







Informe de monitoreo y análisis de medios

16 al 22 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

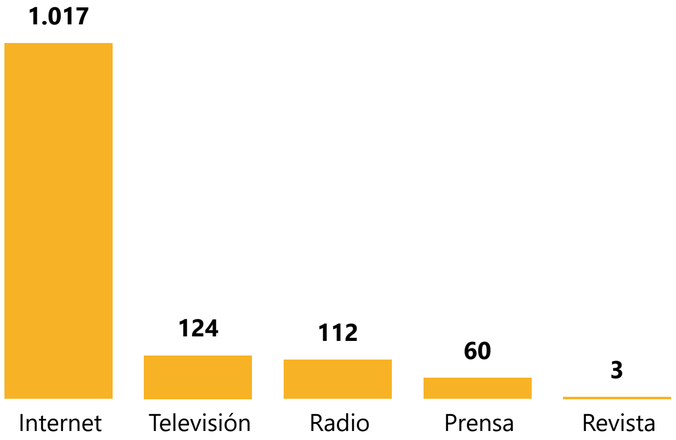
Notas	# de medios	Audiencia estimada	CPE aproximado
1.316	249	256.226.962	$15.754.924.963

Segmentación por tipo de medio

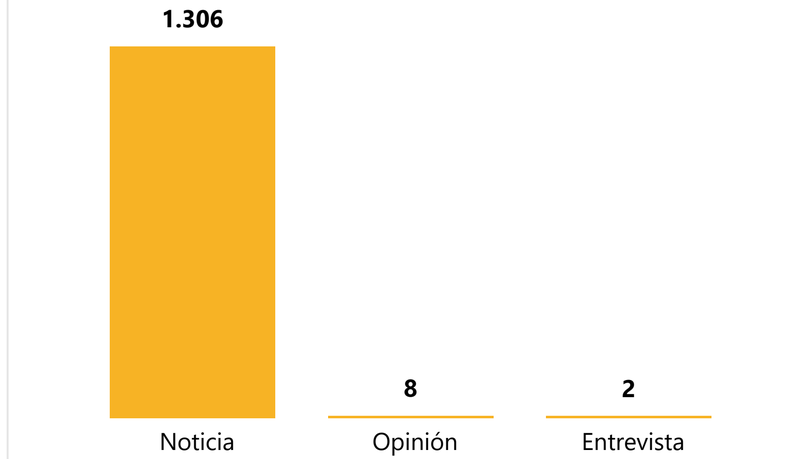
Internet | Prensa | Radio | Revista | Televisión

Entre el 16 y el 22 de mayo de 2026, el 77,3 % de los contenidos de interés para la **Secretaría General de la Alcaldía de Bogotá** se publicaron en medios de Internet; seguido por televisión con el 9,4 %; radio con el 8,5 %, prensa con el 4,6 % y revista con 0,2 % de la figuración restante.

