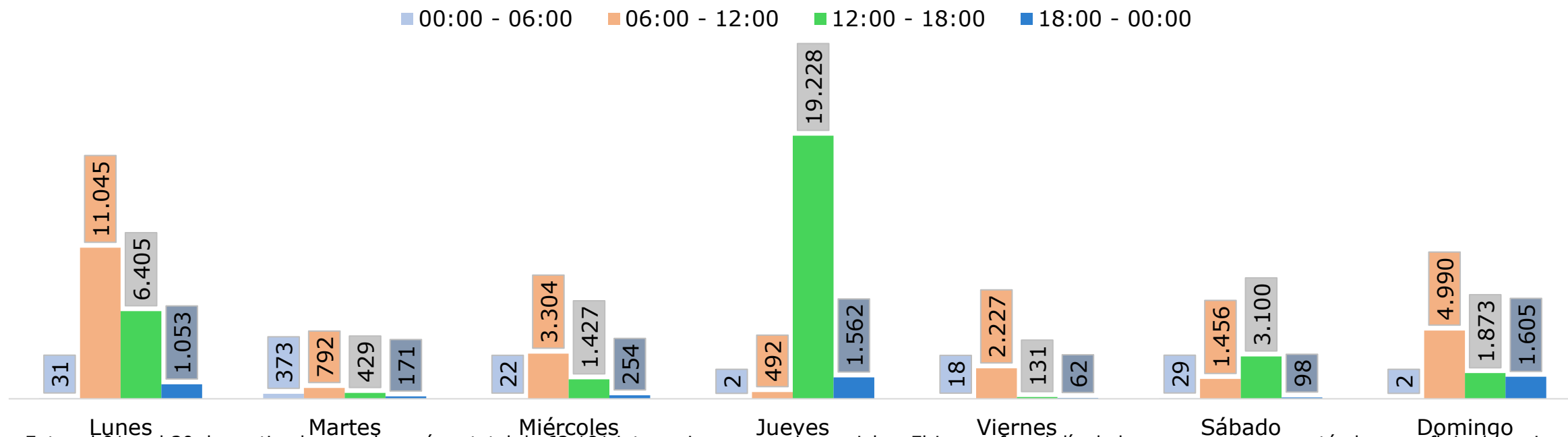


Durante el periodo analizado se registró un alcance potencial de 7.312.732 usuarios estimados, siendo distribuido en un 94,6 % en YouTube, un 4,8 % en Facebook, un 0,3 % en X, un 0,2% en Instagram. Finalmente el 0,1 % lo obtuvo TikTok.

El pico de información se presentó en la jornada del 01 de septiembre. Este día la publicación con mayor alcance fue posteada por la cuenta de Facebook de Cali es Cali en la que se indica que: " 🇺🇸 Protesta frente al Congreso por recorte presupuestal al deporte 2026. A esta hora, deportistas, presidentes de federaciones y funcionarios del Ministerio del Deporte protestan frente al Congreso contra el recorte presupuestal previsto para el 2026." <https://www.facebook.com/476929401128273/posts/1208151438006062>

