INFORME DE MONITOREO DE MEDIOS

Fondo Nacional de Garantías

Abril 2026

Elaborado por FLT Comunicaciones / Mass Medios

CONTENIDO



01 Resumen Ejecutivo



02 Medios Tradicionales — Cobertura y Análisis



03 Redes Sociales — Panorama Digital



04 Alertas y Gestión Reputacional



05 Conclusiones y Recomendaciones

RESUMEN EJECUTIVO

Abril 2026 — Cifras consolidadas de medios tradicionales y redes sociales

5

Notas en medios tradicionales

66

Menciones en redes sociales

$36.4M

Valorización (COP)

4.6M

Audiencia medios tradicionales

2.5M

Alcance acumulado redes sociales

77%

Menciones positivas

MEDIOS TRADICIONALES

Cobertura en prensa digital — Abril 2026

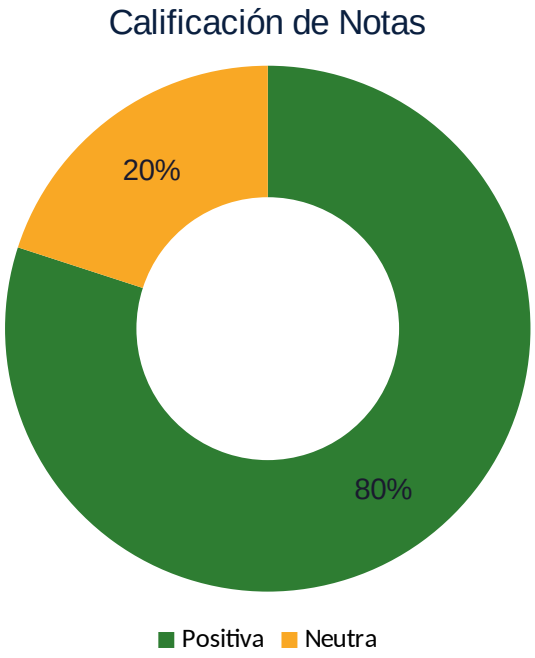
mass Medios

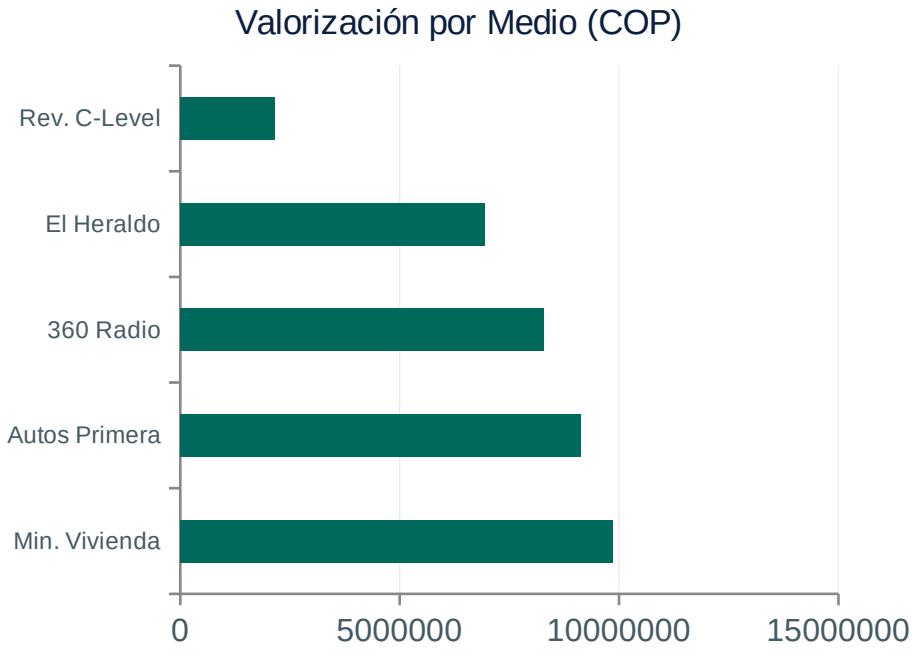
DETALLE DE NOTAS — MEDIOS TRADICIONALES

FECHA	MEDIO	TITULAR	CALIFICACIÓN	TIER
30 Abr	El Heraldo.com	Modernizar el transporte de carga y formalizar a conductores	Positiva	T2
30 Abr	360 Radio	Gobierno intenta destrabar crisis de vivienda con nuevas herramientas financieras	Positiva	T3
30 Abr	Min. Vivienda	Gobierno impulsa herramientas de financiación para necesidades de vivienda	Positiva	T3
29 Abr	Revista C-Level	Melva Rojas Paladinez nueva gerente general de Visionamos	Neutra	T3
27 Abr	Autos de Primera	Programa FOPAT entrega los dos primeros taxis eléctricos en Bogotá	Positiva	T3

