

AGENCIA NACIONAL DE SEGURIDAD VIAL

INFORME DE MEDIOS Y REDES SOCIALES

Informe mensual de ejecución

Desempeño en redes sociales, perfil de audiencia, recepción ciudadana y cobertura mediática de las cuatro campañas ejecutadas en el período.

PERÍODO ANALIZADO

1 al 31 de mayo de 2026

Documento técnico de seguimiento contractual · Uso exclusivo de la ANSV
Todas las cifras son verificables contra las fuentes declaradas

741.100

IMPRESIONES

13.898

INTERACCIONES

314

PUBLICACIONES

34

COMENTARIOS



Contenido del informe

Ocho bloques organizados según los requisitos de auditoría del contrato

01 Marco y metodología

Modelo de evaluación, fuentes, ficha de indicadores y criterios de verificación

02 Desempeño en redes

Alcance, interacciones, engagement y composición por red y superficie

03 Rendimiento por pieza

Ranking, eficacia, concentración del alcance y picos conversacionales

04 Audiencia

Perfil por sexo, distribución territorial y fuentes de tráfico

05 Posicionamiento y recepción

Las cuatro campañas, etiquetas, comentarios, emociones y narrativas

06 Cobertura en medios

Registro auditado, origen de cada pieza y trazabilidad

07 Alertas y cumplimiento

Alertas tempranas y matriz de requisitos

08 Conclusiones

Hallazgos, recomendaciones, limitaciones y condiciones legales

Resumen ejecutivo

Lo esencial del período en cinco lecturas

LECTURA DEL PERÍODO

Cada red cumple una función distinta. Facebook registra más interacciones totales, pero 7.180 de sus 9.725 interacciones en publicaciones —el 73,8 %— son clics en enlaces. Descontándolos, Instagram lidera en interacción social (3.397 frente a 3.042) y también en alcance (363.160 frente a 322.840).

El alcance no equivale a eficacia. La pieza de mayor alcance del mes —la actualización del Manual de Señalización, con 31.900 impresiones— rinde 3,66 % de engagement. La apertura de la Estrategia de Intervención a Municipios, con 7.869 impresiones, rinde 9,75 %: cinco veces la media del período, que es 1,88 %.

El reparto del alcance es sostenible. Ninguna pieza concentra más del 4,30 % del alcance del mes. Es un reparto más sano que el 17,4 % de la campaña de Navidad y algo más concentrado que el 1,9 % de noviembre.

La audiencia es mayoritariamente masculina en las tres redes con dato disponible, entre el 47,78 % de Instagram y el 64,52 % de YouTube, y se concentra territorialmente en Bogotá, Medellín y Cali.

La demanda ciudadana dominante es de acceso, no de opinión. De 34 comentarios recuperados, 11 son peticiones y 6 de ellas piden el mismo documento: el Manual de Señalización Vial, todas sobre la publicación de mayor alcance del mes.

CIFRAS DEL PERÍODO

Impresiones741.100

Interacciones13.898

Publicaciones314

Engagement medio1,88 %

Comentarios recuperados34 de 120

Piezas en medios7

Campañas del período4

Indicadores clave del período

Métricas globales verificadas: cada desglose suma exacto contra el total de su superficie

741.100

IMPRESIONES TOTALES

3 REDES CON ALCANCE

13.898

INTERACCIONES TOTALES

DESGLOSE VERIFICADO

314

PUBLICACIONES

ASIGNACIÓN ÍNTEGRA

1,88 %

ENGAGEMENT MEDIO

REFERENTE 3-4 %

73,8 %

CLICS SOBRE FACEBOOK

NO ES CONVERSACIÓN

4,30 %

CONCENTRACIÓN PIEZA N.º 1

REPARTO SOSTENIBLE

34

COMENTARIOS CODIFICADOS

COBERTURA 28,3 %

7

PIEZAS EN MEDIOS

4 DEL PLAN · 3 MONITOREO

Nota de verificación. Las publicaciones por red suman el total global (143 + 152 + 18 + 1 = 314) y las superficies suman exacto contra el total de cada red. Composición del alcance. Las 741.100 impresiones agregan magnitudes que las plataformas no reportan de forma idéntica: Facebook e Instagram informan visualizaciones, TikTok y YouTube reproducciones. El sistema no publica valores de edad, de modo que la distribución etaria se describe por su forma y no se cita ninguna cifra.

Modelo de evaluación

Cuatro componentes: se declara qué se hizo con cada uno y cuál no se aplicó

Minería de datos

APLICADO

Exportación íntegra del sistema de monitoreo (113 páginas) y construcción de un conjunto de datos único que se autoverifica: once controles de consistencia que impiden generar el informe si algún total deja de cuadrar.

Escucha social activa

APLICADO · COBERTURA PARCIAL

Extracción manual de comentarios publicación por publicación, ante la imposibilidad técnica de exportarlos. 34 comentarios sobre al menos 120 contabilizados (28,3 %), codificados con vocabulario cerrado de seis categorías.

Análisis semiótico

APLICADO · ALCANCE LIMITADO

Codificación del tono editorial y de las narrativas de audiencia sobre el corpus disponible. La vinculación con los mensajes institucionales queda condicionada a la entrega de los boletines de prensa del período.

Antropología digital

NO APLICADO

No se dispuso de instrumento etnográfico propio ni de trabajo de campo digital sostenido en el tiempo. Se declara expresamente para no darlo por cubierto: su ausencia limita la lectura de prácticas culturales de los actores viales.

Criterios de evaluación. Efectividad: engagement por pieza sobre su propio alcance, no sobre el total, y costo de oportunidad entre alcance y movilización. Percepción: distribución de las categorías de comentario y del tono editorial de la cobertura. Adopción: peticiones concretas de la ciudadanía y replicación del mensaje por terceros no gestionados. Criterio de no estimación: cuando la fuente no expone un dato, el gráfico no se construye y la ausencia se declara. Ninguna cifra de este informe se lee sobre un gráfico.

Fuentes y procedimiento

Toda cifra del informe es trazable a una de estas fuentes

- F1

Sistema de monitoreo de redes sociales
Exportación completa de 113 páginas · 01 al 31 de mayo de 2026 · cuatro cuentas conectadas · 314 publicaciones. Extracción: junio de 2026.
- F2

Plan de Medios e informe de ejecución
Informe mensual de ejecución de la central de medios: cuatro campañas, diez medios con enlace verificable e impactos declarados por el proveedor.
- F3

Monitoreo digital independiente
Búsqueda de cobertura fuera del plan. 16 resultados evaluados: 5 incorporados, 4 pendientes de verificación y 7 descartados con motivo escrito.
- F4

Extracción manual de comentarios
Recuperación publicación por publicación en Facebook, Instagram y TikTok. 34 comentarios sobre al menos 120 contabilizados por el sistema.

PROCEDIMIENTO · CUATRO PASOS

1

Extracción
Exportación íntegra del sistema, informe de ejecución y búsqueda independiente.

2

Verificación
Cada desglose debe sumar contra su total antes de usar la cifra. Si no cuadra, se investiga; no se ajusta.

3

Clasificación
Vocabularios cerrados de alcance, to no, origen, campaña y categoría de comentario.

4

Declaración
Lo que la fuente no expone se declara como limitación.

Separación del material de trabajo. El corpus de análisis contiene únicamente piezas periodísticas. Los documentos contractuales, los listados de enlaces y los propios entregables quedan fuera del corpus para que no se contabilicen como cobertura. Trazabilidad. Cada registro relaciona medio, actividad, fecha, valor y resultado, de modo que un tercero puede reconstruir cualquier cifra desde su fila de origen.

Ficha de indicadores

Definición, fórmula, fuente y criterio de lectura de cada indicador publicado

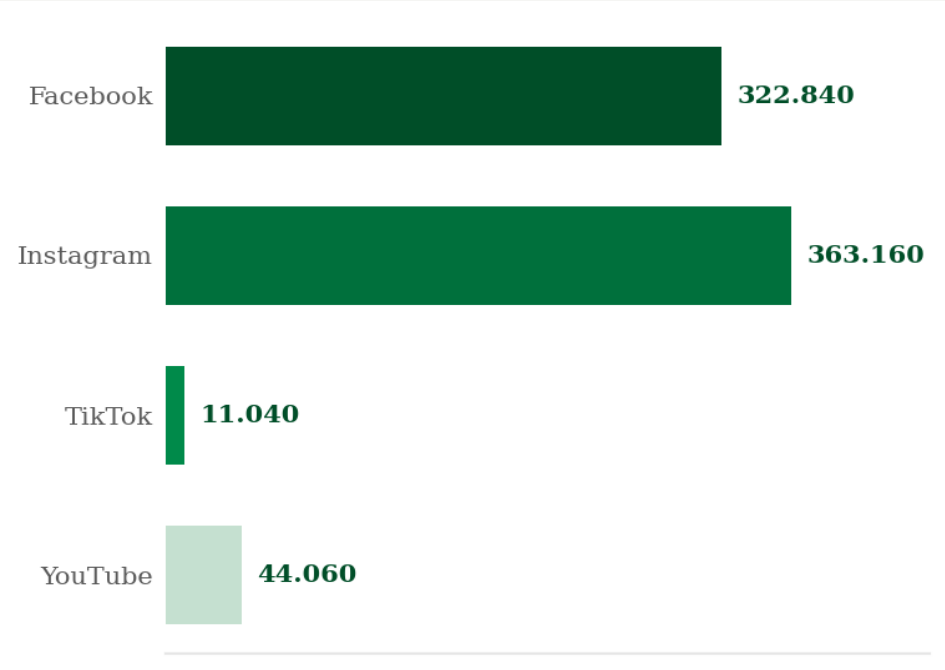
INDICADOR	DEFINICIÓN Y FÓRMULA	FUENTE	CRITERIO	VALOR
Impresiones	Veces que el contenido se muestra. No homogénea entre redes.	Sistema · por red	Se reporta por red; el total se advierte	741.100
Interacciones	Suma de reacciones, comentarios, compartidos, guardados y clics.	Sistema · desglose	Se publica también sin clics	13.898
Interacción social	Interacciones menos clics en enlaces.	Calculado sobre F1	Mide conversación real	6.718
Engagement medio	$\text{Interacciones} \div \text{impresiones} \times 100.$	Calculado sobre F1	Referente 3-4 %: el período queda por debajo	1,88 %
Engagement por pieza	$\text{Interacciones de la pieza} \div \text{sus impresiones} \times 100.$	Calculado sobre F1	Separa alcance de movilización	hasta 9,75 %
Concentración	$\text{Impresiones de la pieza mayor} \div \text{total} \times 100.$	Calculado sobre F1	Por debajo de 5 % indica reparto sostenible	4,30 %
Cobertura de comentarios	$\text{Comentarios recuperados} \div \text{contabilizados} \times 100.$	F1 y F4	Por debajo de 50 %: no se extrapola	28,3 %
Piezas en medios	Registros verificados con enlace que abre y mención expresa.	F2 y F3	Se separa lo gestionado de lo ganado	5
Impactos en medios	Alcance declarado por la central de medios.	F2 · autorreportado	No verificado de forma independiente	32.4347

Advertencia sobre el indicador de alcance. «Alcance» no significa lo mismo en cada plataforma: Facebook informa visualizaciones de contenido en la página, Instagram visualizaciones, TikTok y YouTube reproducciones de vídeo. Por eso el informe reporta siempre por red y advierte la composición cuando presenta el total.

