







Informe de monitoreo y análisis de medios

29 de agosto al 4 de septiembre 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
1.213	222	253.482.589	$13.528.120.429

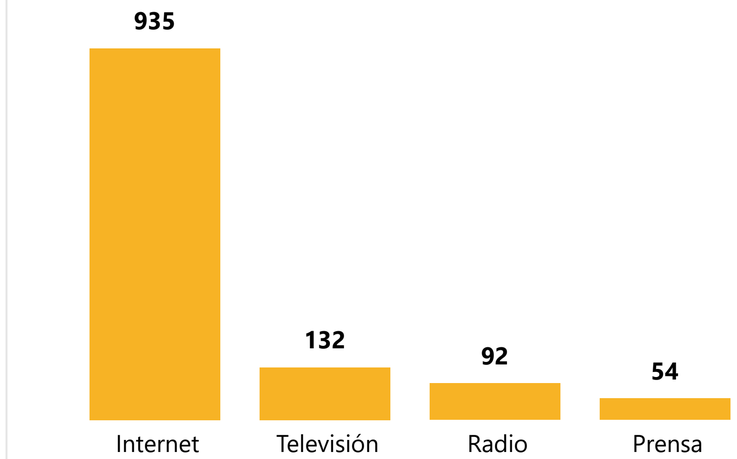
Segmentación por tipo de medio

Internet | Prensa | Radio | Televisión

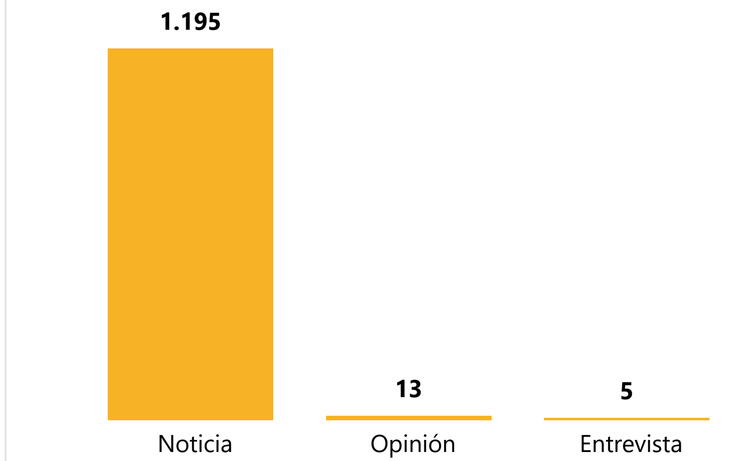
Entre el 29 de agosto y el 4 de septiembre de 2026, el 77,1 % de los contenidos de interés para la **Secretaría General de la Alcaldía de Bogotá** se publicaron en medios de Internet; seguido por televisión con el 10,9 %; radio con el 7,6 % y prensa con el 4,5 %.

Los medios tier 1 obtuvieron la mayor difusión con más de 770 notas.

