







Informe de monitoreo y análisis de medios

19 al 25 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
1.361	178	285.072.192	$13.650.417.867

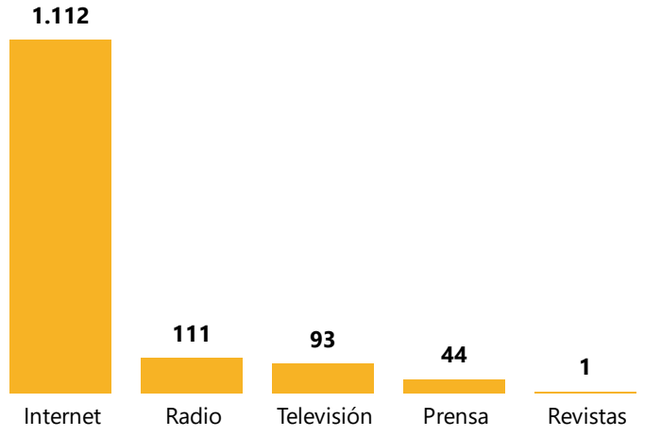
Segmentación por tipo de medio

Internet | Prensa | Radio | Revistas | Televisión

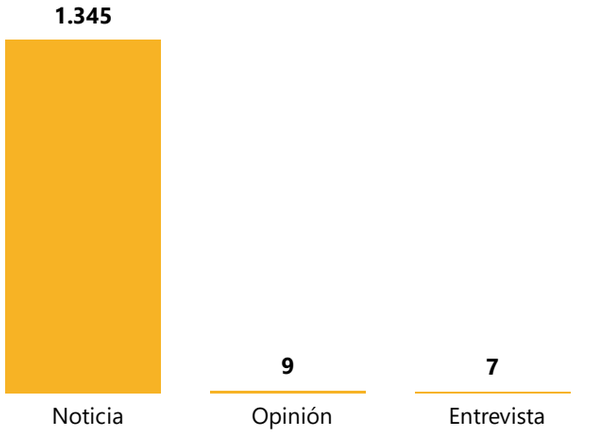
Entre el 19 y el 25 de septiembre de 2026, el 81,7 % de los contenidos de interés para la **Secretaría General de la Alcaldía de Bogotá** se publicaron en medios de Internet; seguido por radio con el 8,2 %; televisión con el 6,8 %, prensa con el 3,2 % y revistas con el 0,1 %.

Los medios tier 1 obtuvieron la mayor difusión con más de 900 notas.

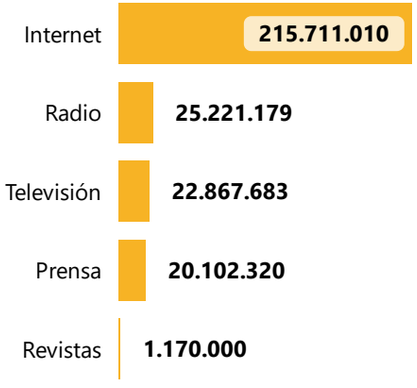
Figuración por tipo de medio



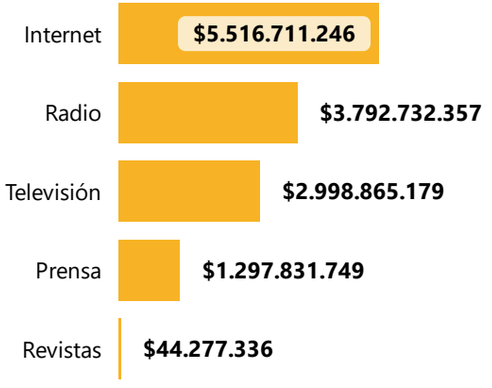
Género de la información



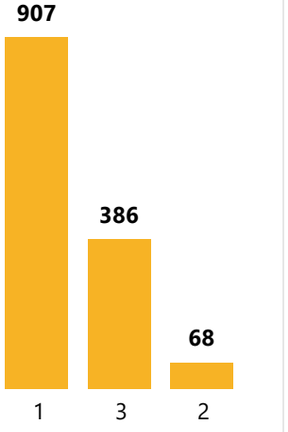
Audiencia estimada



Costo Publicitario Equivalente (CPE)



