







Informe de monitoreo y análisis de medios

2 al 8 de mayo de 2026

Metodología | Figuración general | Temas e impacto | Redes sociales | Interacciones | Análisis de la conversación | Recomendaciones

ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. | SECRETARÍA GENERAL | BOGOTÁ

GlobalNews Group
Intelligent Media Search & Analysis

Metodología

El presente informe expone la visibilidad de la **Secretaría General de la Alcaldía de Bogotá**, tomando como muestra un periodo de referencia semanal, registrando la figuración de la marca en medios de comunicación tradicionales y redes sociales.

En el desarrollo del mismo se encontrarán las siguientes métricas:

- Figuración general: presencia en prensa, radio, TV, revistas y digital, identificando medios con mayor y menor cobertura.
- Impacto de la información: clasificación de las noticias en positivo, neutro o negativo de acuerdo al impacto para la marca.
- Audiencia potencial: estimación de vistas alcanzadas por las noticias emitidas.
- CPE (Costo Publicitario Equivalente): valor estimado de la exposición si fuese pauta paga.
- Temas de la información: principales asuntos en los que se menciona la marca.
- Tipo de información: clasificación de los contenidos en institucional, información general, productos y servicios, intervención de vocero, opinión de terceros o ranking.
- Género periodístico en el que se estructuró del artículo: noticia, reportaje, columna de opinión, editorial, entrevista (esquema Pregunta-Respuesta) o crónica.
- Figuración por tier: clasificación de la visibilidad según relevancia de los medios.
  - Tier 1: Corresponde a los medios de mayor influencia. Incluye diarios de circulación nacional o en varias ciudades principales, revistas de alto reconocimiento o con gran número de lectores, y portales digitales de estos mismos medios o con tráfico masivo. Los insertos que acompañan a medios de esta categoría también se consideran Tier 1.
  - Tier 2: Agrupan medios de alcance intermedio, como periódicos regionales con fuerte presencia local, revistas con lectores moderados o páginas web con tráfico medio o relevancia en determinados sectores.
  - Tier 3: Reúne a los medios de menor alcance, entre ellos publicaciones locales o comunitarias, revistas y portales con baja lecturabilidad, o espacios digitales con audiencias reducidas o de nicho.

Redes sociales:

- Menciones por red social: distribución de publicaciones con menciones para la marca en Facebook, Instagram, X y TikTok.
- Alcance (Reach): número estimado de visualizaciones impactadas por las publicaciones.
- Interacciones: franjas de mayor actividad registrada en las publicaciones de interés.
- Sentimiento en redes: percepción positiva, neutra o negativa de las publicaciones.
- Top influenciadores: cuentas con mayor impacto por cantidad de interacciones en sus publicaciones.
- Nube de palabras mas destacadas.

Figuración en medios tradicionales

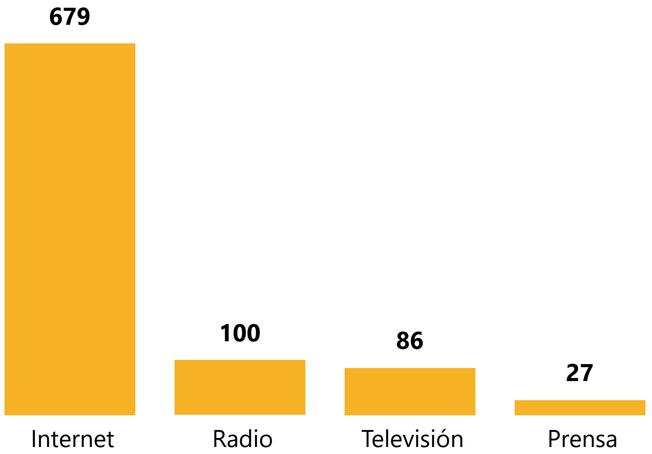
Notas	# de medios	Audiencia estimada	CPE aproximado
892	162	204.310.062	$11.874.019.923

