Villavicencio, 13 de octubre del 2026

Doctor:
Wilintong Ortiz
Gerente
Lotería del Meta
Ciudad

INFORME DE SUPERVISIÓN
ORDEN DE PRESTACIÓN No. LOT-005-2026

1. **OBJETIVO DEL INFORME**:
INFORMACIÓN DEL CONTRATO:

CONTRATO No:	**Nº** LOT-005-2026
No REGISTRO PRESUPUESTAL	00007 DE 07 DE ENERO DEL 2026
CONTRATISTA	**CARLOS HERNANDO PINZON NIEVES N/IT. 1121866842-1**
SUPERVISOR	DAVID SEBASTIAN DONCEL ORDOÑEZ
OBJETO DEL CONTRATO O CONVENIO	PRESTACIÓN DE SERVICIOS DIGITALES REDES E IMPULSO DE MARCA Y CUBRIMIENTO EN LOS EVENTOS Y CAMPAÑAS PUBLICITARIAS VIGENCIA 2026 DE LA LOTERÍA DEL META".
CONDICIONES INICIALES	
VALOR INICIAL DEL CONTRATO	CINCUENTA MILLONES OCHOCIENTOS MIL PESOS M/CTE ($50.800.000) INCLUIDO IVA.
VALOR DE LA ADICIÓN	N/A
PLAZO DE EJECUCIÓN	El plazo de ejecución del contrato será por el término de doce (12) meses.
FECHA DE INICIO:	07 DE ENERO DEL 2026
PRÓRROGA	N/A
FECHA DESIGNACIÓN DEL SUPERVISOR	07 DE ENERO DEL 2026
FECHA DE TERMINACIÓN	31 DE DICIEMBRE DEL 2026

2. DESARROLLO DEL CONTRATO:

Mediante oficio de 25 de agosto del 2026, se me notificó la designación como supervisor del contrato objeto de este informe, por lo cual, me permito comunicar el desarrollo de las actividades, en los siguientes aspectos:

2.1. Avance en la ejecución del contrato:

(conforme a las establecidas en el contrato Nota: Se debe proceder a efectuar la descripción detallada de

LOS SERVICIOS PRESTADOS o de los BIENES ENTREGADOS según se desprende del OBJETO CONTRACTUAL que determina el alcance de las obligaciones que debe ejecutar el contratista. Para tal efecto esta SUPERVISIÓN deberá dar fe, entre otras, el cumplimiento de las obligaciones contractuales)

1. Administrar las contraseñas dando un uso responsable, evitando la difusión de las mismas	se evidencio que ha blindado las cuentas de la Lotería del Meta en redes sociales. Mensualmente realizando comprobaciones de seguridad.
2. Desarrollar e implementar una estrategia digital integral para el posicionamiento de la marca "La Llanerita de los Colombianos" en los canales y plataformas digitales relevantes, incluidas redes sociales.	se evidencio que el contratista, que ha implementado una estrategia digital que ha fortalecido el crecimiento en redes sociales, lo cual se ha traducido en ventas. Realizan llamados a la acción en redes sociales para la compra en línea, difunden información con los medios de comunicación regionales.
3. Crear y ejecutar campañas digitales de publicidad segmentadas, alineadas con los objetivos de la Lotería del Meta para atraer y fidelizar al público APOSTADOR.	Se evidencio que el contratista realizo las campañas digitales de publicidad se crean y ejecutan con segmentación precisa, alineadas con los objetivos de la Lotería del Meta. Estas acciones permiten atraer nuevos apostadores y fidelizar a los existentes, consolidando la relación con la marca. Se realizan un promedio de 65 piezas mensuales para redes sociales, en los formatos requeridos para cada plataforma. Se garantizan piezas gráficas para los días de mayor tráfico, y de refuerzo en fines de semana. Según cronograma de trabajo, todos los lunes, martes, miércoles, jueves, sábado y domingo, se realizan publicaciones sin falta. Se brinda respuesta a los requerimientos de operadores y aliados nacionales para la promoción de la Lotería del Meta y fechas especiales como partidos de Llaneros Fútbol Club, entre otros. Se realizó el diseño de los billetes correspondientes a los sorteos del 6 de septiembre al 6 de octubre, incluyendo siempre el logo de la campaña **JUEGUE LEGAL**
4. Realizar la contestación en tiempo real por comentarios o mensajes de los clientes por las diferentes plataformas de redes sociales.	se evidencio que el contratista da respuesta a los comentarios en Facebook e Instagram, garantizando interacción diaria con los seguidores, guiándonos cuando se requiere a un tema administrativo, y brindando información eficaz y veraz.
5.Realización de piezas gráficas de acuerdo a la solicitud de la supervisora y/o del plan de trabajo semanal como lo son hoy juega, resultados, donde se puede comprar, compra en línea, mañana juega, entre otros	se evidencio que el contratista elaboró piezas gráficas institucionales, siguiendo las solicitudes de la supervisora y el plan semanal. Estas piezas refuerzan la comunicación visual y mantienen informados a los apostadores. Las publicaciones se realizan teniendo en cuenta las recomendaciones del supervisor, y siguiendo las métricas semanales de horario que nos arrojan las redes sociales, garantizando así un correcto impacto. A continuación, detallo las publicaciones realizadas durante el mes.

