



El futuro  
es de todos

Gobierno  
de Colombia

# Big Data y análisis de datos, como factores esenciales en la Comunicación

**Andrés Felipe Méndez Buitrago**

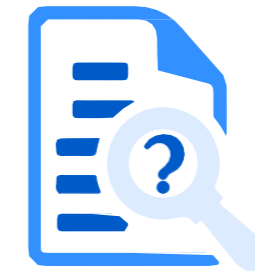
Líder del Equipo de Escucha Activa de Urna de Cristal  
Gobierno Digital Ministerio TIC



En el marco de la política de **Gobierno Digital** se busca que las entidades construyan un plan de datos que identifique los diferentes sistemas de información que usan y el volumen de datos que produce.



Se busca que la escucha activa sea un factor esencial en el análisis de datos como una habilidad crucial en el escenario de la **Cuarta Revolución Industrial**.



## **Big Data y el análisis de datos**

¿Cuál es el objetivo de recolectar información?  
¿Para qué sirve esta información? ¿Cómo la puedo interpretar y utilizar para la toma de decisiones?



## ¿Qué es el Big Data?

**Big Data:** Es la recolección masiva de datos, ya sean estructurados y no estructurados. El Big Data es usado para obtener **insights** que conlleven a **la toma** de Mejores **decisiones** y **acciones estratégicas**.



## ¿Cómo se relaciona con el análisis de datos?

**Escucha activa:** La escucha activa es básicamente la capacidad que tenemos de escuchar a nuestros públicos o comunidades objetivas de estudio.



## ¿Qué se busca?

Cohesionar los equipos TI y de comunicaciones de las entidades con el objetivo de enseñarles como entregar datos finales a través del Big Data.



¿Para qué sirve?

Para hallar respuestas principalmente en el seguimiento y registro de datos basadas en conversaciones digitales.

¿Por qué se hace?

Porque son las voces más cercanas de nuestros públicos objetivos.

¿Cómo se hace?

A través de herramientas de analítica o manualmente

¿Cuándo se debe hacer?

Siempre

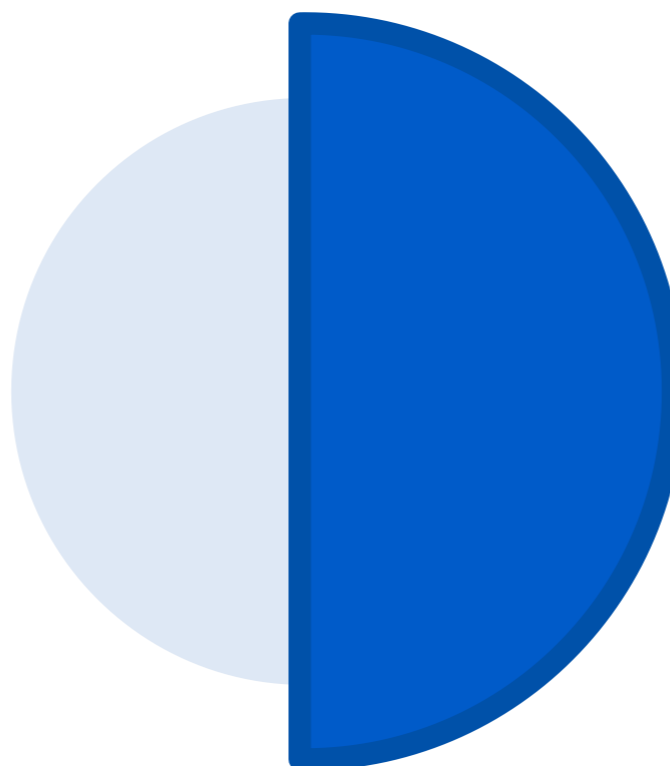
## Interna

### ¿Por qué se hace?

Porque es el primer público que se debe analizar y escuchar antes de iniciar cualquier acción.

### ¿Qué sucede si no se escucha al público interno?

- No se tiene éxito en ninguna acción que se realice



## Externa

### ¿Por qué se hace?

Para escuchar las necesidades de nuestro público de forma asertiva y convertirlas en fortalezas para las entidades.