Segmentación por tipo de medio

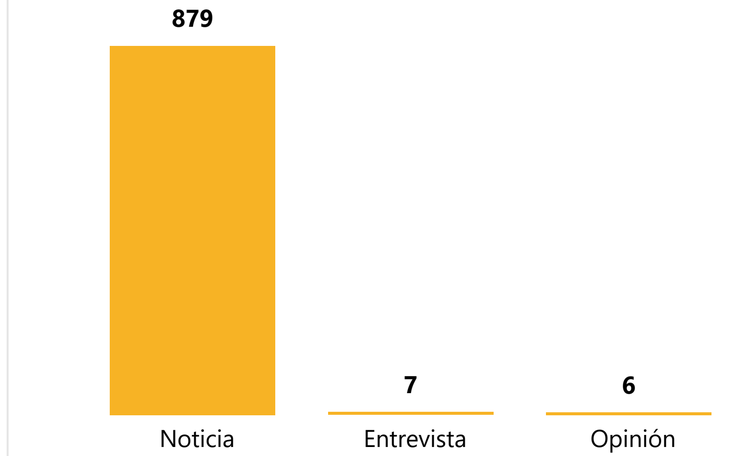
Internet | Prensa | Radio | Televisión

Entre el 2 y el 8 de mayo de 2026, el 76,1 % de los contenidos de interés para la **Secretaría General de la Alcaldía de Bogotá** se publicaron en medios de Internet; seguido por radio con el 11,2 %; televisión con el 9,6 % y prensa con el 3 % de la figuración restante.

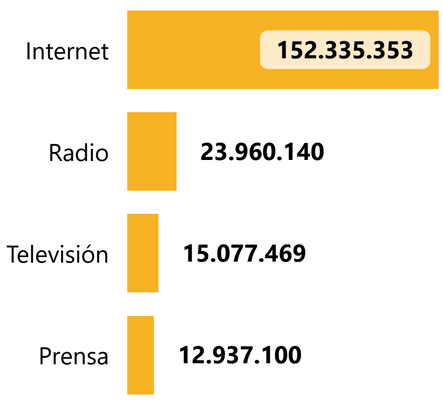
Figuración por tipo de medio



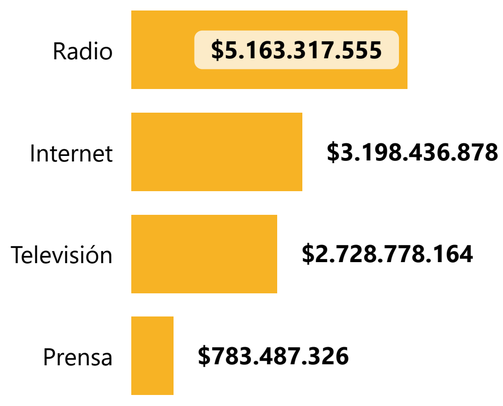
Género de la información



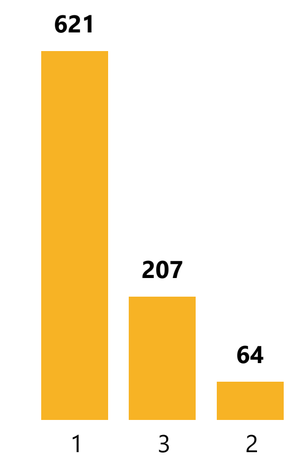
Audiencia estimada



Costo Publicitario Equivalente (CPE)



Tier de la información



Listado de medios

NOMBRE DE MEDIO	NOTAS	AUDIENCIA	CPE
Msn.com	58	11.625.868	$262.724.014
Eltiempo.com	55	61.013.205	$190.300.000
Bogota.gov.co	37	6.149.215	$40.375.836
City TV	34	3.076.920	$808.591.987
Semana.com	30	16.856.370	$336.000.000
Pulzo.com	28	7.640.556	$700.000.000
Caracol.com.co	27	13.339.917	$291.600.000
Radiosantafe.com	22	15.818	$25.544.970
Caracol Radio	21	7.806.900	$2.439.592.889
Noticiasrcn.com	21	2.435.748	$100.800.000
Blu Radio	20	10.190.000	$1.646.562.624

Temas e impacto de la información

Notas	# de medios	Audiencia estimada	CPE aproximado
892	162	204.310.062	$11.874.019.923