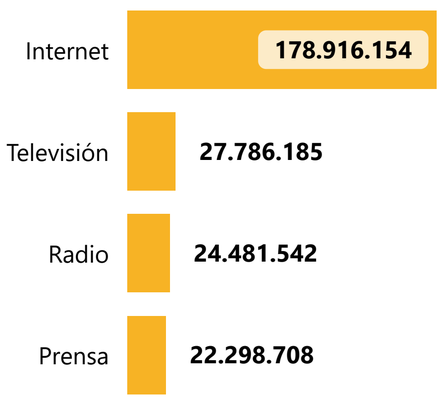
Figuración por tipo de medio



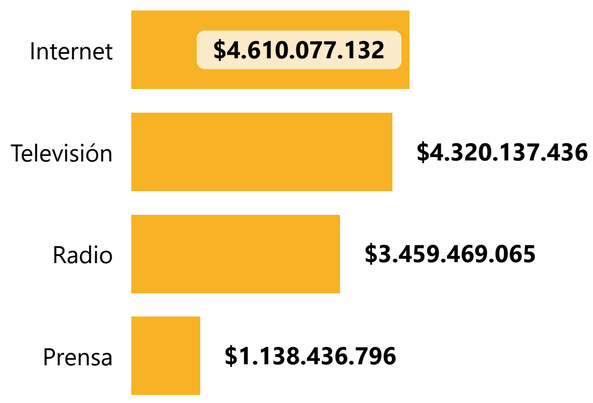
Género de la información



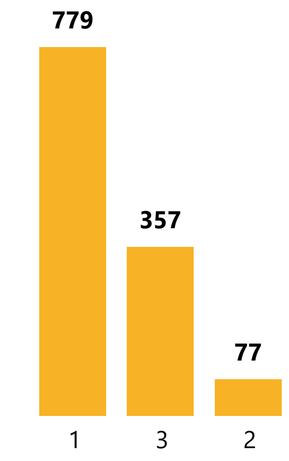
Audiencia estimada



Costo Publicitario Equivalente (CPE)



Tier de la información



Listado de medios

NOMBRE DE MEDIO	NOTAS	AUDIENCIA	CPE
Pulzo.com	62	14.293.480	$1.550.000.000
Eltiempo.com	52	45.489.080	$181.000.000
Bogota.gov.co	49	6.181.448	$59.164.531
Infobae.com	46	41.116.870	$244.591.320
City TV	38	3.142.260	$829.367.664
Msn.com	38	5.378.900	$172.129.533
Semana.com	37	22.932.822	$414.400.000
Co.headtopics.com	36	322.452	$40.386.229
Blu Radio	25	10.949.000	$1.676.472.998
Noticiasrcn.com	24	3.274.776	$115.200.000
Canal Caracol	22	18.059.180	$1.747.700.810

Temas e impacto de la información

Notas	# de medios	Audiencia estimada	CPE aproximado
1.213	222	253.482.589	$13.528.120.429

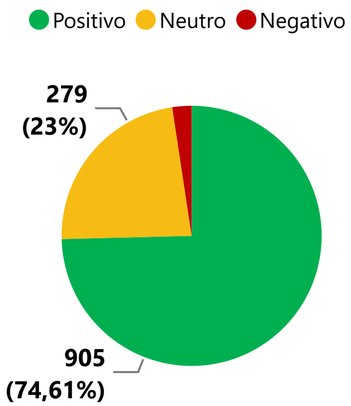
Segmentación por tipo de medio: Internet | Prensa | Radio | Televisión

Segmentación por tono: Positivo | Neutro | Negativo

Temas de la información

TEMA	NOTAS
Visita del presidente al Metro	155
Avance del Metro	88
Encuentro de alcaldes de la red de ciudades del BID	62
Petronio Álvarez en feria del hogar	62
Aprobación de crédito del BID	53
Foto referencial	37
Posible racionamiento de energía	33
Sanciones por disturbios en El Campín	30
Entorno político	29
Alianza con Mercado Libre	23

Tono de la información



Listado de medios

NOMBRE DE MEDIO	NOTAS	AUDIENCIA	CPE
Pulzo.com	62	14.293.480	$1.550.000.000
Eltiempo.com	52	45.489.080	$181.000.000
Bogota.gov.co	49	6.181.448	$59.164.531
Infobae.com	46	41.116.870	$244.591.320
City TV	38	3.142.260	$829.367.664
Msn.com	38	5.378.900	$172.129.533
Semana.com	37	22.932.822	$414.400.000
Co.headtopics.com	36	322.452	$40.386.229
Blu Radio	25	10.949.000	$1.676.472.998
Noticiasrcn.com	24	3.274.776	$115.200.000

Género de la información



Información positiva

La información positiva se centró principalmente en las noticias relacionadas con la visita del presidente Abelardo De La Espriella al Metro de Bogotá, la cual se dio el 2 de septiembre; también se destacaron noticias relacionadas al avance del Metro y el anuncio del inicio de su operación en 2028.

