

# Operación Espacio Público / #10NoNegociables

## Redes analizadas: Instagram, TikTok, X y Facebook

Durante el periodo del 2026, la estrategia digital asociada a **Operación Espacio Público** y **#10NoNegociables** logró consolidarse como una de las líneas de contenido con mayor capacidad de alcance, conversación y posicionamiento institucional en las redes sociales de la Alcaldía Local de San Cristóbal.

El análisis evidencia que los contenidos con mejor rendimiento en redes no son los de contenido más institucionales; sino aquellos que mostraron **acciones reales en territorio**, especialmente: operativos, recuperación de puntos críticos, control a infractores, basura crítica, escombros, antes/después y transformación visible del espacio público.

Las cuatro plataformas demuestran que la ciudadanía responde mejor cuando el contenido muestra **problema, intervención y resultado**, con una narrativa visual rápida, emocional y territorial.

### 1. Resumen general por red social

| Red social | Principal fortaleza                                  | Mejor contenido identificado                        | Resultado destacado                           |
|------------|------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------|-----------------------------------------------|
| TikTok     | Viralización masiva                                  | Intervención ciudadana / operativo en San Cristóbal | 570.220 visualizaciones                       |
| Facebook   | Alcance e interacción orgánica                       | Operación Espacio Público                           | 102.113 visualizaciones y 5.655 interacciones |
| Instagram  | Alcance a no seguidores                              | Tres Esquinas                                       | 23.395 visualizaciones y 403 interacciones    |
| X          | Posicionamiento institucional y conversación pública | Operación Espacio Público 13 de marzo               | 778 impresiones y 22 interacciones            |

## 2. Totales consolidados de contenidos destacados

Estos totales corresponden a las publicaciones destacadas identificadas.

| Red social | Visualizaciones / impresiones destacadas                     | Interacciones destacadas             | Observación                                   |
|------------|--------------------------------------------------------------|--------------------------------------|-----------------------------------------------|
| TikTok     | Más de 1.780.000 visualizaciones en publicaciones destacadas | Más de 18.000 interacciones visibles | Plataforma con mayor viralización             |
| Facebook   | Más de 330.000 visualizaciones en publicaciones destacadas   | Más de 17.000 interacciones visibles | Mejor conversión en interacción               |
| Instagram  | Más de 77.000 visualizaciones en reels destacados            | Más de 1.800 interacciones           | Mejor llegada a no seguidores                 |
| X          | Más de 5.800 impresiones en publicaciones revisadas          | Más de 180 interacciones             | Mejor para posicionamiento, no para viralidad |

## 3. Top 5 publicaciones con mejor rendimiento general

| top | Red      | Publicación / tema                      | Visualizaciones / impresiones | Interacciones principales                                      | Lectura estratégica                                                   |
|-----|----------|-----------------------------------------|-------------------------------|----------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------|
| 1   | TikTok   | Intervención ciudadana en San Cristóbal | 570.220                       | 10.000 likes, 873 comentarios, 741 compartidos, 641 seguidores | Máximo caso de viralidad por conflicto, persona real y tensión urbana |
| 2   | TikTok   | Basura / punto crítico                  | 166.083                       | 1.955 likes, 65 comentarios, 537 compartidos, 220 seguidores   | Alto impacto por indignación ciudadana y evidencia visual             |
| 3   | Facebook | Operación Espacio Público               | 102.113                       | 5.655 interacciones                                            | Mejor desempeño institucional en Facebook                             |
| 4   | TikTok   | Operación / control urbano              | 102.049                       | 949 likes, 6 comentarios, 143 compartidos, 63 seguidores       | Buen alcance por operativo visible y narrativa directa                |

|   |          |                                |        |                     |                                                                                |
|---|----------|--------------------------------|--------|---------------------|--------------------------------------------------------------------------------|
| 5 | Facebook | El espacio público es de todos | 96.164 | 2.986 interacciones | Excelente rendimiento por mensaje simple, problema visible y llamado ciudadano |
|---|----------|--------------------------------|--------|---------------------|--------------------------------------------------------------------------------|

#### 4. Publicaciones más populares por red

##### Instagram

| Publicación               | Visualizaciones | Interacciones | Duración | No seguidores |
|---------------------------|-----------------|---------------|----------|---------------|
| Tres Esquinas             | 23.395          | 403           | 0:58     | 64,4 %        |
| Alto del Poblado          | 18.923          | 230           | 0:53     | 40,5 %        |
| Caza Infractores          | 7.788           | 170           | 0:52     | 31,0 %        |
| Persecución San Cristóbal | 6.865           | 255           | 0:35     | 27,7 %        |
| No bajamos la guardia     | 6.431           | 86            | 0:41     | 47,7 %        |

