

Informe

Marzo 2026

Análisis del desempeño en redes sociales, del perfil de audiencia y de la cobertura mediática de las jornadas territoriales, la campaña Rutas Vivas y la actividad institucional del mes.

PERÍODO ANALIZADO

1 – 31 de marzo de 2026

506.090

IMPRESIONES

223

PUBLICACIONES

15.188

INTERACCIONES

41

MEDIOS · PRENSA



Fuentes y principio de exactitud

De dónde sale cada cifra y qué regla gobierna el informe

FUENTES DECLARADAS

Tres orígenes, cada bloque del informe rotula el suyo

Monitoreo de medios

Registro de cobertura periodística de las jornadas del periodo, con medio, fecha, nivel y enlace de verificación por pieza.

Sistema de analítica de redes

Exportación del desempeño de las cuentas oficiales del 1 al 31 de marzo de 2026.

Registro de interacciones

Comentarios ciudadanos recogidos en las publicaciones oficiales del periodo.

PRINCIPIO DE EXACTITUD

Ninguna cifra se estima ni se lee sobre un gráfico. Cuando la fuente no expone un dato, la visualización no se construye y la ausencia queda declarada.

Alcance, impresiones y reproducciones son métricas distintas: se reportan por separado y nunca se suman entre sí.

Los rankings, la evolución diaria y el mapa horario se construyen sobre las 46 publicaciones que la fuente lista individualmente, no sobre las 223 del mes, y así se rotulan.

El monitoreo de medios fue ABIERTO: no existe lista de medios previamente definida con la entidad. Se registró toda pieza localizada sobre las jornadas del periodo. Solicitar la lista acordada permitiría medir cobertura contra objetivo.

Modelo de evaluación

Los cuatro componentes del modelo integral, con su estado real

Antropología digital

PARCIAL

Aplicada parcialmente. Se caracteriza la audiencia por origen geográfico (ciudades en Instagram, países en TikTok) y se leen los comentarios ciudadanos del periodo. NO se aplica la caracterización por edad y sexo ni la identificación de comunidades influyentes: la fuente no expone esos campos.

Minería de datos

PARCIAL

Aplicada sobre el subconjunto documentado. Se detectan patrones de concentración temporal y horaria y se ordenan las piezas por desempeño. La base son las 46 publicaciones que la fuente lista individualmente, no las 223 del mes.

Análisis semiótico

NO APLICADO

No aplicado en este periodo. Requiere el corpus completo de piezas y de conversación para identificar narrativas y marcos discursivos. El insumo disponible aporta métricas de desempeño, no texto suficiente. Se declara como vacío, no se simula.

Escucha social activa

NO APLICADA

No aplicada en este periodo. Exige rastreo de menciones, hashtags y palabras clave fuera de las cuentas propias, que corresponde a una categoría de herramienta distinta de la analítica de cuentas. Sin ella no se acreditan tendencias, comunidades ni patrones de búsqueda.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Efectividad · Evaluable parcialmente

Se mide volumen, impresiones e interacción por plataforma. No hay umbral contractual definido contra el cual calificar el resultado.

Percepción · No evaluable en este periodo

El registro aporta 13 comentarios. Ese volumen describe ausencia de rechazo, no aceptación.

Adopción · No evaluable

Requiere instrumento propio de medición de comportamiento, no disponible.

Ficha de indicadores

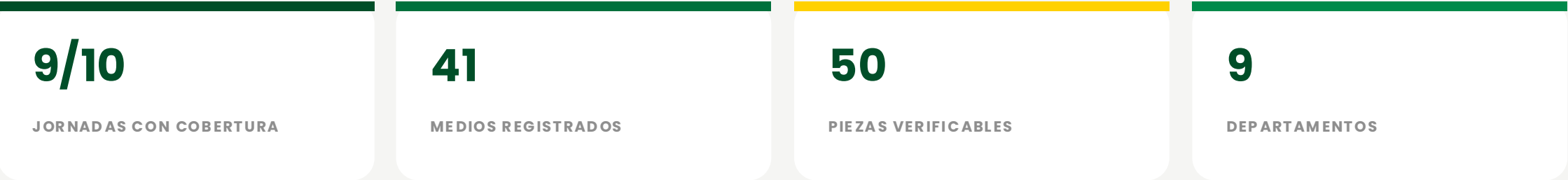
Definición, fórmula, fuente y período de cada indicador usado

INDICADOR	DEFINICIÓN	FÓRMULA	FUENTE	PERÍODO	UMBRAL
Publicaciones	Contenidos publicados en cuentas oficiales	Conteo directo	Analítica de cuentas	1-31 mar 2026	Sin umbral definido
Impresiones	Veces que el contenido se mostró en pantalla	Valor expuesto por la fuente	Analítica de cuentas	1-31 mar 2026	Sin umbral definido
Interacciones	Acciones registradas sobre el contenido	Valor expuesto por la fuente	Analítica de cuentas	1-31 mar 2026	Sin umbral definido
Engagement rate	Interacción relativa a la exposición	$\text{Interacciones} \div \text{impresiones}$	Cálculo propio	1-31 mar 2026	Sin umbral definido
Interacción sin clics	Interacción social descontando clics en enlace	$(\text{Interacciones} - \text{clics}) \div \text{impresiones}$	Cálculo propio	Subconjunto documentado	Sin umbral definido
Medios de cubrimiento	Medios que publicaron sobre una jornada	Conteo por jornada	Monitoreo de medios	1-31 mar 2026	Sin lista objetivo acordada
Piezas de prensa	Enlaces de verificación aportados por medio	Suma de la columna de piezas	Monitoreo de medios	1-31 mar 2026	Sin umbral definido

Sin umbrales contractuales. Ningún indicador tiene umbral definido en el contrato: la cifra describe pero no evalúa. Se propone adoptar el periodo anterior como línea base y fijar el umbral por escrito.