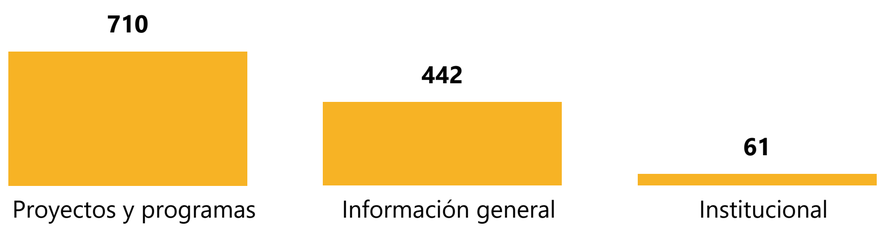
Información neutra

La información se concentró mayoritariamente en la aparición de fotos de autoría de la alcaldía y de la advertencia sobre un posible racionamiento de energía en la ciudad.

Información negativa

La información negativa se relacionó mayoritariamente con las críticas a las cámaras de fotomultas, Infobae.com publicó: "El ministro del Interior, Rodrigo Lara, confrontó públicamente a la Alcaldía de Bogotá por el manejo de las cámaras de fotodetección, conocidas como fotomultas, y criticó lo que calificó como recaudo abusivo a través de estas sanciones. Lara expresó: "Las ciudades como Bogotá no pueden convertir la seguridad vial en un negocio contra el ciudadano. Esta batalla la he librado durante años en Bogotá. Hoy, por voluntad del presidente, la vamos a ganar". En Bogotá, la Secretaría Distrital de Movilidad administra actualmente más de 120 cámaras de fotomultas, y la reciente instalación de 18 nuevos dispositivos en corredores principales reavivó la polémica. De acuerdo con la Secretaría, la medida busca reducir la accidentalidad, pero desde el Gobierno nacional se cuestiona su verdadero impacto y el incremento en la cantidad de sanciones económicas para los conductores".

Tipo de información



Estadística de menciones y alcance

Publicaciones	Interacciones	Alance estimado
18.746	248.446	45.601.913

Entre el 29 de agosto y el 4 de septiembre 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 97,4 % de los contenidos; seguido por Facebook con el 1,6 %. YouTube con el 0,7 %, finalmente Instagram con el 0,2 %.

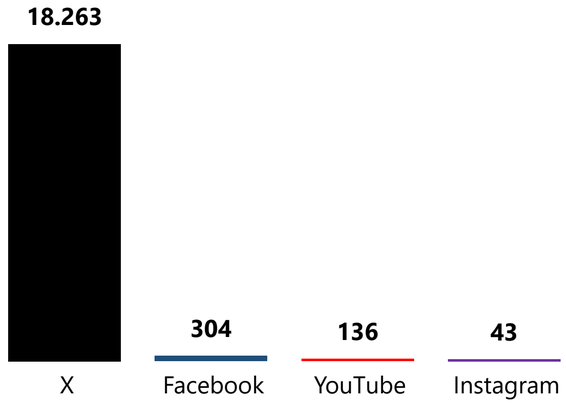
El 2 de septiembre se evidenció el mayor pico de alcance de los contenidos, destacándose la publicación en Instagram de ultimahoracol, la cual destaca:

"En la mañana de este miércoles 2 de septiembre, el presidente Abelardo de la Espriella visitó las obras de la primera línea del Metro de Bogotá junto al alcalde Carlos Fernando Galán. Durante el recorrido, ratificó su compromiso con la terminación de esta etapa y con el avance de las líneas dos y tres".

