

## INFORME SOBRE EJECUCIÓN DE LOS RECURSOS ASIGNADOS DEL FONDO ÚNICO DE TIC

Operador: CANAL CAPITAL

Resolución: 012

Informe No 3. Tercer Trimestre: 2025

### 1. EJECUCIÓN DE LOS RECURSOS

LÍNEA DE INVERSIÓN	FONDO ÚNICO DE TIC				
	ASIGNADO A	COMPROMETIDO B	PAGADO C	SALDO POR COMPROMETER A-B	SALDO POR EJECUTAR (B-C) + (A-B)
1. Contenido programación educativa y cultural multipantalla y multiplataforma.	11.521.080.247	11.190.850.186	7.112.901.581	330.230.061	4.408.178.666
2. Fortalecimiento de la infraestructura tecnológica instalada para la producción, emisión y transporte de la señal.	100.000.000	-	-	100.000.000	100.000.000
3. Estudios, investigaciones y mediciones dentro del marco del servicio de televisión, que permitan el conocimiento de las audiencias.					
4. Formación y capacitación para el fortalecimiento de los operadores públicos					
5. Recuperación, preservación, digitalización y catalogación del patrimonio audiovisual					
6. Operación y Funcionamiento	600.517.000	595.281.000	415.151.000	5.236.000	185.366.000
<b>Total recursos solicitados</b>	<b>12.221.597.247</b>	<b>11.786.131.186</b>	<b>7.528.052.581</b>	<b>435.466.061</b>	<b>4.693.544.666</b>

**Nota:** Aun cuando el informe corresponde al tercer trimestre con corte al 30 de septiembre, se incluye la modificación No. 3 al plan de inversión teniendo en cuenta que la solicitud fue presentada formalmente el 06 de octubre y aprobada el 10 de octubre por Mintic, lo cual fue previo a la presentación de este informe.

## 1.1 Línea de Inversión Contenido de Programación Educativa y Cultural Multiplataforma

PROGRAMA	FORMATO	FONDO ÚNICO DE TIC				
		ASIGNADO A	COMPROMETIDO B	PAGADO C	SALDO POR COMPROMETER A-B	SALDO POR EJECUTAR (B-C) + (A-B)
01. ARTESCOPIO (antes BOGOTÁ DESDE LOS OJOS DE)	No ficción/ Documental - videocast	610.000.000	610.000.000	13.500.000	-	396.500.000
02. PURA PLAZA (antes BARRIGA LLENA, CORAZÓN CONTENTO)	No ficción / Documental - videocast	610.000.000	610.000.000	366.000.000	-	244.000.000
03. CIUDAD ANIMAL (antes UN SAFARI EN NUESTRO PATIO)	No ficción / Documental con segmentos en animación	610.000.000	610.000.000	366.000.000	-	244.000.000
4. LERO, LERO, ANIMALERO (antes OSO CURIOSO)	Ficción / híbrido - debate	610.000.000	610.000.000	213.500.000	-	396.500.000
05. MULTIFORMATO EUREKA	Educativo, entretenimiento, documental / Ficción y no ficción	1.210.415.689	1.172.241.223	810.684.826	38.174.466	399.730.863
06. AHORA INFORMATIVO	No Ficción / Multiplataforma Programa de actualidad	2.350.916.331	2.317.109.159	1.531.058.016	33.807.172	819.858.315
07. ESPECIALES AHORA	No Ficción / Multiplataforma	534.841.984	521.112.367	364.047.802	13.729.617	170.794.182
08. BOGOTARIO	No ficción / multiplataforma	574.104.005	562.404.388	422.904.315	11.699.617	151.199.690
09. LA NEVERA SONORA (antes LATIDO LOCAL)	No ficción / multiplataforma	851.765.285	790.870.052	416.300.911	60.895.233	435.464.374
10. AUDIENCIAS CAPITAL	No Ficción/Periodístic o	328.735.441	320.787.824	225.200.917	7.947.617	103.534.524
11. TRANSMISIONES	Entretenimiento/ No Ficción	2.768.106.106	2.766.325.173	1.883.704.794	1.780.933	884.401.312
12. LIBERTADOR (RE EDICION)	Entretenimiento/ No Ficción	11.111.112	-	-	11.111.112	11.111.112
CAPITAL DE COMPRAS	N/A	451.084.294	300.000.000	300.000.000	151.084.294	151.084.294
<b>TOTAL LÍNEA DE INVERSIÓN</b>		<b>11.521.080.247</b>	<b>11.190.850.186</b>	<b>7.112.901.581</b>	<b>330.230.061</b>	<b>4.408.178.666</b>

PROGRAMA	FORMATO	CAPÍTULOS PROYECTADOS	CAPÍTULOS PRODUCIDOS	CAPÍTULOS EMITIDOS	% AVANCE DE EJECUCIÓN (PRODUCIDOS VS PROYECTADOS)
01. ARTESCOPIO (antes BOGOTÁ DESDE LOS OJOS DE)	No ficción/ Documental – videocast	10	0	0	0%
		8	0	0	0%
		3	0	0	0%
02. PURA PLAZA (antes BARRIGA LLENA, CORAZÓN CONTENTO)	No ficción / Documental - videocast	12	0	0	0%
		6	0	0	0%
		2	0	0	0%
03. CIUDAD ANIMAL (antes UN SAFARI EN NUESTRO PATIO)	No ficción / Documental con segmentos en animación	16	0	0	0%
		8	0	0	0%
		2	0	0	0%
4. LERO, LERO, ANIMALERO (antes OSO CURIOSO)	No ficción / Documental con segmentos en animación	16	0	0	0%
		8	0	0	0%
		2	0	0	0%
5. MULTIFORMATO EUREKA	Educativo, entretenimiento, documental / Ficción y no ficción	69	39	33	57%
		6	6	4	100%
6. AHORA INFORMATIVO	No Ficción / Multiplataforma Programa de actualidad	202	161	161	80%
7. ESPECIALES AHORA	No Ficción / Multiplataforma	17	13	13	76%
8. BOGOTARIO	No ficción / multiplataforma	30	20	0	67%
9. LA NEVERA SONORA (antes LATIDO LOCAL)	No ficción / multiplataforma	20	9	9	45%
		40	24	24	60%
10. AUDIENCIAS CAPITAL	No Ficción/Periodístico	40	34	34	85%
11. TRANSMISIONES	Entretenimiento/ No Ficción	178	170	170	95%
12. LIBERTADOR (RE EDICION)	Serie / Ficción	8	0	0	0%
CAPITAL DE COMPRAS	N/A	-	-	-	-
<b>Total</b>		<b>703</b>	<b>476</b>	<b>448</b>	<b>68%</b>

### 1.1.1 Descripción del avance de la ejecución por programa

**ARTESCOPIO (antes BOGOTÁ DESDE LOS OJOS DE)**  
**PURA PLAZA (antes BARRIGA LLENA, CORAZÓN CONTENTO)**  
**CIUDAD ANIMAL (antes UN SAFARI EN NUESTRO PATIO)**  
**LERO, LERO, ANIMALERO (antes OSO CURIOSO)**

Durante el tercer trimestre del 2025, en el marco de la resolución 00012 del 17 de enero del 2025, el equipo de contenidos y eureka, trabajó en la etapa de ejecución y seguimiento a los proyectos de la **convocatoria pública de producción por encargo CP-001-2025** que tiene como **objeto Contratar bajo la modalidad de producción por encargo, el diseño, preproducción, producción y posproducción para los proyectos audiovisuales UN SAFARI EN NUESTRO PATIO, INFLUENCIA2, BOGOTÁ DESDE LOS OJOS DE y BARRIGA LLENA CORAZÓN CONTENTO o cómo llegaren a denominarse, en cumplimiento de los objetivos y gestión de Canal Capital en el marco de la Resolución 00012 del 17 de enero de 2025 del Fondo Único de las Tecnologías de la Información y las comunicaciones (FUTIC).**

De la que se adjudicaron contratos para tres de los cuatro lotes contemplados en el proceso: *UN SAFARI EN NUESTRO PATIO*, *BOGOTÁ DESDE LOS OJOS DE* y *BARRIGA LLENA CORAZÓN CONTENTO* y se declaró desierto el lote 2 *INFLUENCIA2* dado que no se logró la habilitación por parte de los dos (2) proponentes que presentaron propuesta, por esta razón se realiza la contratación directa para el proyecto *OSO CURIOSO*, ya que obtuvo el puntaje más alto entre las ofertas no adjudicadas.

Respecto a la estrategia multiplataforma de los cuatro proyectos se realizó un análisis en conjunto con el área digital y se precisó lo siguiente a partir de las tendencias de las redes sociales y de la proyección de hashtags asociados a los contenidos al momento de su estreno como táctica para la medición de su impacto.

#### ESTRATEGIA MULTIPLATAFORMA

De acuerdo con el comportamiento habitual de nuestras cuentas en redes sociales al momento del estreno de las series, la producción de estas piezas, nos permitirá proyectar un crecimiento total del 1% en:

- Alcance: La cantidad de personas únicas que visualizan los contenidos.
- Reproducciones: La cantidad de veces que se visualizan los vídeos o contenidos multimedia.

**ARTESCOPIO (antes BOGOTÁ DESDE LOS OJOS DE)**

“Bogotá desde los ojos de” es una serie documental multiformato que retrata, desde una mirada íntima y artística, la relación profunda entre Bogotá y quienes la habitan, la piensan y la transforman desde el arte. Compuesta por 10 capítulos para televisión, 8 videocast, 3 especiales y una estrategia de contenidos para redes sociales, la serie construye un universo narrativo expandido donde convergen historias, miradas y lenguajes diversos, promoviendo el diálogo y la interacción con sus protagonistas. Cada episodio sigue a un creador o creadora, escritores, cineastas, músicos, fotógrafos, artistas escénicos, en un recorrido sensorial por la ciudad, guiado por sus recuerdos, procesos creativos y conexiones con el entorno urbano. Bogotá se revela como musa, escenario y



personaje, moldeando las obras de estos artistas tanto como ellos transforman la manera en que vemos y vivimos la ciudad.

El relato se entreteje con testimonios de familiares, seguidores, expertos y habitantes que enriquecen la visión de cada protagonista. Las intervenciones en el espacio público, los gestos íntimos de creación y las luchas sociales compartidas evidencian cómo el arte se convierte en agente de cambio, visibilización y construcción de memoria colectiva.

Con un tono reflexivo, poético y vibrante, la serie combina imágenes cinematográficas, paisajes sonoros urbanos, materiales de archivo y recursos de composición digital para evocar una Bogotá múltiple: la del pasado, la del presente cotidiano y la de los futuros posibles. Bogotá desde los ojos de es más que una serie documental: es una experiencia viva que celebra el arte como forma de resistencia, afecto y transformación en una ciudad que se reinventa a través de quienes la crean.

La serie se cuenta desde la mirada íntima y subjetiva de cada artista, quienes revelan su relación personal y creativa con Bogotá. El enfoque privilegia sus memorias, emociones y recorridos cotidianos, conectando el arte con el territorio urbano. A estas voces se suman colaboradores, familiares, ciudadanos, seguidores y expertos, quienes contextualizan su obra y validan su impacto. La serie entrelaza perspectivas sociales, artísticas, políticas y culturales para mostrar cómo la ciudad moldea la creación y cómo el arte transforma la forma en que habitamos y sentimos Bogotá.

El diseño de producción fue ajustado y se estableció el modelo de trabajo en la [formulación operativa](#), con la actualización del cronograma, el presupuesto, el equipo humano y técnico del proyecto.

Durante el desarrollo se ajustó la [formulación creativa](#) del proyecto, en la cual se estableció principalmente la estructura narrativa tipo de la serie, se definió el tratamiento de los personajes protagonistas y la conductora, el cubrimiento temático, el tratamiento audiovisual y la investigación.

Se elaboraron las [fichas de investigación](#) de acuerdo a los artistas protagonistas seleccionados para cada capítulo documental, así como los subtemas y el enfoque. Posteriormente se escribieron los [guiones](#) de los capítulos de la serie, acorde al desarrollo de la formulación creativa, así como el [paquete gráfico](#) de la serie.

Se inició la etapa de producción de los capítulos, manteniendo la estructura del formato proyectado y se da inicio en paralelo a la etapa de postproducción, para la cual se van revisando y solicitando ajustes a los [cortes](#) enviados.

NOMBRE Y NÚMERO DE CAPÍTULO	FICHA INVESTIGACIÓN	GUION	GRABACIÓN	PREMASTER	MÁSTER	CONVERGENTES
1. Bogotá como universo urbano	X	X	X			
2. Montuno Afrocachaco	X	X	X			
3. Arte y resistencia queer en Bogotá	X	X	X			
4. Los Colores del Paraíso	X	X	X			
5. Bogotá laboratorio creativo	X	X	X			
6. Las Vidas de la Gata – La Gata Cirko	X	X	X			
7. 1280 Almas, Bogotá musa y protagonista de sus letras.	X	X	X			
8. Postales de la Casa – Cucharita de Palo	X	X	X			
9. Charcografías	X	X				
10. Diana Wiesner	X	X	X			
1. Identidad cultural en Bogotá	X	X				
2. El Cuerpo en Escena	X	X				
3. De lo Imaginado a la Realidad	X	X				
4. Arte en expansión: Nuevas formas de creación en Bogotá	X					
5. Poéticas de lo Cotidiano	X					
6. Paisajes de ciudad	X					
7. Arte Comunitario	X					
8. Videocast						
1. Especial	N/A					
2. Especial	N/A					
3. Especial	N/A					

## Alcance

De acuerdo con el comportamiento habitual de nuestras cuentas en redes sociales al momento del estreno de esta serie, la producción de estas piezas nos permitirá proyectar un crecimiento total del 1% en:

- Alcance: La cantidad de personas únicas que visualizan los contenidos.
- Reproducciones: La cantidad de veces que se visualizan los vídeos o contenidos multimedia

## **PURA PLAZA (antes BARRIGA LLENA, CORAZÓN CONTENTO)**

Cada capítulo de esta serie hace un seguimiento de un ingrediente desde que brota de la tierra hasta que llega a las bocas de los comensales en 12 de las plazas de Bogotá. Pasa entonces por las manos de la familia campesina que lo cosecha, por las carreteras y paisajes de la cordillera y la sabana cundiboyacense; llega a la plaza de mañanita cuando el sol apenas se asoma por una esquina del cielo, en medio de cientos de otros ingredientes e insumos llenos de colores y aromas, y reposa en los estantes o canastas de los tenderos, muchos de los cuales trabajan en estas plazas hace décadas y son la encarnación de su historia. Ahí cada ingrediente se vuelve expresión de un saber particular: gastronómico, botánico, medicinal... y es utilizado para alguna receta, para alguna curación, para algún ritual —mercar, escoger el cilantro cimarrón, el poleo fresco, el chontaduro suave, y cocinar son también rituales.

En diálogo entonces con los personajes que hacen parte del recorrido de estos ingredientes, un foodie apasionado por la gastronomía colombiana plantea una manera original y creativa de integrarlos en un docu-reto culinario, consistente en restar algunos ingredientes de las recetas tradicionales de los platos, sumarle alguno nuevo y atípico —pero tradicional a la cocina colombiana—, y crear una receta de ese mismo plato ancestral que integre el presente cambiante con el pasado —lo ancestral— y tenga el sello propio de los cocineros de cada plaza.

Vemos el proceso de selección de ingredientes, el proceso de preparación, y —no menos importante— entendemos el sentido emocional (conectado con sus raíces) que esta preparación tiene para sus creadores. Ingredientes como el poleo, la guasca, la malanga, la chivarra, el achiote, el bijao, la papa criolla, el ají, el maíz o el cubio; platos como el Ajiaco, el Tamal, el Cocido Boyacense, el Sancocho Trifásico, el Ceviche, el Cuchuco, la Mazamorra, el Mute o la Cazuela de mariscos. Observando la preparación nos sumergimos en el arte de la cocina, en la variedad de los condimentos, los colores, sabores, olores, texturas de la comida y su cocción.

Bogotá es el centro de un país rico y diverso. Las plazas son el corazón de esa diversidad, un tapiz del saber popular patrio. Cada ingrediente y cada plato típico son, entonces, eslabón entre la historia de la plaza, los personajes campesinos, tenderos, cocineros; y un pretexto para explorar el sinnúmero de saberes que coexisten en estas plazas que, como cunas vivas, siguen nutriendo el saber popular de la ciudad y sus localidades.

Dos especiales acompañan a los capítulos documentales, enfocados en temáticas más generales:

1. Los ingredientes de los platos tradicionales
  2. Los platos típicos que encontramos en las plazas de Bogotá.
- Cada especial aborda estas temáticas visibilizando a todas las plazas que hacen parte

de las series, enfocándose en como tanto platos como ingredientes son una expresión de la cultura y el saber de Bogotá, las regiones aledañas y los saberes ancestrales modernos que confluyen en las plazas.

De la misma forma, 6 videocasts acompañan a la serie documental, y en cada uno, personajes de diferentes dependencias de cada plaza participan en una conversación sobre su quehacer.

Estos son personajes como los campesinos que las abastecen, los cocineros de las cocinas, las yerbateras, entre otros, que hacen parte del diario de la plaza, de su historia y que nos ayudan a entender mejor su esencia.

El diseño de producción fue ajustado y se estableció el modelo de trabajo en la [formulación operativa](#), con la actualización del cronograma, el presupuesto, el equipo humano y técnico del proyecto.

Durante el desarrollo se ajustó la [formulación creativa](#) del proyecto, en la cual se estableció principalmente el trabajo con los personajes, el tratamiento con la presentadora, el cubrimiento temático, el tratamiento audiovisual y la investigación.

Se elaboraron las [fichas de investigación](#) de acuerdo a las plazas y recetas seleccionadas para cada capítulo, así como el cubrimiento geográfico y personajes. Posteriormente se inició con la escritura de [guiones](#) de los capítulos de la serie, acorde al desarrollo de la formulación creativa, así como el [paquete gráfico](#) de la serie.

Se Inició la etapa de producción de los capítulos, manteniendo la estructura del formato proyectado y se da inicio en paralelo a la etapa de postproducción, para la cual se van revisando y solicitando ajustes a [los cortes](#) enviados.

NOMBRE Y NÚMERO DE CAPÍTULO	FICHA INVESTIGACIÓN	GUION	GRABACIÓN	PREMASTER	MÁSTER	CONVERGENTES
1 LA PERSEVERANCIA	X	X	X	X		
2 LA CONCORDIA	X	X	X	X		
3 12 DE OCTUBRE	X	X	X	X		
4 EL 7 DE AGOSTO	X	X	X	X		
5 20 DE JULIO	X	X	X	X		
6 SAMPER MENDOZA	X	X	X			
7 EL RESTREPO	X	X	X			
8 PALOQUEMAO	X	X	X			
9 KENNEDY	X	X	X			
10 FONTIBÓN	X	X				

11 LAS FERIAS	X					
12 QUIRIGUA	X					
VIDEOCAST 1 COCINERAS	X	X	X			
VIDEOCAST 2 CAMPEINOS	X	X	X			
VIDEOCAST 3 NEGOCIOS FAMILIARES	X	X	X			
VIDEOCAST 4 HIERBATERAS	X					
VIDEOCAST 5 MUJERES	X					
VIDEOCAST 6 NUEVAS GENERACIONES						
Especial 01	N.A	N.A				
Especial 02	N.A	N.A				

## ESTRATEGIA MULTIPLATAFORMA

### Alcance

De acuerdo con el comportamiento habitual de nuestras cuentas en redes sociales al momento del estreno de estas serie, la producción de estas piezas nos permitirá proyectar un crecimiento total del 1% en:

- Alcance: La cantidad de personas únicas que visualizan los contenidos.
- Reproducciones: La cantidad de veces que se visualizan los videos o contenidos multimedia

### **CIUDAD ANIMAL (antes UN SAFARI EN NUESTRO PATIO)**

Ciudad Animal es una serie híbrida de no ficción, que mezcla el relato documental, la animación y la creación artística participativa, en la que niñas y niños de diferentes localidades de Bogotá se convierten en exploradores, investigadores, artistas y narradores de historias. A partir del asombro que les genera un animal que habita la zona urbana o rural de la ciudad, en parques, plazas, humedales, cerros, barrios, páramos o veredas; cada episodio es guiado por un niño o niña protagonista, a través de un relato que mezcla lo real con lo imaginado, lo científico con lo emocional, y lo cotidiano con lo fantástico.

La estructura narrativa de cada capítulo sigue un viaje creativo. Inicia con una bienvenida en escenarios naturales de la ciudad, a cargo de dos presentadoras: Juliana y Daniela, artistas plásticas, ilustradoras y creativas de tiempo completo. Ellas introducen al protagonista y al animal que marcará el relato. A partir de allí, la historia se despliega en secciones que combinan documental, juego, creación artística y animación. Primero, el niño o niña protagonista comparte su entorno y su conexión emocional con la especie animal elegida. Luego, con su propia voz, introduce datos curiosos y científicos sobre el animal, acompañados de material audiovisual intervenido gráficamente con humor e imaginación.

A medida que avanza el episodio, el vínculo entre el niño o niña y el animal se transforma en una obra artística, creada en conjunto con Juliana o Daniela en un set inspirado en el mundo natural. Esta creación plástica da paso a una aventura de exploración urbana o rural, donde el protagonista investiga, pregunta y observa, alimentando la imaginación para construir una historia original creada por él o ella.

El clímax del episodio llega con una animación de alta calidad que da vida a la historia imaginada por el niño o niña protagonista, inspirada en todo lo que ha observado, sentido y creado durante este viaje creativo. Para finalizar con una reflexión sobre lo aprendido y experimentado.

El tono general de la serie es cercano, emotivo, dinámico y lleno de humor. A través de su creatividad, los protagonistas construyen relatos que invitan a reconocer la riqueza de la fauna bogotana, a despertar la curiosidad por lo que habita cerca y a conservar los recursos naturales y los animales de la ciudad.

Adicionalmente, como productos derivados se cuenta con una serie de 8 videocast de 24 minutos en formato programa de concurso y 2 programas especiales de 50 minutos.

El diseño de producción fue ajustado y se estableció el modelo de trabajo en la [formulación operativa](#), con la actualización del cronograma, el presupuesto, el equipo humano y técnico del proyecto.

Durante el desarrollo se ajustó la [formulación creativa](#) del proyecto, en la cual se estableció principalmente el trabajo con los niños protagonistas, el tratamiento con las presentadoras, el cubrimiento temático, el tratamiento audiovisual y la investigación.

Se elaboraron las [fichas de investigación](#) de acuerdo a los animales seleccionados para cada capítulo, así como el cubrimiento geográfico y personajes. Posteriormente se inició con la escritura de [escaletas](#) de los capítulos de la serie, acorde al desarrollo de la formulación creativa, así como el [paquete gráfico](#) de la serie.

Se inició la etapa de producción de los capítulos, manteniendo la estructura del formato proyectado y se da inicio en paralelo a la etapa de postproducción, para la cual se van revisando y solicitando ajustes a [los cortes](#) enviados.

NOMBRE Y NÚMERO DE CAPÍTULO	FICHA INVESTIGACIÓN	ESCALETA	GRABACIÓN	PREMASTER	MÁSTER	CONVERGENTES
1- La dama del campanario AGUA (11)	X	X	X	X		
2- Salta sin parar DANIEL (9)	X	X	X	X		
3- Una mamá con mucho estilo SHAFIA (11) & HAFSA (9)	X	X	X	X		
4- El guardián de la montaña MARIA ELENA (9)	X	X	X	X		
5- A la sombra IAN TOMÁS (10)	X	X	X	X		
6- El cantante urbano SALOMÉ (11)	X	X	X	X		
7- El canto que sobrevive KILLIAN (9)	X	X	X	X		
8- El cazador de altura que habita la ciudad AMELIA (8)	X	X	X			
9- El croar que aparece en las noches JUAN DIEGO (10)	X	X	X			
10- Pequeñas obreras de la ciudad TANIA (9)	X	X	X			
11- Una serpiente en la sabana SOFÍA (8)	X	X	X			
12- Los guardianes del páramo MARTÍN (11)	X	X	X			
13 LAURA (10)	X	X	X			
14. SAMUEL (12)	X	X	X			
15 DARWIN (9)	X	X	X			
16 JUAN JOSÉ (10)	X	X	X			
Videocast 01: Humedales	X	X				
Videocast 02: Grandes mamíferos	X					
Videocast 03: Vida en los bosques	X					
Videocast 04: Polinizadores	X					

Videocast 05: Aves en Bogotá	X					
Videocast 06: Animales adaptados a convivir con humanos	X					
Videocast 07: Artrópodos de Bogotá	X					
Videocast 08: Animales de sangre fría en Bogotá	X					
Especial 01	N.A	N.A				
Especial 02	N.A	N.A				

## ESTRATEGIA MULTIPLATAFORMA

### Alcance

De acuerdo con el comportamiento habitual de nuestras cuentas en redes sociales al momento del estreno de esta serie, la producción de estas piezas nos permitirá proyectar un crecimiento total del 1% en:

- Alcance: La cantidad de personas únicas que visualizan los contenidos.
- Reproducciones: La cantidad de veces que se visualizan los videos o contenidos multimedia.

### **LERO, LERO, ANIMALERO (antes OSO CURIOSO)**

- ¿Quién se ha comido mi galleta de chocolate? - Se queja Gael - ¿Quién desordenó mis libros? - Reclama su hermano Facundo – ¿Y quién se hizo popó por toda la casa? Exclaman los dos hermanos, mirándose el uno al otro con sospecha, pero ambos con un gesto niegan ser los responsables y es cuando caen en cuenta que alguien más debe ser el “criminal”. Y como son tan curiosos y les gusta tanto investigar, no tardan mucho en dar con los verdaderos culpables: los animales silvestres que habitan la ciudad de Bogotá.

¿Será que las palomas y las ardillas, los búhos, los murciélagos, las ranitas sabaneras, el zorro cangrejero, los chulos y toda la fauna silvestre de la ciudad se ha vuelto loca y están armando un plan en contra de los seres humanos para robar su comida, desordenar sus cosas y llenar de popó toda la ciudad? No, simplemente es que se cansaron de no ser vistos ni escuchados, ni tenidos en cuenta por sus vecinos humanos, y por eso quieren llamar la atención de cualquier manera, porque tienen algo importante para decirnos. Pero no hay red social, ni inteligencia artificial que valgan para saber lo que los animales quieren contar - ¿Qué hacemos? – Pregunta Gael – yo no sé hablar animañol -. – Tranqui, que nosotros también somos animales y tenemos mucho en común – responde Facundo –. Conectando con sus instintos animales, Gael y Facundo tendrán que enfocar su vista, afinar su oído, aguzar el olfato, afilar todos sus sentidos y su instinto animal para conectarse con el medio ambiente de la ciudad y descubrir la fauna que vive en los parques, los humedales y los cerros que rodean a Bogotá. Con la ayuda de otros chicos y chicas de la ciudad que les sirven de guía,



Gael y Facundo irán descubriendo cómo viven sus vecinos animales, cómo se relacionan con las otras especies de la ciudad, incluidos los humanos, y qué es lo que más les gusta de vivir en Bogotá.

Inspirados por la belleza y la maravilla de la vida silvestre de la ciudad, acompañados por chicos y chicas amantes de la fauna y con la ayuda de la app Naturalista los chicos encontrarán respuestas a sus preguntas. Luego, con toda esta información y con la colaboración de Dido, su gran amigo y artista de las mil artes, Facundo y Gael crearán piezas artísticas que los ayudará a conectarse emocionalmente con sus vecinos animales y comprender finalmente lo que ellos quieren decirles. Dibujarán sus formas, pintarán con sus colores, inspirados por el canto de las aves crearán melodías, bailarán al ritmo de sus movimientos, construirán máscaras que los ayudarán a mimetizarse y acercarse a aquellos animales que son muy tímidos, imitarán sus voces.

Y con todas estas sensaciones contarán a través de un clip de animación la historia del animal protagonista, interpretando sus deseos y necesidades y dejándonos un mensaje de porqué cada uno de ellos es importante para vida en la ciudad y por qué cada uno merece un lugar para vivir y ser felices en Bogotá.

Adicionalmente, como productos derivados se cuenta con una serie de 8 videocast de 24 minutos en formato programa de concurso y 2 programas especiales de 50 minutos.

El diseño de producción fue ajustado y se estableció el modelo de trabajo en la [formulación operativa](#), con la actualización del cronograma, el presupuesto, el equipo humano y técnico del proyecto.

Durante el desarrollo se ajustó la [formulación creativa](#) del proyecto, en la cual se estableció principalmente el trabajo con los niños protagonistas, el tratamiento con las presentadoras, el cubrimiento temático, el tratamiento audiovisual y la investigación.

Se elaboraron las [fichas de investigación](#) de acuerdo a los animales seleccionados para cada capítulo, así como el cubrimiento geográfico y personajes. Posteriormente se inició con la escritura de [guiones](#) de los capítulos de la serie, acorde al desarrollo de la formulación creativa, así como el [paquete gráfico](#) de la serie.

Se Inició la etapa de producción de los capítulos, manteniendo la estructura del formato proyectado y se da inicio en paralelo a la etapa de postproducción, para la cual se van revisando y solicitando ajustes a [los cortes](#) enviados.

