

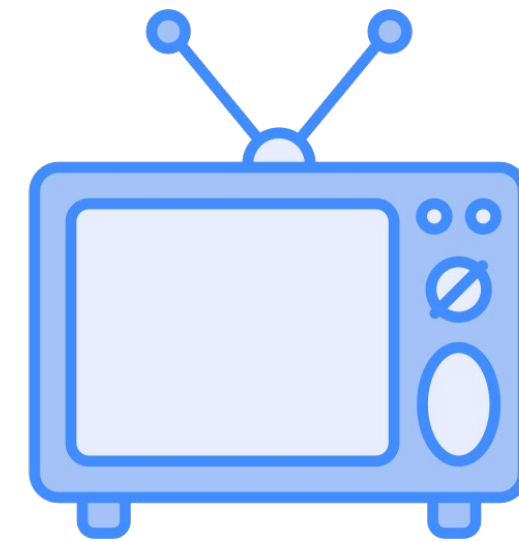
SECRETARIA DE HACIENDA

INFORME DE EJECUCIÓN
CAMPAÑA IMPUESTO PREDIAL

JULIO 2025



TELEVISIÓN



RESULTADOS TELEVISIÓN

Campaña : Julio 01 a Julio 11

Resultado General:

Total Salidas: 8

Alcance: 7,03%

Personas: 467.703

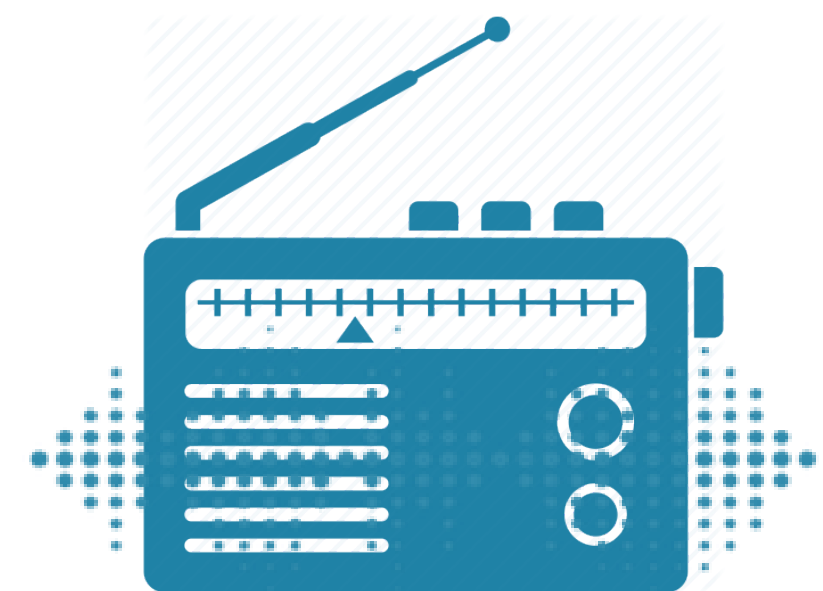


City^{tv}

8
Menciones



RADIO



Resultado General:

Total Salidas: 200

Alcance: 33,3%

Personas: 2.200.578



*Resultado General:**Total Salidas: 36**Alcance: 1,3%**Personas: 85.908**Radio Alternativa*



DIGITAL

TRADICIONALES

3.