Tier de la información



Listado de medios

NOMBRE DE MEDIO	NOTAS	AUDIENCIA	CPE
Co.headtopics.com	101	904.960	$118.669.406
Msn.com	81	11.465.550	$366.907.685
Bogota.gov.co	70	10.216.150	$84.212.643
Pulzo.com	70	18.496.590	$1.750.000.000
Eltiempo.com	53	49.239.438	$183.500.000
Infobae.com	48	42.904.560	$256.145.960
Semana.com	41	27.946.994	$459.200.000
Elnuevosiglo.com.co	33	346.863	$10.152.978
Noticiasrcn.com	33	3.505.590	$158.400.000
Lafm.com.co	31	3.072.875	$121.737.000
City TV	30	2.522.520	$715.281.127
Caracol.com.co	28	10.292.548	$302.400.000

Temas e impacto de la información

Notas	# de medios	Audiencia estimada	CPE aproximado
1.361	178	285.072.192	$13.650.417.867

Segmentación por tipo de medio

Internet | Prensa | Radio | Revistas | Televisión

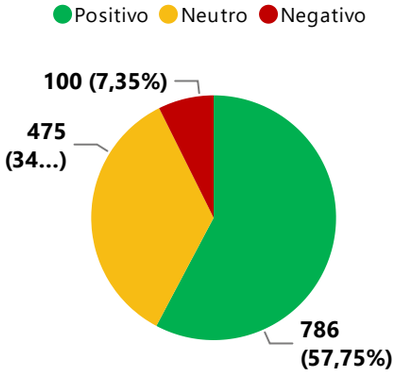
Segmentación por tono

Positivo | Neutro | Negativo

Temas de la información

TEMA	NOTAS
Reforma tributaria de Bogotá	228
Asesinato del guardia de TransMilenio	74
Ayudas en Villa de Leyva	66
Vigilancia al Metro	58
Entorno político	44
Recuperación del espacio público	38
Foto referencial	31
Cronograma de obras	29
Capturas	24
Circuito Regional Aeroportuario	24
Racionamiento de agua	21

Tono de la información



Listado de medios

NOMBRE DE MEDIO	NOTAS	AUDIENCIA	CPE
Co.headtopics.com	101	904.960	$118.669.406
Msn.com	81	11.465.550	$366.907.685
Bogota.gov.co	70	10.216.150	$84.212.643
Pulzo.com	70	18.496.590	$1.750.000.000
Eltiempo.com	53	49.239.438	$183.500.000
Infobae.com	48	42.904.560	$256.145.960
Semana.com	41	27.946.994	$459.200.000
Elnuevosiglo.com.co	33	346.863	$10.152.978
Noticiasrcn.com	33	3.505.590	$158.400.000
Lafm.com.co	31	3.072.875	$121.737.000
Citv TV	30	2.522.520	$715.281.127

Género de la información



Información positiva

La información positiva se centró principalmente en las noticias relacionadas con el avance de la reforma tributaria en el Concejo de Bogotá, la cual fue aprobada la semana pasada; la reforma propone un cambio en los impuestos, bajando tarifas para algunos sectores y aumentándolas para otros. Por otro lado, las ayudas para el control de los incendios en Villa de Leyva obtuvieron el segundo lugar en cuanto a notas.

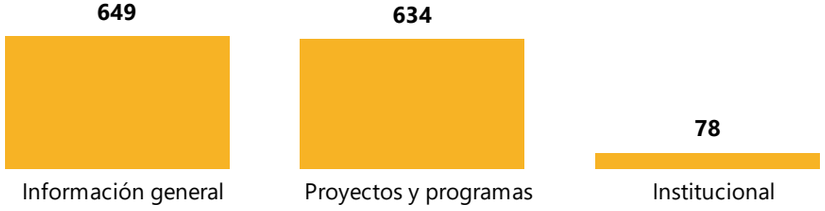
Información neutra

La información se concentró mayoritariamente en noticias con relación al asesinato de Cristian Garzón, un guardia de Transmilenio que fue asesinado en Soacha y las reacciones respecto al caso.