##### TikTok

| Publicación                    | Visualizaciones | Likes  | Comentarios | Compartidos | Nuevos seguidores |
|--------------------------------|-----------------|--------|-------------|-------------|-------------------|
| Intervención ciudadana         | 570.220         | 10.000 | 873         | 741         | 641               |
| Basura / punto crítico         | 166.083         | 1.955  | 65          | 537         | 220               |
| Operativo / control urbano     | 102.049         | 949    | 6           | 143         | 63                |
| #10NoNegociables               | 92.460          | 1.923  | 89          | 625         | 124               |
| Cuidar Bogotá no es negociable | 91.446          | 1.264  | 51          | 87          | 100               |

## Facebook

| Publicación                    | Visualizaciones | Interacciones | Tiempo promedio |
|--------------------------------|-----------------|---------------|-----------------|
| Operación Espacio Público      | 102.113         | 5.655         | 00:24           |
| El espacio público es de todos | 96.164          | 2.986         | 00:10           |
| Operativo 18 de febrero        | 63.573          | 2.961         | 00:14           |
| Calle 13 Sur renovada          | 12.663          | 1.315         | —               |
| #10NoNegociables               | 11.165          | 343           | 00:08           |

## X

| Publicación                           | Impresiones | Interacciones | Reproducciones |
|---------------------------------------|-------------|---------------|----------------|
| Operación Espacio Público 13 de marzo | 778         | 22            | 239            |
| No saques basura fuera del horario    | 373         | 7             | 111            |
| La Serafina / Montebello              | 227         | 5             | 38             |
| Recuperación La Serafina              | 222         | 9             | 45             |
| Bogotá el aseo no es negociable       | 221         | 6             | 70             |

## 5. Horas recomendadas para publicar

Con base en los contenidos de mejor rendimiento, se identifican franjas con mejor comportamiento:

| Red social | Horas recomendadas                                 | Justificación                                                            |
|------------|----------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------|
| TikTok     | 8:00 a. m. – 12:30 p. m. / 5:00 p. m. – 8:30 p. m. | Los mejores videos aparecen publicados en mañana, mediodía y tarde-noche |
| Facebook   | 8:00 a. m. – 12:00 p. m. / 4:00 p. m. – 7:30 p. m. | Buen rendimiento en publicaciones de mañana y tarde                      |
| Instagram  | 7:00 a. m. – 9:30 a. m. / 6:00 p. m. – 8:00 p. m.  | Mejores reels en franjas de consumo rápido                               |
| X          | 8:00 a. m. – 10:00 a. m. / 4:00 p. m. – 6:00 p. m. | Mejor para agenda pública, actualidad y conversación diaria              |

## 6. Fórmula de contenido ganadora

| Momento del video | Qué debe mostrar                                          |
|-------------------|-----------------------------------------------------------|
| 0 a 2 segundos    | Problema visible: basura, operativo, infracción, denuncia |
| 2 a 7 segundos    | Contexto rápido: dónde ocurre y qué pasó                  |
| 7 a 20 segundos   | Acción institucional: control, intervención, recuperación |
| 20 a 40 segundos  | Resultado visible: espacio limpio, sanción, solución      |
| Cierre            | Mensaje contundente o pregunta ciudadana                  |

## 7. Recomendación de distribución de contenido

| Tipo de contenido                | Porcentaje recomendado | Objetivo                               |
|----------------------------------|------------------------|----------------------------------------|
| Operativos y recuperación urbana | 60 %                   | Alcance, viralidad y posicionamiento   |
| Antes/después y puntos críticos  | 20 %                   | Retención, compartidos y orgullo local |
| Pedagogía ciudadana rápida       | 10 %                   | Educación y cultura ciudadana          |
| Historias humanas                | 10 %                   | Cercanía, reputación y comunidad       |

## 11. Conclusión general

La estrategia de **Operación Espacio Público** demuestra un alto potencial de crecimiento digital cuando comunica acciones reales, visibles y territoriales. En las cuatro redes sociales, los mejores resultados se concentran en contenidos que muestran conflicto urbano, intervención institucional y transformación del espacio público.

TikTok lidera en viralización, Facebook en interacción sostenida, Instagram en alcance a nuevas audiencias y X en posicionamiento institucional.