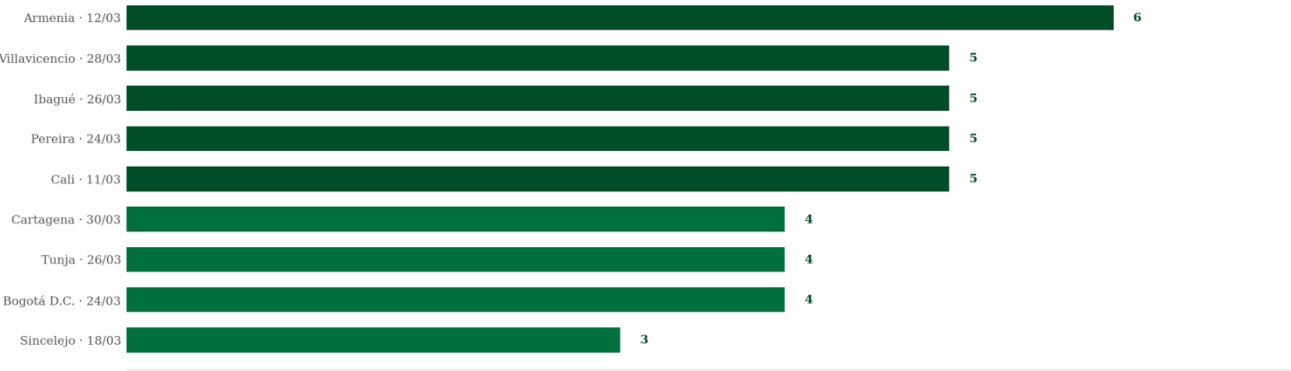
Qué registró el monitoreo

Cobertura periodística de las jornadas territoriales del mes



MEDIOS DE CUBRIMIENTO POR JORNADA

Número de medios que publicaron sobre cada intervención



Nueve de diez jornadas con cobertura. Armenia encabeza con seis medios; Medellín (31/03) no registra ninguno y la ausencia se declara, no se completa.

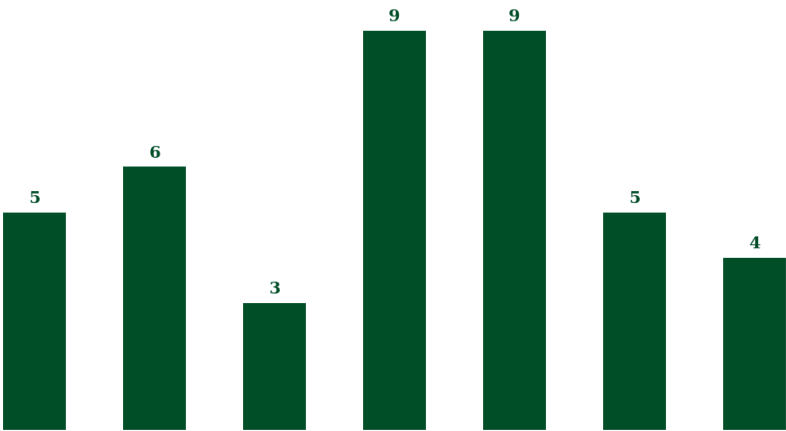
Cobertura de cercanía. 27 de los 41 medios son locales y 11 regionales: la estrategia por municipios llega al ecosistema informativo de cada plaza.

Cronología diaria de la cobertura

Cuándo publicó cada jornada · 41 medios dentro de la ventana de marzo

MEDIOS POR DÍA

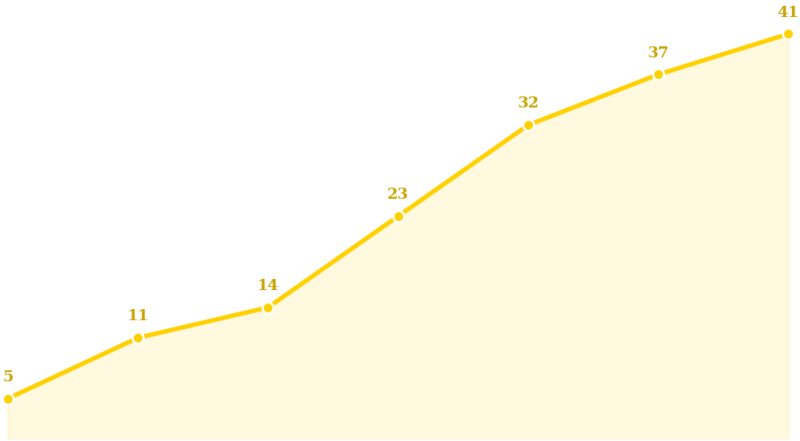
Las jornadas dobles concentran la cobertura



Dos fechas concentran el 44 %. El 24 y el 26 de marzo, con dos jornadas simultáneas cada una, aportan nueve medios por fecha: 18 de los 41 del registro.

ACUMULADO DEL PERÍODO

Total corrido de medios registrados



Cobertura sostenida, no de pico. A diferencia de una conmemoración única, las diez intervenciones reparten la cobertura en siete fechas a lo largo del mes.

Tratamiento editorial de la cobertura

Cómo procesó cada medio el material entregado y con qué tono publicó

SECCIÓN DECLARADA EN PREPARACIÓN

El análisis de tratamiento (réplica literal, réplica con edición, ángulo propio), tono editorial, actores mencionados y vinculación con los mensajes institucionales exige leer una a una las 41 piezas del registro. Ese corpus está identificado y enlazado en el anexo, y su codificación con vocabulario cerrado está en curso.

Publicar esta sección con datos parciales induciría porcentajes sobre una base incompleta, el mismo defecto que este informe corrige en otras secciones. Se entrega en el alcance del informe consolidado, con las 41 fichas como soporte.

Lo que sí está garantizado. Las 41 piezas tienen medio, fecha, ciudad, nivel y enlace de verificación cargados en la hoja 1 del anexo: el corpus para la codificación está completo.

Referente del método. La campaña de noviembre codificó 28 piezas con este vocabulario (19 réplicas, 8 ángulos propios). Marzo usará el mismo, sobre 41.

Impacto territorial de la cobertura

Distribución de los 41 medios por ciudad · el tamaño del círculo es proporcional al número

CIUDADES CON COBERTURA REGISTRADA



LECTURA TERRITORIAL

Armenia concentra seis piezas por la densidad de medios del Quindío en la jornada del 12 de marzo. Cali, Pereira, Ibagué y Villavicencio registran cinco cada una, coherente con su papel de sedes de la Estrategia de Intervención a Municipios.

Bogotá aporta cuatro por el memorando del RegioTram, las únicas con medios de alcance nacional del mes.

Medellín no figura pese a haber tenido jornada el 31 de marzo: el monitoreo no capturó ninguna pieza. Es una ausencia del registro que requiere verificación, y así se declara.