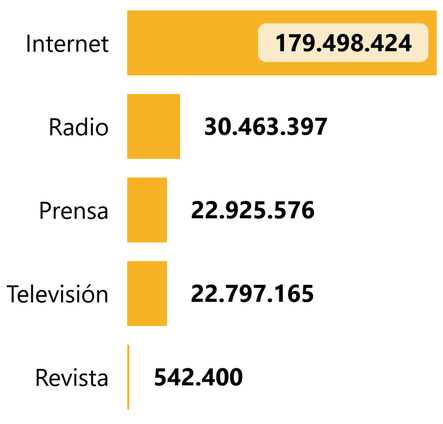
Figuración por tipo de medio



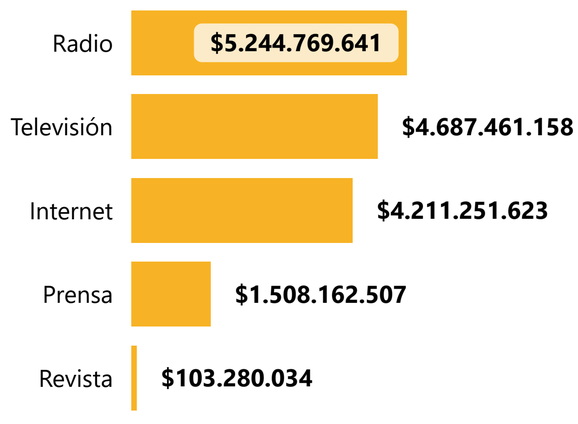
Género de la información



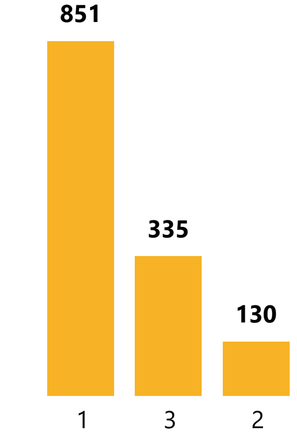
Audiencia estimada



Costo Publicitario Equivalente (CPE)



Tier de la información



Listado de medios

NOMBRE DE MEDIO	NOTAS	AUDIENCIA	CPE
Eltiempo.com	95	80.028.000	$330.300.000
Msn.com	59	11.826.314	$267.253.740
Bogota.gov.co	48	6.952.128	$54.523.717
City TV	48	4.326.300	$1.339.815.887
Semana.com	44	23.531.596	$492.800.000
Blu Radio	27	12.193.301	$2.019.000.393
Elnuevosiglo.com.co	27	193.779	$8.306.982
Lafm.com.co	27	2.260.872	$106.029.000
Radiosantafe.com	27	19.413	$31.350.645
Caracol Radio	26	9.581.200	$1.427.441.732
Noticiasrcn.com	25	2.093.150	$120.000.000

Temas e impacto de la información

Notas	# de medios	Audiencia estimada	CPE aproximado
1.316	249	256.226.962	$15.754.924.963

Segmentación por tipo de medio

Internet | Prensa | Radio | Revista | Televisión

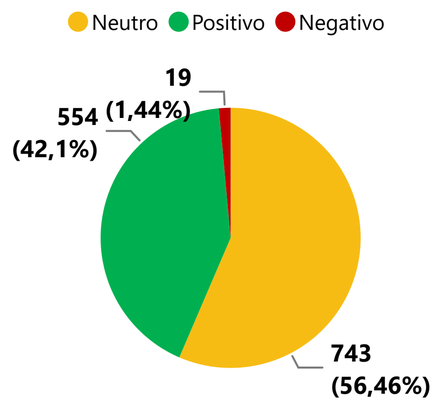
Segmentación por tono

Positivo | Neutro | Negativo

Temas de la información

TEMA	NOTAS
Busqueda de Yulixa Toloza	397
Actos vandálicos	151
Avance del Metro	92
Vigilancia a centros estéticos	48
Investigación del caso de Yulixa Toloza	42
Muerte de Totó La Momposina	26
Inseguridad en el transporte público	20
Bogotá Sin Hambre	18
Obras de mantenimiento	17
Pico y placa	17

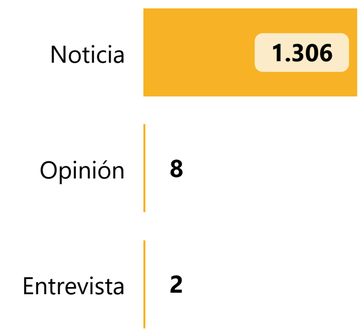
Tono de la información



Listado de medios

NOMBRE DE MEDIO	NOTAS	AUDIENCIA	CPE
Eltiempo.com	95	80.028.000	$330.300.000
Msn.com	59	11.826.314	$267.253.740
Bogota.gov.co	48	6.952.128	$54.523.717
City TV	48	4.326.300	$1.339.815.887
Semana.com	44	23.531.596	$492.800.000
Blu Radio	27	12.193.301	$2.019.000.393
Elnuevosiglo.com.co	27	193.779	$8.306.982
Lafm.com.co	27	2.260.872	$106.029.000
Radiosantafe.com	27	19.413	$31.350.645
Caracol Radio	26	9.581.200	$1.427.441.732