Total notas: 5 | Audiencia total: 4.581.555 | Valorización: $36.388.480 COP

CALIFICACIÓN Y VALORIZACIÓN





El 80% de las notas en medios tradicionales tuvo calificación positiva, concentrada en temas de vivienda, transporte y financiación de microempresas.

ANÁLISIS — MEDIOS TRADICIONALES

- Durante abril 2026, el Fondo Nacional de Garantías registró 5 notas en medios digitales, con una valorización total de $36,4 millones COP y un alcance de audiencia de 4,6 millones.

- Los temas predominantes fueron el respaldo del FNG a líneas de crédito para transporte (programa FOPAT de taxis eléctricos, alianza con Bancóldex) y herramientas de financiación de vivienda en articulación con el Ministerio de Vivienda y el FNA.

- La cobertura fue mayoritariamente positiva (80%), destacando el rol del FNG como facilitador de acceso al financiamiento para población sin historial crediticio y microempresarios del sector transporte.

- La nota sobre la nueva gerente de Visionamos, ex presidenta de la Junta Directiva del FNG, fue la única con calificación neutra, reflejando un reconocimiento institucional sin implicación reputacional directa.

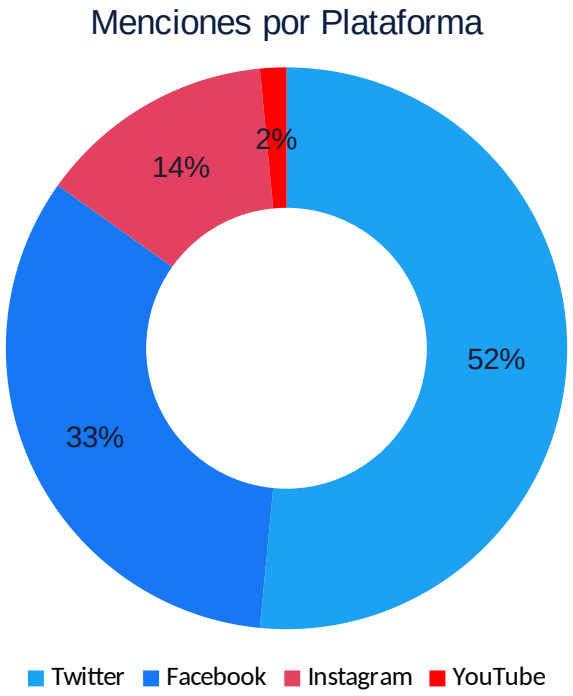
- El Heraldo.com (Tier 2) fue el medio de mayor jerarquía; los demás medios (360 Radio, Autos de Primera, Revista C-Level, Min. Vivienda) se ubicaron en Tier 3, lo que indica cobertura en medios especializados y regionales.

REDES SOCIALES

Panorama digital — Abril 2026

mass Medios

DISTRIBUCIÓN POR PLATAFORMA



Twitter

34 menciones • Alcance: 1.28M

Facebook

22 menciones • Alcance: 1.20M

Instagram

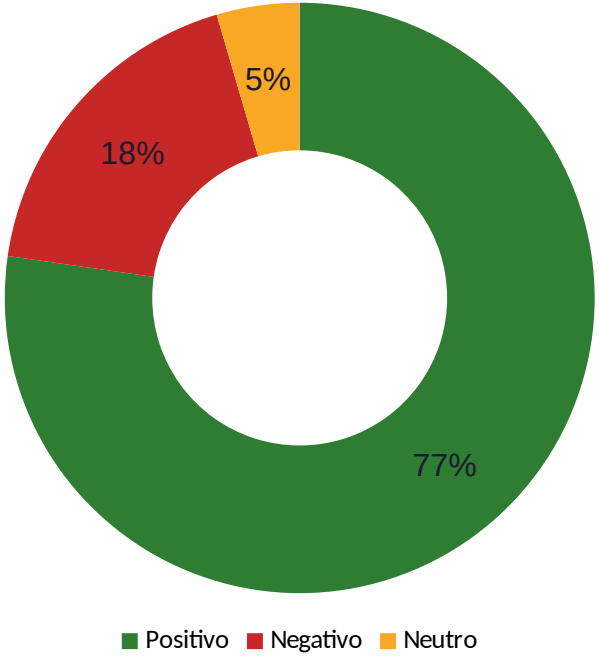
9 menciones • Alcance: 11.9K

YouTube

1 menciones • Alcance: 1.3K

Twitter lideró con 52% de las menciones y el mayor alcance acumulado (1,28M), impulsado por la viralización de la alerta de ciberseguridad y la campaña FOPAT de @MinTransporteCo.