Segmentación por tipo de medio

Internet | Prensa | Radio | Televisión

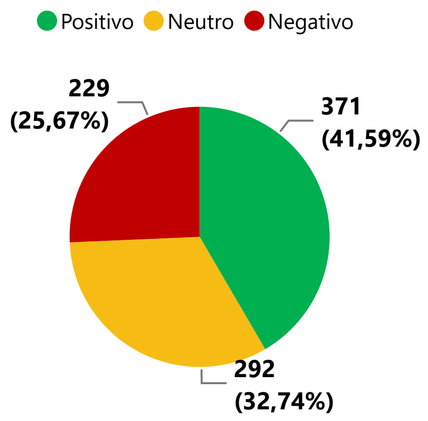
Segmentación por tono

Positivo | Neutro | Negativo

Temas de la información

TEMA	NOTAS
Regiotram del Norte	261
Foto referencial	35
Entorno	30
Actos vandalicos	20
Ferias de empleo	20
Pico y placa	20
Puente Tibánica	18
Tu Ruta al Hogar	18
Fallecimiento Vargas Lleras	16
Avance del Metro	15

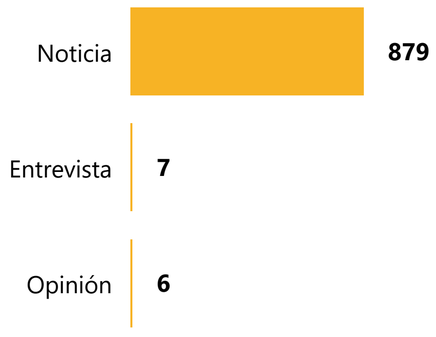
Tono de la información



Listado de medios

NOMBRE DE MEDIO	NOTAS	AUDIENCIA	CPE
Msn.com	58	11.625.868	$262.724.014
Eltiempo.com	55	61.013.205	$190.300.000
Bogota.gov.co	37	6.149.215	$40.375.836
City TV	34	3.076.920	$808.591.987
Semana.com	30	16.856.370	$336.000.000
Pulzo.com	28	7.640.556	$700.000.000
Caracol.com.co	27	13.339.917	$291.600.000
Radiosantafe.com	22	15.818	$25.544.970
Caracol Radio	21	7.806.900	$2.439.592.889
Noticiasrcn.com	21	2.435.748	$100.800.000

Género de la información



Información positiva

La información positiva se centro mayoritariamente en las ferias de empleo en donde la Alcaldía ofrece trabajo y el proyecto para construir un puente en el sur de la ciudad, sobre esto rcnradio.com publicó: "La construcción del puente vehicular Tibánica tendrá un largo tiempo y proceso para que finalmente los residentes tanto de Ciudad Verde como de Bosa se vean beneficiados, por lo que la primera fase relacionada con el proceso licitatorio se estima que inicie durante los meses restantes del primer semestre del 2026, luego de superar etapas clave como la concertación con la comunidad indígena muisca y la protocolización del proyecto y finalizado este periodo, iniciara su proceso de levantamiento de terrenos y construcción que puede demorar entre 1 a 2 años en ejecución".

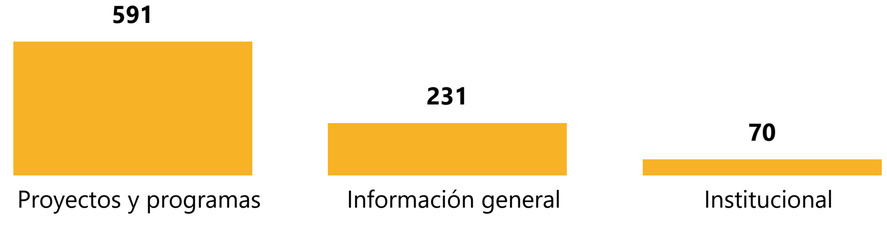
Información neutra

En el tono neutro destacaron noticias referentes a las reuniones sobre el Regiotram del Norte, obra que, según algunos medios habría sido concertada sin contar con la ciudad de Bogotá.

Información negativa

La información negativa se destacó principalmente por la polémica sobre el Regiotram del Norte, Citytv.eltiempo.com publicó: "Un nuevo choque entre el Gobierno Nacional y el Distrito se desató luego de que Bogotá quedara por fuera del esquema de financiación del Regiotram del Norte. La controversia surgió tras la expedición del documento CONPES 4190, que redefine la estructura económica de este megaproyecto de movilidad regional, generando inconformidad en la Administración Distrital".

Tipo de información



Estadística de menciones y alcance

Publicaciones	Interacciones	Alance estimado
7.830	312.098	37.636.561

Entre el 2 y el 8 de mayo de 2026, la red social X reportó el mayor número de publicaciones de interés para la **Secretaría General de la Alcaldía de Bogotá** con el 72,1 % de los contenidos; seguido por Facebook con el 26,8 %; Instagram con el 0,9 % y TikTok con el 0,2 %.