Género de la información



Información positiva

La información positiva se centro mayoritariamente en los avances y entregas de distintas obras que se desarrollan en la ciudad, también en los avances de la primera línea del metro; sobre esto Caracol.com.co publicó: "Este viernes, 22 de mayo, con presencia del alcalde Carlos Fernando Galán iniciaron las pruebas del viaducto del metro de Bogotá, lo que permitió que el primer tren se movilizara hasta la Estación 2. "Hoy inicia el proceso, la primera fase del proceso de pruebas de los trenes en el viaducto del metro. Entonces, es el primer tren que se monta en el viaducto del metro de Bogotá, es el tren número 2 ".

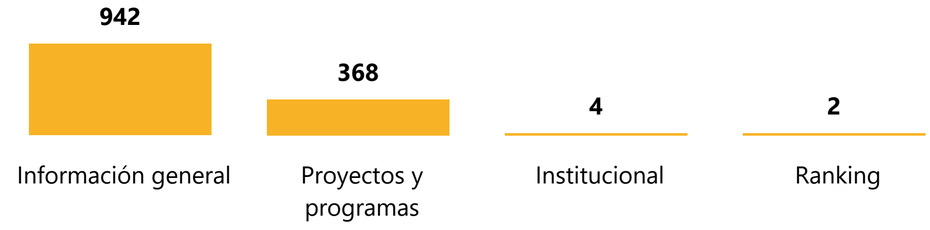
Información neutra

En el tono neutro se destacó la información sobre la búsqueda de Yulixa Toloza, quien desapareció después de una intervención estética, La FM publicó: "El alcalde de Bogotá, Carlos Fernando Galán, se pronunció tras seis días de la desaparición de Yulixa Toloza Díaz Alvarado, señalando que desde el 13 de mayo, cuando se recibió la alerta del caso, las secretarías de Seguridad y Salud han apoyado a las autoridades en las investigaciones para dar con su paradero y ubicar a los responsables".

Información negativa

La información negativa se destacó principalmente por las criticas del presidente a la alcaldía de Bogotá, Msn.com publicó: "La campaña de estigmatización de la Alcaldía contra la Universidad Pedagógica y la violencia que desencadena sobre ella solo sirve para debilitar la lucha cultural contra el microtráfico y el narcotráfico en la capital de Colombia, escribió Petro".

Tipo de información



Estadística de menciones y alcance

Publicaciones	Interacciones	Alance estimado
6.393	704.938	116.955.183

Entre el 16 y el 22 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 60,9 % de los contenidos; seguido por Facebook con el 37,5 %; Instagram con el 1,3 % y TikTok con el 0,2 %.

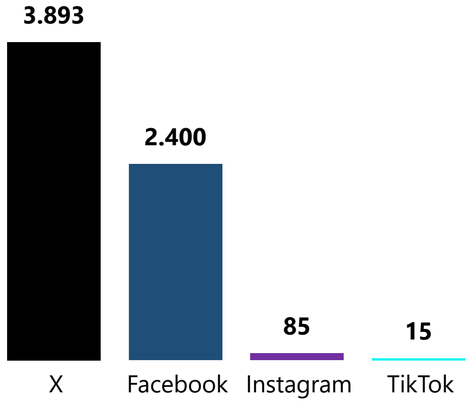
El 19 de mayo se evidenció el mayor pico de alcance de los contenidos, destacándose una publicación en Tik Tok de Noticias Caracol (@noticiascaracol), la cual destaca:

"El alcalde de Bogotá, Carlos Fernando Galán, se refirió al caso de Yulixa Toloza y al cuerpo hallado en Apulo".

