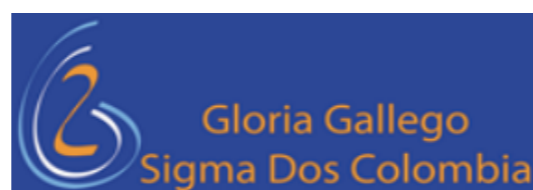




MinTIC
Ministerio de Tecnologías
de la Información y las Comunicaciones



Nuevas herramientas y prácticas de medición de la cultura digital en Colombia
Proyecto MinTic número 00483 de 2015
Prueba piloto de monitoreo de redes sociales

Firma adjudicataria del contrato: Gloria Gallego SIGMADOS Internacional
Bogotá D.C.
Diciembre de 2015

- 1 Objetivos y entregables.
- 2 Metodología y ficha técnica.
- 3 Resultados del piloto.
- 4 Conclusiones y recomendaciones.



Objetivos



- i. Identificar las conversaciones, temas, influencers, perfiles y sentimientos de los usuarios con respecto a los trámites y servicios que realizan con entidades públicas en línea.
- ii. Identificar las conversaciones, temas, influencers, perfiles y sentimientos en cuanto a la participación ciudadana/control social de la gestión pública a través de los medios electrónicos.
- iii. Identificar la percepción social de la información publicada por las entidades del Estado.
- iv. Identificar la percepción de la transparencia y eficiencia en la gestión de las entidades públicas.



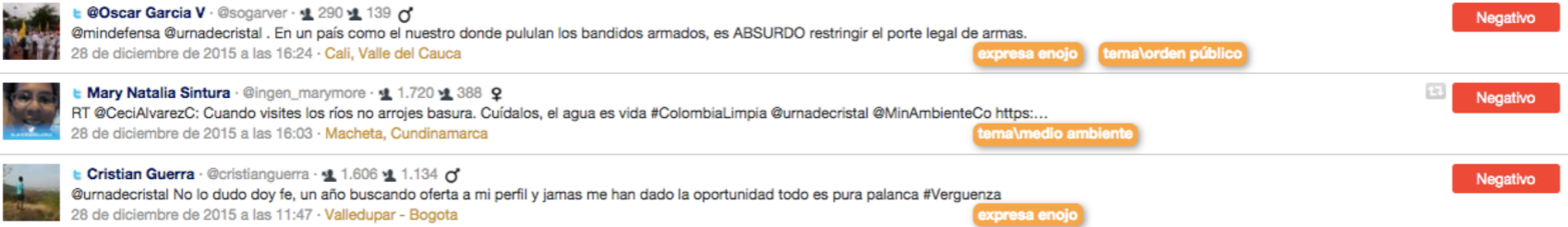
Entregables >>

i. Acceso a la plataforma digital Séntisis para la consulta de la información en tiempo real. Esto permite al cliente observar las respuestas y reacciones en vivo de los usuarios de redes sociales de un evento, conferencia o acto de autoridad para poder tomar decisiones pertinentes en el momento indicado.

| | | | | |
|-----------------|-------|-----|-------|-------|
| DANE | 4.332 | 184 | 357 | 3.791 |
| DIAN | 4.062 | 147 | 963 | 2.952 |
| Urna de cristal | 7.536 | 241 | 2.462 | 4.352 |



ii. Sistema de alertas tempranas para detectar picos de actividad, menciones negativas y actividad de usuarios con influencia y así poder reaccionar de forma rápida y eficaz ante crisis de reputación y campañas virales.



iii. Informe mensual de resultados del desempeño de las instituciones públicas y de la valoración de los ciudadanos colombianos sobre las mismas. Permiten la evaluación de las estrategias de comunicación y funcionamiento de los servicios digitales públicos, y facilitan la corrección de errores y la planeación a futuro.

iv. Soporte técnico durante el desarrollo del proyecto.



Metodología



- Por medio de la tecnología exclusiva de Séntisis para el análisis de Redes Sociales **realizamos el procesamiento de grandes cantidades de información de manera automática.**
- Extraemos la información a partir de peticiones booleanas (ver explicación en página 7) a Twitter y a los perfiles públicos de Facebook, Instagram, Blogs y Medios Digitales (ver anexo 1). **Las bases de datos obtenidas son trasladadas en tiempo real a nuestra herramienta** en la que almacenamos y analizamos la información.
- A partir de la tecnología Séntisis procesamos la información y la **categorizamos según su sentimiento y temática.** Nuestras reglas lingüístico-semánticas son propias y **están adaptadas al idioma español** (para mayor profundidad ver anexos 2 y 3) y al **lenguaje específico del sector público.**
- Nuestro equipo lingüístico programa la herramienta de acuerdo a las necesidades del usuario y **presta servicios técnicos** durante la duración del proyecto.



Metodología



- Desplegamos la información en distintos dashboards que permiten al cliente visualizar y entender las siguientes variables:
 - **Volumen de la conversación:** se refiere al total de mensajes que mencionan a una entidad en un periodo determinado de tiempo en Twitter y perfiles públicos de Facebook, Instagram, Blogs y Medios Digitales.
 - **Impacto de la conversación:** reporta las vistas potenciales de cada mensaje. Es la suma de los seguidores de la cuenta que publica el mensaje más los seguidores de las cuentas que interactúan con el mensaje (en Twitter mediante comentarios o RT's, en Facebook mediante comentarios, likes o shares, y en Instagram mediante likes y comentarios). En el caso de medios digitales el impacto se mide como el total del tráfico generado en la página web).
 - **Distribución por sentimiento de la conversación (negativo/positivo/neutro):** a partir del análisis lingüístico de cada una de las palabras del texto y de un análisis semántico del contexto en el que se inserta, la tecnología de Séntisis asigna a cada mensaje una valoración sentimental específica.
 - **Distribución temática de la conversación:** cada mensaje es analizado y etiquetado de manera automática dentro de las categorías temáticas específicas para el sector público desarrolladas por los especialistas de Séntisis (Ver Anexo 2). Las categorías pueden ser personalizadas a las necesidades del cliente.
 - **Distribución geográfica de la conversación (a nivel nacional y departamental):** la información se extrae de los metadatos públicos de Facebook, Twitter e Instragram (a partir de geolocalización) y de las descripciones puestas por los usuarios en sus perfiles públicos. Los mapas creados a partir de estos datos pueden no contemplar la totalidad de los mensajes, ya que sólo se toman en cuenta aquellos con información geográfica pública y disponible.
 - **Distribución sociodemográfica de la conversación:** la distribución por género se infiere a partir del nombre del usuario y de la información pública de su perfil; la edad, las aficiones y la ocupación, a partir de la información pública del perfil y del contenido de sus publicaciones. Los porcentajes y distribuciones presentadas no corresponden al 100% de los usuarios participantes en la conversación. En el caso del género, se dejan fuera a las cuentas pertenecientes a instituciones y agentes públicos o privados.



Metodología



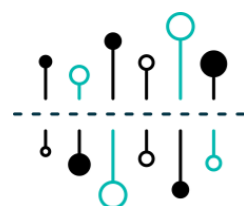
Explicación: Operadores Booleanos utilizados por Séntisis.

- **Operador AND:** este operador sirve para reducir el numero de resultados de una búsqueda de información añadiendo varios términos a la búsqueda. Por ejemplo: Urna de Cristal AND Transparencia. Se buscarán todos los mensajes que contengan estos dos términos.
- **Operador OR:** este operador sirve exactamente para lo contrario que AND, ampliar los resultados de búsqueda al incluir cualquiera de los términos o todos ellos a la vez. Si buscamos Urna de cristal OR transparencia se buscarán todos los mensajes que incluyan cualquiera de los dos términos.
- **Operador NOT:** este operador reducirá los resultados de búsqueda ya que sirve para excluir un término. Por ejemplo: Urna de cristal NOT transparencia buscará los mensajes que incluyan el primer término pero excluirá los mensajes que contengan el segundo.



Ficha Técnica >>

| | |
|---------------------------------|---|
| Datos | Universo digital. Filtrado a Colombia y al idioma español <ul style="list-style-type: none">- Todos los mensajes en Twitter- Mensajes en perfiles públicos de Instagram, Facebook, Blogs y Medios Digitales- Toda la información captada es pública por lo que su almacenamiento y análisis no viola ninguna ley de protección datos |
| Muestra | Todo el universo. El 100% de los mensajes captados son procesados y analizados |
| Periodo de Análisis | 10 de noviembre al 10 de diciembre de 2015 |
| Fuentes de Información | Trabajamos con proveedores externos que nos garantizan el acceso en tiempo real al 100% de la conversación disponible. Estos proveedores son: GNIP: proveedor oficial de datos de Twitter . Administrador de las APIs de Facebook e Instagram. https://gnip.com/ Moreover: es el mayor proveedor de información de blogs, foros y sitios de noticias del mundo. Monitoriza más de 15 millones de sitios web que actualiza constantemente. http://www.moreover.com/ |
| Obtención de la Información | Captamos la información con peticiones mediante queries booleanas a Twitter y a perfiles públicos de Facebook, Instagram, Blogs y Medios Digitales. La información es filtrada por idioma y por país o región. |
| Procesamiento de la Información | Análisis lingüístico-semántico adaptado al español y especializado para el sector público. |