NOMBRE Y NÚMERO DE CAPÍTULO	FICHA INVESTIGACIÓN	GUION	GRABACIÓN	PREMASTER	MÁSTER	CONVERGENTES
1. Chulo	X	X	X	X		
2. Alcaraván	X	X	X			
3. Cucarrón de mayo	X	X	X			
4. Charchala - Anadia bogotensis	X	X	X			
5. Perros ferales	X	X	X			

6. Cangrejo rojo americano	X	X	X			
7. Mirla patinaranja	X	X	X			
8. Puma	X	X				
9. Murciélago	X	X				
10. Curí de la sabana	X					
11. Tingua bogotana	X	X				
12. Halcón maromero	X	X				
13. Capitán de la sabana	X					
14. Caracol de jardín	X					
15. Mariposa espejito	X					
16. Paloma	X					
Videocast 01	X					
Videocast 02						
Videocast 03						
Videocast 04						
Videocast 05						
Videocast 06						
Videocast 07						
Videocast 08						
Especial 01	N.A	N.A				
Especial 02	N.A	N.A				

## ESTRATEGIA MULTIPLATAFORMA

### Alcance

De acuerdo con el comportamiento habitual de nuestras cuentas en redes sociales al momento del estreno de esta serie, la producción de estas piezas nos permitirá proyectar un crecimiento total del 1% en:

- Alcance: La cantidad de personas únicas que visualizan los contenidos.
- Reproducciones: La cantidad de veces que se visualizan los videos o contenidos multimedia

## **MULTIFORMATO EUREKA**

Durante el tercer trimestre del 2025, en el marco de la resolución 00012 del 17 de enero de 2025, se avanza en el Multiformato eureka, compuesto por 6 subformatos con capítulos atemporales, que abarcan formatos de ficción y no ficción de entre 7 y 52 minutos, diseñadas para visibilizar inquietudes y experiencias de niñas, niños y adolescentes de Bogotá (y sus adultos de confianza) alrededor de cuatro ejes temáticos: el disfrute de los derechos y compromiso con las responsabilidades de las niñas, niños y adolescentes como ciudadanos, la prevención de las violencias contra la infancia para una vida segura y plena, el conocimiento y apropiación del medio ambiente, la biodiversidad de la ciudad y comprensión de la sostenibilidad sin fatalismos desde la conciencia y la acción, exploración, descubrimiento y goce de Bogotá urbana y rural que revele espacios para todos, con planes y posibilidades de diversión, ocio, inspiración y aprendizaje a través de la curiosidad y el juego. Estos contenidos exploran sus puntos de vista, sus acciones, experiencias, vivencias y reflexiones sobre estos temas y se convierten en un espacio en el que se pueden expresar libremente, reconociendo la representatividad de las múltiples y diversas infancias y adolescencias, propuestos para la línea el canal infantil eureka y la franja infantil en Canal Capital.

Así las cosas, se continuó con la [investigación](#) de los capítulos faltantes del Multiformato, se siguió con la grabación, post y emisión de las series “Chema te lo cuenta” y “Generación Eureka Pregunta”. Con la serie “De frente y con mente”, se realizó la edición de los 6 capítulos y se emitieron 4 en el mes de septiembre, con la serie: Eureka en acción, se hicieron las reuniones de cocreación con los chicos de la Generación eureka para los 5 sketches, de estos se realizó los talleres de actuación, la grabación de 4 capítulos, y se realizó parte de la preproducción del último. Con la serie: “Un día increíble” se investigó y se grabaron 4 capítulos, y se está en la etapa de investigación para los 5 finales.

Para el corte del 30 de septiembre se tienen investigados 66 capítulos, grabados 62 capítulos, en proceso de edición 2, aprobadas por control de calidad 45, emitidas 37 y la espera de ser emitidas 2 en el mes de octubre para la finalización de los capítulos de la serie: “De frente y con mente”

#	NOMBRE DE CAPÍTULO	SUBFORMATO	FICHA DE INVESTIGACIÓN	GRABACIÓN	EDICIÓN	MÁSTER	CONVERGENTES
1	BOTELLAS DE AMOR	Chema te lo cuenta	X	X	X	X	X
2	LA OTRA VIDA DE LOS PUENTES	Chema te lo cuenta	X	X	X	X	X
3	ANA LUCÍA AMA LA GIMNASIA	#ModoYo	X	X	X	X	X

4	DAVID Y LOS MUNDOS DISTÓPICOS	#ModoYo	X	X	X	X	X
5	ERIK APRENDE EN EL MUNDO	#ModoYo	X	X	X	X	X
6	ANA LU Y VICKY ENTREVISTAN A CHEMA	GE pregunta	X	X	X	X	X
7	JUANJO Y LA POLICÍA CÍVICA	#ModoYo	X	X	X	X	X
8	ISABELLA VA A LOS CERROS	Un día increíble	X	X	X	X	
9	ISABELLA Y LOS DERECHOS DE LAS MUJERES	#ModoYo	X	X	X	X	X
10	EL COMPLEJO UNIVERSO DE LIAM	#ModoYo	X	X	X	X	X
11	EL PODER DE LA IMAGINACIÓN DE MARA	#ModoYo	X	X	X	X	X
12	EMILIA QUIERE CANTAR	#ModoYo	X	X	X	X	X
13	PLOGGING	Chema te lo cuenta	X	X	X	X	X
14	RETO BASURA CERO	Chema te lo cuenta	X	X	X	X	X
15	E-SPORTS	Chema te lo cuenta	X	X	X	X	
16	JANNY Y LAS COSTURAS DEL TERRITORIO	#ModoYo	X	X	X	X	X
17	THOMAS SUEÑA CON ROBOTS	#ModoYo	X	X	X	X	X
18	TURISMO SOSTENIBLE EN EL MOCHUELO	Chema te lo cuenta	X	X	X	X	
19	PARKOUR	Chema te lo cuenta	X	X	X	X	
20	NICOL BAILA PARA CONQUISTAR EL MUNDO	#ModoYo	X	X	X	X	X
21	UNA TARDE DE SCOUTS CON GABRIEL	#ModoYo	X	X	X	X	X
22	VICTORIA QUIERE HACERTE REIR	#ModoYo	X	X	X	X	X
23	FUTBOL AMERICANO FEMENINO	Chema te lo cuenta	X	X			
24	DYLAN Y LA VIDA ACUÁTICA	#ModoYo	X	X	X	X	X
25	JUAN PABLO EXPLORA LOS ASTROS	#ModoYo	X	X	X	X	X
26	FREESTYLE	Chema te lo cuenta	X	X	X	X	X
27	VALENTINA AMA A SU FAMILIA	#ModoYo	X	X	X	X	X
28	POWERLIFTING PARALÍMPICO	GE pregunta	X	X	X	X	
29	DAVID Y ERIK ENTREVISTAN A UN TENISTA DE MESA PARALÍMPICO	GE pregunta	X	X	X	X	
30	LIZARDO CARVAJAL	GE pregunta	X	X	X	X	

31	VICKY Y NICOL ENTREVISTAN A MARCE LA RECICLADORA	GE pregunta	X	X	X	X	X
32	EL METRO DEL FUTURO	Chema te lo cuenta	X	X	X	X	
33	GABRIEL Y DYLAN ENTREVISTAN A UNA EXPERTA EN ANFIBIOS Y REPTILES	GE pregunta	X	X	X	X	
34	GABRIEL Y DYLAN ENTREVISTAN A UN ESPELEÓLOGO	GE pregunta	X	X	X	X	
35	SALUD MENTAL	De frente y con mente	X	X	X	X	X
36	DIVERSIDAD CORPORAL	De frente y con mente	X	X	X	X	X
37	CULTURAS URBANAS	De frente y con mente	X	X	X	X	X
38	PREVENCIÓN DE VIOLENCIAS	De frente y con mente	X	X	X	X	X
39	ECOANSIEDAD	De frente y con mente	X	X	X	X	X
40	DISCURSOS DE ODIO	De frente y con mente	X	X	X	X	
41	JUAN PABLO Y THOMAS ENTREVISTAN A CURADORES DEL MUSEO NACIONAL	GE pregunta	X	X	X		
42	VALENTINA Y NICOL ENTREVISTAN A LOS LÍDERES DE UN REFUGIO DE ANIMALES	GE pregunta	X	X			
43	VALENTINA Y ANGÉLICA ENTREVISTAN A JUGADORES DE BALONMANO	GE pregunta	X	X			
44	UPCYCLING	Chema te lo cuenta	X	X	X	X	
45	ISABELLA Y JANNY ENTREVISTAN A JUAN CARLOS RINCÓN	GE pregunta	X	X	X	X	
46	EMPRENDIMIENTO	Chema te lo cuenta	X	X	X	X	
47	PALEONTÓLOGO POR UN DÍA	Chema te lo cuenta	X	X	X	X	
48	BATUCADA	Chema te lo cuenta	X	X	X		
49	JUANJO EN EL JAIME DUQUE	Un día increíble	X	X			
50	EL METAL DE TITANIO	Chema te lo cuenta	X				
51	DESPANTALLIZACION	Chema te lo cuenta	X	X	X	X	
52	PLAZA DE MERCADO	Chema te lo cuenta	X	X	X	X	
53	OBRA ÉTNICA EN EL DELIA	GE pregunta	X	X			
54	ESGRIMA	Chema te lo cuenta	X	X			

55	NIÑERO POR UN DÍA	Chema te lo cuenta	X	X			
56	DYLAN VA AL BIOPARQUE	Un día increíble	X	X			
57	PINTANDO LA RAYA	eureka en acción	X	X			
58	NO QUIERO MIS QUINCE	eureka en acción	X	X			
59	AMIGOS ANTE TODO	eureka en acción	X	X			
60	HASTA AQUÍ	eureka en acción	X	X			
61	EUREKA EN ACCIÓN	eureka en acción	X				
62	MAGIA	Chema te lo cuenta	X				
63	VALENTINA EN EL TÚNEL DE VIENTO	Un día increíble	X	X			
64	NATACIÓN PARALÍMPICA	Chema te lo cuenta	X	X			
65	NICOL ENTRENA CON LA GATA CIRKO	Un día increíble	X	X			
66	DAVID Y LIAM ENTREVISTAN A COSPLAYERS	GE pregunta	X				

## ESTRATEGIA MULTIPLATAFORMA

Para la estrategia multiplataforma se han realizado publicaciones en la página web y las redes sociales (Instagram, Facebook y TikTok ) de 14 contenidos en diferentes formatos y se publicaron 8 capítulos producidos del Multiformato en el canal de YouTube, como se reporta en este documento [SABANA DE CONTENIDOS EUREKA FUTIC - TRIMESTRAL](#) .



## AHORA INFORMATIVO

Para el tercer trimestre de 2025, el proyecto **informativo 'AHORA'** continuó destinando sus recursos técnicos y humanos para informar a la ciudadanía, sobre los hechos noticiosos y de actualidad más importantes de Bogotá, manteniendo la emisión central de 30 minutos a las 6:30 p. m. y la rotación de avances durante la mañana (9:00, 10:00 y 11:00) y la tarde (12:30, 3:00, 4:00 y 5:00 p. m.), a las cuales fueron sumadas emisiones de 60 minutos, los jueves de cada semana de 6:30 a 7:30 p. m. y un martes de cada mes en el mismo horario, destacando los contenidos que tienen una importancia enfocada en lo local, que involucran a los habitantes de Bogotá, grupos y comunidades; en sus problemáticas y las posibles soluciones a ellas; en las oportunidades que pueden encontrar en variados aspectos; en las agendas e información culturales y deportivas, todo enfocado en las diferentes localidades y en el municipio de Soacha principalmente y llegando, además, a los

territorios en los que se generó información noticiosa que interesa e impacta a la capital del país, mediante un equipo de periodistas quienes, basados en sus fuentes y bajo las directrices de Marta Noriega como directora del proyecto y líder editorial; han generado informes, notas, historias y demás contenidos diarios que, además de tener su publicación en la señal abierta de televisión y a través de los cable operadores, cuentan también con espacio para divulgación y consulta en plataformas digitales de video como [YouTube](#) y de redes sociales.

El proyecto 'AHORA' contó también durante el periodo informado, como insumo para sus contenidos, con las comunicaciones, solicitudes y denuncias de ciudadanos recibidas mediante [PQRs](#), que el área de Atención al Ciudadano continúa proveyéndonos, manteniendo la voz y la opinión ciudadana junto a sus problemáticas e intereses; entre lo que hemos podido abordar información artística, cultural, de servicio, entre otras, que involucran tanto a las entidades distritales como a las historias de la ciudadanía, como una de las bases de la agenda diaria del proyecto.

Durante el periodo informado, continuó la puesta en marcha de la realización de contenidos enfocados en temas de interés general, que involucraron un desarrollo detallado, consultando a las fuentes oficiales, ciudadanía y expertos, con quienes se analizó las temáticas previamente asignadas diariamente desde el criterio editorial. Se mantuvieron los procesos de producción en engranaje con las necesidades editoriales para la grabación, edición, montaje y emisión de dichos contenidos. Se desarrollaron secciones basadas en hechos de la agenda bogotana, como [Martes de Mercado](#) y [entrevistas](#) con representantes de las entidades más importantes para la ciudadanía, lideradas por la directora del proyecto, Marta Noriega, y secciones como [Bogotour](#) y [Mujeres de Acero](#), para consulta fuera de las emisiones diarias y que no están atadas necesariamente a la agenda informativa de cada día, contando así con contenidos atemporales como oferta a la audiencia digital de Canal Capital.

#### · REPORTE DE EMISIÓN JULIO INFORMATIVO AHORA

Para el mes de [julio](#), se emitieron **17 capítulos** de 30 minutos y **6 capítulos** de 60 minutos, cada uno con marcación FUTIC, para un total de **23 capítulos** en directo, con base en estudio y despliegue de reportería en diferentes zonas de la ciudad y con información de la agenda informativa de cada día.

#### · REPORTE DE EMISIÓN AGOSTO INFORMATIVO AHORA

Para el mes de [agosto](#), se emitieron **14 capítulos** de 30 minutos y **5 capítulos** de 60 minutos, cada uno con marcación FUTIC, para un total de **19 capítulos** en directo, con base en estudio y despliegue de reportería en diferentes zonas de la ciudad y con información de la agenda informativa de cada día.

#### · REPORTE DE EMISIÓN SEPTIEMBRE INFORMATIVO AHORA

Para el mes de [septiembre](#), se emitieron **17 capítulos** de 30 minutos y **5 capítulos** de 60 minutos, **cada uno con marcación FUTIC**, para un total de **22 capítulos** en directo, con base en estudio y despliegue de reportería en diferentes zonas de la ciudad y con información de la agenda informativa de cada día.

#### · TOTALES CAPÍTULO Y TEMÁTICAS INFORMATIVO AHORA

Del periodo informado, el resumen de emisiones del espacio informativo es el siguiente:

- o Total capítulos informativo *AHORA* con marcación FUTIC de 30 minutos: 48

- o Total capítulos *Especiales AHORA* con marcación FUTIC de 60 minutos: 16

#### · **CONTENIDO SOBRE EVENTOS TRANSMITIDOS POR CAPITAL, INFORMATIVO AHORA**

En lo que tuvo que ver con los contenidos que involucraron a Canal Capital como medio de transmisión, se realizaron para el informativo *AHORA* notas y otras piezas puntualmente sobre:

- o COLOMBIA AL PARQUE
- o FESTIVAL GABO
- o FESTIVAL DE VERANO
- o BOGOTÁ GOSPEL
- o CONCIERTOS ORQUESTA FILARMÓNICA DE BOGOTÁ
- o VALLENATO AL PARQUE
- o TC 2000 COLOMBIA CHASE 2025
- o HIP-HOP AL PARQUE
- o JAZZ AL PARQUE
- o POPULAR AL PARQUE
- o BIENAL DE ARTE Y CIUDAD BOG25

#### · **CONTINUIDADES DE EMISIONES DIARIAS (L-V) INFORMATIVO AHORA**

Durante el periodo informado, se realizaron consejos de redacción de los cuales se plantearon y se organizaron los contenidos en [continuidades](#) mediante la plataforma Inception.

#### · **CONTENIDOS ADICIONALES INFORMATIVO AHORA**

Durante el periodo informado, contamos con emisiones especiales que surgieron como cubrimiento de hechos coyunturales para la ciudad, sobre los siguientes temas:

- o HONRAS FÚNEBRES MIGUEL URIBE TURBAY
- o LLEGADA VAGONES DEL METRO A CARTAGENA
- o LLEGADA VAGONES DEL METRO A BOGOTÁ
- o PRESENTACIÓN VAGONES DEL METRO EN EL PATIO TALLER



## ESTRATEGIA MULTIPLATAFORMA

Durante este tercer trimestre se ha mantenido el seguimiento durante la emisión en vivo y la gestión de las redes sociales, compartiendo en tiempo real los contenidos, una vez finalizada la transmisión, se publicaron los clips del programa en las diferentes plataformas digitales. Continuamos promocionando los contenidos de cada emisión con los videos de los periodistas que invitan a la emisión de las 6:30 p.m. En este trimestre se cumplió con la meta de [dos contenidos](#) por emisión.



### AHORA

#### Indicadores Digitales

CONSULTA		MES	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE
PUBLICACIONES	3.644	PUBLICACIONES	1.312	1.095	1.237
IMPRESIONES	42.474.604	IMPRESIONES	11.012.385	24.799.656	6.662.563
ALCANCE	8.228.816	ALCANCE	1.770.986	3.090.037	3.367.793
VECES QUE SE COMPARTIÓ	27.124	VECES QUE SE COMPARTIÓ	8.887	9.915	8.322
REPRODUCCIONES	9.703.944	REPRODUCCIONES	2.068.165	3.692.676	3.943.103
COMENTARIOS	307.502	COMENTARIOS	27.984	88.577	190.941
ME GUSTA	43.217	ME GUSTA	2.892	15.868	24.457
INTERACCIONES	386.641	INTERACCIONES	42.134	116.983	227.524

REDES SOCIALES	Facebook	Instagram	X	Tiktok	Linkedin	Youtube	Total
PUBLICACIONES	709	341	1.283	103	3	1.205	3.644
IMPRESIONES	0	0	881.609	0	992	41.592.003	42.474.604
ALCANCE	1.752.396	441.598	0	4.658.748	0	1.376.074	8.228.816
VECES QUE SE COMPARTIÓ	1.777	1.349	1.217	16.670	1	6.110	27.124
REPRODUCCIONES	2.087.148	630.401	154.341	5.200.939	0	1.631.115	9.703.944
COMENTARIOS	31.383	9.455	2.267	244.665	9	19.723	307.502
ME GUSTA	7.112	434	317	28.419	2	6.933	43.217
INTERACCIONES	39.860	11.247	13.321	289.507	12	32.694	386.641

Fuente: Metricool, Meta Business, Youtube Studio, X Analytics

Fecha de la descarga: 1 de Octubre de 2025

Se incluyen todas las publicaciones que incluyen las palabras \*#AHORA\*#CómoAmaneceBogotá\*#AHORA \*



## ESPECIALES AHORA

Bajo la marca 'AHORA', también se mantuvo, durante el tercer trimestre de 2025, contenidos informativos de actualidad a través del proyecto **Especiales AHORA**, brindando una alternativa respecto a la forma y el modo de informar, con su respectivo equipo dedicado a la investigación y realización de temáticas especiales, con un tratamiento a profundidad y que contó, aparte de la dirección, con la presentación de Yamit Palacio, cuyos capítulos contaron con publicación en plataformas digitales como **YouTube**.

## REPORTE DE EMISIÓN JULIO ESPECIALES AHORA

Durante este mes se emitieron **dos (2) capítulos de Especiales AHORA** de 60 minutos cada uno **con marcación FUTIC**, con temáticas editoriales, grabado en locaciones exteriores e incluyendo informes realizados de acuerdo a las temáticas, que contaron con las voces de expertos y de los ciudadanos a quienes impactan de algún modo.

1. **'Bogotá Envejece'**, sobre el panorama del envejecimiento en Bogotá y las implicaciones sociales, económicas, médicas y políticas que esto representa, **emitido el 13 de julio de 2025**.
2. **'Bogotá Patrimonial'**, sobre el patrimonio material e inmaterial de Bogotá en las voces de expertos y testimonios de quienes viven y aprecian la simbología y lo que representa para la ciudad, **emitido el 27 de julio de 2025**.

#### · **REPORTE DE EMISIÓN AGOSTO ESPECIALES AHORA**

Durante este mes se emitieron **dos (2) capítulos de Especiales AHORA** de 60 minutos cada uno **con marcación FUTIC**, con temáticas editoriales, grabado en locaciones exteriores e incluyendo informes realizados de acuerdo a las temáticas, que contaron con las voces de expertos y de los ciudadanos a quienes impactan de algún modo.

1. **'Bogotá Aprende'** sobre la actualidad en Bogotá del sistema educativo y el estatus en cobertura y calidad por medio de voces que explican y dan testimonio de lo logrado y de lo pendiente, **emitido el 10 de agosto de 2025**.
2. **'Bogotá Comunitaria'**, sobre las organizaciones comunitarias de los territorios urbanos y rurales, en la tarea del desarrollo y el cuidado de los espacios y las relaciones de las comunidades en Bogotá, **emitido el 31 de agosto de 2025**.

#### · **REPORTE DE EMISIÓN SEPTIEMBRE ESPECIALES AHORA**

Durante este mes se emitieron **dos (2) capítulos de Especiales AHORA** de 60 minutos cada uno **con marcación FUTIC**, con temáticas editoriales, grabado en locaciones exteriores e incluyendo informes realizados de acuerdo a las temáticas, que contaron con las voces de expertos y de los ciudadanos a quienes impactan de algún modo.

1. **'Bogotá Región'**, sobre los desafíos de Bogotá y la región metropolitana frente a problemáticas y oportunidades comunes en el territorio, **emitido el 14 de septiembre de 2025**.
2. **'Bogotá Reconciliada'**, sobre el papel de Bogotá como escenario y destino de esfuerzos en favor de la paz y la reconciliación, entre víctimas y excombatientes, **emitido el 21 de septiembre de 2025**.



#### · **TOTALES CAPÍTULO Y TEMÁTICAS ESPECIALES AHORA**

Del periodo informado, el resumen de emisiones del espacio informativo de Especiales es el siguiente:

- o Total de capítulos de *Especiales AHORA* con marcación FUTIC: 6

ESTRATEGIA MULTIPLATAFORMA

Para este tercer trimestre se continuó realizando el acompañamiento a las emisiones de los especiales con las notas web y la circulación de contenidos durante el mes para tener presencia en las diferentes redes sociales y en la página del Canal. Todos los capítulos emitidos se encuentran alojados en la lista de reproducción del proyecto. Para este periodo, se cumplió con la meta establecida de generar dos contenidos por emisión.

Contenido del canal		Vídeos de la lista de reproducción								Editar en YouTube
Video		Visibilidad	Monetización	Restricciones	Fecha	Visualizac...	Comentari...	% de Me gusta		
	Especiales AHORA: Bogotá reconciliada #EspecialesAHORA El capítulo 'Bogotá reconciliada' explora cómo la capital se ha...	Público	Activada	Ninguna	21 sept 2025 Fecha de estreno	802	5	100,0 %	18 Me gusta	
	Especiales AHORA: Bogotá región El capítulo Bogotá región buscará explicar y visualizar los desafíos compartidos que...	Público	Activada	Ninguna	14 sept 2025 Fecha de estreno	3.254	10	96,8 %	61 Me gusta	
	Especiales AHORA: Bogotá Comunitaria #EspecialesAHORA Bogotá Comunitaria explora el papel histórico y actual de las...	Público	Activada	Ninguna	31 ago 2025 Fecha de estreno	976	4	100,0 %	33 Me gusta	
	Especiales AHORA: Bogotá Aprende #EspecialesAHORA Este capítulo explora cómo Bogotá ha construido su sistema...	Público	Activada	Ninguna	10 ago 2025 Fecha de estreno	688	7	96,6 %	28 Me gusta	
	Especiales AHORA: Bogotá patrimonial #EspecialesAHORA Bogotá patrimonial explora el patrimonio cultural de la capital...	Público	Activada	Ninguna	27 jul 2025 Fecha de estreno	12.997	31	99,4 %	307 Me gusta	
	Bogotá envejecer: retos y oportunidades d... #EspecialesAHORA   'Bogotá envejecer', un reportaje que invita a mirar con atención...	Público	Activada	Ninguna	13 jul 2025 Fecha de estreno	1.569	2	96,2 %	51 Me gusta	



## ESPECIALES AHORA

### Indicadores Digitales

CONSULTA		MES		JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE
PUBLICACIONES	77	PUBLICACIONES		26	21	30
IMPRESIONES	160.833	IMPRESIONES		80.504	14.278	66.051
ALCANCE	62.105	ALCANCE		23.406	15.387	23.312
VECES QUE SE COMPARTIÓ	274	VECES QUE SE COMPARTIÓ		153	69	52
REPRODUCCIONES	76.593	REPRODUCCIONES		27.921	19.899	28.773
COMENTARIOS	761	COMENTARIOS		336	216	209
ME GUSTA	48	ME GUSTA		23	11	14
INTERACCIONES	1.153	INTERACCIONES		534	316	303

REDES SOCIALES	Facebook	Instagram	X	Tiktok	Linkedin	Youtube	Total
PUBLICACIONES	30	18	19	0	0	10	77
IMPRESIONES	0	0	10.687	0	0	150.146	160.833
ALCANCE	36.474	17.175	0	0	0	8.456	62.105
VECES QUE SE COMPARTIÓ	6	85	8	0	0	175	274
REPRODUCCIONES	42.709	22.979	786	0	0	10.119	76.593
COMENTARIOS	149	332	14	0	0	266	761
ME GUSTA	0	3	6	0	0	39	48
INTERACCIONES	160	420	93	0	0	480	1.153

Fuente: Metricool, Meta Business, Youtube Studio, X Analytics  
 Fecha de la descarga: 1 de Octubre de 2025  
 Se incluyen todas las publicaciones que incluyen las palabras "ESPECIALESAHORA"

## BOGOTARIO

Bogotá es una inmensa ciudad de 8 millones de habitantes. Si a esto le sumamos sus áreas metropolitanas, se estima que la población podría crecer a los 11 millones. Por la extensión de la capital, los bogotanos pasan la mayor parte de su tiempo en una porción muy reducida de la ciudad. Por eso, Bogotario busca traer a ellos esos íconos que hacen parte de la historia y de la vida actual de la ciudad, y que muchos de sus habitantes han olvidado o simplemente han salido de su mente.

En Bogotario, invitamos a la audiencia a redescubrir la ciudad a través de sus íconos más emblemáticos, creando un vínculo emocional y profundo con el lugar que llamamos hogar. Cada micro de 5 minutos de la serie es un viaje visual y narrativo que celebra los íconos de Bogotá. La serie hace un retrato del ícono en el momento actual, pero además explora su historia y su contexto para ofrecer una explicación de su importancia y de por qué se ha convertido en un ícono. El tratamiento fotográfico del lugar es fundamental en la serie. Queremos retratar imágenes hermosas que generen en la audiencia una sensación de asombro y orgullo por su ciudad.

La serie es presentada por un personaje con un estilo y un tono peculiar, conocedor de la ciudad, quien se encarga de mostrarnos la belleza que hemos olvidado de estos íconos. Su tono es curioso, divertido, relajado. Su interés principal es exaltar el ícono, aunque por momentos nos contará también “aquello que no quieren que sepas” del lugar, objeto u oficio escogido, es decir, esas pequeñas manchitas que no debemos olvidar o pasar por alto

Compuesta por 30 capítulos para televisión cada episodio es una oportunidad para enamorarse de nuevo de Bogotá. Queremos que la audiencia sienta orgullo y pertenencia, que se reconozca en estos íconos y que descubra nuevas facetas de su ciudad. Como complemento del componente televisivo, se hará entrega de insumos para las redes sociales y plataformas de CAPITAL que permitan interpelar y motivar la conversación con la audiencia.

En este tercer trimestre se elaboraron las [fichas de investigación](#) que fueron desarrolladas definiendo el tema general de la serie y de cada capítulo, así como los subtemas, enfoque y personajes. Posteriormente se escribieron los [guiones](#) de los 30 capítulos micros de la serie, acorde al desarrollo de la [formulación creativa](#), así como el [paquete gráfico](#) de la serie.

Se ejecutó la etapa de producción de los 30 capítulos micros de la serie, manteniendo la estructura del formato proyectado y se da inicio en paralelo a la etapa de postproducción, para la cual se fueron revisando, solicitando ajustes y aprobando parte de los [cortes](#) que posteriormente se [finalizaron](#) y [masterizaron](#) para revisión y aprobación de control de calidad cumpliendo con los parámetros técnicos exigidos.

Paralelamente a la etapa de postproducción se desarrollaron parte de las [piezas convergentes](#).

#	NOMBRE DE CAPÍTULO	FICHA INVESTIGACIÓN	GUION	GRABACIÓN	EDICIÓN	MÁSTER	CONVERGENTES
1	Paseadores de perros	X	X	X	X	X	
2	El septimazo	X	X	X	X	X	
3	Maloka	X	X	X	X	X	
4	Zapaterías del Restrepo	X	X	X	X	X	
5	Polideportivo del Quirigua	X	X	X	X	X	
6	Graffiti	X	X	X	X	X	

7	Humedal Santa María del Lago	X	X	X	X	X	
8	Paraderos para Libros para Parques	X	X	X	X	X	
9	Moda Bogotana	X	X	X	X	X	
10	Chorro de Quevedo	X	X	X	X	X	
11	Jardín Botánico Real de Colombia	X	X	X	X	X	
12	Mercado de pulga de Usaquén	X	X	X			
13	Museo de la ciudad autoconstruida	X	X	X	X	X	
14	Juegos populares	X	X	X	X	X	
15	Centro Nacional de las Artes	X	X	X	X		
16	San Victorino	X	X	X			
17	Ciudad de ladrillo	X	X	X	X	X	
18	Herencia indígena	X	X	X	X		
19	Plaza de Lourdes	X	X	X			
20	Biblioteca Sumapaz	X	X	X	X		
21	Torneo del Olaya	X	X	X	X		
22	Parque Simón Bolívar	X	X	X	X	X	
23	Bicitaxismo	X	X	X	X	X	
24	Huertas urbanas	X	X	X	X	X	
25	Universidad Nacional	X	X	X	X	X	
26	El clima bogotano	X	X	X	X	X	
27	Comidas callejeras	X	X	X			
28	Centro Urbano Antonio Nariño	X	X	X			
29	Teatro Mayor Julio Mario Santo Domingo	X	X	X			
30	Cinemateca de Bogotá	X	X	X			

## ESTRATEGIA MULTIPLATAFORMA

### Alcance

De acuerdo con el comportamiento habitual de nuestras cuentas en redes sociales al momento del estreno de esta serie, la producción de estas piezas nos permitirá proyectar un crecimiento total del 1% en:

- Alcance: La cantidad de personas únicas que visualizan los contenidos.
- Reproducciones: La cantidad de veces que se visualizan los videos o contenidos multimedia



La Nevera Sonora es un programa televisivo de Canal Capital concebido como una plataforma estratégica para la promoción y circulación de la música local. Diseñado para celebrar la diversidad sonora de la región, el programa articula contenidos dinámicos que visibilizan tanto a artistas emergentes como a referentes consolidados de la escena musical, consolidándose como un puente entre los creadores y sus audiencias.