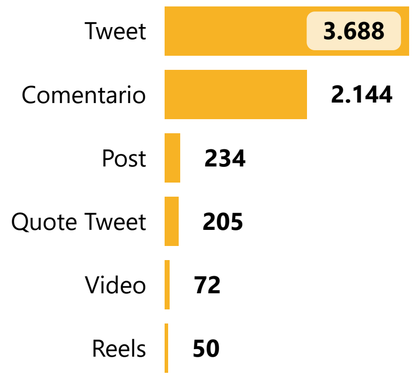
Segmentación por red social: Facebook | Instagram | TikTok | X

Segmentación por sentimiento: Positivo | Neutro | Negativo

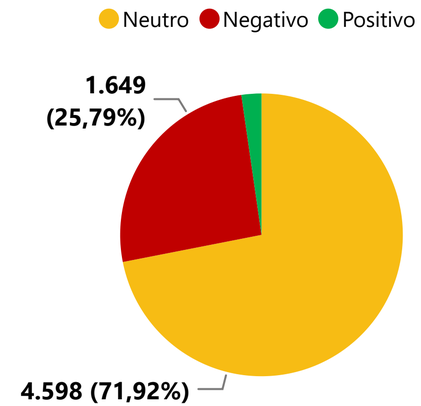
Publicaciones por red social



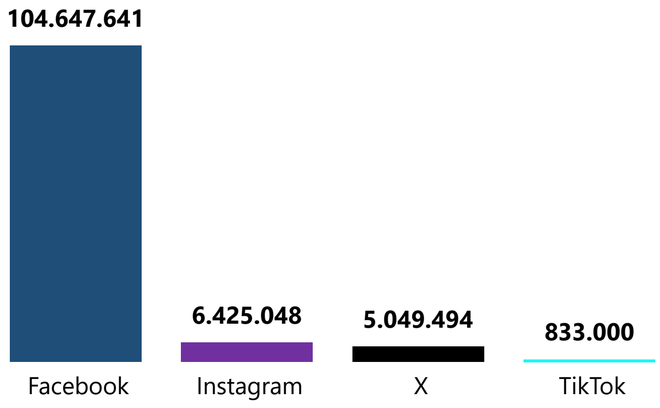
Tipo de contenido