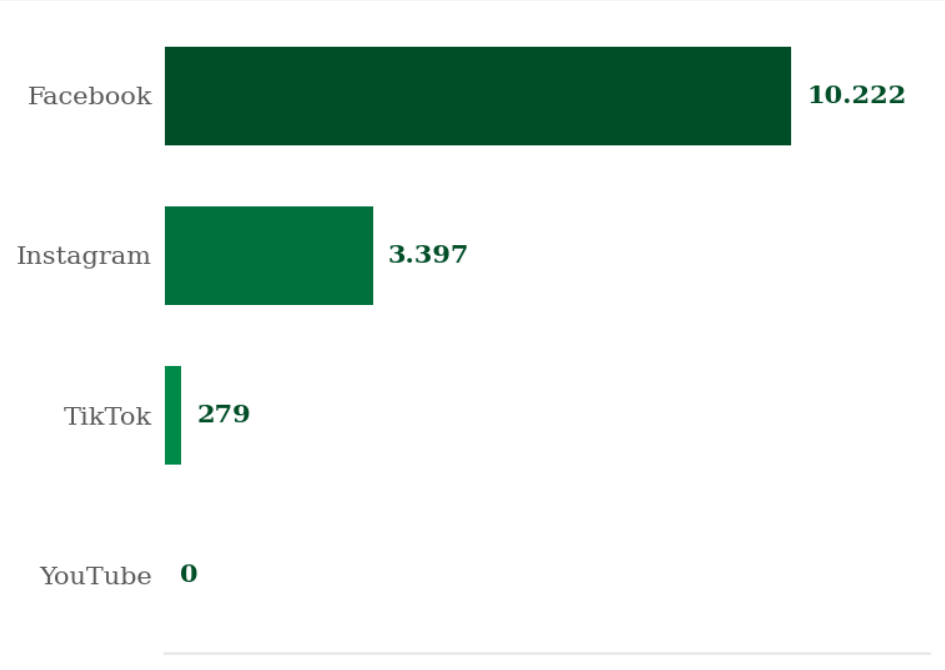
Desempeño por red social

Cuatro cuentas conectadas · 314 publicaciones íntegramente asignadas

ALCANCE POR RED



INTERACCIONES POR RED

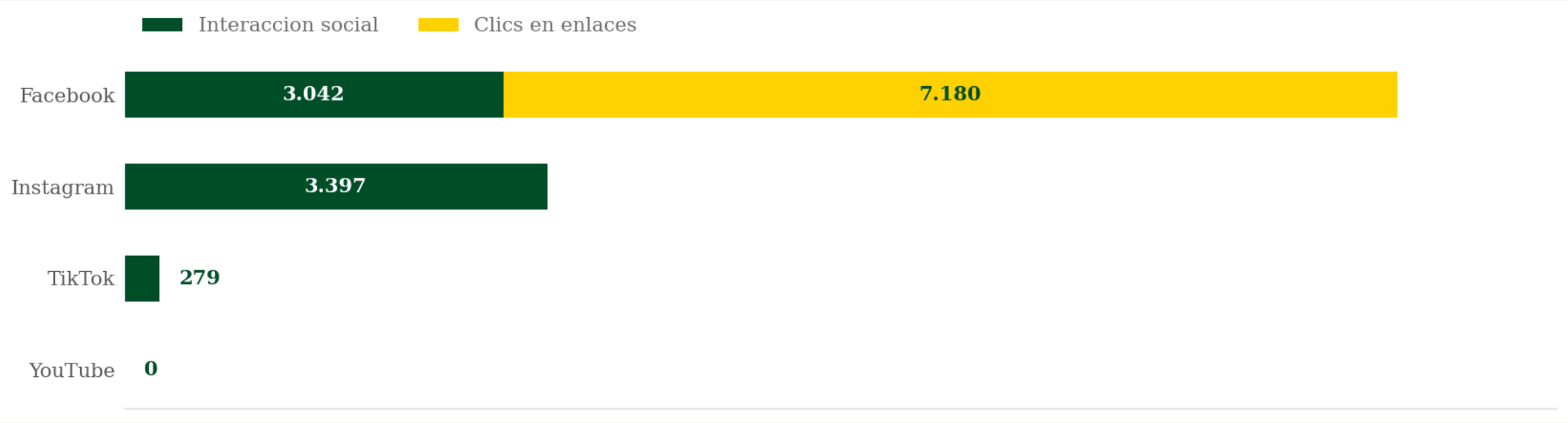


RED	IMPRESIONES	INTERACCIONES	PUBLICACIONES	MAGNITUD QUE REPORTA	VARIACIÓN
Facebook	322.840	10.222	143	visualizaciones de contenido en la pagina	-49.05 % en alcance
Instagram	363.160	3.397	152	visualizaciones	-65.49 % en alcance
TikTok	11.040	279	18	reproducciones	-51.12 % en alcance
YouTube	44.060	0	1	reproducciones de video	-17.38 % en alcance

Qué mide realmente cada red

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

COMPOSICIÓN DE LAS 13.898 INTERACCIONES



Facebook mueve tráfico

De sus 9.725 interacciones en publicaciones, 7.180 son clics en enlaces: el 73,8 %. Descontados, quedan 3.042 interacciones sociales. Es la red que lleva gente a otro sitio, y ese es un resultado legítimo, pero no es conversación.

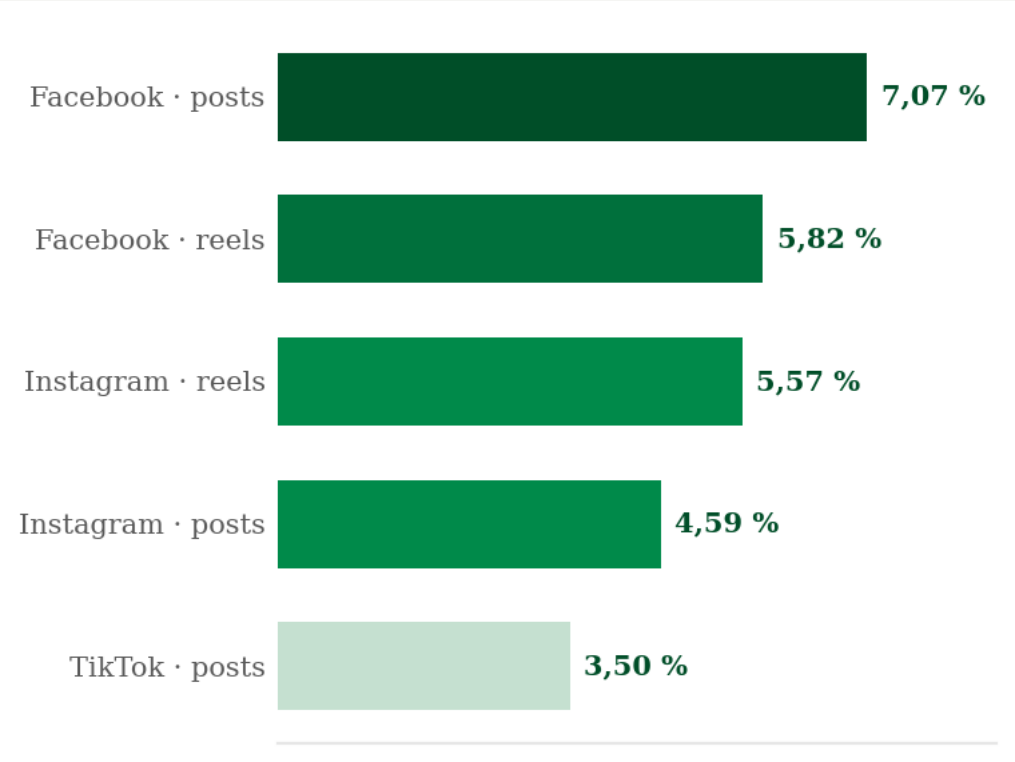
Instagram construye comunidad

Sus 3.397 interacciones son todas sociales: me gusta, comentarios, guardados y compartidos. Supera a Facebook en interacción social y también en alcance. Medir ambas redes con el mismo indicador oculta esa diferencia.

Engagement por superficie

Tasa declarada por la fuente para cada formato · el período cierra por debajo del referente

ENGAGEMENT POR SUPERFICIE



Lectura

Las publicaciones de Facebook encabezan con 7,07 %, seguidas de los reels de Instagram con 5,57 % y los de Facebook con 5,82 %. TikTok cierra en 3,50 %.
Conviene leerlo junto a la lámina anterior: el 7,07 % de Facebook incorpora clics, de modo que su engagement social real es sensiblemente menor.

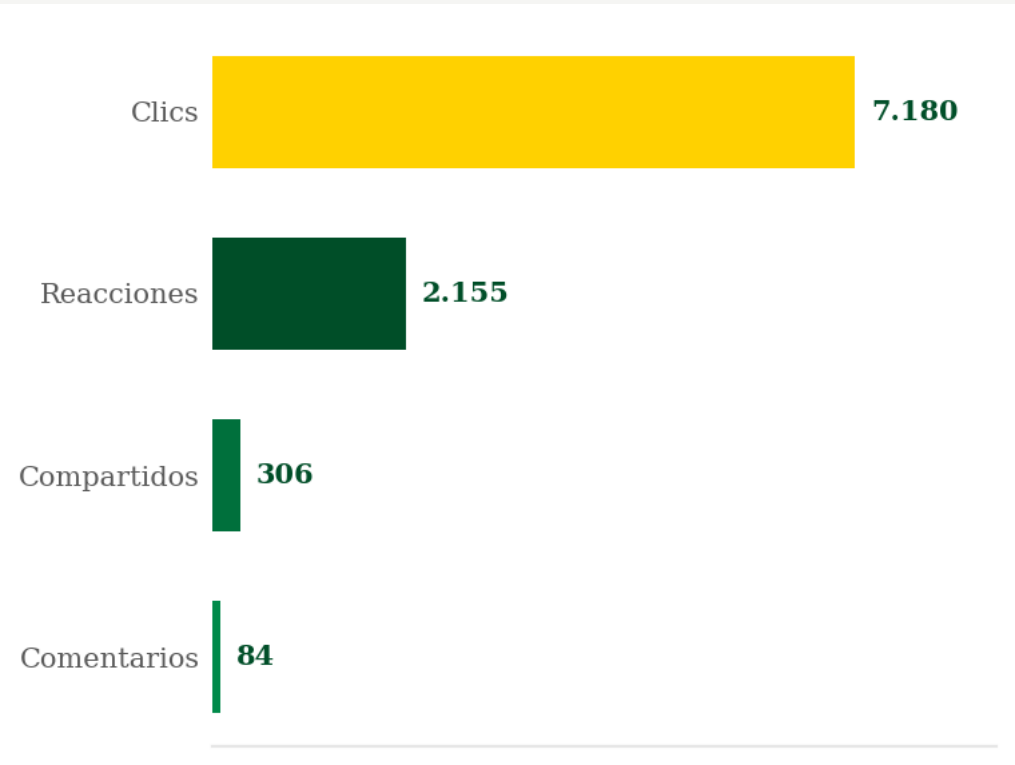
El período frente al referente

El engagement medio del período es 1,88 %, por debajo del referente de 3–4 % que el informe anterior fijó como criterio de lectura.
Dos factores lo explican y ninguno se puede confirmar con las fuentes disponibles: la caída del 57,94 % en alcance frente al período anterior, pendiente de aclarar, y una agenda repartida en cuatro campañas simultáneas en lugar de un eje único.

