







Informe de monitoreo y análisis de medios

12 al 18 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
1.214	199	277.110.119	$14.824.669.098

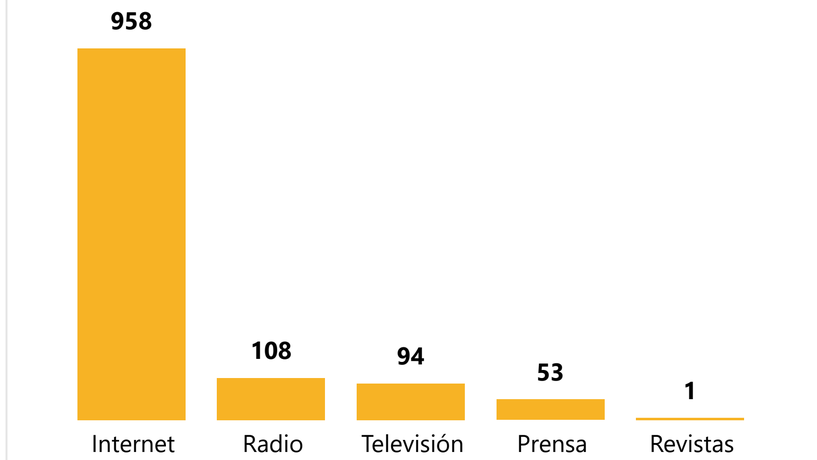
Segmentación por tipo de medio

Internet | Prensa | Radio | Revistas | Televisión

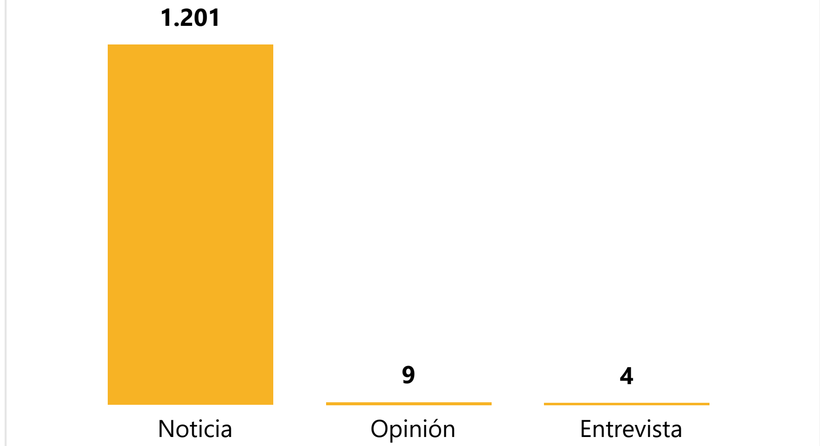
Entre el 12 y el 18 de septiembre de 2026, el 78,9 % de los contenidos de interés para la **Secretaría General de la Alcaldía de Bogotá** se publicaron en medios de Internet; seguido por radio con el 8,9 %; televisión con el 7,7 %, prensa con el 4,4 % y revistas con el 0,1 %.

Los medios tier 1 obtuvieron la mayor difusión con más de 800 notas.