# Características de composición de los informes de análisis

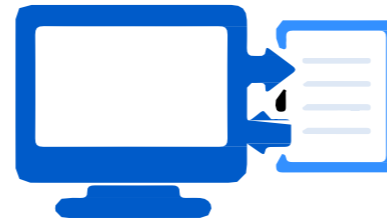


El futuro  
es de todos

Gobierno  
de Colombia



**Temporalidad de los  
informes**



**Responder a las necesidades  
principales del análisis**



**Información concreta  
y concisa**



**Información legible y de  
fácil entendimiento**



**Información de relevancia  
que permita hallar insights.**

# Escucha activa interna

Diagnósticos en redes sociales



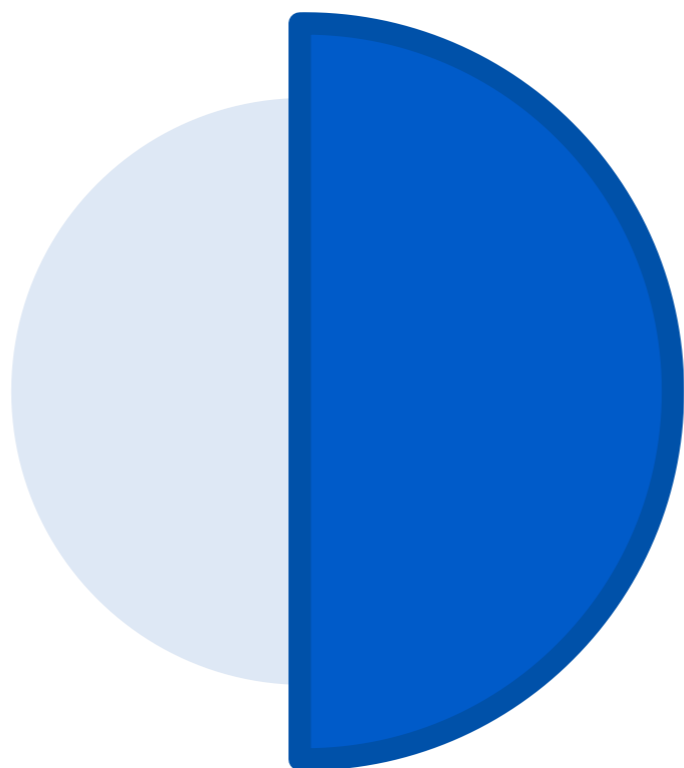
Medición de campañas digitales

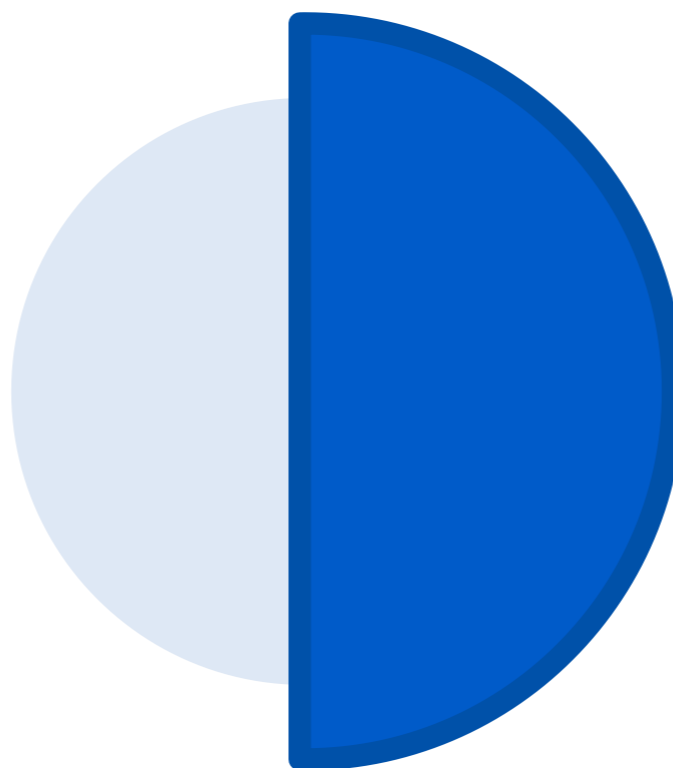


Informes de imagen y percepción



Boletines informativos





**Investigaciones de temas de interés**



**Análisis comparativos**



**Seguimiento de coyunturas**



**Seguimiento de crisis**





## Error 1

### Mal uso del color

El color es importante para transmitir impresiones o análisis de imagen. El mal uso de un color puede confundir o transmitir la idea equivocada sobre el análisis de datos.



## Error 2

### Uso incorrecto de gráficos

Usar las gráfica acorde a la información que se quiere comunicar. Por ejemplo, usar dos gráficos circulares juntos para comprara es una forma poco práctica de contrastar datos.



## Error 3

### Desorden en la visualización

Conservar la sencillez y claridad de los datos. Demasiada información satura y puede desinformar con mayor facilidad.



## Error 4

### Problemas de diseño

Que una visualización de datos sea agradable a la vista no significa que sea eficiente. Hay que mantener un orden y foco en la visualización, usar plantillas o contar con la asesoría de un diseñador puede ser de gran ayuda.



## Error 5

### Datos incorrectos

Revisión previamente de los datos. Suelen presentarse errores principalmente en la recolección de información y en la segmentación de datos, lo cual puede llevar a entregar información errónea,

## Herramientas de escucha activa



Brandwatch



Brand 24



Sysomos

## Herramientas para hacer diagnósticos



fanpage karma

Fanpage Karma



Twitonomy



Crowdtangle

## Herramientas de análisis de medios



BuzzSumo

## Herramientas para visualizar datos



Infogram



Power BI



Tableau



Qlik

## Otras herramientas de trabajo



Calculadora de muestras



Herramientas de diseño



Excel



Desarrollos TI

## Gobernaciones, Alcaldías y entidades territoriales

Urna de Cristal les ofrece apoyo para mejorar sus procesos de comunicación digital



### Logra mayor impacto en tus campañas

Te ayudamos a definir temas, producir contenidos, mejorar tu estrategia digital y medir resultados.



### Conoce la opinión de los ciudadanos

Te asesoramos en la realización de sondeos y consultas para promover la participación ciudadana.



### Genera más transparencia y participación

Te acompañamos en la planeación y desarrollo de tus procesos de rendición de cuentas.

# ¡Trabajemos juntos!

► **Contacto** Jaime Betancourt

[jbetancourt@mintic.gov.co](mailto:jbetancourt@mintic.gov.co)  
Cel: 3112293230

**Gracias**