







Informe de monitoreo y análisis de medios

18 al 24 de julio 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

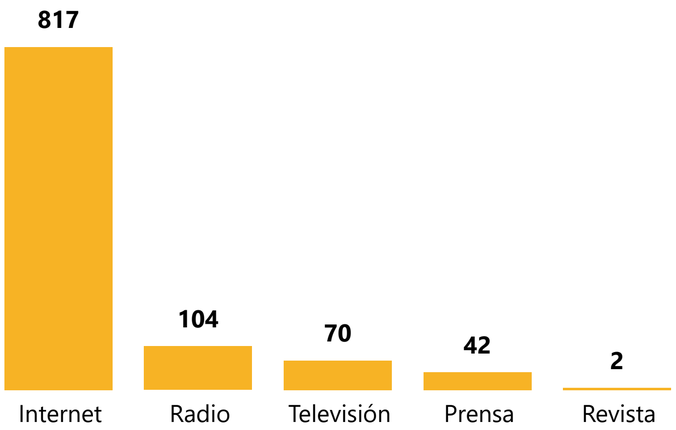
Notas	# de medios	Audiencia estimada	CPE aproximado
1.035	155	215.994.514	$9.930.391.897

Segmentación por tipo de medio

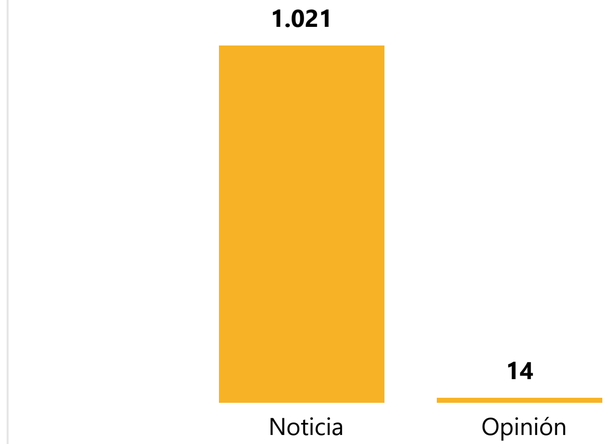
Internet | Prensa | Radio | Revista | Televisión

Entre el 18 y el 24 de julio de 2026, el 78,9 % 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 10 %; televisión con el 6,8 %, prensa con el 4,1 % y revista con el 0,2 % restante.