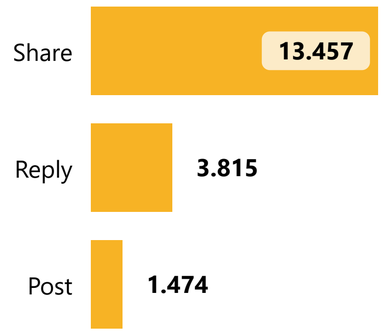
Segmentación por red social: Facebook | Instagram | X | YouTube

Segmentación por sentimiento: Positivo | Neutro | Negativo

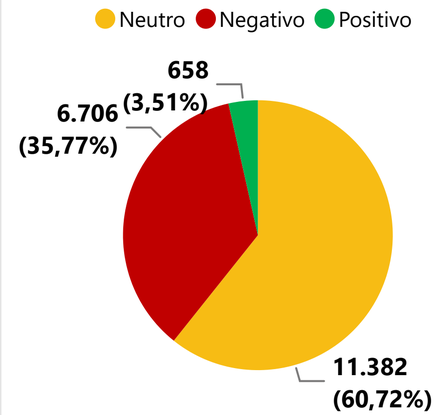
Publicaciones por red social



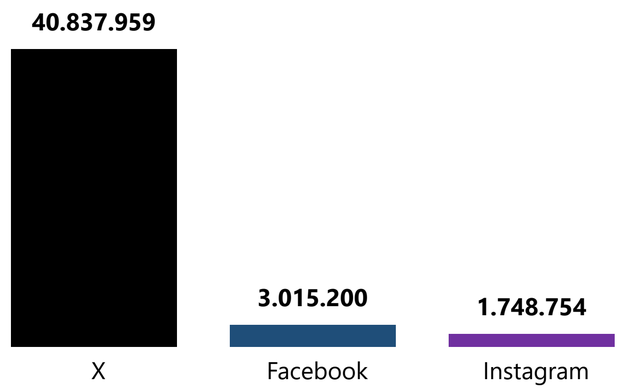
Tipo de contenido



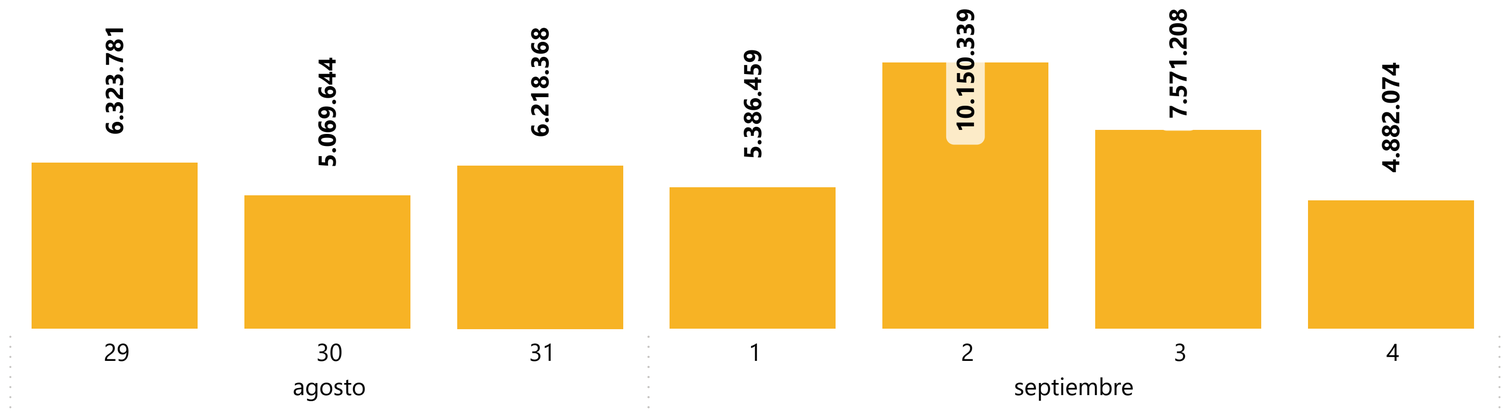