ACTIVIDAD 1 – MONITOREO DE MEDIOS

Interacción diaria



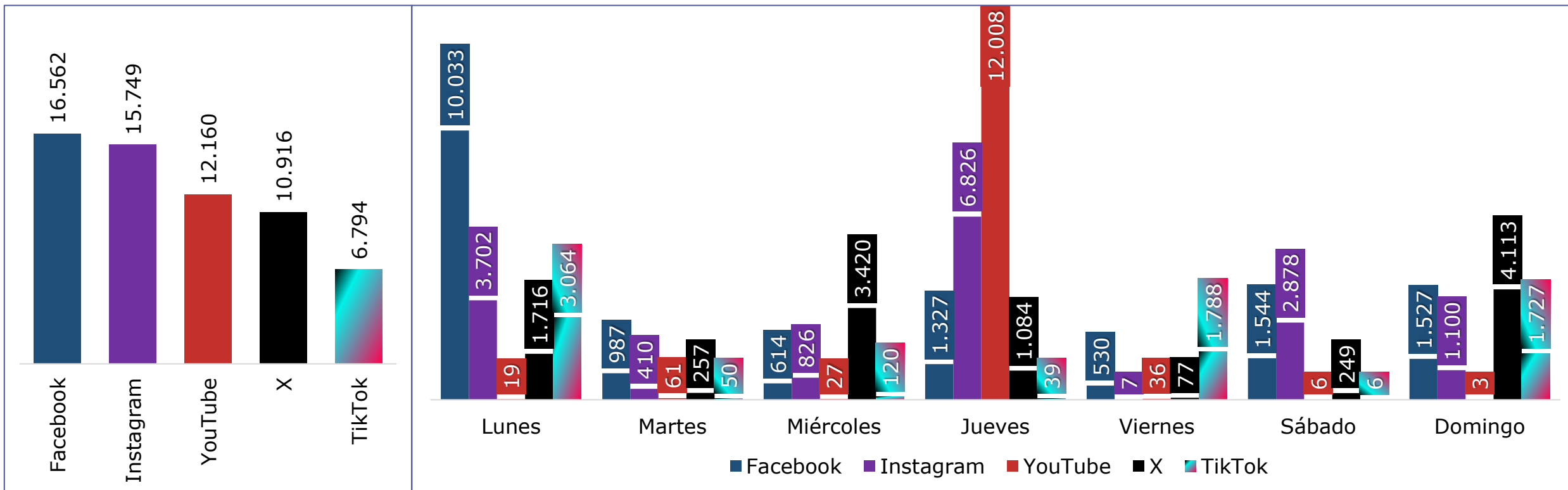
Entre el 01 y el 30 de septiembre se observó un total de 62.181 interacciones en redes sociales. El jueves fue el día de la semana que presentó el mayor flujo de acciones por parte de los usuarios con 21.284 interacciones y un indicador del 34,2 %. Adicionalmente, entre las 12:00 - 18:00, se presentó el mayor movimiento en redes con 32,593 interacciones registradas igual a un 52,4 %.

A nivel general, el día 11 de septiembre fue el de mayor reporte de interacciones, donde se destacó la publicación realizada por la cuenta de YouTube de Revista Semana en la que se mencionó: "El ministro Armando Benedetti intentó politizar la clasificación de la Selección Colombia, mientras otros denuncian que el gobierno desfinancia el Ministerio del Deporte": Julia Correa opina. [semana.com](http://www.youtube.com/watch?v=4lcU_OI37Ww) #Semana #Colombia #RevistaSemana #Noticias #Periodismo #SemanaTV #ÚltimasNoticias #NoticiasInternacionales #Documentales #Entrevistas #Política #Opinion ". http://www.youtube.com/watch?v=4lcU_OI37Ww



ACTIVIDAD 1 – MONITOREO DE MEDIOS

Interacción por red social



Durante este periodo, Facebook fue la red social de mayor interacción con 16.562 acciones equivalentes al 26,6 %, siendo el día lunes el de mayor tráfico. En segundo lugar se encuentra Instagram con una interactividad de 25,3 % con 15.749 reacciones y el día jueves como el más representativo. A continuación, YouTube con el 19,6 % por 12,160 acciones y el día jueves como el de mayor movimiento. Las interacciones de X llegaron al 17,6 % por 10.916 impactos y el domingo como el día más destacado. Finalmente, TikTok reportó el 10,9 % con 6.794 interacciones y el lunes el de mayor interacción.



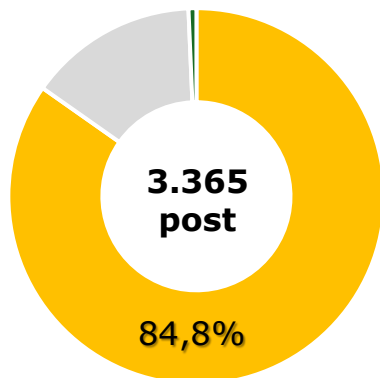
ACTIVIDAD 1 – MONITOREO DE MEDIOS

Sentimiento

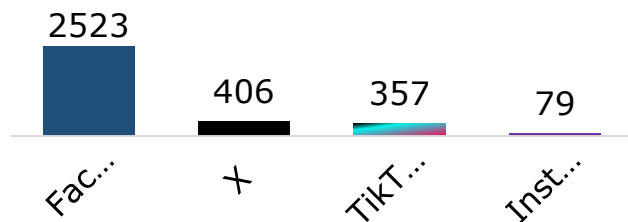
DATOS DE YOUTUBE ÚNICAMENTE CUANTITATIVOS*