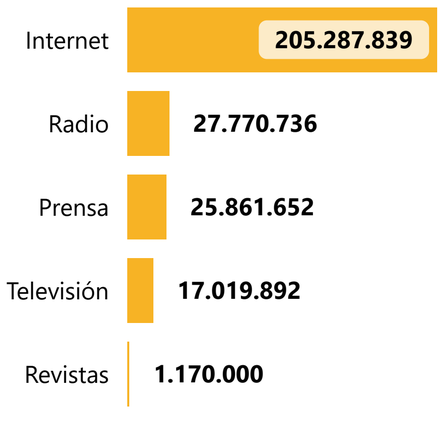
Figuración por tipo de medio



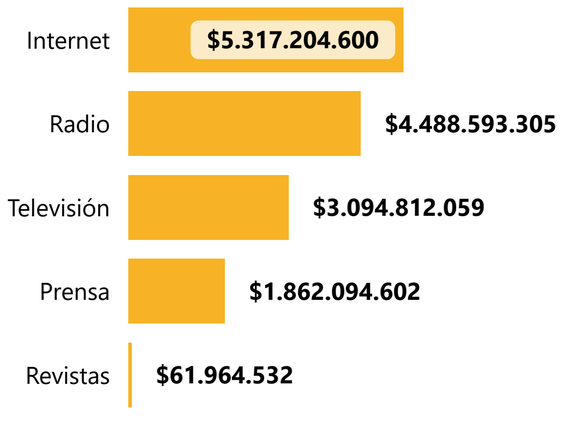
Género de la información



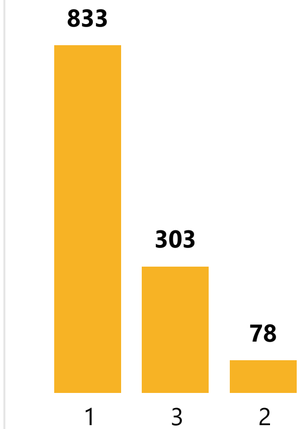
Audiencia estimada



Costo Publicitario Equivalente (CPE)



Tier de la información



Listado de medios

NOMBRE DE MEDIO	NOTAS	AUDIENCIA	CPE
Pulzo.com	81	21.403.197	$2.025.000.000
Bogota.gov.co	58	8.464.810	$65.666.088
Eltiempo.com	50	46.452.300	$174.400.000
Infobae.com	47	42.010.715	$268.432.950
Msn.com	47	6.652.850	$212.897.053
Semana.com	44	29.991.896	$492.800.000
Co.headtopics.com	39	349.440	$45.589.399
City TV	26	2.284.920	$549.924.424
Noticiasrcn.com	26	2.761.980	$124.800.000
Caracol Radio	25	10.097.500	$1.675.853.355
Elnuevosiglo.com.co	24	252.264	$7.383.984

Temas e impacto de la información

Notas	# de medios	Audiencia estimada	CPE aproximado
1.214	199	277.110.119	$14.824.669.098

Segmentación por tipo de medio

Internet | Prensa | Radio | Revistas | Televisión

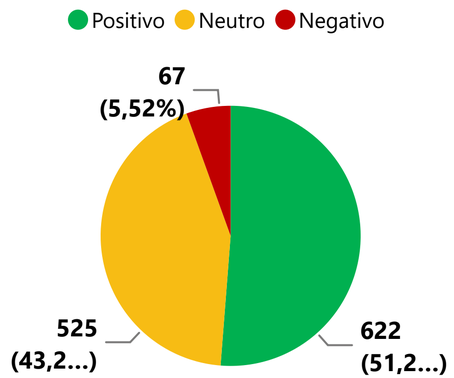
Segmentación por tono

Positivo | Neutro | Negativo

Temas de la información

TEMA	NOTAS
Desaparición de menores	95
Entorno político	62
Asesinato del guardia de TransMilenio	56
Racionamiento de agua	53
TransmiCable en San Cristobal	53
Transbordo en Transmilenio	45
Avances del Metro	44
Muerte de vigilante de Transmilenio	40
Foto referencial	36
Reforma tributaria de Bogotá	36

Tono de la información



Listado de medios

NOMBRE DE MEDIO	NOTAS	AUDIENCIA	CPE
Pulzo.com	81	21.403.197	$2.025.000.000
Bogota.gov.co	58	8.464.810	$65.666.088
Eltiempo.com	50	46.452.300	$174.400.000
Infobae.com	47	42.010.715	$268.432.950
Msn.com	47	6.652.850	$212.897.053
Semana.com	44	29.991.896	$492.800.000
Co.headtopics.com	39	349.440	$45.589.399
City TV	26	2.284.920	$549.924.424
Noticiasrcn.com	26	2.761.980	$124.800.000
Caracol Radio	25	10.097.500	$1.675.853.355

Género de la información



Información positiva

La información positiva se centró principalmente en las noticias relacionadas con los avances de distintas obras en la ciudad, destacándose principalmente el avance del Transmicable de San Cristóbal, el cual está en proceso de entrega y empalme con Transmilenio. Los reportes sobre los avances de Metro ocuparon el segundo lugar en cuanto a cantidad de notas.