SEMANA.COM

Campaña: Julio 01 a Julio 11

eTb

Impresiones: 70.002

Clics: 62

CTR: 0,09%

Cumplimiento: 100%



3. PULZO.COM

Campaña: Julio 01 a Julio 11



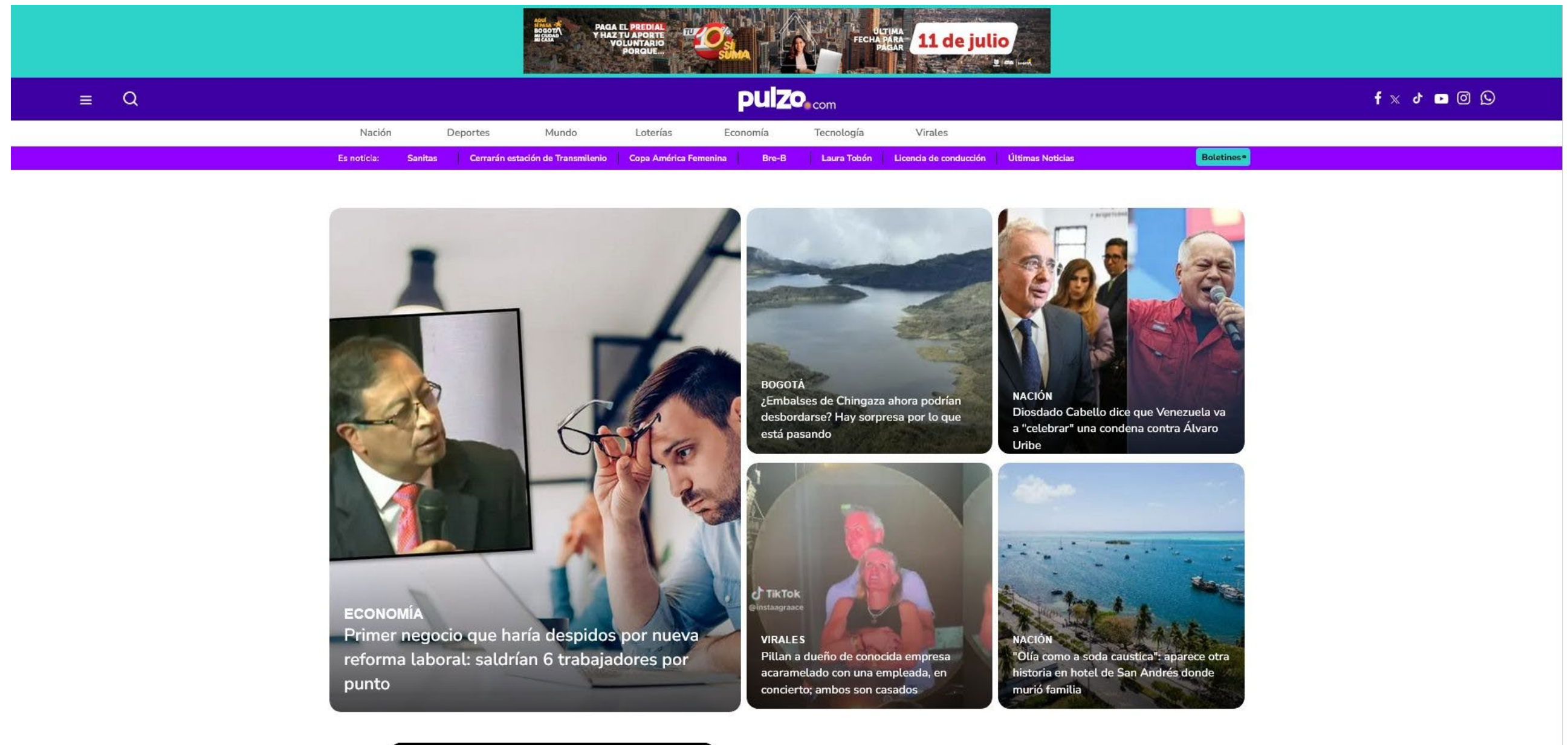
Impresiones: 70.004

Usuarios: 25.201

Clics: 98

CTR: 0,14%

Cumplimiento: 100%



| Creative | Total impressions | Total clicks | Total CTR | Ad server Active View % viewable impressions |
|----------|-------------------|--------------|-----------|--|
| 728x90 | 10,248 | 5 | 0.05% | 59.32% |
| 300x250 | 55,643 | 88 | 0.16% | 64.11% |
| 300x600 | 4,113 | 5 | 0.12% | 86.07% |
| Total | 70,004 | 98 | 0.14% | 64.70% |

3.

PUBLIMETRO.COM

Campaña: Julio 01 a Julio 11

Impresiones: **63.003**

Clics: **2.348**

CTR: **3,73%**

Cumplimiento: **105%**

eTb



uruguayo



3.