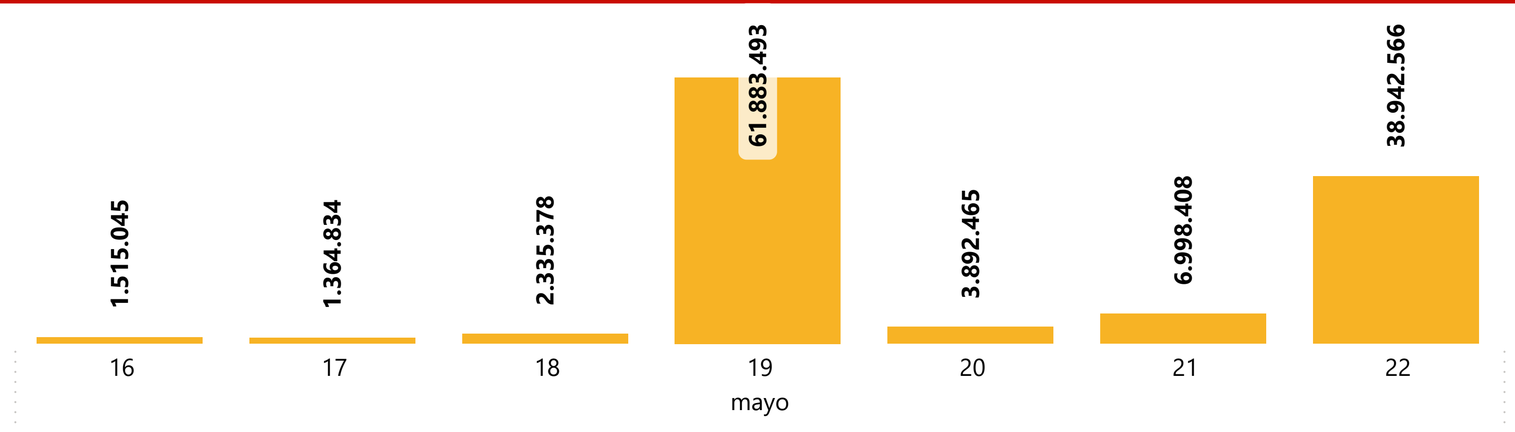
Sentimiento



Alcance estimado



Alcance estimado por día



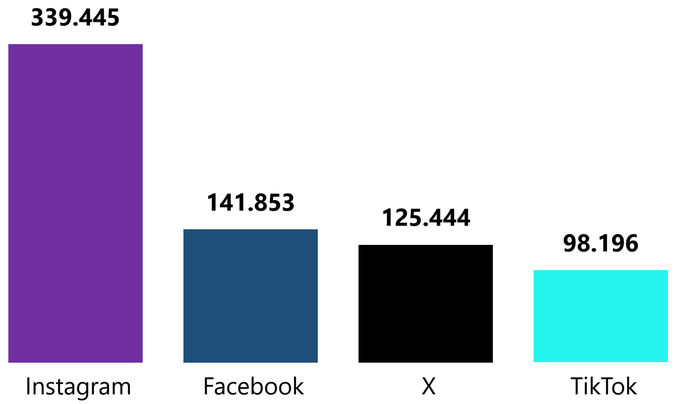
Interacciones

Publicaciones	Interacciones
6.393	704.938

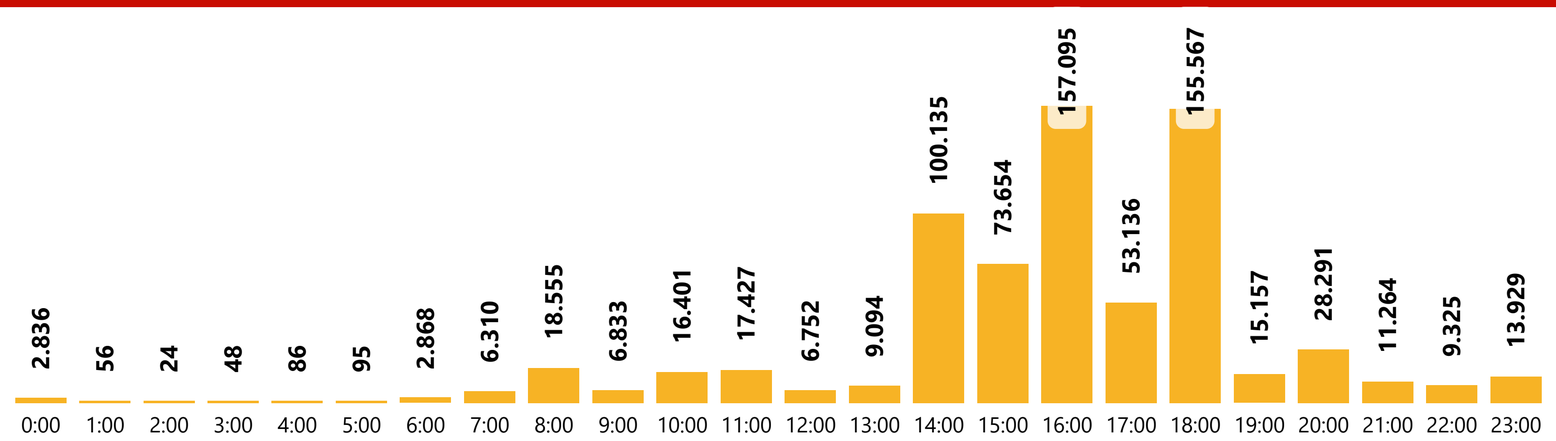
Segmentación por red social: Facebook | Instagram | TikTok | X