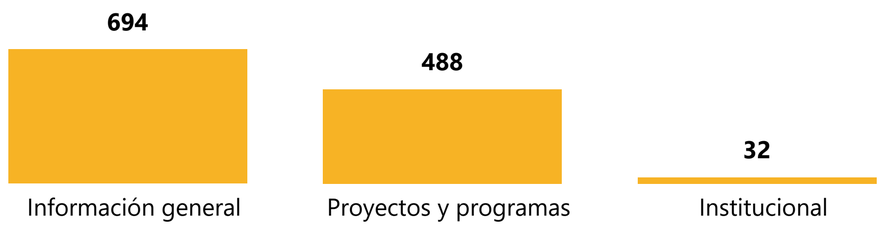
Información neutra

La información se concentró mayoritariamente en noticias donde se expresó la preocupación por las recientes desapariciones de menores de edad y el aumento de estos casos en la ciudad de Bogotá.

Información negativa

La información negativa se relacionó mayoritariamente con las críticas a la reforma tributaria, Extra Bogotá publicó: "La venta de carros nuevos en Bogotá podría enfrentar cambios si avanza una reforma al Impuesto de Industria y Comercio, ICA. El proyecto que estudia el Concejo plantea modificar las tarifas que pagan las empresas que venden vehículos. La alerta fue lanzada por Andrés Chaves, presidente de la Asociación Nacional de Movilidad Sostenible, Andemos, quien considera que parte del mayor costo tributario termine reflejada en el valor de los automotores. De ocurrir esto, los compradores tendrían que asumir precios más altos, aunque no existe una cifra oficial para calcular cuánto subiría cada modelo. El cambio tampoco significa que todos los vehículos vayan a aumentar en el mismo porcentaje. El ICA se cobra sobre los ingresos de las empresas y el efecto dependerá de factores como ventas, márgenes y decisiones comerciales de cada concesionario".

Tipo de información



Estadística de menciones y alcance

Publicaciones	Interacciones	Alance estimado
20.230	235.218	42.398.865

Entre el 12 y el 18 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 97,3 % de los contenidos; seguido por Facebook con el 1,7 %. YouTube con el 0,8 %, finalmente Instagram con el 0,2 %.

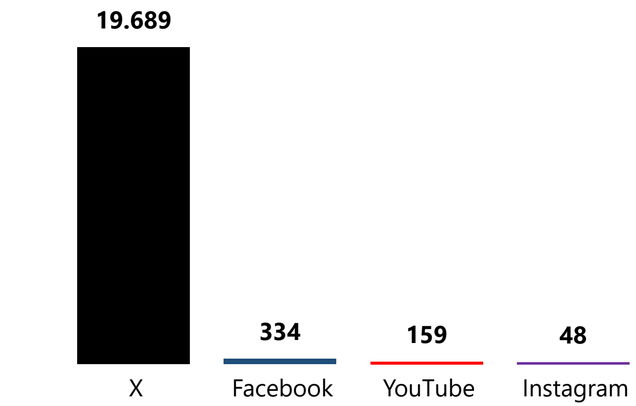
El 18 de septiembre se evidenció el mayor pico de alcance de los contenidos, destacándose la publicación en Instagram de mafecarrascalr, la cual destaca:

"Alcalde Galán, la Alcaldía de Bogotá tiene que responder. En este momento se adelanta un desalojo en Zona Franca, Fontibón, contra la Fundación Casa Hogar Animales Callejeros Fontibón. En el operativo intervino el ESMAD y la comunidad reporta al menos cuatro personas heridas. ¿Qué está pasando? ¿Quién ordenó este operativo? ¿Con qué fundamento? ¿Por qué se

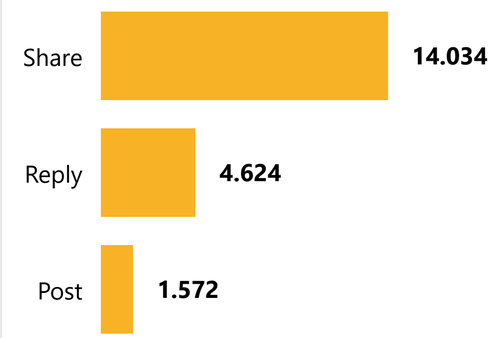
Segmentación por red social: Facebook | Instagram | X | YouTube

