

CARGOS PÚBLICOS ACTUALES

Representantes a la Cámara · Tolima

Estado de la presencia digital de Representantes a la Cámara en Tolima. No representa favorabilidad ni intención de voto.



LECTURA EJECUTIVA

Lo más importante de esta medición

Una síntesis del estado digital del universo seleccionado antes de entrar al detalle por perfil y plataforma.

QUÉ DEBERÍA MIRAR EL LECTOR

- Carlos Edward Osorio Aguiar lidera actualmente el IPD con 31.6 puntos.
- Carlos Edward Osorio Aguiar concentra la mayor audiencia acumulada observable entre los perfiles medidos.
- La cobertura promedio del universo es 10%; los rankings deben interpretarse junto con esa cobertura.
- No se detectó pauta activa atribuible en Meta dentro de esta medición.

TOP IPD

Quién lidera la presencia digital

Los perfiles se ordenan por IPD ajustado. La cobertura indica cuánto del ecosistema aplicable ha sido medido.

1	Carlos Edward Osorio Aguiar		31.6
2	Delcy Esperanza Isaza Buenaven		31.6
3	Guillermo Ignacio Alvira Acost		31.6
4	José Alejandro Martínez Sánchez		31.6
5	Marco Emilio Hincapie		31.6

RANKING GENERAL

Índice de Presencia Digital

El IPD integra seis dimensiones con una metodología común para facilitar comparaciones dentro del mismo universo.

#	Perfil	Cobertura	Calidad	IPD
1	Carlos Edward Osorio Aguiar	10%	97/100	31.6
2	Delcy Esperanza Isaza Buenaventura	10%	93/100	31.6
3	Guillermo Ignacio Alvira Acosta	10%	94/100	31.6
4	José Alejandro Martínez Sánchez	10%	95/100	31.6
5	Marco Emilio Hincapie	10%	92/100	31.6
6	Maria Janeth Sabogal Robles	10%	92/100	31.6
7	Renzo Alexander García	10%	92/100	31.6

SEIS DIMENSIONES

Por qué una persona puede liderar

El tamaño de audiencia no determina por sí solo el resultado: cada dimensión aporta una parte distinta del índice.

Perfil	Presenci	Audienci	Visibili	Engageme	Pauta di	Rendimie	IPD
1. Carlos Edward Osorio Aguiar	—	—	10.0	—	—	—	31.6
2. Delcy Esperanza Isaza Buenav	—	—	10.0	—	—	—	31.6
3. Guillermo Ignacio Alvira Aco	—	—	10.0	—	—	—	31.6
4. José Alejandro Martínez Sánk	—	—	10.0	—	—	—	31.6
5. Marco Emilio Hincapie	—	—	10.0	—	—	—	31.6

PONDERACIÓN PUBLICADA

5%

Presencia

35%

Audiencia

10%

Visibilidad

25%

Engagement

15%

Pauta digital

10%

Rendimiento

El ranking representa presencia digital observable dentro de la metodología IPD. No representa intención de voto, favorabilidad, aprobación ni resultado electoral.

AUDIENCIA OBSERVADA

Peso relativo por plataforma

Suma de audiencias públicas recuperadas. No equivale a personas únicas y una misma persona puede seguir varios canales.

Instagram		0
Facebook		0
X / Twitter		0
TikTok		0
YouTube		0

Audiencia acumulada

0

suma pública observada

Mayor audiencia

0

Carlos Edward Osorio Aguiar

RANKING POR RED

Comparativo por plataforma

Top de perfiles según la última audiencia pública válida disponible en cada red.

PAUTA DIGITAL

Actividad publicitaria observable

Bibliotecas públicas de Meta y Google permiten comparar presencia y volumen visible, no eficiencia, conversiones ni resultados privados.

Perfiles con Meta Ads 0 7 monitoreados	Meta Ads activos 0 anuncios atribuibles	Creatividades Meta 0 piezas únicas observadas	Google Ads 0 anuncios encontrados
---	--	--	--

RANKING DE PAUTA

Quién tiene mayor actividad observable

El ranking se basa en volumen público de anuncios y creatividades, no en desempeño de campaña.

Perfil	Meta	Creatividades	Google
1. Carlos Edward Osorio Aguiar	0	0	0
2. Delcy Esperanza Isaza Buenaventu	0	0	0
3. Guillermo Ignacio Alvira Acosta	0	0	0
4. José Alejandro Martínez Sánchez	0	0	0
5. Marco Emilio Hincapie	0	0	0
6. Maria Janeth Sabogal Robles	0	0	0
7. Renzo Alexander García	0	0	0

Una mayor inversión, número de anuncios o volumen creativo no implica automáticamente un IPD mayor. Pauta digital representa solo 15% del índice y debe interpretarse junto con las demás dimensiones.

DATA QUALITY

Cobertura de perfiles

Una comparación responsable necesita saber qué tan completos, recientes y confiables son los datos de cada persona.



METODOLOGÍA

Cómo interpretar este informe

El objetivo es facilitar una lectura comparable de señales públicas, no sustituir encuestas, mediciones de opinión ni datos privados de campaña.



CRITERIOS DE TRANSPARENCIA

- El IPD utiliza una escala de 0 a 100 y una metodología común para todos los perfiles del universo.
- Los datos faltantes no se transforman automáticamente en cero.
- Cobertura y Data Quality acompañan el ranking para evitar falsas conclusiones por ausencia de información.
- Las audiencias acumuladas no representan personas únicas.
- La actividad en Meta Ads y Google Ads proviene de bibliotecas públicas y no equivale a inversión exacta o rendimiento.
- El informe no representa intención de voto, favorabilidad, aprobación ni resultado electoral.