Segmentación por sentimiento: Positivo | Neutro | Negativo

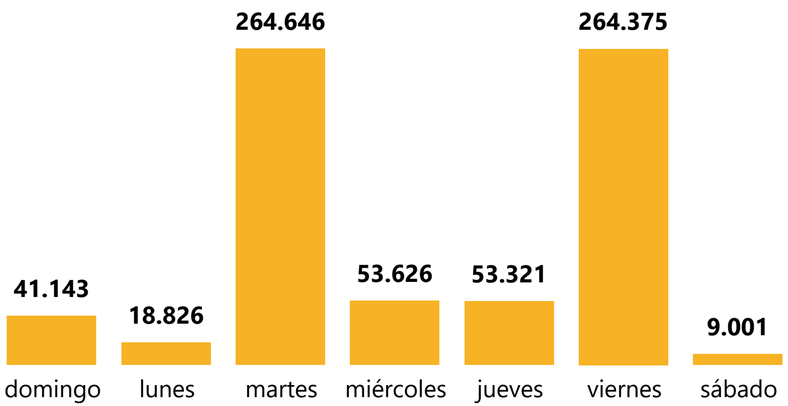
Interacciones por red social



Interacciones por hora



Interacciones por día de la semana



Publicaciones destacadas

Autor	Plataforma	Contenido de la publicación	Interacciones	Enlace
EL TIEMPO (@ELTIEMPO)	Instagram	La Alcaldía Mayor y la Empresa Metro confirmaron que la operación comercial de la Línea 1 comenzará en el primer trimestre de 2028, alcanzando actualmente más del 75 % de ejecución física. La Empresa Metro de Bogotá y la Alcaldía Mayor establecieron de manera oficial el cronograma técnico para la entrada en funcionamiento de la Línea 1 del Metro de Bogotá, un sistema de transporte ferroviario esperado por la capital colombiana desde la década de 1940. El alcalde Carlos Fernando Galán confirmó el 22 de mayo de 2026 que los primeros trenes elevados iniciarán sus pruebas de operación dinámica sobre el viaducto principal en junio de 2026.	85.889	

