01 DE ENERO AL 09 DE MARZO 2026

# INFORME DE MEDIOS

Comisión de Regulación de Comunicaciones

mass Medios

# RESUMEN TOTAL DE NOTAS



| TOTAL | AUDIENCIA | VALORIZACIÓN |
|---|---|---|
| 73 | 62.344.699 | $ 828.239.014 |

# TIPO DE MEDIO

65

INTERNET

7

TELEVISIÓN

0

RADIO

1

PRENSA

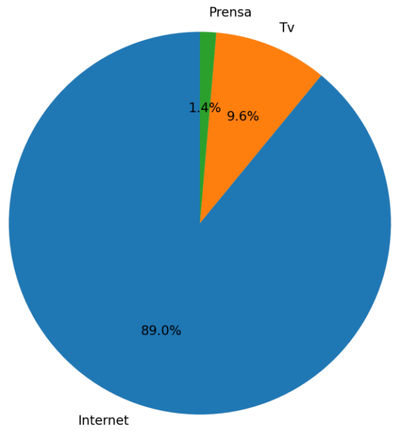
Internet fue el medio con mayor número de menciones.



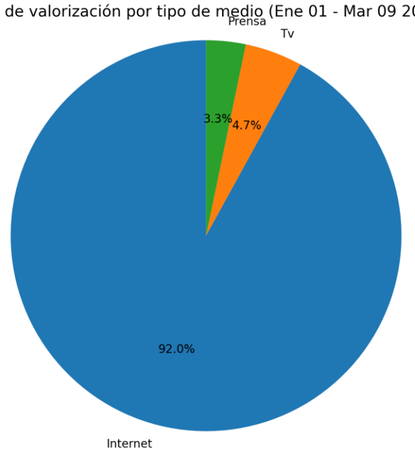

# GRAFICAS Y TABLAS

# RESUMEN POR MEDIOS

Porcentaje de notas por tipo de medio (Ene 01 - Mar 09 2026 - CRC)




Porcentaje de valorización por tipo de medio (Ene 01 - Mar 09 2026 - CRC)




| Caracter del Medio | Frecuencia | Audiencia | Valorización | Porcentaje (%) |
|---|---|---|---|---|
| Nacional | 47 | 20.229.520,00 | 604.538.900,00 | 64,38% |
| Regional | 14 | 667.912,00 | 91.797.034,00 | 19,18% |
| Internacional | 12 | 41.447.267,00 | 131.903.080,00 | 16,44% |
| **TOTAL** | **73** | **62.344.699,00** | **828.239.014,00** | **100%** |

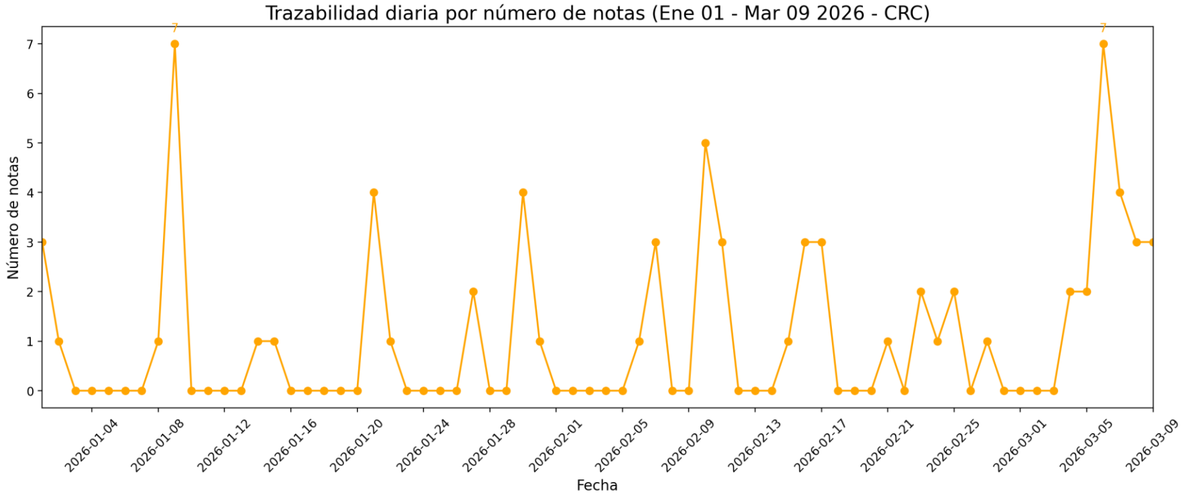
Durante el período comprendido entre el 1 de enero y el 9 de marzo de 2026, el comportamiento mediático en torno a la CRC mostró una alta concentración en Internet, tanto en volumen como en valorización. Este tipo de medio reunió 65 de las 73 publicaciones analizadas, equivalentes al 89,0 % del total, y además concentró $761.970.310, es decir, el 92,0 % de la valorización total registrada. Esto evidencia que el ecosistema digital no solo fue el principal canal de visibilidad para la entidad, sino también el de mayor peso económico dentro de la muestra, impulsado por la circulación en portales de alto alcance y alta frecuencia de replicación.