Contexto de siniestralidad citado por los medios

Cifras oficiales que la cobertura del periodo puso en circulación, con su fuente

CIFRA	QUÉ MIDE	ATRIBUIDA A	DÓNDE APARECE
246	personas fallecidas en Semana Santa 2025	Observatorio Nacional de Seguridad Vial	El Tiempo · 30/03/2026 · jornada de Cartagena
Circular 018	medidas de prevención y control para Semana Santa, emitida el 17/03/2026	ANSV y Superintendencia de Transporte	Noticiero del Pueblo · 30/03/2026
200	profesionales desplegados en corredores viales del país	ANSV	Noticiero del Pueblo · 30/03/2026
500+	actividades pedagógicas y de control programadas	ANSV	Noticiero del Pueblo · 30/03/2026
4.000+	autoridades en formación mediante diplomado de vigilancia y control	ANSV	Noticiero del Pueblo · 30/03/2026
150	entidades territoriales que reciben kits de intervención en vía	ANSV	Noticiero del Pueblo · 30/03/2026

La conmemoración ancla la narrativa. Los 246 fallecidos de Semana Santa 2025, atribuidos al Observatorio Nacional, son la cifra que justifica el despliegue de la campaña en la cobertura de Cartagena.

El operativo se cuenta en números. 200 profesionales, 500 actividades, 4.000 autoridades en formación y 150 entidades con kits: la réplica institucional llegó íntegra a los medios comunitarios.

Registro completo de cobertura · parte 1

Registros 1 a 21 de 41 · el enlace de verificación de cada pieza está en la hoja 1 del anexo

FECHA	BRIEF	MEDIO	CIUDAD	DEPARTAMENTO	NIVEL	PIEZAS
11/03/2026	#7	CNC Cali	Cali	Valle del Cauca	Local	1
11/03/2026	#7	Cali OK Noticias	Cali	Valle del Cauca	Local	1
11/03/2026	#7	Última Hora Cali	Cali	Valle del Cauca	Local	1
11/03/2026	#7	Entérate Cali	Cali	Valle del Cauca	Local	2
11/03/2026	#7	Qué Pasa en Cali Ve	Cali	Valle del Cauca	Local	1
12/03/2026	#11	Pilas Armenia	Armenia	Quindío	Local	1
12/03/2026	#11	Crónica del Quindío	Armenia	Quindío	Regional	2
12/03/2026	#11	Los Juanes	Armenia	Quindío	Local	2
12/03/2026	#11	Súper Noticias	Armenia	Quindío	Local	1
12/03/2026	#11	El Quindiano	Armenia	Quindío	Regional	1
12/03/2026	#11	Notiactualidad	Armenia	Quindío	Local	1
18/03/2026	#12	Corozal Noticias	Sincelejo	Sucre	Local	1
18/03/2026	#12	Casos y Cosas	Sincelejo	Sucre	Local	1
18/03/2026	#12	Sucre Informativo	Sincelejo	Sucre	Regional	1
24/03/2026	#13	Entérate Pereira	Pereira	Risaralda	Local	1
24/03/2026	#13	Pereira al Instante	Pereira	Risaralda	Local	1
24/03/2026	#13	Pereira Denuncia	Pereira	Risaralda	Local	2
24/03/2026	#13	Sistema Informativo Expresarte	Pereira	Risaralda	Local	1
24/03/2026	#13	Y Esto Qué Contiene	Pereira	Risaralda	Local	1
24/03/2026	#14	Caracol Radio	Bogotá D.C.	Bogotá D.C.	Nacional	1
24/03/2026	#14	Noticias RCN	Bogotá D.C.	Bogotá D.C.	Nacional	1

Registro completo de cobertura · parte 2

Registros 22 a 41 de 41 · el enlace de verificación de cada pieza está en la hoja 1 del anexo

FECHA	BRIEF	MEDIO	CIUDAD	DEPARTAMENTO	NIVEL	PIEZAS
24/03/2026	#14	Ecos Políticos	Bogotá D.C.	Bogotá D.C.	Regional	1
24/03/2026	#14	Open Medios	Bogotá D.C.	Bogotá D.C.	Local	1
26/03/2026	#15	7N Noticias	Tunja	Boyacá	Regional	3
26/03/2026	#15	Boyacá Noticias	Tunja	Boyacá	Regional	1
26/03/2026	#15	Chido Noticias	Tunja	Boyacá	Local	1
26/03/2026	#15	NTC Noticias	Tunja	Boyacá	Local	2
26/03/2026	#17	Ecos del Combeima	Ibagué	Tolima	Regional	1
26/03/2026	#17	El Cronista	Ibagué	Tolima	Regional	1
26/03/2026	#17	El Irreverente	Ibagué	Tolima	Local	1
26/03/2026	#17	Notiarenas	Ibagué	Tolima	Local	1
26/03/2026	#17	Noticias de Mi Tierra	Ibagué	Tolima	Local	1
28/03/2026	#16	James Informa	Villavicencio	Meta	Local	1
28/03/2026	#16	Noticias Ya	Villavicencio	Meta	Local	2
28/03/2026	#16	Informativo del Llano	Villavicencio	Meta	Regional	1
28/03/2026	#16	Agenda Informativa Villavo	Villavicencio	Meta	Local	2
28/03/2026	#16	Qué Pasó en Villavo	Villavicencio	Meta	Local	1
30/03/2026	#18	El Bolivarense	Cartagena	Bolívar	Regional	1
30/03/2026	#18	Noticias del Pueblo	Cartagena	Bolívar	Local	1
30/03/2026	#18	El Tiempo	Cartagena	Bolívar	Nacional	1
30/03/2026	#18	Noticias Vital	Cartagena	Bolívar	Regional	1

Desempeño digital

Cuentas oficiales de la ANSV en Facebook, Instagram, TikTok y YouTube durante marzo de 2026 · LinkedIn sin datos en la exportación.