ADN.COM

Campaña: Julio 01 a Julio 11

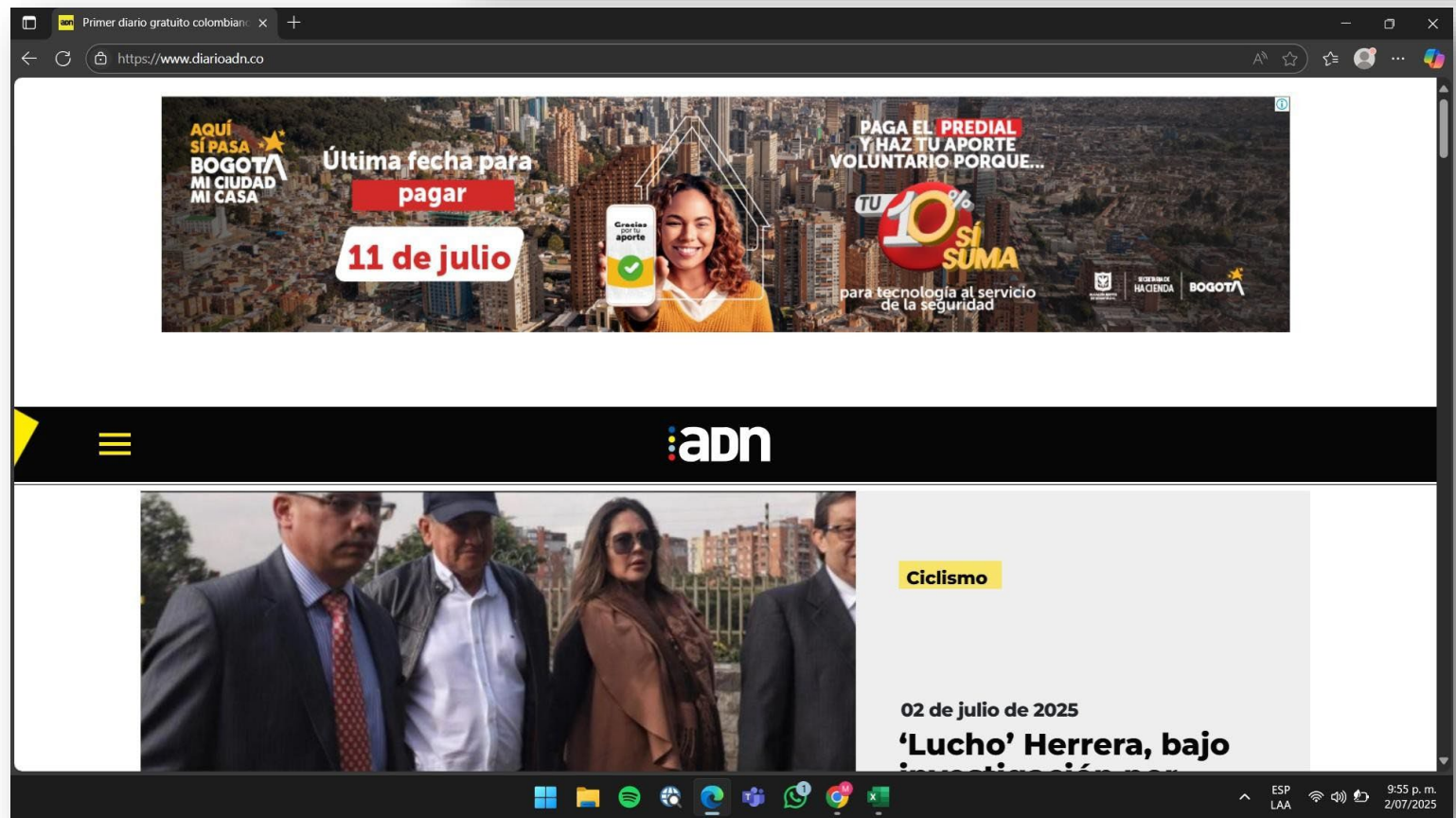