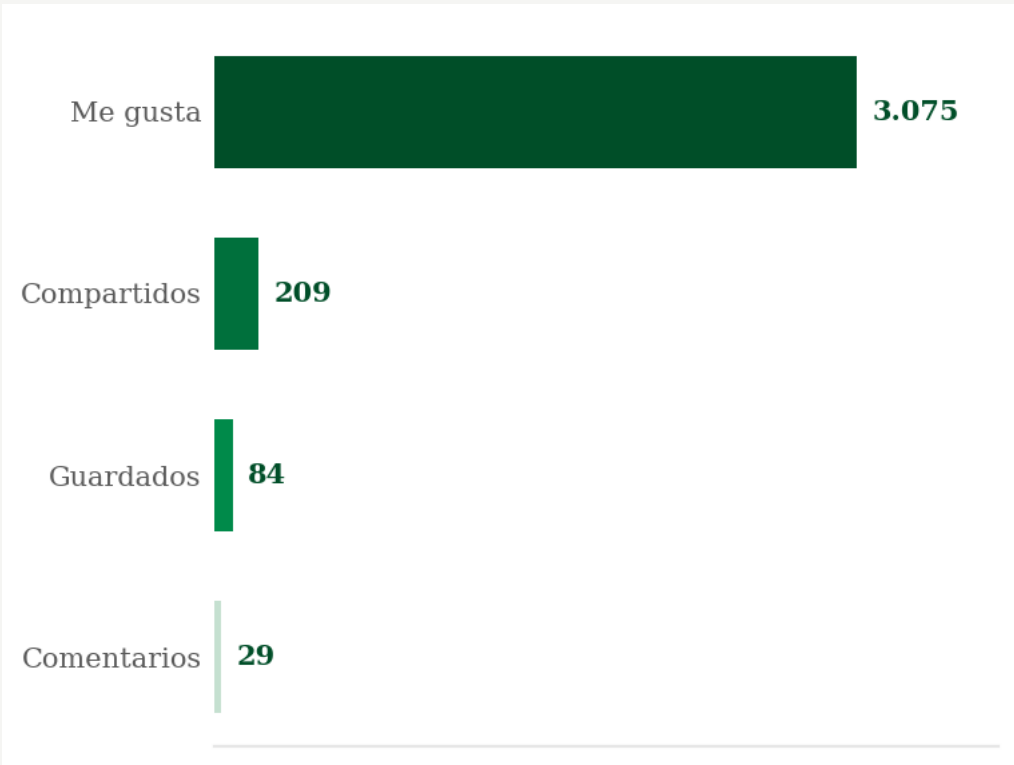
Composición de las interacciones

Ambos desgloses suman exacto contra el total de su red

FACEBOOK · PUBLICACIONES · 9.725 INTERACCIONES



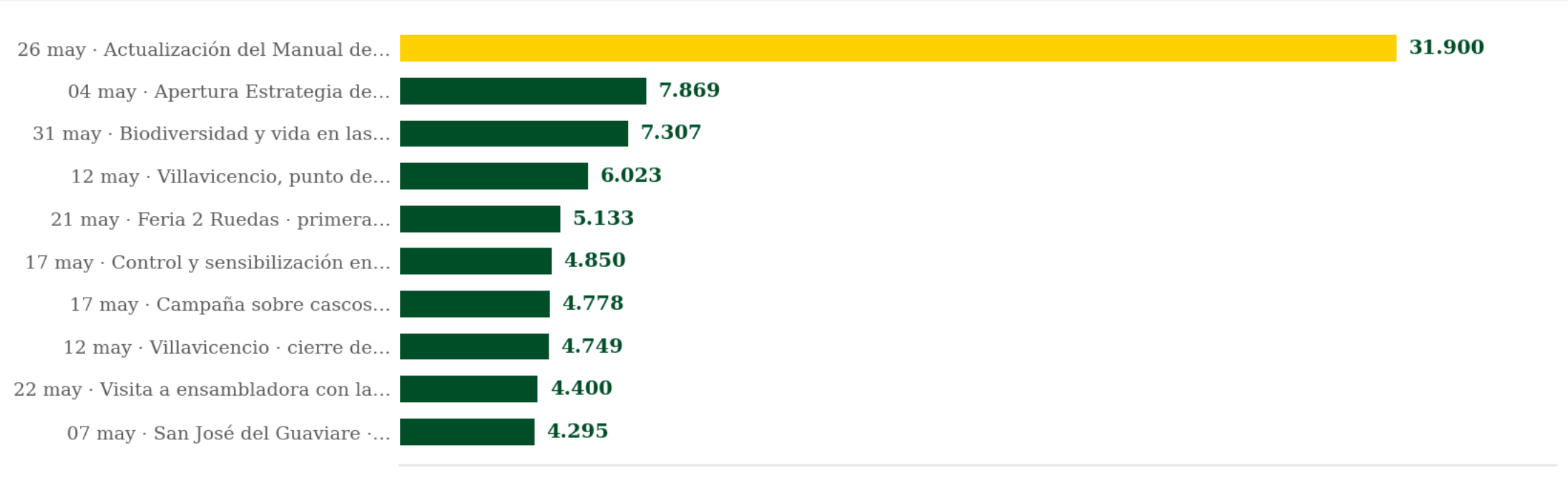
INSTAGRAM · PUBLICACIONES Y REELS · 3.397



Verificación. Facebook: 2.155 reacciones + 84 comentarios + 306 compartidos + 7.180 clics = 9.725, más 497 en reels, igual a 10.222. Instagram: 2.329 en publicaciones + 1.068 en reels = 3.397. TikTok: 208 me gusta + 7 comentarios + 64 compartidos = 279. YouTube publicó un vídeo en el período y registró cero interacciones, que es un valor real y no un dato ausente.

Las diez publicaciones de mayor alcance

Ordenadas por impresiones · la actualización del Manual de Señalización encabeza el período



Lectura del ranking

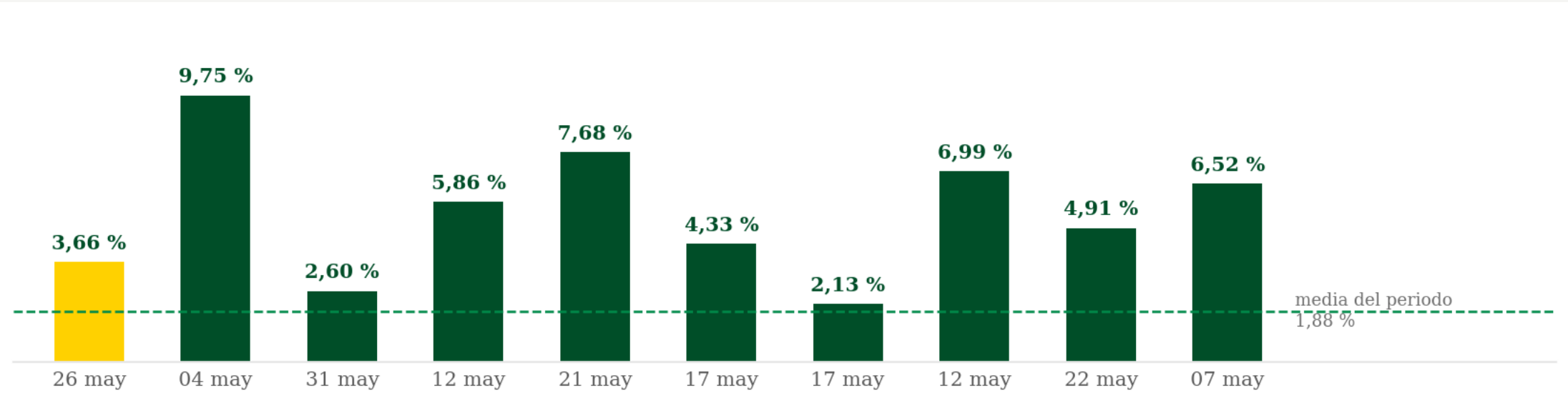
La pieza n.º 1 cuadruplica a la segunda. Las posiciones siguientes se reparten entre la Estrategia de Intervención a Municipios, Rutas Vivas y la Feria de las 2 Ruedas: las tres campañas con presencia territorial del mes.

Advertencia sobre la cifra mayor

La fuente publica el alcance de la primera pieza abreviado como «31.9k». Se registra como 31.900 y no se reconstruye el valor exacto. Todas las demás cifras del ranking constan sin abreviar.

Alcance no es lo mismo que eficacia

Engagement de cada pieza calculado sobre su propio alcance, no sobre el total



La más vista

La actualización del Manual de Señalización reunió 31.900 impresiones y 1.169 interacciones: 3,66 %. Es la pieza de mayor alcance del mes y rinde por debajo de otras nueve veces más pequeñas.

La más eficaz

La apertura de la Estrategia de Intervención a Municipios reunió 7.869 impresiones y 767 interacciones: 9,75 %, cinco veces la media del período. Ocupa la segunda posición por alcance y la primera por movilización.

Qué hacer con esto

El ranking por impresiones, publicado solo, induce a repetir formatos que se ven mucho y mueven poco. La recomendación operativa es incorporar el engagement por pieza al ranking en todos los informes siguientes.

Concentración y picos conversacionales

Cuánto del alcance del mes depende de una sola pieza, y cuándo se concentró la conversación



Qué mide la concentración

Indica qué parte del resultado del mes depende de una sola publicación. Cuanto más alta, más frágil es el resultado: si esa pieza no hubiera funcionado, el mes entero se habría desplomado. Mayo se sitúa en una zona sana.