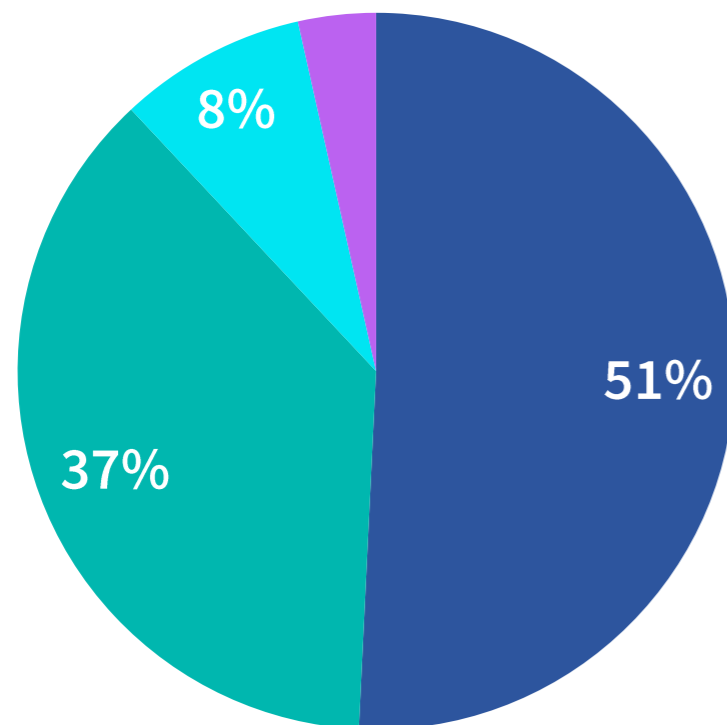
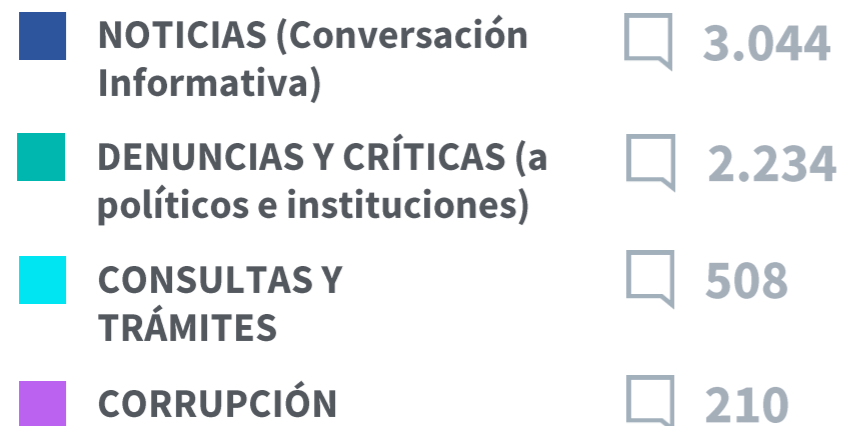
Análisis de la conversación sobre instituciones públicas

Escucha de la conversación en Twitter, Facebook, Blogs y Medios Digitales sobre los siguientes organismos públicos colombianos:

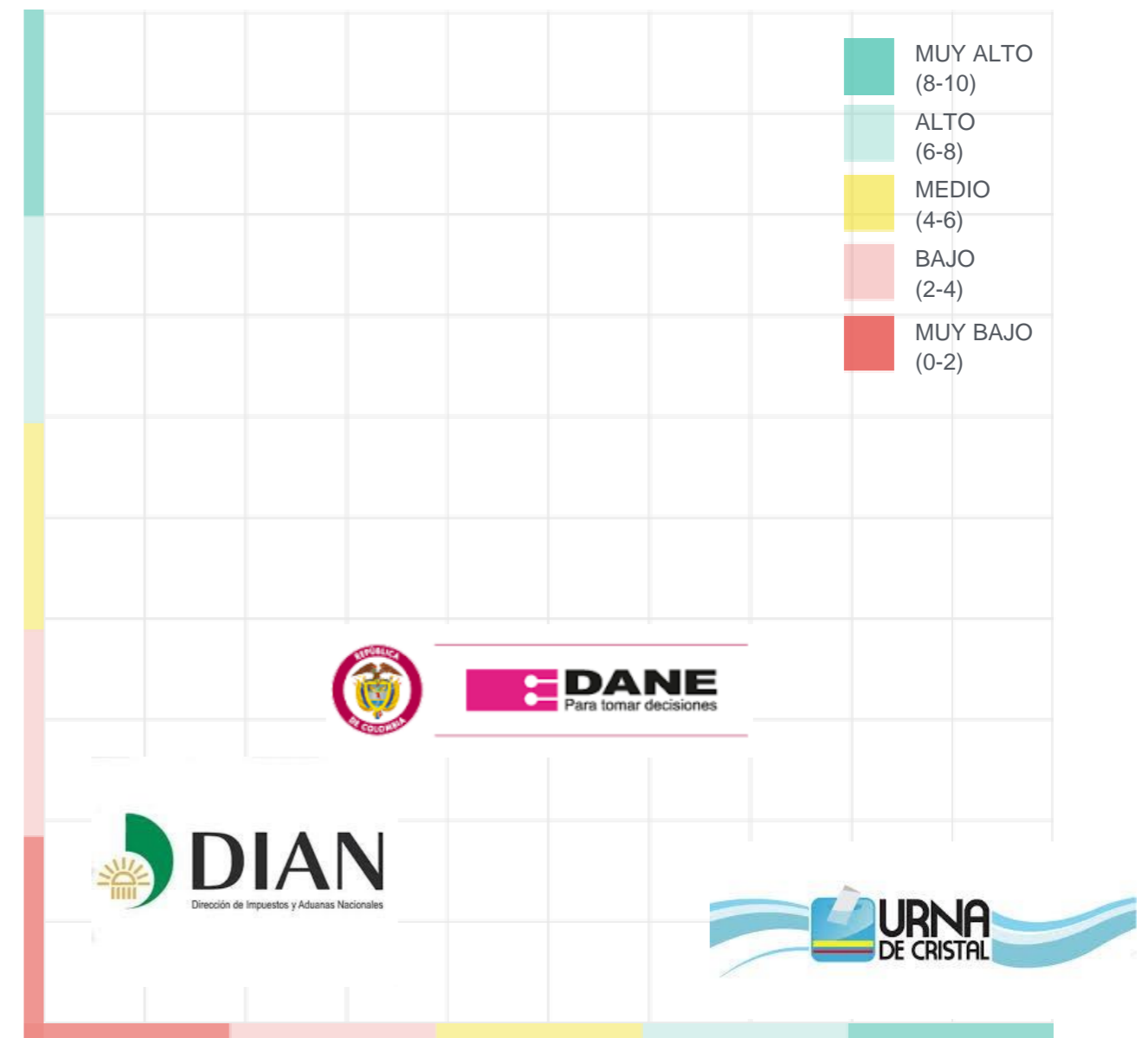
- Urna de cristal
- DIAN (Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales)
- DANE (Departamento Administrativo Nacional de Estadística)

RESUMEN: VALORACIÓN, PRESENCIA Y TEMÁTICAS DESTACADAS EN LA CONVERSACIÓN SOBRE INSTITUCIONES PÚBLICAS

10.046 mensajes analizados, la suma de los mensajes sobre DIAN, DANE y Urna de Cristal. Captados durante el periodo de análisis en el universo digital colombiano (Twitter y mensajes público de Facebook, Instagram, Blogs y Medios Digitales)



VALORACIÓN



PRESENCIA E IMPACTO

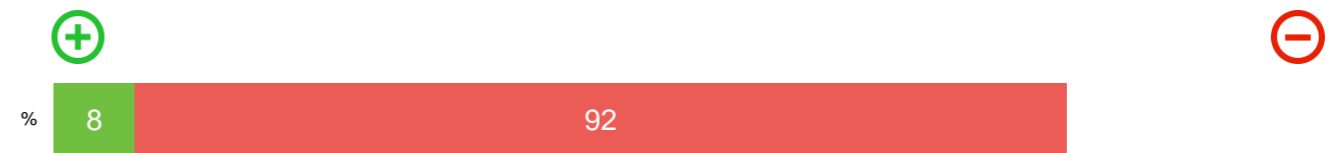
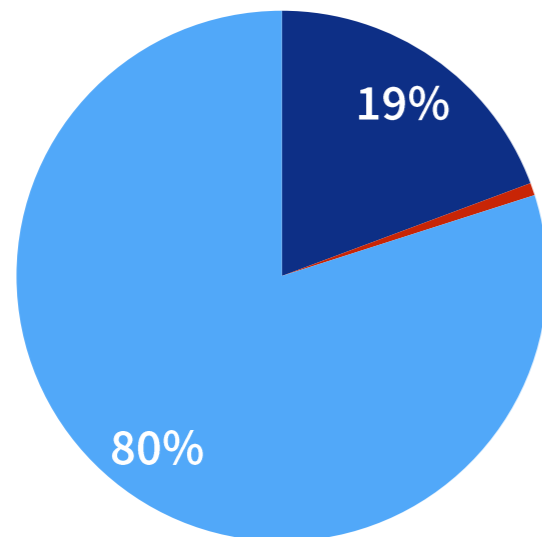
El eje Y representa la valoración (a partir del sentimiento positivo o negativo de los mensajes) de cada institución en una escala del 1 al 10. El eje X representa el volumen de conversación y el impacto (potencial) de dicho volumen en una escala del 1 al 10



5.031* MENCIONES

57.86M IMPACTO

2.107 Usuarios en la conversación



Sobre un total del 37.8% de mensajes valorativos

- ⊕ 3% Sentimiento positivo
- ☺ 62.2% Sentimiento neutro
- ⊖ 34.8% Sentimiento negativo



TWITTER

4.007

menciones



FACEBOOK

968

menciones



BLOGS

0

menciones



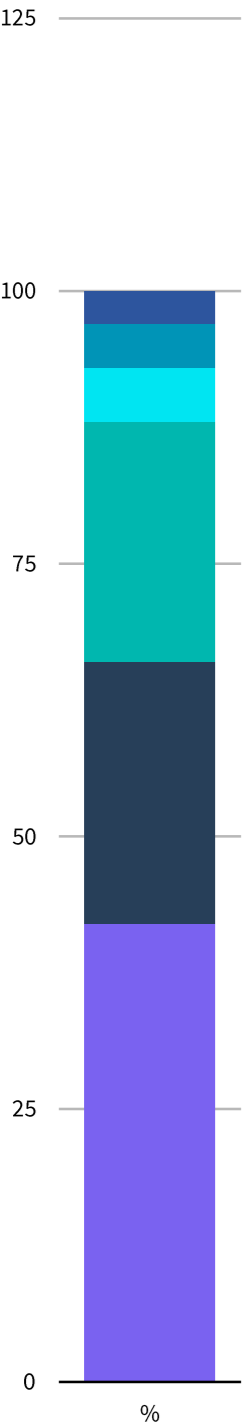
NOTICIAS

38

menciones

*Total de menciones captadas sobre Urna de Cristal durante el periodo de análisis en el universo digital en Colombia.