En contraste, la televisión tuvo una participación mucho menor en cantidad, con 7 publicaciones (9,6 %), y aportó $39.248.704, correspondientes al 4,7 % de la valorización. Aunque su presencia fue reducida frente al entorno digital, mantuvo un nivel relevante de exposición por nota, lo que confirma su capacidad de generar visibilidad con menos apariciones, pero sin superar el protagonismo de Internet en este período.

Por su parte, la prensa registró solo 1 publicación (1,4 % del total), pero alcanzó una valorización de $27.020.000, equivalente al 3,3 % del total. Este resultado sugiere que, pese a su baja frecuencia, los espacios impresos o sus equivalentes editoriales pueden conservar un valor unitario alto, asociado a formatos más selectivos o de mayor credibilidad institucional.

En términos generales, los datos reflejan una estrategia de exposición mediática fuertemente apalancada en medios digitales, donde la CRC logró no solo una mayor cantidad de menciones, sino también una valorización ampliamente dominante. A diferencia de escenarios en los que el canal digital lidera en volumen pero no en retorno económico, en este caso Internet concentró simultáneamente la mayor visibilidad y el mayor peso en valorización, consolidándose como el medio más efectivo para la difusión de contenidos durante el período analizado.

# Gráfica de Trazabilidad Diaria




📌 9 de enero de 20267 notas – $65,4 millones COP

Este fue uno de los días con mayor número de menciones sobre la CRC en el período analizado, en empate con el 6 de marzo, y además el de mayor valorización entre ambos. La atención mediática estuvo centrada en el desempeño del sector de telecomunicaciones, especialmente en la evolución de la velocidad del internet fijo en Colombia, el liderazgo de la fibra óptica y los hallazgos de un informe de la CRC sobre calidad y conectividad. El cubrimiento destacó avances técnicos del mercado, posicionamiento de operadores y resultados del sector, reforzando la visibilidad institucional de la Comisión en temas de infraestructura y desempeño digital.

Titulares destacados:

“ASÍ ESTÁ LA INVERSIÓN EN TELECOMUNICACIONES EN COLOMBIA: EL PANORAMA DEL SECTOR, SEGÚN INFORME DE LA CRC.”

“LA CRC REPORTÓ UNA MEJORA SOSTENIDA EN LA CALIDAD DEL INTERNET FIJO EN COLOMBIA.”

📌 10 de febrero de 20265 notas – $73,1 millones COP

Este segundo pico de visibilidad estuvo asociado principalmente a análisis sobre el mercado de telecomunicaciones y el desempeño del internet fijo en Colombia, con especial énfasis en la integración entre Tigo y Movistar, su posible impacto competitivo frente a Claro y los resultados de velocidad reportados por la CRC. Aunque no fue la jornada con más menciones del período, su valorización refleja una presencia destacada en medios económicos y especializados de alto alcance, lo que fortaleció la exposición institucional de la Comisión en debates sobre competencia, conectividad y dinámica sectorial.

Titulares destacados:

“¿CUÁL ES LA CIUDAD CON EL INTERNET FIJO MÁS RÁPIDO EN COLOMBIA?”

“TIGO CON MOVISTAR LE QUITARÁ EL LIDERAZGO A CLARO EN CINCO DEPARTAMENTOS, SEGÚN REPORTE”.

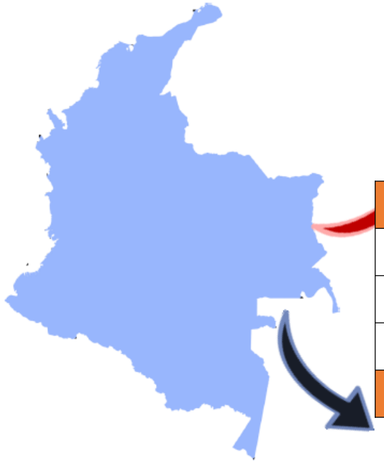
📌 9 de marzo de 20263 notas – $49,9 millones COP

El cierre del período trajo un pico relevante en cobertura, asociado a temas de competencia, liderazgo y transformación del mercado de telecomunicaciones. Varios medios destacaron el impacto de la concentración de operadores en Colombia y la evolución del ecosistema digital, en escenarios donde la CRC apareció como referente del entorno regulatorio y sectorial. Aunque el volumen de publicaciones no fue el más alto del informe, la valorización alcanzada evidencia una presencia destacada en medios digitales de alto alcance, cerrando el período con visibilidad en asuntos estratégicos para la conversación pública del sector.

Titulares destacados:

“¿CÓMO QUEDA EL MERCADO DE CELULARES CON SOLO DOS OPERADORES GRANDES?” y “50 MUJERES LÍDERES QUE IMPULSAN LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL EN LATAM”.