Segmentación por sentimiento: Positivo | Neutro | Negativo

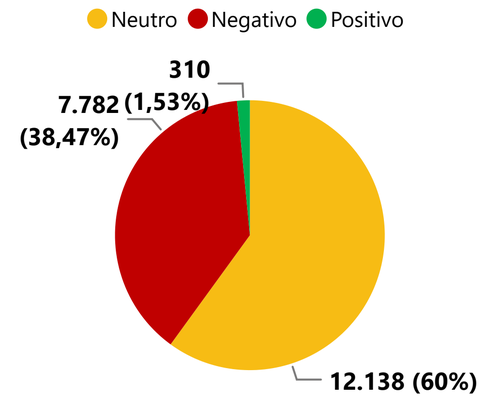
Publicaciones por red social



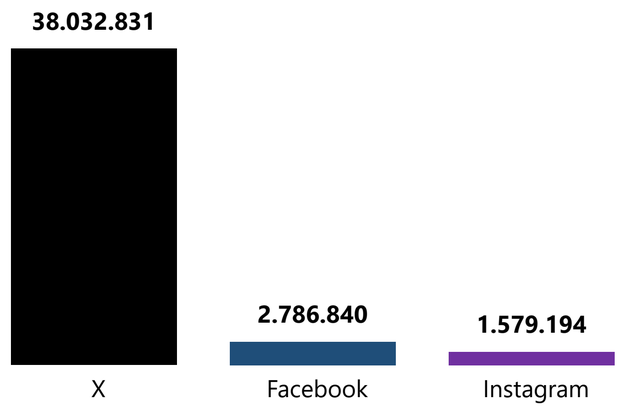
Tipo de contenido



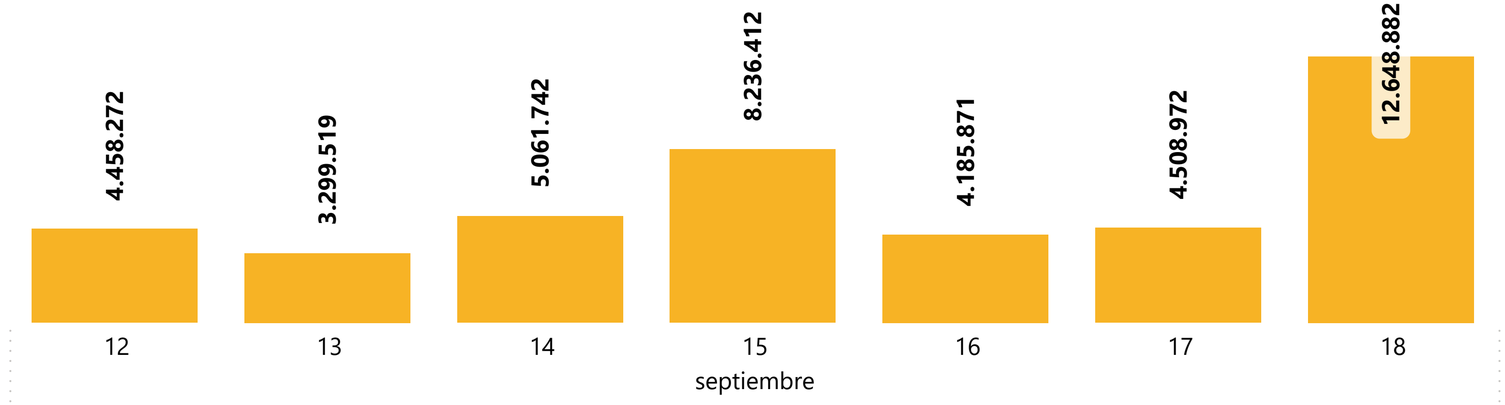
Sentimiento



Alcance estimado