223

PUBLICACIONES

506.090

IMPRESIONES

15.188

INTERACCIONES

3,00 %

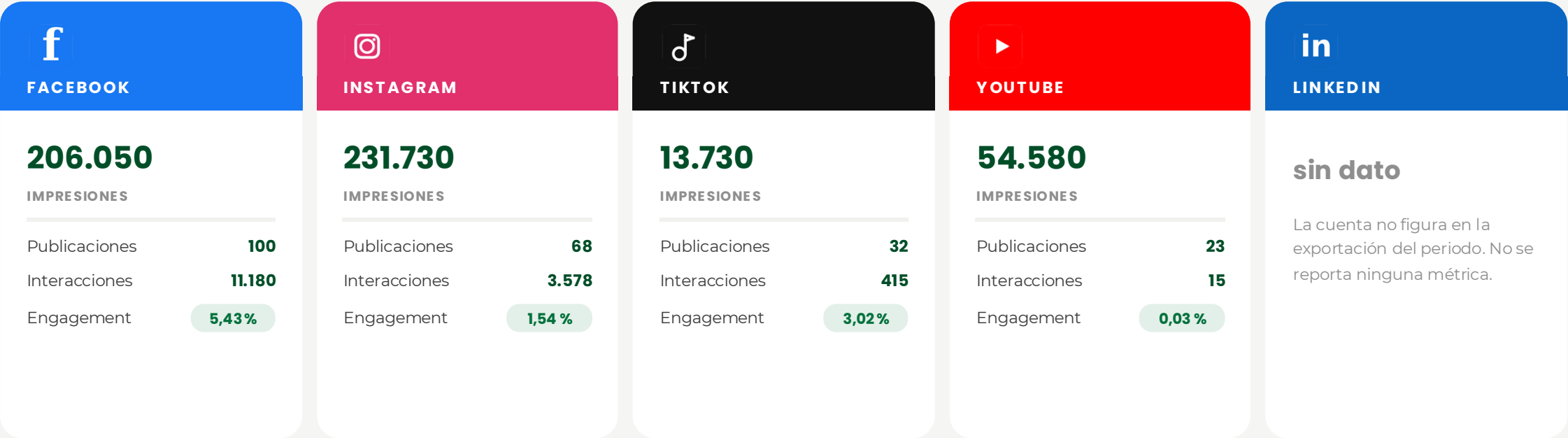
ENGAGEMENT

4

PLATAFORMAS

Desempeño por plataforma

Impresiones, volumen e interacción de cada cuenta oficial



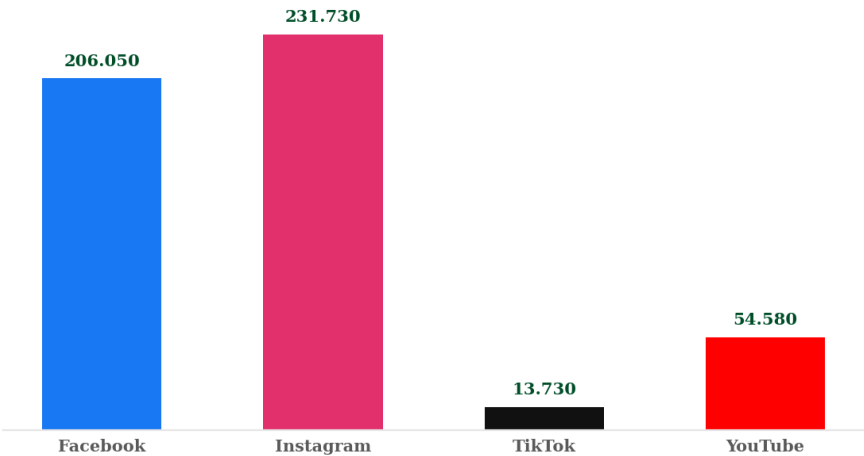
Bases distintas por diseño. El engagement de esta lámina se calcula como interacciones sobre impresiones para las cuatro redes. Los valores que la fuente declara por su cuenta (Instagram 5,69 % · TikTok 4,20 %) usan otras bases y se reportan en el anexo; no se mezclan.

Alcance e interacción por red

Instagram lidera en impresiones; Facebook en volumen bruto de interacciones

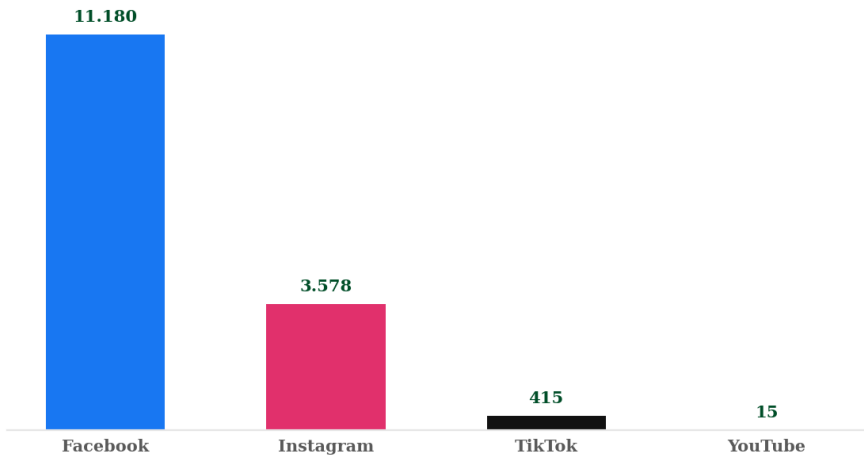
IMPRESIONES POR RED

Base: 506.090 impresiones del período



INTERACCIONES POR RED

Base: 15.188 interacciones del período



Dos paneles, dos escalas. Instagram acumula 231.730 impresiones frente a 206.050 de Facebook, pero Facebook triplica la interacción (11.180 frente a 3.578). Las magnitudes no comparten eje: leerlas juntas confunde exposición con movilización.

Qué mide realmente cada red

El dato que cambia la lectura del período: separar los clics de la interacción social

INTERACCIÓN SOCIAL FRENTE A CLICS EN ENLACES

Facebook sobre sus 26 piezas documentadas; Instagram y TikTok sobre el total del período



Instagram construye comunidad. Sus 3.578 interacciones son todas sociales: me gusta, comentarios, guardados y compartidos. Ninguna es un clic.

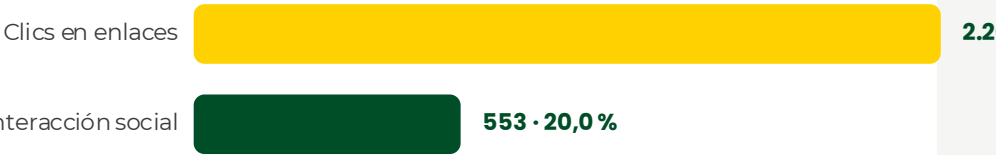
Facebook mueve tráfico. De las 2.762 interacciones documentadas, 2.209 son clics en enlaces: el 80,0 %. Su interacción social real en esas piezas es de 553. La comparación de engagement entre redes queda retirada hasta tener el desglose completo.