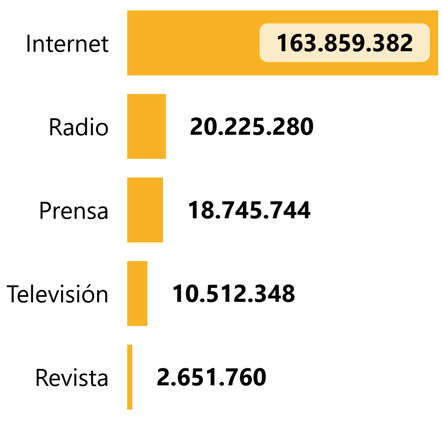
Figuración por tipo de medio



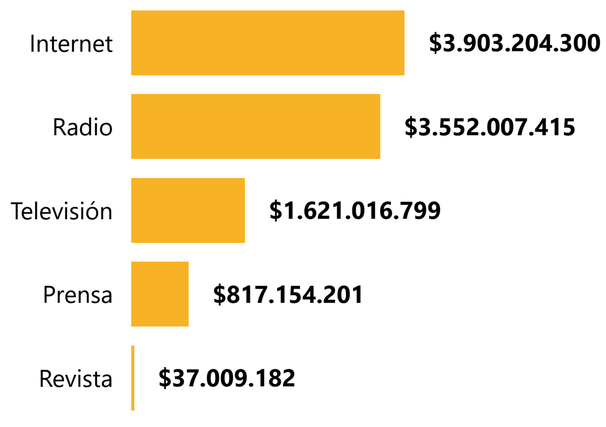
Género de la información



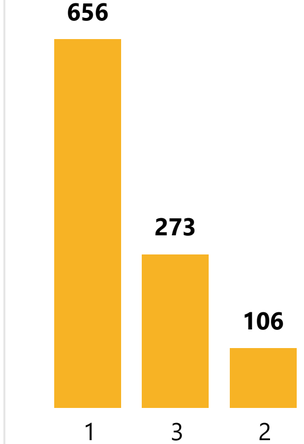
Audiencia estimada



Costo Publicitario Equivalente (CPE)



Tier de la información



Listado de medios

NOMBRE DE MEDIO	NOTAS	AUDIENCIA	CPE
Bogota.gov.co	61	7.119.188	$65.461.345
Msn.com	61	11.284.870	$276.313.192
Eltiempo.com	59	63.938.300	$205.100.000
Pulzo.com	51	14.078.550	$1.275.000.000
Hsbnoticias.com	40	58.240	$62.000.000
Diariodelcauca.com.co	37	65.342	$49.950.000
Semana.com	37	26.760.361	$414.400.000
Elnuevosiglo.com.co	34	287.912	$10.460.644
Diariodelsur.com.co	31	65.968	$41.850.000
City TV	29	3.025.440	$546.906.883
Extra.com.co	27	1.350	$41.850.000

Temas e impacto de la información

Notas	# de medios	Audiencia estimada	CPE aproximado
1.035	155	215.994.514	$9.930.391.897

Segmentación por tipo de medio

Internet | Prensa | Radio | Revista | Televisión

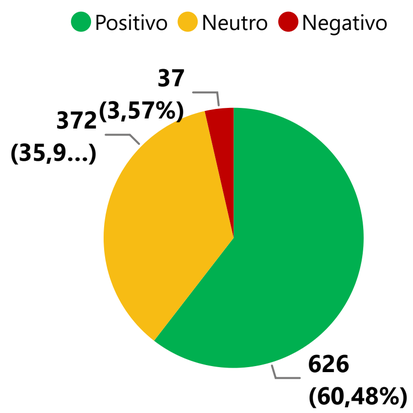
Segmentación por tono

Positivo | Neutro | Negativo

Temas de la información

TEMA	NOTAS
Rechazo frente a video de carro en puente peatonal	87
Entorno politico	53
Avances del metro	44
Desfile del 20 de julio	36
Apertura del Hospital San Juan de Dios	34
Índice de Desempeño Institucional	32
Pico y placa	32
Fiscalía reasignó caso de 11 capturados	31
Avance de obras	23
Acuerdo por Regiotram del norte	22

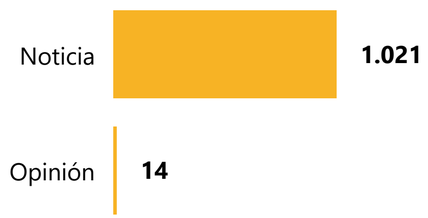
Tono de la información



Listado de medios

NOMBRE DE MEDIO	NOTAS	AUDIENCIA	CPE
Bogota.gov.co	61	7.119.188	$65.461.345
Msn.com	61	11.284.870	$276.313.192
Eltiempo.com	59	63.938.300	$205.100.000
Pulzo.com	51	14.078.550	$1.275.000.000
Hsbnoticias.com	40	58.240	$62.000.000
Diariodelcauca.com.co	37	65.342	$49.950.000
Semana.com	37	26.760.361	$414.400.000
Elnuevosiglo.com.co	34	287.912	$10.460.644
Diariodelsur.com.co	31	65.968	$41.850.000
City TV	29	3.025.440	$546.906.883

Género de la información



Información positiva

La información positiva se centró en el rechazo a un carro tratando de subir un puente peatonal, Semana.com publicó: "Cuatro días después de que un Chevrolet Spark azul desatara indignación al intentar subir por un puente peatonal en la carrera 68 con calle 26, en Bogotá, el alcalde Carlos Fernando Galán reveló nuevos detalles del caso y confirmó que las autoridades ya ubicaron al propietario que figura registrado del vehículo. El episodio, ocurrido el 20 de julio, quedó grabado en varios videos que rápidamente se viralizaron en redes sociales".