Para el tercer trimestre se iniciaron las emisiones de los programas y de las cápsulas Pa la Sed y La Puerta de la siguiente manera:

### **Programa 1**

**PRODUCCIÓN: 24 DE JULIO DE 2025**

**EMISIÓN: 30 DE JULIO DE 2025**

El primer episodio de La Nevera Sonora explora los sonidos que definen a Bogotá desde una mirada cultural, urbana y afectiva. A través de entrevistas callejeras, se recoge la percepción de los ciudadanos sobre la música que representa a la ciudad. El episodio incluye una conversación con el artista bogotano Juan Pablo Vega, quien presenta su nuevo álbum Cachaco y reflexiona sobre cómo capturar la esencia sonora de Bogotá en su música. Además, se reseñan tres discos recientes de la escena alternativa local —Nochenegra de Nicolás & Los Fumadores, La Pista de Juliana y DÍA de Ela Minus— para destacar las búsquedas personales y estéticas de los músicos bogotanos. El capítulo cierra con una mirada nostálgica a la música de los carritos de helado, vinculando melodías populares con la memoria colectiva y el espacio público.

**PRODUCCIÓN: 31 DE JULIO DE 2025**

**EMISIÓN: 6 DE AGOSTO DE 2025**

El texto explora la historia y el presente de la salsa en Bogotá, desde su llegada en los años 50 gracias a la radio y la migración, hasta su auge en los años 70 y 80 con bares emblemáticos como Quiebracanto. También destaca el resurgimiento actual del género en la ciudad, impulsado por nuevas orquestas, fiestas en vinilo y el protagonismo de mujeres selectoras. A través de entrevistas con figuras clave como Ismael Matallana y las creadoras de Agua e' Lulo, se retrata cómo la salsa sigue viva como expresión cultural, memoria colectiva y fiesta popular en la capital colombiana. El texto analiza los más recientes álbumes de Rauw Alejandro (Cosa Nuestra), Bad Bunny (Debí Tirar Más Fotos) y Karol G (Tropicoqueta), explorando cómo cada uno aborda la música tradicional latinoamericana dentro del pop urbano contemporáneo. A través de una mirada crítica, se señala cómo estos artistas incorporan géneros como la salsa, el merengue, la bachata o el bolero, y se cuestiona si lo hacen como homenaje sincero a sus raíces o como estrategia estética y comercial. Mientras Bad Bunny propone una obra con carga política y cultural, Rauw y Karol enfrentan críticas por ofrecer proyectos más ambiguos o superficiales en su representación de lo latino. El texto narra la historia del tropicanibalismo, un movimiento musical colombiano alternativo que surgió a finales de los años 90 como una respuesta irreverente al tropipop, el cual dominó la escena comercial en los 2000.

Fonseca, Cabas y Fanny Lu popularizaban versiones suaves y románticas de la música tropical, jóvenes músicos como Mario Galeano y Eblis Álvarez empezaban a experimentar con cumbia, vallenato y salsa desde la disonancia, la psicodelia y el sarcasmo. De ese espíritu contracultural nacieron proyectos como Meridian Brothers, Frente Cumbiero o Los Pirañas, y con ellos, una nueva generación que reivindica lo tropical desde lo transgresor. El texto plantea así una contraposición entre dos formas de entender la identidad musical colombiana: una pulida y comercial, otra ruidosa y desafiante.

### **Programa 3**

**PRODUCCIÓN: 8 DE AGOSTO DE 2025**

**EMISIÓN: 13 DE AGOSTO DE 2025**

El capítulo es un recorrido histórico y actual por la música en Bogotá, desde la llegada de ritmos regionales y tropicales en el siglo XX hasta la diversidad de escenas contemporáneas como el rap, la electrónica, el jazz, el metal y el alternativo. A través de perfiles breves de artistas representativos, muestra cómo la capital se ha convertido en un cruce de influencias culturales y sonoras, resaltando que su identidad musical radica en la coexistencia de múltiples géneros y expresiones. El texto narra la historia real de la relación entre Iggy Pop y Liliana, una joven bogotana a quien conoció en un festival en los Pirineos en 1998. Durante casi dos años, compartieron viajes y estancias en Bogotá, donde el músico convivió con ella y su hija en La Candelaria, disfrutó de paseos por Colombia y de la vida cotidiana lejos de los escenarios. La historia, que se mantuvo como un mito urbano por más de una década, fue confirmada años después por un reportaje en VICE.

**PRODUCCIÓN: 14 DE AGOSTO DE 2025**

**EMISIÓN: 20 DE AGOSTO DE 2025**

El capítulo presenta a tres propuestas clave del rap en español actual: Dano (España/Argentina), referente de la última década por su sonido innovador y sus colaboraciones internacionales; Mir Nicolás (Argentina), reconocido por su estilo lírico complejo y prolífica producción musical; y Las Ninyas del Corro (España), dúo femenino que reivindica el rap noventero desde una mirada feminista y crítica. A través de sus trayectorias, discos recientes y colaboraciones, se muestra cómo el rap en español se ha diversificado, globalizado y consolidado como un espacio de identidad, innovación y representatividad en la música contemporánea. El texto

conmemora los 30 años de El Ataque del Metano de La Etnnia, considerado el primer gran pilar del rap colombiano. Narra cómo, inspirados por el hip-hop neoyorquino de los años 80, los hermanos Pimienta del barrio Las Cruces evolucionaron de un colectivo de breakdance a convertirse en pioneros del rap en Bogotá. Con su debut en 1995, el grupo retrató la violencia, la marginalidad y la vida en los barrios populares, consolidándose como una voz de protesta y memoria urbana, y dejando una huella histórica en la cultura hip-hop del país.

**Programa 5**

**PRODUCCIÓN: 21 DE AGOSTO DE 2025**

**EMISIÓN: 27 DE AGOSTO DE 2025**

El capítulo recopila la historia de bares y discotecas emblemáticas de Bogotá que, aunque ya no existen, dejaron una huella profunda en la vida nocturna y cultural de la ciudad. Desde Keops en los años 80, con su exclusividad y artistas internacionales, hasta Armando Records como epicentro alternativo en los 2000, pasando por Colombia Metal Garage como casa del metal local, Cinema Club como pionero de la electrónica y Barbarie como semillero del rock colombiano con Aterciopelados, cada espacio reflejó un momento clave de la música y la sociedad bogotana. Sus cierres, motivados por factores como la violencia, el urbanismo, la gentrificación o las normativas, muestran cómo la ciudad se transforma, pero también cómo estos lugares permanecen en la memoria colectiva como símbolos del patrimonio cultural inmaterial de Bogotá. También se habla de cómo Bogotá ha adoptado y transformado géneros globales recientes como el plugg, el emo/screamo y el neoperreo, mostrando a jóvenes artistas locales que, desde internet y la experimentación, han creado escenas emergentes que conectan lo global con lo urbano bogotano.

**Programa 6**

**PRODUCCIÓN: 28 DE AGOSTO DE 2025**

**EMISIÓN: 3 DE SEPTIEMBRE DE 2025**

En compañía de dos autores colombianos que a través de sus letras han documentado la producción de músicas en Colombia, desde La Nevera Sonora se propone un espacio para reflexionar sobre este tema. Con la reunión de dos perspectivas que a priori pueden parecer distantes, se emprende la construcción de una fotografía que nos de luces sobre este mercado y los procesos que transitan



quienes deciden dedicarse a la creación de libros que tengan a la música como protagonista. Por otra parte, se revisitan otro tipo de formatos, textos y músicas afines a la conversación, como es el caso de los canticuentos, para ampliar el alcance de nuestra reflexión y dejar sobre la mesa la amplitud y variedad de documentos a los que se puede aludir cuando hablamos de la relación que existe entre la música y los libros. A manera de cierre visitamos la obra de varios artistas colombianos que están radicados en el exterior.

### ***Programa 7***

***PRODUCCIÓN: 4 DE SEPTIEMBRE DE 2025***

***EMISIÓN: 10 DE SEPTIEMBRE DE 2025***

En la última década, Colombia ha vivido una explosión de conciertos y festivales que va desde los mega eventos internacionales hasta las escenas locales y underground, lo que plantea preguntas sobre la sostenibilidad del mercado, la capacidad económica del público y el papel de los promotores. A través de entrevistas con bookers y programadores de distintos sectores, el texto explora los retos, apuestas y tensiones entre lo público y lo privado, así como el impacto de estas dinámicas en las bandas locales y en la construcción de la oferta cultural del país. También, el texto narra la historia de cómo Rubén Blades, en los inicios de su carrera, escuchó por primera vez una de sus canciones en una emisora de Barranquilla, hecho que simboliza el estrecho vínculo entre el artista panameño y Colombia. A partir de esta anécdota, se repasan sus primeros pasos en agrupaciones locales, su despegue como compositor con

“Descarga Caliente” en 1970, y cómo a lo largo de su trayectoria —junto a figuras como Ray Barretto y Willie Colón— Colombia se convirtió en un escenario clave.

### ***Programa 8***

***PRODUCCIÓN: 11 DE SEPTIEMBRE DE 2025***

***EMISIÓN: 17 DE SEPTIEMBRE DE 2025***

El capítulo es una panorámica de la influencia de artistas venezolanos en la música latinoamericana, con énfasis en cómo la migración ha impulsado nuevas formas de creación y fusión sonora. Presenta músicos de distintas generaciones, desde el rapero Aros García, la cantante Selva Volcán y el productor WOST, hasta propuestas emergentes como Alleh & Yorghaki, Joaquina y SAN, que exploran géneros como rap, R&B, electrónica, pop urbano, merenguetón e indie experimental, mezclándolos con ritmos tradicionales venezolanos. Además, conecta este panorama contemporáneo con el legado histórico de La Billo's Caracas Boys, mostrando que la música venezolana ha sido un puente cultural que trasciende fronteras y épocas. En conjunto, el texto evidencia cómo estos artistas transforman su experiencia migratoria en identidad, resistencia y comunidad, aportando frescura e innovación a la escena musical regional.

### ***Programa 9***

**PRODUCCIÓN: 18 DE SEPTIEMBRE DE 2025**

**EMISIÓN: 24 DE SEPTIEMBRE DE 2025**

El capítulo explora el fenómeno de los clubs de fans en Bogotá como espacios de organización, identidad y comunidad para seguidores de artistas de distintos géneros musicales. Presenta ejemplos de fandoms de NCT (K-pop), Silvestre Dangond (vallenato) y Paramore (rock alternativo), mostrando cómo cada uno desarrolla dinámicas propias, actividades colectivas y conexiones con los artistas. Además, menciona el legado de

Carlos Gardel para contextualizar la tradición histórica del fanatismo musical, destacando que estas redes de seguidores han sido parte fundamental de la cultura popular mucho antes de la era digital.

### **CÁPSULAS**

**PA LA SED: Agenda de planes en Bogotá y Colombia**

**LA PUERTA: Noticias de la música y el entretenimiento**

**Julio 15, 16, 22 y 28**

4 CÁPSULAS PA LA SED

4 CÁPSULAS LA PUERTA

**Agosto 5 y 6, 12, 20 y 26**

4 CÁPSULAS PA LA SED

4 CÁPSULAS LA PUERTA

**Septiembre 1 y 3, 8, 16 y 24**

4 CÁPSULAS PA LA SED

4 CÁPSULAS LA PUERTA

### **ESTRATEGIA MULTIPLATAFORMA**

Durante este trimestre se inició el acompañamiento del equipo digital a las emisiones de *La Nevera*. Como parte de esta estrategia, se realizaron transmisiones en vivo de los capítulos a través de redes sociales y se crearon listas de reproducción en [Youtube](#) y [Spotify](#). Para fortalecer la promoción, se produjeron videos en los que los presentadores invitan a ver las emisiones, así como notas web sobre los temas más relevantes de cada programa. Se ha cumplido la meta de generar [un contenido](#) por cada capítulo.

## **AUDIENCIAS CAPITAL**

Durante el tercer trimestre del 2025, el proyecto Audiencias Capital reafirmó uno de los objetivos centrales de Canal Capital: poner a la ciudadanía en el centro de todo nuestro trabajo y consolidar un escenario de comunicación plural. En este espacio, es la ciudad la que habla a través de la diversidad de sus voces, situando a las audiencias en el corazón de Bogotá y de nuestra labor.

En este periodo, trascendimos el papel de simples receptores de quejas o reclamos, para consolidarnos como un puente que impulsa y empodera a los televidentes, transformando el imaginario de la Defensoría de Audiencias y de su defensor, Carlos Alberto Chica. Optamos por privilegiar el empoderamiento sobre la representación, acompañando este proceso con escucha activa, respeto, empatía, pluralismo, transparencia y rigor informativo.

Así, el programa semanal se consolidó como un espacio por y para las audiencias: un escenario donde no solo se expresan opiniones sobre la parrilla de programación, sino también se exploran las historias y aprendizajes que hay detrás de cada comentario y mensaje. A través de la interacción directa y la búsqueda activa en redes y plataformas digitales, hemos logrado acercarnos más a quienes nos ven, reconociendo su importancia como protagonistas y no solo como cifras de rating.

Se presenta la relación de los capítulos emitidos durante el tercer trimestre del año 2025, destacando los temas, experiencias y aprendizajes que han fortalecido el ejercicio de la Defensoría de Audiencias en Canal Capital:

Número de Capítulo	Fecha	Título	Invitados	Link del capítulo
#22 Cap-27-2025	5 DE JULIO DE 2025	<b>EL OSO DE ANTEOJOS: SUPER ESTRELLA EN ROCK AL PARQUE</b>	JHOHANN MUÑOZ-TELEVIDENTE DE CAPITAL	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=7LlI-X7ljcw">https://www.youtube.com/watch?v=7LlI-X7ljcw</a>
#23 Cap-28-2025	12 DE JULIO DE 2025	<b>ROCK AL PARQUE POR CAPITAL: TESTIMONIO DE UN CALEÑO SIN ODIOS ENGENDRADOS</b>	DENINZON HERRERA-TELEVIDENTE DE CAPITAL	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=pJm1py_72M">https://www.youtube.com/watch?v=pJm1py_72M</a>
#24 Cap-29-2025	19 DE JULIO DE 2025	<b>SANTIAGO EL ROCKERO ECUATORIANO QUE SE PILLÓ ROCK AL PARQUE POR CANAL CAPITAL</b>	SANTIAGO ROMERO-TELEVIDENTE DE CAPITAL	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=i5QVrvw_ezo">https://www.youtube.com/watch?v=i5QVrvw_ezo</a>
#25 Cap-30-2025	26 DE JULIO DE 2025	<b>ROCK AL PARQUE POR CAPITAL:ENCUENTRO Y CONSTRUCCIÓN DE UNA CIUDAD MÁS FELIZ</b>	LILIAN CONTRERAS-TELEVIDENTE DE CAPITAL	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=nJ3CQo5Mxuk">https://www.youtube.com/watch?v=nJ3CQo5Mxuk</a>
#26 Cap-31-2025	2 DE AGOSTO DE 2025	<b>CANAL CAPITAL ABRE LA NEVERA SONORA PARA UNA CIUDAD RUIDOSA PERO PROFUNDAMENTE MUSICAL</b>	ANDRÉS SALAZAR-DIRECTOR Y PRESENTADOR DE LA NEVERA SONORA	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=-QH4BQoiZxk">https://www.youtube.com/watch?v=-QH4BQoiZxk</a>

#27 Cap-32-2025	9 DE AGOSTO DE 2025	<b>FRANCISCO EL MATEMÁTICO: FICCIÓN Y REALIDAD EN LA MEJOR ÉPOCA DE LA VIDA DE MARLÓN PRADA</b>	MARLÓN PRADA- TELEVIDENTE DE CAPITAL	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=9xfYFLCw3qU">https://www.youtube.com/watch?v=9xfYFLCw3qU</a>
#28 Cap-33-2025	16 DE AGOSTO DE 2025	<b>CICLOVIVA: TOMÁNDOLE EL PULSO A LA VIDA DE BOGOTÁ</b>	EDGAR MAYORGA- DIRECTOR DE CICLOVIVA	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=OsOirZVi3E0">https://www.youtube.com/watch?v=OsOirZVi3E0</a>
#29 Cap-34-2025	23 DE AGOSTO DE 2025	<b>EUREKA: TELEVISIÓN HECHA POR NIÑOS Y NIÑAS. EL TESTIMONIO DE NICOLE Y EMILIA</b>	NICOLE Y EMILIA- NIÑAS PARTICIPANTES DE LA GENERACIÓN EUREKA 2025	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=TOKpGRxjnOg">https://www.youtube.com/watch?v=TOKpGRxjnOg</a>
#30 Cap-35-2025	30 DE AGOSTO DE 2025	<b>MADRES QYE SE INSPIRAN Y APRENDEN CON LA GENERACIÓN EUREKA</b>	ALEXANDRA SÁNCHEZ- MADRE DE NICOL PARTICIPANTE DE LA GENERACIÓN EUREKA 2025 Y MAGDA ÁLVAREZ- MADRE DE EMILIA INTEGRANTE DE LA GENERACIÓN EUREKA 2025	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=TOKpGRxjnOg">https://www.youtube.com/watch?v=TOKpGRxjnOg</a>
#31 Cap-36-2025	6 DE SEPTIEMBRE DE 2025	<b>CANAL EUREKA: INFANCIAS QUE PARTICIPAN, CONTENIDOS QUE TRANSFORMAN</b>	GISELLE GENEY- PRODUCTORA DE PARTICIPACIÓN DEL CANAL EUREKA	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=m62oaD_fkRw">https://www.youtube.com/watch?v=m62oaD_fkRw</a>
#32 Cap-37-2025	13 DE SEPTIEMBRE DE 2025	<b>CANAL EUREKA: VOCES, VISIONES Y PARTICIPACIÓN PARA CREAR Y TRANSFORMAR</b>	IRMA ÁVILA PIETRASANTA- PRODUCTORA DE TELEVISIÓN INFANTIL EN MÉXICO	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=NSaUD8GlnPM">https://www.youtube.com/watch?v=NSaUD8GlnPM</a>
#33 Cap-38-2025	20 DE SEPTIEMBRE DE 2025	<b>EN EUREKA: NIÑOS Y NIÑAS RURALES, MUSICAS CAMPESINAS Y EL PROFE RICARDO</b>	RICARDO MARTÍNEZ- PROFESOR DE MÚSICA CAMPESINA	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=f_T10wnfFtY">https://www.youtube.com/watch?v=f_T10wnfFtY</a>
#34 Cap-39-2025	27 DE SEPTIEMBRE DE 2025	<b>LA NEVERA SONORA: MÚSICA COMO MEMORIA Y DESCUBRIMIENTO</b>	MARISOL QUINTERO- TELEVIDENTE DE CAPITAL	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=w1yP01BRkw">https://www.youtube.com/watch?v=w1yP01BRkw</a>

El balance de este tercer trimestre confirma que Audiencias Capital se ha consolidado como un espacio vivo de diálogo, participación y encuentro entre Canal Capital y sus televidentes. La labor desarrollada evidencia que cuando se privilegia el empoderamiento ciudadano, el ejercicio de la

Defensoría de Audiencias trasciende el rol tradicional de mediación y se convierte en una herramienta pedagógica y transformadora.

Las voces recogidas en cada capítulo, los aprendizajes compartidos y las historias reveladas a través de las audiencias nos reafirman que la televisión pública es un reflejo de la diversidad, la cultura y la identidad bogotana. Más que un canal de comunicación, hemos fortalecido un puente de confianza que dignifica la libertad de expresión, el derecho a la información y la participación ciudadana.

De cara a los próximos trimestres, el reto está en continuar ampliando estos espacios de escucha activa, profundizar en la relación con las audiencias a través de las plataformas digitales y seguir construyendo, junto con ellas, una televisión pública cercana, plural y transparente.

De acuerdo al comportamiento de las audiencias por señal digital y abierta:

AUDIENCIAS CAPITAL					
Indicadores Digitales					
CONSULTA		MES	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE
PUBLICACIONES	76	PUBLICACIONES	24	28	24
IMPRESIONES	83.714	IMPRESIONES	35.066	29.460	19.188
ALCANCE	87.277	ALCANCE	36.171	26.777	24.329
VECES QUE SE COMPARTIO	70	VECES QUE SE COMPARTIO	17	17	36
REPRODUCCIONES	105.231	REPRODUCCIONES	44.032	32.515	28.684
COMENTARIOS	297	COMENTARIOS	121	93	83
ME GUSTA	9	ME GUSTA	6	2	1
INTERACCIONES	444	INTERACCIONES	165	143	136

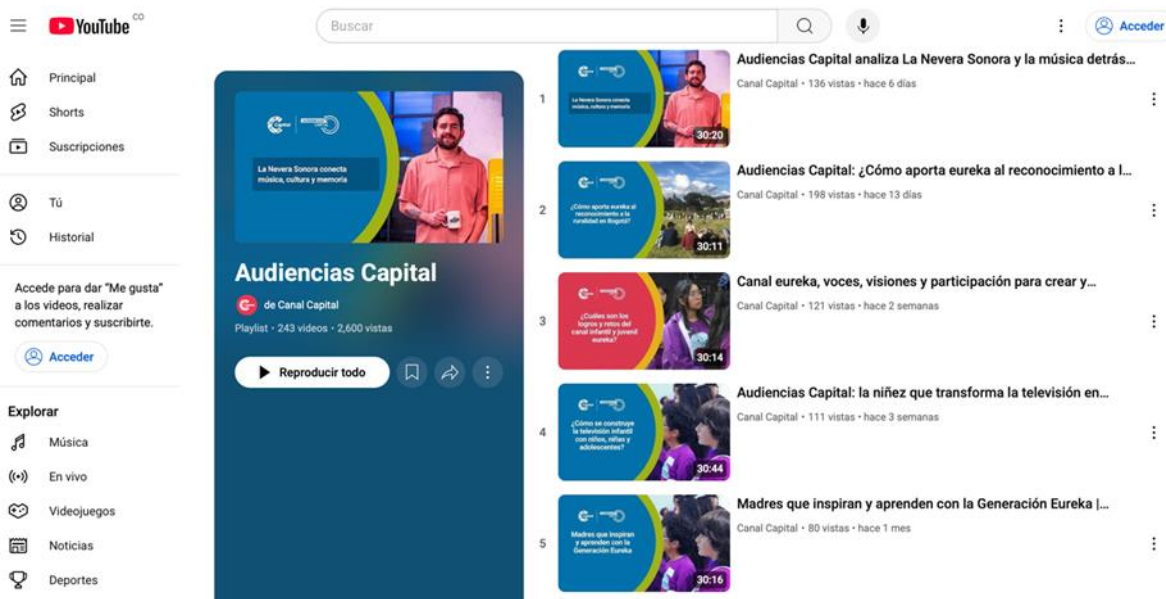
REDES SOCIALES	Facebook	Youtube	X	Instagram	Total general
PUBLICACIONES	32	12	21	11	76
IMPRESIONES	0	70.452	13.262	0	83.714
ALCANCE	80.517	1.850	0	4.910	87.277
VECES QUE SE COMPARTIO	1	67	2	0	70
REPRODUCCIONES	97.691	2.074	0	5.466	105.231
COMENTARIOS	187	50	18	42	297
ME GUSTA	1	4	4	0	9
INTERACCIONES	189	121	92	42	444

Fuente: Metricool, Meta Business, Youtube Studio, X Analytics  
 Fecha de la descarga: 1 de octubre de 2025  
 Se incluyen todas las publicaciones que incluyen las palabras "AudienciasCapital""Audiencias Capital""Defensor del"

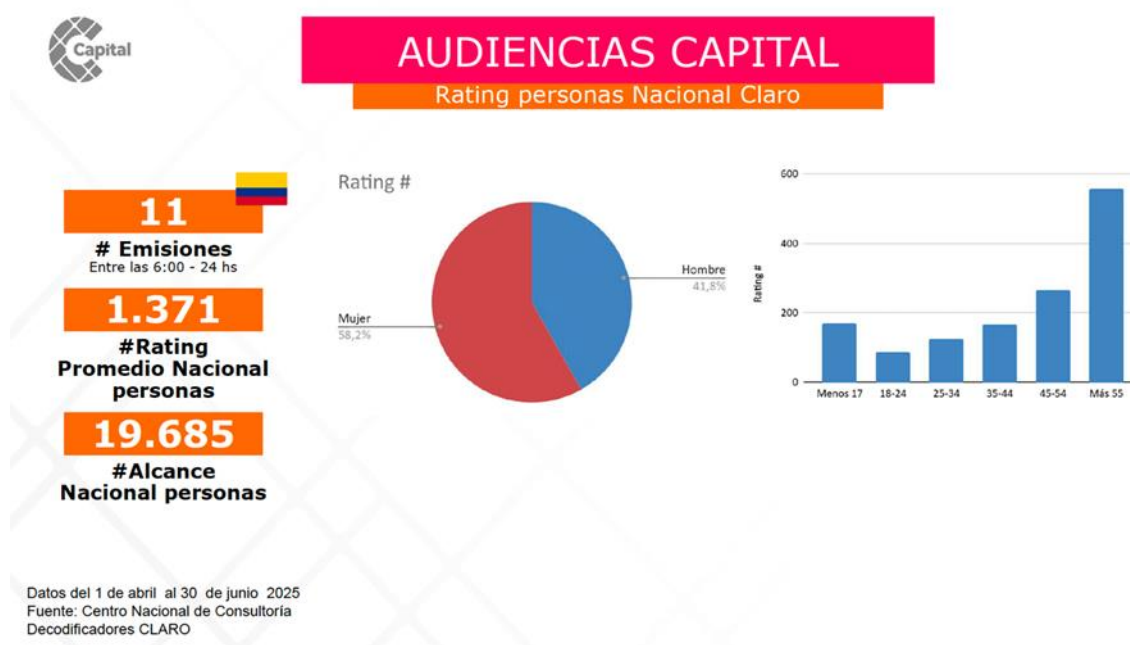
Según Metricool. Meta Business, Youtube Studio, X Analytics este contenido en los indicadores digitales tuvo 76 publicaciones con 83.714 impresiones y un alcance de 87.277 personas.

YouTube con 12 publicaciones es la red social con mayor impacto con un total de 70.452 impresiones en este tercer trimestre del año.

<https://www.youtube.com/playlist?list=PLg3o8Sxb8FcHPMGe1SgjNFllc7bmeW7f6>



En cuanto al comportamiento por señal abierta, según información de Claro Colombia, el alcance de Audencias Capital en 11 emisiones de este tercer trimestre fue de 19.685 personas en los hogares nacionales con un rating promedio nacional de 1.371 personas.