TEMÁTICAS DESTACADAS EN LA CONVERSACIÓN SOBRE URNA DE CRISTAL



| | | |
|-----|-------------------------------|-------|
| 42% | Noticias sobre la Institución | 1.623 |
| 24% | Denuncias a las FARC | 921 |
| 22% | Críticas a Juan Manuel Santos | 850 |
| 5% | Denuncias de Corrupción | 185 |
| 4% | Trámites para el visado | 162 |
| 3% | Críticas a Martín Santos | 153 |



EXPLICACIÓN: ACCESO A TEMÁTICAS DESDE LA HERRAMIENTA

- Nuestra herramienta clasifica los mensajes en temáticas según su contenido. En Séntisis contamos con temáticas predefinidas para el sector público, y configuramos temáticas personalizadas específicas para el cliente.
- En el estudio de **Urna de Cristal** creamos una categoría específica que aglutinara los mensajes que mencionen a las **FARC**.
- Al acceder a esta temática desde la herramienta se puede ver el número de mensajes sobre el tema y el sentimiento así como acceder a los mismos.

| | | | |
|---|---|---|---|
|  | JUAN CAMILO OSORIO · @OSOJUAN1 · 806 722 @MinAmbienteCo @urnadecristal @infopresidencia @MinAgricultura #NoAlPlebiscitoProFARC, los mas grandes contaminadores del medio ambiente! 28 de diciembre de 2015 a las 11:52 · | Tema/ FARC tema\medio ambiente | Negativo |
|  | LEOPOLDO ORDOÑEZ · @LeopoldoOrdoez · 570 121 ♂ @urnadecristal Cual es el utimo avance que las FARC pagaran con carcel sus 50 años de terror y delitos de lesa humanidad? y no impunidad? 27 de diciembre de 2015 a las 21:37 · | Tema/ FARC expresa enojo tema\orden público | Negativo |
|  | Stephanie Schütt Ch. · @sschutt1 · 953 1.622 ♀ Por qué mejor en vez de aumentar el recaudo a los colombianos no se le exige a las FARC costear parte del Proceso de Paz? @urnadecristal 27 de diciembre de 2015 a las 20:17 · Barranquilla-Colombia | Tema/ FARC intención\pide | Negativo |
|  | Jorge Arango Castaño · @jarangoc85 · 1.292 730 ♂ yo estoy en de acuerdo con que a las FARC se les de un \$\$ mensual por desmovilizados. pero pq no el mínimo? @JuanManSantos @urnadecristal 27 de diciembre de 2015 a las 17:50 · http://www.emcotic.com | Tema/ FARC | 1x  Negativo |
|  | Jaime Hurtado · @jimmyhurtser · 80 20 ♂ @urnadecristal @MitosSobreLaPaz jajajaja payasos cual paz sera la entrega del país a los terroristas de las farc 27 de diciembre de 2015 a las 01:55 · | Tema/ FARC expresa indignación | Negativo |

MENSAJES CLAVE POSITIVOS

@CristoBustos

 29 retweets

30 días antes del Plebiscito TODOS los acuerdos serán publicados en: prensa, radio, TV, redes sociales y Urna de Cristal #MartesDeDerechos

@mindefensa

 427.108 impacto

Más de 180 expositores de 21 países hacen parte de #Expodefensa @FuerzasMilCol @PoliciaColombia @urnadecristal <https://t.co/dGgapqXZxu>

@CancilleriaCol

 379.321 impacto

Estamos en @urnadecristal TV resolviendo dudas sobre pasaporte y #ExenciónVisaUEuropea en vivo por @InstitucionalTV <https://t.co/Nd30Hv0MLU>

MENSAJES CLAVE NEGATIVOS

@juanes8400

 21 retweets

La cuenta del gobierno @urnadecristal trata a los ciudadanos como "perros" <https://t.co/gExiQZkKu9>

@LAFmNoticias

 1.415.125 impacto

El polémico trino que salió de la cuenta de Urna de Cristal <https://t.co/xcMV7fh0xG> #OigoLAFm <https://t.co/XMxJYAA5BD>

@RUBYELENA1

 39 retweets

Martín pide q destituyan a un periodista por decir esto, ¿a quien hay que decir que cierren @urnadecristal por esto? <https://t.co/4KygNbM5h6>

ASPECTOS SOCIODEMOGRÁFICOS Y GEOGRÁFICOS DE LA CONVERSACIÓN

Distribución geográfica de la conversación*

| Departamento | Total | Pos | Neg | Neutro |
|-----------------|--------|--------|--------|--------|
| Bogotá | 35,66% | 2,38% | 34,28% | 58,41% |
| Huila | 28,46% | 2,86% | 34,36% | 53,95% |
| Antioquia | 9,58% | 1,36% | 41,84% | 50,00% |
| Valle del Cauca | 4,99% | 1,96% | 41,18% | 52,29% |
| Atlántico | 4,50% | 2,17% | 42,75% | 50,00% |
| Meta | 2,38% | 1,37% | 26,03% | 35,62% |
| Santander | 1,99% | 3,28% | 37,70% | 55,74% |
| Córdoba | 1,63% | 2,00% | 42,00% | 56,00% |
| Bolivar | 1,60% | 8,16% | 28,57% | 53,06% |
| Magdalena | 1,40% | 0,00% | 32,56% | 65,12% |
| Caldas | 1,37% | 0,00% | 23,81% | 76,19% |
| César | 1,24% | 0,00% | 23,68% | 65,79% |
| Cundinamarca | 1,11% | 0,00% | 17,65% | 73,53% |
| Cauca | 0,85% | 0,00% | 46,15% | 53,85% |
| Risaralda | 0,52% | 12,50% | 31,25% | 56,25% |
| Narino | 0,46% | 0,00% | 50,00% | 42,86% |

Distribución sociodemográfica de los usuarios*

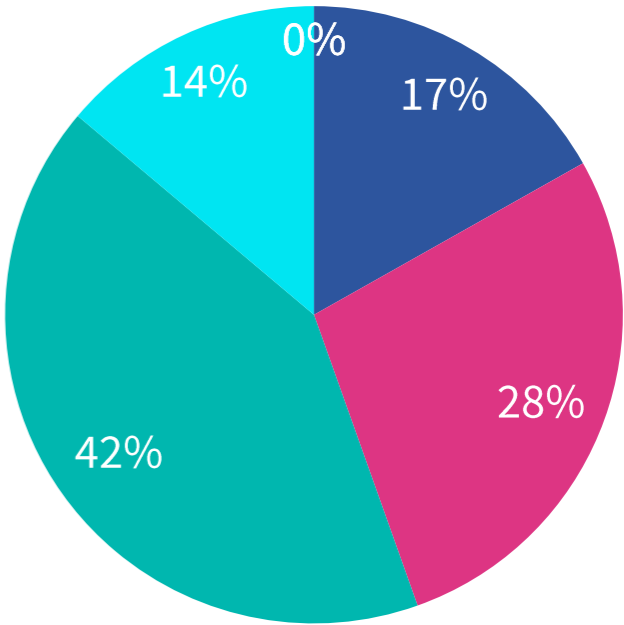


35.8%
MUJERES

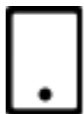


64.2%
HOMBRES

- <14 años
- 14-18 años
- 19-24 años
- 25-34 años
- 35-44 años
- 45-65 años
- >65 años



25%



75%



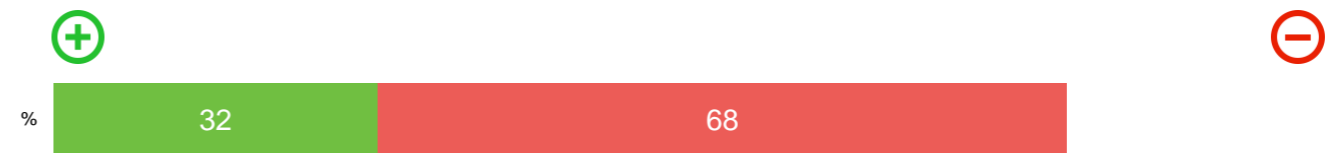
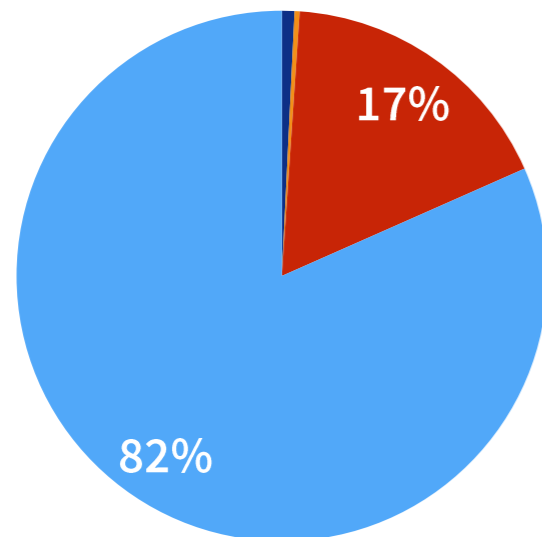
34% Iphone
66% Android