	SORTEO 3315: https://www.instagram.com/p/DPLyloZjl8_/?igsh=N2djY2R4cHRsZmlk https://www.instagram.com/p/DPMCQXgDnCA/?igsh=dGZoN3p5eWRycW5i https://www.instagram.com/reel/DLk-emLJiS4/?igsh=YnZkNnZ0ejhjMzZu https://www.instagram.com/p/DLnE2cFAk_R/?igsh=bGJqdDI5ZjltcGtu https://www.instagram.com/p/DLodt0_gcfe/?igsh=dnk3MmM4N2swdWJh https://www.facebook.com/share/p/1FxrQ9ZU1e/?mibextid=wwXIfr https://www.facebook.com/share/p/1BjTJRFwJr/?mibextid=wwXIfr https://www.facebook.com/share/p/16xAo7amkf/ **SORTEO 3316:** https://www.instagram.com/p/DPRGhIkjpcC/?igsh=dWNpcjZoeGN3cTc5 https://www.instagram.com/reel/DPRwdPwkTE2/?igsh=MTJyenozbmk4cXpuNw https://www.instagram.com/p/DLz4sbkgLAN/?igsh=ZjNlY3JnZDU2b3U4 https://www.instagram.com/p/DL4-rKKgtBt/?igsh=aHR4OWhzcHVsZDI2 https://www.instagram.com/p/DL6erv0goC-/?igsh=MWhrNXFiYzhiNzM5bA== https://www.facebook.com/share/p/1Jv6xnTvSf/?mibextid=wwXIfr https://www.facebook.com/share/p/1AwAuWdHFu/ https://www.facebook.com/share/p/1CL5Qisk2H/ https://www.facebook.com/share/p/1DXQDLLubv/ **SORTEO 3317:** https://www.instagram.com/p/DMA41MTA3D7/?igsh=emt6bXJneW4zMzh6 https://www.instagram.com/p/DMGBPI5AQxE/?igsh=aXAwem13eWZpMHJ6 https://www.instagram.com/p/DMK3wzSgmMp/?igsh=MXBudWJwYWVseDY3ZA== https://www.instagram.com/p/DMNGeB_gSIS/?igsh=MXJvMnNsdWtlMzR3aA== https://www.facebook.com/share/p/1BrHsmHGsg/?mibextid=wwXIfr https://www.facebook.com/share/p/1Am1tJxPyx/ https://www.facebook.com/share/p/1EzRxnMbgh/ https://www.facebook.com/share/p/1LJ9M3dYJE/ **SORTEO 3318:** https://www.instagram.com/p/DPTJ6jwjoux/?igsh=MTRjY2NhZDljMDhvZw==

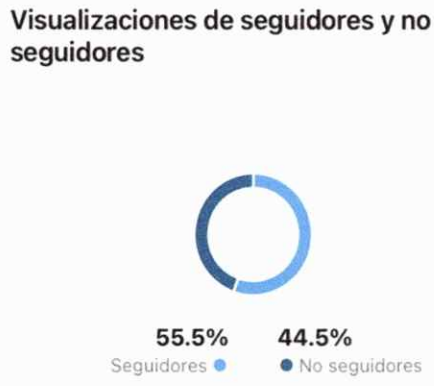
	https://www.instagram.com/p/DMQmGf1g69l/?igsh=MW9mbmhuYTJtbG8wNg== https://www.instagram.com/p/DMYTl5yAMiu/?igsh=ZmN1ejZyajAxNWFw https://www.instagram.com/p/DMadAKwgmVz/?igsh=MXdmMTd2cGJxaTh4YQ== https://www.instagram.com/p/DMc5pSJgDDL/?igsh=aGhnM2pyeno4cWtt https://www.instagram.com/reel/DMdg1pBJNpz/?igsh=MWxpeWxkM251eTFsbA== https://www.instagram.com/p/DMflutlgMAp/?igsh=aXAzdXNnanprNHI= https://www.facebook.com/share/p/1C3CSYddKP/ https://www.facebook.com/share/p/1AoBSCoCyE/?mibextid=wwXIfr
6.Diseño y presentación del billete de la Lotería del Meta y acatamiento de las solicitudes que se presente o haya lugar para su aprobación	se evidencio El diseño y presentación del billete de la Lotería del Meta se realiza con creatividad y profesionalismo, cumpliendo con las solicitudes necesarias para su aprobación y asegurando que el producto refleje la identidad de la marca. Todas las semanas se hace un seguimiento a referentes en el campo de las loterías y juegos de azar, así mismo se mantiene una línea gráfica que fortalece la marca.
7. Atender de manera oportuna cada publicación según los horarios establecido por el supervisor	Se evidencio que Las publicaciones se realizan teniendo en cuenta las recomendaciones del supervisor, y siguiendo las métricas semanales de horario que arrojan las redes sociales, garantizando así un correcto impacto.
8.Realizar investigaciones periódicas del mercado y análisis de la competencia para ajustar las estrategias de posicionamiento.	se evidencio todas las semanas se hace un seguimiento a referentes en el campo de las loterías y juegos de azar, así mismo se mantiene una línea gráfica que fortalece la marca. Semanalmente medimos internamente los datos de las redes sociales.
9.Administrar y gestionar los perfiles oficiales de la Lotería del Meta en redes sociales como Facebook, Instagram, X (antiguo Twitter), TikTok o las que el supervisor requiera.	se evidencio que el contratista administra los perfiles oficiales en Facebook, Instagram, X (antiguo Twitter) y TikTok se realiza con profesionalismo, asegurando que la Lotería del Meta mantenga una presencia activa y coherente en el entorno digital. Se administra Facebook, Instagram y los canales de WhatsApp, así mismo se difunde a medios de comunicación regionales de alto impacto.
10. Participar en el desarrollo del calendario de contenidos mensual y gestionar la publicación de contenidos atractivos y relevantes para los usuarios (post, videos, infografías, encuestas, transmisiones en vivo, entre otros).	se evidencio Participamos en las reuniones de planeación de contenidos digitales y del diseño del billete. También se apoya en los requerimientos extras y necesidades que presente la Lotería del Meta en materia publicitaria.
11. Crea, desarrolla y edita contenido, toma de fotografía e imágenes, cubrimiento en los	Se evidencio que Se realizó acompañamiento en todo lo relacionado en audiovisuales, fotografía y vídeo.