## ESTRATEGIA MULTIPLATAFORMA

Durante el tercer trimestre de 2025, el equipo digital llevó a cabo la promoción de los capítulos de *Audencias Capital* a través de notas web, las cuales fueron difundidas mediante publicaciones en

las diversas redes sociales oficiales del canal. Además, los capítulos se agregaron a la [lista](#) de reproducción en YouTube. *En este trimestre se cumplió con la meta de [un contenido](#) por emisión.*

## **TRANSMISIONES**

Durante este tercer trimestre se realizaron las siguientes transmisiones culturales y deportivas:

JULIO: 16

AGOSTO: 13

SEPTIEMBRE: 12

**Total eventos en el trimestre: 41**

Discriminados de la siguiente manera:

	Tipo	NOMBRE DEL EVENTO	FECHA PRODUCCIÓN/TRANSMISIÓN	LUGAR
1	Cultural	FUGA "Monumentum"	sábado, 5 julio 2025	Plaza de Bolívar
2	Cultural	Cicloviva (Quinto Capítulo)	domingo, 13 julio 2025	Carrera 50 calle 49 sur
3	Cultural	Colombia al Parque Corte 1 - Día 1	sábado, 19 julio 2025	Parque de los novios
4	Cultural	Colombia al Parque Corte 2 - Día 1	sábado, 19 julio 2025	Parque de los novios
5	Cultural	Colombia al Parque Corte 1 - Día 2	domingo, 20 julio 2025	Parque de los novios
6	Cultural	Colombia al Parque Corte 2 - Día 2	domingo, 20 julio 2025	Parque de los novios
7	Cultural	Festival Gabo: Charla 'Refugiada nací, refugiada cuento'	viernes, 25 julio 2025	Gimnasio Moderno



8	Cultural	Festival Gabo: Charla 'Exilio y resistencia: voces del periodismo latinoamericano'	viernes, 25 julio 2025	Gimnasio Moderno
9	Cultural	Festival Gabo: Charla 'Camino de libertad'	sábado, 26 julio 2025	Gimnasio Moderno
10	Cultural	Festival Gabo: Charla 'La verdad en los tiempos de la desinformación'	sábado, 26 julio 2025	Gimnasio Moderno
11	Cultural	Festival Gabo: Charla 'Recuerdo, luego existo: historias de un pasado presente'	sábado, 26 julio 2025	Gimnasio Moderno
12	Cultural	Festival Gabo: Charla 'Resistir desde el cine: la voz iraní de Sepideh Farsi'	sábado, 26 julio 2025	Gimnasio Moderno
13	Cultural	Festival Gabo: Charla 'Verdad bajo amenaza: cómo enfrenta el periodismo iberoamericano el poder y la mentira'	domingo, 27 julio 2025	Gimnasio Moderno
14	Cultural	Festival Gabo: Charla 'Voces por la igualdad: diálogo entre Rokhaya Diallo y Dima Kathib'	domingo, 27 julio 2025	Gimnasio Moderno
15	Cultural	Festival Gabo: Charla 'Narrar y explicar en medio del ruido: el periodismo colombiano ante las elecciones de 2026'	domingo, 27 julio 2025	Gimnasio Moderno
16	Cultural	Festival Gabo: Podcast en vivo: 'A fondo con María Jimena Duzán: ¿Cómo se ejerce el	domingo, 27 julio 2025	Gimnasio Moderno



		poder en América Latina?'		
17	Cultural	Concierto Inaugural Festival de Verano	sábado, 2 agosto 2025	Parque Simón Bolívar
18	Cultural	Vallenato al Parque Dia 1	sábado, 2 agosto 2025	Parque Simón Bolívar
19	Cultural	Vallenato al Parque Corte 1 - Día 2	domingo, 3 agosto 2025	Parque Simón Bolívar
20	Cultural	Vallenato al Parque Corte 2 - Día 2	domingo, 3 agosto 2025	Parque Simón Bolívar
21	Cultural	Concierto Orquesta Filarmónica de Bogotá - Trilogía	miércoles, 6 agosto 2025	Teatro Mayor Julio Mario Santo Domingo
22	Cultural	Bogotá Góspel Corte 1	jueves, 7 agosto 2025	Parque Simón Bolívar
23	Cultural	Bogotá Góspel Corte 2	jueves, 7 agosto 2025	Parque Simón Bolívar
24	Cultural	Cicloviva (Sexto Capítulo)	jueves, 7 agosto 2025	Calle 26 con carrera 43
25	Deportivo	TC2000	domingo, 10 agosto 2025	Autódromo de Tocancipá
26	Cultural	Hip Hop al Parque Corte 1 - Día 1	sábado, 23 agosto 2025	Parque Simón Bolívar
27	Cultural	Hip Hop al Parque Corte 2 - Día 1	sábado, 23 agosto 2025	Parque Simón Bolívar
28	Cultural	Hip Hop al Parque Corte 1 - Día 2	domingo, 24 agosto 2025	Parque Simón Bolívar

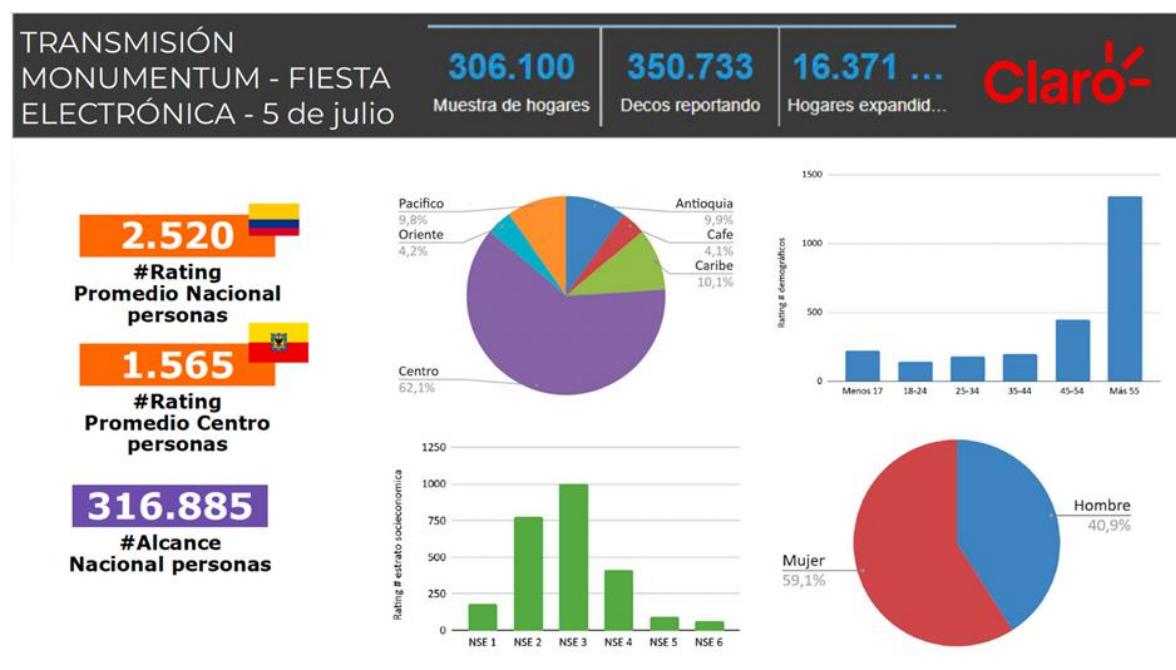
29	Cultural	Hip Hop al Parque Corte 2 - Día 2	domingo, 24 agosto 2025	Parque Simón Bolívar
30	Cultural	Jazz al Parque Corte 1 - Día 1	sábado, 6 septiembre 2025	Parque El Country
31	Cultural	Jazz al Parque Corte 2 - Día 1	sábado, 6 septiembre 2025	Parque El Country
32	Cultural	Concierto IDT Freestyle Filarmónico	domingo, 7 septiembre 2025	Parque Salitre Mágico
33	Cultural	Jazz al Parque Corte 1 - Día 2	domingo, 7 septiembre 2025	Parque El Country
34	Cultural	Jazz al Parque Corte 2 - Día 2	domingo, 7 septiembre 2025	Parque El Country
35	Cultural	Inauguración Bienal de Arte y Ciudad	sábado, 20 septiembre 2025	Plaza Cultural La Santamaría
36	Cultural	Popular al Parque Corte 1- Día 1	sábado, 27 septiembre 2025	Parque Simón Bolívar
37	Cultural	Popular al Parque Corte 2- Día 1	sábado, 27 septiembre 2025	Parque Simón Bolívar
38	Cultural	Popular al Parque Corte 1- Día 2	domingo, 28 septiembre 2025	Parque Simón Bolívar
39	Cultural	Popular al Parque Corte 2- Día 2	domingo, 28 septiembre 2025	Parque Simón Bolívar
40	Canal	Cicloviva (Séptimo Capítulo)	domingo, 28 septiembre 2025	Carrera 7 con calle 29
41	Cultural	Gala SmartFilms 2025	martes, 30 septiembre 2025	Teatro Mayor Julio Mario Santo Domingo

Sobre el reporte de las audiencias por señal abierta y digital de las transmisiones en este segundo trimestre su comportamiento fue de la siguiente manera:

## MONUMENTUM FIESTA ELECTRÓNICA – FUGA

La transmisión en vivo de Monumentum Fiesta Electrónica desde la Plaza Simón Bolívar registró la puesta en escena de uno de los eventos musicales más relevantes del calendario cultural alternativo de Bogotá. Una fiesta electrónica producida por el Bronx Distrito Creativo, en colaboración con clubes icónicos como Kapput, Octava y Videoclub, entre otros.

Este evento emitido en el mes de julio reportó un alcance nacional en las audiencias de señal abierta de 316.885 personas con un rating de 2.520 televidentes. La región centro fue la que presentó mayor impacto con un 62,1%.



La anterior muestra es según Claro Colombia con una muestra de 306.100 hogares y 350.733 decos reportados.

El comportamiento de las Audiencias digitales de Monumentum Fiesta Electrónica tuvo un total de 72 publicaciones con un alcance de 145.926 personas y 116.043 impresiones, información de Meta Business, Youtube Studio, Metricool y Google Analytics.



## Monumentum 2025 5 de julio

Total de publicaciones	72
Reproducciones	151.894
Alcance	145.926
Compartidos / Retweets	693
Interacciones	11.776
Me gusta	8.106
Comentarios	4.766
Impresiones	116.043



Fuente: Meta Business, Youtube Studio, Metricool y Google Analytics  
Información del 27 al 7 de julio de 2025  
"#monumentumPorCapital"

### CICLOVIVA – CAPÍTULO 05, 06 y 07.

Cicloviva es un programa que busca entretener, informar y promover un estilo de vida saludable y activo, celebrando la ciclovía como un espacio de encuentro, comunidad y transformación urbana. El comportamiento de las audiencias por señal abierta de los capítulos producidos y emitidos en este tercer trimestre fue de la siguiente manera:

El quinto capítulo de Cicloviva, emitido en el mes de julio, tuvo un comportamiento por señal abierta con un alcance a nivel nacional de 153.363 personas con un pico de rating de 9.105 televidentes.

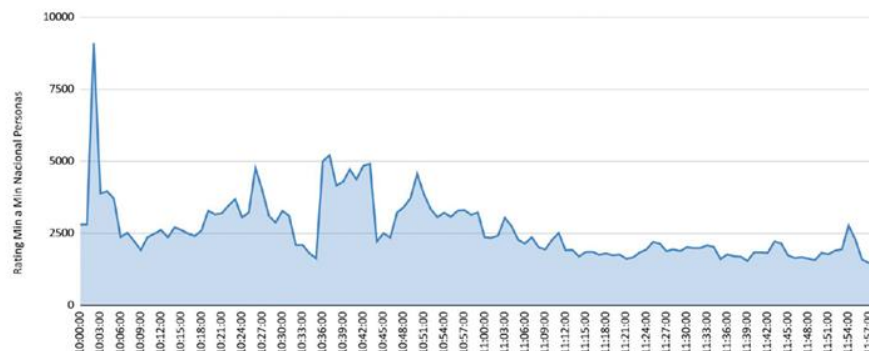
La muestra es según el reporte de Claro Colombia que tomo a 301.706 hogares con 345.558 Decos reportados.



**2.632**  
#Rating  
Promedio Nacional  
personas

**153.363**  
#Alcance  
Nacional personas

**9.105**  
#pico rating  
personas



El sexto capítulo de Cicloviva, emitido en el mes de agosto, tuvo un comportamiento por señal abierta con un alcance a nivel nacional de 194.361 personas con un pico de rating de 9.110 televidentes.

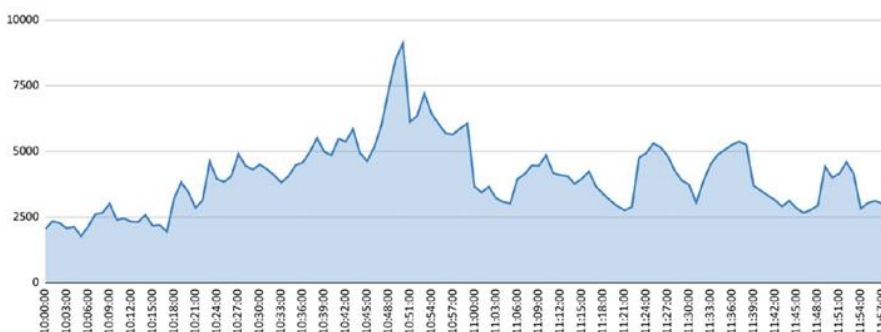
La muestra es según el reporte de Claro Colombia que tomó a 296.686 hogares con 340.181 Decos reportados.



**4.053**  
#Rating  
Promedio Nacional  
personas

**194.361**  
#Alcance  
Nacional personas

**9.110**  
#pico rating  
personas



El séptimo capítulo de Cicloviva, emitido en el mes de septiembre, tuvo un comportamiento por señal abierta con un alcance a nivel nacional de 47.754 personas con un pico de rating de 6.117 televidentes.

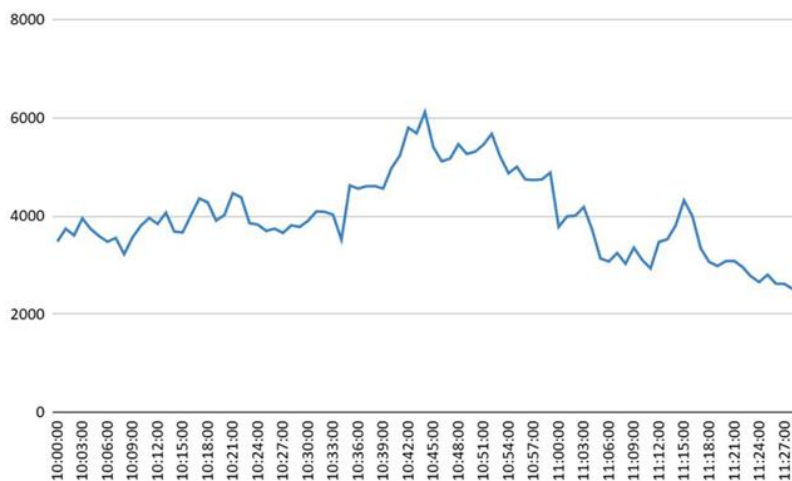
**CICLOVIVA**  
domingo, 28 de  
septiembre de 2025

**Claro**

**3.998**  
#Rating  
Promedio Nacional  
personas

**47.754**  
#Alcance  
Nacional personas

**6.117**  
#pico rating  
personas



Sobre las Audiencias digitales de estos tres capítulos de Cicloviva su comportamiento fue el siguiente:

## Cicloviva 13 de julio

Total de publicaciones	64
Reproducciones	100.284
Alcance	80.172
Compartidos / Retweets	88
Interacciones	959
Me gusta	803
Comentarios	25
Impresiones	24.085



Fuente: Meta Business, Youtube Studio, Metricool y Google Analytics  
Información al 13 de julio de 2025  
"Bogotario"

Esta emisión tuvo un total de 64 publicaciones con un alcance de 80.172 personas y 24.085 impresiones, información de Meta Business, Youtube Studio, Metricool y Google Analytics.



## Cicloviva

### 7 de agosto

Total de publicaciones	67
Reproducciones	101.850
Alcance	77.504
Compartidos / Retweets	77
Interacciones	1.410
Me gusta	1.195
Comentarios	38
Impresiones	39.100



Fuente: Meta Business, Youtube Studio, Metricool y Google Analytics  
Información al 7 de agosto de 2025  
"Bogotario"

Esta emisión de agosto tuvo un total de 67 publicaciones con un alcance de 77.504 personas y 39.100 impresiones, información de Meta Business, Youtube Studio, Metricool y Google Analytics.

## Cicloviva

### 28 de septiembre

Total de publicaciones	60
Reproducciones	103.393
Alcance	67.246
Compartidos / Retweets	45
Interacciones	3.029
Me gusta	2.163
Comentarios	749
Impresiones	26.525



Fuente: Meta Business, Youtube Studio, Metricool y Google Analytics  
Información al 28 de septiembre de 2025  
"Bogotario"

Por último la de agosto septiembre un total de 60 publicaciones con un alcance de 67.246 personas y 26.525 impresiones, información de Meta Business, Youtube Studio, Metricool y Google Analytics.

## FESTIVAL COLOMBIA AL PARQUE

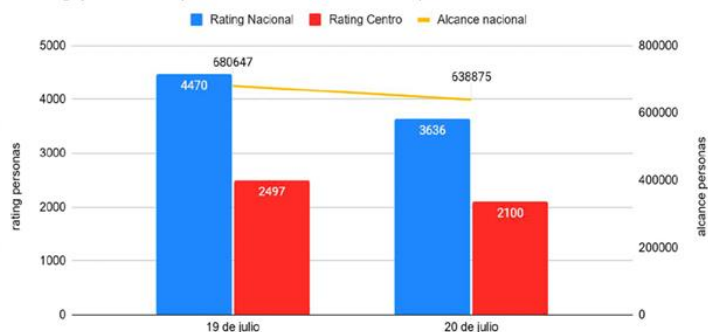
Colombia al Parque 2025 celebró su edición número 24 con dos días de conciertos gratuitos, danza y cultura en el Parque de los Novios. Este festival reunió agrupaciones nacionales, distritales e internacionales en una experiencia sonora que conectó las raíces del folclor con propuestas contemporáneas.

Esta transmisión del mes de julio tuvo un comportamiento en las audiencias por televisión abierta de un pico de audiencia de 13.466 personas el 19 de julio y de 8.622 personas el 20 de julio, según la muestra tomada por Claro Colombia.



### Comportamiento Televisión Claro Colombia

Rating promedio por día Colombia al Parque



13.466

Pico de audiencia  
19 de julio

8.622

Pico de audiencia  
20 de julio

Fuente: Centro Nacional de Consultoría,  
CNC Universo nacional personas Cable  
Operador Claro

El comportamiento de las Audiencias digitales del Festival Colombia al Parque tuvo un total de 320.018 personas alcanzadas con 644.735 reproducciones, información de Meta Business, Youtube Studio, Metricool y Google Analytics.

## Digital



Fuente: Meta Business, Youtube Studio, Metricool y Google Analytics  
Información al 21 de julio de 2025  
"#ColombiaAlParquePorCapital"

## FESTIVAL GABO

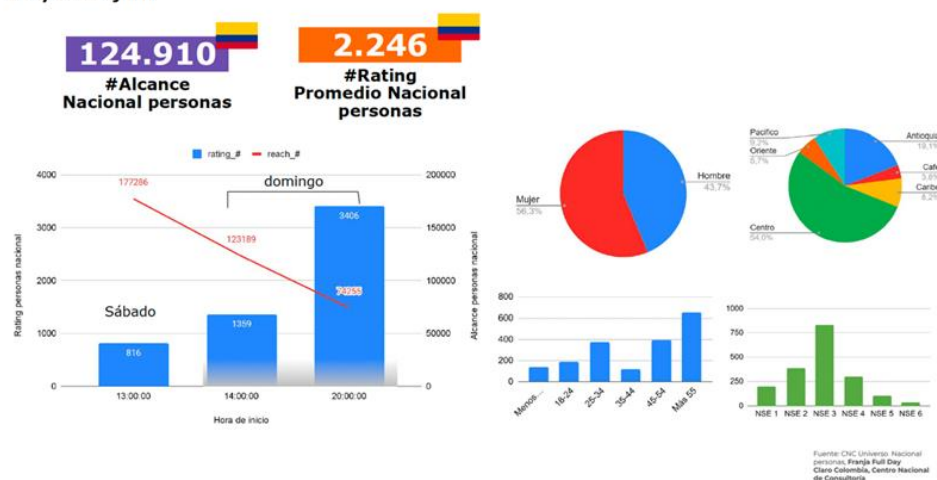
El Festival Gabo es el evento cultural más relevante para periodistas, narradores y creadores de Iberoamérica. En su edición número 13 y por cuarto año consecutivo en Bogotá, ofreció tres días de



conversaciones, talleres y experiencias que celebraron el periodismo, la narrativa y la reflexión en torno al poder de las historias.

Se consolidaron 3 grandes emisiones del Festival Gabo  
26 y 27 de julio

Claro



En cuanto al comportamiento de las audiencias por señal abierta de las transmisiones del Festival Gabo se consolidó su medición en tres grandes emisiones entre el 26 y 27 de julio teniendo un alcance nacional de 124.910 personas con un rating de 2.246 televidentes, siendo la región centro la de mayor impacto con un 54%, de acuerdo a la información de CNC de Claro Colombia.

## Festival Gabo 25 al 27 de julio

Capital

Total de publicaciones	238
Reproducciones	166.129
Alcance	125.070
Compartidos / Retweets	284
Interacciones	2.372
Me gusta	1.776
Comentarios	74
Impresiones	219.235



Fuente: Meta Business, Youtube Studio, Metricool y Google Analytics  
Información del 1 al 29 de julio de 2025  
\*#FestivalGaboPorCapital

El comportamiento de las Audiencias digitales del Festival Gabo tuvo un alcance de 125.070 usuarios, con 219.335 impresiones, además 166.129 reproducciones, información de Meta Business, Youtube Studio, Metricool y Google Analytics.

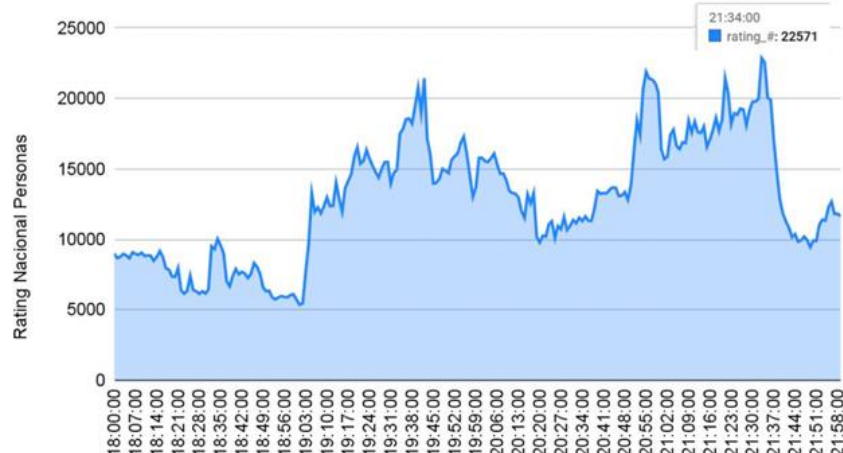
## FESTIVAL COLOMBIA AL PARQUE

El Festival Vallenato al Parque es un evento que rinde homenaje a las raíces del vallenato y su evolución contemporánea. A lo largo de dos días, Canal Capital transmitió presentaciones de artistas emergentes, agrupaciones locales y figuras consolidadas del género, en un recorrido musical que combina tradición, identidad y talento joven.

#### Curva de Audiencias 2 de agosto Vallenato al parque

12.934
Rating promedio nacional personas
7.131
Rating promedio centro personas
22.571
Pico de Rating
599.053
Alcance promedio centro personas

#### Día 1: Sábado 2

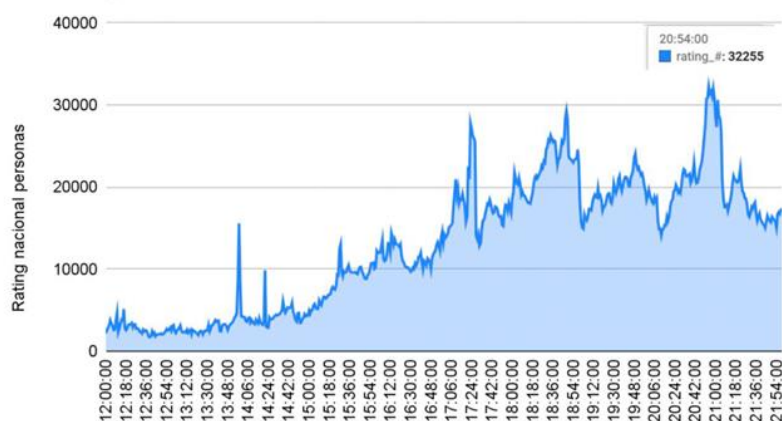


En su primer día de transmisión el Festival Vallenato al Parque tuvo un comportamiento en las audiencias por señal abierta de 599.053 personas alcanzadas y un pico de rating de 22.571 televidentes, según muestra de Claro Colombia.

#### Curva de Audiencias 3 de agosto Vallenato al parque

12.978
Rating promedio nacional personas
6.992
Rating promedio centro personas
32.255
Pico de Rating
1.109.924
Alcance promedio centro personas

#### Día 2: agosto 3



En cuanto al segundo día de transmisión el Festival Vallenato al Parque tuvo un comportamiento en las audiencias por señal abierta de 1.109.924 personas alcanzadas y un pico de rating de 32.255 televidentes, según muestra de Claro Colombia.



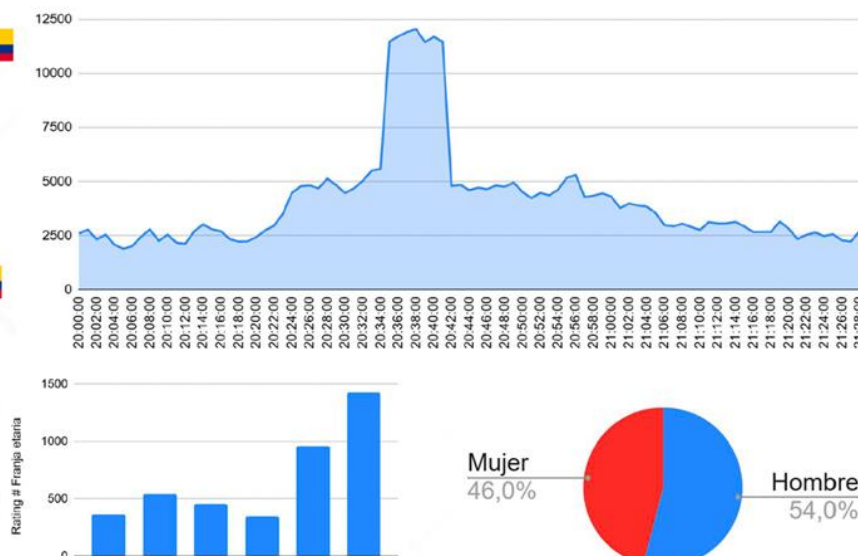
Fuente: Meta Business, Youtube Studio, Metricool y Google Analytics  
 Información al 4 de agosto de 2025  
 #VallenatoAlParquePorCapital

El comportamiento de las Audiencias digitales de Vallenato al parque tuvo un total de 221.725 personas alcanzadas en todas las plataformas con 1.077.708 reproducciones, información de Meta Business, Youtube Studio, Metricool y Google Analytics.

## CONCIERTO ORQUESTA FILARMÓNICA -TRILOGÍA

La Orquesta Filarmónica de Bogotá presentó un concierto especial en homenaje a tres icónicas pianistas colombianas: Blanca Uribe, Helvia Mendoza y Teresita Gómez. Tres generaciones, tres estilos, tres legados que se encontraron en una misma noche, con un repertorio de grandes compositores universales como Beethoven, Mozart y Mendelssohn.

## Televisión



El comportamiento de las audiencias por señal abierta del concierto de la OFB tuvo un alcance nacional de 106.046 personas con un rating de 2.237 televidentes de acuerdo a la información de CNC de Claro Colombia.

## Trilogía insuperable OFB



Fuente: Meta Business, Youtube Studio, Metricool y Google Analytics  
Información al 11 de agosto de 2025  
"#FilarmónicaPorCapita"

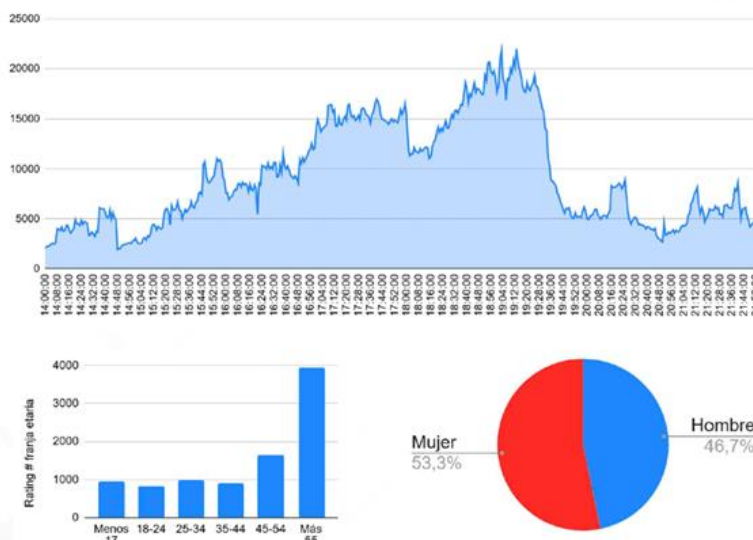
El comportamiento de las Audiencias digitales tuvo un alcance de 31.745 usuarios con 47.376 reproducciones y 47.376 interacciones, información de Meta Business, Youtube Studio, Metricool y Google Analytics.

## FESTIVAL BOGOTÁ GÓSPEL



Bogotá Góspel ha sido reconocido como el festival góspel más representativo de Latinoamérica, logrando reunir a más de 500.000 personas en sus cinco ediciones realizadas; convirtiéndose así en una herramienta que impacta a la ciudad con un mensaje de vida, esperanza, respeto, paz y unidad.

## Televisión



El comportamiento de las audiencias por señal abierta del concierto Bogotá Góspel tuvo un alcance nacional de 900.484 personas con un rating de 4830 televidentes de acuerdo a la información de CNC de Claro Colombia.



Fuente: Meta Business, Youtube Studio, Metricool y Google Analytics  
Información al 8 de agosto de 2025  
#BogotáGóspelPorCapital

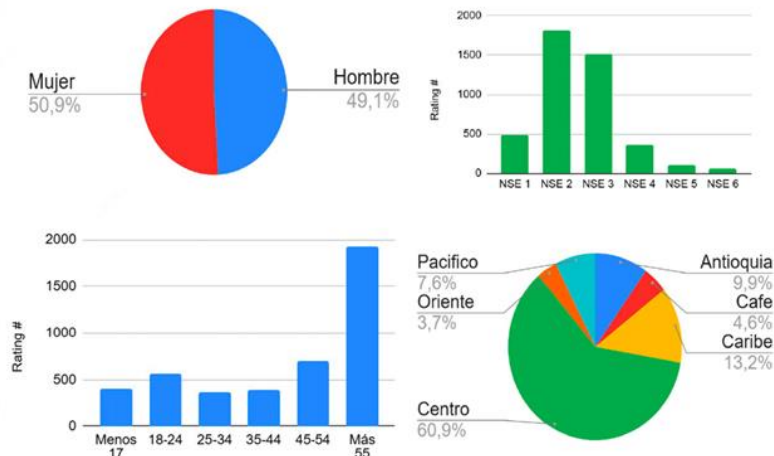
En Audiencias digitales tuvo un alcance de 80.543 personas alcanzadas en todas las plataformas con 167.138 reproducciones, información de Meta Business, Youtube Studio, Metricool y Google Analytics.

## FESTIVAL HIP HOP AL PARQUE

La edición 27 del festival reunió a 24 agrupaciones (8 internacionales, 4 nacionales y 12 ganadores de la Beca Hip Hop al Parque 2025), integrando a la vieja y nueva escuela del hip hop en un mismo escenario.

### Televisión: 2 emisiones

23 y 24 de agosto



Hip Hop al Parque por señal abierta tuvo un alcance nacional de 563.120 personas con un rating nacional de 2.654, siendo la región centro la de mayor audiencia con 60,9%. Televidentes, de acuerdo a la información de CNC de Claro Colombia.



Fuente: Meta Business, Youtube Studio, Metricool y Google Analytics  
Información al 25 de agosto de 2025  
\*#hiphopalparqueporcapital\*

En Audiencias digitales Hip Hop al Parque tuvo un alcance de 826.503 personas alcanzadas en todas las

plataformas con 1.715.780 reproducciones, información de Meta Business, Youtube Studio, Metricool y Google Analytics.