# Gráfica por Cubrimiento



| Caracter del Medio | Frecuencia | Audiencia | Valorización | Porcentaje (%) |
|---|---|---|---|---|
| Nacional | 47 | 20.229.520,00 | 604.538.900,00 | 64,38% |
| Regional | 14 | 667.912,00 | 91.797.034,00 | 19,18% |
| Internacional | 12 | 41.447.267,00 | 131.903.080,00 | 16,44% |
| **TOTAL** | **73** | **62.344.699,00** | **828.239.014,00** | **100%** |

📌 Los medios nacionales aportaron el 64,4 % de las publicaciones y generaron el 73,0 % de la valorización total, consolidándose como el principal motor de visibilidad para la CRC entre el 1 de enero y el 9 de marzo de 2026. Su alto peso en valorización se explica por la presencia recurrente en medios de amplio alcance y alta exposición como El Tiempo.com, La República, Portafolio, RCN Radio y otros portales de referencia nacional, que combinan audiencias masivas con un mayor valor comercial por publicación. Aunque no concentraron la totalidad de las menciones, su combinación de volumen y retorno económico los posicionó como el canal más eficaz para amplificar la presencia institucional de la CRC. Este comportamiento confirma que los temas regulatorios y sectoriales mantuvieron un lugar relevante en la agenda de los principales medios del país durante el período analizado.

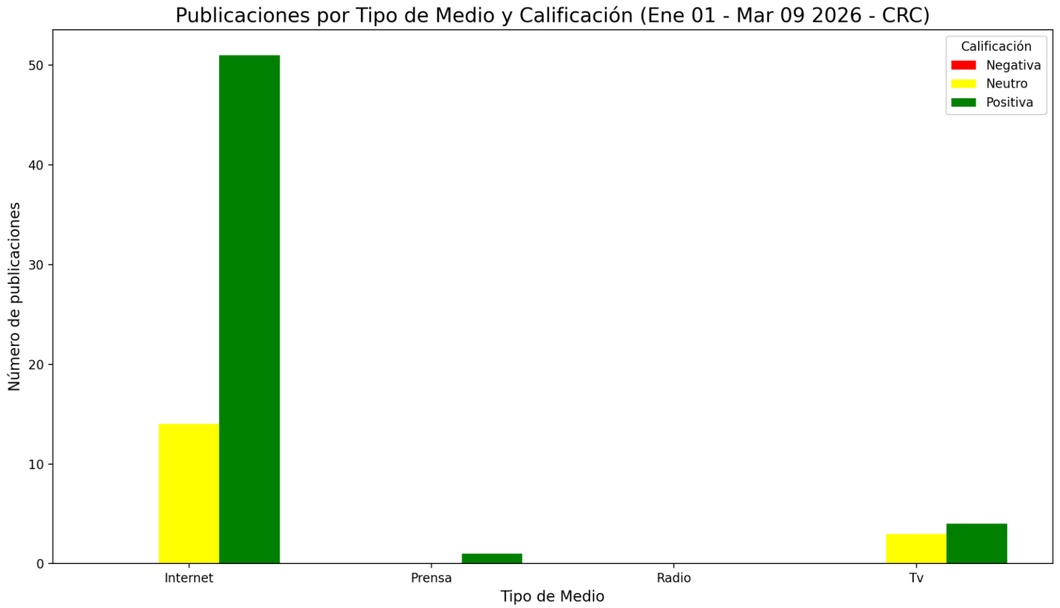
📌 Los medios regionales representaron el 35,6 % de las publicaciones y generaron el 27,0 % de la valorización total durante el período comprendido entre el 1 de enero y el 9 de marzo de 2026. Su participación territorial fue relevante, con presencia en emisoras locales, portales informativos regionales y medios departamentales que dieron visibilidad a la CRC en distintos contextos del país. Estas coberturas estuvieron asociadas principalmente a temas de conectividad, calidad del servicio, infraestructura y dinámicas del sector telecomunicaciones con impacto local. Aunque su valorización por nota fue inferior a la de los medios nacionales, su volumen evidencia una conversación activa y descentralizada en múltiples regiones. Esta capilaridad regional contribuyó a ampliar la exposición mediática de la CRC más allá de los grandes medios nacionales y a fortalecer su posicionamiento institucional en el ámbito local.