Sentimiento

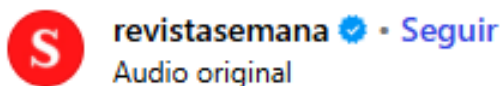
Neutro



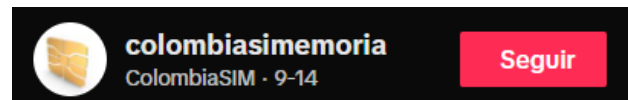
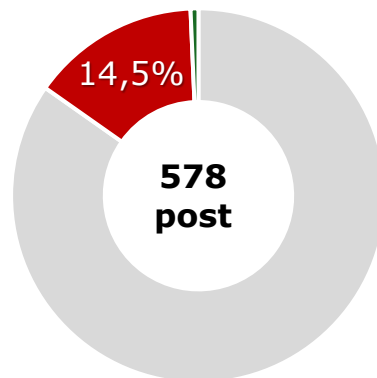
Distribución por red social



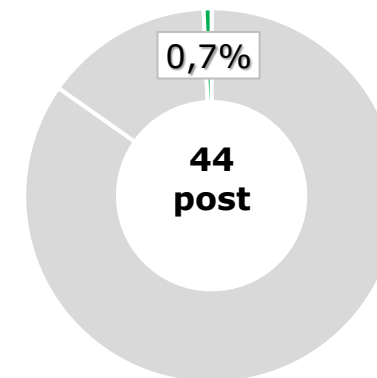
Post destacado



Negativo



Positivo



Deporte

Trace

ACTIVIDAD 1 – MONITOREO DE MEDIOS

Principales influenciadores



TOP DE PERFILES DESTACADOS POR NÚMERO DE INTERACCIONES EN SUS PUBLICACIONES

PUBLICACIÓN CON MAYOR NÚMERO DE INTERACCIONES POR CADA USUARIO*

Revista Semana (@RevistaSemana)	6.739 interacciones
“El ministro Armando Benedetti intentó politizar la clasificación de la Selección Colombia, mientras otros denuncian que el gobierno desfinancia el Ministerio del Deporte”: Julia Correa opina. POST  Ver post*	

Caracol Radio (@CaracolRadio)	2.218 interacciones
Ernesto Lucena, exministro del Deporte, y Carlos Ramírez, doble medallista olímpico, hablaron en #10AM del recorte que se le ha hecho al Ministerio del Deporte. Aseguraron que perjudica seriamente a los deportistas e hicieron un llamado al Gobierno para que se reconsidere esa decisión. POST  Ver post*	



ACTIVIDAD 1 – MONITOREO DE MEDIOS

Principales influenciadores



TOP DE PERFILES DESTACADOS POR NÚMERO DE INTERACCIONES EN SUS PUBLICACIONES

PUBLICACIÓN CON MAYOR NÚMERO DE INTERACCIONES POR CADA USUARIO*

Cali es Cali	5.869 interacciones
🏠 Protesta frente al Congreso por recorte presupuestal al deporte 2026. A esta hora, deportistas, presidentes de federaciones y funcionarios del Ministerio del Deporte protestan frente al Congreso contra el recorte presupuestal previsto para el 2026. 💬 “Si este recorte presupuestal se mantiene, el desempeño en los Juegos Olímpicos va a disminuir”, afirmó Yeison López, pesista colombiano. 💬 “Que el Gobierno vea que somos un grupo unido, esto no es un tema político, sino de estructura deportiva. El deporte aleja a los niños y jóvenes de las problemáticas sociales”, expresó Luis Arturo Soler, entrenador deportivo. 📌 Los manifestantes exigen que el Gobierno garantice los recursos necesarios para apoyar a los atletas y fortalecer el sistema deportivo nacional. POST Ver post*	

Evelyn Matthei	1.230 interacciones
¡Sí, lo dije! cl 🌐 He conversado con @claudiobravo1 para el Ministerio del Deporte... y también con Roberto Bravo. Así que como ya ven...me puse Brava completa. POST Ver post*	