Picos conversacionales

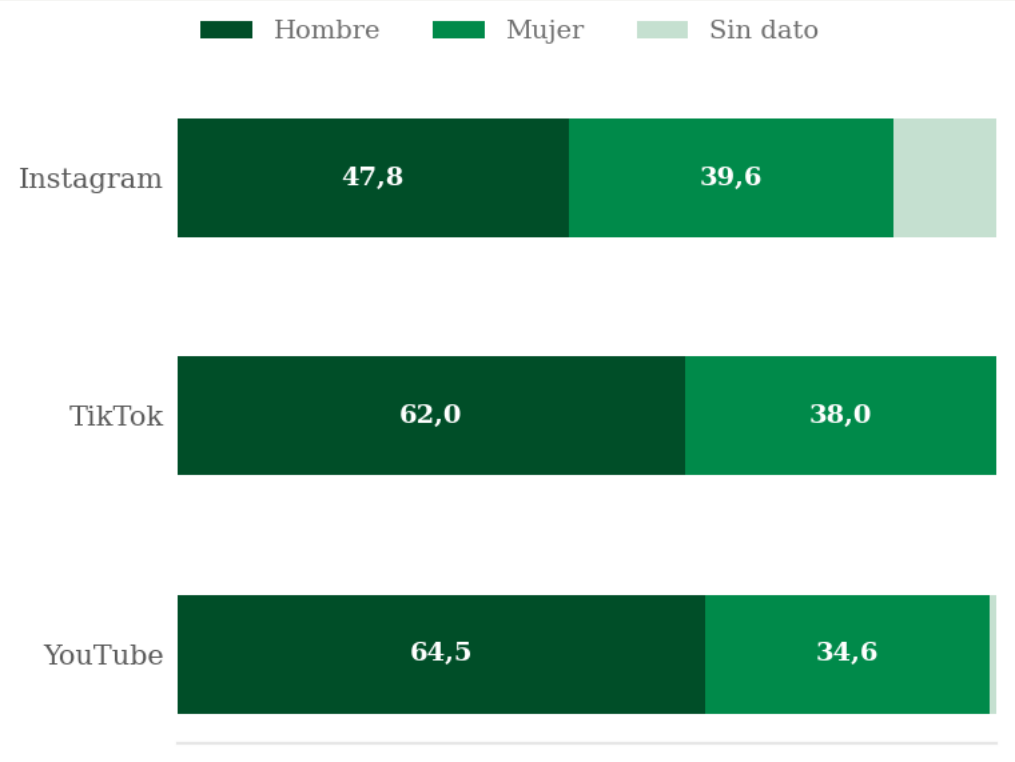
El 26 de mayo, con la actualización del Manual de Señalización, y el 4 de mayo, con la apertura de la Estrategia de Intervención a Municipios. Ambos picos son de origen institucional: ninguno responde a una conversación externa no prevista.

Serie temporal diaria. El sistema muestra la evolución día a día en pantalla, pero no exporta la tabla ni publica sus valores. Reproducirla exigiría leer cifras sobre un gráfico, que es justamente lo que el criterio de no estimación prohíbe. En consecuencia, este informe describe la forma de la curva —dos picos claramente diferenciados y un valle en la primera quincena— y no publica valores por día. No es subsanable con las fuentes disponibles.

Perfil de la audiencia alcanzada

Tres redes publican distribución por sexo; ninguna publica valores de edad

DISTRIBUCIÓN POR SEXO · PORCENTAJE DECLARADO



Predominio masculino en las tres redes

Instagram 47,78 % hombres frente a 39,59 % mujeres, con un 12,63 % sin identificar. TikTok 62,00 % frente a 38,00 %. YouTube 64,52 % frente a 34,65 %.

Facebook, la red con más publicaciones del período, no expone distribución por sexo en la exportación: la lectura no la cubre.

Por qué no hay franjas de edad

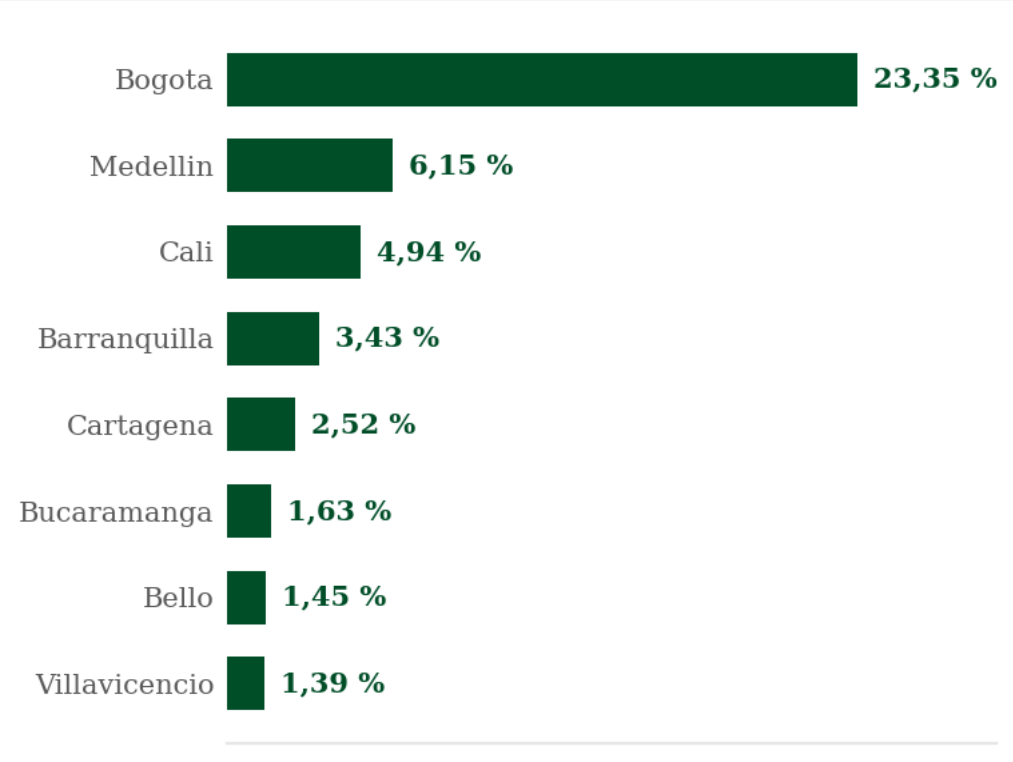
El sistema dibuja la distribución por edad como gráfico de barras sin valores numéricos y sin tabla asociada. Publicar porcentajes exigiría medirlos sobre la imagen.

Se describe únicamente su forma: en las tres redes con dato, la distribución se concentra en los tramos de 25 a 34 y de 35 a 44 años, con presencia menor entre 45 y 54 y colas reducidas en los extremos. No se publica ninguna cifra.

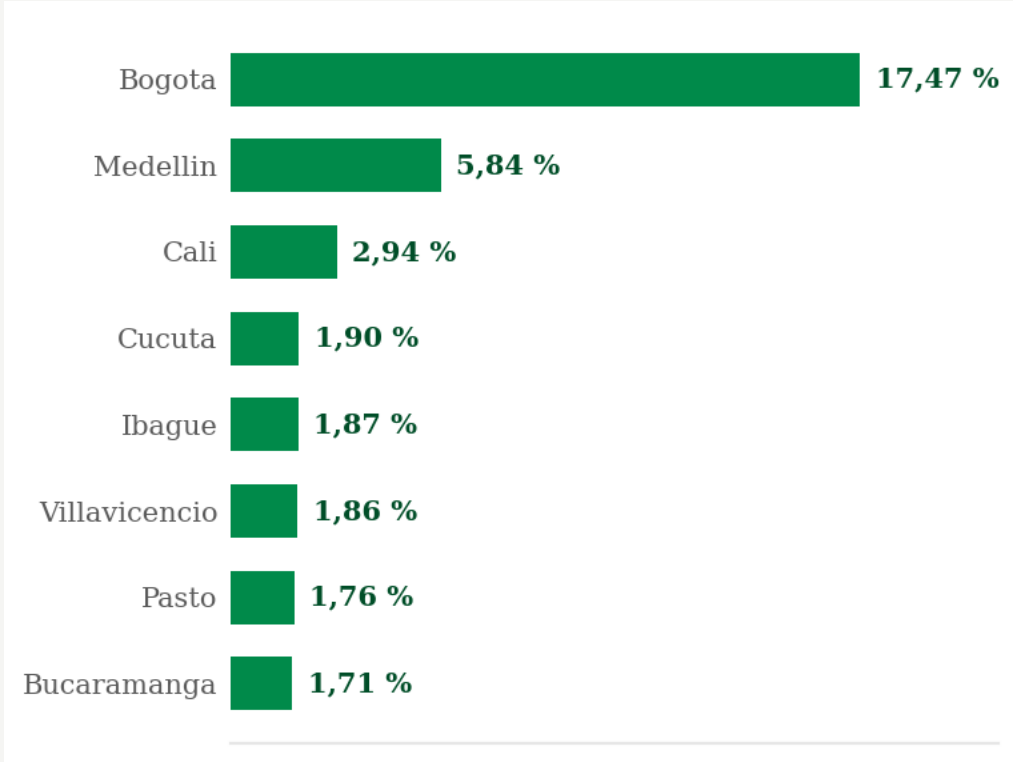
Territorio y origen de las visualizaciones

Dónde está la audiencia y por qué vía llega al contenido

INSTAGRAM · CIUDADES



FACEBOOK · CIUDADES

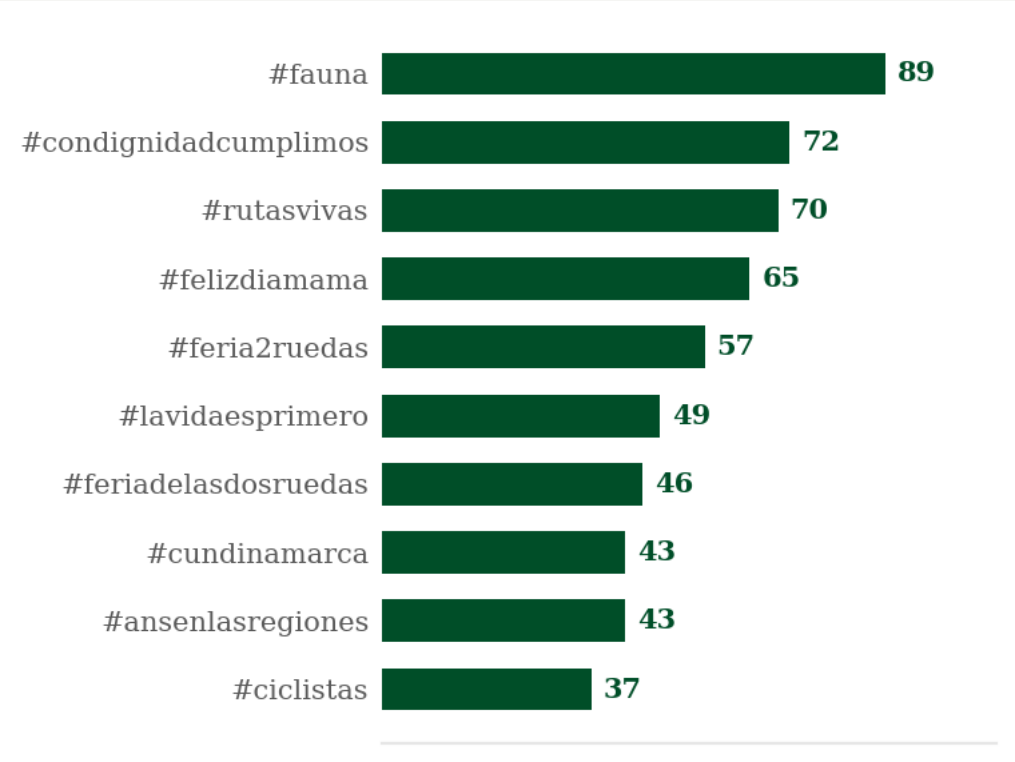


Concentración urbana y capilaridad. Colombia aporta entre el 75,76 % y el 91,85 % de la audiencia según la red. Bogotá concentra el 23,35 % en Instagram y el 17,47 % en Facebook, seguida de Medellín y Cali. En Facebook aparecen además Cúcuta, Ibagué, Villavicencio, Pasto y Manizales, lo que indica penetración fuera de las tres grandes ciudades. En YouTube, el 57,55 % del tráfico procede de fuentes externas y solo el 17,70 % de búsquedas dentro de la plataforma.