Composición de las interacciones

Desglose por tipo · cada cuadro suma exacto contra el total de su red

FACEBOOK · 26 PIEZAS DOCUMENTADAS

2.762 interacciones · 80,0 % son clics



La fuente no desglosa la interacción de Facebook a nivel de cuenta: estas cifras cubren las 26 publicaciones documentadas, no las 100 del mes, y así se rotulan.

INSTAGRAM · TOTAL DEL PERÍODO

3.578 interacciones, todas sociales



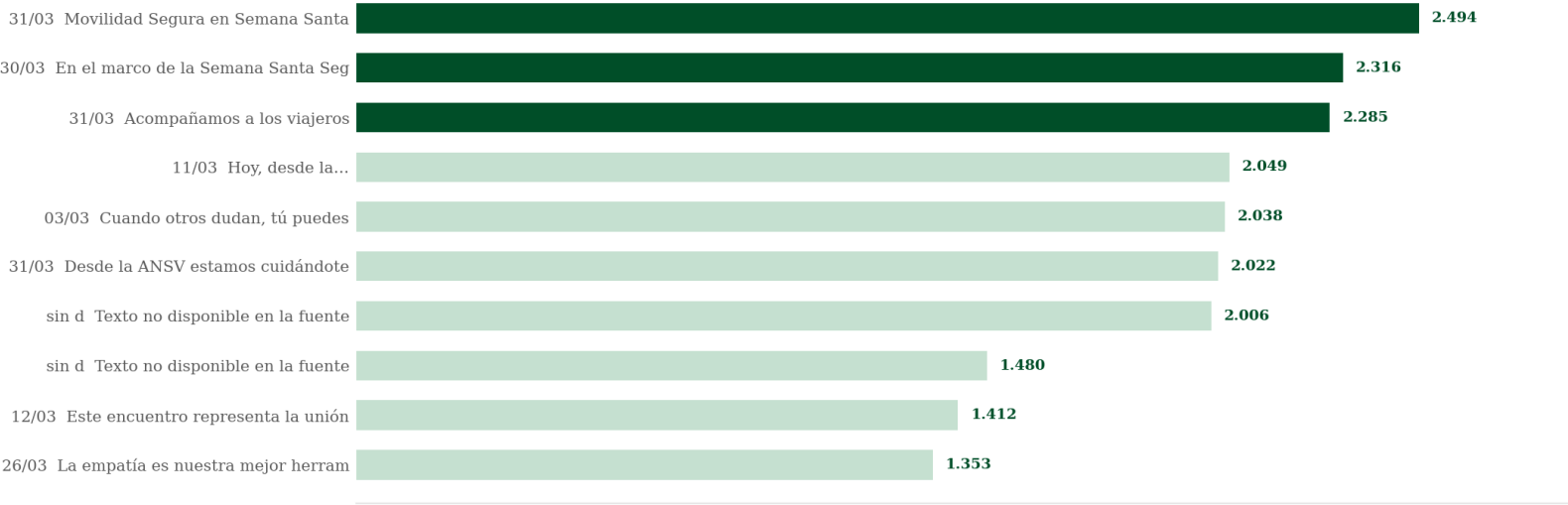
El 89,7 % son «me gusta» y solo el 1,4 % comentarios: la audiencia aprueba, pero conversa poco. TikTok replica el patrón: 370 de sus 415 interacciones son «me gusta».

Las diez publicaciones de mayor alcance

Ordenadas por alcance · piezas medidas en esa métrica

RANKING POR ALCANCE

Etiqueta de fecha y descripción de la pieza · las tres primeras en verde oscuro



Semana Santa encabeza el período. Tres de las cinco primeras posiciones son piezas del cierre de marzo. La publicación de mayor impresión del mes (17.760, Facebook 30/03) se reporta aparte por usar una métrica distinta y no entra en este ranking.

Alcance no es lo mismo que eficacia

La pieza que más pantalla gana no es la que más moviliza

MAYOR ALCANCE DEL PERÍODO

«Movilidad Segura en Semana Santa»

31/03/2026 · 12:31 · FACEBOOK · post

2.494

ALCANCE

190

INTERACC.

7,6 %

ER S/ALCANCE

MAYOR EFICACIA DEL PERÍODO

«Hoy, desde la...»

11/03/2026 · 12:39 · FACEBOOK · post

2.049

ALCANCE

332

INTERACC.

16,2 %

ER S/ALCANCE

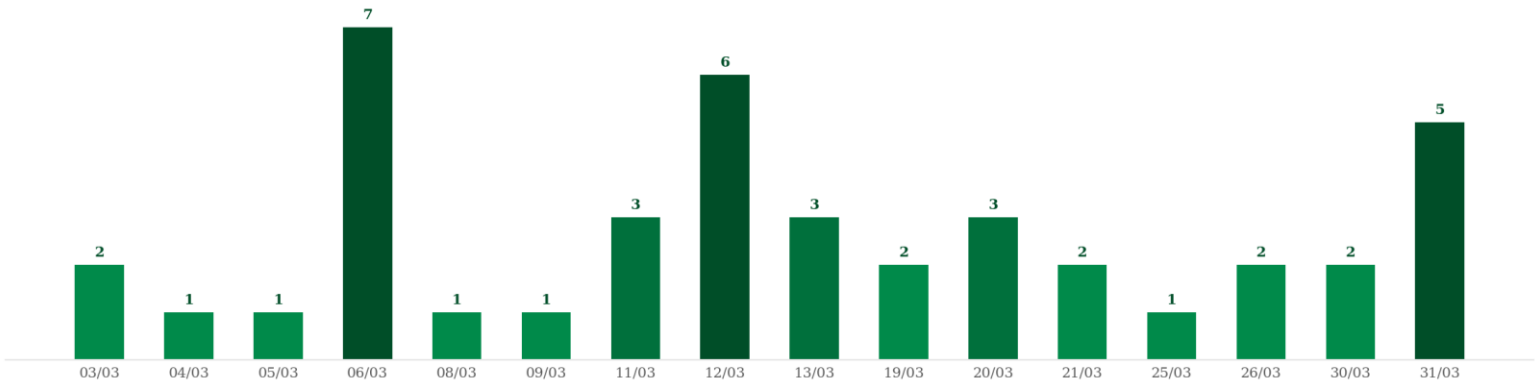
La eficacia se esconde en el puesto 4. La pieza del 11 de marzo movilizó 332 interacciones con 2.049 de alcance: un 16,2 % de engagement, el doble que la primera del ranking. Para las próximas campañas conviene reportar ambas cosas: a cuánta gente se llegó y a cuánta se movió.