eventos y ediciones de video.	Presencialmente acompañamos las actividades requeridas, así mismo editamos el material enviado. Hacemos énfasis en la campaña JUEGUE LEGAL en la mayoría de nuestros contenidos.
12. Desarrollar contenido visual de alta calidad que refuerce la imagen institucional y el mensaje de la Lotería del Meta.	se evidencio que el contenido visual producido por la Lotería del Meta se caracteriza por su alta calidad, transmitiendo mensajes claros y reforzando la identidad institucional en cada pieza
13. Actualización de acuerdo al tema relacionado en el plan de trabajo	se evidencio que se realiza constante actualización de acuerdo al tema relacionado en el plan de trabajo, procurando siempre estar alineados con el área comercial.
14. Apoyar a la realización de campañas, promocionales, concursos y/o actividades relacionadas.	se evidencio Acompañamientos y realización la creación de actividades que promuevan comercialmente desde el área digital, traduciendo esto en aumento de ventas. Se crearon concursos para redes sociales, se apoyaron campañas de JUEGUE LEGAL, y se atendieron todos los requerimientos del supervisor.
15.Fomentar la fidelización de usuarios mediante la creación de contenido exclusivo para aquellos que se involucren activamente con las publicaciones y actividades de la Lotería del Meta.	se evidencio la fidelización de usuarios se fomenta mediante la creación de contenido exclusivo para quienes interactúan activamente con las publicaciones, incentivando la participación y el compromiso con la marca. Garantizamos un correcto tratamiento audiovisual en todos los contenidos emitidos por la Lotería del Meta. Procuramos siempre crear contenido de alta calidad, acorde a la tradición y reconocimiento de la marca Lotería del Meta. Realizamos la grabación con equipos móviles de última tecnología, la edición es hecha en plataformas y apps de pago, las más actualizadas del mercado. Creamos gráficos en plataformas de animación cinematográfica profesional, usando software como Adobe After Effects.
16. Desarrollo y presentación de jingles publicitarios alusivos a la marca "Lotería del Meta".	se evidencio el desarrollo jingles publicitarios alusivos a la Lotería del Meta, reforzando la identidad sonora de la marca y generando recordación en el público. Se realiza constante actualización de acuerdo al tema relacionado en el plan de trabajo, procurando siempre estar alineados con el área comercial.
17.Acompañamiento al equipo comercial en donde se realice las campañas publicitarias que incentiven el valor de marca y compra del producto	se evidencio el acompañamiento al equipo comercial en la ejecución de campañas publicitarias que promueven el valor de la marca y estimulan la compra del producto, fortaleciendo la estrategia de ventas que promuevan comercialmente desde el área digital, traduciendo esto en aumento de ventas. Se crearon concursos para redes sociales, apoyo campaña JUEGUE LEGAL.
18. Apoyo publicitario para la campaña de control de juego ilegal, por lo canales de difusión que tenga la Lotería del Meta.	Se evidencio que el contratista que Impulso la campaña de control del juego ilegal se recuerda constantemente a través de los canales oficiales de difusión, reafirmando el

	compromiso de la Lotería del Meta con la legalidad y la protección del consumidor. Impulsamos la marca JUEGUE LEGAL, mencionándola en nuestras publicaciones, billete de Lotería, y acompañando a eventos. También se reforzó la campaña con el envío de boletines de prensa y fortalecimiento en el diseño de los impresos.
19. Desarrollo de piezas publicitarias para la página web oficial de la lotería o sus aleados.	Se evidencio que el contratista que creo todas las piezas gráficas requeridas para la página web y se garantiza su constante actualización de la mano con el área de sistemas. El contratista creo todas las piezas gráficas requeridas para la página web y se garantiza su constante actualización de la mano con el área de sistemas.
20.Desarrollo de piezas publicitarias a las aplicaciones o sus aliados	se evidencio que crearon piezas gráficas y se atendieron requerimientos de aliados.