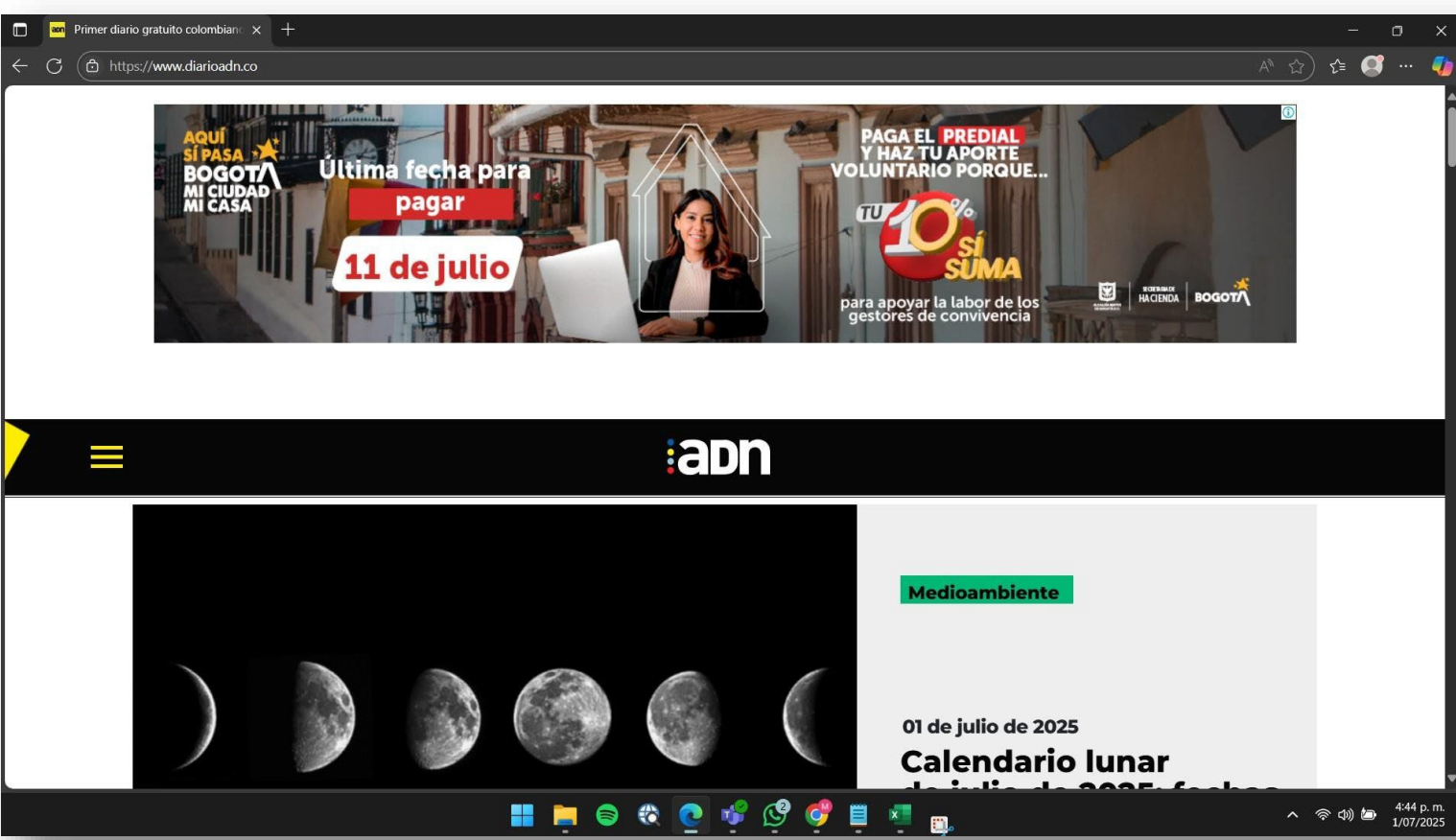