Evolución temporal de la publicación

Distribución diaria de las 42 publicaciones documentadas con fecha

PUBLICACIONES POR DÍA

Serie construida sobre las piezas listadas individualmente, no sobre las 223 del mes

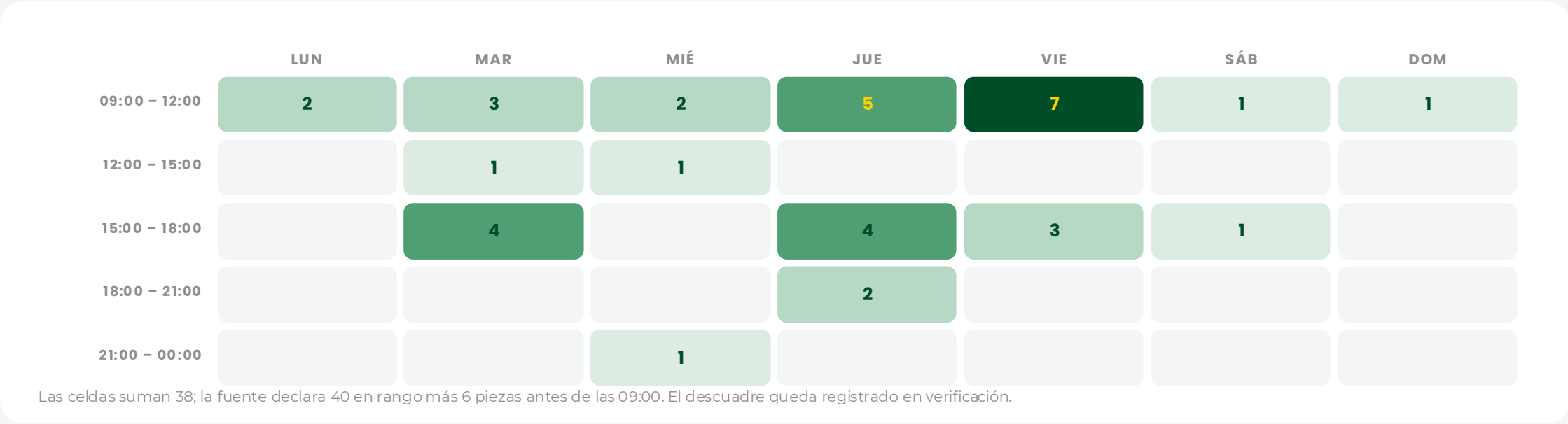


El cierre concentra la actividad. El 31 de marzo, con la antesala de Semana Santa, es el día de mayor publicación documentada junto con el 6 y el 12.

Serie parcial declarada. La exportación no expone histórico diario consolidado: esta serie describe el subconjunto documentado, no el mes completo.

Días y horas con mayor actividad

Concentración de las piezas documentadas con hora de publicación



Las mañanas dominan. 21 de las 38 piezas ubicadas salen entre las 09:00 y las 12:00, con el viernes como día más activo.

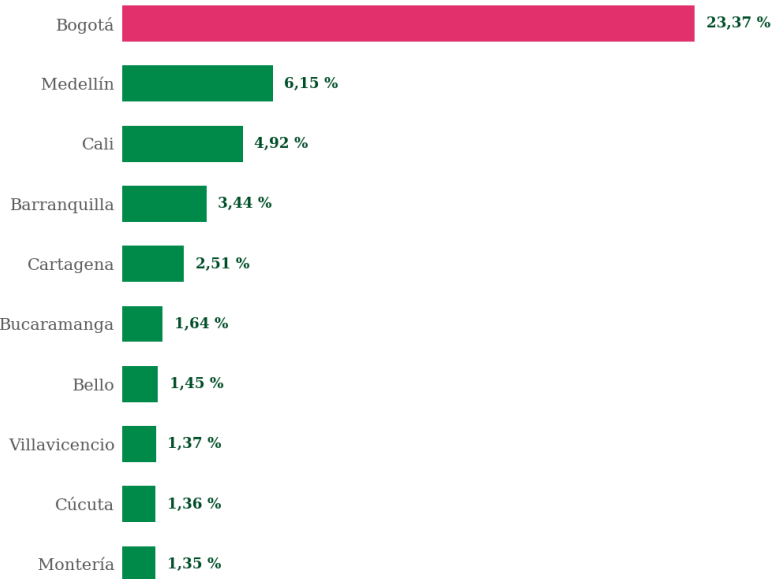
Capacidad ociosa en la tarde. Las franjas de tarde y noche apenas registran actividad: hay espacio para probar horarios sin canibalizar los actuales.

Territorio y perfil de la audiencia

Dónde está la audiencia · edad y sexo sin dato en la exportación del período

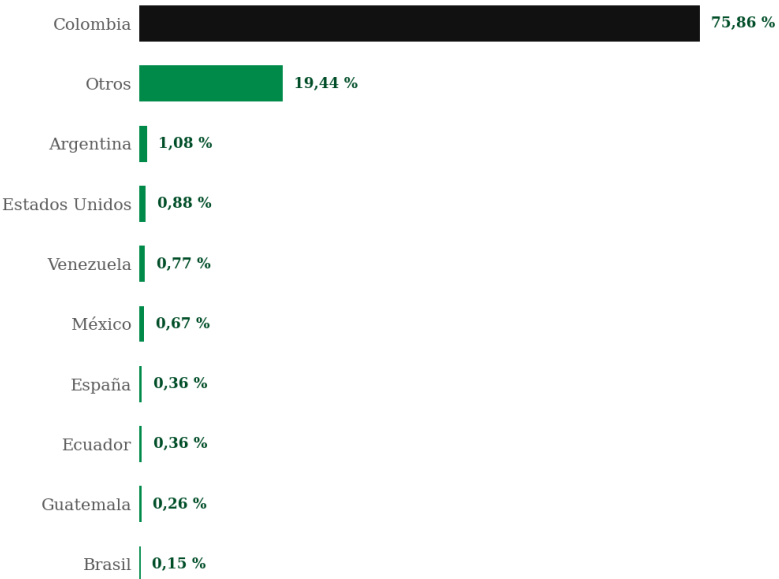
AUDIENCIA POR CIUDAD

Instagram · diez ciudades principales



AUDIENCIA POR PAÍS

TikTok · distribución de la audiencia



Demografía pendiente. Bogotá concentra el 23,37 % de la audiencia de Instagram y Colombia el 75,86 % de la de TikTok. La distribución por edad y sexo no está en la exportación del período: se solicita para el próximo corte, como la tuvo la campaña de noviembre.