Periodo analizado: septiembre – inicio de octubre 2026



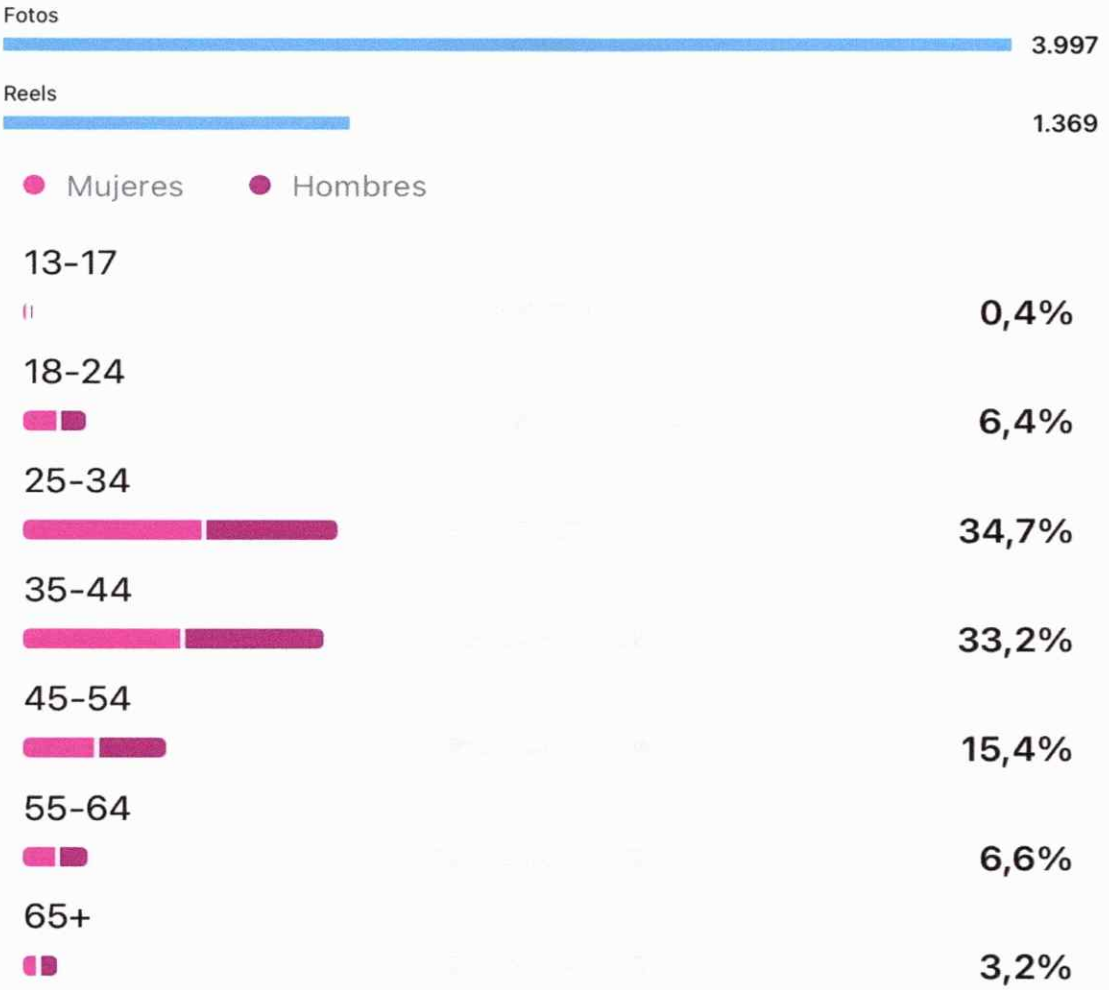


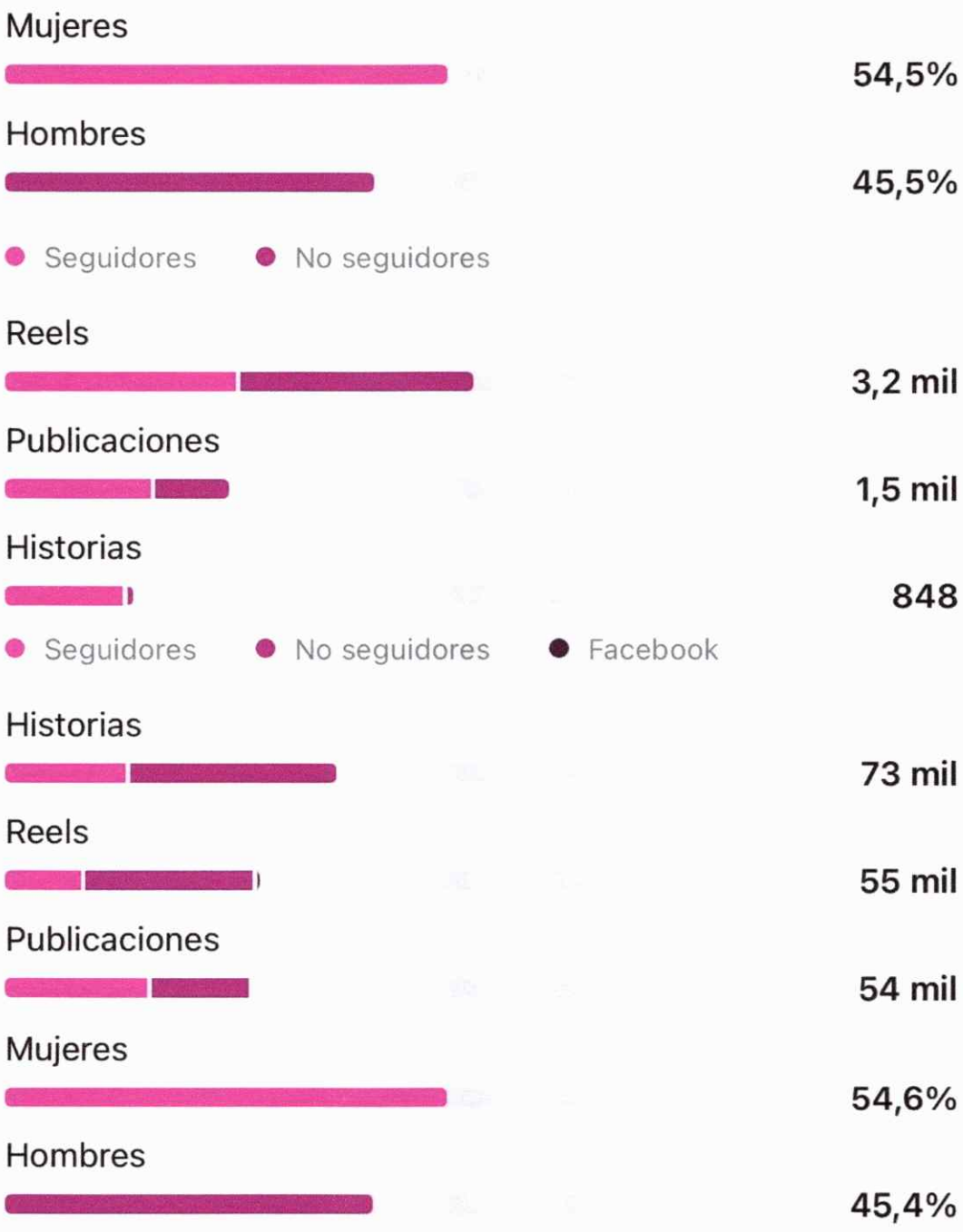