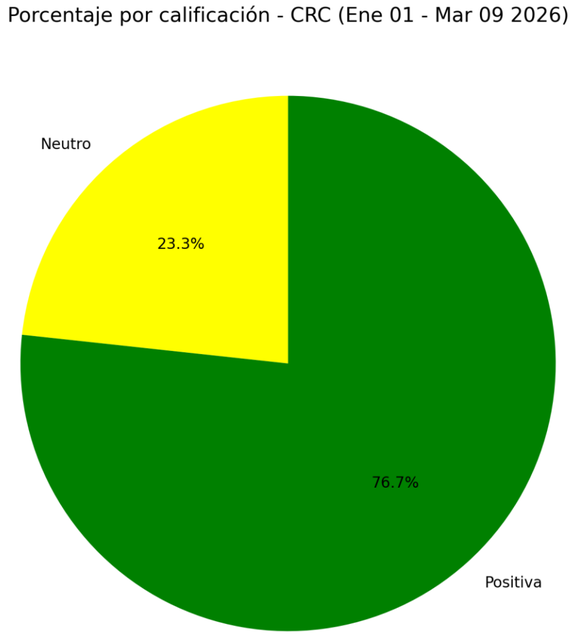
📌 Los medios internacionales registraron el 16,4 % de las publicaciones y aportaron el 15,9 % de la valorización total. Aunque su participación fue menor que la de los medios nacionales, su presencia evidencia que los temas asociados a la CRC también lograron proyección fuera del país, especialmente en conversaciones sobre telecomunicaciones, conectividad y transformación digital. Esto confirma un interés internacional puntual por el entorno regulatorio y tecnológico colombiano.

# Tabla de ciudades top

| Ciudad | Frecuencia | Porcentaje (%) | Positiva | Neutro | Negativa | Audiencia | Valorización |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| BOGOTA, D.C. | 54 | 73,97% | 43 | 11 | 0 | 20.483.981 | 653.612.370 |
| ARGENTINA | 8 | 10,96% | 5 | 3 | 0 | 41.406.755 | 123.940.380 |
| CALI | 3 | 4,11% | 2 | 1 | 0 | 370.140 | 21.608.410 |
| MEDELLIN | 3 | 4,11% | 3 | 0 | 0 | 44.331 | 20.809.030 |
| BUCARAMANGA | 2 | 2,74% | 1 | 1 | 0 | 35.123 | 1.578.824 |
| MANIZALES | 1 | 1,37% | 1 | 0 | 0 | 897 | 3.500.000 |
| MEXICO | 1 | 1,37% | 0 | 1 | 0 | 372 | 1.690.000 |
| IBAGUE | 1 | 1,37% | 1 | 0 | 0 | 3.100 | 1.500.000 |

# Incidencia Mediatica Tonalidad




| Medio General | Frecuencia | Positiva | Neutra | Negativa | Porcentaje (%) | Audiencia | Valorización |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Internet | 65 | 51 | 14 | 0 | 89,04 | 57.553.111,00 | 761.970.310,00 |
| Tv | 7 | 4 | 3 | 0 | 9,59 | 4.633.488,00 | 39.248.704,00 |
| Prensa | 1 | 1 | 0 | 0 | 1,37 | 158.100,00 | 27.020.000,00 |
| Radio | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| **TOTAL** | **73** | **56** | **17** | **0** | **100%** | **62.344.699,00** | **828.239.014,00** |

# Temas Incidencia Mediatica Tono

▨ Notas Positivas (56 notas – 76,7 %)
Entre el 1 de enero y el 9 de marzo de 2026, el 76,7 % de las publicaciones sobre la CRC tuvo una calificación positiva, lo que refleja una narrativa institucional favorable, enfocada en temas de regulación, conectividad, transformación digital y análisis del sector telecomunicaciones. Esta tendencia contribuyó a fortalecer una imagen pública positiva de la Comisión, especialmente en medios digitales y nacionales de alto alcance, donde la entidad apareció asociada a información técnica, resultados sectoriales y decisiones con impacto en el ecosistema de comunicaciones.

Temas positivos más recurrentes
☑ Conectividad y calidad del servicio: Varias publicaciones resaltaron mejoras en la velocidad del internet fijo, el crecimiento de la conectividad y el fortalecimiento de la infraestructura digital, proyectando a la CRC como una entidad vinculada al seguimiento técnico del sector.
☑ Competencia y dinámica del mercado telecom: Fue frecuente la aparición de contenidos sobre la integración Tigo–Movistar, el liderazgo de operadores y la estructura competitiva del mercado móvil, en los que la CRC apareció como referente para entender el comportamiento del sector.
☑ Información técnica de interés público: Se destacaron notas sobre cobertura, señal móvil, fibra óptica, planes de datos y desempeño de operadores, lo que reforzó una percepción de utilidad pública y de divulgación sectorial con base en datos.
☑ Liderazgo institucional y fortalecimiento de la entidad: La designación de Felipe Díaz como director ejecutivo de la CRC generó un bloque importante de publicaciones positivas, asociadas a continuidad institucional y visibilidad directiva.
☑ Transformación digital e innovación: También hubo presencia de contenidos vinculados con inteligencia artificial, regulación inteligente y entorno digital, lo que ubicó a la CRC dentro de conversaciones de modernización tecnológica y futuro del ecosistema TIC.