Información neutra

En el tono neutro, la información principalmente se concentró en las movidas políticas del país, donde se mencionó a la alcaldía de Bogotá de manera referencial. Las diferencias para abrir el hospital San Juan de Dios también fueron relevantes.

Información negativa

La información negativa se centró en las criticas a la gestión, específicamente ante la construcción de una cárcel en Bogotá, Las2orillas.co destacó: "La iniciativa del Alcalde de Bogotá, Carlos Fernando Galán, de construir una cárcel en El Carmen, predio de la Empresa de Teléfonos de Bogotá, fracasó y se convirtió en uno de los lunares de su administración. El proyecto no se concretó al parecer porque no es el predio que necesita la Alcaldía para construir el nuevo centro especial de reclusión. En la actualidad, es un elefante blanco con un presunto detrimento patrimonial de más de $45.000 millones, según los entes de control, debido a que las obras quedaron inconclusas. Hoy, el predio está abandonado y es uno de los activos inmobiliarios de la ETB que se encuentra en venta".

Tipo de información



Estadística de menciones y alcance

Publicaciones	Interacciones	Alance estimado
4.138	229.681	23.999.992

Entre el 18 y el 24 de julio 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 53,4 % de los contenidos; seguido por YouTube con el 23,1 %. Facebook con el 22 %, Instagram con el 1,2 % y TikTok con el 0,2 % restante.

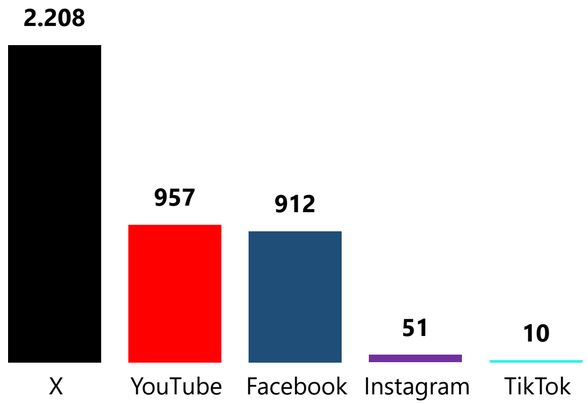
El 21 de julio se evidenció el mayor pico de alcance de los contenidos, destacándose una publicación en Facebook de EL TIEMPO (@eltiempo), la cual destaca:

"Por medio de redes sociales se adelantó la búsqueda de un perrito en aparente condición de vulnerabilidad que fue visto deambulando por las calles de Teusaquillo, en el centro de Bogotá. En las imágenes difundidas por la plataforma ciudadana ALTO se observa al perro caminando con dificultad por un andén".

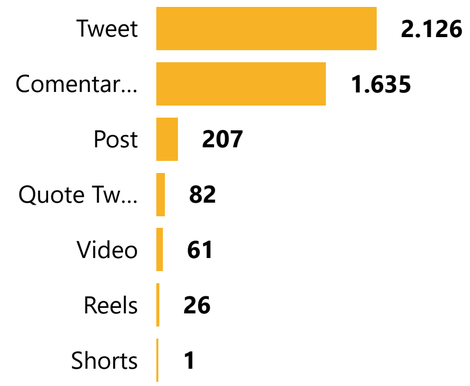
Segmentación por red social: Facebook | Instagram | TikTok | X | YouTube