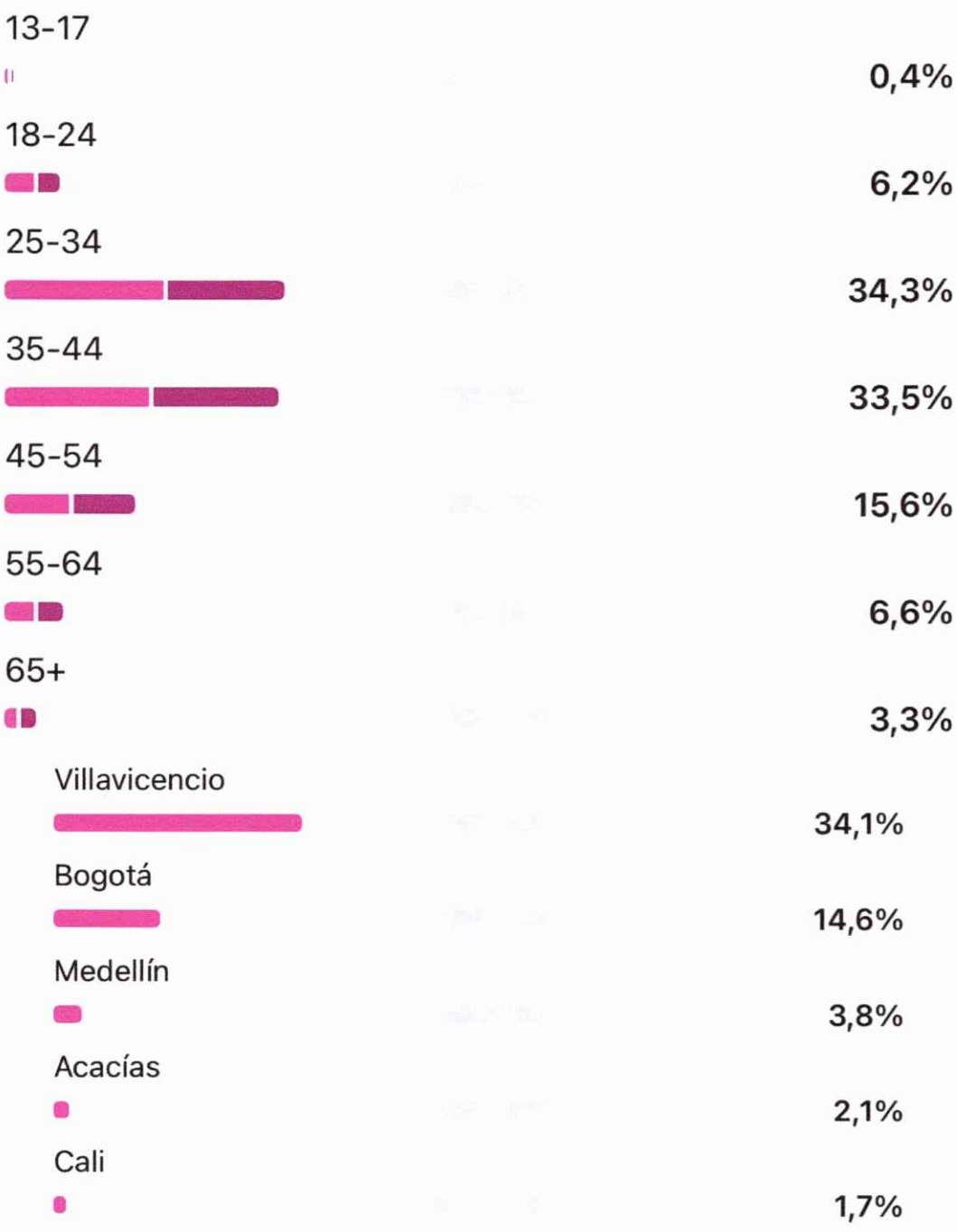
Visualizaciones	Seguidores netos	Interacciones
182,130	+274	4,191