Medios que más publicaron notas positivas
📺 Telepacífico – Noticias
📰 El Nuevo Siglo (Bogotá)
🌐 Infobae, Semana.com, Colombia News, Impacto TIC, Acis, DPL News, Impacta, Colombia News, Portafolio.com, El Tiempo.com

Estos medios representaron el mayor volumen de publicaciones positivas. La combinación de medios digitales de alto tráfico y portales institucionales confirma la buena recepción de la CRC en plataformas con enfoques informativos, técnicos y de servicio.

# Temas Incidencia Mediatica Tono

🔘 Notas Neutras (17 notas – 23,3 %)

Entre el 1 de enero y el 9 de marzo de 2026, se registraron 17 notas calificadas como neutras, equivalentes al 23,3 % del total de publicaciones sobre la CRC. Estas notas tuvieron un enfoque principalmente informativo y descriptivo, centrado en hechos, cifras y movimientos del sector de telecomunicaciones, sin una carga valorativa marcada a favor o en contra de la entidad. En general, abordaron temas como competencia entre operadores, desempeño del mercado, conectividad e información tecnológica, manteniendo una cobertura de tono equilibrado y de carácter más explicativo que editorial.

Los temas más frecuentes en las notas neutras se relacionaron con procesos institucionales de la CRC, decisiones judiciales, campañas informativas y hechos del sector telecomunicaciones. En general, fueron publicaciones de tono descriptivo, centradas en reportar hechos y contexto regulatorio sin una valoración editorial marcada.

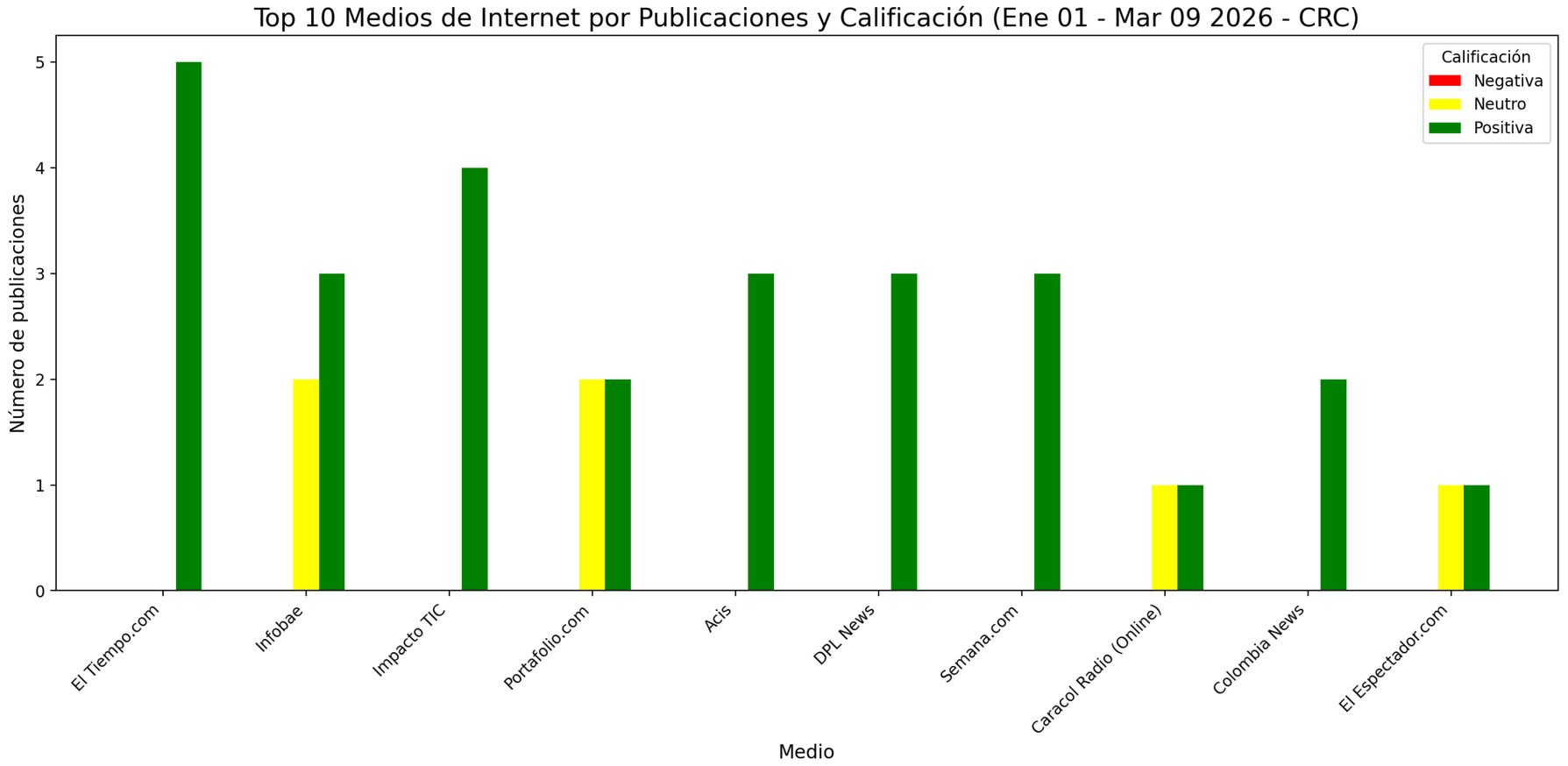
Temas más frecuentes en notas neutras

- Pronunciamientos y procesos institucionales de la CRC.
- Decisiones judiciales y asuntos regulatorios.
- Datos y hechos del sector telecomunicaciones sin valoración editorial.
- Noticias compartidas y menciones informativas de carácter descriptivo.