Alcance estimado por día



YouTube no presenta sentimiento ni alcance*

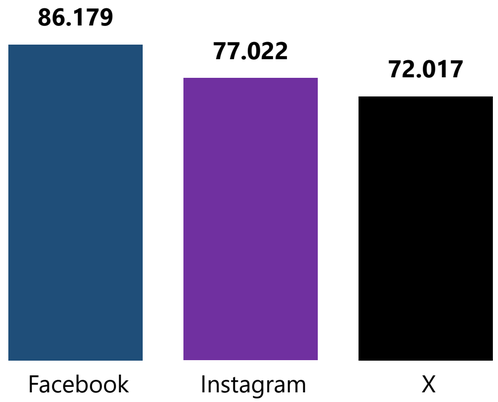
Interacciones

Publicaciones	Interacciones
20.230	235.218

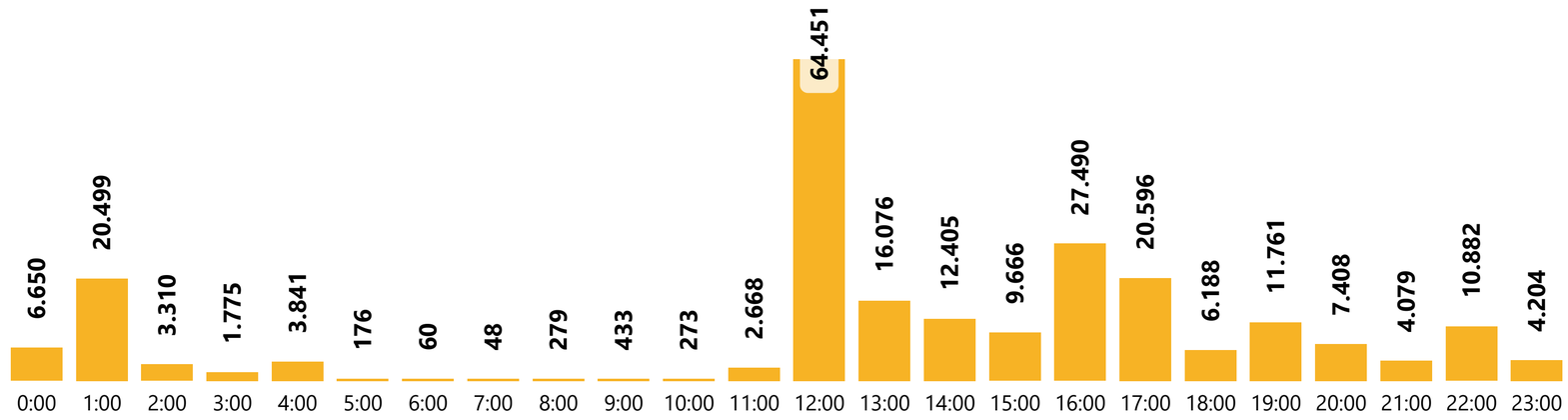
Segmentación por red social: Facebook | Instagram | X | YouTube