Segmentación por sentimiento: Positivo | Neutro | Negativo

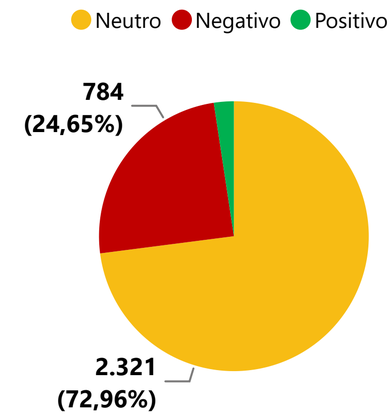
Publicaciones por red social



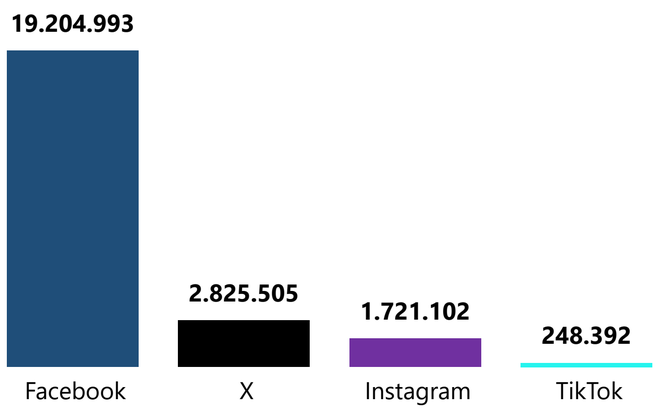
Tipo de contenido



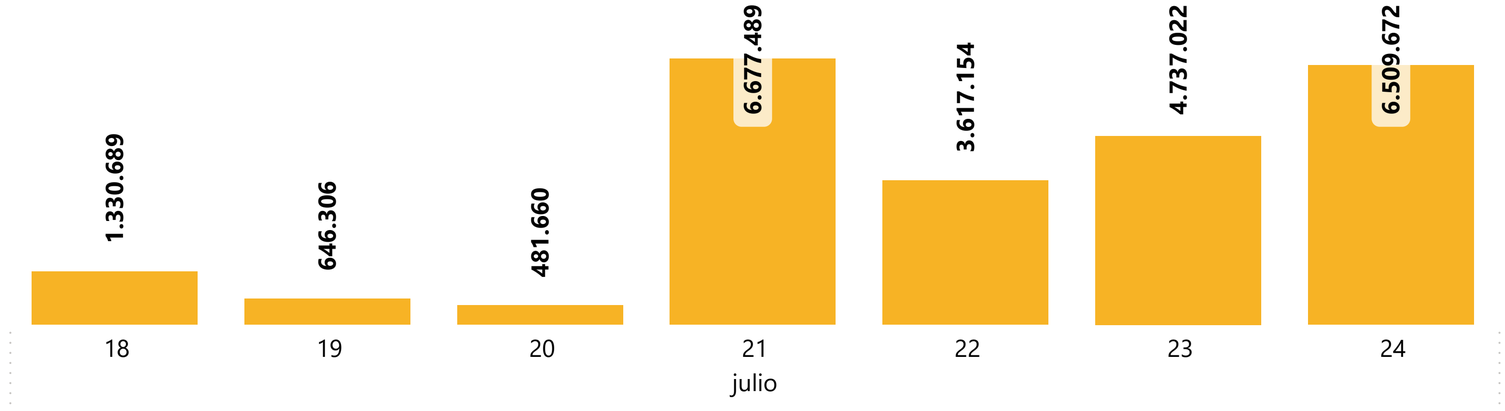
Sentimiento



Alcance estimado