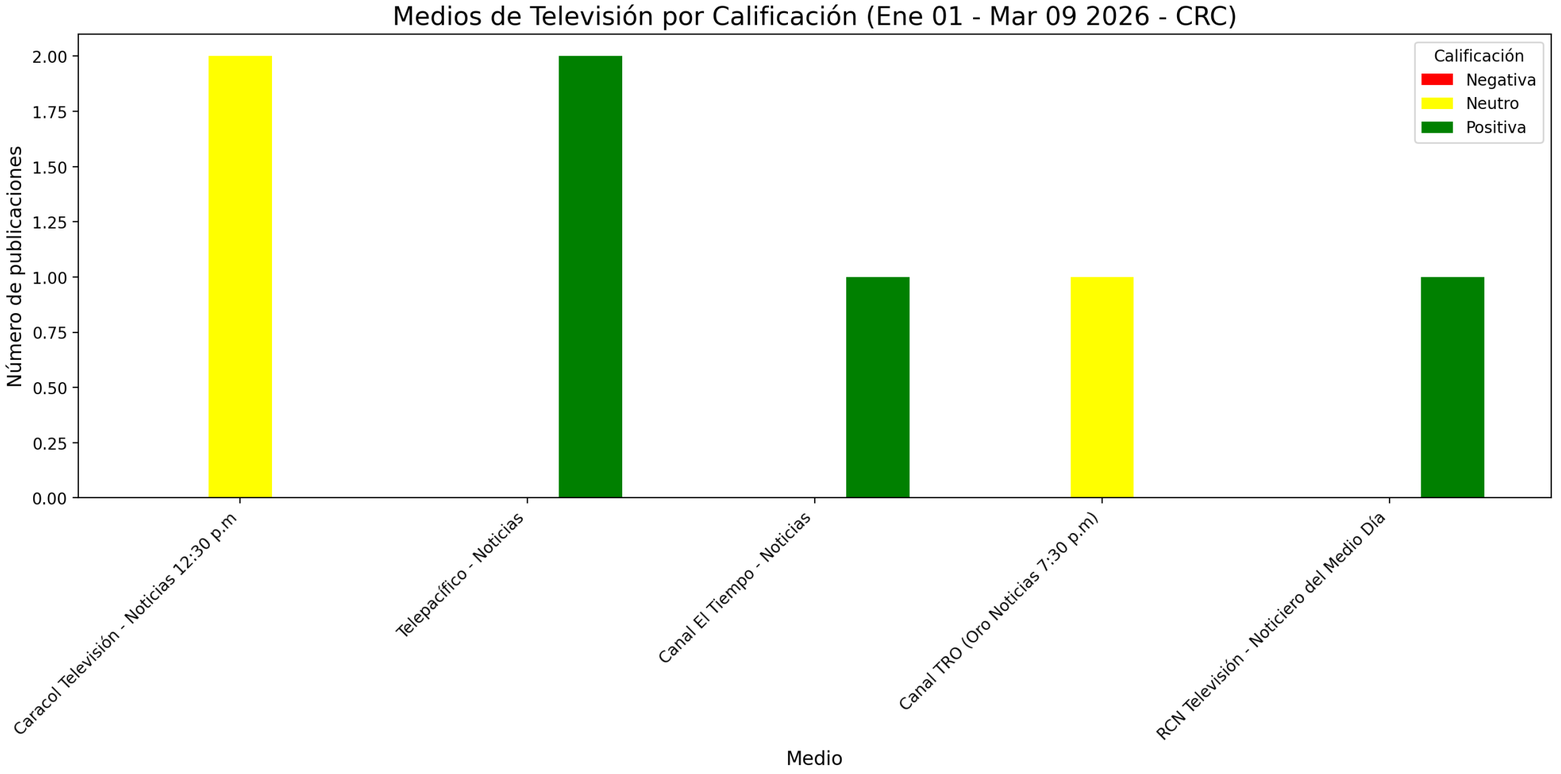
Principales orígenes editoriales de notas neutras:

Las notas neutras se concentraron principalmente en portales digitales y espacios informativos de actualización rápida, donde la CRC apareció en coberturas de carácter descriptivo y contextual. Este comportamiento sugiere que la neutralidad estuvo asociada a publicaciones orientadas más a informar hechos, decisiones y movimientos del sector que a desarrollar interpretaciones o posturas editoriales, lo que reforzó una presencia institucional estable, aunque menos valorativa, dentro de la agenda mediática.