Etiquetas de campaña

26 etiquetas registradas con volumen propio · ordenadas por me gusta

DIEZ ETIQUETAS DE MAYOR RESPUESTA



La campaña sí tiene etiquetas rastreables

#rutasvivas registra 3 publicaciones y #nosmovemosporlavida 5, de modo que las dos estrategias territoriales del mes son medibles por etiqueta propia. #fauna encabeza la respuesta con 89 me gusta en una sola publicación, seguida de #condignidadcumplimos con 72 en una y #rutasvivas con 70 en tres.

Advertencia metodológica

Las etiquetas de uso transversal —#seguridadvial en 28 publicaciones y #ansv en 18— acumulan mucho volumen pero no identifican campaña: son firma institucional, no medida de posicionamiento. Por el contrario, una etiqueta con una sola publicación y alta respuesta mide la pieza, no la etiqueta. Ambas lecturas se separan para no inflar el ranking.

Posicionamiento por campaña

Cuatro campañas simultáneas en el período · qué se posicionó y qué no

Rutas Vivas

SE POSICIONÓ

Etiqueta propia rastreable (#rutasvivas, 3 publicaciones, 70 me gusta) y la mayor respuesta unitaria del mes con #fauna. Además obtuvo cobertura regional en el Atlántico y una mención en la programación de una entidad cultural. Es la campaña con presencia más consistente.

Nos Movemos por la Vida · Barranquilla

SE POSICIONÓ

Etiqueta propia (#nosmovemosporlavida, 5 publicaciones) y la cobertura mediática más amplia del período: siete medios de la Región Atlántico y 80.870 impactos declarados por la central de medios. Concentrada entre el 19 y el 22 de mayo.

Congreso Internacional de Seguridad Vehicular

POSICIONAMIENTO EXTERNO

Su presencia se acredita casi por completo en prensa nacional —El Tiempo, Diario ADN y Caracol Radio, con 243.477 impactos declarados— y no en canales propios: no registra etiqueta con volumen propio en el período.

Consejo Consultivo de Seguridad Vial

NO SE POSICIONÓ

La convocatoria se publicó en canales propios y generó tres piezas en el ranking de alcance, pero no registra etiqueta rastreable, no obtuvo cobertura en medios y la pauta digital del mes no reporta métricas de resultado. Es el hallazgo negativo del período.

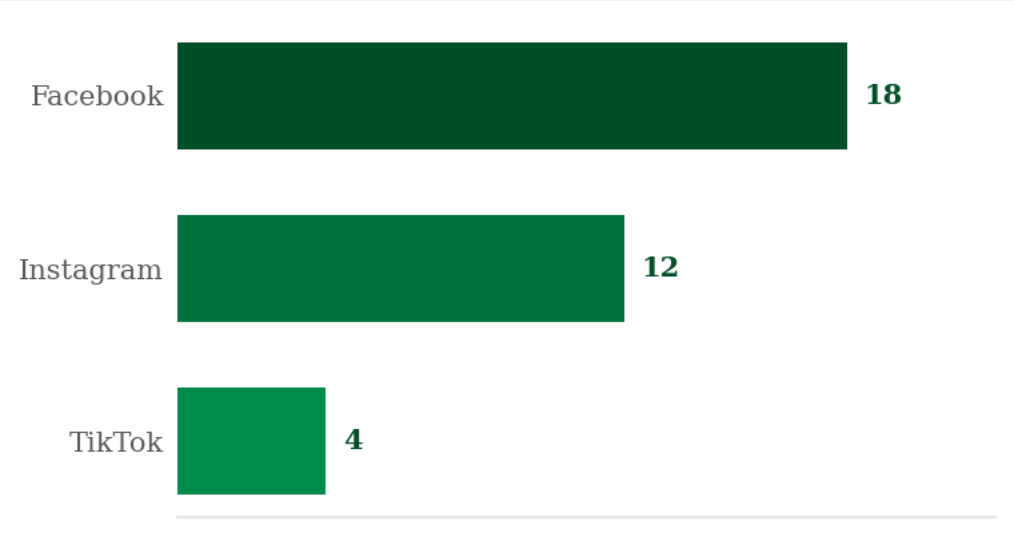
Recepción ciudadana

34 comentarios recuperados de al menos 120 contabilizados · cobertura del 28,3 %

CATEGORÍAS DE COMENTARIO



DISTRIBUCIÓN POR RED



Base del análisis. 34 comentarios sobre al menos 120 contabilizados por el sistema. Los reels de Facebook agregan sus interacciones sin desglosar comentarios, de modo que 120 es un piso verificable y no el total exacto. Con esta cobertura, el análisis describe la recepción y no se extrapola al conjunto: una muestra parcial acredita ausencia de rechazo, no aceptación.

Ningún testimonio ni denuncia ciudadana. La categoría de testimonio registra cero casos, y es un resultado, no un dato ausente. Los comentarios visibles en el canal de vídeo corresponden a piezas de períodos anteriores y quedaron fuera del corpus: la exportación confirma cero interacciones en el vídeo publicado en mayo. Las citas se reproducen sin atribución nominal.

Emociones y narrativas de audiencia

Qué pide, qué reconoce y qué reprocha la ciudadanía en sus propias palabras

Demanda de acceso a un documento

11 PETICIONES · 6 SOBRE EL MISMO TEMA

La narrativa dominante del mes no es de opinión sino de acceso: seis personas piden el Manual de Señalización Vial —en PDF, impreso o como capacitación virtual— y todas lo hacen sobre la publicación de mayor alcance del período. La pieza generó atención y una necesidad concreta que no encontró respuesta visible en el propio canal.

Petición de réplica territorial

4 PETICIONES

Instituciones educativas y ciudadanos piden que la pedagogía llegue a su municipio o colegio: una escuela normal de Tunja, la solicitud de llevar las actividades a otras ciudades, y la petición de que se aplique en todas las instituciones educativas. Es demanda de cobertura, no crítica.

Crítica al gasto y a los resultados

5 COMENTARIOS · 4 DE UN SOLO AUTOR

El eje es constante: gasto en foros y eventos frente al aumento de la siniestralidad, con acusaciones de despilfarro y clientelismo. El dato decisivo para leerlo bien es que cuatro de los cinco proceden del mismo emisor. Reportar un porcentaje de crítica sin esa nota describiría mal la recepción del período.

Reconocimiento y adhesión institucional

14 RECONOCIMIENTOS · 2 ORGANIZACIONES

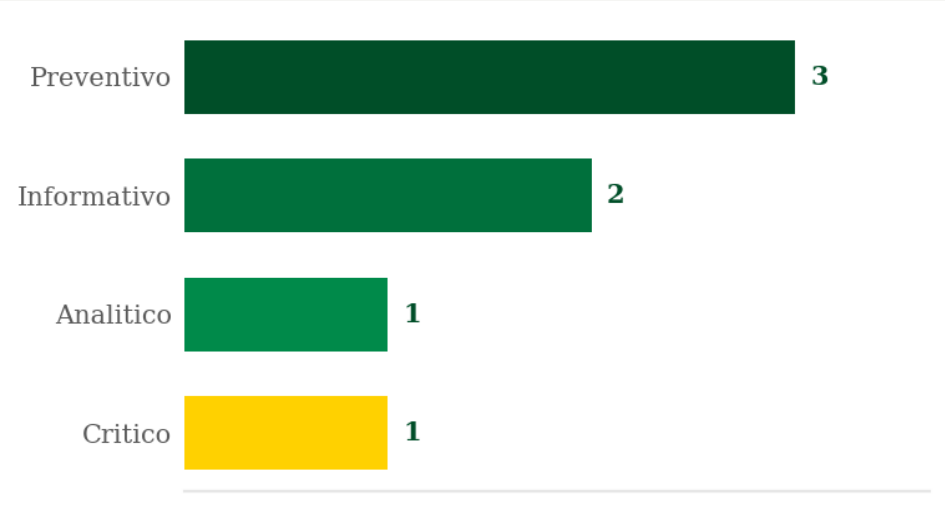
El reconocimiento es mayoritariamente breve y sin argumento. Destacan dos adhesiones de organizaciones —una empresa del sector transporte y un centro de formación— que valoran la planificación técnica y la formación de jóvenes. Son la voz organizada del período.

Cobertura en medios de comunicación

Registro auditado en dos rondas · 7 piezas incorporadas, 7 descartadas con motivo escrito



TONO EDITORIAL DE LA COBERTURA



Predominio preventivo, con una pieza crítica

Tres de las siete piezas son de tono preventivo y corresponden a la intervención territorial en el Atlántico. Aparecen además dos informativas, una analítica y una crítica: el editorial de un diario nacional sobre las fotomultas.

Qué dice la pieza crítica

No cuestiona a la Agencia: recoge su argumento técnico sobre la efectividad de las cámaras y responsabiliza a las administraciones locales de convertirlas en recaudo. La entidad aparece como autoridad técnica, no como objeto de la crítica.