Sentimiento



Alcance estimado



Alcance estimado por día



YouTube no presenta sentimiento ni alcance*

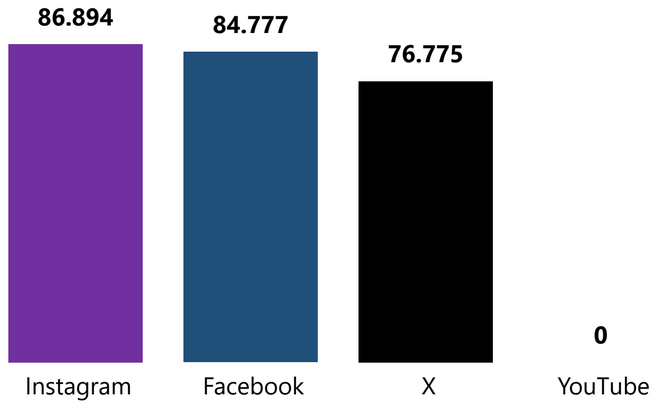
Interacciones

Publicaciones	Interacciones
18.746	248.446

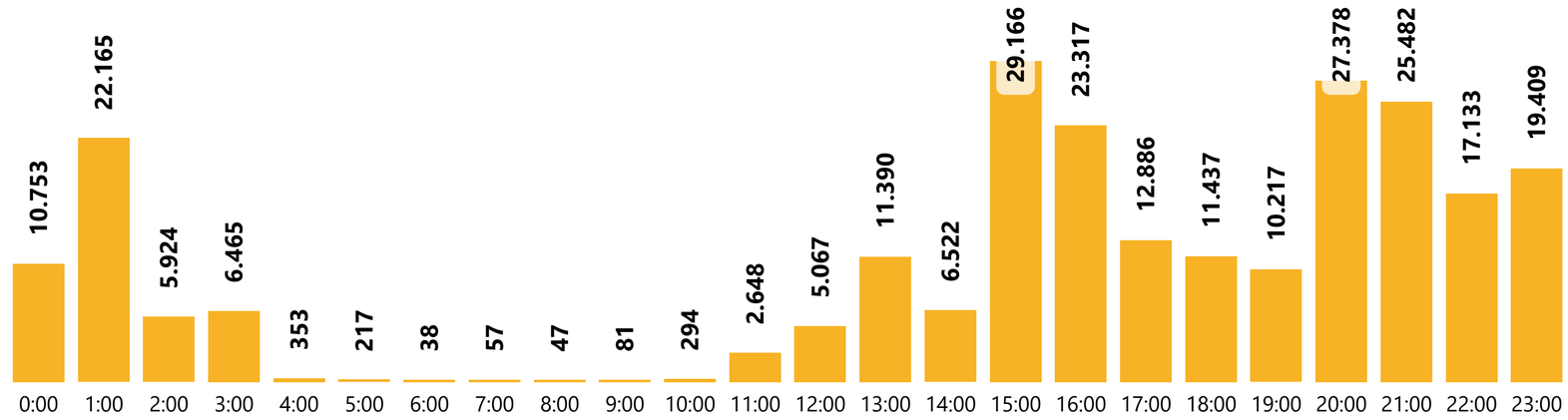
Segmentación por red social: Facebook | Instagram | X | YouTube