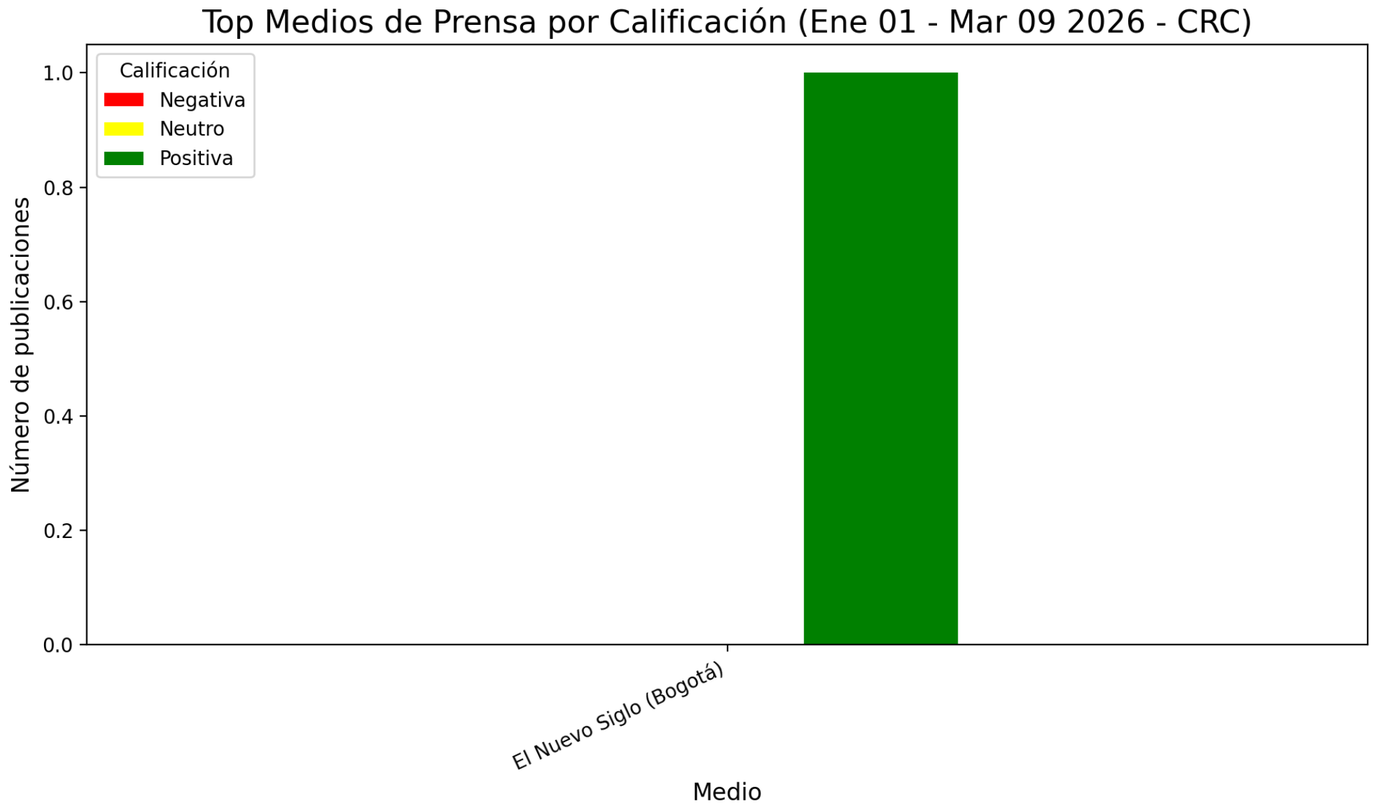
# Tabla por tipo de medio Internet



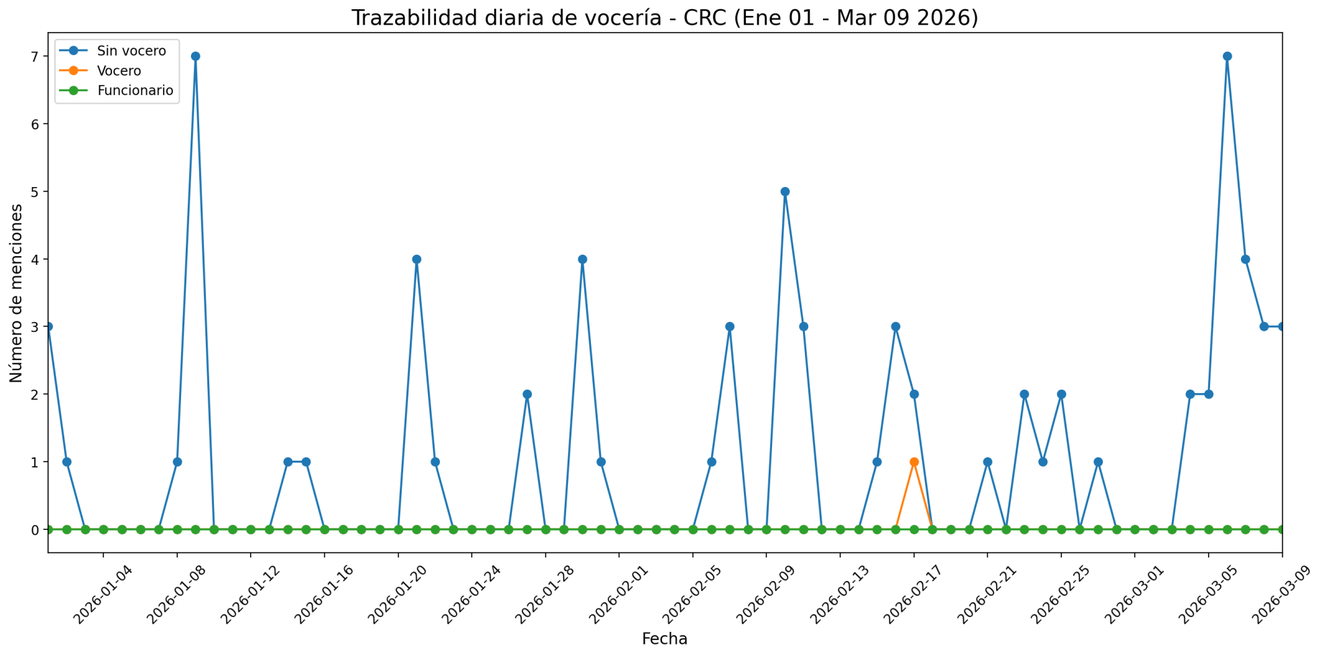
# Gráfica por tipo de Medio televisión



# Gráfica por tipo de medio prensa



# Gráfica por vocero




Entre el 1 de enero y el 9 de marzo de 2026, el comportamiento de la vocería en la cobertura mediática de la CRC mostró un patrón marcadamente institucional. De las 73 notas registradas, 72 publicaciones (98,6 %) se difundieron sin vocero identificado, mientras que solo 1 nota (1,4 %) incluyó vocero y no se registraron publicaciones con funcionarios de la CRC como fuente directa.

Esta distribución confirma que la visibilidad mediática del período se sostuvo casi por completo en contenidos institucionales, noticias compartidas y referencias técnicas, sin una estrategia basada en la personalización del mensaje a través de portavoces.

En la trazabilidad diaria, aunque hubo picos claros de exposición, la proporción de vocería prácticamente no cambió: la presencia de voceros fue excepcional y no alteró el patrón general de cobertura. El único caso con vocería se concentró en un momento puntual del período, lo que refuerza que la comunicación de la CRC mantuvo un enfoque estable, técnico y centralizado, más apoyado en información sectorial y regulatoria que en intervenciones declarativas o personalizadas.


ANÁLISIS

# Análisis CRC

- Entre el 1 de enero y el 9 de marzo de 2026, la conversación digital alrededor de la Comisión de Regulación de Comunicaciones se concentró principalmente en temas sectoriales, regulatorios y de mercado, con la CRC ubicada como referente técnico dentro de la agenda de telecomunicaciones en Colombia. La recurrencia de contenidos asociados a conectividad, calidad del internet fijo, competencia