El 7 de mayo se evidenció el mayor pico de alcance de los contenidos, destacándose una publicación en Facebook de Radio Nacional de Colombia, la cual destaca:

"El Gobierno nacional y la Gobernación de Cundinamarca realizan a esta hora el acto protocolario de firma del cierre financiero del proyecto Tren Zipaquirá–Regiotram del Norte, con la participación del gobernador Jorge Emilio Rey, el ministro de Hacienda, Germán Ávila, y la ministra de Transporte, María Fernanda Rojas, consolidando un nuevo avance para la ejecución de esta iniciativa férrea regional".

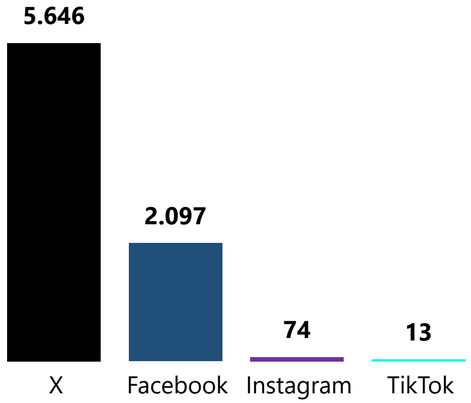
Segmentación por red social

Facebook | Instagram | TikTok | X

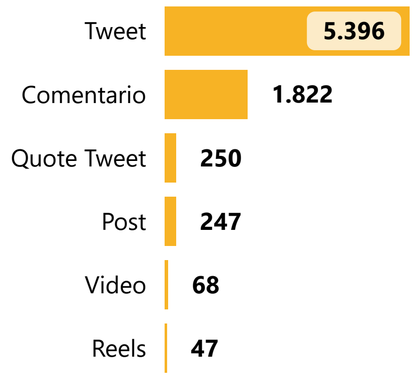
Segmentación por sentimiento

Positivo | Neutro | Negativo

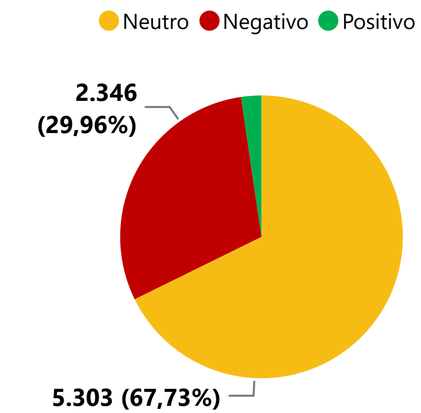
Publicaciones por red social



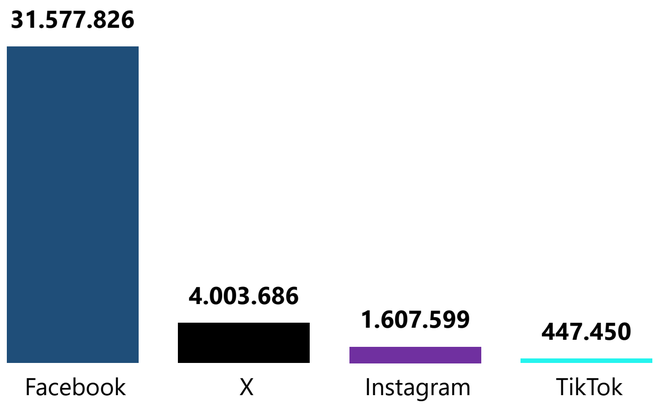
Tipo de contenido



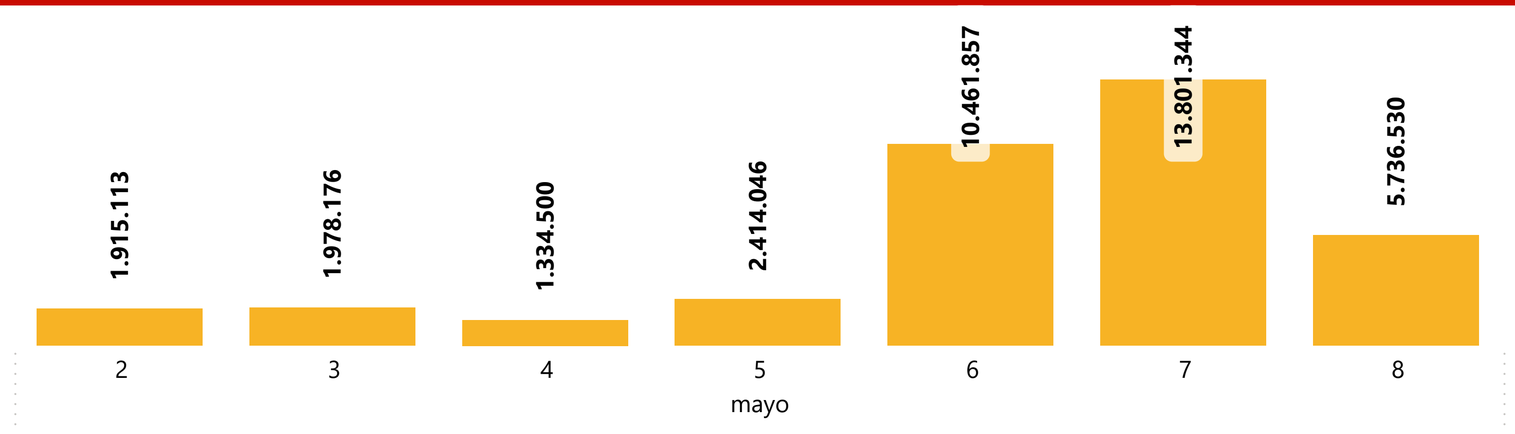
Sentimiento



Alcance estimado



Alcance estimado por día



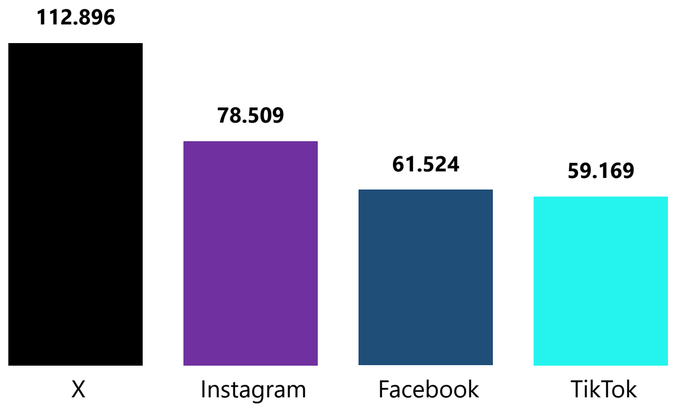
Interacciones

Publicaciones	Interacciones
7.830	312.098

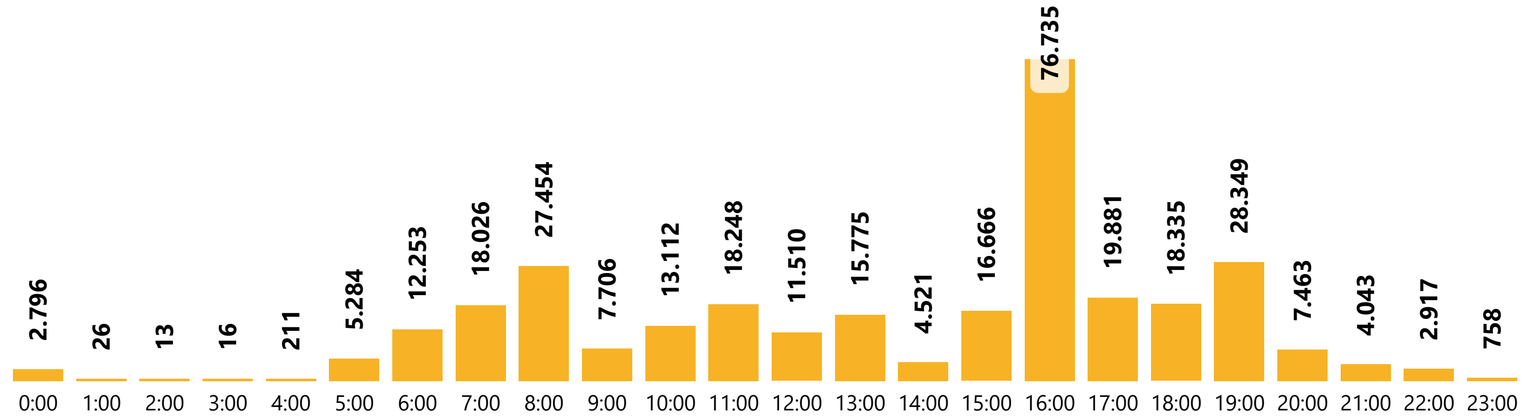
Segmentación por red social: Facebook | Instagram | TikTok | X