Tipo de contenido ×

Promedio por publicación Total



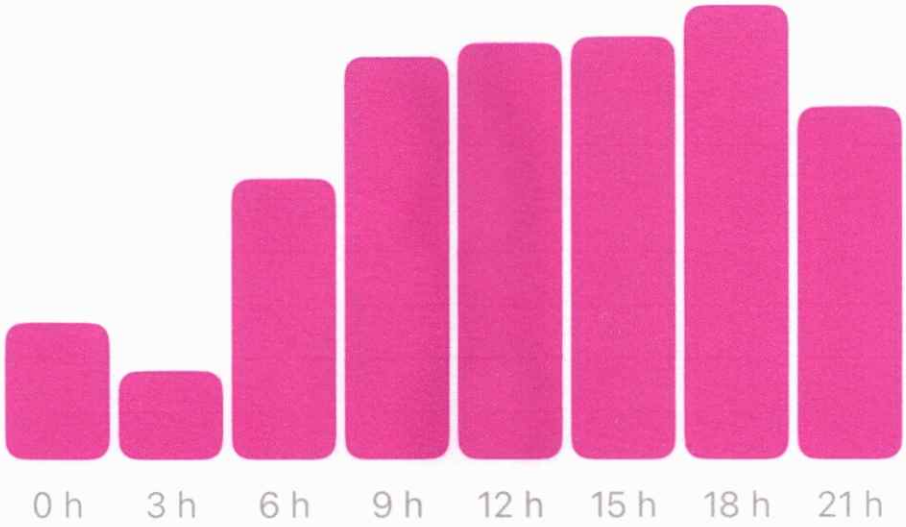

Mujeres
54,5%
Hombres
45,5%
Seguidores
No seguidores
Reels
3,2 mil
Publicaciones
1,5 mil
Historias
848
Seguidores
No seguidores
Facebook
Historias
73 mil
Reels
55 mil
Publicaciones
54 mil
Mujeres
54,6%
Hombres
45,4%


13-17
0,4%
18-24
6,2%
25-34
34,3%
35-44
33,5%
45-54
15,6%
55-64
6,6%
65+
3,3%
Villavicencio
34,1%
Bogotá
14,6%
Medellín
3,8%
Acacías
2,1%
Cali
1,7%

Momentos de actividad de los seguidores

Según tu zona horaria actual (GMT-5)

Do Lu Ma Mi Ju Vi Sá



Cuándo están más activos los seguidores

Lunes
6 p. m. - 9 p. m.

Martes
6 p. m. - 9 p. m.

Jueves
6 p. m. - 9 p. m.

INFORME EJECUTIVO DE REDES SOCIALES LOTERÍA DEL META

Período evaluado: 7 de septiembre al 6 de octubre de 2026
Durante el período comprendido entre el **7 de septiembre y el 6 de octubre de 2026**, las redes sociales de la **Lotería del Meta** continuaron consolidando una comunidad digital estable, participativa y en constante crecimiento.

Aunque el volumen de visualizaciones presentó una disminución frente al período anterior, los indicadores de crecimiento orgánico mantuvieron una tendencia positiva, alcanzando el mayor incremento de seguidores de los últimos tres informes consecutivos.
La estrategia de contenidos enfocada en los sorteos, las campañas institucionales, los testimonios de ganadores y las publicaciones de carácter comercial continúa fortaleciendo el posicionamiento digital de la marca, manteniendo un alto nivel de interacción con la comunidad y una comunicación constante con los compradores.

De igual forma, Facebook continúa consolidándose como el principal canal para contenidos informativos mediante publicaciones tipo carrusel, mientras que Instagram mantiene un equilibrio entre historias, publicaciones y Reels para fortalecer tanto el alcance como la cercanía con la audiencia.

2. Comparativo con los períodos anteriores

Indicador	Jul-Ago	Ago-Sep	Sep-Oct	Tendencia
Visualizaciones Instagram	233.283	209.217	182.130	↓
Seguidores netos	+229	+265	**+274**	↑
Espectadores	28.105	28.664	Estable	=
Interacciones	—	5.091	Estables	=

Aunque las visualizaciones descendieron progresivamente durante los tres períodos evaluados, el crecimiento de seguidores presentó un comportamiento inverso, pasando de **229** a **265** y posteriormente a **274 nuevos seguidores**, lo que evidencia una mejor que evidencia una mejor capacidad de conversión de la audiencia alcanzada.

3. Resultados Destacados
Instagram
Durante el período evaluado se registraron:

- **182.130 visualizaciones.**
- **274 nuevos seguidores netos.**

Este resultado representa el mejor crecimiento mensual de seguidores obtenido durante los últimos tres informes, confirmando que la estrategia continúa fortaleciendo la comunidad digital de la Lotería del Meta.
Aunque el volumen de visualizaciones disminuyó respecto al período anterior, el crecimiento de seguidores demuestra que los contenidos mantienen una alta capacidad para fidelizar a quienes interactúan con la marca.

Facebook
Facebook continúa mostrando un comportamiento altamente consistente.
La gráfica de rendimiento diario vuelve a evidenciar que los mayores niveles de actividad coinciden con las jornadas oficiales de sorteo.
Este comportamiento confirma nuevamente que la comunidad reconoce la página oficial como el principal canal para consultar resultados, premios, campañas y contenidos institucionales.

4. Comportamiento del Contenido
Facebook
Los formatos continúan mostrando un comportamiento muy claro.
Distribución de las visualizaciones:

- **Publicaciones con varias fotografías (carruseles): 53,5 %**
- **Reels: 37,2 %**
- **Videos en vivo: 8 %**
- **Fotografías individuales: 1,2 %**

Los carruseles continúan siendo el formato con mayor impacto dentro de Facebook.
Adicionalmente, el promedio por publicación confirma esta tendencia:

- Fotografías/carruseles:
  3.997 visualizaciones promedio por publicación.
- Reels:
  1.369 visualizaciones promedio por publicación.

Estos resultados indican que el público de Facebook continúa respondiendo mejor a publicaciones informativas desarrolladas mediante secuencias de imágenes.

Instagram
Los formatos con mayor consumo fueron:

- **Historias:** 73 mil espectadores.
- **Reels:** 55 mil.
- **Publicaciones:** 54 mil.
-

Las historias continúan liderando el comportamiento de consumo, consolidándose como el principal formato para mantener una comunicación permanente con los seguidores durante las jornadas de sorteo.
Reels y publicaciones tradicionales muestran un rendimiento muy similar, permitiendo mantener un equilibrio entre descubrimiento y fidelización.