## FESTIVAL JAZZ AL PARQUE

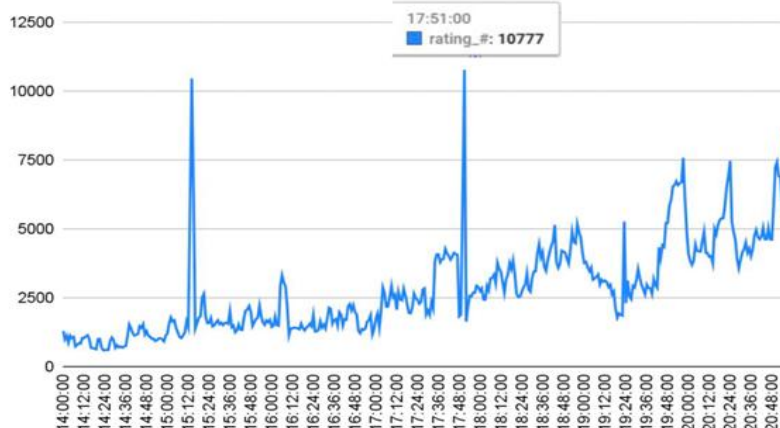
El Festival Jazz al Parque 2025 celebró su edición 28 como uno de los encuentros culturales más emblemáticos de Bogotá. Con propuestas musicales nacionales e internacionales, el festival conectó al público con el jazz como lenguaje vivo y diverso, capaz de dialogar con géneros como el rock, funk, hip hop y músicas electrónicas.



En el primer día de transmisión el festival jazz al parque alcanzó a 426.517 personas por la señal abierta, con un rating de 3.019 a nivel nacional, de acuerdo a la información de CNC de Claro Colombia.



## Festival de Jazz día 2



En el segundo día de transmisión el festival jazz al parque alcanzó a 422.165 personas por la señal abierta, con un rating de 2.838 a nivel nacional, de acuerdo a la información de CNC de Claro Colombia.



Fuente: Meta Business, Youtube Studio, Metrickool y Google Analytics  
Información del 1 al 8 de septiembre de 2025  
\*#JazzAlParquePorCapital

En Audiencias digitales Jazz al Parque tuvo un alcance de 201.222 personas alcanzadas en todas las plataformas con 1.451.885 reproducciones, información de Meta Business, Youtube Studio, Metrickool y Google Analytics.

### FESTIVAL POPULAR AL PARQUE

El Festival Popular al Parque regresó en su segunda edición como un homenaje a la música que nace del alma de los pueblos y se transforma con cada generación. Durante dos días, Bogotá vivió un recorrido sonoro que parte de la música campesina y culminó con las grandes figuras de la música popular y regional, nacionales e internacionales.





En el primer día de transmisión el festival Popular al parque alcanzó a 333.966 personas por la señal abierta, con un rating de 11.155 a nivel nacional, de acuerdo a la información de CNC de Claro Colombia.



En el segundo día de transmisión el festival popular al parque alcanzó a 463.748 personas por la señal abierta, con un rating de 17.096 a nivel nacional, de acuerdo a la información de CNC de Claro Colombia.

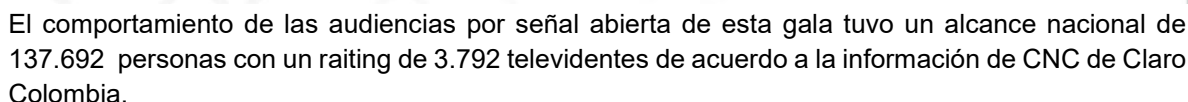


Fuente: Meta Business, Youtube Studio, Metricool y Google Analytics  
Información al 28 de septiembre de 2025  
"#PopularAlParquePorCapital"

En Audiencias digitales Popular al Parque tuvo un alcance de 667.059 personas alcanzadas en todas las plataformas con 1.330.230 reproducciones, información de Meta Business, Youtube Studio, Metricool y Google Analytics.

## GALA SMARTFILMS

La ceremonia de premiación SMARTFILMS 2025 reconoció el talento emergente y consolidado en el mundo audiovisual, entregando galardones en 10 categorías y 19 subcategorías, entre las que participaron más de 2.700 cortometrajes.

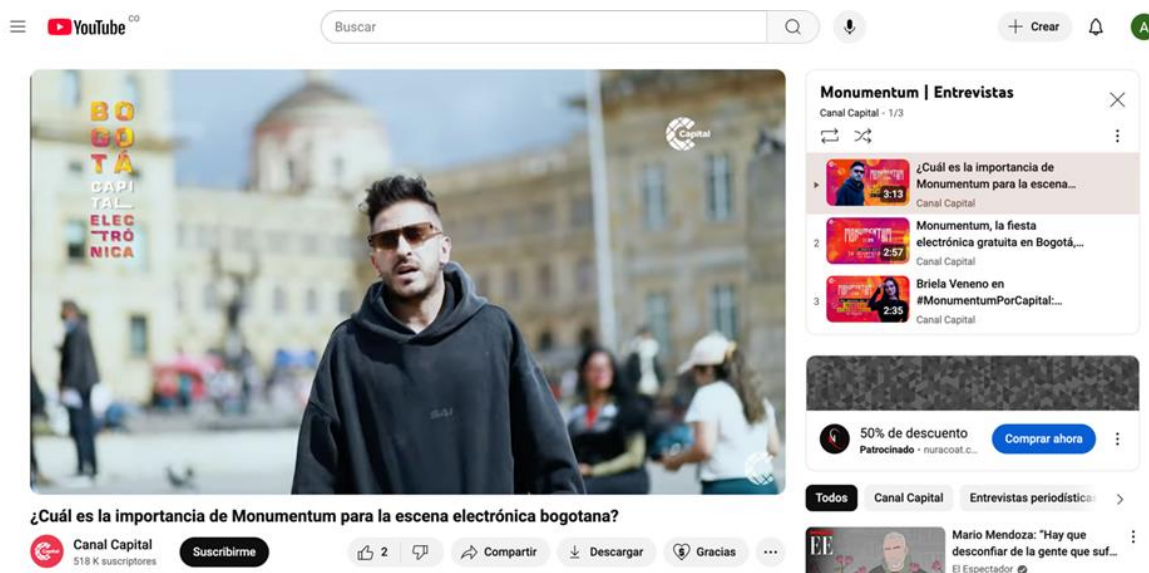


En Audiencias digitales Smartfilms tuvo un alcance de 63.312 personas alcanzadas en todas las plataformas con 87.260 reproducciones y 44.065 personas conectadas al streaming en vivo, información de Meta Business, Youtube Studio, Metricool y Google Analytics.

Desde el área digital de Capital se han puesto en práctica las estrategias digitales dedicadas a cada una de las transmisiones en la que se implementan acciones como clipping de videos, Crossposting: Promoción contenidos en diferentes plataformas para maximizar el alcance, transmisiones en nuestras redes sociales; Hashtags: Crear y posicionar hashtags oficiales para agrupar las conversaciones y contenido generado por usuarios; infografías, videos informativos, entrevistas y otros contenidos relevantes e inéditos de las transmisiones los cuales son publicados en las diferentes plataformas de Capital

- La página web: [www.canalcapital.gov.co](http://www.canalcapital.gov.co)
- Las cuentas oficiales de [YouTube](#) , [Instagram](#) y [Facebook](#) de Canal Capital
- La cuenta en X (antes Twitter): [@CanalCapital](#)

### Muestras del trabajo en digital de las transmisiones Capital:



[https://www.youtube.com/watch?v=m3OF3\\_Laia4&list=PLg3o8Sxb8FcF3l3cdj1NlKKeRfHzstOcT](https://www.youtube.com/watch?v=m3OF3_Laia4&list=PLg3o8Sxb8FcF3l3cdj1NlKKeRfHzstOcT)



YouTube

Buscar

+ Crear

**CicloViva | Emisiones**

Canal Capital - 1/7

¡Estamos en vivo! ¡Disfruta este domingo con #CicloViva! | Emisión 28 de septiembre de 2025

1. ¡Estamos en vivo! ¡Disfruta este domingo con #CicloViva! | Emisión 28 de septiembre de 2025

2. ¡Disfruta este jueves festivo con #CicloViva! | Emisión 7 de agosto...

3. ¡Disfruta este domingo con #CicloViva! | Emisión 13 de julio...

4. ¡Disfruta este lunes festivo con #CicloViva! | Emisión 2 de junio...

5. ¡Disfruta este jueves festivo con #CicloViva! | Emisión 1 de mayo...

6. ¡Disfruta este domingo con #CicloViva! | Emisión 13 de abril...

<https://www.youtube.com/watch?v=nWisY12w4dU&list=PLg3o8Sxb8FcHYG8IDr2doGrU5Nf5G-12E>

YouTube

Buscar

+ Crear

**Hip Hop al Parque 2025**

Canal Capital - 4/5

Jonpi: "Bogotá es la cumbre del hip hop latinoamericano" | Hip Hop al Parque 2025

1. El poder femenino del Hip hop con Spektra de la Rima | Hip Ho...

2. La identidad del hip hop en Bogotá contada por Monfu YWC...

3. El impacto del Hip Hop en Bogotá para Jamblock Jr. | Hip Hop al...

4. Jonpi: "Bogotá es la cumbre del hip hop latinoamericano" | Hip...

5. Hip Hop al Parque: la diversidad que hace de Bogotá un epicentr...

Todos De la serie Canal Capital Hip hop

[https://www.youtube.com/watch?v=8\\_M3EsFYWEs&list=PLg3o8Sxb8FcFjFS1NGftn3DiNQvcTOPVC&index=4](https://www.youtube.com/watch?v=8_M3EsFYWEs&list=PLg3o8Sxb8FcFjFS1NGftn3DiNQvcTOPVC&index=4)

YouTube

Buscar

+ Crear

**Festival Gabo 2025**  
Canal Capital - 1/9

Narrar y explicar en medio del ruido: periodismo colombiano ante las elecciones de 2026

**12 FESTIVAL Gabo**  
Gimnasio Moderno  
Festival Gabo 2025

**13 FESTIVAL Gabo**  
Voces por la igualdad: diálogo entre Rokhaya Diallo y Dima...

**14 VERDAD**  
Verdad bajo amenaza: cómo enfrenta el periodismo...

**15 RECORD**  
Recuerdo, luego existo: historias de un pasado presente | Festival...

**16 LA VERDAD**  
La verdad en los tiempos de la desinformación | Festival Gabo...

**17 CAMINO**  
Camino de libertad con el Nobel de Economía Joseph Stiglitz |...

<https://www.youtube.com/watch?v=ekx6mKIlvsw&list=PLg3o8Sxb8FcFbEdD723if0fEm5eO4I6q3>

YouTube

Buscar

+ Crear

**Entrevistas | Vallenato al Parque 2025**  
Canal Capital - 3/4

**Penchy Castro**  
Cantante Vallenato

Penchy Castro: el sentimiento vallenato que enamora a Bogotá | Vallenato al Parque 2025

**1 Iván Zuleta:** herencia, acordeón y fiesta vallenata en Bogotá |...

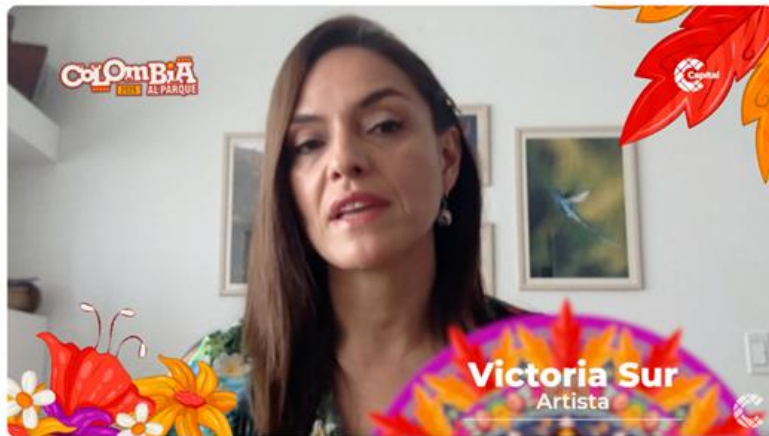
**2 Goyo Gutiérrez** en Vallenato al Parque 2025

**3 Penchy Castro:** el sentimiento vallenato que enamora a Bogotá...

**4 ¿Cómo mantener vivo el Vallenato Tradicional?** Respond...

**La china (de la China) que desacreditó encuesta sobre ...**  
Revista Rayo  
305 K visualizaciones · hace 9 meses

<https://www.youtube.com/watch?v=XglXMnbQ6rI&list=PLg3o8Sxb8FcEe8PGb5K1UU5iOBfnGuSxm&index=3>



Victoria Sur y el poder cultural de Colombia al Parque | Colombia al Parque 2025

#### Colombia al Parque 2025 | Entrevistas

Canal Capital - 3/6

- 1 La Perla: tambores del Caribe, alma rockera y corazón bogotano...  
Canal Capital
- 2 "Bogotá ha sido el espacio de apertura para muchos ritmos..."  
Canal Capital
- 3 Victoria Sur y el poder cultural de Colombia al Parque | Colombia ...  
Canal Capital
- 4 Danza Colibrí: un canto a la raíz andina que florece en Colombia...  
Canal Capital
- 5 Colombia al Parque 2025: Bogotá, casa de los sonidos del...  
Canal Capital
- 6 Colombia al Parque: la expresión de la diversidad musical de...  
Canal Capital

[https://www.youtube.com/watch?v=mfQ8XkZOL7I&list=PLg3o8Sxb8FcFoJDqIdKzKO\\_n1d5JBp2uk&index=3](https://www.youtube.com/watch?v=mfQ8XkZOL7I&list=PLg3o8Sxb8FcFoJDqIdKzKO_n1d5JBp2uk&index=3)



Nicolás Gámez: el crecimiento de la escena jazzística en Bogotá | Jazz al Parque 2025

#### Festival Jazz al Parque 2025

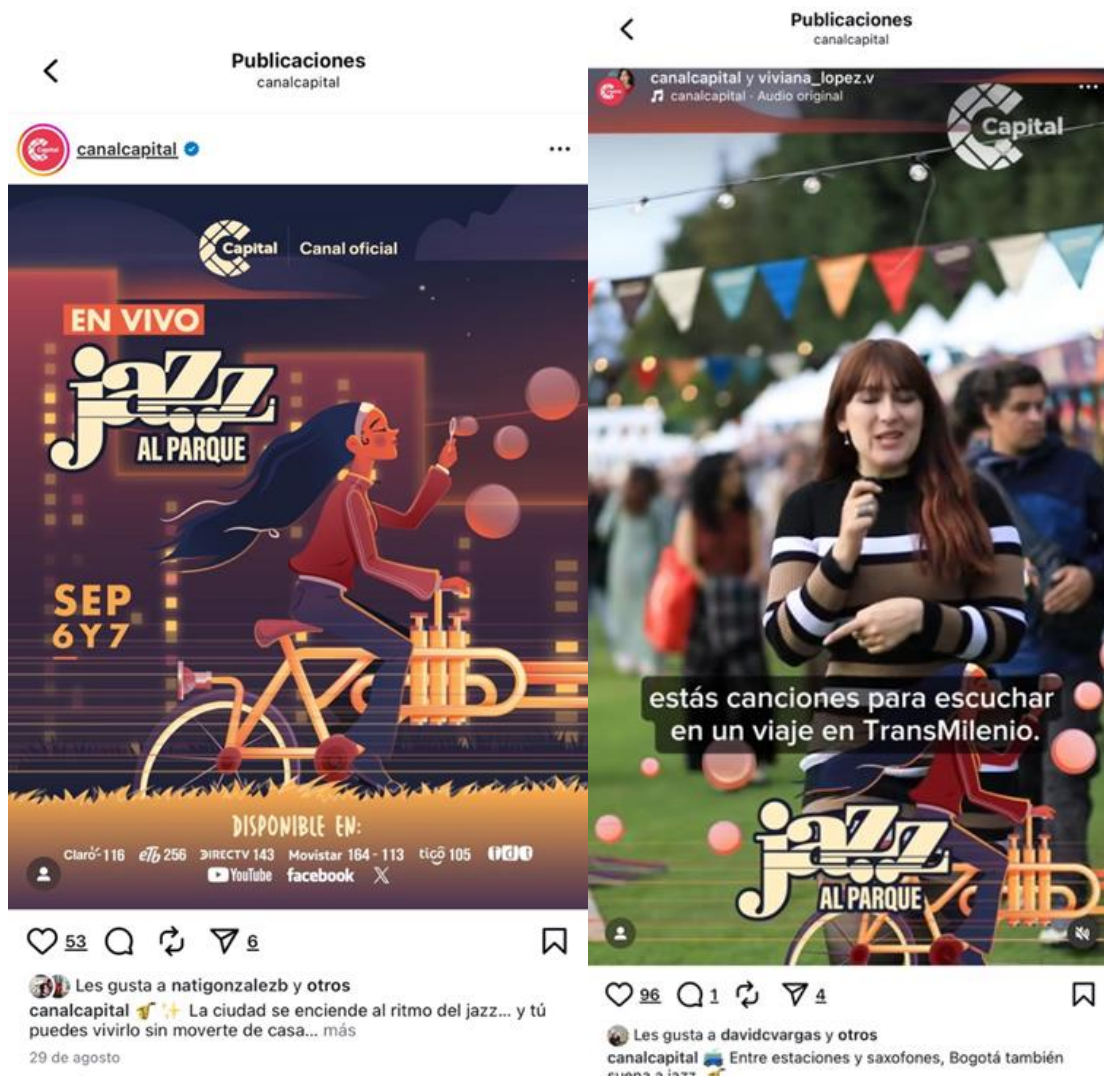
Canal Capital - 2/6

- 1 Locos Lucas: el sueño cumplido de estar en Jazz al Parque 2025  
Canal Capital
- 2 Nicolás Gámez: el crecimiento de la escena jazzística en Bogotá I...  
Canal Capital
- 3 "El jazz bogotano está sonando a nuevos sonidos": Francy...  
Canal Capital
- 4 Antonio Arnedo: "El saxofón es una extensión de mi propia voz" ...  
Canal Capital
- 5 "Bogotá es una capital del jazz con muchísima importancia a..."  
Canal Capital
- 6 Fusiones urbanas y sonidos globales en Jazz al Parque 2025  
Canal Capital

<https://www.youtube.com/watch?v=93vQFOnSnss&list=PLg3o8Sxb8FcGr1817Dw4yAx2WQVVdV7t&index=2>



Instagram @Canalcapital






2:24

5G 79%

Publicaciones canalcapital

canalcapital y pipequinterooficial

canalcapital · Audio original



es una de las más importantes en el foco

Pipe Quintero

Presentador

52

1

1

3

Les gusta a vosovanlavarela y otros


2:24

5G 79%

Publicaciones canalcapital

canalcapital y 2 más

canalcapital · Audio original



En Popular Al Parque todo se vive a grito

81

2

2

3

canalcapital Aquí Sí Pasa que Bogotá canta con el alma, cuando el barrio suena a requinto. sabemos que la fiesta es de

2:25



5G 79

< canalcapital



Para el segundo trimestre Capital cumplió con la meta de dos contenidos por capítulo.

## LIBERTADOR (RE EDICIÓN)

Durante el tercer trimestre se avanzó en la revisión y firma por parte de Capital del contrato de agencia de ventas del proyecto con la casa productora Contrabanda y los demás canales regionales; se espera para el último trimestre lograr avanzar en su contratación, así como en la definición de la forma de pago y sus respectivos entregables.

### CAPITAL DE COMPRAS

Durante el tercer trimestre se realizó el pago del contrato 0370-2025 Zebracom Internacional SAS por valor de \$106.736.949 con lo que se ejecutó la totalidad del recurso asignado inicialmente.

NOMBRE DEL CONTENIDO	PROVEEDOR	CONTRATO	ORIGEN	CAPÍTULOS	DURACIÓN	VALOR	EMISIÓN
Princesa Valiente	Primetime Media SAS	0240-2025	Extranjera	58	45 min c/u	69.020.000,00	58 de 58 finalizó el 26 de junio
Francisco el matemático T2 yT3	RCN Televisión SA	0244-2025	Nacional	200	30 min c/u	124.243.051,00 (USD 29.750)	200 de 200 finalizó el 05 de septiembre
Rock Story	Zebracom Internacional SAS	0370-2025	Extranjera	135	45 min c/u	106.736.949,00	62 de 135
						<b>300.000.000,00</b>	

Mediante la Modificación No.3 a la ficha de inversión se asignaron recursos adicionales para capital de compras por valor de \$151.084.294 para un total asignado de \$451.084.294; estos recursos adicionales serán comprometidos y pagados en el último trimestre del año considerando que el cuarenta por ciento (40%) como mínimo del contenido a adquirir deberá ser de origen nacional.

### 1.2 Línea de inversión fortalecimiento de la infraestructura tecnológica instalada, para la producción, emisión y transporte de la señal

LÍNEA DE INVERSIÓN	FONDO ÚNICO DE TIC				
	ASIGNADO	COMPROMETIDO	PAGADO	SALDO POR COMPROMETER	SALDO POR EJECUTAR
Procesador de video	76.000.000	-	-	76.000.000	76.000.000
Conversor SDI a NDI	12.000.000	-	-	12.000.000	12.000.000
Televisores	12.000.000	-	-	12.000.000	12.000.000
<b>TOTAL INFRAESTRUCTURA TECNOLÓGICA</b>	<b>100.000.000</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>100.000.000</b>	<b>100.000.000</b>

Mediante la Modificación No.3 a la ficha de inversión se asignaron recursos adicionales a esta línea por valor de \$100.000.000 los cuales serán comprometidos y pagados en el último trimestre del año.

### 1.3 Línea de inversión estudios, investigaciones y mediciones dentro del marco del servicio de televisión, que permitan el conocimiento de las audiencias.

No aplica para la presente resolución.

### 1.4 Línea de inversión formación y capacitación para el fortalecimiento de los operadores públicos.

No aplica para la presente resolución.

### 1.5 Línea de inversión recuperación, preservación, digitalización y catalogación del patrimonio audiovisual.

No aplica para la presente resolución.

### 1.6 Línea de inversión operación y funcionamiento

CTO	ACTIVIDAD	Fondo único de TIC			
		COMPROMETIDO	PAGADO	SALDO POR COMPROMETER	SALDO POR EJECUTAR
13	DO-35 9838 - Proveer de manera autónoma e independiente los servicios requeridos para desarrollar actividades de asesoría, apoyo financiero y presupuestal en la Dirección Operativa para los proyectos incluidos en el Plan de inversión, financiado a través de la resolución 00012 de 2025 del Fondo Único de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (FUTIC)	95.100.000	7.838.000	-	\$ 27.262.000
35	DO-34 9840 - Proveer de manera autónoma e independiente los servicios requeridos para desarrollar actividades de asesoría, apoyo financiero y presupuestal en la Dirección Operativa para los proyectos incluidos en el Plan de inversión, financiado a través de la resolución 00012 de 2025 del Fondo Único de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (FUTIC)	94.466.000	65.936.000	-	\$ 28.530.000
39	DO-36 9846 - Proveer de manera autónoma e independiente los servicios requeridos para desarrollar actividades de asistencia administrativa en la Dirección Operativa para los proyectos incluidos en el Plan de inversión, financiado a través de la resolución 00012 de 2025 del Fondo Único de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (FUTIC)	19.716.000	19.716.000	-	\$ 0
40	DO-57 9854 - Proveer de manera autónoma e independiente los servicios requeridos para desarrollar actividades de asistencia administrativa en la Dirección Operativa para los proyectos incluidos en el Plan de inversión, financiado a través de la resolución 00012 de 2025 del Fondo Único de	12.772.000	12.772.000	-	\$ 0



	Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (FUTIC)				
44	DO-51 9853 - Proveer de manera autónoma e independiente los servicios requeridos para desarrollar actividades de asistencia administrativa en la Dirección Operativa para los proyectos incluidos en el Plan de inversión, financiado a través de la resolución 00012 de 2025 del Fondo Único de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (FUTIC)	23.932.000	22.072.000	-	\$ 1.860.000
57	DO-32 9836 - Proveer de manera autónoma e independiente los servicios requeridos para desarrollar actividades de asesoría legal y apoyo contractual en la Dirección Operativa para los proyectos incluidos en el Plan de inversión, financiado a través de la resolución 00012 de 2025 del Fondo Único de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (FUTIC)	89.400.000	62.400.000	-	\$ 27.000.000
66	DO-54 9848 - Proveer de manera autónoma e independiente los servicios profesionales requeridos para desarrollar actividades de apoyo administrativo en la Dirección Operativa para los proyectos incluidos en el Plan de inversión, financiado a través de la resolución 00012 de 2025 del Fondo Único de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (FUTIC)	27.280.000	22.072.000	-	\$ 5.208.000
66	DO-407 9848 - Adicionar y prorrogar el Contrato de prestación de servicios N° 066 de 2025 suscrito con Magda Yasid Franco Mendoza	3.720.000	3.720.000	-	\$ 0
67	DO-22 9824 - Proveer de manera autónoma e independiente los servicios requeridos para desarrollar actividades de lengua de señas incluido en el Plan de inversión, financiado a través de la resolución 00012 de 2025 del Fondo Único de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (FUTIC) y demás proyectos de Canal Capital Canal	15.496.000	10.816.000	-	\$ 4.680.000
70	DO-20 9844 - Proveer de manera autónoma e independiente los servicios requeridos para desarrollar actividades de asistencia administrativa en la Dirección Operativa para los proyectos incluidos en el Plan de inversión, financiado a través de la resolución 00012 de 2025 del Fondo Único de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (FUTIC)	14.632.000	14.632.000	-	\$ 0
141	DO-176 9850 - Proveer de manera autónoma e independiente los servicios requeridos para desarrollar actividades de asistencia administrativa en la Dirección Operativa para los proyectos incluidos en el Plan de inversión, financiado a través de la resolución 00012 de 2025 del Fondo Único de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (FUTIC)	15.376.000	15.376.000	-	\$ 0
195	DO-194 9842 - Proveer de manera autónoma e independiente los servicios requeridos para desarrollar actividades de planeación en la Dirección Operativa para los proyectos incluidos en el Plan de inversión, financiado a través de la resolución 00012 de 2025 del Fondo Único de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (FUTIC)	30.000.000	30.000.000	-	\$ 0
219	DO-238 10697 - Proveer, de manera autónoma e independiente, los servicios de gestión documental para Canal Capital, con base en las tablas de retención documental (TRD) y la normativa archivística vigente, financiado a través de la resolución 00012 del 2025 del Fondo Único de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (FUTIC)	21.627.000	14.337.000		\$ 7.290.000

320	DO-303 9854 - Proveer de manera autónoma e independiente los servicios requeridos para desarrollar actividades de asistencia administrativa en la Dirección Operativa para los proyectos incluidos en el Plan de inversión, financiado a través de la resolución 00012 de 2025 del Fondo Único de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (FUTIC).	22.568.000	11.408.000		\$ 11.160.000
337	DO-315 9844 - Proveer de manera autónoma e independiente los servicios requeridos para desarrollar actividades de asistencia administrativa en la Dirección Operativa para los proyectos incluidos en el Plan de inversión, financiado a través de la resolución 00012 de 2025 del Fondo Único de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (FUTIC)	20.460.000	9.300.000		\$ 11.160.000
348	DO-322 9842 - Proveer de manera autónoma e independiente los servicios requeridos para desarrollar actividades de planeación en la Dirección Operativa para los proyectos incluidos en el Plan de inversión, financiado a través de la resolución 00012 de 2025 del Fondo Único de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (FUTIC)	40.500.000	18.000.000		\$ 22.500.000
355	DO-347 9850- Proveer de manera autónoma e independiente los servicios profesionales requeridos para desarrollar actividades de apoyo administrativo en la Dirección Operativa para los proyectos incluidos en el Plan de inversión, financiado a través de la resolución 00012 de 2025 del Fondo Único de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (FUTIC).	20.460.000	9.300.000		\$ 11.160.000
381	DO-361 9846 - Proveer de manera autónoma e independiente los servicios requeridos para desarrollar actividades de asistencia administrativa en la Dirección Operativa para los proyectos incluidos en el Plan de inversión, financiado a través de la resolución 00012 de 2025 del Fondo Único de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (FUTIC)	15.252.000	4.092.000		\$ 11.160.000
410	DO-395 9853 - Proveer de manera autónoma e independiente los servicios requeridos para desarrollar actividades de asistencia administrativa en la Dirección Operativa para los proyectos incluidos en el Plan de inversión, financiado a través de la resolución 0012 de 2025 del Fondo Único de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (FUTIC)	12.524.000	1.364.000		\$ 11.160.000
<b>TOTAL ACTIVIDAD</b>		<b>\$ 595.281.000</b>	<b>\$ 415.151.000</b>	<b>\$ 0</b>	<b>\$ 180.130.000</b>

## 2. ESTADO Y MANEJO DE LOS RECURSOS DE LA CUENTA BANCARIA

Banco BANCOLOMBIA  
Cuenta de Ahorro No. 690-0000098-58

MES	CONSIGNACIÓN	PAGOS	GASTOS BANCARIO	RENDIMIENTOS FINANCIEROS	RETEFUENTE	SALDO
FEBRERO	2.314.530	2.314.530	0	0	0	0
MARZO	2.962.591.262	481.191.819	0	3.424.333.33	239.598	2.493.122.093.33
ABRIL	197.212	857.844.044	0	5.433.443.78	380.339	1.631.990.492.11
MAYO	1.998.058.631	1.014.058.558	0	3.968.757.89	277.814	2.619.681.509.00
JUNIO	0	1.014.592.708	0	6.113.846.30	427.968	1.610.774.679.30
JULIO	7.373.387.391	1.123.277.180		4.078.985.73	285.530	7.864.678.346.03
AGOSTO	0	1.700.618.217	0	19.422.037.90	1.359.545	6.182.122.621.93
SEPTIEMBRE	0	1.289.668.757	0	15.381.414.85	1.076.699	4.906.758.580.78
OCTUBRE						
NOVIEMBRE						
DICIEMBRE						
ACUMULADO	12.336.549.026	7.483.565.773	0	57.822.819.78	4.047.493	

## 3. EXTRACTOS BANCARIOS PERIODO Y CONCILIACIÓN BANCARIA

### Anexos 15 folios:

012 Extracto bancario y conciliación Bancaria julio 2025  
012 Extracto bancario y conciliación Bancaria agosto 2025  
012 Extracto bancario y conciliación Bancaria septiembre 2025

#### **4. TRANSFERENCIA REALIZADA**

##### **Anexos 2 folios**

012 Soporte reintegro rendimientos 3er. Trimestre 2025

#### **5. El informe de legalización de los recursos.**

##### **Anexos 14 folios**

#### **6. Certificado de cumplimiento de las obligaciones**

##### **Anexo 4 folios**

#### **7. Reporte de logros alcanzados y/o dificultades presentadas en el trimestre a reportar.**

Canal Capital reafirma su compromiso con la cultura y continúa consolidándose como el canal público que visibiliza y transmite los eventos culturales más importantes del país. Por cuarto año consecutivo, llevó a las pantallas de los colombianos el Festival Gabo, el encuentro más relevante para periodistas, narradores y creadores de Iberoamérica. Durante tres días se ofreció una programación diversa de conversaciones, talleres y experiencias que destacaron el poder transformador de las historias, el periodismo y la reflexión.