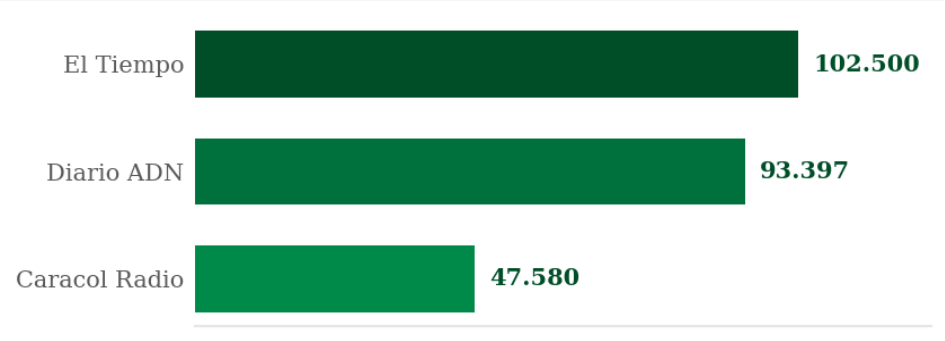
Depuración del corpus. De los resultados devueltos por la búsqueda independiente se descartaron siete con motivo escrito: seis son comunicados institucionales de otras entidades o normas jurídicas, no piezas periodísticas, y tres además no tratan de seguridad vial. Ninguna exclusión es silenciosa: todas constan en el registro con su razón.

Impactos declarados por la central de medios

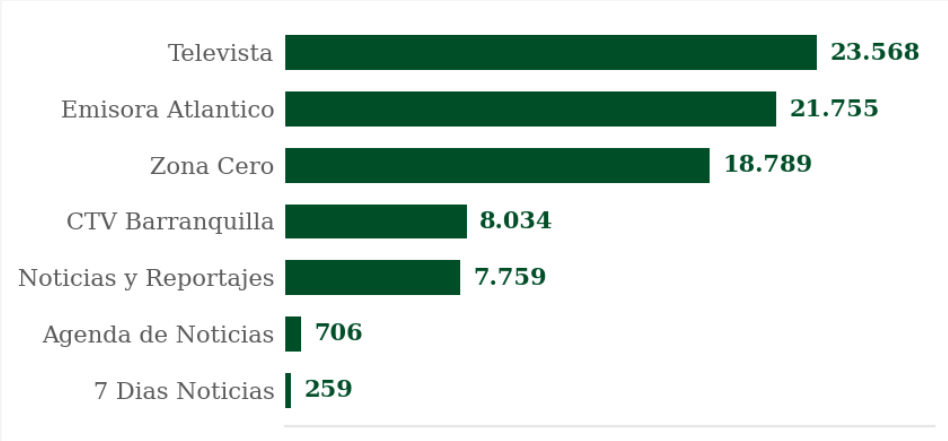
Diez medios gestionados en dos campañas · cifras autorreportadas por el proveedor



CONGRESO INTERNACIONAL · PORTALES WEB



NOS MOVEMOS POR LA VIDA · REGIÓN ATLÁNTICO



MÉTODO

Audiencia del medio por su tasa de engagement.

Se recalculó: las tres cifras del Congreso cuadran.

Naturaleza del indicador. Estas cifras las declara la central de medios y no se verifican de forma independiente: el informe las reporta como impactos autorreportados por un tercero, no como alcance medido. Se comprobó su coherencia interna —cada desglose suma su total y los impactos del Congreso coinciden con audiencia por engagement— pero eso valida la aritmética, no el dato de origen.

Piezas descartadas y pendientes

Ninguna exclusión es silenciosa: cada una consta con su razón

DESCARTADAS · SIETE PIEZAS

FUENTE	TITULAR	MOTIVO DEL DESCARTE
Diario Oficial	Resolucion Conjunta 20263040014815 de 2026	Norma juridica, no pieza periodistica. Es fuente normativa: pertenece al contexto institucional, no al registro de...
Ministerio de Transporte	Reglas para la micromovilidad	Comunicado institucional del sector, no cobertura de medios. A demas sin URL.
Ministerio de Transporte	Reactivacion ferrea / Congreso Ferroviario	Comunicado institucional y fuera del objeto: no trata seguridad vial ni menciona a la ANSV.
Departamento Nacional de Planeacion	CONPES de modernizacion ferroviaria	Comunicado institucional y fuera del objeto. Ademas arrastra cifras ajenas al tema (pobreza infantil...
Radio Nacional de Colombia	Corredor ferreo interoceanico en el Darien	Fuera del objeto: no trata seguridad vial ni menciona a la ANSV.
Superintendencia de Transporte	Investigacion a 12 organismos de transito	Comunicado institucional de otra entidad. El titular llevo ademas traducido al ingles, senal de extraccion...
Consultorsalud	Reclamaciones por accidentes sin SOAT...	El enlace apunta al boletin PDF de la ADRES, no a la nota del medio, y no menciona a la ANSV. Sirve como contexto de...

PENDIENTES DE VERIFICACIÓN · CUATRO PIEZAS

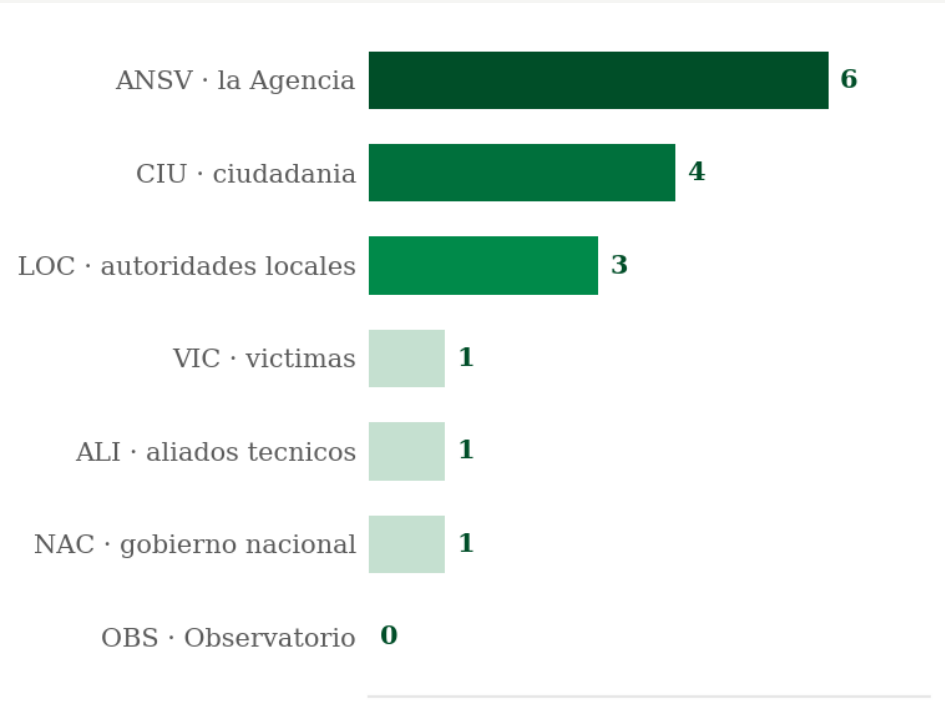
FECHA	MEDIO	TITULAR	QUÉ FALTA COMPROBAR
19/05/2026	El Espectador	Mas de 5,8 millones de fotomultas seran...	El resumen atribuye a la ANSV una cifra tecnica. Confirmar que la nota la cita expresamente y no...
24/05/2026	El Espectador	Sin SOAT y sin que nadie mire: por que...	Reportaje critico sobre mortalidad vial en motos. No consta mencion a la ANSV en el resumen:...
25/05/2026	La Revista De Motos	Feria de las 2 Ruedas 2026: Medellin vibro...	La ANSV participo en la feria, pero el resumen no la menciona. Sin mencion no es cobertura de la...
29/05/2026	Parque Explora	Tu afan mata a miles: atropellamiento de...	Promueve expresamente la estrategia Rutas Vivas, pero es una agenda de evento de una entidad...

Criterio de exclusión. Solo entra al registro la pieza publicada por un medio de comunicación, fechada dentro del período y con mención expresa a la Agencia comprobada en su texto. Comunicados institucionales de otras entidades, normas y agendas de evento quedan fuera aunque traten de seguridad vial.

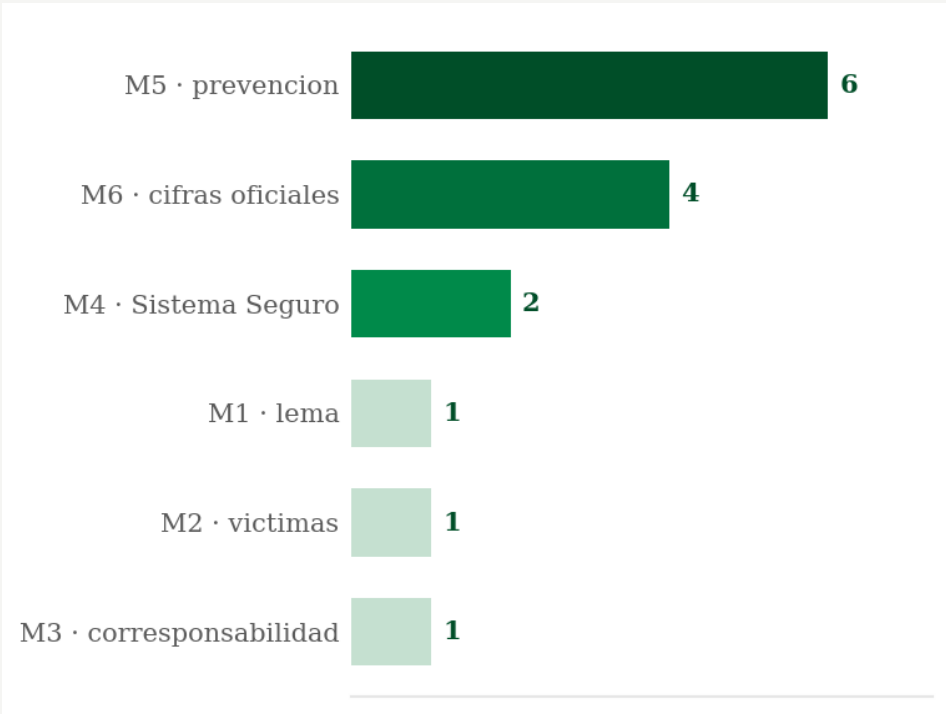
Actores y mensajes en la cobertura

Codificación por presencia sobre 6 piezas · una pieza puede registrar varios, por eso los porcentajes no suman 100 %

ACTORES PRESENTES



MENSAJES INSTITUCIONALES VEHICULADOS



LECTURA

La Agencia aparece en las seis.

Prevención también en las seis: es el mensaje que sí llega.

El Observatorio no lo cita ningún medio.

Tres lecturas. La prevención y el autocuidado (M5) aparecen en las seis piezas codificadas y las cifras oficiales (M6) en cuatro: el mensaje técnico circula. En cambio el lema de campaña (M1) aparece solo en una y la memoria de las víctimas (M2) en otra, de modo que el encuadre emocional no fue recogido por los medios. Ausencia relevante. Ningún medio cita al Observatorio Nacional como fuente de cifras: cuando publican datos, se los atribuyen directamente a la Agencia. Refuerza su posición como autoridad técnica, y a la vez concentra en ella la responsabilidad sobre cada cifra publicada.