Segmentación por sentimiento: Positivo | Neutro | Negativo

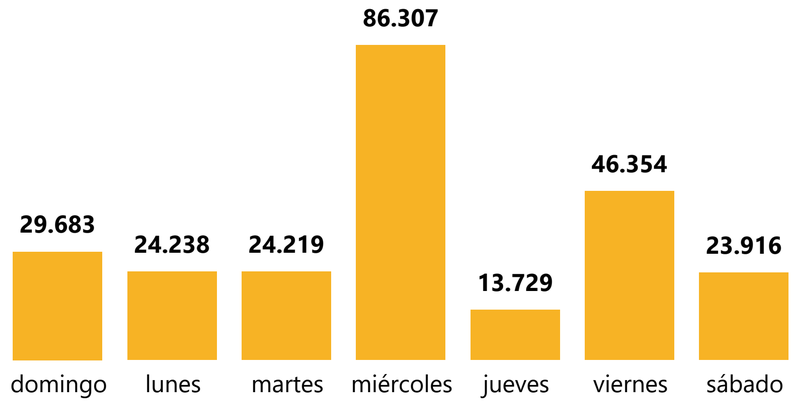
Interacciones por red social



Interacciones por hora



Interacciones por día de la semana



Publicaciones destacadas

Autor	Plataforma	Contenido de la publicación	Interacciones	Enlace
ultimahoracol	Instagram	Hoy vivimos la tercera emisión de Buen Despertar, el espacio de Última Hora Col para comenzar el día informados y al tanto de las noticias y temas que marcan la agenda. . ¿Te la perdiste? Puedes verla completa en nuestro canal de YouTube y ponerte al día con las noticias y temas que marcaron la jornada. Nos encontramos todos los miércoles y viernes desde las 8:00 a. m. en Buen Despertar. . En la mañana de este miércoles 2 de septiembre, el presidente Abelardo de la Espriella visitó las obras de la primera línea del Metro de Bogotá junto al alcalde Carlos Fernando Galán. Durante el recorrido, ratificó su compromiso con la terminación de esta etapa y con el avance de las líneas dos y tres. . Durante la rueda de prensa, De la Espriella dio su compromiso para avanzar hasta la línea 4. “Hoy quiero ratificar ante ustedes mi compromiso de terminar la línea 1, avanzar en las líneas 2 y 3 y	18.544	

Análisis de la conversación

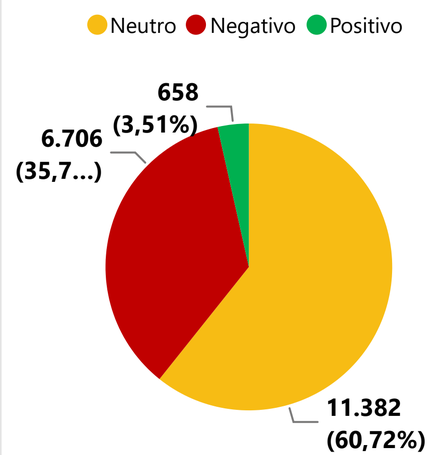
Publicaciones	Interacciones
18.746	248.446

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

Segmentación por sentimiento: Positivo | Neutro | Negativo



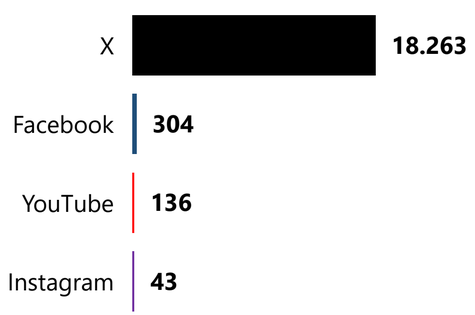
Sentimiento



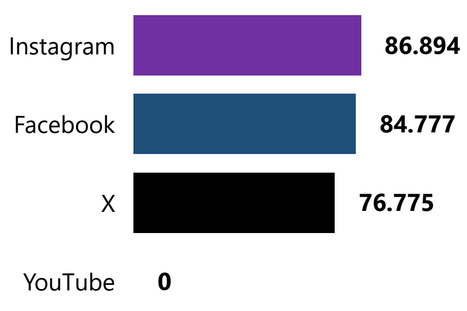
Principales influenciadores

Autor	Plataforma	Publicaciones	Interacciones
eltiempo	Instagram	3	20.316
ultimahoracol	Instagram	1	18.544
machecor	X	1	12.053
RED+ Noticias	Facebook	19	11.735
Danielbricen	X	3	9.218
Tercer Canal	Facebook	1	7.565
Noticias Caracol	Facebook	3	7.345
revistasemana	Instagram	1	6.980
canaltrececo	Instagram	1	6.938
La Lengua Caribe	Facebook	2	5.922
noticiascaracol	Instagram	1	5.696