HORAS MÁS FRECUENTES DE PUBLICACIÓN

06:0018:00

*Porcentajes sobre el número total de menciones en la conversación

*Porcentajes sobre el número total de usuarios en la conversación

**2.880*** MENCIONES**190.5M** IMPACTO**2.032** Usuarios en la conversación

Sobre un total del 12.7% de mensajes valorativos

- +** 4.1% Sentimiento positivo
- o** 87.3% Sentimiento neutro
- 8.6% Sentimiento negativo



TWITTER

2.351

menciones



FACEBOOK

22

menciones



BLOGS

9

menciones



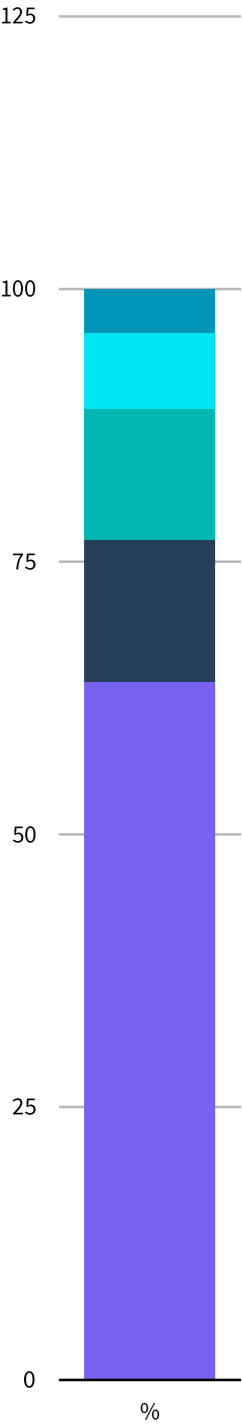
NOTICIAS

498

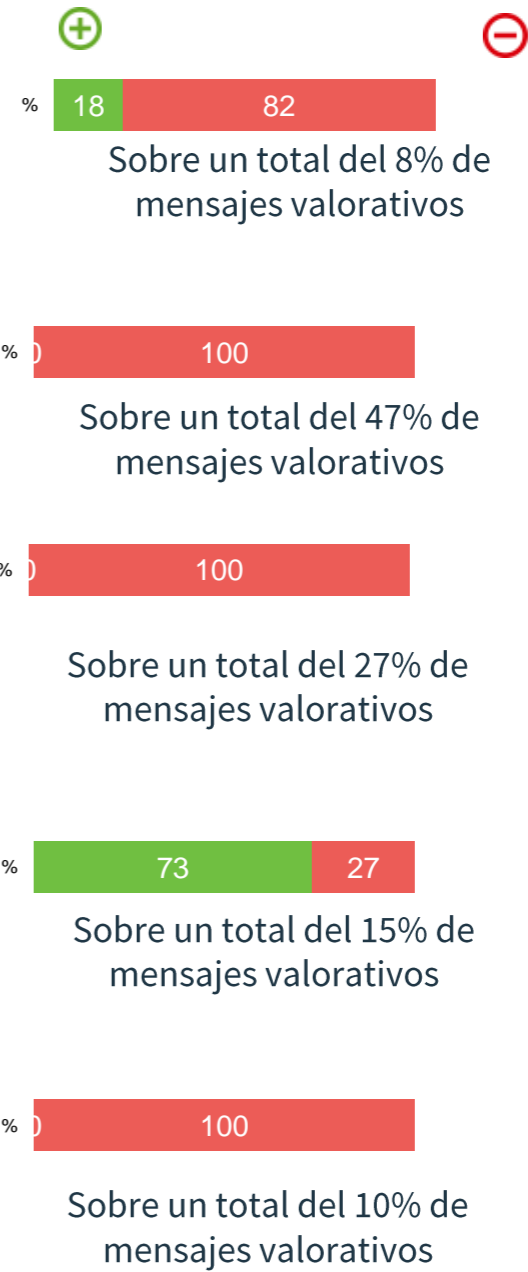
menciones

*Total de menciones captadas sobre DANE durante el periodo de análisis en el universo digital en Colombia.

TEMÁTICAS DESTACADAS EN LA CONVERSACIÓN SOBRE DANE



| | | |
|-----|--|-----|
| 64% | Cifras y Noticias sobre desempleo | 767 |
| 13% | Críticas a Juan Manuel Santos (Por el desempleo) | 158 |
| 12% | Críticas a la Institución (desconfianza de los datos que publican) | 142 |
| 7% | SIPSA | 82 |
| 4% | Sector Agropecuario | 56 |



MENSAJES CLAVE POSITIVOS

@JuanManSantos47 retweets


Buenas noticias de la industria: @DANE_Colombia confirma 4 meses consecutivos de crecimiento en producción, ventas y empleo.

@JuanManSantos4.294.719 impacto


Construcción también con buenas noticias: ¡a septiembre producción de concreto en su mejor año, según @DANE_Colombia!

@DNP_Colombia33 retweets


PND estableció líneas de acción q como mencionó el Dr Perfetti buscan “dar dientes” al @Dane_Colombia como cabeza del Sist Nal Estadístico

MENSAJES CLAVE NEGATIVOS

@titinaTM3 retweets


No es por llevarles la contraria pero DANE dice q si vende dulces una vez a la semana, tiene empleo. Ahora dice q btá construyó cantidades 😊

@juglardelzipa6.951 impacto


@lucaspe lamentablemente el @DANE_Colombia no hace algo así. el banco de la república sí hace series consolidadas, pero solo económicas.

@JuanPabloMorris3 retweets

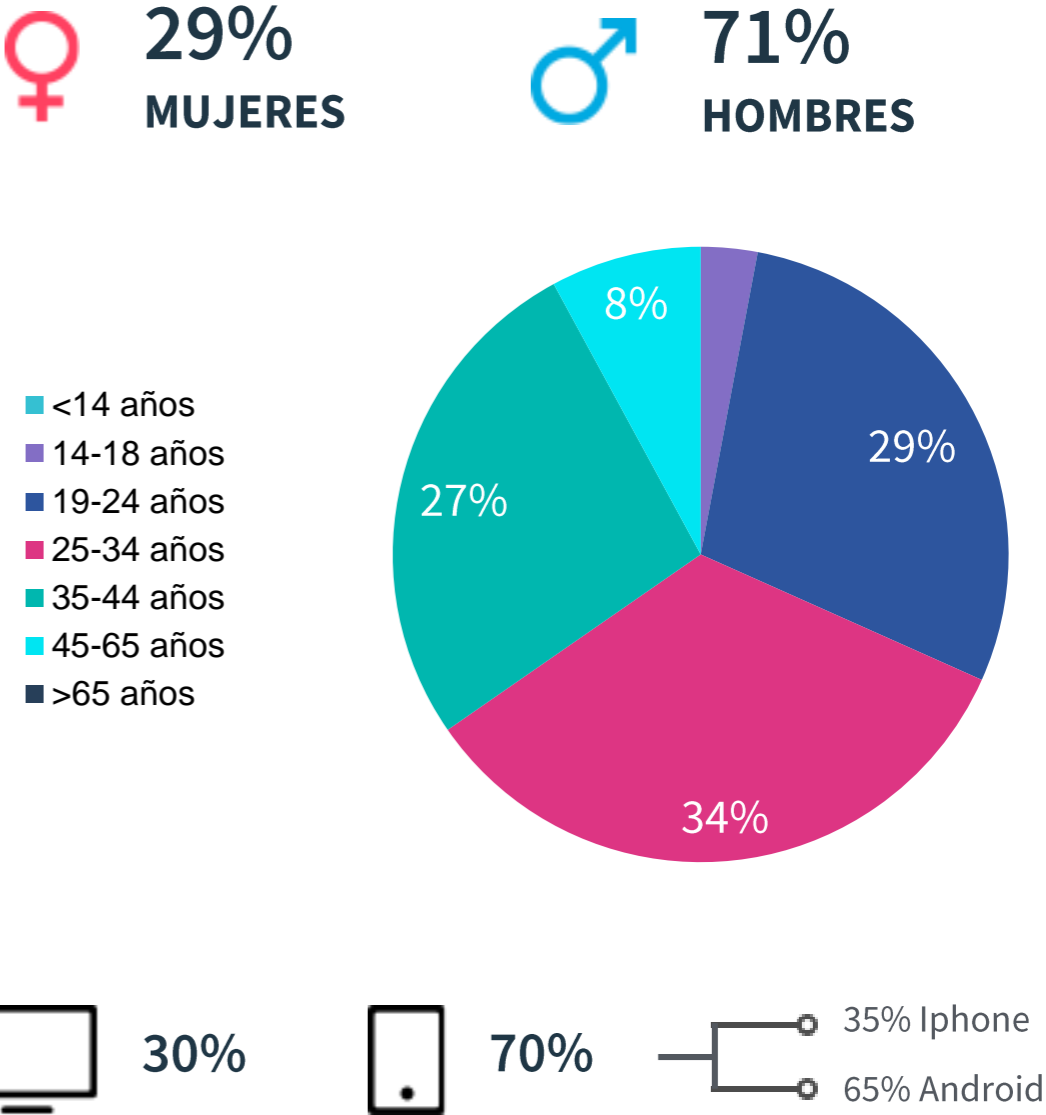

Qué dice ahora @Minvivienda Vargas Lleras??? Miente el @DANE_Colombia?? <https://t.co/R6EnL4L20b> <https://t.co/QOfiquC3hE>