Segmentación por sentimiento: Positivo | Neutro | Negativo

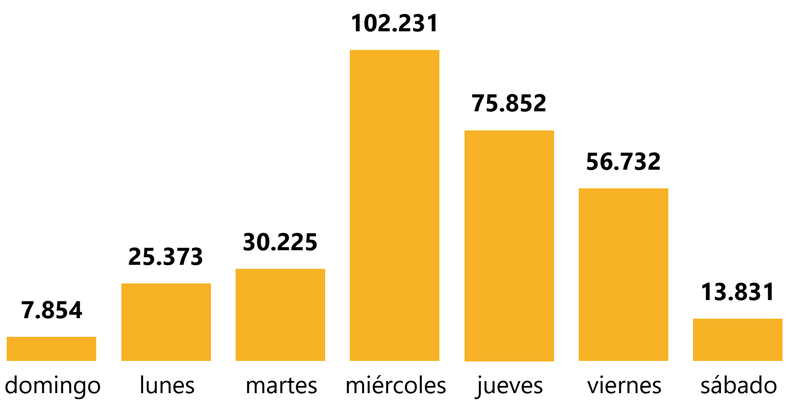
Interacciones por red social



Interacciones por hora



Interacciones por día de la semana



Publicaciones destacadas

Autor	Plataforma	Contenido de la publicación	Interacciones	Enlace
Mafe Carrascal (@mafecarrascalr)	TikTok	Alcalde Galán primero la vida de los niños que son sujetos de especial protección. Tome medidas que no vayan en contravía de los derechos de las familias del Remanso 1 en el sector de San Bernardino. Hay opciones para evitar el desalojo. Alcalde compre el predio y formalice el barrio. Solo se necesita voluntad política, escuchar a los habitantes, a quienes los representan. Los ciudadanos han estado pagando impuestos y están comprometidos. Escuche a la gente. Gobierne para la gente.	40.922	
Halconradio.com (@halconradio)	TikTok	🚨 ¡ALERTA MÁXIMA EN BOSA! 🚨 Más de 1.000 personas en el barrio El Remanzo viven horas de angustia ante un inminente desalojo que podría dejarlos literalmente en la calle. Familias enteras —niños, adultos mayores y trabajadores— denuncian que fueron engañadas al comprar sus predios, invirtiendo todos sus ahorros en lo que creían sería el hogar de sus	13.352	

Análisis de la conversación

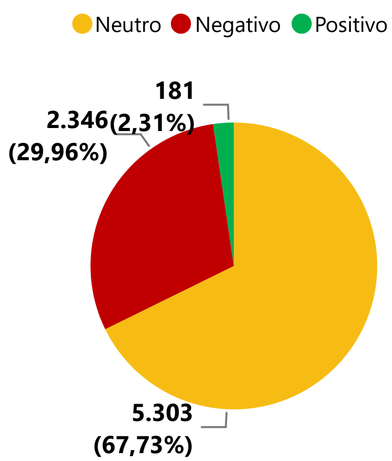
Publicaciones	Interacciones
7.830	312.098