Etiquetas de campaña

Rendimiento por etiqueta · el período no tiene qué medir

NINGUNA PIEZA DEL PERÍODO USA UN HASHTAG PROPIO DE CAMPAÑA

El registro de marzo no contiene etiquetas identificables de campaña en las publicaciones documentadas. Sin un identificador único no se puede medir la conversación espontánea, ni distinguir la que genera la campaña de la conversación general sobre seguridad vial, ni construir el ranking de etiquetas que sí tuvo la campaña de noviembre (12 etiquetas con volumen propio, encabezadas por la etiqueta oficial con 5.377 impresiones).

Recomendación operativa. Definir un hashtag único por campaña y aplicarlo en toda pieza desde el primer día de pauta. Es la alerta temprana n.º 4 de este informe y el requisito para activar la medición de tendencias del contrato.

Qué dice la audiencia

Análisis del contenido de los comentarios · base de 13 comentarios: describe, no proyecta

COMENTARIOS POR TONO

Vocabulario cerrado de seis categorías

- Positivo · 4
- Informativo · 4
- Neutral · 2
- Analítico · 1
- Crítico · 1
- Preventivo · 1



Demanda de cobertura territorial

El patrón dominante del registro. Usuarios de Atlántico, Huila, Tolima, Boyacá y Meta piden que los kits y las intervenciones lleguen a sus municipios.

«No hay para Atlántico... notifiquen cuando habiliten en la costa»

Propuestas de infraestructura

Aportes concretos sobre movilidad activa y adecuación del espacio público para modos alternativos.

«Hora de entrar a revisar qué hacemos para el paso del centro en bicicleta»

Escepticismo minoritario. Un solo comentario del registro cuestiona la utilidad práctica de la acción en territorio, frente a cuatro de felicitación explícita. «Mero publicitario»

Cobertura declarada. El registro del período recoge 13 comentarios (12 de Facebook y 1 de Instagram). El análisis se reporta sobre los recuperados y no se extrapola al total de la audiencia.

Alertas tempranas

Qué se detectó, por qué importa y qué se recomienda hacer

! El engagement no es comparable entre redes

En las 26 publicaciones de Facebook con desglose disponible, 2.209 de 2.762 interacciones son clics en enlace: el 80,0 %. Instagram no registra clics entre sus interacciones.

Cualquier comparación de engagement entre ambas redes enfrenta clics contra conversación y puede orientar mal la inversión.

→ Solicitar al proveedor el desglose de interacción de Facebook a nivel de cuenta y republicar el indicador con y sin clics.

! YouTube pierde volumen y no convierte

Caída del 47,73 % en publicaciones frente al mes anterior y engagement del 0,03 %: 15 interacciones sobre 54.580 impresiones.

El canal acumula exposición sin retorno conversacional y consume producción audiovisual.

→ Revisar el formato del contenido del canal o reasignar el esfuerzo de producción a formato vertical.

! Una jornada del cronograma no registra cobertura

El brief 21 del 31/03/2026 en Medellín figura aprobado y no tiene ningún medio de cubrimiento registrado.

O la convocatoria falló, o hubo cobertura que el monitoreo no capturó. Ambos casos requieren acción distinta.

→ Verificar con el equipo de territorio si hubo rueda de prensa y repetir el barrido para esa fecha.

! La exportación del periodo llega truncada

La fuente declara 223 publicaciones en el mes pero solo documenta 46 de forma individual.

Los rankings, la evolución diaria y el mapa horario describen el 20,6 % del mes, no el mes.

→ Exportar el informe completo por red, o el detalle de publicaciones en hoja de cálculo, antes del próximo corte.

! La campaña no tiene hashtag rastreable

Ninguna pieza del periodo usa un hashtag propio identificable de campaña.

Sin identificador no se puede medir la conversación espontánea ni distinguir la que genera la campaña de la conversación general.

→ Definir un hashtag único por campaña y aplicarlo en toda pieza desde el primer día de pauta.

! La fuente se contradice en el mapa horario

Las celdas del mapa suman 38 piezas mientras la fuente declara 40 en rango más 6 fuera de rango.

Un descuadre de origen no corregido se propaga a cualquier lectura posterior de concentración horaria.

→ Solicitar la reexportación del bloque horario y contrastar antes de usarlo en decisiones de programación.

Limitaciones declaradas

Datos que la fuente no expone · la visualización no se construyó y la ausencia queda registrada

LinkedIn

La cuenta no figura en la exportación del periodo. No se reporta ninguna métrica de esa plataforma.

Desglose de interacción de Facebook y YouTube

La fuente entrega el indicador unificado de interacciones para estas dos redes, sin separar reacciones, comentarios, compartidos ni clics.

Seguidores al inicio del periodo

La fuente expone el conteo neto al cierre y su variación, no el punto de partida ni la ganancia neta del mes.

Análisis editorial de las piezas de prensa

El registro aporta medio, fecha y enlace, pero no titular literal, tono ni actores. No se construye el análisis de tono ni de replicación.

Serie diaria del mes completo

La fuente no expone histórico diario consolidado. La evolución temporal se construye sobre las 42 publicaciones listadas que sí traen fecha.

Audiencia por edad y sexo

El bloque demográfico se corta a nivel de países y ciudades. No hay distribución por rango etario ni por sexo en ninguna plataforma.

Cobertura de la jornada de Medellín

El brief 21 del 31/03/2026 figura en el cronograma, pero el monitoreo no registra ningún medio de cubrimiento para esa fecha.

Ejecución presupuestal

Ninguna fuente disponible expone valores de inversión asignada ni ejecutada por medio.

Verificación cruzada y descuadres

Diferencias entre fuentes o entre un valor declarado y su recálculo · se registran, no se resuelven a conveniencia

Publicaciones listadas frente al total del periodo

La fuente declara 223 publicaciones en el mes pero solo lista 46 de forma individual: la exportación trunca el resto. Los rankings, la evolución temporal y el mapa de concentración se construyen sobre esas 46 y así se rotulan; no se extrapolan al total del mes.

Engagement declarado frente al recalculado

Los valores declarados (Instagram 5,69 % · TikTok 4,20 %) se calculan sobre bases distintas de las impresiones totales. El informe publica el engagement recalculado como interacciones sobre impresiones.