ASPECTOS SOCIODEMOGRÁFICOS Y GEOGRÁFICOS DE LA CONVERSACIÓN

Distribución geográfica de la conversación*

| Departamento | Total | Pos | Neg | Neutro |
|--------------------|--------|--------|--------|---------|
| Bogotá | 34,88% | 3,28% | 11,03% | 85,69% |
| Huila | 30,72% | 2,37% | 8,12% | 89,51% |
| Antioquia | 7,85% | 3,31% | 9,93% | 86,75% |
| Valle del Cauca | 5,82% | 4,46% | 6,25% | 89,29% |
| Atlántico | 3,69% | 2,82% | 4,23% | 92,96% |
| César | 2,03% | 5,13% | 7,69% | 87,18% |
| Meta | 1,46% | 3,57% | 7,14% | 89,29% |
| Tolima | 1,40% | 3,70% | 3,70% | 92,59% |
| Bolivar | 1,35% | 3,85% | 19,23% | 76,92% |
| Córdoba | 1,35% | 3,85% | 0,00% | 96,15% |
| Caldas | 1,35% | 7,69% | 3,85% | 88,46% |
| Magdalena | 1,30% | 8,00% | 12,00% | 80,00% |
| Santander | 1,09% | 4,76% | 9,52% | 85,71% |
| Boyacá | 0,94% | 22,22% | 5,56% | 72,22% |
| Risaralda | 0,88% | 0,00% | 5,88% | 94,12% |
| Norte de Santander | 0,68% | 15,38% | 0,00% | 84,62% |
| Casanere | 0,62% | 0,00% | 0,00% | 100,00% |
| Cundinamarca | 0,47% | 0,00% | 0,00% | 100,00% |
| La Guajira | 0,36% | 0,00% | 14,29% | 85,71% |

Distribución sociodemográfica de los usuarios*





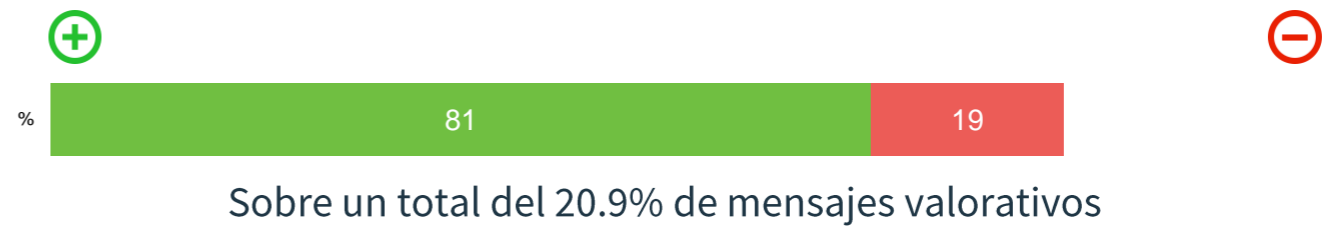
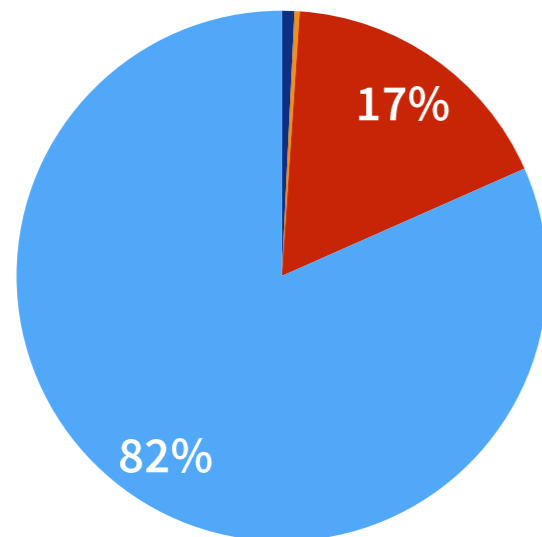
2.135

MENCIONES

77.5M

IMPACTO

1.819 Usuarios en la conversación



- ⊕ 3.9% Sentimiento positivo
- ⊖ 79.1% Sentimiento neutro
- ⊖ 17% Sentimiento negativo



TWITTER

1.975

menciones



FACEBOOK

108

menciones



BLOGS

13

menciones



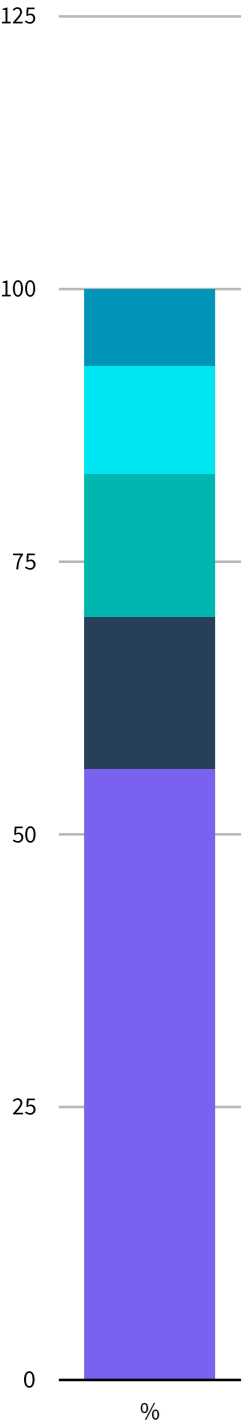
NOTICIAS

219

menciones

*Total de menciones captadas sobre DIAN durante el periodo de análisis en el universo digital en Colombia.

TEMÁTICAS DESTACADAS EN LA CONVERSACIÓN SOBRE DIAN



| | | |
|-----|--|-----|
| 56% | Noticias sobre Impuestos | 654 |
| 14% | Denuncias de impago e informalidad | 168 |
| 13% | Consultas y Preguntas a la Institución | 155 |
| 10% | Alertas de Estafas y Fraudes | 108 |
| 7% | Citas y Trámites | 81 |



MENSAJES CLAVE POSITIVOS

@mincultura



457.874 impacto



#NoMásEvasión Más de 90 controles in situ han sido realizados a #EspectáculosPúblicos entre MinCultura y @DIANColombia

@CeciAlvarezC



8 retweets



Inversiones de Zonas Francas benefician a las regiones de Colombia.
@DIANColombia @ANDI_colombia @danielarang0 <https://t.co/M9lbNhU6Tu>

@Ministerio_TIC



1.284.833 impacto



"El trabajo coordinado con @PoliciaColombia @DIANColombia @Ministerio_TIC permite q hoy sean desarticuladas 10 bandas por mes" @JuanManSantos

MENSAJES CLAVE NEGATIVOS

@Reporte24CO



64.667 impacto



"Los colombianos evaden \$40 billones en impuestos al año": Director de la Dian
<https://t.co/xSmHqi275a>

@juanes8400



19 retweets



Ojalá la extorsión genere saldo a favor en la DIAN <https://t.co/yYuYpVR8HH>

@ServiCiudadano



64.612 impacto



Pilas! Ladrones suplantando a la @DIANColombia <https://t.co/epUZdPd2T8>

ASPECTOS SOCIODEMOGRÁFICOS Y GEOGRÁFICOS DE LA CONVERSACIÓN

Distribución geográfica de la conversación*

| Departamento | Total | Pos | Neg | Neutros |
|--------------------|--------|--------|--------|---------|
| Bogotá | 34,13% | 4,33% | 18,05% | 77,62% |
| Huila | 28,84% | 3,21% | 12,82% | 83,97% |
| Valle del Cauca | 8,19% | 6,02% | 16,54% | 77,44% |
| Atlántico | 7,39% | 1,67% | 30,00% | 68,33% |
| Antioquia | 6,96% | 2,65% | 24,78% | 72,57% |
| Santander | 2,03% | 9,09% | 21,21% | 69,70% |
| Bolivar | 1,66% | 0,00% | 33,33% | 66,67% |
| Norte de Santander | 1,36% | 13,64% | 18,18% | 68,18% |
| Boyacá | 1,23% | 0,00% | 5,00% | 95,00% |
| Caldas | 1,17% | 5,26% | 10,53% | 84,21% |
| Meta | 0,92% | 0,00% | 0,00% | 100,00% |
| Cundinamarca | 0,80% | 7,69% | 0,00% | 92,31% |
| Córdoba | 0,74% | 8,33% | 8,33% | 83,33% |
| Magdalena | 0,74% | 0,00% | 25,00% | 75,00% |
| Tolima | 0,68% | 0,00% | 9,09% | 90,91% |
| Caqueta | 0,55% | 0,00% | 0,00% | 100,00% |
| César | 0,55% | 0,00% | 0,00% | 100,00% |
| Risaralda | 0,43% | 0,00% | 28,57% | 71,43% |
| La Guajira | 0,37% | 0,00% | 33,33% | 66,67% |

Distribución sociodemográfica de los usuarios*



32%

MUJERES



68%

HOMBRES

- <14 años
- 14-18 años
- 19-24 años
- 25-34 años
- 35-44 años
- 45-65 años
- >65 años



35%



65%



38% Iphone

62% Android


HORAS MÁS FRECUENTES DE PUBLICACIÓN

06:00 - 9:00

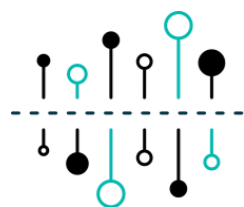
16:00 - 18:00

*Porcentajes sobre el número total de menciones en la conversación

*Porcentajes sobre el número total de usuarios en la conversación

 **séntisis**

MINTIC - Piloto - Análisis Redes Sociales Colombia




















Análisis de tendencias - percepción de las instituciones políticas


Escucha de la conversación en Twitter sobre la percepción de los ciudadanos sobre transparencia y eficacia gubernamental, pago de impuestos, contratos con el gobierno y propaganda.