Impresiones: 49.397

Usuarios Únicos: 31.248

Clics: 141

CTR: 0,29%



| RESUMEN DE DESEMPEÑO DE LA PAUTA – PRESENCIA FIJA | | | | | | | | | |
|---|--------------|-------------|--------|------------|-----------------|-------------|-----------------|-------|-------|
| FORMATO | FECHA INICIO | FECHA FINAL | PORTAL | PLATAFORMA | SECCIÓN | IMPRESIONES | USUARIOS ÚNICOS | CLICS | CTR % |
| BILLBOARD GIGANTE | 1-jul-25 | 11-jul-25 | ADN | DESKTOP | HOME E INTERNAS | 49.397 | 31.248 | 141 | 0,29% |
| TOTAL | | | | | | 49.397 | 31.248 | 141 | 0,29% |

3.

QHUBO.COM

Campaña: Julio 01 a Julio 11

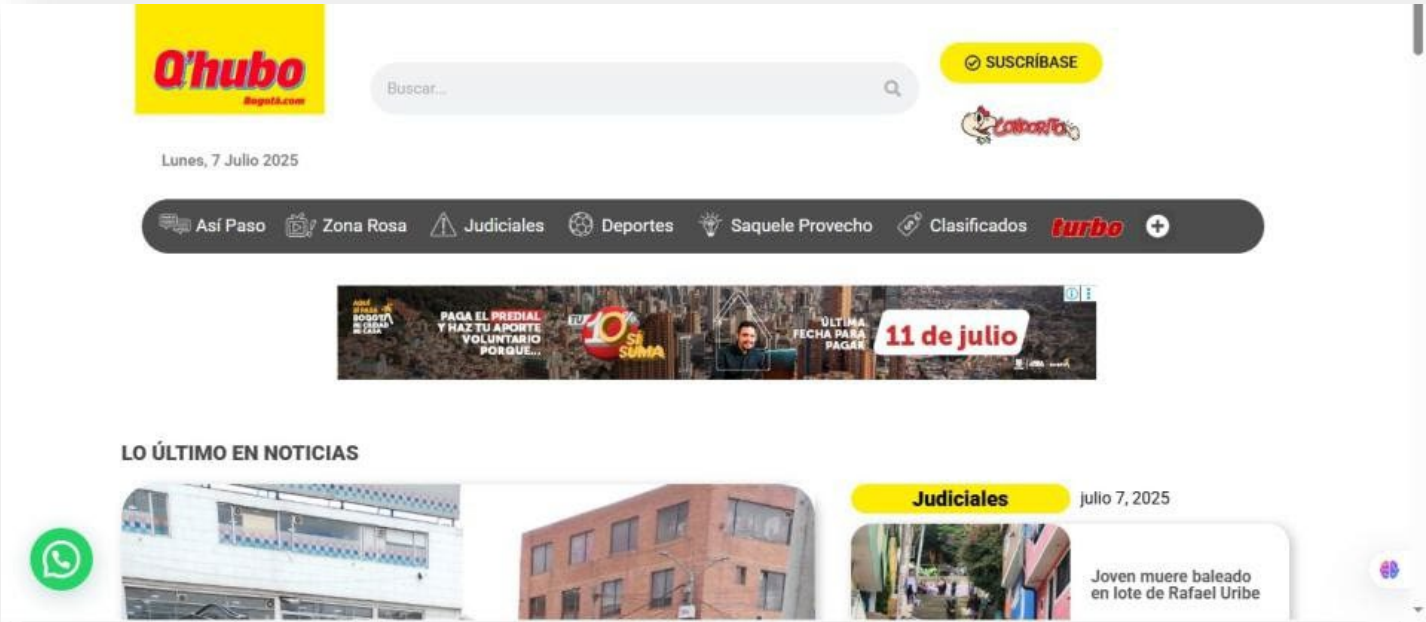


Impresiones: 25.000

Clics: 290

CTR: 1,16%

Cumplimiento: 100%



3.

CARACOL RADIO_RRSS

Campaña: Julio 07 a Julio 10

eTb

Alcance: 24.342

Reproducciones:
31.667

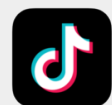
Interacciones: 768

Engagement: 3.16%



2 PUBLICACIONES
22.493 ALCANCE
29.755 REPRODUCCIONES

706 INTERACCIONES
3,14% ENGAGEMENT



2 PUBLICACIÓN
1.849 ALCANCE
1.912 REPRODUCCIONES

62 INTERACCIONES
3,36% ENGAGEMENT



https://docs.google.com/spreadsheets/d/1SLDD7_WNtV0tefFHZkx5gWGHCJN9IdI_ipXDfoN39ps/edit?usp=sharing

Resultados por Emisora

| | | | | | |
|-----------------|-------|-------------------|--------------------------|----------------------|---------------------|
| | | CARACOL RADIO | | | |
| 2 PUBLICACIONES | TOTAL | 9.489 ALCANCE | 12.336 REPRODUCCIONES | 394 INTERACCIONES | 4,6% ENGAGEMENT |
| | | TROPICANA | | | |
| 2 PUBLICACIONES | TOTAL | 14.853 ALCANCE | 19.331 REPRODUCCIONES | 374 INTERACCIONES | 1,9 % ENGAGEMENT |



DIGITAL

DIGIMARKETING

Reporte Final

Impuesto Predial



Secretaría de Hacienda

Fecha inicio: 28 de Junio 2025

Fecha fin: 11 de Julio 2025



Meta

Alcance - 28 de Junio al 11 de Julio

| Impresiones | Alcance | Clics | Views |
|-------------|-----------|-------|-------|
| 2.881.851 | 2.638.616 | 1.108 | 5.055 |

| Interacciones | Reacciones | Comentarios | Compartidos |
|---------------|------------|-------------|-------------|
| 63.075 | 954 | 07 | 07 |

Meta

Alcance -Segmentación edad y género

| edad | Impresiones | Alcance | Clics | Views | interacciones | reacciones |
|-------|-------------|-----------|-------|-------|---------------|------------|
| 18-24 | 932.076 | 871.206 | 396 | 1.379 | 15.194 | 175 |
| 25-34 | 1.147.149 | 1.119.957 | 429 | 1.922 | 21.882 | 252 |
| 35-44 | 711.009 | 678.432 | 204 | 1.268 | 15.323 | 205 |
| 45-54 | 520.621 | 484.118 | 152 | 850 | 11.749 | 230 |
| 55-64 | 398.349 | 372.753 | 125 | 630 | 9.817 | 241 |
| 65+ | 214.659 | 213.659 | 93 | 391 | 6.498 | 155 |

| Género | Impresiones | Alcance | Clics | Views | interacciones | reacciones |
|-------------|-------------|-----------|-------|-------|---------------|------------|
| Mujeres | 1.282.611 | 1.195.834 | 492 | 1.985 | 26.413 | 427 |
| Hombres | 2.608.059 | 2.513.264 | 894 | 4.369 | 53.113 | 824 |
| Desconocido | 33.193 | 32.013 | 13 | 86 | 937 | 7 |

Meta

Views - 28 de Junio al 11 de Julio

| Impresiones | Alcance | Clics | Views | Vtr |
|-------------|---------|--------|---------|--------|
| 646.191 | 359.969 | 12.237 | 437.132 | 67,64% |

| Interacciones | Reacciones | Comentarios | Compartidos |
|---------------|------------|-------------|-------------|
| 531.057 | 832 | 08 | 66 |