Alcance estimado por día



YouTube no presenta sentimiento ni alcance*

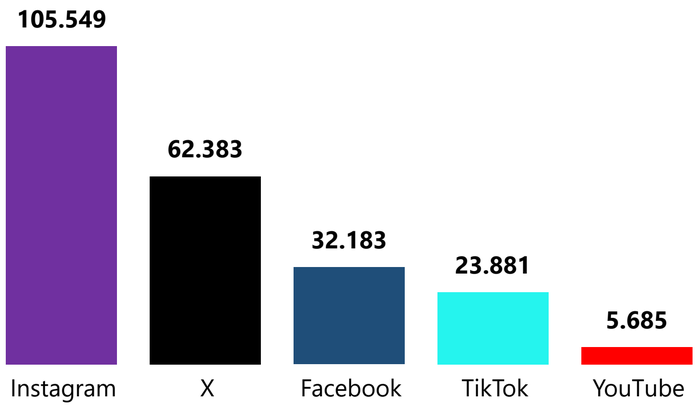
Interacciones

Publicaciones	Interacciones
4.138	229.681

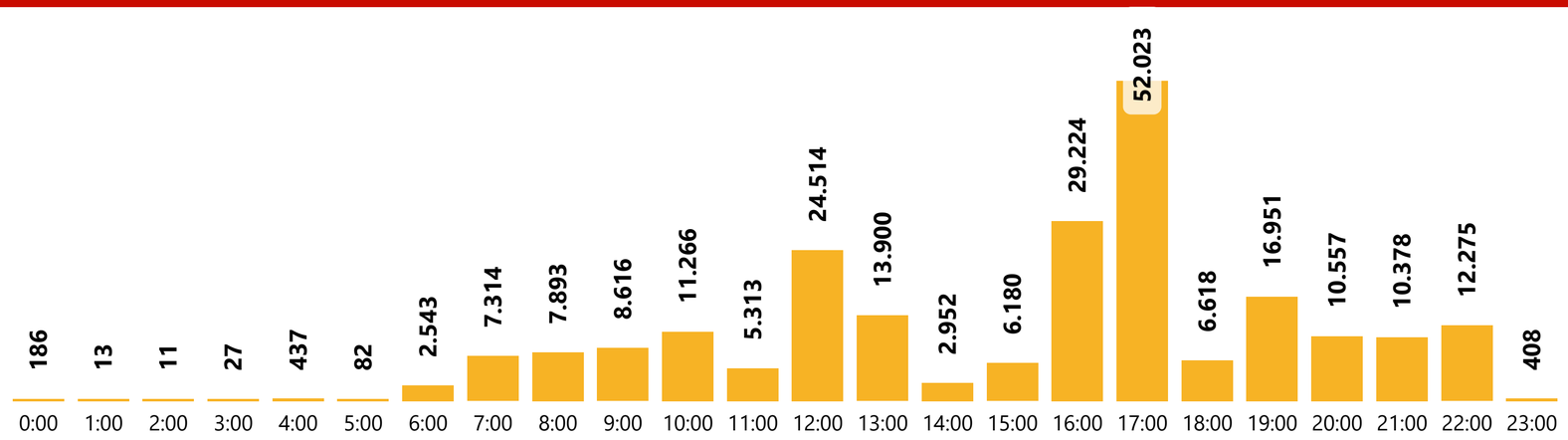
Segmentación por red social: Facebook | Instagram | TikTok | X | YouTube