Objetivo: detectar las principales corrientes temáticas de la conversación y analizar su importancia y peso relativo. La información resultante facilita la detección de posibles tendencias temáticas en redes sociales. Los estudios de tendencias permiten medir la opinión pública y adelantarse a las necesidades y preocupaciones de los ciudadanos.

Obtención de información: A partir de peticiones a Twitter con queries booleanas logramos captar todos los mensajes que mencionan una palabra determina o una combinación de palabras determinadas. (Ej: todos los mensajes que contengan el término transparencia + los términos política, político, pública, público, o administración). Las tendencias se extraen sólo de Twitter debido a que es la única plataforma en la que la conversación es espontánea y no dirigida (como en Facebook o medios digitales), lo que nos permite medir la percepción “real” de los ciudadanos sobre temáticas o instituciones.

Obtención de resultados: A partir de la clasificación temática y sentimental automática generamos un mapa de la conversación y detectamos las líneas discursivas.

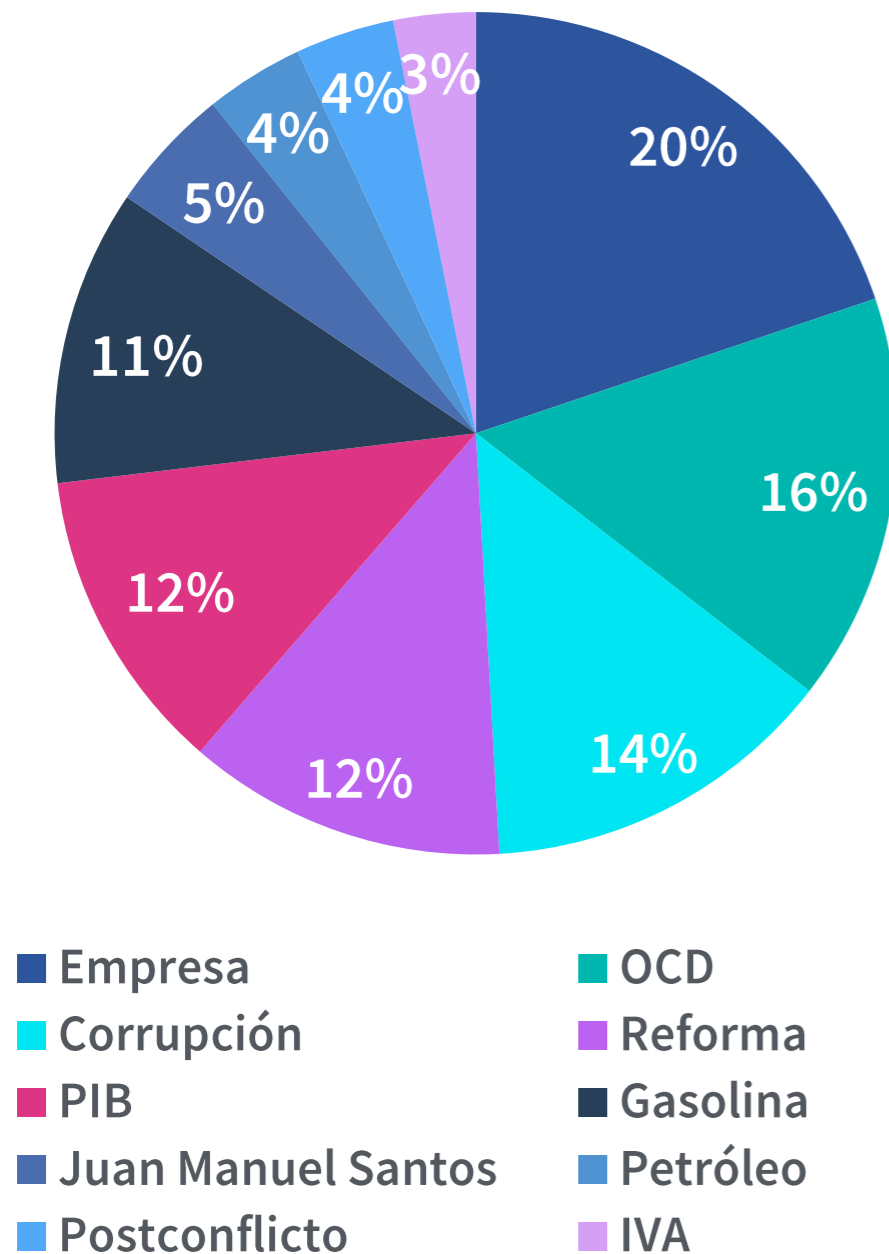
| RESUMEN | CONTENIDO | QUIÉN | DÓNDE |
|---|--|---|---|
| TENDENCIAS | | | |
| | MENCIONES | IMPACTO (vistas potenciales) | VALORACIÓN |
| PAGO DE IMPUESTOS |  2.858 |  52 M | <div><div></div><div></div></div> <div><div>%</div><div><div>4</div><div>96</div></div></div> <div>Sobre un total del 44% de mensajes valorativos</div> |
|  BluRadioCo: | #AlAire "Pagamos más por los impuestos de la gasolina, que por la propia gasolina": Luis Fernando Velasco en https://t.co/WGzjCQl0cg | | |
| TRANSPARENCIA |  1.592 |  29.21 M | <div><div>%</div><div><div>26</div><div>74</div></div></div> <div>Sobre un total del 35% de mensajes valorativos</div> |
|  FicoGutierrez: | La ejecución del presupuesto público debe ser eficiente y transparente, Orlando Uribe será nuevo Sec de Hacienda. https://t.co/dgNVglXYZ1 | | |
| CONTRATOS DE GOBIERNO |  880 |  5.49 M | <div><div>%</div><div><div>0</div><div>100</div></div></div> <div>Sobre un total del 31% de mensajes valorativos</div> |
|  mgomezmartinez: | #NoMásEvasión Más de 90 controles in situ han sido realizados a #EspectáculosPúblicos entre MinCultura y @DIANColombia | | |
| PROPAGANDA |  643 |  10.55 M | <div><div>%</div><div><div>11</div><div>89</div></div></div> <div>Sobre un total del 52% de mensajes valorativos</div> |
|  LaFmNoticias | Eliminación de libreta militar para trabajar es publicidad engañosa del Gobierno' https://t.co/HAIp5MOl0P #OigoLAFm https://t.co/SjXriojLgN | | |
| EFICIENCIA |  318 |  4.44 M | <div><div>%</div><div><div>30</div><div>70</div></div></div> <div>Sobre un total del 38% de mensajes valorativos</div> |
|  MinTransporteCo: | Hoy Gobierno Nacional y privados firmarán Pacto por la Eficiencia Logística @NataliaAbello1 #PactoPorEficienciaLogística #UnNuevoPaís | | |



MINTIC - Piloto - Análisis Redes Sociales Colombia

PAGO DE IMPUESTOS: TÉRMINOS DESTACADOS Y MENSAJES CLAVE

2.858 menciones totales



@alfredoramosm

69 retweets

Colombianos: la chequera es de todos nosotros, que pagamos impuestos. El que se sienta dueño de ella nos la está robando

@Noticiascaracol

6.093.428 impacto

Reglamentación de Uber es buena si pagan impuestos como nosotros: taxistas <https://t.co/cwOAXtGuH5>

@jerobleto

32 retweets

¿Cómo así que nos cobran impuesto de renta del 33% pero solo pagan el 7.5%? Terminan haciendo ganancias de mafiosos. #AsaltoTarifasEnergía

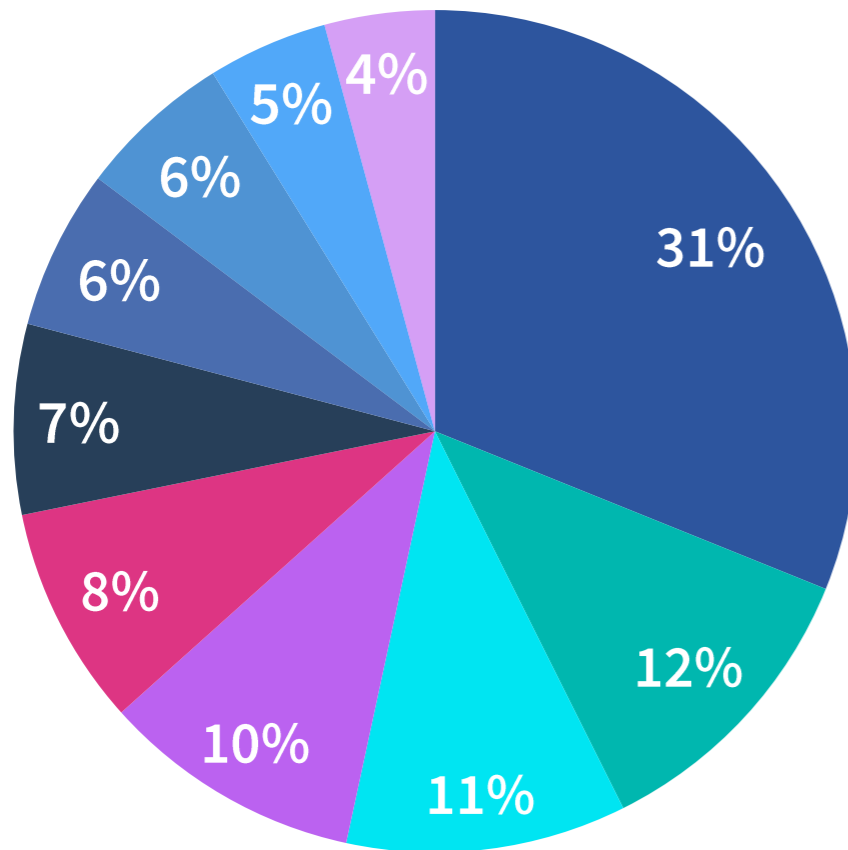
@elespectador

3.195.913 impacto

"Los impuestos lo tienen que pagar los ricos", @CeciliaLopezM #HablemosDePosconflicto