5. Perfil de la Audiencia
Distribución por género
La composición de la comunidad continúa siendo muy estable.

- **54,6 % Mujeres**
- **45,4 % Hombres**
-

Este comportamiento prácticamente no presenta variaciones frente a los períodos anteriores.
Rango de edad
La audiencia continúa concentrándose principalmente en:

- **25 a 34 años:** 34,3 %
- **35 a 44 años:** 33,5 %

Entre ambos segmentos representan aproximadamente el **68 %** de toda la comunidad digital.
Esto confirma que la estrategia continúa impactando al público objetivo tradicional de la Lotería del Meta.
Distribución geográfica
Principales ciudades

- Villavicencio: **34,1 %**
- Bogotá: **14,6 %**
- Medellín: **3,8 %**
- Acacías: **2,1 %**
- Cali: **1,7 %**

Principales países

- Colombia: **93,5 %**
- Estados Unidos: **2,1 %**
- Venezuela: **1,4 %**
- España: **0,9 %**
- México: **0,3 %**

Estos resultados evidencian que la comunidad continúa concentrándose principalmente en Colombia, aunque mantiene presencia en mercados internacionales donde existen comunidades de colombianos.

6. Horarios de Mayor Actividad

El comportamiento de la audiencia mantiene una alta estabilidad respecto a los informes anteriores.
Las mayores franjas de actividad continúan concentrándose entre:
6:00 p.m. y 9:00 p.m.

Especialmente durante:

- Lunes.
- Martes.
- Jueves.

Estas franjas continúan siendo las más recomendables para publicar contenidos estratégicos relacionados con sorteos, promociones, campañas institucionales y resultados.

7. Análisis Estratégico

Crecimiento sostenido de la comunidad

El principal logro del período fue alcanzar el mayor crecimiento de seguidores registrado durante los últimos tres meses.
Este comportamiento demuestra que la estrategia continúa convirtiendo visualizaciones en nuevos integrantes de la comunidad digital.

Facebook mantiene una comunidad altamente fidelizada

El **55,5 %** de las visualizaciones provinieron de seguidores actuales.
Esto confirma que la comunidad continúa consumiendo activamente los contenidos publicados y mantiene una relación constante con la marca.
Al mismo tiempo, el **44,5 %** de usuarios no seguidores evidencia que la página sigue teniendo capacidad para atraer nuevos públicos.

Los carruseles siguen siendo el formato más efectivo

Por tercer informe consecutivo, las publicaciones compuestas por varias fotografías obtienen el mayor rendimiento dentro de Facebook.
Este formato facilita explicar campañas, mostrar ganadores, difundir resultados y presentar información institucional de manera clara y atractiva.

Las historias consolidan la comunicación diaria

En Instagram, las historias continúan siendo el formato con mayor número de espectadores.
Esto demuestra que los usuarios buscan contenidos inmediatos y actualizados, especialmente durante las jornadas de sorteo.

Los sorteos continúan siendo el principal impulsor del tráfico
La gráfica diaria de Facebook vuelve a confirmar un comportamiento constante:
Cada jornada oficial de sorteo genera los mayores niveles de visualización e interacción del período.
Este patrón ya se ha repetido en los tres informes consecutivos, consolidando los sorteos como el principal motor de tráfico hacia las redes sociales oficiales.

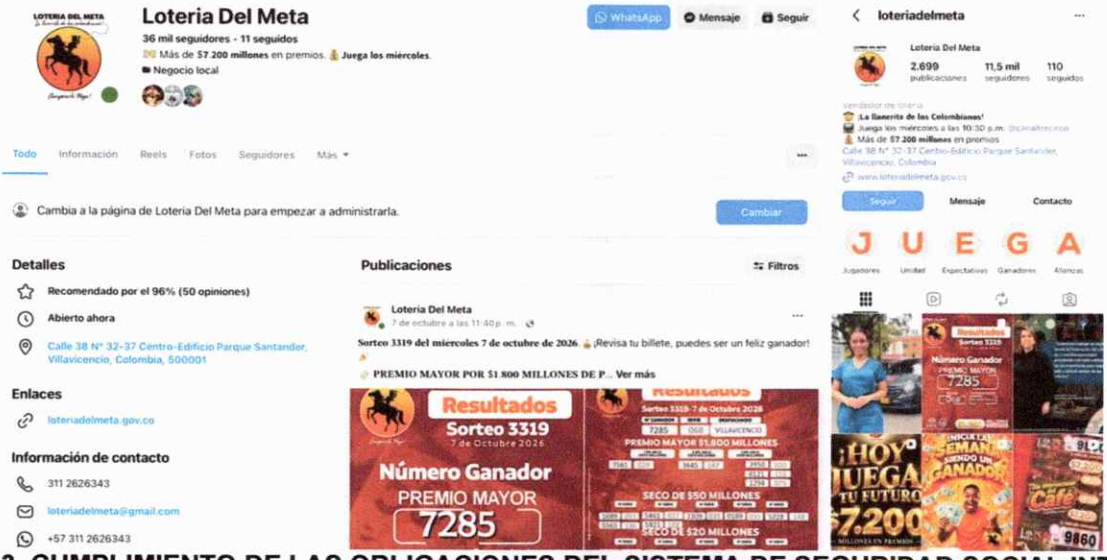
8. Recomendaciones

Para el próximo período se recomienda:

- Mantener una estrategia intensiva de contenidos durante cada jornada de sorteo.
- Continuar priorizando los carruseles informativos en Facebook, debido a su excelente rendimiento.
- Incrementar el uso de historias en Instagram para fortalecer la comunicación en tiempo real.
- Mantener una producción constante de Reels con enfoque emocional, testimonios de ganadores y campañas institucionales.
- Aprovechar el crecimiento sostenido de seguidores para incentivar una mayor participación mediante preguntas, dinámicas y llamados a la acción.
- Publicar los contenidos estratégicos entre las **6:00 p.m. y las 9:00 p.m.**, horario donde la audiencia mantiene su mayor actividad.
- Continuar fortaleciendo los contenidos relacionados con los programas sociales, el juego legal, los loteros y la destinación de los recursos para la salud, aspectos que contribuyen al posicionamiento institucional de la entidad.