Análisis de la conversación

Publicaciones 6.393

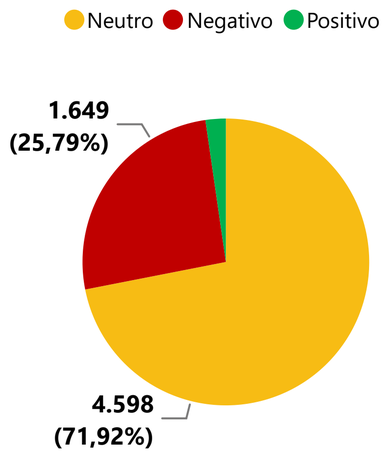
Interacciones 704.938

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

Segmentación por sentimiento: Positivo | Neutro | Negativo



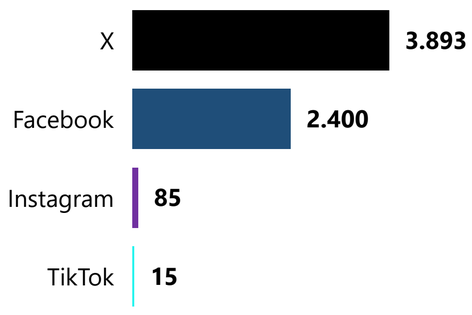
Sentimiento



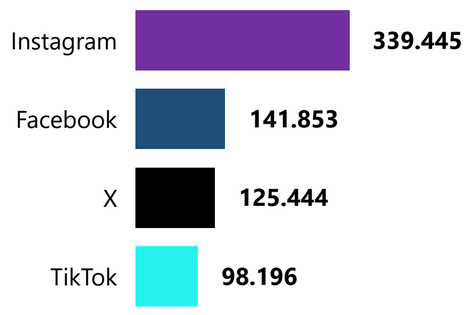
Principales influenciadores

Autor	Plataforma	Publicaciones	Interacciones
EL TIEMPO (@ELTIEMPO)	Instagram	3	122.005
Noticias Caracol (@NoticiasCaracol)	TikTok	3	79.212
ÚLTIMA HORA COL (@ultimahoracol)	Instagram	3	78.073
Alcaldía Mayor de Bogotá	Facebook	133	50.183
Alcaldía Mayor de Bogotá (@alcaldiabogota)	Instagram	20	46.883
Carlos F. Galán (@carlosfernandogalan)	Instagram	1	31.959
Noticias Caracol	Facebook	7	30.441
Papo Amin | Presidente Concejo de Bogotá (@papoaminCD)	X	75	22.702
LARAZON.CO (@larazonco)	TikTok	6	13.183

Publicaciones por red social



Interacciones por red social



Publicaciones destacadas

Autor	Plataforma	Contenido de la publicación	Interacciones	Enlace
EL TIEMPO (@ELTIEMPO)	Instagram	La Alcaldía Mayor y la Empresa Metro confirmaron que la operación comercial de la Línea 1 comenzará en el primer trimestre de 2028, alcanzando actualmente más del 75 % de ejecución física. La Empresa Metro de Bogotá y la Alcaldía Mayor establecieron de manera oficial el cronograma técnico para la entrada en funcionamiento de la Línea 1 del Metro de Bogotá, un sistema de transporte ferroviario esperado por la capital colombiana desde la década de 1940.	85.889	

Recomendaciones

Con base en los resultados del monitoreo, se recomienda fortalecer la estrategia de comunicación institucional mediante un mayor aprovechamiento de los temas que generan una percepción favorable y una amplia visibilidad mediática.
Durante el periodo analizado se registraron 1.316 notas en 249 medios, con una audiencia estimada superior a 256 millones de impactos y un CPE cercano a $15.755 millones, evidenciando una importante oportunidad para consolidar el posicionamiento institucional. Dado que el 77,3 % de la cobertura se concentró en medios digitales y que los medios Tier 1 aportaron la mayor parte de la figuración, resulta estratégico fortalecer el relacionamiento con estos espacios mediante contenidos exclusivos, vocerías oportunas y materiales de apoyo que potencien la difusión de los principales avances de la Administración.

Asimismo, se recomienda mantener una estrategia sostenida de comunicación sobre proyectos de alto impacto, aprovechando que el 56,5 % de la información fue positiva, impulsada principalmente por los avances del Metro y la ejecución de obras en la ciudad. Estos resultados demuestran el interés de los medios por este tipo de contenidos, por lo que es conveniente reforzar su difusión mediante historias de impacto, cifras de gestión y contenidos audiovisuales.

Paralelamente, los temas coyunturales, como la búsqueda de Yulixa Toloza, que concentró 397 menciones, y las críticas provenientes de actores políticos, evidencian la necesidad de fortalecer los protocolos de comunicación de crisis, incorporando mensajes unificados, vocerías técnicas y monitoreo permanente que permitan responder con rapidez y reducir el impacto de narrativas desfavorables.

En el entorno digital se identificaron 6.393 publicaciones, un alcance estimado de 116,9 millones de usuarios y más de 704.000 interacciones, lo que confirma la relevancia de las redes sociales como canal prioritario para la comunicación institucional. Aunque X concentró el 60,9 % de las publicaciones, Facebook e Instagram fueron las plataformas con mayor alcance e interacción, por lo que se recomienda fortalecer la producción de contenido audiovisual y piezas informativas adaptadas a estos canales, aprovechando los temas de mayor interés ciudadano y los horarios de mayor actividad.

Finalmente, se sugiere complementar el monitoreo con alertas tempranas sobre tendencias, influenciadores y riesgos reputacionales, utilizando estos hallazgos para anticipar escenarios de conversación, identificar oportunidades de posicionamiento y orientar la toma de decisiones estratégicas basadas en evidencia.



Informe de monitoreo y análisis de medios

16 al 22 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