TRANSPARENCIA: TÉRMINOS DESTACADOS Y MENSAJES CLAVE

1.592 menciones totales



■ Gobierno
■ Presidente
■ Estado
■ Elección
■ Policía
■ Voto

@mluciaramirez

10 retweets

La Policía es demasiado importante
xa la defensa del Estado de
Derecho y confianza ciudadana en
las Instituciones. Debe haber
Transparencias

@gusgomez1701

366.1723 impacto

@gusgomez1701 escribió:
La Policía tiene la obligación de
hacer público el origen de esto.
Claridad absoluta:

@dnpcolombia

24 retweets

Modelo de #AutenticaciónElectrónica
permitirá mayor agilidad y
transparencia en trámites y servicios
del Estado <https://t.co/qMd3Q1JkPT>

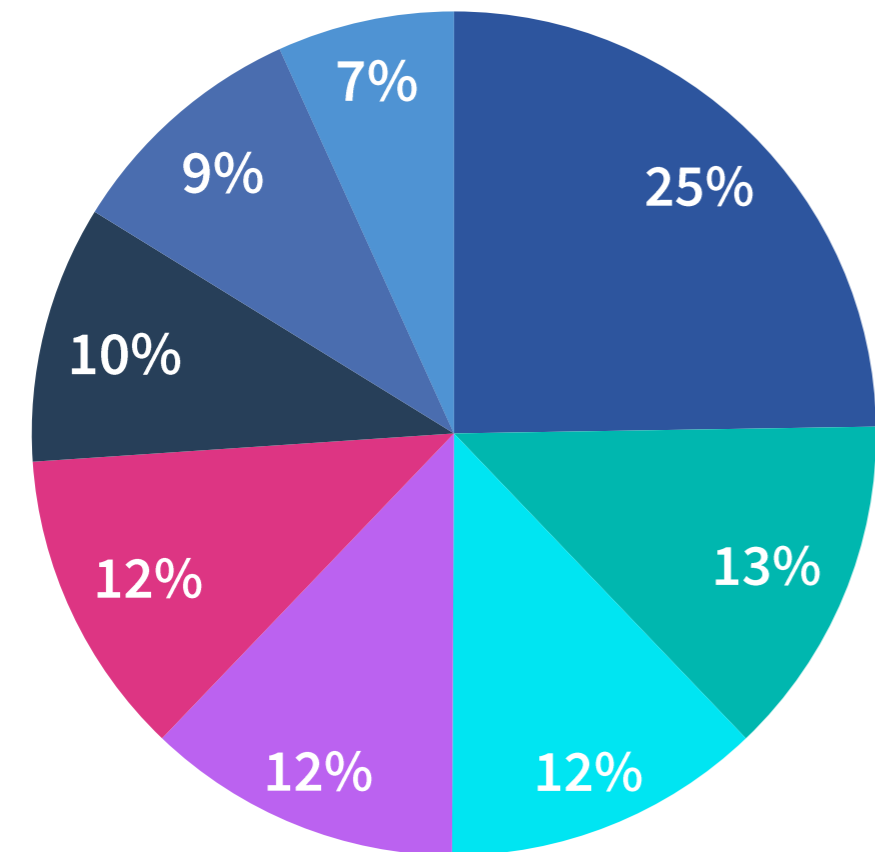
@elheraldococo

738.685 impacto

Las mayores brechas del Atlántico en
instituciones se encuentran en
transparencia, seguridad y justicia,
asegura @marcollinas
#ProyectoBAQ

CONTRATOS DEL GOBIERNO: TÉRMINOS DESTACADOS Y MENSAJES CLAVE

880 menciones totales



■ Natalia Springer
■ A dedo
■ Reforma
■ Tarifa
■ Ahorrar
■ Oposición
■ Corrupción
■ @todelar

@andresfarcos

131 retweets

Gobierno adjudicaría contrato a la experta en rescates de tesoros perdidos en el mar Natalia Springer. <https://t.co/qPBSl0RvH7>

@jealvarez343

31.596 impacto

el_archivista: Periodistas y analistas políticos que se venden al gobierno, reciben contratos millonarios y se entregan a sus contratistas...

@porras

6 retweets

@petrogustavo dejará amarrados 4.219 contratos de funcionarios a la nueva administración de Peñalosa. Pícaro! <https://t.co/AatOxBC2ik>

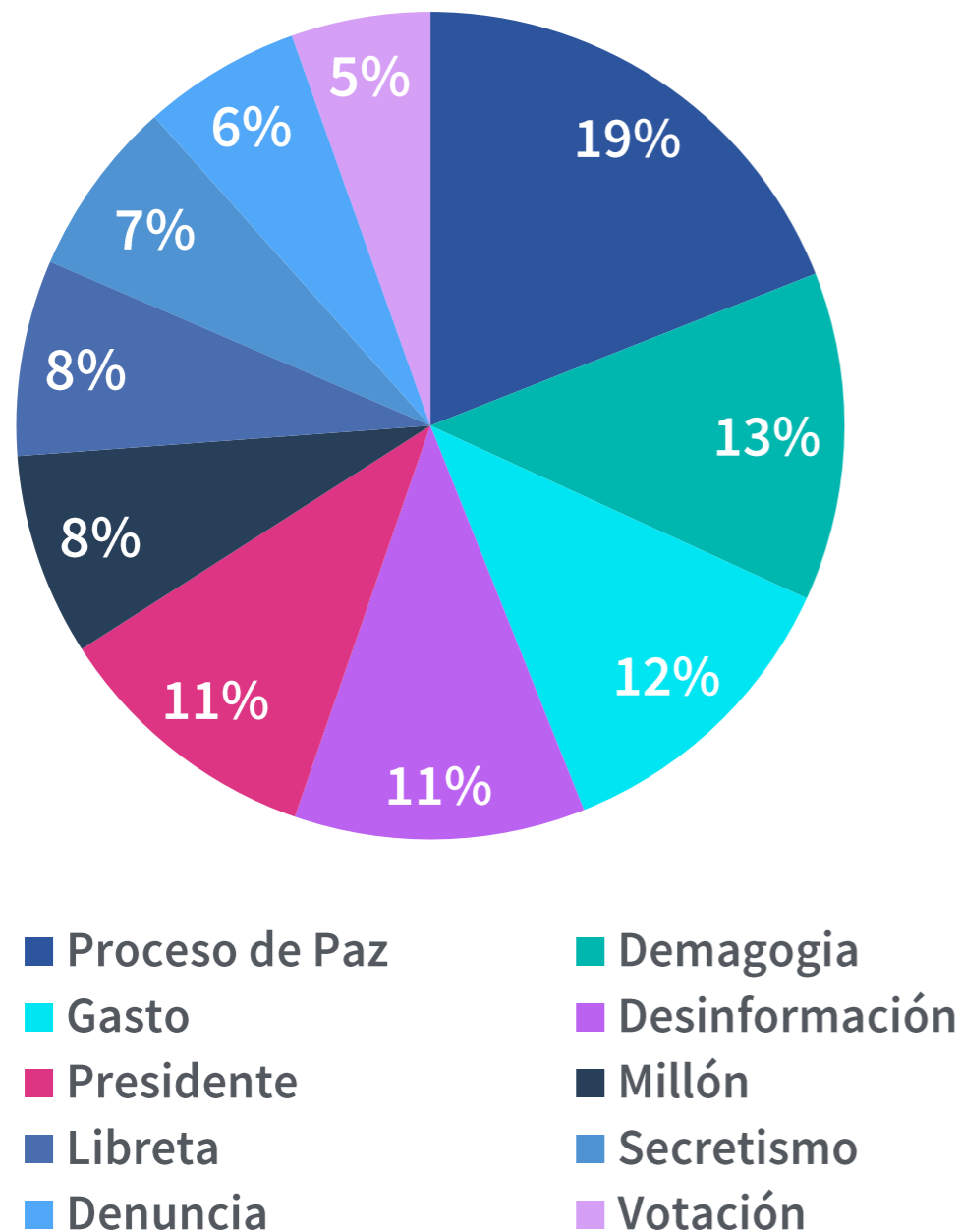
@samuelazout

43551

No tenemos contratos con gobierno nacional, ni regional, ni local. Acaso eso no habla bien de nosotros? <https://t.co/4hocsMILQT>

PROPAGANDA: TÉRMINOS DESTACADOS Y MENSAJES CLAVE

643 menciones totales



@LaFmNoticias

10 retweets

'Eliminación de libreta militar para trabajar es publicidad engañosa del Gobierno' <https://t.co/HAlp5MOI0P> #OigoLAFm <https://t.co/SjXriojLgN>

@rcnlaradio

2.023.830 impacto

"El gobierno está usando incluso al papa Francisco en la publicidad a favor del proceso de paz", dice @AForeroM en @VocesRCN. @Pontifex_es