En cuanto al alcance de la audiencia, el impacto del festival se reflejó tanto en señal abierta como en plataformas digitales. Las transmisiones por señal abierta, emitidas entre el 26 y 27 de julio, llegaron a 124.910 personas a nivel nacional, con un promedio de 2.246 televidentes por emisión. La región centro fue la de mayor sintonía, concentrando el 54% de la audiencia, según datos de CNC de Claro Colombia.

En el entorno digital, la participación fue igualmente destacada. El Festival Gabo alcanzó a 125.070 usuarios, generó 219.335 impresiones y acumuló 166.129 reproducciones en redes sociales y canales digitales, de acuerdo con cifras de Meta Business, YouTube Studio, Metricool y Google Analytics.

Durante el tercer trimestre de 2025, Canal Capital reafirmó su compromiso con la promoción de la cultura y el talento en Bogotá, llevando a sus pantallas y plataformas digitales algunos de los festivales al parque más representativos del país. Con transmisiones en vivo, cobertura especial y producción de alta calidad, la señal pública logró conectar a cientos de miles de personas con experiencias artísticas que celebran la diversidad, la identidad y la creatividad.

- **Monumentum Fiesta Electrónica**
- **Festival Colombia al Parque**
- **Festival Vallenato al Parque**
- **Bogotá Góspel**
- **Festival Hip Hop al Parque**
- **Festival Jazz al Parque**
- **Festival Popular al Parque**



Con más de 3.5\* millones de personas alcanzadas en señal abierta y 6.503.519\*\* millones de reproducciones en digital, Canal Capital consolida su papel como el principal canal público de difusión cultural en Colombia. Su apuesta por visibilizar la diversidad artística de Bogotá ha permitido que estos eventos lleguen a públicos amplios, promoviendo el acceso a la cultura y el fortalecimiento de la identidad local desde una mirada incluyente, joven y creativa.

- \* Información consolidada de CNC de Claro Colombia
- \*\*Información consolidada de Meta Business, Youtube Studio, Metricool y Google Analytics.

## 8. REGISTRO DE VISTOS BUENOS AL INFORME

Visto Bueno	Nombre	Cargo	Firma	Fecha
Control Interno	OMAR URREA ROMERO	Jefe Ofic. A. de Control Interno (E)	(Ver certificado Anexo)	14/10/2025
Revisor Fiscal	OSCAR DAVID MARTINEZ MUÑOZ	Revisor Fiscal	(Ver certificado Anexo)	14/10/2025

**PAULA ARENAS**  
Gerente general

Revisó:

Jorge Enrique Angarita López – Subdirector financiero



Laura María Montoya Vélez – Profesional de Planeación



David Camilo Vargas Mejía - Director Operativo



Juana Amalia González H. - Secretaria General



Nasly Georgina Torres Bernal – Profesional especializado de Contabilidad



Mireya Pardo Monastoque – Profesional de Tesorería



Pilar Rocio Rojas Barrero – Financiera Dirección Operativa





Gustavo De Bedout Bermúdez - Profesional Especializado de Programación



Proyectó:

Alejandro Bastidas Plazas – Profesional Apoyo a Planeación



	FORMATO CONCILIACION BANCARIA BANCOLOMBIA CTA AHORROS No. 69000009858		CÓDIGO: AGFF-CO-FT-011	
			VERSIÓN: 4	
			FECHA DE APROBACIÓN: 03/07/2025	
			RESPONSABLE: CONTABILIDAD	
FECHA	CONCEPTO	VALOR	TOTAL	OBSERVACIÓN
CUENTA CONTABLE 1110060279				
CANAL CAPITAL				
JULIO 2025				
	SALDO EN LIBROS AUXILIARES		7,864,678,346.03	
	ND PENDIENTE POR REGISTRAR		-	
	NC PENDIENTE POR REGISTRAR		-	
	PARTIDAS POR CONCILIAR		-	
	DISPONIBILIDAD FINAL EN LIBROS		7,864,678,346.03	
	SALDO SEGÚN EXTRACTO BANCARIO		7,864,678,346.03	
	EXIGIBILIDAD REAL EN BANCOS			
	DIFERENCIA		-	

ELABORÓ:   
 KATHERINE PAOLA CABRERA CANCHANO

REVISÓ:   
 CARLOS RAMIRO FLOREZ ECHENIQUE

ESTADO DE CUENTA

DESDE: 2025/06/30      HASTA: 2025/07/31

CUENTA DE AHORROS

NÚMERO      69000009858

SUCURSAL HOTEL TEQUENDAMA

PLAN DE INVERSION 2025 FUTIC  
CR 11 A 69 43  
BOGOTA D.C. BOGOTA D.C. 001

¡Ten siempre a la mano tus extractos! Consulta o descarga tus extractos del presente mes o los meses anteriores, cada vez que los necesites ingresando a la sucursal virtual personas, opción Documentos-Extractos.

RESUMEN						
SALDO ANTERIOR		\$	1,610,774,679.30	SALDO PROMEDIO	\$	1,501,815,605
TOTAL ABONOS		\$	7,377,651,482.73	CUENTAS X COBRAR	\$	.00
TOTAL CARGOS		\$	1,123,747,816.00	VALOR INTERESES PAGADOS	\$	4,078,985.73
SALDO ACTUAL		\$	7,864,678,346.03	RETEFUENTE	\$	285,530.00
FECHA	DESCRIPCIÓN	SUCURSAL		DCTO.	VALOR	SALDO
3/07	ABONO INTERESES AHORROS				423,425.52	1,611,198,104.82
3/07	RETENCION EN LA FUENTE				-29,640.00	1,611,168,464.82
4/07	PAGO A PROV				-14,429,927.00	1,596,738,537.82
7/07	ABONO INTERESES AHORROS				559,670.56	1,597,298,208.38
7/07	RETENCION EN LA FUENTE				-39,177.00	1,597,259,031.38
8/07	PAGO A PROVE SARA MELISSA MU				-5,941,312.00	1,591,317,719.38
10/07	ABONO INTERESES AHORROS				418,310.85	1,591,736,030.23
10/07	RETENCION EN LA FUENTE				-29,282.00	1,591,706,748.23
11/07	PAGO A PROV				-56,686,596.00	1,535,020,152.23
11/07	CARGUE TARJETA PREPAGO PROPIA				-404,900.00	1,534,615,252.23
11/07	PAGO A PROVE				-40,826,272.00	1,493,788,980.23
13/07	ABONO INTERESES AHORROS				392,673.40	1,494,181,653.63
13/07	RETENCION EN LA FUENTE				-27,487.00	1,494,154,166.63
14/07	ABONO INTERESES AHORROS				127,983.13	1,494,282,149.76
14/07	PAGO A PROV				-28,487,342.00	1,465,794,807.76
14/07	PAGO A PROVE ANDRES ELIAS ES				-4,946,202.00	1,460,848,605.76
14/07	RETENCION EN LA FUENTE				-8,959.00	1,460,839,646.76
15/07	ABONO INTERESES AHORROS				124,201.87	1,460,963,848.63
15/07	PAGO A PROV				-39,587,862.00	1,421,375,986.63
15/07	PAGO A PROVE ANGGIE KATHERIN				-3,688,162.00	1,417,687,824.63
15/07	RETENCION EN LA FUENTE				-8,694.00	1,417,679,130.63
16/07	TRANSFERENCIA CTA SUC VIRTUAL				185,106.00	1,417,864,236.63
16/07	ABONO INTERESES AHORROS				120,202.21	1,417,984,438.84
16/07	PAGO A PROVE				-45,950,253.00	1,372,034,185.84
16/07	RETENCION EN LA FUENTE				-8,414.00	1,372,025,771.84
17/07	ABONO INTERESES AHORROS				114,321.37	1,372,140,093.21
17/07	PAGO A PROV				-17,815,279.00	1,354,324,814.21
17/07	PAGO A PROV				-44,470,655.00	1,309,854,159.21
17/07	PAGO A PROVE GUSTAVO ALEJAND				-4,946,202.00	1,304,907,957.21
17/07	RETENCION EN LA FUENTE				-8,002.00	1,304,899,955.21
18/07	PAGO A PROV				-66,215,094.00	1,238,684,861.21
18/07	PAGO A PROV				-11,153,018.00	1,227,531,843.21
18/07	PAGO A PROVE				-29,129,077.00	1,198,402,766.21

PLAN DE INVERSION 2025 FUTIC  
CR 11 A 69 43  
BOGOTA D.C. BOGOTA D.C. 001

DESDE: 2025/06/30      HASTA: 2025/07/31  
**CUENTA DE AHORROS**  
NÚMERO      69000009858  
**SUCURSAL HOTEL TEQUENDAMA**

FECHA	DESCRIPCIÓN	SUCURSAL	DCTO.	VALOR	SALDO
18/07	PAGO A PROVE			-31,210,944.00	1,167,191,822.21
20/07	ABONO INTERESES AHORROS			306,820.56	1,167,498,642.77
20/07	RETENCION EN LA FUENTE			-21,478.00	1,167,477,164.77
21/07	ABONO INTERESES AHORROS			100,342.97	1,167,577,507.74
21/07	PAGO A PROVE			-22,224,334.00	1,145,353,173.74
21/07	RETENCION EN LA FUENTE			-7,024.00	1,145,346,149.74
22/07	PAGO A PROV			-23,949,007.00	1,121,397,142.74
22/07	PAGO A PROV			-70,214,712.00	1,051,182,430.74
22/07	PAGO A PROVE			-26,656,733.00	1,024,525,697.74
23/07	ABONO INTERESES AHORROS			179,537.89	1,024,705,235.63
23/07	RETENCION EN LA FUENTE			-12,568.00	1,024,692,667.63
24/07	ABONO INTERESES AHORROS			87,074.15	1,024,779,741.78
24/07	PAGO A PROV			-12,033,007.00	1,012,746,734.78
24/07	PAGO A PROVE ANA MARIA SANCH			-5,840,094.00	1,006,906,640.78
24/07	PAGO A PROVE EFRAIN TARRIBA			-13,008,858.00	993,897,782.78
24/07	RETENCION EN LA FUENTE			-6,095.00	993,891,687.78
25/07	PAGO A PROV			-6,135,408.00	987,756,279.78
27/07	ABONO INTERESES AHORROS			259,652.20	988,015,931.98
27/07	RETENCION EN LA FUENTE			-18,176.00	987,997,755.98
28/07	ABONO INTERESES AHORROS			85,985.07	988,083,741.05
28/07	PAGO A PROVE TRANSPORTES ALE			-6,617,093.00	981,466,648.05
28/07	RETENCION EN LA FUENTE			-6,019.00	981,460,629.05
29/07	ABONO INTERESES AHORROS			46,779.51	981,507,408.56
29/07	PAGO A PROV			-294,605,784.00	686,901,624.56
29/07	PAGO A PROV			-152,942,336.00	533,959,288.56
29/07	RETENCION EN LA FUENTE			-3,275.00	533,956,013.56
30/07	ABONO INTERESES AHORROS			42,985.51	533,998,999.07
30/07	TRANSFERENCIA CTA SUC VIRTUAL			-43,345,823.00	490,653,176.07
30/07	RETENCION EN LA FUENTE			-3,009.00	490,650,167.07
31/07	PAGO INTERBANC DIR TESORO NACI			7,373,387,391.00	7,864,037,558.07
31/07	ABONO INTERESES AHORROS			689,018.96	7,864,726,577.03
31/07	RETENCION EN LA FUENTE			-48,231.00	7,864,678,346.03
	FIN ESTADO DE CUENTA				

De : JUL 1/2025



A : JUL 31/2025

CUENTA	DESCRIPCION				S A L D O	
COMPROBANTE	FECHA	ID	DESCRIPCION \INVENT-CRUC	BASE \ CC	DEBITOS	CREDITOS
1110060279	CTA AHORROS 69000009858	PLAN I				1,610,774,679.30
N-001-00000002111-002	20250704		REINTEGRO RENDMIENTOS FI		14,429,927.00	1596,344,752.30
N-001-00000002115-002	20250708		P5 CTO 65/25 JUN/25 PROD		5,941,312.00	1590,403,440.30
N-001-00000002133-002	20250711		P 5 CTO 35/25 JUNIO OPER		9,279,162.00	1581,124,278.30
N-001-00000002134-002	20250711		P 5 CTO 39/25 JUNIO ASIS		3,688,162.00	1577,436,116.30
N-001-00000002135-002	20250711		P 5 CTO 78/25 JUNIO DIRE		12,490,137.00	1564,945,979.30
N-001-00000002136-002	20250711		P 5 CTO 99/25 JUNIO PLAN		12,562,781.00	1552,383,198.30
N-001-00000002137-002	20250711		P 5 CTO 92/25 JUNIO PERI		4,946,202.00	1547,436,996.30
N-001-00000002138-002	20250711		P 5 CTO 193/25 JUNIO AUD		5,542,130.00	1541,894,866.30
N-001-00000002139-002	20250711		P 5 CTO 114/25 JUNIO EDI		6,921,628.00	1534,973,238.30
N-001-00000002140-002	20250711		P 5 CTO 66/25 JUNIO APOY		3,688,162.00	1531,285,076.30
N-001-00000002141-002	20250711		P 5 CTO 158/25 JUNIO AUD		6,416,617.00	1524,868,459.30
N-001-00000002150-002	20250711		P1 CTO 320/25 DEL 29/31		245,878.00	1524,622,581.30
N-001-00000002152-002	20250711		P2 CTO 320/25 JUN/25 ASI		3,688,162.00	1520,934,419.30
N-001-00000002158-002	20250711		P5 CTO 183/2025 JUNIO PE		4,946,202.00	1515,988,217.30
N-001-00000002159-002	20250711		P6 CTO 13/2025 JUNIO OPE		9,052,252.00	1506,935,965.30
N-001-00000002160-002	20250711		P5 CTO 107/2025 JUNIO PR		6,119,551.00	1500,816,414.30
N-001-00000002161-002	20250711		P5 CTO 151/2025 JUNIO CO		3,962,921.00	1496,853,493.30
N-001-00000002163-002	20250711		P5 CTO 194/2025 JUNIO ES		3,962,921.00	1492,890,572.30
N-001-00000002170-002	20250714		P5 CTO 95/2025 JUNIO PER		10,918,210.00	1481,972,362.30
N-001-00000002171-002	20250714		P5 CTO 165/2025 JUNIO PR		5,154,777.00	1476,817,585.30
N-001-00000002172-002	20250714		P4 CTO 215/2025 JUNIO TR		3,446,060.00	1473,371,525.30
N-001-00000002176-002	20250714		P5 CTO 176/2025 JUNIO RE		7,124,214.00	1466,247,311.30
N-001-00000002177-002	20250714		P5 CTO 69/2025 JUNIO EDI		4,946,202.00	1461,301,109.30
N-001-00000002179-002	20250714		P1 CTO 337/2025 16-30 JU		1,844,081.00	1459,457,028.30
N-001-00000002165-002	20250715		P5 CTO 44/25 JUN/25 ASIS		3,688,162.00	1455,768,866.30
N-001-00000002166-002	20250715		P5 CTO 86/25 JUN/25 PERI		5,840,094.00	1449,928,772.30
N-001-00000002168-002	20250715		P5 CTO 155/25 JUN/25 GRA		5,452,741.00	1444,476,031.30
N-001-00000002169-002	20250715		P5 CTO 124/25 JUN/25 COM		3,962,921.00	1440,513,110.30
N-001-00000002181-002	20250715		P5 CTO 126/25 JUN/25 PRO		4,164,054.00	1436,349,056.30
N-001-00000002182-002	20250715		P5 CTO 170/25 JUN/25 PRO		4,931,289.00	1431,417,767.30
N-001-00000002183-002	20250715		P2 CTO 299/25 JUN/25 DIR		15,236,763.00	1416,181,004.30
N-001-00000002194-002	20250716		P1 CTO 365/25 DEL 18-20		2,574,569.00	1413,606,435.30
N-001-00000002197-002	20250716		P5 CTO 87/25 JUN/25 DIRE		16,437,189.00	1397,169,246.30
N-001-00000002198-002	20250716		P6 CTO 18/25 JUN/25 DIRE		11,437,435.00	1385,731,811.30
N-001-00000002200-002	20250716		P1 CTO 357/25 DEL 12-30		3,767,477.00	1381,964,334.30
N-001-00000002204-002	20250716		P5 CTO 91/25 JUN/25 PERI		5,840,094.00	1376,124,240.30
N-001-00000002206-002	20250716		P 5 CTO 68/25 JUNIO PROD		7,197,167.00	1368,927,073.30
N-001-00000002207-002	20250716		P5 CTO 154/25 JUNIO PRES		7,817,199.00	1361,109,874.30
N-001-00000002208-002	20250716		P 5 CTO 67/25 JUNIO LENG		1,548,850.00	1359,561,024.30
N-001-00000002209-002	20250716		P 5 CTO 171/25 JUNIO ASI		3,093,780.00	1356,467,244.30
N-001-00000002210-002	20250716		P 5 CTO 106/25 JUNIO PER		5,154,777.00	1351,312,467.30
N-001-00000002211-002	20250716		P 5 CTO 94/25 JUNIO EDIC		4,946,202.00	1346,366,265.30
N-001-00000002212-002	20250716		P 5 CTO 110/25 JUNIO EDI		4,946,202.00	1341,420,063.30
N-001-00000002213-002	20250716		P 5 CTO 125/25 JUNIO EDI		9,819,873.00	1331,600,190.30
N-001-00000002214-002	20250716		P 5 CTO 200/25 JUNIO PER		5,840,094.00	1325,760,096.30
N-001-00000002227-002	20250717		P5 CTO 119/2025 JUNIO ED		4,946,202.00	1320,813,894.30
N-001-00000002228-002	20250717		P4 CTO 219/2025 JUNIO DO		2,410,446.00	1318,403,448.30
N-001-00000002230-002	20250717		P4 CTO 221/2025 JUNIO PE		5,840,094.00	1312,563,354.30
N-001-00000002233-002	20250717		P5 CTO 118/2025 JUNIO PR		3,426,681.00	1309,136,673.30
N-001-00000002246-002	20250717		P5 CTO 101/25 JUN/25 PRO		6,138,058.00	1302,998,615.30
N-001-00000002250-002	20250718		P5 CTO 55/2025 JUNIO LOG		3,955,851.00	1299,042,764.30
N-001-00000002254-002	20250718		P5 CTO 89/2025 JUNIO EDI		4,946,202.00	1294,096,562.30
N-001-00000002262-002	20250718		P1 CTO 369/25 DEL 20-30		1,632,410.00	1292,464,152.30
N-001-00000002263-002	20250718		P4 CTO 226/25 JUN/25 PRO		5,829,675.00	1286,634,477.30
N-001-00000002264-002	20250718		P5 CTO 181/25 JUN/25 PRO		9,529,868.00	1277,104,609.30
N-001-00000002269-002	20250718		P5 CTO 192/25 JUN/25 PRO		7,197,167.00	1269,907,442.30
N-001-00000002270-002	20250718		P5 CTO 122/25 JUN/25 PRO		5,822,486.00	1264,084,956.30
N-001-00000002271-002	20250718		P5 CTO 127/25 JUN/25 ASI		3,450,303.00	1260,634,653.30
N-001-00000002285-002	20250718		P5 CTO 116/25 JUN/25 PRO		8,302,655.00	1252,331,998.30
N-001-00000002286-002	20250718		P2 CTO 316/25 JUN/25 7 E		6,474,049.00	1245,857,949.30
N-001-00000002287-002	20250718		P1 CTO 333/25 DEL 3-30 J		3,715,301.00	1242,142,648.30

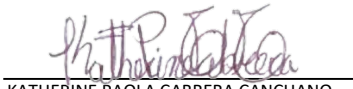
Siigo -		CANAL CAPITAL		NIIF		JUL/31/2025	
Procesado: 2025/08/14-21/01				MOVIMIENTO CUENTAS - GENERAL Pag-0002			
				De : JUL 1/2025 A : JUL 31/2025			
CUENTA	DESCRIPCION						S A L D O
COMPROBANTE	FECHA	ID	DESCRIPCION \INVENT-CRUCO-BASE \ CC		DEBITOS	CREDITOS	
1110060279	CTA AHORROS	69000009858	PLAN I				1,242,142,648.30
N-001-00000002288-002	20250718		P5 CTO 105/2025 JUNIO GR		4,946,202.00		1237,196,446.30
N-001-00000002289-002	20250718		P5 CTO 98/2025 JUNIO PER		5,840,094.00		1231,356,352.30
N-001-00000002292-002	20250718		P5 CTO 58/2025 JUNIO VES		4,253,283.00		1227,103,069.30
N-001-00000002293-002	20250718		P3 CTO 254/25 JUN/25 INV		5,065,388.00		1222,037,681.30
N-001-00000002294-002	20250718		P5 CTO 160/2025 JUNIO ED		5,959,280.00		1216,078,401.30
N-001-00000002295-002	20250718		P1 CTO 367/2025 18-30 JU		2,130,998.00		1213,947,403.30
N-001-00000002296-002	20250718		P2 CTO 311/25 JUN/25 6 E		5,549,185.00		1208,398,218.30
N-001-00000002297-002	20250718		P5 CTO 115/2025 JUNIO IN		4,192,125.00		1204,206,093.30
N-001-00000002298-002	20250718		P5 CTO 153/2025 JUNIO ED		4,917,686.00		1199,288,407.30
N-001-00000002300-002	20250718		P3 CTO 289/25 JUN/25 PRO		4,960,995.00		1194,327,412.30
N-001-00000002301-002	20250718		P1 CTO 353/25 DEL 12-30		2,433,980.00		1191,893,432.30
N-001-00000002303-002	20250718		P5 CTO 141/25 DEL 1/13 J		1,598,204.00		1190,295,228.30
N-001-00000002305-002	20250718		P1 CTO 355/25 DEL 16-30		1,844,081.00		1188,451,147.30
N-001-00000002306-002	20250718		P5 CTO 100/2025 JUN/25 G		4,946,202.00		1183,504,945.30
N-001-00000002307-002	20250718		P5 CTO 80/2025 JUNIO PRO		6,921,628.00		1176,583,317.30
N-001-00000002311-002	20250718		P5 CTO 159/2025 JUNIO ED		5,452,741.00		1171,130,576.30
N-001-00000002312-002	20250718		P2 CTO 325/2025 JUNIO PE		5,840,094.00		1165,290,482.30
N-001-00000002315-002	20250721		P5 CTO 85/25 JUN/25 PERI		5,840,094.00		1159,450,388.30
N-001-00000002320-002	20250721		P1 CTO 351/25 DEL 10-30		9,401,132.00		1150,049,256.30
N-001-00000002323-002	20250721		P5 CTO 108/25 JUN/25 PER		5,840,094.00		1144,209,162.30
N-001-00000002325-002	20250721		P 5 CTO 72/25 JUNIO MAQU		4,253,283.00		1139,955,879.30
N-001-00000002326-002	20250721		P 1 CTO 342/25 09-30 JUN		7,237,227.00		1132,718,652.30
N-001-00000002327-002	20250721		P 3 CTO 251/25 JUNIO INV		5,050,115.00		1127,668,537.30
N-001-00000002328-002	20250721		P 5 CTO 145/25 FTR FEY58		15,438,933.00		1112,229,604.30
N-001-00000002330-002	20250721		P 5 CTO 97/25 F-CCH103 J		8,090,625.00		1104,138,979.30
N-001-00000002331-002	20250721		P 3 CTO 255/25 JUNIO DIR		7,974,734.00		1096,164,245.30
N-001-00000002332-002	20250721		P 5 CTO 191/25 JUNIO ASI		3,955,851.00		1092,208,394.30
N-001-00000002334-002	20250721		P 5 CTO 79/25 JUNIO WEB		6,436,022.00		1085,772,372.30
N-001-00000002336-002	20250721		P 5 CTO 56/25 JUNIO ESTR		4,946,202.00		1080,826,170.30
N-001-00000002337-002	20250721		P 3 CTO 253/25 JUNIO PRO		7,974,734.00		1072,851,436.30
N-001-00000002341-002	20250722		P 5 CTO 203/25 01-19 JUN		3,453,403.00		1069,398,033.30
N-001-00000002342-002	20250722		P 1 CTO 360/25 20-30 JUN		1,999,339.00		1067,398,694.30
N-001-00000002343-002	20250722		P 5 CTO 83/25 JUNIO DIRE		8,961,928.00		1058,436,766.30
N-001-00000002345-002	20250722		P5 CTO 57/2025 FTR AL19		7,996,034.00		1050,440,732.30
N-001-00000002346-002	20250722		P 1 CTO 366/25 18-30 JUN		2,349,691.00		1048,091,041.30
N-001-00000002347-002	20250722		P2 CTO 305/2025 JUNIO PR		6,416,617.00		1041,674,424.30
N-001-00000002348-002	20250722		P 5 CTO 77/25 JUNIO REAL		3,664,957.00		1038,009,467.30
N-001-00000002349-002	20250722		P 4 CTO 90/25 01-02 MAYO		389,340.00		1037,620,127.30
N-001-00000002350-002	20250722		P 2 CTO 304/25 JUNIO PER		5,840,094.00		1031,780,033.30
N-001-00000002351-002	20250722		P 1 CTO 339/25 05-30 JUN		2,085,237.00		1029,694,796.30
N-001-00000002352-002	20250722		P 5 CTO 195/2025 01-18 J		4,469,460.00		1025,225,336.30
N-001-00000002353-002	20250722		P 1 CTO 348/25 19-30 JUN		2,979,640.00		1022,245,696.30
N-001-00000002375-002	20250724		P1 CTO 358/2025 EDICION		13,008,858.00		1009,236,838.30
N-001-00000002398-002	20250724		P1 CTO 315/25 DEL 15-31		1,914,075.00		1007,322,763.30
N-001-00000002399-002	20250724		P2 CTO 315/25 JUN/25 PRO		3,588,890.00		1003,733,873.30
N-001-00000002400-002	20250724		P4 CTO 238/25 JUN/25 PER		6,530,042.00		997,203,831.30
N-001-00000002405-002	20250724		P2 CTO 323/25 JUN/25 PER		5,840,094.00		991,363,737.30
N-001-00000002413-002	20250724		P1 CTO 349/25 DEL 10/30		6,135,408.00		985,228,329.30
N-001-00000002435-002	20250728		P4 CTO 059/25 F-FEV22800		52,519,908.00		932,708,421.30
N-001-00000002436-002	20250728		P1 CTO 368/2025 FTR ZI13		100,422,428.00		832,285,993.30
N-001-00000002441-002	20250728		P1 CTO 321/2025 JULIO FT		102,712,149.00		729,573,844.30
N-001-00000002447-002	20250728		P5 CTO 146/2025 FTR BOG2		944,060.00		728,629,784.30
N-001-00000002449-002	20250728		P2 CTO 312/2025 FTR PEF		190,949,575.00		537,680,209.30
N-001-00000002450-002	20250728		P2 CTO 308/25 FEAL5504 J		6,617,093.00		531,063,116.30
N-006-00000000197-001	20250731		CTB REND FINANCIEROS MES		4,078,985.73		535,142,102.03
N-006-00000000197-004	20250731		CTB RTE FTE/REND FINANCI			285,530.00	534,856,572.03
N-006-00000000198-002	20250731		TRASLADO PARA PAGO OP 23			404,900.00	534,451,672.03
N-006-00000000198-003	20250731		DEV PAGO MNR VLR OP 2341		185,106.00		534,636,778.03
N-006-00000000198-006	20250731		TRASLADO VLR RETES APLIC			43,345,823.00	491,290,955.03
R-001-00000010108-002	20250731		CTA AHORROS 69000009858		7373,387,391.00		7864,678,346.03
T O T A L =====>					7377,651,482.73	1123,747,816.00	7864,678,346.03

Siigo -	CANAL CAPITAL	NIIF	JUL/31/2025
Procesado: 2025/08/14-21/01	MOVIMIENTO CUENTAS - GENERAL	Pag-0003	
De : JUL 1/2025 A : JUL 31/2025			
CUENTA	D E S C R I P C I O N		S A L D O
COMPROBANTE	FECHA ID DESCRIPCION \INVENT-CRUCE-BASE \ CC	DEBITOS	CREDITOS
1110060279	CTA AHORROS 69000009858 PLAN I		7,864,678,346.03
T O T A L G E N E R A L =====>		7377,651,482.73	1123,747,816.00 7864,678,346.03




	FORMATO CONCILIACION BANCARIA BANCOLOMBIA CTA AHORROS No. 69000009858		CÓDIGO: AGFF-CO-FT-011	
			VERSIÓN: 4	
			FECHA DE APROBACIÓN: 03/07/2025	
			RESPONSABLE: CONTABILIDAD	
FECHA	CONCEPTO	VALOR	TOTAL	OBSERVACIÓN
CUENTA CONTABLE 1110060279				
CANAL CAPITAL				
AGOSTO 2025				
	SALDO EN LIBROS AUXILIARES		6.182.122.621,93	
	ND PENDIENTE POR REGISTRAR		-	
	NC PENDIENTE POR REGISTRAR		-	
	PARTIDAS POR CONCILIAR		-	
	DISPONIBILIDAD FINAL EN LIBROS		6.182.122.621,93	
	SALDO SEGÚN EXTRACTO BANCARIO		6.182.122.621,93	
	EXIGIBILIDAD REAL EN BANCOS			
	DIFERENCIA		-	

ELABORÓ:



KATHERINE PAOLA CABRERA CANCHANO

REVISÓ:



CARLOS RAMIRO FLOREZ ECHENIQUE

ESTADO DE CUENTA

DESDE: 2025/07/31 HASTA: 2025/08/31

CUENTA DE AHORROS

NÚMERO 69000009858

SUCURSAL HOTEL TEQUENDAMA

PLAN DE INVERSION 2025 FUTIC  
CR 11 A 69 43  
BOGOTA D.C. BOGOTA D.C. 001

¡Ten siempre a la mano tus extractos! Consulta o descarga tus extractos del presente mes o los meses anteriores, cada vez que los necesites ingresando a la sucursal virtual personas, opción Documentos-Extractos.