Registro completo de la cobertura

Siete piezas con vocabularios cerrados · cada fila es verificable contra su enlace

FECHA	MEDIO	TITULAR	ALCANCE	TONO	ORIGEN	ACTORES · MENSAJES
04/05/2026	Caracol Radio	La ANSV realizo en Cartagena el primer Congreso...	Nacional	Informativo	Plan de Medios	ANSV · M4, M5
14/05/2026	El Cronista	Se despide la licencia de conduccion en Colombia:...	Nacional	Informativo	Monitoreo digital	ANSV, NAC, CIU · M5, M6
19/05/2026	El Espectador	Mas de 5,8 millones de fotomultas seran revocadas:...	Nacional	Analitico	Monitoreo digital	ANSV, LOC, CIU · M4, M5, M6
20/05/2026	Zona Cero	La ANSV realizara jornadas pedagogicas de...	Regional	Preventivo	Plan de Medios	ANSV, LOC, CIU, VIC · M2, M3, M5, M6
21/05/2026	Zona Cero	'Motodestrezas', 'Rutas vivas' y 'Puntos seguros',...	Regional	Preventivo	Plan de Medios	ANSV, LOC, AU, CIU · M1, M5, M6
22/05/2026	Emisora Atlantico	ANSV adelanto una campana para salvaguardar las...	Regional	Preventivo	Plan de Medios	ANSV · M5
25/05/2026	El Espectador	Editorial Caos con las fotomultas	Nacional	Critico	Monitoreo digital	pendiente de codificar

Trazabilidad. Cada pieza se verificó comprobando que la mención expresa a la Agencia consta en su texto, y se conserva la frase exacta donde aparece. El registro distingue el alcance gestionado a través del plan de medios (4 piezas) del alcance ganado por difusión independiente (3 piezas), que es el indicador que demuestra que el mensaje circula sin gestión. Una pieza pendiente. El editorial del 25 de mayo se detectó en la primera ronda de búsqueda y no fue devuelto por la segunda; se conserva en el registro por citar expresamente a la Agencia, con su codificación de actores y mensajes pendiente.

Vocabulario ampliado

El nivel Local se incorporó al vocabulario de alcance de forma consciente, para distinguir la prensa municipal de la regional. En este período ninguna pieza lo activa: la cobertura se reparte entre nacional y regional.

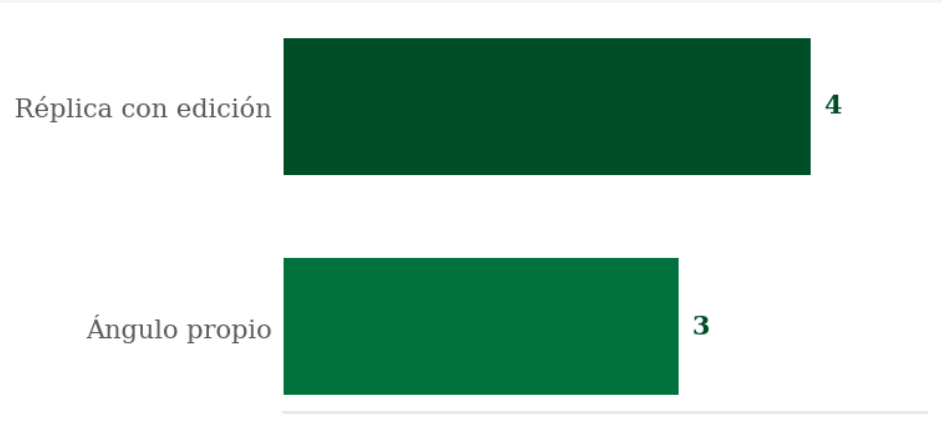
Cuatro piezas pendientes

Quedan por verificar cuatro resultados de la primera ronda de búsqueda cuya mención expresa a la Agencia no se pudo confirmar en el texto. No se incorporan hasta comprobarla.

Replicación frente a elaboración propia

Cuánto del material se reprodujo y cuánto generó reportería nueva

TRATAMIENTO DEL MATERIAL



QUÉ APORTÓ CADA PIEZA DE ELABORACIÓN PROPIA

- El Espectador · 19/05**

Análisis fiscal propio: hasta 1,05 billones de pesos en devoluciones potenciales por 1,5 millones de fotomultas ya pagadas, y su efecto sobre las finanzas territoriales. Serie propia del crecimiento del parque de cámaras: de 216 en 2018 a 680 en 2026.
- Zona Cero · 21/05**

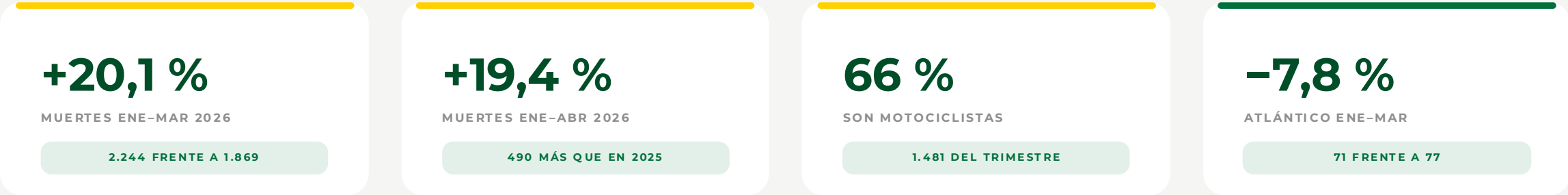
Reportería de campo con testimonios de actores viales recogidos en vía, y cifras del observatorio departamental: reducción del 7,8 % en muertes en el primer trimestre de 2026, 71 fallecidos frente a 77 del año anterior.
- El Espectador · 25/05**

Editorial de elaboración propia. Se clasifica como ángulo propio por su género: un editorial es por definición elaboración del medio.

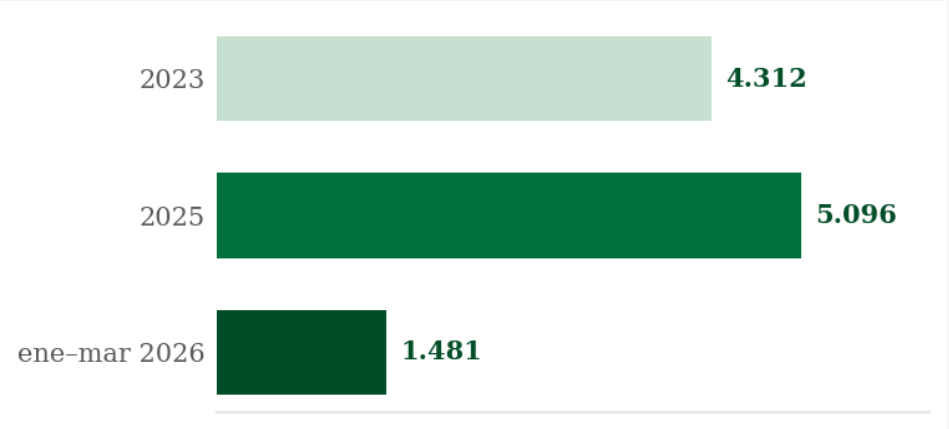
Base de comparación · limitación declarada. Los boletines de prensa de la Agencia no estuvieron disponibles al cierre del período. La clasificación se realizó comparando cada pieza con los comunicados institucionales públicos de las entidades implicadas, no con el boletín propio. Mide por tanto elaboración periodística frente al material institucional disponible, y no la eficacia del boletín de la Agencia. Se revisará cuando los boletines estén disponibles. Ninguna pieza replica literalmente: todas aplicaron al menos retitulación o reordenamiento.

Contexto de siniestralidad citado por los medios

Serie reconstruida a partir de las cifras publicadas · verificada cruzando fuentes



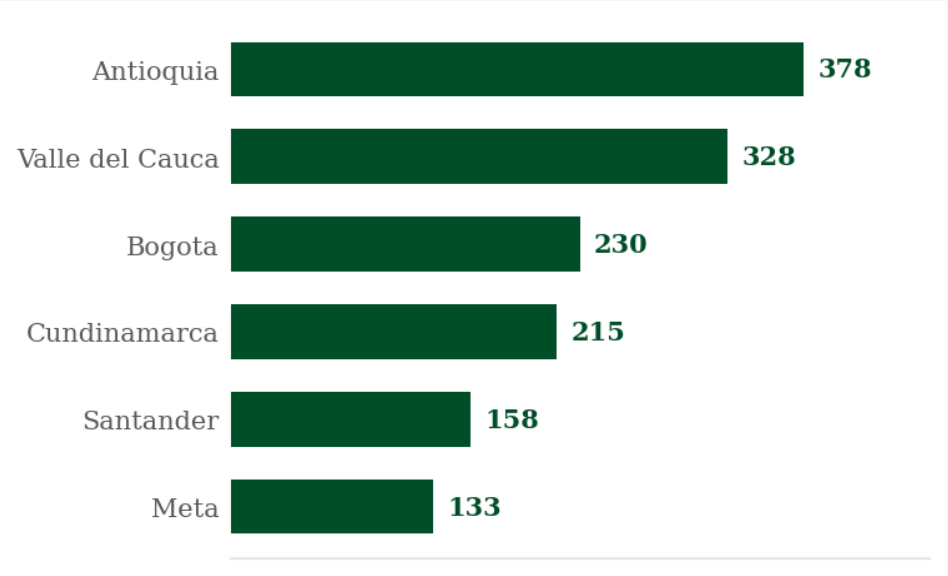
MOTOCICLISTAS FALLECIDOS



La tensión del período

El país empeora mientras el territorio intervenido mejora: la siniestralidad nacional sube en torno al 20 % y el Atlántico, donde se concentró la intervención de mayo, baja un 7,8 %.

DEPARTAMENTOS CON MÁS VÍCTIMAS · ENE-ABR 2026



FAUNA
2017-2025

1.591
siniestros
con animales

615
fallecidos

976
lesionados

El 98 % de
las muertes,
en choque
directo.

Cifras en verificación

Discrepancias detectadas en el monitoreo que deben resolverse antes de su uso público

Fallecidos nacionales en 2025

Un documento normativo oficial reporta 9.007 y la prensa divulga 8.697 o «más de 8.600», atribuyendo ambas al mismo origen. La diferencia es de hasta 407 muertes.

No se publica ninguno de los dos valores hasta confirmación escrita. La hipótesis más probable es que uno sea preliminar y el otro consolidado, pero es una hipótesis, no un dato.

Participación de motociclistas

Una fuente no periodística atribuía a 2024 un 81 % de motociclistas sobre el total. El corpus ampliado lo contradice: 5.096 de 8.697 en 2025 es 58,6 %, y 1.481 de las muertes del primer trimestre de 2026 es 66 %.