@fernapiensa

10 retweets

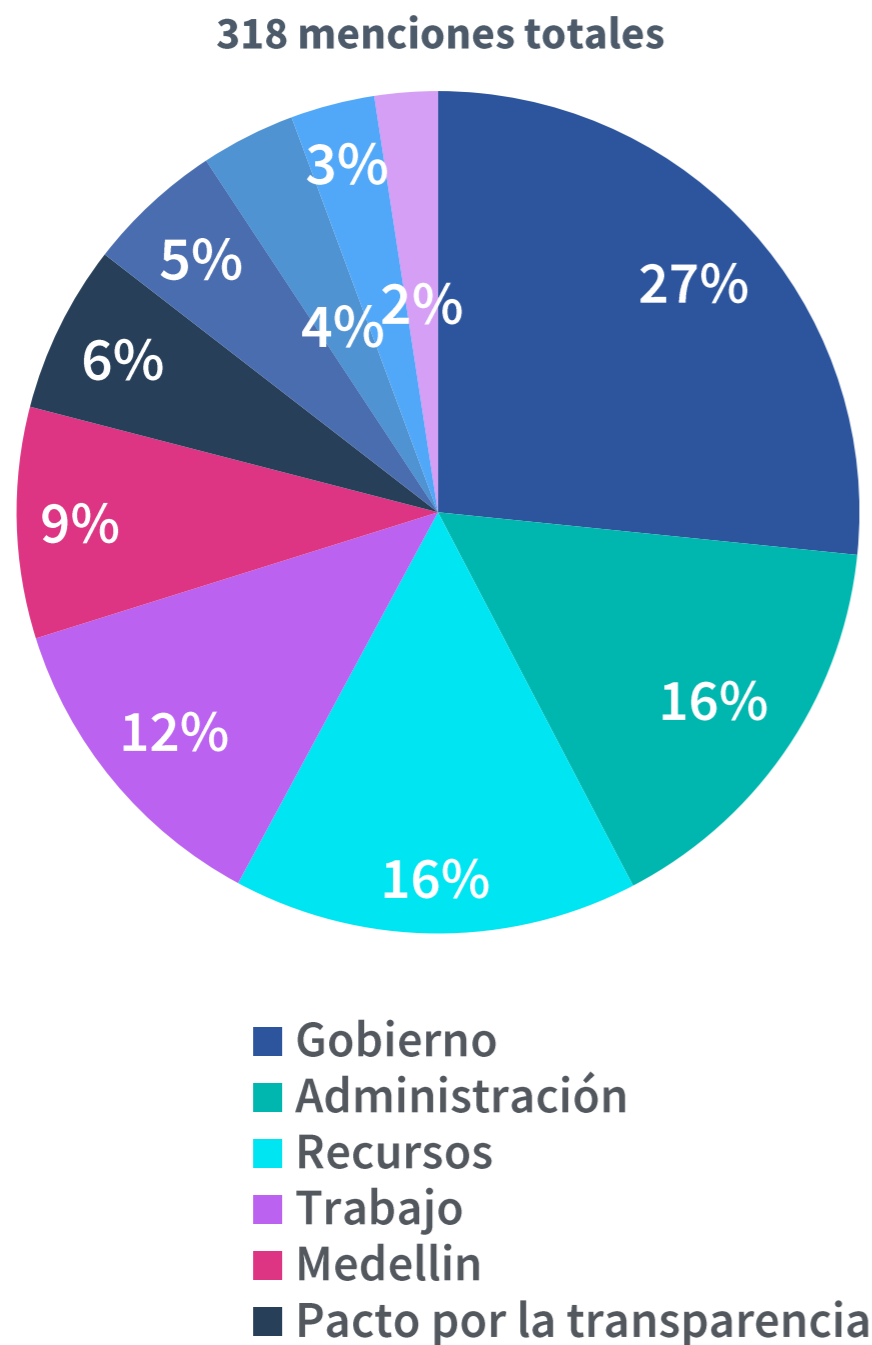
@BluRadioCo con tanta publicidad pagada por el gobierno no lo va a comentar #mananasBLU <https://t.co/0nhgUGzUz5> @ricarospina

@nortbertomazza

756.030 impacto

En nueva esparta es grosera la publicidad del gobierno para sus candidatos. Se hace con el dinero de todos que nos lo ro

EFICIENCIA: TÉRMINOS DESTACADOS Y MENSAJES CLAVE



@JuanManuelObreg

4 retweets

Resultados evidencian el esfuerzo de la administración por hacer un manejo eficaz y transparente de los recursos <https://t.co/Z74lmTLC1K>

@portafolioco

859.173 impacto

#Gobierno y privados firman Pacto por la Eficiencia Logística <https://t.co/8qSrAQvgM>

@SENAComunica

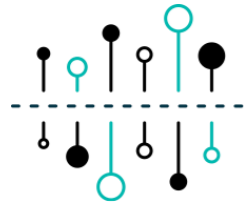
10 retweets

"#SENA se beneficia de recursos de @Regalias_gov, debemos ser eficientes en su administración" @alfonsoprada <https://t.co/P3yTDA1Urh>

@AlcaldiadeMed

230.631 impacto

Conglomerado Público es una herramienta que hace que la administración sea más eficiente. AL AIRE en @Telemedellin. <https://t.co/ZJ7DWVW6ey>



Conclusiones y recomendaciones

- Las conclusiones y recomendaciones expuestas son subjetivas y derivan de la experiencia de Séntisis en análisis de redes sociales y comunicación digital gubernamental.
- Las conclusiones y recomendaciones expuestas están limitadas por el reducido periodo de tiempo de análisis y no son aplicables a periodos de tiempo más largos.
- Las conclusiones y recomendaciones expuestas hacen referencia a las instituciones y temáticas analizadas en el estudio y no son aplicables a otras instituciones o temáticas.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

- **Urna de cristal** concentra las críticas de los usuarios colombiano en RRSS, que ven a la institución como una entidad carente de autonomía que el gobierno utiliza como herramienta de propaganda. Pese a que la mayoría de comentarios son negativos, urna de cristal (especialmente en Facebook) **funciona como mecanismo de intercambio de opiniones y expresión de preocupaciones ciudadanas.**
- El **Departamento Administrativo Nacional de Estadística** resulta una **herramienta útil a la hora de consultar datos** y logra mejor valoración que Urna de Cristal. Sin embargo, se registran casi 150 mensajes negativos de usuarios que **desconfían de la veracidad de los datos que la institución publica en materia de Empleo.**
- La **Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales** registra una **valoración positiva** gracias al feedback que recibe de parte de los usuarios que **resuelven sus dudas sobre trámites y visas.** Los mensajes negativos se generan a partir de denuncias por impago y fraude fiscal.
- La **escucha de tendencias** en la que se incluyen términos como “transparencia”, “eficiencia” o “pago de impuestos” revela que la **percepción de los usuarios de RRSS sobre las instituciones públicas y el gobierno es altamente negativa.** Los ciudadanos se sienten “**desencantados**” con una administración que no consideran transparente, y esto repercute directamente en su percepción de las relaciones entre el Estado y el individuo.

RECOMENDACIONES:

COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL:

- **Realizar campañas** mediante Twitter y Facebook para **informar de los servicios y herramientas que las instituciones ponen al servicio de la ciudadanía** (evitar la desinformación y fomentar el engagement).
- **Abrir espacios de debate** entre las instituciones y la ciudadanía (sobre política en urna de cristal, sobre impuestos en DIAN, etc) en los que los **usuarios reciban feedback inmediato por parte de las cuentas oficiales**. Establecer una **comunicación bidireccional y fluida** es clave para generar confianza.
- **Mantener la escucha y el análisis** de la percepción y el desempeño de las instituciones públicas en RRSS con el fin de evaluar su desempeño y utilizar los datos extraídos para construir estrategias de comunicación eficientes.

PERCEPCIÓN CIUDADANA DEL GOBIERNO Y LAS INSTITUCIONES:

- **Mantener y ampliar la escucha para poder conocer y analizar la percepción de los colombianos sobre “lo público”**. Entender sus preocupaciones y problemáticas es el primer paso hacia una comunicación institucional exitosa.
- **Abrir espacios en Twitter y Facebook que sirvan para canalizar las denuncias y preocupaciones ciudadanas**. Crear portales específicos para denuncias de corrupción, impago de impuestos, preocupaciones políticas, etc (de este modo es más sencillo procesar la información y contestar a los ciudadanos).

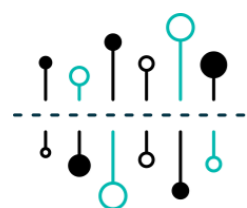


séntisis

info@sentisis.com

www.sentisis.com

[@_sentisis](#)



INSTITUCIONES PÚBLICAS Y REDES SOCIALES

10 de Noviembre - 10 Diciembre 2015

Este informe es confidencial, no divulgar sin consentimiento expreso.

Tatiana Sánchez Torres
Gerente Colombia

tsanchez@sentisis.com

+57 350 601 0101

Skype: tsanchezt

Alfredo Poves
Vicepresidente Producto

apoves@sentisis.com

+34 91 070 38 21

Skype: Séntisis

Andrés Poves
Director de Proyecto – Consultor Big Data

andrespoves@sentisis.com

+52 1 55 2890069

Skype: Séntisis

MADRID

+34 91 070 38 21

C/Alonso Cano, 27
Entreplanta Izq,
Madrid, España

MÉXICO D.F.

+52 1 55 2890069

C/Chihuahua, #230
Col. Roma Norte,
México D.F. México

BOGOTÁ D.C.

+57 1 756 0011

Calle 93 # 11A - 28 Of. 701
Bogotá
Colombia