RESUMEN					
SALDO ANTERIOR	\$	7,864,678,346.03	SALDO PROMEDIO	\$	7,150,660,538
TOTAL ABONOS	\$	213,525,576.90	CUENTAS X COBRAR	\$	.00
TOTAL CARGOS	\$	1,896,081,301.00	VALOR INTERESES PAGADOS	\$	19,422,037.90
SALDO ACTUAL	\$	6,182,122,621.93	RETEFUENTE	\$	1,359,545.00
FECHA	DESCRIPCIÓN	SUCURSAL	DCTO.	VALOR	SALDO
1/08	PAGO A PROVE LUMINANTE FILMS			-194,103,539.00	7,670,574,807.03
3/08	ABONO INTERESES AHORROS			2,016,369.61	7,672,591,176.64
3/08	RETENCION EN LA FUENTE			-141,146.00	7,672,450,030.64
4/08	PAGO NO APLICADO UNI N TEMPORA			194,103,539.00	7,866,553,569.64
4/08	ABONO INTERESES AHORROS			672,232.74	7,867,225,802.38
4/08	PAGO A PROV			-194,103,539.00	7,673,122,263.38
4/08	RETENCION EN LA FUENTE			-47,056.00	7,673,075,207.38
5/08	PAGO A PROV			-194,103,539.00	7,478,971,668.38
5/08	PAGO A PROV			-12,967,324.00	7,466,004,344.38
7/08	ABONO INTERESES AHORROS			1,962,594.02	7,467,966,938.40
7/08	RETENCION EN LA FUENTE			-137,382.00	7,467,829,556.40
8/08	PAGO A PROVE LUZ ELIZABETH B			-9,052,252.00	7,458,777,304.40
11/08	ABONO INTERESES AHORROS			2,614,365.51	7,461,391,669.91
11/08	RETENCION EN LA FUENTE			-183,006.00	7,461,208,663.91
12/08	PAGO A PROV			-32,280,988.00	7,428,927,675.91
12/08	PAGO A PROVE			-38,853,713.00	7,390,073,962.91
13/08	ABONO INTERESES AHORROS			1,295,036.66	7,391,368,999.57
13/08	RETENCION EN LA FUENTE			-90,652.00	7,391,278,347.57
14/08	PAGO A PROV			-81,144,133.00	7,310,134,214.57
14/08	PAGO A PROVE			-64,395,487.00	7,245,738,727.57
18/08	ABONO INTERESES AHORROS			3,174,746.42	7,248,913,473.99
18/08	RETENCION EN LA FUENTE			-222,232.00	7,248,691,241.99
19/08	ABONO INTERESES AHORROS			633,612.71	7,249,324,854.70
19/08	PAGO A PROVE			-17,026,407.00	7,232,298,447.70
19/08	RETENCION EN LA FUENTE			-44,353.00	7,232,254,094.70
20/08	ABONO INTERESES AHORROS			621,036.72	7,232,875,131.42
20/08	PAGO A PROV			-43,586,095.00	7,189,289,036.42
20/08	PAGO A PROV			-60,930,375.00	7,128,358,661.42
20/08	PAGO A PROVE			-39,607,414.00	7,088,751,247.42
20/08	RETENCION EN LA FUENTE			-43,473.00	7,088,707,774.42
21/08	ABONO INTERESES AHORROS			619,901.16	7,089,327,675.58
21/08	PAGO A PROVE			-13,538,164.00	7,075,789,511.58
21/08	RETENCION EN LA FUENTE			-43,393.00	7,075,746,118.58



PLAN DE INVERSION 2025 FUTIC  
CR 11 A 69 43  
BOGOTA D.C. BOGOTA D.C. 001

DESDE: 2025/07/31      HASTA: 2025/08/31  
**CUENTA DE AHORROS**  
NÚMERO      69000009858  
**SUCURSAL HOTEL TEQUENDAMA**


FECHA	DESCRIPCIÓN	SUCURSAL	DCTO.	VALOR	SALDO
22/08	PAGO A PROV			-89,975,957.00	6,985,770,161.58
22/08	PAGO A PROV			-23,765,397.00	6,962,004,764.58
22/08	PAGO A PROVE			-33,821,772.00	6,928,182,992.58
25/08	ABONO INTERESES AHORROS			2,428,387.64	6,930,611,380.22
25/08	RETENCION EN LA FUENTE			-169,988.00	6,930,441,392.22
26/08	ABONO INTERESES AHORROS			605,838.76	6,931,047,230.98
26/08	PAGO A PROV			-13,983,481.00	6,917,063,749.98
26/08	PAGO A PROVE INGRID PAOLA SI			-1,787,784.00	6,915,275,965.98
26/08	RETENCION EN LA FUENTE			-42,409.00	6,915,233,556.98
27/08	ABONO INTERESES AHORROS			601,273.88	6,915,834,830.86
27/08	PAGO A PROV			-29,315,246.00	6,886,519,584.86
27/08	PAGO A PROVE			-23,348,908.00	6,863,170,676.86
27/08	RETENCION EN LA FUENTE			-42,089.00	6,863,128,587.86
28/08	ABONO INTERESES AHORROS			551,940.17	6,863,680,528.03
28/08	PAGO A PROV			-416,363,954.00	6,447,316,574.03
28/08	PAGO A PROVE LUMINANTE FILMS			-142,306,850.00	6,305,009,724.03
28/08	PAGO A PROVE TRANSPORTES ALE			-4,952,961.00	6,300,056,763.03
28/08	RETENCION EN LA FUENTE			-38,636.00	6,300,018,127.03
29/08	PAGO A PROV			-119,406,477.00	6,180,611,650.03
31/08	ABONO INTERESES AHORROS			1,624,701.90	6,182,236,351.93
31/08	RETENCION EN LA FUENTE			-113,730.00	6,182,122,621.93
	FIN ESTADO DE CUENTA				

Siigo -		CANAL CAPITAL		NIIF		AGO/31/2025	
Procesado: 2025/09/15-09/05				MOVIMIENTO CUENTAS - GENERAL		Pag-0001	
		De : AGO 1/2025		A : AGO 31/2025			
CUENTA	DESCRIPCION						S A L D O
COMPROBANTE	FECHA	ID	DESCRIPCION \INVENT-CRUCO-BASE \ CC		DEBITOS	CREDITOS	
1110060279	CTA AHORROS 69000009858	PLAN I					7,864,678,346.03
N-001-00000002544-002	20250801		P1 CTO 345/2025	FTR ELE1	194,103,539.00	7670,574,807.03	
N-001-00000002545-002	20250801		P1 CTO 346/2025	FTR FVL1	194,103,539.00	7476,471,268.03	
N-001-00000002560-002	20250805		P2 CTO 337/25	JUL/25 ASI	3,688,162.00	7472,783,106.03	
N-001-00000002562-002	20250805		P6 CTO 35/25	JUL/25 APY	9,279,162.00	7463,503,944.03	
N-001-00000002583-002	20250808		P7 CTO 13/2025	JULIO OPE	9,052,252.00	7454,451,692.03	
N-001-00000002592-002	20250812		P6 CTO 39/25	DEL 1-11 JU	1,352,326.00	7453,099,366.03	
N-001-00000002598-002	20250812		P2 CTO 360/25	JUL/25 GRA	5,452,741.00	7447,646,625.03	
N-001-00000002600-002	20250812		P2 CTO 348/25	JUL/25 ACT	7,449,100.00	7440,197,525.03	
N-001-00000002601-002	20250812		P6 CTO 165/25	JUL/25 PRO	5,154,777.00	7435,042,748.03	
N-001-00000002605-002	20250812		P6 CTO 183/25	JUL/25 PER	4,946,202.00	7430,096,546.03	
N-001-00000002606-002	20250812		P6 CTO 107/25	JUL/25 PRO	6,119,551.00	7423,976,995.03	
N-001-00000002608-002	20250812		P 6 CTO 78/25	JULIO DIRE	12,490,137.00	7411,486,858.03	
N-001-00000002609-002	20250812		P 6 CTO 89/25	JULIO EDIC	4,946,202.00	7406,540,656.03	
N-001-00000002610-002	20250812		P 6 CTO 151/25	JULIO COM	3,962,921.00	7402,577,735.03	
N-001-00000002611-002	20250812		P 6 CTO 194/25	JULIO EST	3,962,921.00	7398,614,814.03	
N-001-00000002612-002	20250812		P 6 CTO 44/25	JULIO ASIS	3,688,162.00	7394,926,652.03	
N-001-00000002613-002	20250812		P 6 CTO 122/25	JULIO PRO	5,822,486.00	7389,104,166.03	
N-001-00000002614-002	20250812		P 4 CTO 251/25	01-16 JUL	2,693,395.00	7386,410,771.03	
N-001-00000002615-002	20250812		P 6 CTO 171/25	JULIO ASI	3,093,780.00	7383,316,991.03	
N-001-00000002660-002	20250814		P 5 CTO 215/25	JULIO TRA	3,446,060.00	7379,870,931.03	
N-001-00000002661-002	20250814		P 6 CTO 126/25	JULIO PRO	4,164,054.00	7375,706,877.03	
N-001-00000002662-002	20250814		P 4 CTO 254/25	DEL 01-15	2,532,694.00	7373,174,183.03	
N-001-00000002663-002	20250814		P 6 CTO 192/25	JULIO PRO	7,197,167.00	7365,977,016.03	
N-001-00000002664-002	20250814		P 6 CTO 68/25	JULIO PROD	7,197,167.00	7358,779,849.03	
N-001-00000002665-002	20250814		P 6 CTO 67/25	JULIO LENG	1,548,850.00	7357,230,999.03	
N-001-00000002666-002	20250814		P 6 CTO 69/25	JULIO EDIC	4,946,202.00	7352,284,797.03	
N-001-00000002668-002	20250814		P5 CTO 226/25	JUL/25 PRO	5,829,675.00	7346,455,122.03	
N-001-00000002669-002	20250814		P6 CTO 118/2025	JULIO PR	3,426,681.00	7343,028,441.03	
N-001-00000002670-002	20250814		P1 CTO 381/25	DEL 28-31	368,817.00	7342,659,624.03	
N-001-00000002671-002	20250814		P6 CTO 65/25	JUL/25 PROD	5,941,312.00	7336,718,312.03	
N-001-00000002672-002	20250814		P5 CTO 219/25	JUL/25 DOC	2,410,446.00	7334,307,866.03	
N-001-00000002684-002	20250814		P6 CTO 181/25	JUL/25 PRO	9,529,868.00	7324,777,998.03	
N-001-00000002685-002	20250814		P6 CTO 55/2025	JULIO LOG	3,955,851.00	7320,822,147.03	
N-001-00000002686-002	20250814		P6 CTO 87/25	JUL/25 DIRE	16,437,189.00	7304,384,958.03	
N-001-00000002687-002	20250814		P6 CTO 125/25	JULIO EDIC	9,819,873.00	7294,565,085.03	
N-001-00000002688-002	20250814		P3 CTO 299/25	JUL/25 DIR	15,236,763.00	7279,328,322.03	
N-001-00000002689-002	20250814		P6 CTO 56/25	JULIO ESTRA	4,946,202.00	7274,382,120.03	
N-001-00000002691-002	20250814		P6 CTO 114/25	JULIO EDIC	6,921,628.00	7267,460,492.03	
N-001-00000002692-002	20250814		P6 CTO 191/25	JULIO ASIS	3,955,851.00	7263,504,641.03	
N-001-00000002693-002	20250814		P6 CTO 153/2025	JULIO ED	4,917,686.00	7258,586,955.03	
N-001-00000002694-002	20250814		P6 CTO 127/25	JUL/25 ASI	3,450,303.00	7255,136,652.03	
N-001-00000002695-002	20250814		P6 CTO 154/25	JULIO PRES	7,817,199.00	7247,319,453.03	
N-001-00000002696-002	20250814		P2 CTO 342/25	JUL/25 DIR	9,542,082.00	7237,777,371.03	
N-001-00000002703-002	20250819		P 6 CTO 98/25	JULIO PERI	5,840,094.00	7231,937,277.03	
N-001-00000002705-002	20250819		P 6 CTO 99/25	JULIO PLAN	12,562,781.00	7219,374,496.03	
N-001-00000002706-002	20250819		P 6 CTO 110/25	JULIO EDI	4,946,202.00	7214,428,294.03	
N-001-00000002708-002	20250819		P 3 CTO 325/25	JULIO PER	5,840,094.00	7208,588,200.03	
N-001-00000002709-002	20250819		P 6 CTO 66/25	JULIO APOY	3,688,162.00	7204,900,038.03	
N-001-00000002710-002	20250819		P 6 CTO 80/25	JULIO PROD	6,921,628.00	7197,978,410.03	
N-001-00000002711-002	20250819		P 6 CTO 83/25	JULIO DIRE	8,961,928.00	7189,016,482.03	
N-001-00000002712-002	20250819		P 6 CTO 105/2025	JULIO G	4,946,202.00	7184,070,280.03	
N-001-00000002713-002	20250819		P 6 CTO 170/25	JULIO PRO	4,931,289.00	7179,138,991.03	
N-001-00000002714-002	20250819		P 3 CTO 305/25	JULIO PRO	6,416,617.00	7172,722,374.03	
N-001-00000002715-002	20250819		P 2 CTO 351/25	JULIO PRE	12,901,785.00	7159,820,589.03	
N-001-00000002704-002	20250820		P3 CTO 323/25	JUL/25 PER	5,840,094.00	7153,980,495.03	
N-001-00000002731-002	20250820		P6 CTO 97/25	F-CCH104 JU	8,090,625.00	7145,889,870.03	
N-001-00000002739-002	20250820		P6 CTO 145/25	FTR FEY59	15,438,933.00	7130,450,937.03	
N-001-00000002742-002	20250820		P6 CTO 91/25	JUL/25 PERI	5,840,094.00	7124,610,843.03	
N-001-00000002745-002	20250820		P6 CTO 115/2025	JULIO IN	4,192,125.00	7120,418,718.03	
N-001-00000002748-002	20250820		P6 CTO 200/25	JULIO PERI	5,840,094.00	7114,578,624.03	
N-001-00000002749-002	20250820		P3 CTO 320/25	JUL/25 ASI	3,688,162.00	7110,890,462.03	


C U E N T A		D E S C R I P C I O N		De : AGO 1/2025 A : AGO 31/2025		S A L D O	
COMPROBANTE	FECHA	ID	DESCRIPCION \INVENT-CRUCO-BASE \ CC	DEBITOS	CREDITOS		
1110060279	CTA AHORROS 69000009858	PLAN I				7,110,890,462.03	
N-001-00000002750-002	20250820		P6 CTO 72/25 JULIO MAQUI	4,253,283.00		7106,637,179.03	
N-001-00000002752-002	20250820		P6 CTO 58/2025 JULIO VES	4,253,283.00		7102,383,896.03	
N-001-00000002753-002	20250820		P6 CTO 94/25 JULIO EDICI	4,946,202.00		7097,437,694.03	
N-001-00000002754-002	20250820		P6 CTO 95/2025 JULIO PER	10,918,210.00		7086,519,484.03	
N-001-00000002755-002	20250820		P6 CTO 119/2025 JULIO ED	4,946,202.00		7081,573,282.03	
N-001-00000002757-002	20250820		P6 CTO 100/2025 JUL/25 G	4,946,202.00		7076,627,080.03	
N-001-00000002764-002	20250821		P4 CTO 289/25 JUL/25 PRO	4,960,995.00		7071,666,085.03	
N-001-00000002778-002	20250821		P6 CTO 176/2025 JULIO RE	7,124,214.00		7064,541,871.03	
N-001-00000002784-002	20250821		P6 CTO 57/2025 F-AL22 JU	7,996,034.00		7056,545,837.03	
N-001-00000002796-002	20250821		P5 CTO 221/2025 JULIO PE	5,840,094.00		7050,705,743.03	
N-001-00000002797-002	20250821		P6 CTO 85/25 JUL/25 PERI	5,840,094.00		7044,865,649.03	
N-001-00000002798-002	20250821		P6 CTO 193/25 JULIO AUDI	5,542,130.00		7039,323,519.03	
N-001-00000002775-002	20250822		P 2 CTO 333/25 JULIO PRO	3,980,679.00		7035,342,840.03	
N-001-00000002776-002	20250822		P 4 CTO 253/25 JULIO PRO	7,974,734.00		7027,368,106.03	
N-001-00000002777-002	20250822		P 4 CTO 255/25 JULIO DIR	7,974,734.00		7019,393,372.03	
N-001-00000002779-002	20250822		P 3 CTO 304/25 JULIO PER	5,840,094.00		7013,553,278.03	
N-001-00000002780-002	20250822		P 6 CTO 159/25 JULIO EDI	5,452,741.00		7008,100,537.03	
N-001-00000002781-002	20250822		P 2 CTO 357/25 JULIO SER	5,948,648.00		7002,151,889.03	
N-001-00000002782-002	20250822		P 2 CTO 355/25 JULIO APY	3,688,162.00		6998,463,727.03	
N-001-00000002783-002	20250822		P 2 CTO 369/25 JULIO SER	4,452,027.00		6994,011,700.03	
N-001-00000002785-002	20250822		P 2 CTO 365/25 JULIO REA	5,941,312.00		6988,070,388.03	
N-001-00000002786-002	20250822		P 6 CTO 101/25 JULIO PRO	6,138,058.00		6981,932,330.03	
N-001-00000002787-002	20250822		P 2 CTO 349/25 JULIO SON	8,764,868.00		6973,167,462.03	
N-001-00000002788-002	20250822		P 3 CTO 316/25 JULIO 5 E	4,624,321.00		6968,543,141.03	
N-001-00000002789-002	20250822		P 6 CTO 116/25 JULIO PRO	8,302,655.00		6960,240,486.03	
N-001-00000002790-002	20250822		P 6 CTO 108/25 JULIO PER	5,840,094.00		6954,400,392.03	
N-001-00000002791-002	20250822		P 7 CTO 18/25 JULIO DIRE	11,437,435.00		6942,962,957.03	
N-001-00000002792-002	20250822		P 6 CTO 77/25 JULIO REAL	3,664,957.00		6939,298,000.03	
N-001-00000002801-002	20250822		P6 CTO 92/25 JULIO PERIO	4,946,202.00		6934,351,798.03	
N-001-00000002802-002	20250822		P6 CTO 124/25 JUL/25 COM	3,962,921.00		6930,388,877.03	
N-001-00000002803-002	20250822		P1 CTO 384/25 DEL 16/31	2,974,324.00		6927,414,553.03	
N-001-00000002804-002	20250822		P6 CTO 79/25 JULIO WEB M	6,436,022.00		6920,978,531.03	
N-001-00000002805-002	20250822		P6 CTO 155/25 JUL/25 GRA	5,452,741.00		6915,525,790.03	
N-001-00000002825-002	20250826		P6 CTO 158/25 JULIO AUDI	6,416,617.00		6909,109,173.03	
N-001-00000002829-002	20250826		P6 CTO 106/25 JULIO PERI	5,154,777.00		6903,954,396.03	
N-001-00000002830-002	20250826		P6 CTO 160/25 DEL 01-09	1,787,784.00		6902,166,612.03	
N-001-00000002835-002	20250826		P2 CTO 339/25 JUL/25 ASI	2,412,087.00		6899,754,525.03	
N-001-00000002853-002	20250827		P 5 CTO 238/25 JULIO PER	6,530,042.00		6893,224,483.03	
N-001-00000002854-002	20250827		P 1 CTO 374/25 JULIO EDI	5,443,013.00		6887,781,470.03	
N-001-00000002855-002	20250827		P 1 CTO 382/25 15 AL 31	2,109,787.00		6885,671,683.03	
N-001-00000002856-002	20250827		P 6 CTO 86/25 JULIO PERI	5,840,094.00		6879,831,589.03	
N-001-00000002857-002	20250827		P 3 CTO 311/25 JULIO 6 E	5,549,185.00		6874,282,404.03	
N-001-00000002858-002	20250827		P 2 CTO 353/25 JULIO VES	3,843,125.00		6870,439,279.03	
N-001-00000002859-002	20250827		P 2 CTO 367/25 JULIO GRA	4,917,686.00		6865,521,593.03	
N-001-00000002860-002	20250827		P 2 CTO 366/25 JULIO PRE	5,422,364.00		6860,099,229.03	
N-001-00000002861-002	20250827		P 2 CTO 358/25 ENTREGABL	13,008,858.00		6847,090,371.03	
N-001-00000002875-002	20250828		P 3 CTO 312/25 FTR PEFM	222,260,415.00		6624,829,956.03	
N-001-00000002876-002	20250828		P 1 CTO 344/25 F-860 PRO	194,103,539.00		6430,726,417.03	
N-001-00000002936-002	20250828		P 2 CTO 346/25 FTR FVL12	142,306,850.00		6288,419,567.03	
N-001-00000002972-002	20250828		P 2 CTO 321/25 JULIO FTR	118,791,528.00		6169,628,039.03	
N-001-00000002975-002	20250828		P5 CTO 059/25 FEV22926 S	614,949.00		6169,013,090.03	
N-001-00000002980-002	20250828		P3 CTO 308/25 FEAL 5523	4,952,961.00		6164,060,129.03	
N-006-00000000217-001	20250831		CTB REND FINANCIEROS MES	19,422,037.90		6183,482,166.93	
N-006-00000000217-004	20250831		CTB RTE FTE/REND FINANCI		1,359,545.00	6182,122,621.93	
T O T A L =====>				19,422,037.90	1701,977,762.00	6182,122,621.93	
T O T A L G E N E R A L =====>				19,422,037.90	1701,977,762.00	6182,122,621.93	

	FORMATO CONCILIACION BANCARIA BANCOLOMBIA CTA AHORROS No. 69000009858		CÓDIGO: AGFF-CO-FT-011	
			VERSIÓN: 4	
			FECHA DE APROBACIÓN: 03/07/2025	
			RESPONSABLE: CONTABILIDAD	
FECHA	CONCEPTO	VALOR	TOTAL	OBSERVACIÓN
CUENTA CONTABLE 1110060279				
CANAL CAPITAL				
SEPTIEMBRE 2025				
	SALDO EN LIBROS AUXILIARES		4.906.758.580,78	
	ND PENDIENTE POR REGISTRAR		-	
	NC PENDIENTE POR REGISTRAR		-	
	PARTIDAS POR CONCILIAR		-	
	DISPONIBILIDAD FINAL EN LIBROS		4.906.758.580,78	
	SALDO SEGÚN EXTRACTO BANCARIO		4.906.758.580,78	
	EXIGIBILIDAD REAL EN BANCOS			
	DIFERENCIA		-	

ELABORÓ:
 


  
 KATHERINE PAOLA CABRERA CANCHANO

REVISÓ:
 


  
 NASLY TORRES BERNAL

ESTADO DE CUENTA

DESDE: 2025/08/31 HASTA: 2025/09/30

CUENTA DE AHORROS

NÚMERO 69000009858

SUCURSAL HOTEL TEQUENDAMA

PLAN DE INVERSION 2025 FUTIC  
CR 11 A 69 43  
BOGOTA D.C. BOGOTA D.C. 001

Evolucionamos nuestra imagen  
pero tus tarjetas siguen  
siendo válidas.



iTen siempre a la mano tus extractos! Consulta o  
descarga tus extractos del presente mes o los  
meses anteriores, cada vez que los necesites  
ingresando a la sucursal virtual personas, opción  
Documentos-Extractos.

RESUMEN

SALDO ANTERIOR	\$	6,182,122,621.93	SALDO PROMEDIO	\$	5,851,434,647
TOTAL ABONOS	\$	15,381,414.85	CUENTAS X COBRAR	\$	.00
TOTAL CARGOS	\$	1,290,745,456.00	VALOR INTERESES PAGADOS	\$	15,381,414.85
SALDO ACTUAL	\$	4,906,758,580.78	RETEFUENTE	\$	1,076,699.00
FECHA	DESCRIPCIÓN	SUCURSAL	DCTO.	VALOR	SALDO
8/09	ABONO INTERESES AHORROS			4,334,480.51	6,186,457,102.44
8/09	RETENCION EN LA FUENTE			-303,413.00	6,186,153,689.44
9/09	PAGO A PROV			-1,499,900.00	6,184,653,789.44
10/09	ABONO INTERESES AHORROS			1,083,798.82	6,185,737,588.26
10/09	RETENCION EN LA FUENTE			-75,866.00	6,185,661,722.26
11/09	ABONO INTERESES AHORROS			521,834.32	6,186,183,556.58
11/09	PAGO A PROV			-25,078,216.00	6,161,105,340.58
11/09	PAGO A PROV			-61,166,602.00	6,099,938,738.58
11/09	PAGO A PROV			-34,090,116.00	6,065,848,622.58
11/09	PAGO A PROVE			-51,041,750.00	6,014,806,872.58
11/09	PAGO A PROVE			-24,918,990.00	5,989,887,882.58
11/09	PAGO A PROVE			-33,470,791.00	5,956,417,091.58
11/09	RETENCION EN LA FUENTE			-36,528.00	5,956,380,563.58
12/09	PAGO A PROVE			-25,390,202.00	5,930,990,361.58
14/09	ABONO INTERESES AHORROS			1,559,083.78	5,932,549,445.36
14/09	RETENCION EN LA FUENTE			-109,137.00	5,932,440,308.36
15/09	PAGO A PROV			-18,637,312.00	5,913,802,996.36
15/09	PAGO A PROV			-45,216,816.00	5,868,586,180.36
15/09	PAGO A PROVE			-9,170,969.00	5,859,415,211.36
16/09	ABONO INTERESES AHORROS			1,026,804.01	5,860,442,015.37
16/09	RETENCION EN LA FUENTE			-71,877.00	5,860,370,138.37
17/09	ABONO INTERESES AHORROS			501,121.01	5,860,871,259.38
17/09	PAGO A PROV			-80,916,087.00	5,779,955,172.38
17/09	PAGO A PROVE			-38,698,398.00	5,741,256,774.38
17/09	PAGO A PROVE			-21,269,384.00	5,719,987,390.38
17/09	RETENCION EN LA FUENTE			-35,078.00	5,719,952,312.38
18/09	ABONO INTERESES AHORROS			497,431.16	5,720,449,743.54
18/09	PAGO A PROV			-42,579,732.00	5,677,870,011.54
18/09	RETENCION EN LA FUENTE			-34,820.00	5,677,835,191.54
19/09	PAGO A PROV			-14,617,120.00	5,663,218,071.54
19/09	PAGO A PROVE CAROLINA RODRI			-5,422,364.00	5,657,795,707.54
19/09	PAGO A PROVE			-17,132,929.00	5,640,662,778.54
21/09	ABONO INTERESES AHORROS			1,482,765.15	5,642,145,543.69



PLAN DE INVERSION 2025 FUTIC  
CR 11 A 69 43  
BOGOTA D.C. BOGOTA D.C. 001

DESDE: 2025/08/31      HASTA: 2025/09/30

CUENTA DE AHORROS

NÚMERO      69000009858



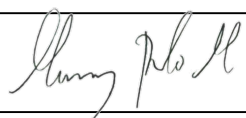
SUCURSAL HOTEL TEQUENDAMA

FECHA	DESCRIPCIÓN	SUCURSAL	DCTO.	VALOR	SALDO
21/09	RETENCION EN LA FUENTE			-103,794.00	5,642,041,749.69
22/09	PAGO A PROV			-9,936,573.00	5,632,105,176.69
23/09	ABONO INTERESES AHORROS			986,970.19	5,633,092,146.88
23/09	RETENCION EN LA FUENTE			-69,088.00	5,633,023,058.88
24/09	PAGO A PROV			-8,800,879.00	5,624,222,179.88
29/09	ABONO INTERESES AHORROS			2,957,248.22	5,627,179,428.10
29/09	RETENCION EN LA FUENTE			-207,007.00	5,626,972,421.10
30/09	ABONO INTERESES AHORROS			429,877.68	5,627,402,298.78
30/09	PAGO A PROV			-206,986,668.00	5,420,415,630.78
30/09	PAGO A PROV			-102,346,268.00	5,318,069,362.78
30/09	PAGO A PROV			-142,306,850.00	5,175,762,512.78
30/09	PAGO A PROVE			-61,951,444.00	5,113,811,068.78
30/09	PAGO A PROVE			-207,022,397.00	4,906,788,671.78
30/09	RETENCION EN LA FUENTE			-30,091.00	4,906,758,580.78
	FIN ESTADO DE CUENTA				