Meta

Views - segmentación edad y género

| edad | Impresiones | Alcance | Clics | Views | Vtr | interacciones | reacciones |
|-------|-------------|---------|-------|---------|--------|---------------|------------|
| 18-24 | 36.551 | 22.944 | 813 | 24.929 | 68,20% | 29.471 | 32 |
| 25-34 | 156.206 | 96.480 | 3.383 | 111.143 | 71,15% | 129.960 | 180 |
| 35-44 | 162.914 | 99.040 | 3.150 | 115.590 | 70,95% | 135.399 | 221 |
| 45-54 | 200.600 | 116.288 | 3.776 | 142.525 | 71,05% | 168.851 | 309 |
| 55-64 | 219.563 | 114.400 | 4.032 | 153.315 | 69,83% | 185.827 | 268 |
| 65+ | 112.208 | 61.600 | 1.973 | 75.695 | 67,46% | 95.229 | 121 |

| Género | Impresiones | Alcance | Clics | Views | Vtr | interacciones | reacciones |
|-------------|-------------|---------|-------|---------|--------|---------------|------------|
| Mujeres | 451.214 | 245.216 | 9.114 | 327.758 | 72,64% | 390.290 | 608 |
| Hombres | 431.614 | 261.856 | 7.926 | 291.881 | 67,63% | 350.176 | 520 |
| Desconocido | 5.214 | 3.680 | 87 | 3.558 | 68,24% | 4.271 | 3 |



Hacienda Bogotá

Publicidad · Pagado por Hacienda Bogotá

#TenEnCuenta Sigue este paso a paso para pagar tu #PredialBogotá 2025 de forma rápida y segura.

... Ver más





Oficina de Información sobre est...







7 comentarios 26 veces compartido



Me gusta



Comentar



Compartir

Youtube

Views - 28 de Junio al 11 de Julio

| Impresiones | Alcance | Clics | Views | Vtr |
|-------------|---------|-------|---------|--------|
| 677.594 | 450.055 | 517 | 433.338 | 63,95% |

YouTube

Buscar

+ Crear

9+

HaciendaBogota

Patrocinado · haciendabog...

Conoce más

TodosDe Hanzel TVHanzel La HHades66

Mix Seven
Walter Schippers
75 k vistas · hace 2 semanas
16:24

Best Of BLACK COFFEE At
(FULL SET MIX) 2025 | ...
Wind Cosmics
1 M de vistas · hace 4 meses
25:24

Funky House , Jackin House
Mix 2025 - FederFunk - 035
Music Garden Project
487 vistas · hace 4 días
Nuevo
49:02

AFTER LIFE 2024 MADRID
(FULL SET MIX) - OPEN AIR - ...
Wind Cosmics

HaciendaBogota

haciendabogota.gov.co

Conoce más

Patrocinado haciendabogota.gov.co

ALCALDIA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.

SECRETARÍA DE HACIENDA

BOGOTÁ

Hanzel TV

314 k suscriptores

Suscribirse

11,238,238 vistas · hace 2 semanas #23 en los rankings de Música

Reproducción del chat en vivo

Aprende cómo pagar tu impuesto predial o vehicular en línea, de manera fácil y rápida

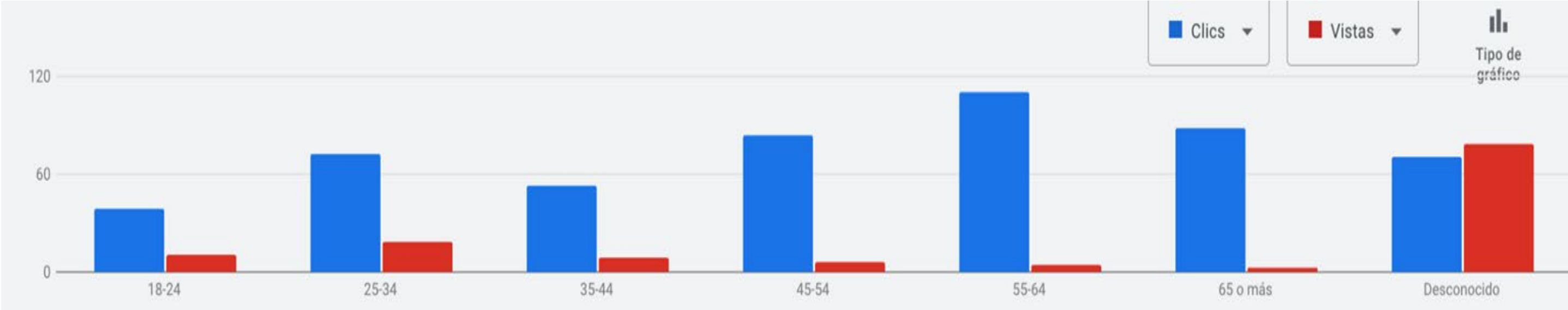
Omitir

TU 10% SÍ SUMA

Aprende cómo pagar tu impuesto predial o vehicular en línea, de manera fácil y rápida