9. Conclusión

El período comprendido entre el **7 de septiembre y el 6 de octubre de 2026** evidencia una estrategia digital estable y en constante evolución.
Aunque el volumen general de visualizaciones presentó una disminución gradual frente a los meses anteriores, los indicadores de calidad muestran una evolución favorable, reflejada en el mayor crecimiento de seguidores registrado durante los últimos tres períodos y en una comunidad altamente fidelizada.
Facebook continúa consolidándose como el principal canal para la difusión de contenidos informativos mediante publicaciones tipo carrusel, mientras que Instagram mantiene un equilibrio efectivo entre historias, publicaciones y Reels para fortalecer tanto el alcance como la cercanía con los usuarios.
En conjunto, los resultados permiten concluir que la estrategia de comunicación digital de la **Lotería del Meta** continúa fortaleciendo el posicionamiento institucional de la marca, incrementando la fidelización de la comunidad y consolidando las redes sociales como uno de los principales canales de comunicación con los compradores y la ciudadanía.



3. CUMPLIMIENTO DE LAS OBLIGACIONES DEL SISTEMA DE SEGURIDAD SOCIAL INTEGRAL

Certifico con base en la normatividad vigente, que verifiqué el cumplimiento del pago de aportes a la seguridad social integral (salud, pensión y ARL) correspondiente al respectivo periodo así:

Pago de Seguridad Social (Persona Natural)	Datos
Periodo Cotizado	SEPTIEMBRE
Número de Planilla	9511608278
IBC (Ingreso Base de Cotización)	$ 1.750.905
Valor pagado a SALUD	$ 218.900
Valor pagado a PENSIÓN	$ 280.200
Valor pagado a ARL	$ 9.200
Valor pagado a FSP	
Nota: Si realizó pago para más de un Periodo o finalizando contrato Inserte nueva columna Nota: Si es persona jurídica se diligencia todo con N/A	

4. PORCENTAJE DE AVANCE FÍSICO EJECUTADO DEL TOTAL DEL CONTRATO:

4.1. Balance financiero de ejecución del contrato a la fecha

BALANCE FINANCIERO DE LA EJECUCIÓN DEL CONTRATO INICIAL				
Concepto	**Valor**	Periodo del pago dd/mm/aaaa		% EJECUCIÓN FINANCIERA
		Del	Al	
Primer Informe Pagado enero	$ 4.233.333	7/01/2026	6/02/2026	8,33%

Segundo Informe Pagado febrero	$ 4.233.333	7/02/2026	6/03/2026	8,33%
Tercer Informe Pagado marzo	$ 4.233.333	7/03/2026	6/04/2026	8,33%
Cuarto Informe Pagado abril	$ 4.233.333	7/04/2026	6/05/2026	8,33%
Quinto Informe Pagado mayo	$ 4.233.333	7/5/2026	6/6/2026	8,33%
Sexto Informe Pagado junio	$ 4.233.333	7/6/2026	6/7/2026	8,33%
Séptimo Informe Pagado julio	$ 4.233.333	7/07/2026	6/08/2026	8,33%
Pago Informe Pagado agosto	$ 4.233.333	7/08/2026	6/09/2026	8,33%
Pago Autorizado en el presente Informe septiembre	**$ 4.233.333**	**7/09/2026**	**6/10/2026**	**8,33%**
Saldo del Contrato Pendiente por Ejecutar	$ 12.700.003	7/10/2026	31/12/2026	25,03%
Valor Total del Contrato Inicial	$ 50.800.000	7/01/2026	31/12/2026	100,00%

5. CUMPLIMIENTO DE LA ENTREGA DE LA INFORMACIÓN GENERADA Y/O TRAMITADA POR EL CONTRATISTA

Certifico que el contratista hizo entrega de los archivos, documentos y demás información generada durante el periodo de ejecución, conforme a los procedimientos y formatos vigentes en el Sistema Integrado de Gestión, pertinentes en el desarrollo de las obligaciones contractuales, aplicando los lineamientos normativos en materia archivística y dando cumplimiento a la Política de Gestión Documental de la entidad.

6. CERTIFICACIÓN DE CUMPLIMIENTO

De acuerdo con la información anteriormente suministrada, como Supervisor, certifico que durante el **PERIODO No. 09** comprendido del 07/09/2026 al 06/10/2026, el contratista, cumplió a satisfacción con las actividades objeto del contrato, además de todas las obligaciones pactadas y aportó el pago al sistema de seguridad social integral correspondiente.

Por lo anterior se autoriza el pago correspondiente por valor de (CUATRO MILLONES DOSCIENTOS TREINTA Y TRES MIL TRESCIENTOS TREINTA Y TRES PESOS) MONEDA CORRIENTE M/CTE **($ 4.233.333)**

Certifico que toda la información contenida en el presente informe fue verificada física y documentalmente por el suscrito.

Cordialmente,

DAVID SEBASTIAN DONCEL ORDOÑEZ
Supervisor