SENTIMIENTO EN REDES SOCIALES



Positivo

51 menciones (77%)

Negativo

12 menciones (18%)

Neutro

3 menciones (5%)

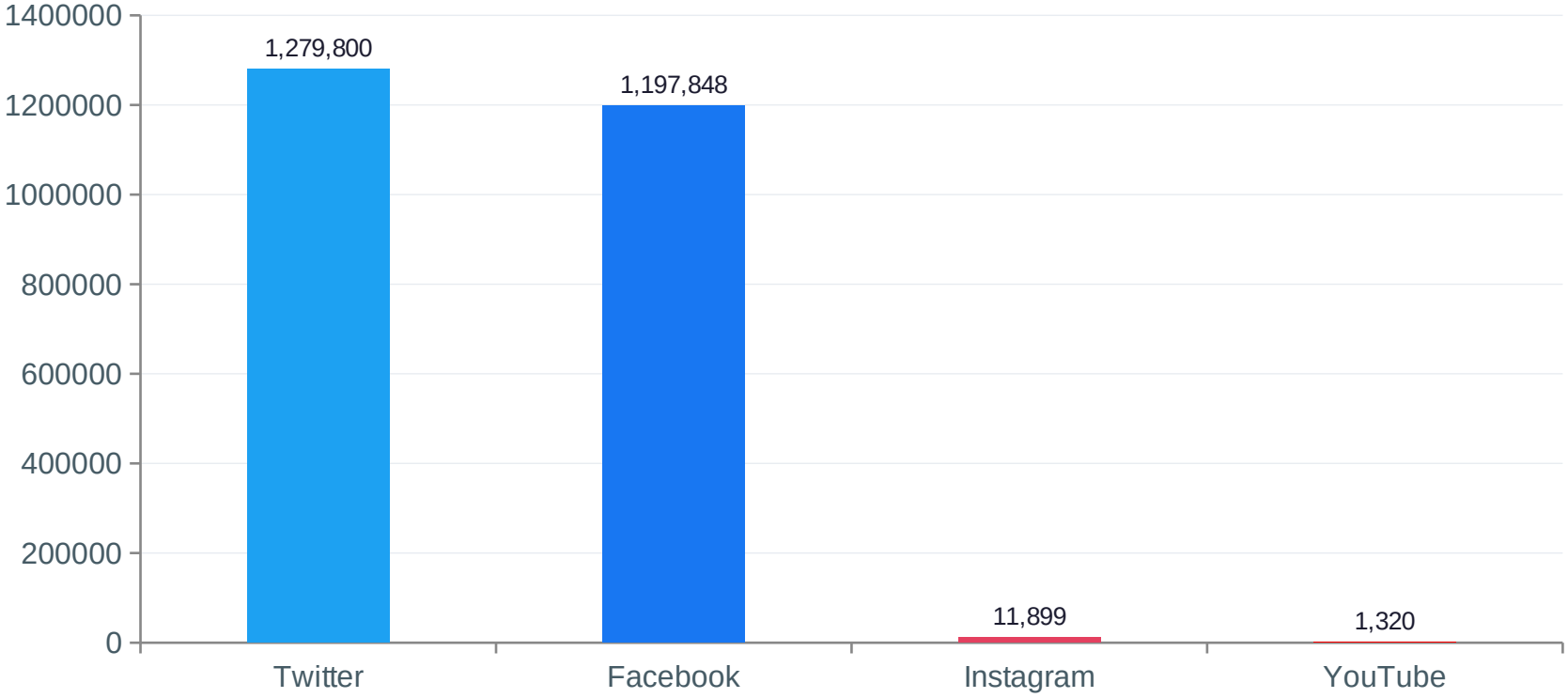
El sentimiento positivo dominó ampliamente (77%), impulsado por la campaña de movilidad eléctrica y contenido institucional del FNG. Las menciones negativas (18%) se concentraron en la alerta de ciberseguridad.

