

CARGOS PÚBLICOS ACTUALES

# Concejales · Medellín

Estado de la presencia digital de Concejales en Medellín. 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

- Andrés Felipe Tobón Villada lidera actualmente el IPD con 75.9 puntos.
- Leticia Orrego Pérez concentra la mayor audiencia acumulada observable entre los perfiles medidos.
- La cobertura promedio del universo es 53%; los rankings deben interpretarse junto con esa cobertura.
- Se detectó pauta activa en Meta para 5 perfiles.

TOP IPD

## Quién lidera la presencia digital

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



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  | Andrés Felipe Tobón Villada          | 85%       | 95/100  | 75.9 |
| 2  | Jose Luis Marin Mora                 | 75%       | 94/100  | 66.6 |
| 3  | Alejandro Arias García               | 60%       | 92/100  | 66.5 |
| 4  | Santiago Perdomo Montoya             | 78%       | 92/100  | 61.5 |
| 5  | Alejandro De Bedout Arango           | 86%       | 93/100  | 60.3 |
| 6  | Brisvani Alexis Arenas Suaza         | 68%       | 93/100  | 59.8 |
| 7  | Camila Gaviria Barreneche            | 53%       | 89/100  | 58.5 |
| 8  | Claudia Victoria Carrasquilla Minami | 53%       | 87/100  | 52.8 |
| 9  | Janeth Hurtado Betancur              | 60%       | 92/100  | 51.4 |
| 10 | María Paulina Suárez Roldán          | 60%       | 90/100  | 50.0 |
| 11 | Juan Ramón Jiménez Lara              | 53%       | 88/100  | 48.9 |
| 12 | Leticia Orrego Pérez                 | 53%       | 88/100  | 46.4 |

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. Andrés Felipe Tobón Villada | 5.0      | 30.1     | 7.9      | 18.8     | —        | 8.1      | 75.9 |
| 2. Jose Luis Marin Mora        | 5.0      | 31.1     | 6.7      | 14.9     | —        | —        | 66.6 |
| 3. Alejandro Arias García      | 5.0      | 26.9     | 9.2      | 23.6     | —        | —        | 66.5 |
| 4. Santiago Perdomo Montoya    | 5.0      | 27.3     | 9.2      | 11.6     | —        | 6.7      | 61.5 |
| 5. Alejandro De Bedout Arango  | 5.0      | 27.8     | 8.3      | 11.7     | 6.1      | 5.4      | 60.3 |

PONDERACIÓN PUBLICADA

5%Presencia

35%Audiencia

10%Visibilidad

25%Engagement

15%Pauta digital

10%Rendimiento

Observatorio Digital

Datos públicos y metodología transparente.

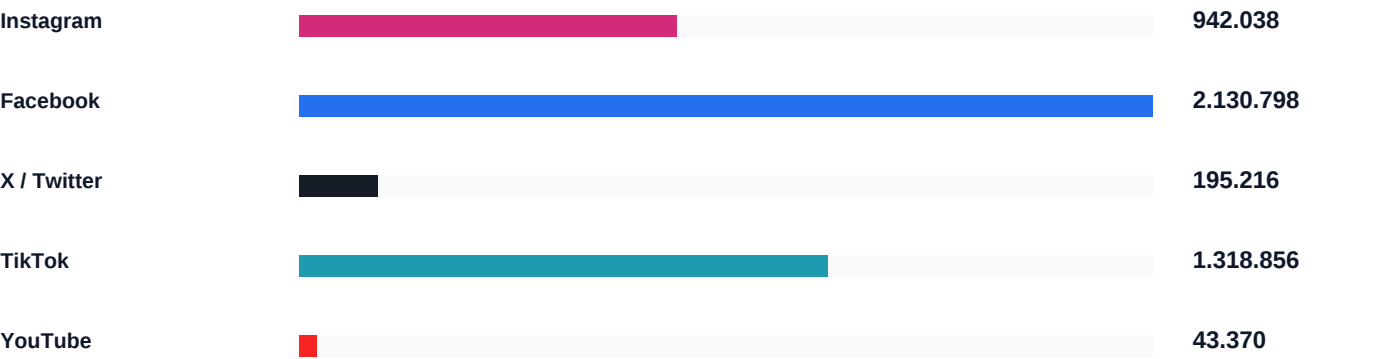
© 2025. Creado por David Montoya · davidmontoya.co