Segmentación por sentimiento: Positivo | Neutro | Negativo

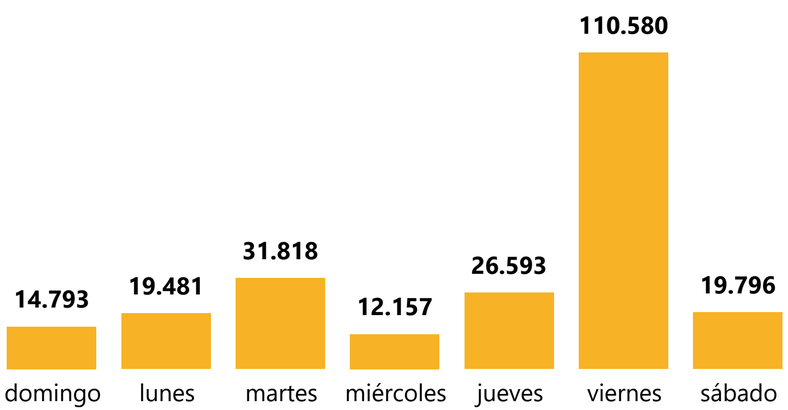
Interacciones por red social



Interacciones por hora



Interacciones por día de la semana



Publicaciones destacadas

Autor	Plataforma	Contenido de la publicación	Interacciones	Enlace
mafecarrascalr	Instagram	🚨 Alcalde Galán, la Alcaldía de Bogotá tiene que responder. En este momento se adelanta un desalojo en Zona Franca, Fontibón, contra la Fundación Casa Hogar Animales Callejeros Fontibón. En el operativo intervino el ESMAD y la comunidad reporta al menos cuatro personas heridas. ¿Qué está pasando? ¿Quién ordenó este operativo? ¿Con qué fundamento? ¿Por qué se llegó al uso de la fuerza y quién responde por las personas heridas?	29.821	
Mafe Carrascal	Facebook	🚨 Alcalde Galán, la Alcaldía de Bogotá tiene que responder. En este momento se adelanta un desalojo en Zona Franca, Fontibón, contra la Fundación Casa Hogar Animales Callejeros Fontibón. En el operativo intervino el ESMAD y la comunidad reporta al menos cuatro personas heridas. ¿Qué está pasando? ¿Quién ordenó este operativo? ¿Con qué	19.659	

Análisis de la conversación

Publicaciones 20.230

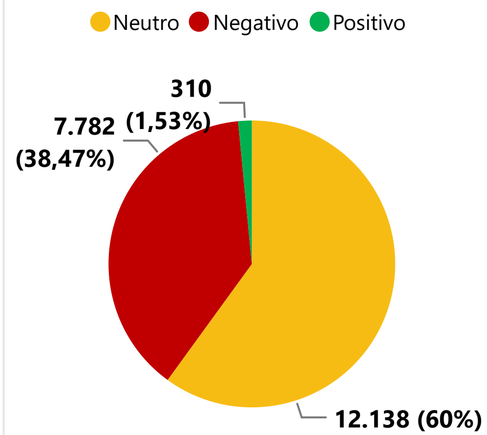
Interacciones 235.218

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

Segmentación por sentimiento: Positivo | Neutro | Negativo



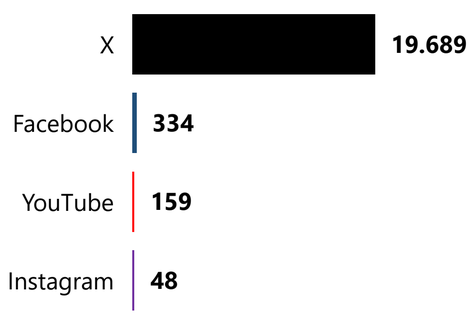
Sentimiento



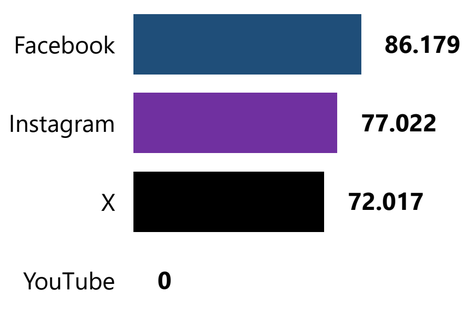
Principales influenciadores

Autor	Plataforma	Publicaciones	Interacciones
mafecarrascalr	Instagram	1	29.821
Mafe Carrascal	Facebook	1	19.659
mariajimenaduzan	Instagram	1	12.107
ELTIEMPO	Instagram	1	10.604
Carlos Fernando Galán	Facebook	1	6.678
elpatrulleroefra	Instagram	2	6.226
Alerta Bogotá	Facebook	7	6.075
Jardín Botánico de Bogotá	Facebook	3	5.625
MafeCarrascal	X	2	5.595
La Exitosa Radio	Facebook	1	5.501
redmasnoticias	Instagram	1	5.055

Publicaciones por red social



Interacciones por red social



Publicaciones destacadas

Autor	Plataforma	Contenido de la publicación	Interacciones	Enlace
mafecarrascalr	Instagram	🚨 Alcalde Galán, la Alcaldía de Bogotá tiene que responder. En este momento se adelanta un desalojo en Zona Franca, Fontibón, contra la Fundación Casa Hogar Animales Callejeros Fontibón. En el operativo intervino el ESMAD y la comunidad reporta al menos cuatro personas heridas. ¿Qué está pasando? ¿Quién ordenó este operativo? ¿Con qué fundamento? ¿Por qué se llegó al uso de la fuerza y quién responde por las personas heridas?	29.821	
Mafe Carrascal	Facebook	🚨 Alcalde Galán, la Alcaldía de Bogotá tiene que responder. En este momento se adelanta un desalojo en Zona Franca,	19.659	