RESUELTA. Dos fuentes independientes convergen en 57–59 % para la serie anual. El 81 % se descarta por implausible y se deja constancia.

Alcance del 7,8 % en el Atlántico

Una fuente lo atribuye a «disminución en muertes por siniestros viales» y otra a «siniestros viales» en general. No es el mismo indicador.

Se publica con la etiqueta más restrictiva —muertes— por ser la que sostiene la fuente más precisa, y se deja constancia de la ambigüedad.

CRITERIO APLICADO

Ante dos cifras incompatibles, el informe mantiene la que sostienen dos fuentes independientes y deja constancia de la discrepancia, en lugar de elegir la más favorable o promediar valores.

FUERA DE PERÍODO · DETECTADAS Y EXCLUIDAS

Disminución del 13 % en muertes en mayo

Corresponde a mayo de 2024 frente a mayo de 2023, no al período de este informe. Tres portales la publican y es fácil confundirla con un dato de mayo de 2026.

Acumulado enero-mayo de 3.294 fallecidos

Es de 2024. No se compara con el acumulado de 2026.

Primer semestre de 2023 con 4.029 fallecidos

Serie histórica de 2023, útil como contexto de tendencia y no como cifra del período.

Discrepancia resuelta. La participación de motociclistas queda establecida en 58,6 % para 2025 —5.096 de 8.697 fallecidos— y en 66 % para el primer trimestre de 2026. El 81 % que circulaba en una fuente no periodística se descarta por implausible, y queda constancia. Corrección pendiente en un documento ya entregado. El informe de la campaña de Navidad publica las 7.040 muertes como cifra anual cuando son el acumulado enero–octubre de 2025.

Alertas tempranas

Qué se detectó, por qué importa y qué se recomienda hacer · separadas de los hallazgos

Caída del 57,94 % en alcance sin explicar

El sistema reporta esa variación frente al período anterior sin declarar el período de referencia. Importa porque puede leerse como pérdida de desempeño orgánico. Se recomienda pedir por escrito el criterio de comparación y si hubo pauta pagada en abril.

Un solo autor concentra el 80 % de la crítica

Cuatro de los cinco comentarios críticos proceden del mismo emisor. Importa porque un porcentaje de crítica publicado sin esa nota describiría mal la recepción. Se recomienda reportar siempre crítica y emisores por separado.

Demanda ciudadana sin respuesta visible

La pieza de mayor alcance del mes generó seis peticiones del Manual de Señalización sin respuesta en el propio canal. Importa porque convierte atención en frustración. Se recomienda incorporar el enlace de descarga al texto de la publicación.

Dos cifras oficiales de 2025 incompatibles

Un documento normativo reporta 9.007 fallecidos nacionales y la prensa 8.697: hasta 407 muertes de diferencia con la misma atribución. Importa porque una de las dos circulará en documentos públicos. Se recomienda confirmación escrita del Observatorio antes de cualquier uso.

El Consejo Consultivo no alcanzó posicionamiento

La convocatoria no registra etiqueta rastreable, no obtuvo cobertura en medios y su pauta no reporta métricas. Importa porque su objetivo era ampliar la participación ciudadana. Se recomienda solicitar los resultados de pauta y evaluar refuerzo antes del cierre.

Datos personales en el material de trabajo

El archivo de comentarios contiene nombres completos de ciudadanos identificables, uno de ellos autor de comentarios críticos. Importa por protección de datos. Se recomienda mantener la identidad solo en el material interno de trazabilidad, como ya se aplica en este informe.

Matriz de cumplimiento

Estado real de cada requisito · lo parcial se declara como parcial

METODOLOGÍA Y CONTENIDO

A1	Modelo de evaluación documentado	CUMPLE
A2	Ficha de indicadores	CUMPLE
A3	Recolección y organización de datos	PARCIAL
A4	Indicadores cuantitativos	PARCIAL
A5	Indicadores cualitativos	CUMPLE
B1	Análisis detallado y hallazgos	CUMPLE
B2	Alertas tempranas	CUMPLE
B3	Recomendaciones	CUMPLE
B4	Evidencia documental y gráfica	PARCIAL

REDES, MEDIOS Y CONDICIONES TÉCNICAS

C1	Plataformas y motores de búsqueda	PARCIAL
C2	Detección de siete elementos	PARCIAL
C3	Posicionamiento y recepción	CUMPLE
D1	Medios previamente definidos	PARCIAL
D2	Tono, actores y mensajes	CUMPLE
E1	Formatos y citación de fuentes	CUMPLE
E2	Protección de datos y legalidad	CUMPLE
E3	Confidencialidad y uso exclusivo	CUMPLE

Diez requisitos cumplidos y siete parciales; ninguno sin cubrir. Los parciales se deben a fuentes que no existen — menciones, patrones de búsqueda y comunidades influyentes no son medibles con los instrumentos disponibles— o a insumos pendientes de entrega: el anexo de datos completa la evidencia documental y los boletines de prensa permitirán revisar la base de comparación de la replicación. Ningún requisito se declara cumplido sin evidencia dentro del informe.

Hallazgos del período

Seis conclusiones sostenidas por los datos verificados

01 Cada red cumple una función distinta

Facebook genera tráfico: el 73,8 % de sus interacciones en publicaciones son clics. Instagram construye comunidad y lidera en alcance y en interacción social. Medirlas con el mismo indicador lleva a conclusiones equivocadas.

02 La pieza de mayor alcance no fue la más eficaz

31.900 impresiones con 3,66 % de engagement, frente a 7.869 impresiones con 9,75 %. La eficacia no acompañó al alcance en la pieza más visible del mes.

03 El resultado del mes no depende de una sola pieza

La concentración máxima es del 4,30 %, muy lejos del 17,4 % de la campaña de Navidad. El resultado es sostenible aunque el alcance total haya caído.

04 La ciudadanía pidió acceso, no opinó

Once de treinta y cuatro comentarios son peticiones, y seis piden el mismo documento. La necesidad expresada es de acceso a información técnica, no de debate.

05 La crítica existe pero está concentrada en un emisor

Cinco comentarios críticos, cuatro del mismo autor. Publicar el porcentaje sin esa nota describiría mal la recepción del período.

06 Una de las cuatro campañas no alcanzó posicionamiento

El Consejo Consultivo no registra etiqueta rastreadable, cobertura en medios ni métricas de pauta. Es el hallazgo negativo del mes y el que exige decisión.

Conclusiones y recomendaciones

Lecciones del período y sugerencias operativas para el siguiente

LECCIONES APRENDIDAS

- 1

Una agenda repartida en cuatro campañas simultáneas diluye el posicionamiento: tres se posicionaron y una no, y el engagement medio quedó por debajo del referente.
- 2

El material técnico genera más demanda que las piezas de sensibilización: la actualización de un manual movilizó más peticiones que cualquier campaña emocional del mes.
- 3

La extracción manual de comentarios, pese a su coste, es lo único que permite acreditar emociones y narrativas de audiencia. Sin ella el informe se queda en conteo.
- 4

Depurar el corpus de medios es tan importante como ampliarlo: dos tercios de los resultados de la búsqueda automatizada no eran cobertura periodística.

RECOMENDACIONES

- Publicar el enlace del Manual en el copy**

Convierte la petición más repetida del mes en descarga efectiva.
- Añadir engagement por pieza al ranking**

Evita repetir formatos que se ven mucho y movilizan poco.
- Separar clics de interacción social siempre**

Impide atribuir a Facebook una conversación que no existe.
- Reportar crítica y emisores por separado**

Un solo autor puede simular una tendencia de opinión.
- Decidir el refuerzo del Consejo Consultivo**

Es la campaña sin posicionamiento y su objetivo es participación.
- Confirmar el período de comparación**

Sin él, la caída del 57,94 % no es interpretable.

Limitaciones declaradas

Lo que las fuentes no exponen se declara; ninguna cifra de este informe es estimada

Valores de edad no publicados

La fuente dibuja la distribución por edad como gráfico de barras sin valores numéricos. Se describe la forma; no se publican cifras.

Métricas heterogéneas entre redes

El total global de impresiones agrega magnitudes distintas: visualizaciones en Facebook e Instagram y reproducciones en TikTok y YouTube. La suma se reporta como la publica la fuente, con la advertencia.

Cifra abreviada en el ranking

La publicación de mayor alcance se reporta como '31.9k'. Se registra como 31.900 sin reconstruir el valor exacto.

Comentarios de YouTube fuera de periodo

Los comentarios visibles en el canal corresponden a videos de periodos anteriores. La exportación confirma 0 interacciones en videos publicados en mayo. No se incorporan al corpus.

Facebook sin demografía de sexo

La exportación no incluye distribución por sexo para Facebook, la red con mayor volumen de publicaciones del periodo.

Variación del periodo sin explicar

La caída del 57,94 % en impresiones frente al periodo anterior esta pendiente de confirmación: falta establecer contra que periodo compara el sistema y si en el periodo anterior hubo pauta pagada.

Cobertura parcial de comentarios

Se recuperaron 34 de al menos 120 comentarios contabilizados (28,3 %). El análisis de recepción no se extrapola al total.

Serie diaria no exportada

El sistema muestra la evolución diaria en pantalla pero no exporta la tabla ni publica sus valores. Se describe la tendencia sin publicar valores por día.

Tratamiento de datos y confidencialidad

Condiciones legales de la recolección, el tratamiento y el uso de la información

Licitud de la recolección

Toda la información procede de contenidos publicados de forma pública y accesible: cuentas institucionales de la Agencia y publicaciones abiertas de medios de comunicación. No se accedió a perfiles privados, mensajería ni datos restringidos.

Finalidad y conservación

Los datos se tratan con la única finalidad de la medición contractual del período. No se emplean para elaborar perfiles individuales, segmentar personas ni finalidad comercial alguna.

Uso exclusivo

Documento de uso exclusivo de la Agencia Nacional de Seguridad Vial, elaborado en el marco de la ejecución contractual. Su reproducción total o parcial requiere autorización de la entidad.

Tratamiento de datos personales

Los comentarios se analizan de forma agregada y anonimizada. No se publican nombres, identificadores de usuario ni datos de contacto. Las citas se reproducen sin atribución nominal.

Confidencialidad

La información procesada, los datos entregados por la Agencia y los resultados de este informe tienen carácter confidencial y no se divulgan a terceros sin autorización escrita de la ANSV.

Verificabilidad

Toda cifra es trazable a las fuentes declaradas. El conjunto de datos se autoverifica y no permite generar el informe si algún total deja de cuadrar.

AGENCIA NACIONAL DE SEGURIDAD VIAL

Informe mensual de ejecución

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

1 al 31 de mayo de 2026

35 páginas · 314 publicaciones · 34 comentarios · 7 piezas en medios