Información negativa

La información negativa se relacionó mayoritariamente con los hallazgos de la Contraloría General de la República en el Metro de Bogotá, Eltiempo.com publicó: "El contralor general, Jorge Laverde Vargas, ordenó un seguimiento permanente a la Primera Línea del Metro de Bogotá (PLMB) y activó la llamada 'competencia prevalente', una figura que le permite al ente de control asumir de manera integral la vigilancia fiscal de la obra, por encima de otros organismos de control. La medida responde a la magnitud de los recursos públicos en juego, pues la Nación financia el 67,81 % del proyecto, mientras que el Distrito Capital aporta el 32,19 % restante. El detonante técnico de la decisión son los retrasos detectados en la ejecución. Según el análisis de la entidad, con corte al 31 de agosto de 2026 el avance general del proyecto llegaba al 82,33 %, cuando lo programado era 86,79 %. La diferencia, un atraso del 4,46 %, podría parecer manejable a simple vista, pero, según la entidad, el desglose por componentes cuenta una historia distinta y más preocupante".

Tipo de información



Estadística de menciones y alcance

Publicaciones	Interacciones	Alance estimado
29.370	223.659	65.314.780

Entre el 19 y el 25 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 98,4 % de los contenidos; seguido por Facebook con el 1,2 %. YouTube con el 0,4 %, finalmente Instagram con el 0,1 %.

El 24 de septiembre se evidenció el mayor pico de alcance de los contenidos, destacándose la publicación en Facebook de Noticias Caracol, la cual destaca:

"El Concejo de Bogotá aprobó el cobro del alumbrado público en la capital del país. Estos son los detalles Siga la señal de Noticias Caracol en vivo".