Recomendaciones

Con base en los datos reportados en el informe de monitoreo semanal, se recomienda fortalecer una estrategia de comunicación institucional que combine mayor proactividad en medios, pedagogía frente a temas sensibles y contenidos digitales orientados a la interacción. Durante la semana se registraron 1.214 notas en 199 medios, con una audiencia estimada de 277,1 millones de impactos, y el 78,9 % de la cobertura se concentró en Internet. Esta alta exposición representa una oportunidad para que la Secretaría General no dependa únicamente de la coyuntura, sino que genere contenidos propios que posicionen avances, resultados y beneficios concretos de la gestión. En particular, conviene priorizar medios de alta influencia: los medios Tier 1 concentraron 833 publicaciones, por lo que pueden ser un espacio estratégico para entrevistas, declaraciones de contexto y entrega de información técnica que permita instalar los mensajes institucionales con mayor claridad.

Frente a los temas de mayor sensibilidad, es recomendable implementar una comunicación preventiva y pedagógica, especialmente alrededor de asuntos que pueden generar preocupación ciudadana. La desaparición de menores fue el tema con mayor número de menciones, con 95 registros, seguido por entorno político con 62, el asesinato del guardia de TransMilenio con 56 y el racionamiento de agua con 53. A esto se suma la reforma tributaria de Bogotá, que registró 36 notas y estuvo asociada a contenidos negativos relacionados con posibles modificaciones al ICA. En estos casos, la estrategia debería anticiparse a la conversación mediante preguntas frecuentes, datos verificables, piezas explicativas y voceros técnicos, de manera que la información institucional esté disponible antes de que la discusión sea dominada por interpretaciones o posiciones de terceros.

Los proyectos de infraestructura ofrecen, por su parte, una oportunidad para construir una narrativa sostenida de resultados. Los avances del TransmiCable de San Cristóbal generaron 53 notas y los avances del Metro 44, ubicándose entre los asuntos relevantes de la semana. Más que comunicar cada novedad de manera aislada, sería conveniente estructurar una línea narrativa acumulativa que presente periódicamente porcentajes de avance, hitos alcanzados, próximos pasos, cronogramas y beneficios concretos para los ciudadanos. Esto permitiría convertir la cobertura coyuntural de las obras en una comunicación institucional más consistente y facilitaría que los ciudadanos comprendan cómo cada avance se relaciona con el resultado final de los proyectos.

En redes sociales, la estrategia debería diferenciar claramente los objetivos de cada plataforma. X concentró el 97,3 % de las publicaciones de interés, con 19.689 registros, y alcanzó aproximadamente 38 millones de visualizaciones; sin embargo, Facebook, Instagram y X presentaron niveles de interacción más equilibrados: 86.179 en Facebook, 77.022 en Instagram y 72.017 en X. Esto sugiere que el volumen de publicaciones no necesariamente determina dónde se genera mayor interacción. Por ello, X puede mantenerse como canal prioritario para información inmediata, coyuntura y respuesta rápida, mientras que Facebook e Instagram pueden potenciar contenidos audiovisuales y pedagógicos —videos cortos, carruseles, infografías y testimonios— diseñados específicamente para explicar decisiones, obras y servicios de la Administración.

Finalmente, resulta conveniente reforzar una estrategia de gestión de conversación y respuesta temprana. Aunque el sentimiento en redes fue principalmente neutro, con 60 %, el componente negativo alcanzó 38,47 %, mientras que el positivo apenas llegó al 1,53 %. Además, una publicación sobre un desalojo en Fontibón concentró 29.821 interacciones en Instagram y otra versión del mismo contenido alcanzó 19.659 en Facebook, mostrando cómo una coyuntura específica puede adquirir rápidamente alta visibilidad. En consecuencia, se recomienda establecer protocolos de monitoreo y respuesta para temas sensibles, con mensajes institucionales preparados, información verificable y voceros definidos, acompañados de contenidos que respondan directamente a las principales preguntas ciudadanas. El objetivo sería no solo reaccionar ante las conversaciones negativas, sino aumentar la presencia de información oficial y contextualizada en los momentos de mayor atención pública.



Informe de monitoreo y análisis de medios

12 al 18 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