Segmentación por sentimiento: Positivo | Neutro | Negativo

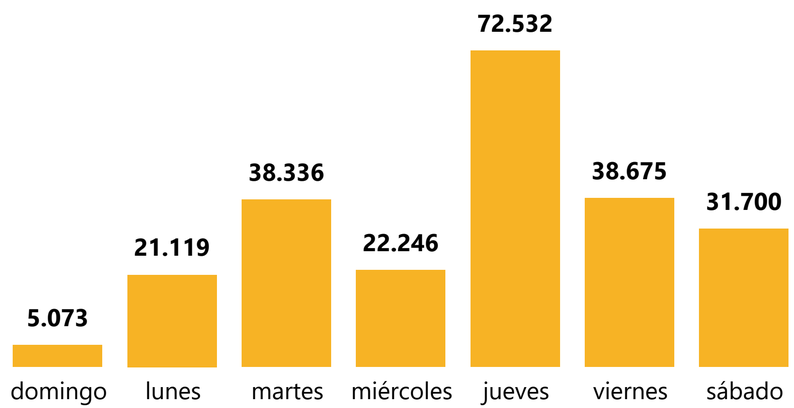
Interacciones por red social



Interacciones por hora



Interacciones por día de la semana



Publicaciones destacadas

Autor	Plataforma	Contenido de la publicación	Interacciones	Enlace
ÚLTIMA HORA COL (@ultimahoracol)	Instagram	¡Educación financiera desde el preescolar! Un proyecto de ley radicado en la Cámara de Representantes propone que todos los estudiantes colombianos, desde preescolar hasta grado once, reciban formación obligatoria sobre manejo del dinero, ahorro, crédito y toma de decisiones económicas. . La iniciativa, presentada por el representante Santiago Castro, busca crear el Programa Nacional de Educación Económica y Financiera para que niños y adolescentes aprendan a administrar mejor sus recursos y enfrenten con mayor preparación los retos financieros de la vida adulta. . De aprobarse, los estudiantes aprenderían desde pequeños a diferenciar	40.810	

Análisis de la conversación

Publicaciones	Interacciones
4.138	229.681

Segmentación por red social

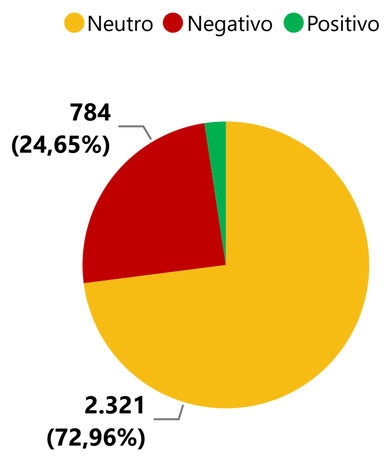
Facebook | Instagram | TikTok | X | YouTube

Segmentación por sentimiento

Positivo | Neutro | Negativo



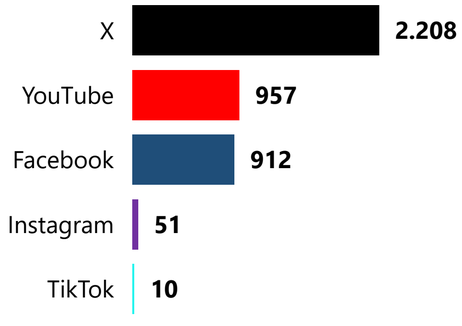
Sentimiento



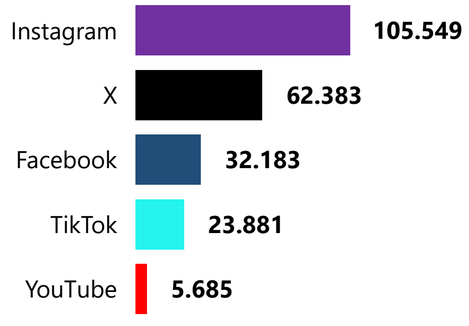
Principales influenciadores

Autor	Plataforma	Publicaciones	Interacciones
ÚLTIMA HORA COL (@ultimahoracol)	Instagram	2	49.911
Papo Amin | Presidente Concejo de Bogotá (@papoaminCD)	X	70	27.008
EL TIEMPO (@ELTIEMPO)	Instagram	1	19.022
Gustavo Petro (@petrogustavo)	X	2	14.977
Revista Semana (@RevistaSemana)	Instagram	1	10.326
El Tiempo	Facebook	3	7.829
Movimiento Colombia co (@movimientocolombia)	TikTok	1	7.654
Alcaldía Mayor de Bogotá	Facebook	132	7.496
Blu Radio (@bluradioco)	TikTok	1	7.035
Alcaldía Mayor de Bogotá	Instagram	17	7.029