Siigo -		CANAL CAPITAL		NIIF		SEP/30/2025			
Procesado: 2025/10/08-12/08				MOVIMIENTO CUENTAS - GENERAL				Pag-0001	
				De : SEP 1/2025 A : SEP 30/2025					
CUENTA	DESCRIPCION							S A L D O	
COMPROBANTE	FECHA	ID	DESCRIPCION \INVENT-CRUCO-BASE \ CC		DEBITOS	CREDITOS			
1110060279	CTA AHORROS 69000009858	PLAN I					6,182,122,621.93		
N-001-00000003056-002	20250910		P7 CTO 35/25 AGO/25 APY		9,279,157.00		6172,843,464.93		
N-001-00000003057-002	20250910		P2 CTO 381/25 AGO/25 ASI		3,688,162.00		6169,155,302.93		
N-001-00000003059-002	20250910		P7 CTO 154/25 AGOSTO PRE		7,817,196.00		6161,338,106.93		
N-001-00000003060-002	20250910		P7 CTO 56/25 AGOSTO ESTR		4,946,202.00		6156,391,904.93		
N-001-00000003063-002	20250910		P7 CTO 65/25 AGO/25 PROD		5,941,312.00		6150,450,592.93		
N-001-00000003064-002	20250910		P7 CTO 151/25 AGOSTO COM		3,962,921.00		6146,487,671.93		
N-001-00000003067-002	20250910		P7 CTO 115/25 AGOSTO INV		4,192,125.00		6142,295,546.93		
N-001-00000003068-002	20250910		P7 CTO 69/25 AGOSTO EDIC		4,946,202.00		6137,349,344.93		
N-001-00000003069-002	20250910		P7 CTO 191/25 AGOSTO ASI		3,955,851.00		6133,393,493.93		
N-001-00000003070-002	20250910		P7 CTO 125/25 AGOSTO EDI		9,819,879.00		6123,573,614.93		
N-001-00000003071-002	20250910		P1 CTO 397/25 AGO/25 REA		5,785,076.00		6117,788,538.93		
N-001-00000003072-002	20250910		P7 CTO 55/25 AGOSTO LOGI		3,955,851.00		6113,832,687.93		
N-001-00000003073-002	20250910		P7 CTO 171/25 AGOSTO ASI		3,093,780.00		6110,738,907.93		
N-001-00000003074-002	20250910		P7 CTO 89/25 AGOSTO EDIC		4,946,202.00		6105,792,705.93		
N-001-00000003085-002	20250910		P7 CTO 66/25 AGOSTO APOY		3,688,162.00		6102,104,543.93		
N-001-00000003086-002	20250910		P7 CTO 145/25 FTR FEY62		15,438,933.00		6086,665,610.93		
N-001-00000003103-002	20250910		P 1 CTO 393/25 AGOSTO AN		5,344,375.00		6081,321,235.93		
N-001-00000003105-002	20250910		P 7 CTO 183/25 AGOSTO PE		4,946,202.00		6076,375,033.93		
N-001-00000003106-002	20250910		P 7 CTO 107/25 AGOSTO PR		6,119,551.00		6070,255,482.93		
N-001-00000003110-002	20250910		P 7 CTO 126/25 AGOSTO PR		4,164,054.00		6066,091,428.93		
N-001-00000003111-002	20250910		P 7 CTO 101/25 AGOSTO PR		6,138,058.00		6059,953,370.93		
N-001-00000003112-002	20250910		P 7 CTO 181/25 AGOSTO PR		9,529,868.00		6050,423,502.93		
N-001-00000003114-002	20250910		P 3 CTO 360/25 AGOSTO GR		5,452,741.00		6044,970,761.93		
N-001-00000003115-002	20250910		P 1 CTO 396/25 AGOSTO PE		4,937,378.00		6040,033,383.93		
N-001-00000003116-002	20250910		P 7 CTO 114/25 AGOSTO ED		6,921,628.00		6033,111,755.93		
N-001-00000003118-002	20250910		P 7 CTO 78/25 AGOSTO DIR		12,490,137.00		6020,621,618.93		
N-001-00000003119-002	20250910		P 7 CTO 118/25 AGOSTO PR		3,426,681.00		6017,194,937.93		
N-001-00000003120-002	20250910		P 6 CTO 226/25 AGOSTO PR		5,829,675.00		6011,365,262.93		
N-001-00000003089-002	20250911		P7 CTO 170/25 AGOSTO PRO		4,931,289.00		6006,433,973.93		
N-001-00000003090-002	20250911		P7 CTO 192/25 AGOSTO PRO		7,197,173.00		5999,236,800.93		
N-001-00000003091-002	20250911		P7 CTO 68/25 AGOSTO PROD		7,197,173.00		5992,039,627.93		
N-001-00000003100-002	20250911		P2 CTO 374/25 AGOSTO EDI		5,443,013.00		5986,596,614.93		
N-001-00000003101-002	20250911		P3 CTO 357/25 AGOSTO PRO		5,363,888.00		5981,232,726.93		
N-001-00000003102-002	20250911		P3 CTO 365/25 AGOSTO REA		5,941,312.00		5975,291,414.93		
N-001-00000003104-002	20250911		P2 CTO 382/25 AGOSTO ASI		3,955,851.00		5971,335,563.93		
N-001-00000003107-002	20250911		P4 CTO 305/25 AGOSTO PRO		6,416,617.00		5964,918,946.93		
N-001-00000003108-002	20250911		P7 CTO 99/25 AGOSTO PLAN		12,562,790.00		5952,356,156.93		
N-001-00000003123-002	20250912		P 8 CTO 13/25 AGOSTO OPE		9,052,252.00		5943,303,904.93		
N-001-00000003124-002	20250912		P 6 CTO 219/25 AGOSTO DO		2,410,446.00		5940,893,458.93		
N-001-00000003125-002	20250912		P 4 CTO 320/25 AGOSTO AS		3,688,162.00		5937,205,296.93		
N-001-00000003126-002	20250912		P 7 CTO 119/25 AGOSTO ED		4,946,202.00		5932,259,094.93		
N-001-00000003127-002	20250912		P 6 CTO 215/25 AGOSTO TR		3,446,060.00		5928,813,034.93		
N-001-00000003128-002	20250912		P 7 CTO 67/25 AGOSTO LEN		1,548,850.00		5927,264,184.93		
N-001-00000003129-002	20250912		P 7 CTO 127/25 AGOSTO AS		3,450,303.00		5923,813,881.93		
N-001-00000003131-002	20250912		P 7 CTO 58/25 AGOSTO VES		4,253,283.00		5919,560,598.93		
N-001-00000003132-002	20250912		P 4 CTO 299/25 AGOSTO DI		15,236,763.00		5904,323,835.93		
N-001-00000003133-002	20250912		P 3 CTO 337/25 AGOSTO AS		3,688,162.00		5900,635,673.93		
N-001-00000003134-002	20250912		P 3 CTO 348/25 AGOSTO AC		7,449,100.00		5893,186,573.93		
N-001-00000003135-002	20250912		P 8 CTO 18/25 AGOSTO DIR		11,437,435.00		5881,749,138.93		
N-001-00000003168-002	20250915		P4 CTO 325/25 AGOSTO PER		5,840,094.00		5875,909,044.93		
N-001-00000003169-002	20250915		P7 CTO 105/2025 AGOSTO G		4,946,202.00		5870,962,842.93		
N-001-00000003170-002	20250915		P1 CTO 412/25 DEL 21-31		1,320,974.00		5869,641,868.93		
N-001-00000003171-002	20250915		P7 CTO 72/25 AGOSTO MAQU		4,253,283.00		5865,388,585.93		
N-001-00000003173-002	20250915		P7 CTO 153/2025 AGOSTO E		4,917,686.00		5860,470,899.93		
N-001-00000003175-002	20250915		P6 CTO 238/25 AGOSTO PER		6,530,042.00		5853,940,857.93		
N-001-00000003177-002	20250917		P 7 CTO 95/25 AGOSTO PER		10,918,210.00		5843,022,647.93		
N-001-00000003178-002	20250917		P 7 CTO 200/25 AGOSTO PE		5,840,094.00		5837,182,553.93		
N-001-00000003179-002	20250917		P 7 CTO 87/25 AGOSTO DIR		16,437,189.00		5820,745,364.93		
N-001-00000003180-002	20250917		P 7 CTO 108/25 AGOSTO PE		5,840,094.00		5814,905,270.93		
N-001-00000003181-002	20250917		P 7 CTO 122/25 AGOSTO PR		5,822,486.00		5809,082,784.93		
N-001-00000003182-002	20250917		P 7 CTO 86/25 AGOSTO PER		5,840,094.00		5803,242,690.93		

De : SEP 1/2025 A : SEP 30/2025

CUENTA	D E S C R I P C I O N					S A L D O
COMPROBANTE	FECHA	ID	DESCRIPCION \INVENT-CRUC	BASE \ CC	DEBITOS	CREDITOS
1110060279	CTA AHORROS 69000009858	PLAN I				5,803,242,690.93
N-001-00000003183-002	20250917		P 7 CTO 83/25 AGOSTO DIR		8,961,928.00	5794,280,762.93
N-001-00000003184-002	20250917		P 3 CTO 369/25 AGOSTO SE		4,452,027.00	5789,828,735.93
N-001-00000003185-002	20250917		P 7 CTO 85/25 AGOSTO PER		5,840,094.00	5783,988,641.93
N-001-00000003186-002	20250917		P 7 CTO 98/25 AGOSTO PER		5,840,094.00	5778,148,547.93
N-001-00000003187-002	20250917		P 5 CTO 253/25 AGOSTO PR		7,974,734.00	5770,173,813.93
N-001-00000003188-002	20250917		P 5 CTO 289/25 AGOSTO PR		4,960,995.00	5765,212,818.93
N-001-00000003199-002	20250917		P 1 CTO 401/25 AGOSTO PE		5,154,777.00	5760,058,041.93
N-001-00000003200-002	20250917		P 7 CTO 116/25 AGOSTO PR		8,302,655.00	5751,755,386.93
N-001-00000003209-002	20250917		P7 CTO 80/25 AGOSTO PROD		6,921,628.00	5744,833,758.93
N-001-00000003210-002	20250917		P7 CTO 97/25 F-CCH105 AG		8,090,625.00	5736,743,133.93
N-001-00000003211-002	20250917		P7 CTO 110/25 AGOSTO EDI		4,946,202.00	5731,796,931.93
N-001-00000003212-002	20250917		P7 CTO 100/25 AGO/25 GRA		4,946,202.00	5726,850,729.93
N-001-00000003213-002	20250917		P7 CTO 176/2025 AGOSTO R		7,124,214.00	5719,726,515.93
N-001-00000003214-002	20250917		P7 CTO 165/25 AGO/25 PRO		5,154,777.00	5714,571,738.93
N-001-00000003215-002	20250917		P7 CTO 77/25 AGOSTO REAL		3,664,957.00	5710,906,781.93
N-001-00000003216-002	20250917		P7 CTO 194/25 DEL 01/18		2,377,753.00	5708,529,028.93
N-001-00000003217-002	20250917		P1 CTO 400/25 AGO/25 GRA		5,452,741.00	5703,076,287.93
N-001-00000003218-002	20250917		P3 CTO 333/25 PRODUCCIO		3,980,679.00	5699,095,608.93
N-001-00000003219-002	20250917		P4 CTO 304/25 AGOSTO PER		5,840,094.00	5693,255,514.93
N-001-00000003220-002	20250917		P5 CTO 255/25 AGOSTO DIR		7,974,740.00	5685,280,774.93
N-001-00000003222-002	20250917		P7 CTO 159/25 AGOSTO EDI		5,452,741.00	5679,828,033.93
N-001-00000003224-002	20250917		P7 CTO 57/25 F-AL25 AGO/		7,996,034.00	5671,831,999.93
N-001-00000003225-002	20250917		P1 CTO 410/25 DEL 20-31		1,354,743.00	5670,477,256.93
N-001-00000003230-002	20250919		P 7 CTO 124/25 01 AL 02		264,195.00	5670,213,061.93
N-001-00000003231-002	20250919		P 1 CTO 394/25 DEL 04-31		3,566,629.00	5666,646,432.93
N-001-00000003232-002	20250919		P 7 CTO 91/25 AGOSTO PER		5,840,094.00	5660,806,338.93
N-001-00000003233-002	20250919		P 7 CTO 94/25 AGOSTO EDI		4,946,202.00	5655,860,136.93
N-001-00000003234-002	20250919		P 6 CTO 221/25 AGOSTO PE		5,840,094.00	5650,020,042.93
N-001-00000003235-002	20250919		P 3 CTO 367/25 AGOSTO GR		5,452,741.00	5644,567,301.93
N-001-00000003236-002	20250919		P 4 CTO 323/25 AGOSTO PE		5,840,094.00	5638,727,207.93
N-001-00000003273-002	20250919		P3 CTO 351/25 DEL 1-9 AG		3,500,551.00	5635,226,656.93
N-001-00000003276-002	20250919		P1 CTO 387/25 AGO/25 WEB		6,436,022.00	5628,790,634.93
N-001-00000003280-002	20250919		P3 CTO 366/25 AGOSTO PRE		5,422,364.00	5623,368,270.93
N-001-00000003295-002	20250924		P3 CTO 315/25 JUL/25 PRO		3,588,890.00	5619,779,380.93
N-001-00000003296-002	20250924		P 3 CTO 355/25 AGOSTO AP		3,688,162.00	5616,091,218.93
N-001-00000003303-002	20250924		P3 CTO 339/25 DEL 1-19 A		1,523,827.00	5614,567,391.93
N-001-00000003364-002	20250930		P1 CTO 328/25 FA5872 TRA		7,128,212.00	5607,439,179.93
N-001-00000003365-002	20250930		P 2 CTO 345/2025 F-ELE2		142,306,850.00	5465,132,329.93
N-001-00000003366-002	20250930		P 1 CTO 378/25 F-FVE 2 P		194,013,539.00	5271,118,790.93
N-001-00000003367-002	20250930		P 3 CTO 321/25 JULIO F-		102,346,268.00	5168,772,522.93
N-001-00000003368-002	20250930		P 3 CTO 358/25 ENTREGABL		13,008,858.00	5155,763,664.93
N-001-00000003380-002	20250930		P4 CTO 308/25 FEAL 5532		9,408,062.00	5146,355,602.93
N-001-00000003382-002	20250930		P2 CTO 328/25 FA6444 TRA		45,415,170.00	5100,940,432.93
N-001-00000003391-002	20250930		P4 CTO 312/25 F-PEFM1563		206,986,668.00	4893,953,764.93
N-006-00000000241-002	20250930		TRASLADO INTERBANCARIO P		1,499,900.00	4892,453,864.93
N-006-00000000242-001	20250930		CTB REND FINANCIEROS MES	15,381,414.85		4907,835,279.78
N-006-00000000242-004	20250930		CTB RTE FTE/REND FINANCI		1,076,699.00	4906,758,580.78
T O T A L =====>					15,381,414.85	1290,745,456.00
T O T A L G E N E R A L =====>					15,381,414.85	1290,745,456.00
						4906,758,580.78

	<b>ORDEN DE PAGO</b> <b>003674</b>	<b>CÓDIGO:</b> AGFF-CO-FT-017 <b>VERSIÓN:</b> 7 <b>FECHA DE APROBACIÓN:</b> 11-03-2025 <b>RESPONSABLE:</b> CONTABILIDAD	 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.		
<b>1. DATOS DEL BENEFICIARIO</b>					
<b>NOMBRE :</b>	<b>FONDO DE TECNOLOGIA DE LA INFORMACION Y LAS</b>		<b>FECHA:</b> OCTUBRE 07 DE 2025		
<b>DOCUMENTO :</b>	N.I.T. 00800131648 -6 <b>TELEFONO:</b> 3443460 <b>CONTRATO:</b>				
<b>DETALLE :</b>	REINTEGRO RENDIMIENTOS FINANCIEROS FUTIC SIN ASIG PPTAL		<b>Nro. Radicado:</b> <b>003825</b>		
<b>BANCO :</b>	51 BANCO DAVIVIENDA S.A. 0185000033 CUENTA DE AHORROS				
<b>2. MOVIMIENTO PRESUPUESTAL</b>					
<b>Reserva</b>	<b>Valor</b>	<b>Rubro</b>	<b>Disponibilidad</b> / /		
<b>Vo. Bo. Registro Sistema</b>					
<b>3. MOVIMIENTO CONTABLE</b>					
<b>Detalle</b>		<b>Porcentajes</b>	<b>Valor</b>	<b>TOTALES</b>	
Valor Bien					
Valor Bien					
Valor Bien					
IVA 1					
<b>GRAN TOTAL</b>			<b>\$36.160.664</b>		
<b>Descuentos</b>	<b>Base</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Valor</b>		
Rete Fuente (1)				<b>Total Descuentos</b>	
Rete Fuente (2)					
Rete. IVA (1)					
Rete. IVA (2)		IVA 2			
Rete ICA					
Otros Descuentos 1				<b>\$0</b>	
Otros Descuentos 2				<b>NETO A PAGAR</b>	
Otros Descuentos 3					
Otros Descuentos 4					
				<b>\$36.160.664</b>	
<b>VALOR EN LETRAS:</b> TREINTA Y SEIS MILLONES CIENTO SESENTA MIL SEISCIENTOS SESENTA Y CUATRO PESOS M/CTE					
<b>OBSERVACIONES:</b> El Ordenador del Gasto, certifica que la presente Orden de Pago, se encuentra ajustada a la normatividad vigente sobre contratación.					
<b>4. CAUSACION CONTABLE</b>					
<b>CODIGO CUENTA</b>	<b>DEBITO</b>	<b>CREDITO</b>	<b>COD. CCOSTO</b>	<b>%</b>	<b>DESCRIPCION</b>
24072601	36.160.664,00				RENDIMIENTOS FINANCIEROS ANTV
242552		36.160.664,00			HONORARIOS
<b>Sumas Iguales.....</b>	<b>36.160.664</b>	<b>36.160.664</b>			
<b>5. CAUSACION TESORERIA</b>					
<b>CODIGO CUENTA</b>	<b>DEBITO</b>	<b>CREDITO</b>	<b>Elaboró</b> KATHERINE CABRERA Contabilidad		<b>Tesoreria</b> 
<b>Sumas Iguales.....</b>					

Empresa: CANAL CAPITAL LTDA

NIT: 830012587

Tipo de pago: PAGO A PROVEEDORES

Nombre del pago: OCT08-FUTIC

Secuencia: A

Número de cuenta a debitar: 69000009858

Fecha: 09-10-2025

Hora: 10:20:23

Fecha de Generación: 09-10-2025

Fecha de envío del pago: 08-10-2025

Fecha para Procesar el pago: 08-10-2025

Impreso por: 52168441

Total Registros del Lote: 1	Registros Procesados: 1	Registros Rechazados: 0	Registros Pendientes: 0
Valor Total del Pago: \$36,160,664.00	Valor Registros Procesados: \$36,160,664.00	Valor Registros Rechazados: \$0.00	Valor Registros Pendientes: \$0.00

NÚMERO DE CUENTA	TIPO DE CUENTA	DOCUMENTO BENEFICIARIO	NOMBRE BENEFICIARIO	VALOR	ENTIDAD	ESTADO	FECHA APLICACIÓN
00000000185000033	Ahorros	8001316486	FONDO DE TECNOLOGI	36,160,664.00	BANCO DAVIVIENDA	PAGO EXITOSO Y ABONADO EN CUENTA DE OTRO BANCO	08-10-2025



## RESOLUCIÓN No. 3556 DE 2024

### ANEXO COMPLEMENTARIO A CERTIFICADO DE CUMPLIMIENTO

#### **ARTÍCULO 20 CUMPLIMIENTO - OBLIGACIONES A CARGO DE LOS OPERADORES PÚBLICOS REGIONALES DEL SERVICIO PÚBLICO DE TELEVISIÓN EN RELACIÓN CON LOS PLANES DE INVERSIÓN.**

- a) Ejecutar el plan de inversión de acuerdo con las condiciones y plazos con base en las cuales se dio la viabilidad a la asignación de recursos

Se ejecutó el plan de inversión de acuerdo con la ficha presentada por canal Capital, las tres (3) modificaciones realizadas a esta ficha, las cuales fueron debidamente justificadas por Capital y aprobadas por Mintic, y de acuerdo con lo establecido en la Resolución 00012 de 2025 por la cual se asignaron los recursos para su financiación.

- b) Dar cumplimiento a las normas presupuestales que le sean aplicables del Estatuto Orgánico de Presupuesto, sobre la base de que los recursos asignados tienen exclusiva destinación a la financiación del plan de inversión. En especial, deberá darse estricta aplicación de lo establecido en el artículo [71](#) del Decreto 111 de 1996 y en el inciso 1 del artículo [80](#) de la Ley 819 de 2003 o aquellas normas que los modifiquen, adicionen o sustituyan.

Se ha dado cumplimiento a la normatividad presupuestal aplicable, destinando los recursos asignados mediante la Resolución 00012 de 2025 exclusivamente a la financiación del plan de inversión presentado por canal Capital y aprobado por Mintic, los cuales han sido ejecutados durante la vigencia 2025. Así mismo, todos los actos administrativos derivados de estos recursos han contado con los certificados de disponibilidad previos garantizando la existencia de apropiación suficiente, y contaron con los registros presupuestales los cuales han sido requisito de perfeccionamiento de estos actos administrativos.

- c) Atender lo dispuesto en el artículo [20](#) de la Ley 182 de 1995 para las producciones audiovisuales financiadas, o aquella norma que lo adicione, modifique o sustituya.

Los proyectos se diseñaron en cumplimiento de lo estipulado en la ley teniendo en cuenta los fines del servicio de televisión en cuanto a formar, educar, informar veraz y objetivamente y recrear de manera sana, dando cumplimiento a los principios de imparcialidad en las informaciones; separación entre opiniones e informaciones; respeto al pluralismo político, religioso, social y cultural; respeto a la honra, el buen nombre, la intimidad de las personas y los derechos y libertades que reconoce la Constitución Política; protección de la juventud, la infancia y la familia; respeto a los valores de igualdad consagrados en la Constitución Política; preeminencia del interés público sobre el privado; y responsabilidad social de los medios de comunicación.





TOTAL PLAN DE INVERSIÓN 2025		TOTAL ASIGNADO \$ 12.221.597.247	
Obligación	Valor destinado	%	Cumplido (SI / NO)
		Cumplimiento	
d) Destinar y ejecutar como máximo el diez por ciento (10%) de los recursos asignados al plan de inversión de los operadores regionales de televisión pública, para atender gastos de operación y funcionamiento.	\$600.517.000 (4,91%)	99,13%	SI
e) Destinar y ejecutar como mínimo el sesenta por ciento (60%) de los recursos asignados para la línea de inversión "Contenido de programación educativa y cultural multiplataforma".	\$ 11.521.080.247 (94,27%)	97,13%	SI
f) Ejecutar, a través de convocatorias públicas, como mínimo el veinte por ciento (20%) de los recursos destinados a la línea de inversión "Contenidos de programación educativa y cultural multiplataforma" del plan de inversión de los operadores regionales de televisión pública, dando prioridad a los productores de origen y domicilio en la respectiva región. Estas convocatorias no podrán estar dirigidas para la transmisión de eventos, cesión de derechos de emisión y/o contratación de servicios.	\$ 2.440.000.000 (21,18%)	100,00%	SI
g) En el caso de la adquisición de licencias de uso de material audiovisual con los recursos asignados, el cuarenta por ciento (40%) como mínimo de esas producciones deberá ser de origen nacional. No serán contabilizadas como producciones extranjeras aquellas cuya temática sea de origen étnico y tengan relación con las raíces de los pueblos originarios reconocidos en Colombia.	\$451.084.294	66,50% (nacional 27,54% extranjero 38,96%)	Si
h) Destinar y ejecutar hasta un veinte por ciento (20%), de los recursos asignados a los operadores regionales de televisión pública del total del plan de inversión, a la financiación total o parcial de los costos de programas de contenido informativo en formato noticiero.	\$2.350.916.331 (19,24%)	98,56%	SI
i) Destinar y ejecutar hasta un diez por ciento (10%), de los recursos asignados a los operadores regionales de televisión pública del total del plan de inversión, a la financiación total o parcial de los costos de los programas de opinión.	N/A	N/A	N/A

- j) Permitir el encadenamiento de todos los operadores públicos de televisión abierta de las transmisiones o producciones que se realicen con cargo a los recursos del Fondo Único de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, previo acuerdo entre las partes, salvo las restricciones derivadas por compra de derechos.

Durante el tercer trimestre de 2025, no se han generado encadenamientos.



- k) Tramitar y obtener todos los permisos y licencias requeridos para la ejecución del plan de inversión objeto de financiación.

Canal Capital contó con la vigencia de contratos - licencias de gestión colectiva con Acinpro (Cto. 223-2025), Acodem (Cto. 302-2025), Actores (Cto. 225-2025), SAYCO (239-2025), DASC (realizadores y directores audiovisuales, Cto. 237-2025) y REDES (escritores y guionistas, Cto. 224-2025) y Promúsica (Cto. 330-2025)

- l) Cumplir con la normativa vigente en materia de derechos de autor y conexos.

Durante este periodo se cumplió con los permisos, licencias y derechos de autor.

- m) Incluir el reconocimiento expreso de la financiación, con los recursos del Fondo Único de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, en los créditos de las producciones audiovisuales y en la adquisición de los bienes y servicios financiados en la ejecución de los recursos asignados conforme a lo establecido por el Grupo Interno de Trabajo de Fortalecimiento al Sistema de Medios Públicos:

Se evidenciará en las certificaciones de emisión de los contenidos financiados y a presentarse en el informe final de emisiones.

- n) Llevar los registros contables de la ejecución de los recursos, que asigna el Fondo Único de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, los cuales deberán realizarse en las cuentas y subcuentas que establezca la Contaduría General de la Nación, o quien haga sus veces, para su tratamiento contable, con el propósito de facilitar su verificación por parte del Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, cuando así lo requiera.

Se adjunta el archivo en Excel con la ejecución contable de los Recursos FUTIC 2025, Resolución 00012, en donde confirma el cumplimiento de este literal de acuerdo con la norma establecidas.

- o) Reintegrar trimestralmente los rendimientos financieros que se generen por el manejo de los recursos asignados para la financiación del plan de inversión, en la cuenta que para tal fin determine el Fondo Único de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones:

Se adjuntan soportes de los reintegros financieros

- p) Reintegrar los recursos que no hayan sido ejecutados al terminar la vigencia fiscal para la cual se expidió la resolución respectiva y aquellos que no se ejecuten conforme con lo establecido en la resolución particular que determine la financiación con los recursos del Fondo Único de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones:

Se adjuntaran los soportes de los recursos no ejecutados en el informe de 4to trimestre.

- q) Incorporar en sus activos todos los bienes que adquiera en ejecución del plan de inversión.

En la vigencia 2025, no se han adquirido bienes de PPyE con los recursos destinados para proyectos de inversión.



- r) Suministrar la información y documentación que solicite el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, para el seguimiento y la verificación del cumplimiento de las obligaciones estipuladas, así como permitir las visitas que esta Entidad establezca para los mismos efectos.

La información relacionada con la ejecución de los recursos asignados se encuentra disponible para cuando la entidad así lo requiera.

---

**PAULA ARENAS**  
Gerente general

Revisó:

Jorge Enrique Angarita López – Subdirector financiero *Jorge E. Angarita L.*

Laura María Montoya Vélez – Profesional de Planeación *LMV*

David Camilo Vargas Mejia - Director Operativo *DCV*

Juana Amalia González H. - Secretaria General *Juana Amalia González H.*

Nasly Georgina Torres Bernal – Profesional especializado de Contabilidad *Nasly G. Torres B.*

Mireya Pardo Monastoque – Profesional de Tesorería *Mireya P. M.*

Pilar Rocio Rojas Barrero – Financiera Dirección Operativa *Pilar R. R.*

Gustavo De Bedout Bermúdez - Profesional Especializado de Programación *Gustavo B.*

Proyectó:

Alejandro Bastidas Plazas – Profesional Apoyo a Planeación *Alejandro B.*



## **El Jefe (E) de la Oficina de Control Interno de Canal Capital**

### **CERTIFICA:**

Que la Oficina de Control Interno efectuó la verificación al "*Informe sobre ejecución de los recursos asignados del fondo único de TIC – Tercer Trimestre*" de conformidad con los parámetros establecidos en éste, así como los determinados en el artículo 5 de la Resolución 0012 de 2025 y el artículo 20 de la Resolución 3556 de 2024 del Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones.

Que, de igual manera, se comunicaron las observaciones pertinentes sobre el Informe de Seguimiento a la ejecución de los recursos asignados por el Fondo Único de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones – FUTIC, Resolución 012 de 2025, las cuales fueron remitidas las áreas responsables de Canal Capital, para que desde estas dependencias se adelanten las actividades de fortalecimiento que se consideren pertinentes.

Dada en Bogotá, a los catorce (14) días de octubre de 2025.

**OMAR URREA ROMERO**  
Jefe Oficina de Control Interno (E)

**EL SUSCRITO REVISOR FISCAL DE****CANAL CAPITAL****NIT. 830.012.587 - 4****CERTIFICA**

Que de acuerdo con pruebas selectivas efectuadas consecuentemente con las normas de aseguramiento 3000, "Trabajos para atestiguar distintos de auditorías"; aceptadas en Colombia, se ha revisado el informe de avance del tercer trimestre de 2025 suministrado por la administración, correspondiente a los artículos 20 y 21 de la Resolución 3556 de 2024 y del artículo 5 de la Resolución 012 de 2025.

De acuerdo con el resultado de las pruebas selectivas realizadas, y en cumplimiento de las obligaciones establecidas en los artículos 20 y 21 de la Resolución 3556 de 2024 y del artículo 5 de la Resolución 012 de 2025, se certifica para el tercer trimestre de 2025 el reintegro de rendimientos por valor de \$53.775.326, consignados al Banco Davivienda cuenta No. 169000009858 del Fondo Único de Tecnología de la Información y las comunicaciones.


**Tabla No. 1**  
(Cifras expresadas en pesos colombianos)

MES	RENDIMIENTOS FINANCIEROS	RETEFUENTE	TOTAL
Marzo	3.424.333	239.598	3.184.735
Abril	5.433.444	380.339	5.053.105
Mayo	3.968.758	277.814	3.690.944
Junio	6.113.846	427.968	5.685.878
Julio	4.078.986	285.530	3.793.456
Agosto	19.422.038	1.359.545	18.062.493
Septiembre	15.381.415	1.076.699	14.304.716
<b>ACUMULADO</b>	<b>57.822.819,78</b>	<b>4.047.493</b>	<b>53.775.326,78</b>

Fuente: Información entregada por el cliente.

La presente certificación se expide en Bogotá, D.C., a los catorce (14) días del mes de octubre de 2025.

Cordialmente,



**OSCAR DAVID MARTINEZ MUÑOZ**  
**C.P Revisor Fiscal con T.P. 183.473-T**  
En representación de **Nexia Montes & Asociados S.A.S.**  
**BM&A-DA:2238:2025**

Elaboró: AGB  
Revisó: CMMP  
Aprobó: CMMP  
Imprimió: CDVB