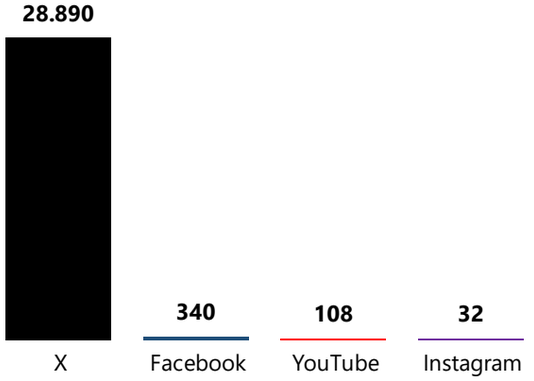
Segmentación por red social

Facebook | Instagram | X | YouTube

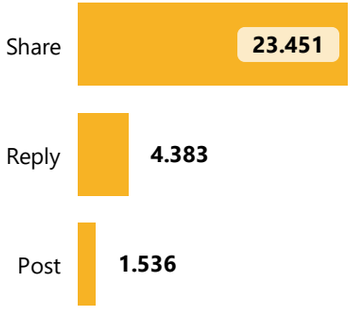
Segmentación por sentimiento

Positivo | Neutro | Negativo

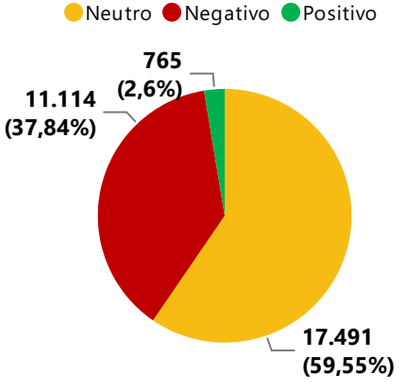
Publicaciones por red social



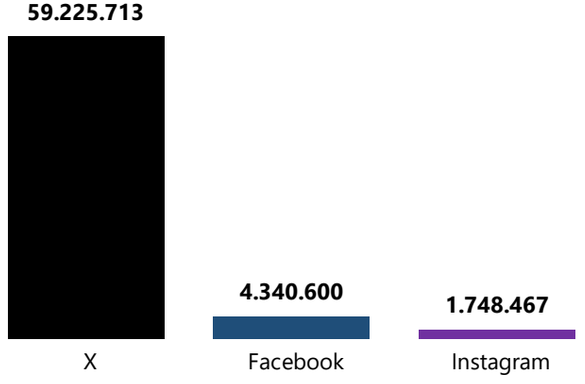
Tipo de contenido



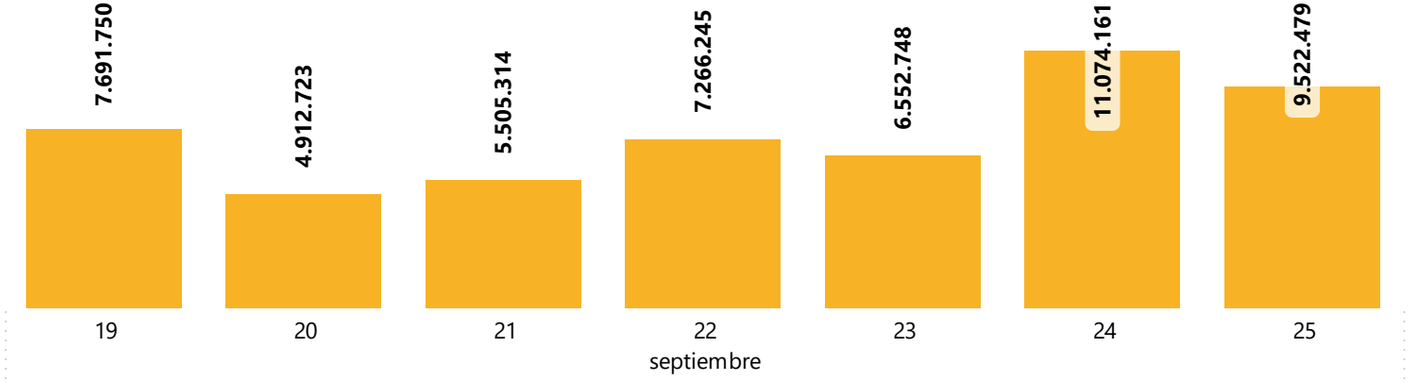
Sentimiento



Alcance estimado



Alcance estimado por día



YouTube no presenta sentimiento ni alcance*

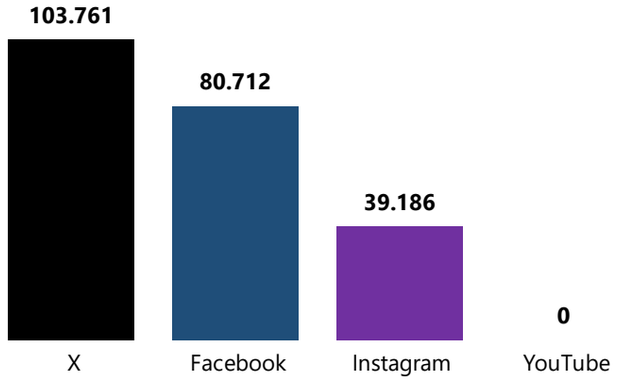
Interacciones

Publicaciones	Interacciones
29.370	223.659

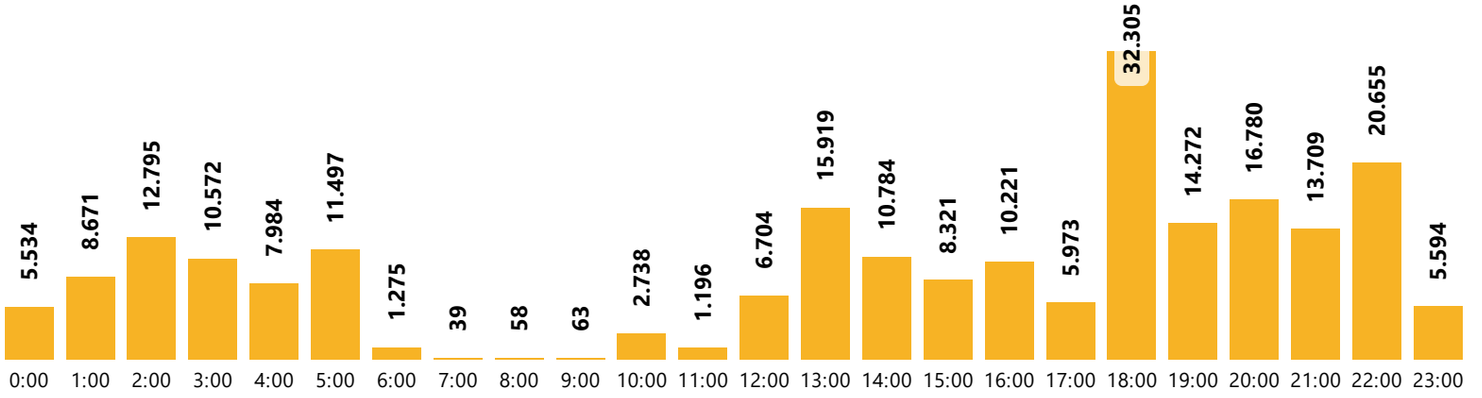
Segmentación por red social: Facebook | Instagram | X | YouTube