Youtube

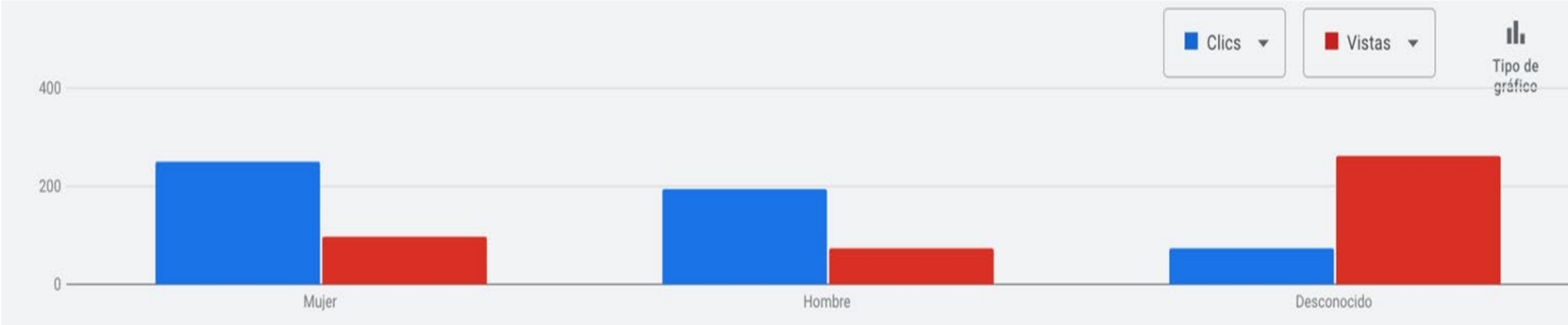
Segmentación por edad



| Edad | Impresiones | Clics | Views | Vtr | Interacciones |
|-------------|-------------|-------|---------|--------|---------------|
| 18-24 | 52.766 | 39 | 36.367 | 68,92% | 41.521 |
| 25-34 | 84.107 | 72 | 61.187 | 72,75% | 69.113 |
| 35-44 | 44.850 | 53 | 30.469 | 67,94% | 35.045 |
| 45-54 | 30.311 | 84 | 19.810 | 65,36% | 23.052 |
| 55-64 | 24.995 | 110 | 14.328 | 57,32% | 17.197 |
| 65+ | 17.905 | 88 | 9.395 | 52,47% | 11.701 |
| Desconocido | 422.660 | 71 | 261.782 | 61,94% | 340.276 |

Youtube

Segmentación por Género



| género | Impresiones | Clics | Views | Vtr | Interacciones |
|-------------|-------------|-------|---------|--------|---------------|
| Mujer | 137.968 | 251 | 96.879 | 70,22% | 110.752 |
| Hombre | 118.629 | 193 | 74.923 | 63,16% | 87.245 |
| Desconocido | 420.997 | 73 | 261.536 | 62,12% | 339.908 |

Programmatic

Impresiones - 28 de Junio al 11 de Julio

| Impresiones | Alcance | Clics | Ctr |
|-------------|---------|--------|-------|
| 1.000.646 | 384.855 | 11.615 | 1,16% |



Programmatic

Creativos

| Creativo | Impresiones | Clics | Ctr |
|--------------------------|-------------|-------|-------|
| Impuesto Predial 160x600 | 1.280 | 4 | 0,31% |
| Impuesto Predial 200x200 | 1.709 | 3 | 0,18% |
| Impuesto Predial 250x250 | 23.419 | 133 | 0,57% |
| Impuesto Predial 300x100 | 189.199 | 1.806 | 0,96% |
| Impuesto Predial 300x250 | 204.251 | 1.470 | 0,72% |
| Impuesto Predial 300x50 | 126.887 | 540 | 0,43% |
| Impuesto Predial 300x600 | 390.727 | 6.895 | 1,77% |
| Impuesto Predial 336x280 | 40.410 | 623 | 1,54% |
| Impuesto Predial 468x60 | 839 | 3 | 0,36% |
| Impuesto Predial 728x90 | 19.743 | 118 | 0,60% |
| Impuesto Predial 970x90 | 2.182 | 20 | 0,92% |

Programmatic

Sitios Top

| Sitios | Impresiones | Clics | Ctr |
|------------------|-------------|-------|-------|
| bluradio.com | 414.795 | 7.086 | 1,71% |
| infobae.com | 181.464 | 1.297 | 0,72% |
| pulzo.com | 59.338 | 652 | 1,10% |
| caracoltv.com | 38.037 | 201 | 0,53% |
| wradio.com.co | 33.029 | 297 | 0,90% |
| publimetro.co | 29.972 | 320 | 1,07% |
| semana.com | 28.360 | 273 | 0,96% |
| elespectador.com | 24.751 | 317 | 1,28% |
| dailymotion.com | 17.180 | 12 | 0,07% |
| canal1.com.co | 16.782 | 473 | 2,82% |