Publicaciones por red social



Interacciones por red social



Publicaciones destacadas

Autor	Plataforma	Contenido de la publicación	Interacciones	Enlace
ÚLTIMA HORA COL (@ultimahoracol)	Instagram	¡Educación financiera desde el preescolar! Un proyecto de ley radicado en la Cámara de Representantes propone que todos los estudiantes colombianos, desde preescolar hasta grado once, reciban formación obligatoria sobre manejo del dinero, ahorro, crédito y toma de decisiones económicas. . La iniciativa, presentada por el representante Santiago Castro, busca crear el Programa Nacional de Educación Económica y Financiera para que niños y adolescentes aprendan a administrar mejor sus recursos y enfrenten con mayor	40.810	

Recomendaciones

Con base en los datos reportados en el informe de monitoreo semanal, se recomienda consolidar la presencia de la Secretaría General en medios digitales de alto tráfico y optimizar el aprovechamiento de espacios institucionales con elevado valor publicitario equivalente. Durante el periodo del 18 al 24 de julio de 2026, la figuración en medios tradicionales alcanzó un total de 1.035 notas distribuidas en 155 medios de comunicación, generando una audiencia estimada de más de 215,9 millones de impactos y un Costo Publicitario Equivalente (CPE) cercano a los $9.930 millones.

Dado que el 78,9 % de los contenidos tradicionales se publicaron en portales de Internet (817 notas) y que los medios de Tier 1 sumaron 656 registros, resulta prioritario estrechar alianzas de difusión y coordinar un flujo constante de información directa hacia plataformas líderes como Bogota.gov.co, Msn.com, Eltiempo.com y Pulzo.com para garantizar un posicionamiento consistente.

Se sugiere establecer una estrategia preventiva de contención frente a temas con potencial de sesgo negativo o crítico y potenciar la agenda de logros institucionales. En la cobertura semanal, la agenda temática estuvo marcada por el rechazo al caso del vehículo en un puente peatonal (87 notas), seguido por discusiones del entorno político (53 notas), los avances del metro (44 notas), el Desfile del 20 de julio (36 notas) y el debate sobre la apertura del Hospital San Juan de Dios (34 notas).

Respecto al impacto, se identificó un 60,48 % de información neutra (626 notas), un 35,9 % positiva (372 notas) y un 3,57 % negativa (37 notas, vinculada principalmente a cuestionamientos sobre la construcción de centros de reclusión). Para sostener una reputación estable, se aconseja incrementar los boletines e intervenciones sobre el Índice de Desempeño Institucional y el avance de obras públicas, reforzando la producción de contenidos sobre proyectos y programas, dado que la información general agrupó 476 publicaciones frente a 419 enfocadas en programas y servicios y 140 estrictamente institucionales.

En el ecosistema digital se recomienda enfocar los esfuerzos de difusión en plataformas con alta capacidad de viralización y respuesta del público. Durante la semana se monitorearon 4.138 publicaciones en redes sociales, con un alcance estimado de 23,99 millones de usuarios y un total de 229.681 interacciones. A pesar de que la red X concentró la mayor cantidad de menciones (2.208 publicaciones y 62.383 interacciones), la plataforma Instagram generó el mayor volumen global de interacciones (105.549) impulsada por contenidos informativos y de opinión de alto impacto.

Teniendo en cuenta que la conversación presentó un 72,96 % de sentimiento neutro y un 24,65 % negativo, se propone consolidar el relacionamiento con cuentas de gran alcance (como Última Hora Col, El Tiempo y cuentas institucionales de alta visibilidad) e integrar piezas en formato Reels y video interactivo para mitigar el sesgo crítico y fortalecer la percepción positiva de las acciones distritales.



Informe de monitoreo y análisis de medios

18 al 24 de julio 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