



# BIG HOME AGENCY

ESTUDIO MONITOREO DE MEDIOS  
ALTERNATIVOS Y COMUNITARIOS

**EMAC**

OLA 2 - 2025

## FICHA TÉCNICA “ESTUDIO MONITOREO DE MEDIOS ALTERNATIVOS Y COMUNITARIOS” (EMAC OLA 2-2025)

### OBJETIVOS DEL ESTUDIO:

- Establecer medición de impacto de la comunicación comunitaria y alternativa
- Identificar las mayores audiencias en medios de comunicación comunitarios y alternativos con mayor incidencia y cubrimiento en la ciudad de Bogotá.
- Determinar los tipos de medios de comunicación donde se concentra mayor impacto en el alcance, cubrimiento e impacto social, los medios de comunicación más consultados por su impacto territorial y generación de contenidos en Bogotá.
- Monitorear el flujo de información periódica constante, actividad en Internet, impacto de los tipos de medios de comunicación comunitarios y alternativos de la ciudad de Bogotá.
- Identificar entre los diferentes medios y formas de comunicación el mayor alcance y audiencia con la relación entre el consumo de medios y las características demográficas locales.

### DISEÑO POBLACIONAL

**Alcance:** El diseño poblacional del Estudio General de Medios pretende monitorear, analizar y medir el impacto social en los medios de comunicación alternativos y comunitarios desde la base de datos de IDPAC para determinar su impacto, tráfico y alcance en Bogotá distrito capital. (IDPAC, 2025). Medios de comunicación alternativos y comunitarios con cubrimiento, incidencia y ubicación en Bogotá Distrito capital.

**Universo del Estudio:** Constituye a los todos los medios de comunicación pertenecientes en la base de datos del Instituto Distrital de la Participación y la Acción Comunal IDPAC y emisoras con frecuencia bajo licencia.

### Marcos Metodológicos empleados

1. Registro Único de Medios Solidarios RUMS
2. Base de datos de medios comunitarios y alternativos 2025 IDPAC y su

ESTUDIO MONITOREO DE MEDIOS  
ALTERNATIVOS Y COMUNITARIOS

**EMAC**

OLA 2 - 2025



## BIG HOME AGENCY

- caracterización y diagnóstico.
3. Aplicación de herramientas de medición de tráfico.
  4. Incidencia en ranking de tráfico y alcance.
  5. Análisis de periodicidad de publicaciones y movimiento en redes sociales y contenidos.
  6. Número de seguidores e impacto orgánico en redes Sociales, actividad local.
  7. Alcance según su forma de difusión de los contenidos (Impreso, Web, Ubicación de frecuencia, Suscriptores, periodicidad.)
  8. Frecuencia, Potencia, Modulación y ubicación geográfica.
  9. Suscriptores TV cerrada.
  10. IA
  11. Contenido local-Bogotá.

### **Etapas de la metodología**

1. Recopilación de información de los medios comunitarios, alternativos y/o populares de Bogotá, a partir de la consulta de la base de datos IDPAC caracterización y diagnóstico.
2. Consulta y verificación de medios activos, tipo de medios entre los 410 encontrados en la base de datos actualizada a 2025. Tipo Censal.
3. Investigación de cubrimiento, tipo de licencias, ANTV, MinTic, estudios recientes de entidades, agencias, centrales y asociaciones comunitarias de comunicación y operadores móviles.
4. Consulta de tirajes, tráfico, periodicidad, audiencias, actividad en redes sociales y posicionamiento.
5. Medición de tráfico web general, generación de contenido semanal territorial, influencia, impacto rentabilidad social y alcance.
6. Tabulación de información.
7. Ponderación de resultados generales.
8. Publicación del informe general.
9. Margen de error 7%

### **TRABAJO DE RECOLECCIÓN**

El trabajo de recolección se llevó a cabo durante diez (10) semanas, cinco (5) en cada semestre de 2025.



# BIG HOME AGENCY

## RESULTADOS EMAC OLA 2-2025

Como resultado del EMAC OLA 2-2025 se ubicaron las mayores audiencias concentradas en el número de impacto y alcance entre los diferentes tipos de medios de comunicación.

Los medios de comunicación comunitarios y alternativos con inscripción en IDPAC y emisoras con frecuencias FM de mayor alcance e impacto en Bogotá muestra la siguiente gráfica.



Grafica 01 - Ranking TOP 5 Impacto, alcance Medios alternativos y comunitarios Bogotá

De acuerdo con los resultados el principal impacto con 190.000 visitas es liderado por los medios digitales **SUBA ALTERNATIVA** y **VA LA AGUELA**, seguido por los portales, Desde Abajo, y emisoras comunitarias con FM Tu 95.5 FM y Radio Sur 106.4 FM



# BIG HOME AGENCY



Gráfica 02 - Ranking de Alcance e impacto TOP 10 EMAC OLA 2-2025 (Big Home Group, 2025)

Los resultados evidencian una dispersión y caída de tráfico, dada la multiplicidad de plataformas en los últimos años, los medios digitales continúan consolidando su liderazgo dentro del ecosistema de comunicación comunitaria y alternativa de Bogotá, principalmente por la creciente adopción de dispositivos móviles, redes sociales y plataformas digitales como principales canales de acceso a la información.