Insights

Programmatic

La campaña en Meta mostró un desempeño dual sólido y equilibrado. En su entrega por alcance, se superó la meta con más de 2,6 millones de usuarios únicos alcanzados (120,65% de cumplimiento) y 2.881.851 impresiones, con un costo por resultado de \$1.782, inferior al contratado. En el objetivo de views, se lograron 437.132 visualizaciones (116,1% de cumplimiento), con un VTR general del 67,64% y un costo por vista de \$12,92, también por debajo de lo estimado. Por edad, los grupos 18-34 años fueron los más impactados en alcance, representando más del 50% de la audiencia, mientras que en views los adultos de 55-64 años fueron los más receptivos, con 153.315 vistas y un VTR del 69,83%. Por género, las mujeres mostraron mejor retención (72,64% de VTR) y generaron 327.758 vistas, frente a 291.881 en hombres. Estos resultados destacan una pauta bien estructurada que combinó cobertura masiva con retención efectiva, especialmente en adultos mayores y mujeres.

Youtube

La campaña en YouTube también alcanzó excelentes resultados con 433.338 visualizaciones (111,19% de cumplimiento), un costo por vista de \$13,49 y un VTR promedio de 63,95%, cifras que evidencian una ejecución audiovisual eficiente. El contenido fue especialmente bien recibido por los grupos etarios de 25-34 y 35-44 años, quienes mantuvieron un VTR superior al 70%, y los adultos de 45-54 años destacaron con un VTR del 65,36% y más de 19.800 vistas. En términos de género, las mujeres mostraron un rendimiento superior con 96.879 views y un VTR del 70,22%, frente a 63,16% en hombres. Con más de 459.000 interacciones, YouTube se consolidó como un canal de alto engagement, particularmente entre públicos adultos y femeninos.

Insights

Programmatic

La pauta programática cumplió con creces su objetivo de impresiones con más de 1 millón entregadas (102,4% de cumplimiento), generando 11.615 clics a un CTR global de 1,16% y un costo por resultado de \$7.324,51, inferior al contratado. Destacó el formato 300x600, que generó 6.895 clics con un CTR de 1,77%, y el sitio bluradio.com, que por sí solo aportó 7.086 clics (96% del total), con un CTR sobresaliente de 1,71%. Otros medios como *elespectador.com* (CTR 2,05%) y *canal1.com.co* (CTR 2,82%) también demostraron alto potencial. La pauta se desempeñó mejor los días viernes y miércoles, lo que sugiere patrones de consumo informativo que pueden ser aprovechados. En conjunto, esta entrega demostró ser clave para amplificar el mensaje en entornos noticiosos confiables, con alto tráfico y alta predisposición al clic.

Recomendaciones

La campaña del Impuesto Predial confirmó la efectividad de una estrategia multicanal bien alineada, logrando cumplir e incluso superar las metas en todas las plataformas. Para futuras campañas tributarias o de información institucional, se recomienda mantener a Meta como eje de cobertura masiva y engagement, con diferenciación creativa para mujeres y adultos de 45+ años, quienes mostraron mejor retención. YouTube debe seguir usándose como canal de visualización profunda, maximizando su impacto con mensajes claros y formatos adaptados a públicos adultos. Programmatic debe continuar aprovechando portales de noticias de alto tráfico como bluradio.com y canal1.com.co, priorizando días de mayor efectividad como miércoles y viernes. Finalmente, se sugiere seguir ajustando los contenidos por edad y género, explorar creatividades específicas con llamados a la acción diferenciados, y considerar nuevas piezas que conecten emocionalmente con las responsabilidades ciudadanas. Esta campaña refuerza que, con segmentación precisa y formatos adecuados, es posible movilizar a grandes audiencias hacia mensajes de interés público.

Alcance Total campaña

| CAMPAÑA | MEDIO | ALCANCE |
|------------------------------|------------------------|---------|
| Impuesto Predial Jul.2025 | DIGITAL | 22% |
| | DIGITAL COMUNITARIA | N/A |
| | RADIO MASIVA | 33,3% |
| | RADIO ALTERNATIVA | 1,3% |
| | RADIO COMUNITARIA | N/A |
| | TELEVISIÓN | 7,03% |
| | TELEVISIÓN COMUNITARIA | N/A |

ALCANCE TOTAL CAMPAÑA 42%

Lo cual se traduce en que aproximadamente 2.094.956 personas de Bogotá mayores de 18 años vieron o escucharon la campaña por lo menos 1 vez.

Universo: Personas + 18 Bogotá 4.952.000 - FUENTES:ECAR - KANTAR IBOPE -IWKS – TGI 2025 – META Facebook