Deporte

Trace

ACTIVIDAD 1 – MONITOREO DE MEDIOS

Principales influenciadores



TOP DE PERFILES DESTACADOS POR NÚMERO DE INTERACCIONES EN SUS PUBLICACIONES

PUBLICACIÓN CON MAYOR NÚMERO DE INTERACCIONES POR CADA USUARIO*

RevistaSemana

10.796 interacciones

“El ministro Armando Benedetti intentó politizar la clasificación de la Selección Colombia, mientras otros denuncian que el gobierno desfinancia el Ministerio del Deporte”: Julia Correa opina. semana.com

#Semana #Colombia #RevistaSemana #Noticias #Periodismo
#SemanaTV #ÚltimasNoticias #NoticiasInternacionales
#Documentales #Entrevistas #Política #Opinion

[POST](#)  Ver post*

@gerardoduque1906

163 interacciones

Estos 2 señores son lo peor para Colombia. Estan asaltando al Pueblo Colombiano.

[POST](#)  Ver post*



Deporte

Trace

ACTIVIDAD 1 – MONITOREO DE MEDIOS

Principales influenciadores



TOP DE PERFILES DESTACADOS POR NÚMERO DE INTERACCIONES EN SUS PUBLICACIONES

PUBLICACIÓN CON MAYOR NÚMERO DE INTERACCIONES POR CADA USUARIO*

ÚltimaHoraCaracol (@UltimaHoraCR)

3.617 interacciones

#BOGOTÁ | Deportistas protestan sobre la calle 67 con séptima por el recorte presupuestal de más de 1 billón de pesos que sufre el Ministerio del Deporte. La cartera pasó de 1,3 billones de pesos a tener un presupuesto de cerca de 310 millones de pesos.
<https://t.co/R0kxQZ3iBX> <https://pic.x.com/5LvZnZr5Ok>

[POST](#)  Ver post*

Cambio Radical (@PCambioRadical)

3.033 interacciones

Que bajo. Benedetti saca pecho, tras el juego contra Venezuela, por la clasificación en las #Eliminatorias2026. Se le olvida que dejaron perder los Panamericanos, cancelaron intercolegiados y le quitaron 75% del presupuesto al Mindeporte. Avemaría con indulgencias ajenas 🤪. El "cambio".

[POST](#)  Ver post*



Deporte

Trace

ACTIVIDAD 1 – MONITOREO DE MEDIOS

Principales influenciadores



TOP DE PERFILES DESTACADOS POR NÚMERO DE INTERACCIONES EN SUS PUBLICACIONES

PUBLICACIÓN CON MAYOR NÚMERO DE INTERACCIONES POR CADA USUARIO*

**Caracol Radio
(@CaracolRadio)**

1.894 interacciones

Ernesto Lucena, exministro del Deporte, y Carlos Ramírez, doble medallista olímpico, hablaron en #10AM del recorte que se le ha hecho al Ministerio del Deporte. Aseguraron que perjudica seriamente a los deportistas e hicieron un llamado al Gobierno para que se reconsidere esa decisión.

[POST](#)  Ver post*

GerPaz2 (@gerpaz22)

1.772 interacciones

Ximenita haciendo lo que debería hacer la ministra de Deporte 🙄🙄 por es con TUTO para que salgamos de hueco 💙❤

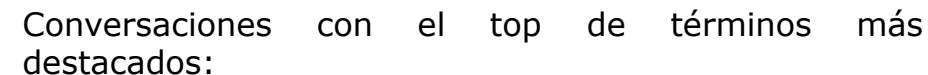
[POST](#)  Ver post*



Deporte

Tr=ce

Nube de palabras



- ❖ Se destacaron las noticias sobre el recorte al presupuesto para el Ministerio del Deporte en el 2026.
- ❖ Destacó la información sobre el camino de la selección a la clasificación.

GRACIAS

CONCEPTO 1	CONCEPTO 2	VALOR	LUGAR
PRESTAR SERVICIOS DE CENTRAL DE MEDIOS, OPERACIÓN TÉCNICA Y LOGÍSTICA EN EL MARCO DEL CI 650 - 2025/ MIN. DEPORTE.	REQ. 1	6.174.196	BOGOTÁ
Plan de medios - DIGITAL ADS	REQ 2	43.372.250	BOGOTÁ
TOTAL FACTURACION		49.546.446	