IPD · Metodología v1.2

AUDIENCIA OBSERVADA

Peso relativo por plataforma

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



Audiencia acumulada

4.630.278

suma pública observada

Mayor audiencia

997.634

Leticia Orrego Pérez

RANKING POR RED

Comparativo por plataforma

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

| INSTAGRAM |                          |         |
|-----------|--------------------------|---------|
| Audiencia |                          |         |
| 1         | Andrés Felipe Tobón Vill | 174.000 |
| 2         | Jose Luis Marin Mora     | 157.000 |
| 3         | Juan Ramón Jiménez Lara  | 108.000 |

| FACEBOOK  |                          |         |
|-----------|--------------------------|---------|
| Audiencia |                          |         |
| 1         | Leticia Orrego Pérez     | 942.934 |
| 2         | Jose Luis Marin Mora     | 491.408 |
| 3         | Andrés Felipe Tobón Vill | 236.695 |

| X / TWITTER |                          |         |
|-------------|--------------------------|---------|
| Audiencia   |                          |         |
| 1           | Jose Luis Marin Mora     | 115.100 |
| 2           | Claudia Victoria Carrasq | 40.700  |
| 3           | Andrés Felipe Tobón Vill | 23.100  |

| TIKTOK    |                          |         |
|-----------|--------------------------|---------|
| Audiencia |                          |         |
| 1         | Juan Ramón Jiménez Lara  | 596.200 |
| 2         | Claudia Victoria Carrasq | 243.900 |
| 3         | Andrés Felipe Tobón Vill | 145.700 |

RANKING POR RED

# Comparativo por plataforma · continuación

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

| YOUTUBE   |                          |        |
|-----------|--------------------------|--------|
| Audiencia |                          |        |
| 1         | Jose Luis Marin Mora     | 38.300 |
| 2         | Andrés Felipe Tobón Vill | 3.290  |
| 3         | Santiago Perdomo Montoya | 897    |

LECTURA DE AUDIENCIAS

# Liderazgo por plataforma

Quién concentra la mayor audiencia pública válida de cada canal y qué proporción representa dentro del universo observado.

|             |                             |         |                 |
|-------------|-----------------------------|---------|-----------------|
| Instagram   | Andrés Felipe Tobón Villada | 174.000 | 18,5% del canal |
| Facebook    | Leticia Orrego Pérez        | 942.934 | 44,3% del canal |
| X / Twitter | Jose Luis Marin Mora        | 115.100 | 59,0% del canal |
| TikTok      | Juan Ramón Jiménez Lara     | 596.200 | 45,2% del canal |
| YouTube     | Jose Luis Marin Mora        | 38.300  | 88,3% del canal |

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 | Meta Ads activos     | Creatividades Meta       | Google Ads           |
| 5                     | 39                   | 37                       | 5                    |
| 21 monitoreados       | anuncios atribuibles | piezas únicas observadas | anuncios encontrados |

|                            |               |                    |                       |
|----------------------------|---------------|--------------------|-----------------------|
| INTENSIDAD META OBSERVABLE |               |                    |                       |
| Impresiones estimadas      | 1,34M - 2,12M | Inversión estimada | COP 3,62M - COP 4,06M |

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. Leticia Orrego Pérez             | 15   | 15            | 0      |
| 2. Alejandro De Bedout Arango       | 8    | 8             | 5      |
| 3. Santiago Perdomo Montoya         | 12   | 10            | 0      |
| 4. Juan Carlos De La Cuesta Galvis  | 3    | 3             | 0      |
| 5. Carlos Alberto Gutiérrez Bustama | 1    | 1             | 0      |
| 6. Andrés Felipe Tobón Villada      | 0    | 0             | 0      |
| 7. Jose Luis Marín Mora             | 0    | 0             | 0      |
| 8. Alejandro Arias García           | 0    | 0             | 0      |
| 9. Brisvani Alexis Arenas Suaza     | 0    | 0             | 0      |
| 10. Camila Gaviria Barreneche       | 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.