Esta tendencia coincide con los hallazgos presentados por la Comisión de Regulación de Comunicaciones (CRC) en el Estudio OTT 2025 (Comisión de regulación de Comunicaciones, 2025), el cual señala que el 94% de los usuarios de telefonía móvil en Colombia cuenta con un smartphone y que las aplicaciones digitales se han convertido en herramientas fundamentales para la comunicación, el consumo de contenidos y el acceso a servicios informativos. De igual forma, los análisis de consumo digital divulgados por Comscore y Grupo CNM durante 2025 indican que cerca del 70% de los usuarios consume noticias e información principalmente desde dispositivos móviles, consolidando a los medios digitales como uno de los principales canales de acceso a contenidos informativos.

No obstante, los resultados también confirman la vigencia de los medios tradicionales dentro del ecosistema de comunicaciones. La CRC concluye que en Colombia no existe una sustitución total de los medios tradicionales por los digitales, sino una coexistencia entre ambos formatos. En ese sentido, las emisoras comunitarias con frecuencia FM continúan registrando niveles importantes de audiencia e impacto territorial, ratificando el papel que cumplen en la circulación de información local, la participación ciudadana y el fortalecimiento comunitario.



# BIG HOME AGENCY

Así las cosas, la continuación de la estadística de medición a 410 medios de comunicación presenta los datos arrojados de los siguientes tipos y medios de comunicación en su cantidad de impacto de forma descendente:

TOP	EMISION	MEDIO	IMPACTO MENSUAL	RANKING DE TRAFICO
1	WEB	SUBA ALTERNATIVA	190.000	REGISTRA
2	WEB	VALAGUELA	190.000	REGISTRA
3	WEB - IMPRESO	DESDE ABAJO	150.000	REGISTRA
4	FRECUENCIA FM	TU 95,5 FM	100.000	NO REGISTRA
5	FRECUENCIA FM	RADIO SUR	90.000	NO REGISTRA
6	FRECUENCIA FM	VIENTOS STEREO	80.000	NO REGISTRA
7	FRECUENCIA FM	LA NORTE FM	70.000	NO REGISTRA
8	SUSCRIPCIÓN TV	CABLE IMAGEN	60.000	NO REGISTRA
9	WEB	EL NODO	60.000	REGISTRA
10	FRECUENCIA FM	AMBIENTE STEREO	60.000	NO REGISTRA
11	FRECUENCIA FM	SUBA AL AIRE	50.000	NO REGISTRA
12	WEB	CANAL 5	50.000	NO REGISTRA
13	SUSCRIPCIÓN TV	BARRIOS Y VECINOS	50.000	NO REGISTRA
14	WEB	PRI RADIO	40.000	REGISTRA
15	WEB	EL TURBIÓN	40.000	NO REGISTRA
16	WEB	CONTAGIO RADIO	40.000	NO REGISTRA
17	WEB	LA REACCIÓN PRENSA	30.000	NO REGISTRA
18	WEB	BOGOTA SOCIAL	30.000	NO REGISTRA
19	PERIODICO	VALORES CRISTIANOS	30.000	NO REGISTRA
20	WEB	CLARIN DE COLOMBIA	30.000	NO REGISTRA
21	PERIODICO	EL PELETERO	30.000	NO REGISTRA
22	WEB	LA VOZ DE MI BARRIO 7	30.000	NO REGISTRA
23	WEB	AMBIENTARTE RADIO	30.000	NO REGISTRA

En el estudio monitoreo de medios alternativos y comunitarios EMAC OLA 2- 2025 se analizaron todos los medios inscritos en la base de datos de IDPAC y emisoras comunitarias con frecuencia, no obstante, se representan los datos de los medios que presentan alcance superior a 30.000 impactos.

## Bibliografía

Big Home Group. (12 de 2025). Obtenido de Estudio Monitoreo de Medios Alternativos y Comunitarios EMAC OLA 2 - 2025: <https://bighomegroup.com.co/estudio-monitoreo-de-medios-alternativos-y-comunitarios-emac-ola-2-2025/>

Comisión de regulación de Comunicaciones. (5 de 2025). CRC. Obtenido de <https://www.crcm.gov.co/es/noticias/comunicado-prensa/habitos-comunicacion-hogares-empresas-colombia-estudio-ott-2025>

IDPAC. (2025). *Participación Bogotá*. Obtenido de IDPAC: <https://www.participacionbogota.gov.co/>