Fecha de la jornada de Ibagué

El insumo la fija el 26/03/2026. El informe de ejecución contractual la declara el 26/03 en su índice y el 27/03 en el cuerpo. Se publica 26/03 y se deja constancia.

Suma del mapa de concentración

Las celdas del mapa suman 38 publicaciones, pero la fuente declara 40 en rango más 6 fuera de rango. Se publica la matriz de la fuente y se deja constancia de la diferencia.

Cifras abreviadas en la fuente

Las impresiones y las interacciones agregadas se exportan abreviadas a la centena (206,05K · 11,18K). Los totales pueden diferir del real en unas pocas unidades por ese redondeo de origen.

Métricas no acumulables entre sí

Las publicaciones individuales se reportan en tres métricas distintas: alcance, impresiones y reproducciones. Se presentan agrupadas por métrica y nunca se suman entre grupos.

Controles superados. Los medios por jornada, departamento, nivel y tipo suman los 41 del registro; las publicaciones por plataforma suman las 223 declaradas; y el desglose de Instagram y TikTok suma exacto el total de cada red.

Matriz de cumplimiento contractual

17 requisitos auditables · 7 cumplen, 7 parciales declarados y 3 no cubiertos con su razón

COD	REQUISITO	ESTADO	COD	REQUISITO	ESTADO
A1	Modelo de evaluación documentado Modelo declarado con dos componentes aplicados y dos no aplicados	PARCIAL	C1	Recolección en plataformas y buscadores Plataformas sí; motores de búsqueda requieren fuente de tendencias	PARCIAL
A2	Ficha de indicadores Ficha completa; sin umbrales, que no están definidos en el contrato	PARCIAL	C2	Detección de los siete elementos Requiere escucha social; la ausencia de hashtag se reporta como alerta	NO CUBIERTO
A3	Recolección y organización de datos Origen declarado, anexo reconstruible, totales por fórmula	CUMPLE	C3	Posicionamiento temático y recepción Recepción descrita sobre 13 comentarios, con su base advertida	PARCIAL
A4	Indicadores cuantitativos Alcance e interacciones sí; menciones y tendencias requieren escucha social	PARCIAL	D1	Seguimiento en medios definidos Monitoreo abierto declarado; falta la lista acordada con la entidad	PARCIAL
A5	Indicadores cualitativos Sin taxonomía de emociones, narrativas ni marcos: corpus insuficiente	NO CUBIERTO	D2	Tono, frecuencia, replicación, actores Solo frecuencia; los otros cuatro exigen lectura de las 50 notas	NO CUBIERTO
B1	Análisis detallado y hallazgos clave Cada hallazgo se apoya en una cifra del propio informe	CUMPLE	E1	Formatos y citación de fuentes PPTX, XLSX y PDF; 41 enlaces cargados, pendiente comprobar que abren	PARCIAL
B2	Alertas tempranas Seis alertas con detección, implicación y recomendación	CUMPLE	E2	Protección de datos y legalidad Declaración incorporada; ningún dato personal publicado	CUMPLE
B3	Recomendaciones Cada alerta cierra con una acción concreta y verificable	CUMPLE	E3	Confidencialidad y uso exclusivo Leyenda de uso exclusivo y declaración de confidencialidad	CUMPLE
B4	Evidencia documental y gráfica Base de datos, ficha metodológica, ficha de indicadores y visualizaciones	CUMPLE			

Parcial declarado vale más que aparente. Los no cubiertos corresponden a análisis que exigen escucha social y la codificación editorial en curso; el apartado de limitaciones detalla el insumo que falta para cada uno.

Hallazgos del período

Cada hallazgo se apoya en una cifra verificable del propio informe

Cobertura territorial efectiva

Nueve de las diez jornadas generaron cobertura: 41 medios, 50 piezas, 9 departamentos, con predominio local (27 de 41).

La interacción es aprobación, no conversación

En Instagram el 89,7 % son «me gusta» y el 1,4 % comentarios; TikTok replica el patrón. La audiencia valida el mensaje pero no lo discute.

La ciudadanía pide territorio

El patrón dominante del registro de comentarios es la solicitud de kits e intervenciones en municipios no cubiertos. Es demanda de más presencia, no crítica.

Instagram gana pantalla; Facebook mueve gente

Instagram lidera en impresiones (231.730) y Facebook triplica la interacción bruta (11.180). El engagement entre redes no se compara: el 80,0 % de la interacción documentada de Facebook son clics.

YouTube acumula exposición sin retorno

54.580 impresiones y 15 interacciones (0,03 %), con el volumen de publicación cayendo 47,73 % frente al mes anterior.

La medición madura con dos correcciones

Separar clics de interacción social y declarar las series parciales son los dos cambios metodológicos de este corte frente al informe anterior del contrato.

Tratamiento de datos y confidencialidad

Declaración sobre la recolección y el uso de la información

Los datos que sustentan este informe provienen de las cuentas oficiales de la ANSV y de contenidos periodísticos de acceso público. La recolección se limita a información publicada de forma abierta o disponible para el titular de las cuentas, sin acceso a datos reservados ni a información privada de terceros.

Los comentarios ciudadanos se analizan de forma agregada. Ningún nombre, identificador de usuario ni dato personal de quienes comentaron aparece en este informe ni en su anexo, pese a estar presentes en la fuente.

La información procesada es confidencial y de uso exclusivo de la Agencia Nacional de Seguridad Vial. No se cede, publica ni reutiliza para ningún otro fin.

CRITERIOS DECLARADOS

Clasificación por el ámbito que el propio medio declara en su nombre o en su cobertura:
NACIONAL para medios de circulación nacional (El Tiempo, Caracol Radio, Noticias RCN);
REGIONAL cuando el ámbito declarado es el departamento o la región; LOCAL cuando es un municipio. No se infiere audiencia: se clasifica por ámbito declarado.

El monitoreo de medios fue ABIERTO: no existe lista de medios previamente definida con la entidad. Se registró toda pieza localizada sobre las jornadas del periodo. Solicitar la lista acordada permitiría medir cobertura contra objetivo.

AGENCIA NACIONAL DE SEGURIDAD VIAL

Informe de Marzo 2026

Informe de medios y redes sociales · marzo de 2026. Documento técnico de seguimiento contractual. Todas las cifras son verificables contra las fuentes declaradas en el apartado de metodología.