Publicaciones por red social



Interacciones por red social



Publicaciones destacadas

Autor	Plataforma	Contenido de la publicación	Interacciones	Enlace
ultimahoracol	Instagram	Hoy vivimos la tercera emisión de Buen Despertar, el espacio de Última Hora Col para comenzar el día informados y al tanto de las noticias y temas que marcan la agenda. . ¿Te la perdiste? Puedes verla completa en nuestro canal de YouTube y ponerte al día con las noticias y temas que marcaron la jornada. Nos encontramos todos los miércoles y viernes desde las 8:00 a. m. en Buen Despertar. . En la mañana de este miércoles 2 de septiembre, el presidente Abelardo de la Espriella visitó las obras de la primera línea del Metro de Bogotá junto al alcalde Carlos Fernando Galán. Durante el recorrido, ratificó su	18.544	

Recomendaciones

Con base en los datos reportados en el informe de monitoreo semanal, se recomienda aprovechar especialmente los medios Tier 1, que concentraron 779 publicaciones, mediante vocerías estratégicas, entrevistas y entrega de información de contexto que permita que la presencia de la Administración no dependa exclusivamente de coyunturas externas.

La estrategia debe priorizar el ecosistema digital, sin descuidar radio y televisión. Internet concentró el 77,1 % de la cobertura y 178,9 millones de impactos, por lo que resulta conveniente desarrollar contenidos institucionales diseñados específicamente para medios digitales: datos visuales, declaraciones breves, piezas explicativas y contenidos de fácil reproducción. Al mismo tiempo, televisión y radio generaron 27,8 millones y 24,5 millones de impactos, respectivamente, lo que evidencia la importancia de mantener una estrategia de vocería adaptada a estos formatos.

El Metro de Bogotá representa una oportunidad clara para fortalecer una narrativa de resultados. La visita del presidente al Metro generó 155 menciones, mientras que los avances del proyecto alcanzaron 88 notas, convirtiéndose en dos de los asuntos de mayor visibilidad del periodo. Se recomienda aprovechar estas coyunturas para comunicar avances verificables (hitos de obra, cronogramas, porcentajes de ejecución, próximos pasos y beneficios esperados) y convertir una noticia puntual en una narrativa sostenida de gestión y cumplimiento.

Frente a los contenidos negativos, es prioritario implementar una estrategia preventiva alrededor de las cámaras de fotodetección, tema que concentró buena parte de las críticas identificadas. El informe señala cuestionamientos relacionados con un supuesto recaudo abusivo y con el impacto de las sanciones. Se recomienda anticipar estas conversaciones mediante contenidos pedagógicos que expliquen el propósito de las cámaras, los criterios para su ubicación y, sobre todo, cifras que permitan demostrar su impacto en seguridad vial. La respuesta debe ser rápida, sustentada en datos y orientada a resolver las principales dudas ciudadanas, evitando que terceros definan completamente el marco de interpretación.

En redes sociales, la prioridad debería pasar de generar volumen a generar interacción de calidad. X concentró el 97,4 % de las publicaciones, con 18.263 contenidos, pero Instagram registró 86.894 interacciones y Facebook 84.777, frente a 76.775 en X. Esto sugiere una oportunidad para utilizar X principalmente como canal de coyuntura, información inmediata y amplificación, mientras Facebook e Instagram pueden concentrar videos cortos, carruseles, infografías y testimonios que expliquen la gestión y estimulen la conversación ciudadana.



Informe de monitoreo y análisis de medios

29 de agosto al 4 de septiembre 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