Segmentación por red social: Facebook | Instagram | TikTok | X

Segmentación por sentimiento: Positivo | Neutro | Negativo



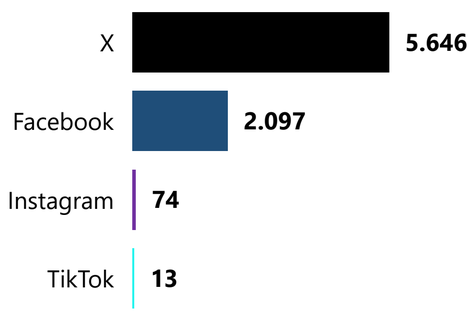
Sentimiento



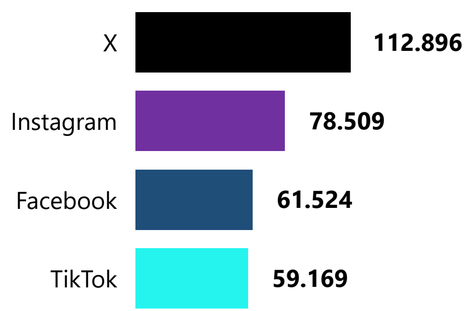
Principales influenciadores

Autor	Plataforma	Publicaciones	Interacciones
Mafe Carrascal (@mafecarrascalr)	TikTok	1	40.922
Alcaldía Mayor de Bogotá (@alcaldiabogota)	Instagram	22	32.717
El Espectador (@elespectador)	Instagram	3	21.815
Halconradio.com (@halconradio)	TikTok	1	13.352
Alcaldía Mayor de Bogotá	Facebook	127	12.678
ÚltimaHoraCaracol (@UltimaHoraCR)	X	13	9.830
Radio Nacional de Colombia	Facebook	2	8.998
Mafe Carrascal	Facebook	1	8.308
Claudia López 👍 (@claudialopezcl)	Instagram	1	6.808
RTVC Noticias	Facebook	7	6.531
Papo Amin | Presidente Concejo de	X	52	5.970

Publicaciones por red social



Interacciones por red social



Publicaciones destacadas

Autor	Plataforma	Contenido de la publicación	Interacciones	Enlace
Mafe Carrascal (@mafecarrascalr)	TikTok	Alcalde Galán primero la vida de los niños que son sujetos de especial protección. Tome medidas que no vayan en contravía de los derechos de las familias del Remanso 1 en el sector de San Bernardino. Hay opciones para evitar el desalojo. Alcalde compre el predio y formalice el barrio. Solo se necesita voluntad política, escuchar a los habitantes, a quienes los representan. Los ciudadanos han estado pagando impuestos y están comprometidos. Escuche a la gente. Gobierne para la gente.	40.922	
Halconradio.com	TikTok	🚨 ¡ALERTA MÁXIMA EN BOSA! 🚨 Más de 1.000 personas en	13.352	

Recomendaciones

Con base en los resultados del monitoreo, se recomienda fortalecer la estrategia de comunicación institucional mediante una gestión más proactiva de los temas de mayor exposición mediática, especialmente aquellos relacionados con proyectos de infraestructura y asuntos de alta sensibilidad pública, anticipando posibles escenarios de conversación con mensajes claros, vocerías oportunas y contenidos pedagógicos que permitan contextualizar la información y reducir el impacto de narrativas desfavorables. De igual manera, es importante incrementar la visibilidad de los logros institucionales, programas y resultados de gestión, diversificando la agenda positiva para mantener un flujo constante de contenidos que fortalezcan la percepción de la entidad.

Considerando que la mayor parte de la cobertura se concentra en medios digitales y que las redes sociales representan un escenario clave para la conversación pública, se recomienda desarrollar estrategias diferenciadas para cada plataforma, adaptando los formatos y mensajes a las características de cada audiencia y aprovechando los horarios de mayor interacción identificados durante el periodo analizado. Asimismo, es conveniente fortalecer la presencia de voceros institucionales en entrevistas, espacios de opinión y escenarios informativos que permitan ampliar el contexto de las decisiones institucionales y posicionar mensajes estratégicos de manera directa.

Adicionalmente, se sugiere consolidar el relacionamiento con medios de comunicación de mayor influencia, promoviendo una comunicación permanente con periodistas y líderes de opinión mediante el suministro oportuno de información, datos y material de apoyo que facilite una cobertura equilibrada. Frente a los temas de mayor sensibilidad, es recomendable implementar protocolos de monitoreo y respuesta temprana que permitan identificar tendencias, actores e influenciadores con capacidad de amplificar la conversación, facilitando la toma de decisiones y la gestión preventiva de posibles riesgos reputacionales.

Finalmente, se recomienda aprovechar los resultados del monitoreo como una herramienta de inteligencia estratégica para la comunicación institucional, incorporando análisis de tendencias, alertas reputacionales y oportunidades de posicionamiento que orienten la planeación de contenidos y las acciones de relacionamiento con medios. Complementariamente, es importante establecer indicadores de seguimiento que permitan evaluar la evolución del sentimiento, el posicionamiento de los temas prioritarios, la participación de los voceros institucionales y el impacto de las estrategias implementadas, favoreciendo un proceso de mejora continua basado en evidencia.



Informe de monitoreo y análisis de medios

2 al 8 de mayo de 2026

Calle 61 N° 13 – 23 Piso 6
Bogotá – Colombia
Tel. 601 3478322
www.globalnews.com

GlobalNews Group
Intelligent Media Search & Analysis

CERTIFICADO B.P.I. Buenas Prácticas de Innovación

icontec | Cámara de Comercio de Bogotá