

El Aerómetro muestra lo que los proyectos de infraestructura suelen subestimar: la percepción en tiempo real.

Cinco meses y medio de conversación digital en Facebook, Instagram y X sobre la obra de transporte por cable de la Ciudad de Guatemala.

EL DATO

909 menciones

en 5 meses de análisis continuo

El pico de conversación no lo generó ninguna comunicación oficial.

Lo generaron usuarios que encontraron su ruta alterada.

La semana del 3 de agosto, cuando se modificó el carril reversible de la Calzada Roosevelt, concentró más conversación que cualquier anuncio del proyecto en todo el periodo.

EL HALLAZGO

66.1%

de descontento en la conversación sobre movilidad

ZONAS MÁS MENCIONADAS

Zona 9

Zona 10

Zona 14

Calzada Roosevelt

El descontento se concentra en el vocabulario de la experiencia diaria: caos, tráfico, tránsito y calles.

Cuando la comunicación institucional llega tarde, la narrativa ya la construyeron los usuarios.

Los anuncios y medidas no lograron revertir el tono negativo durante el periodo analizado.

Ninguna cuenta institucional aparece entre los dieciséis emisores de mayor impacto del periodo. El relato sobre la obra lo escribieron medios y usuarios, no quienes la ejecutan.

¿Tu organización monitorea lo que se dice de sus proyectos antes de que la narrativa se consolide?

Esto es lo que hacemos.

contacto@matilisguate.com

909 menciones · 27 feb – 10 ago 2026 · Guatemala · Facebook, Instagram y X · Fuente: Brandwatch