Segmentación por sentimiento: Positivo | Neutro | Negativo

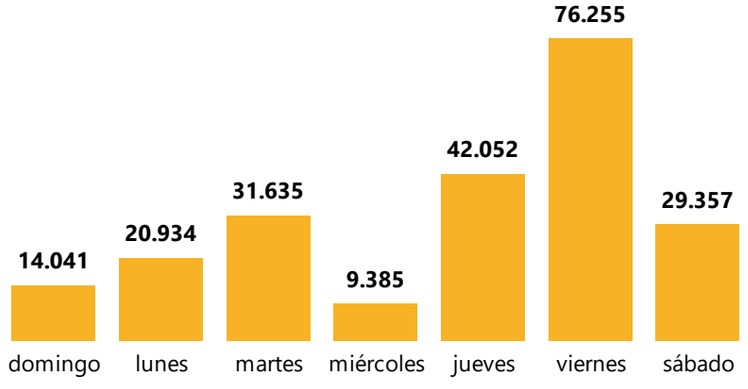
Interacciones por red social



Interacciones por hora



Interacciones por día de la semana



Publicaciones destacadas

Autor	Plataforma	Contenido de la publicación	Interacciones	Enlace
Al Punto	Facebook	#AlPunto 🎯 Vea en el primer comentario el sondeo que puso a Carlos Carrillo en el centro de la conversación por la Alcaldía de Bogotá ⤵️ https://www.facebook.com/photo.php?fbid=17362256351749 81&set=a.548322777298612&type=3	13.167	
EnriquePenalosa	X	Señor Embajador, usted no tiene por qué invitar a nadie al Metro de Bogotá. Ni el gobierno chino es el dueño, ni el constructor, ni aportó subsidio de ningún tipo. Bogotá le compró un Metro en condiciones comerciales a una empresa china. El alcalde de Bogotá, no el embajador chino, es el que debe hacer invitaciones a visitar el proyecto. Le agradezco que me haya invitado, pero a usted no le corresponde invitar	12.449	

Análisis de la conversación

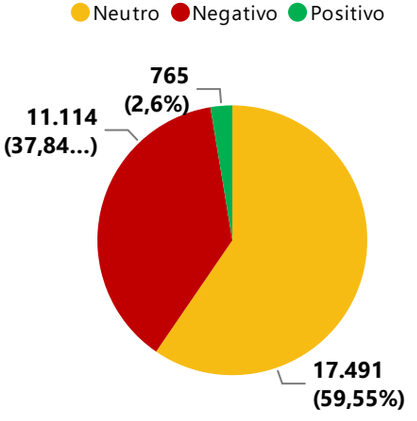
Publicaciones	Interacciones
29.370	223.659

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

Segmentación por sentimiento: Positivo | Neutro | Negativo



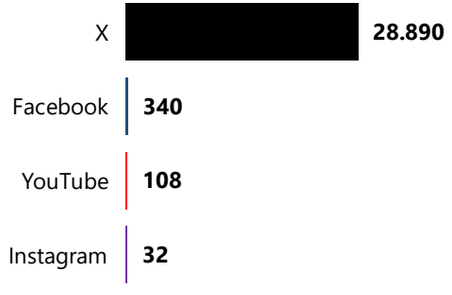
Sentimiento



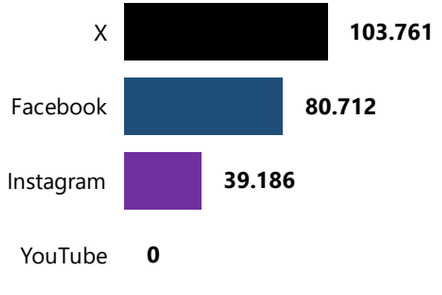
Principales influenciadores

Autor	Plataforma	Publicaciones	Interacciones
Al Punto	Facebook	1	13.167
EnriquePenalosa	X	2	12.449
elbolivarense	Instagram	1	10.887
eltiempo	Instagram	1	9.863
noticiascaracol	Instagram	1	9.470
Noticias Caracol	Facebook	5	8.448
Alerta Bogotá	Facebook	7	7.871
DiegoMaldonadoR	X	2	7.497
RED+ Noticias	Facebook	13	7.473
Periodismo en Acción	Facebook	5	6.019
PaolaGuerrerol_	X	2	5.580
portafolioco	Instagram	1	5.337