entre operadores, integración de actores del mercado, llamadas spam, inteligencia artificial y decisiones regulatorias muestra que la entidad mantuvo una presencia constante en la discusión pública, especialmente en medios digitales. Más que una conversación centrada en controversias, el cubrimiento posicionó a la CRC como fuente de contexto y soporte técnico para interpretar dinámicas del sector TIC, lo que refuerza su papel como actor clave en los debates sobre regulación, transformación digital y funcionamiento del mercado de comunicaciones.

- La conversación se enfocó principalmente en temas propios del sector telecomunicaciones, con la CRC como referente técnico en asuntos de mercado, conectividad y regulación. Esto consolidó una narrativa más institucional y sectorial que política, centrada en su función técnica y administrativa.

- Uno de los ejes más visibles del período fue el relacionado con internet, conectividad y dinámica del mercado telecomunicaciones. Las publicaciones resaltaron temas como la calidad del servicio, la velocidad del internet fijo, la competencia entre operadores y los efectos de cambios en la estructura del mercado, lo que muestra que buena parte de la conversación se articuló alrededor del desempeño del sector y de sus implicaciones para los usuarios.

- En este contexto, las menciones a Tigo, Movistar y Claro cobraron relevancia dentro del debate sobre competencia y estructura del mercado, más allá de las marcas en sí mismas. La conversación se enfocó en el papel que estos operadores desempeñan dentro del entorno regulado, lo que posicionó a la CRC como referente técnico en discusiones sobre concentración, cobertura, calidad del servicio y condiciones del mercado para los usuarios.

mass Medios