TOP MENCIONES POR ALCANCE

FUENTE	RED	ALCANCE	TONO	TEMA
@MinTransporteCo	Twitter	**468.515**	**Positivo**	Campaña taxis eléctricos FOPAT — línea de crédito Bancóldex y FNG
@DarkWebInformer	Twitter	**205.434**	**Negativo**	Alerta sobre supuesta filtración de datos del FNG en dark web
Boyacá Radio	Facebook	**132.288**	**Positivo**	Microcréditos y beneficios para microempresas con respaldo FNG
Noticias Avispero	Facebook	**126.826**	**Positivo**	Servicios financieros digitales: CDT, ahorro, microcréditos
Corp. Financiera Nac.	Facebook	**112.471**	**Positivo**	Alianza estratégica VisionFund Ecuador — colocación de crédito

La mención de mayor alcance fue la campaña de movilidad eléctrica de @MinTransporteCo (468K), seguida de la alerta de ciberseguridad de @DarkWebInformer (205K).

ALCANCE ACUMULADO POR PLATAFORMA



Twitter y Facebook concentraron el 99.5% del alcance total en redes sociales, con cifras prácticamente equivalentes (~1.2M cada uno).

ALERTA REPUTACIONAL

Incidente: Supuesta filtración de datos en dark web

Fuente: @DarkWebInformer (Twitter) — Cuenta especializada en alertas de ciberseguridad con alto alcance (200K+).

Impacto:
12 menciones negativas vinculadas al tema, con alcance combinado superior a 400.000. La noticia fue retuiteada por múltiples cuentas de seguridad informática.

Respuesta del FNG:
La cuenta oficial @FNGSA respondió solicitando el retiro o edición de la imagen publicada, argumentando que podría generar confusión y afectar la reputación de la entidad.

Recomendación: Mantener monitoreo activo de canales de ciberseguridad, reforzar comunicación institucional sobre protección de datos y evaluar el alcance real de la filtración reportada con el área de seguridad TI.

Nota positiva: La respuesta proactiva del FNG en Twitter demuestra una gestión reputacional ágil. Se recomienda complementar con un comunicado oficial si el tema escala.

ANÁLISIS — REDES SOCIALES

- En abril 2026, el FNG acumuló 66 menciones en redes sociales con un alcance total de 2,49 millones. Twitter fue la plataforma dominante con 34 menciones (52%) y 1,28M de alcance, seguida de Facebook con 22 menciones y 1,20M de alcance.

- El sentimiento fue mayoritariamente positivo (77%), impulsado por la campaña de movilidad eléctrica FOPAT de @MinTransporteCo que mencionó la línea de crédito con respaldo del FNG, generando la publicación de mayor alcance del periodo (468K).

- El principal foco negativo (18%) fue la alerta de @DarkWebInformer sobre una supuesta filtración de datos, que alcanzó 205K y fue amplificada por cuentas especializadas en ciberseguridad. El FNG respondió de forma oportuna solicitando la corrección de la información.

- El contenido institucional del FNG (podcast 'Cuentas claras, negocios sanos', tips financieros, y publicaciones sobre servicios) tuvo presencia constante pero alcance limitado comparado con las menciones externas, sugiriendo oportunidad de fortalecer la estrategia de amplificación.

- Se detectaron menciones internacionales (CFN Ecuador, VisionFund) vinculadas a modelos de garantías financieras similares, lo que posiciona al FNG en un contexto regional de finanzas inclusivas.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Presencia positiva consolidada

El FNG mantiene una imagen favorable en medios y redes (80% positivo en prensa, 77% en redes). Los temas de financiación de vivienda y movilidad eléctrica posicionan a la entidad como facilitador clave del acceso al crédito.

Gestión reputacional proactiva

La respuesta oportuna ante la alerta de ciberseguridad en Twitter fue acertada. Se recomienda complementar con monitoreo continuo de foros y plataformas de dark web, y comunicación preventiva sobre seguridad de datos.

Oportunidad de amplificación

El contenido institucional en redes tiene presencia constante pero alcance limitado vs. menciones externas. Se sugiere fortalecer alianzas con medios digitales y campañas de amplificación pagada para contenido clave.

Cobertura en medios especializados

La mayoría de notas provienen de Tier 3, indicando cobertura en nichos especializados. Se recomienda estrategia proactiva de free press dirigida a medios Tier 1 y Tier 2 para ampliar visibilidad.