Publicaciones por red social



Interacciones por red social



Publicaciones destacadas

Autor	Plataforma	Contenido de la publicación	Interacciones	Enlace
Al Punto	Facebook	#AlPunto 🎯 Vea en el primer comentario el sondeo que puso a Carlos Carrillo en el centro de la conversación por la Alcaldía de Bogotá 1️⃣ https://www.facebook.com/photo.php?fbid=1736225635174981&set=a.548322777298612&type=3	13.167	
EnriquePenalosa	X	Señor Embajador, usted no tiene por qué invitar a nadie al Metro de Bogotá. Ni el gobierno chino es el dueño, ni el constructor, ni aportó subsidio de ningún tipo. Bogotá le compró un Metro en condiciones comerciales a una empresa china. El alcalde de Bogotá, no el embajador chino, es el que debe	12.449	

Recomendaciones

Con base en los datos reportados en el informe de monitoreo semanal, se recomienda fortalecer una estrategia de comunicación institucional más proactiva, pedagógica y orientada a la generación de contexto, especialmente frente a los temas con mayor sensibilidad pública. Durante la semana se registraron 1.361 notas en 178 medios, con una audiencia estimada de 285,1 millones de impactos y un CPE aproximado de $13.650 millones. Internet concentró el 81,7 % de la cobertura, mientras que los medios Tier 1 reunieron 907 publicaciones, lo que evidencia la importancia de priorizar estos espacios para posicionar información oficial, entregar contexto y ampliar la visibilidad de los avances de la Administración.

En este escenario, resulta conveniente desarrollar una agenda de contenidos propios que permita aprovechar la alta exposición mediática para posicionar avances y resultados concretos de la gestión, sin depender exclusivamente de la coyuntura. La reforma tributaria de Bogotá fue el tema con mayor volumen, con 228 menciones, seguida por el asesinato del guardia de TransMilenio con 74, las ayudas en Villa de Leyva con 66 y la vigilancia al Metro con 58. La concentración de la conversación en estos asuntos hace recomendable preparar piezas de contexto, preguntas frecuentes, datos comparativos y mensajes de voceros que permitan explicar de manera sencilla las decisiones y sus implicaciones para la ciudadanía.

También es importante reforzar una estrategia preventiva frente a los contenidos de tono negativo. El informe registra 786 menciones neutras, 475 negativas y 100 positivas, por lo que existe un espacio relevante para incrementar la presencia de información institucional contextualizada. En particular, los contenidos relacionados con los hallazgos de la Contraloría sobre el Metro muestran la necesidad de contar con información técnica, cifras de avance, cronogramas, hitos y próximos pasos disponibles para medios y ciudadanía. El informe señala que, al 31 de agosto, el avance reportado del proyecto era de 82,33 % frente a un 86,79 % programado, diferencia que puede convertirse en un foco de preguntas y cobertura; por ello, la comunicación debería anticipar las dudas y explicar el estado del proyecto con información verificable.

En redes sociales, se recomienda diferenciar la función de cada plataforma en lugar de replicar el mismo contenido. X concentró el 98,4 % de las publicaciones de interés, con 28.890 registros, y alcanzó aproximadamente 59,2 millones de visualizaciones, mientras Facebook registró 340 publicaciones y 4,3 millones de alcance, e Instagram 32 publicaciones y 1,7 millones de alcance. Esta distribución sugiere que X puede mantenerse como canal para coyuntura, información inmediata y respuesta rápida, mientras que Facebook e Instagram pueden aprovecharse para desarrollar contenidos audiovisuales, carruseles e infografías que expliquen obras, decisiones, servicios y resultados de manera más pedagógica.

Finalmente, conviene establecer un protocolo de monitoreo y respuesta temprana para las conversaciones de alta interacción. Durante la semana se registraron 223.659 interacciones en redes sociales, y entre las publicaciones destacadas aparecen contenidos relacionados con la Alcaldía y el Metro que superaron las 12.000 interacciones individualmente. Además, el sentimiento registrado fue 59,55 % neutro, 37,84 % negativo y 2,6 % positivo, lo que evidencia que una proporción importante de la conversación requiere mayor presencia de información oficial y contextualización. La estrategia debería contemplar alertas para temas sensibles, mensajes previamente preparados, identificación de voceros y contenidos de respuesta rápida, de manera que la institución pueda intervenir oportunamente cuando una conversación alcance niveles elevados de visibilidad.



Informe de monitoreo y análisis de medios

19 al 25 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