

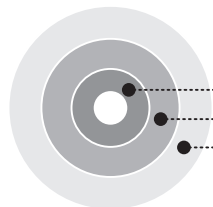
TOP MAPA DE PODER INFLUYENTES EN GABINETE PRESIDENCIAL COLOMBIA, 2014

El mapa de influencia en la red es producto de un trabajo de investigación online, realizado con el objetivo de identificar y comparar a los integrantes del gabinete presidencial más influyentes en el ámbito online dentro del panorama nacional.

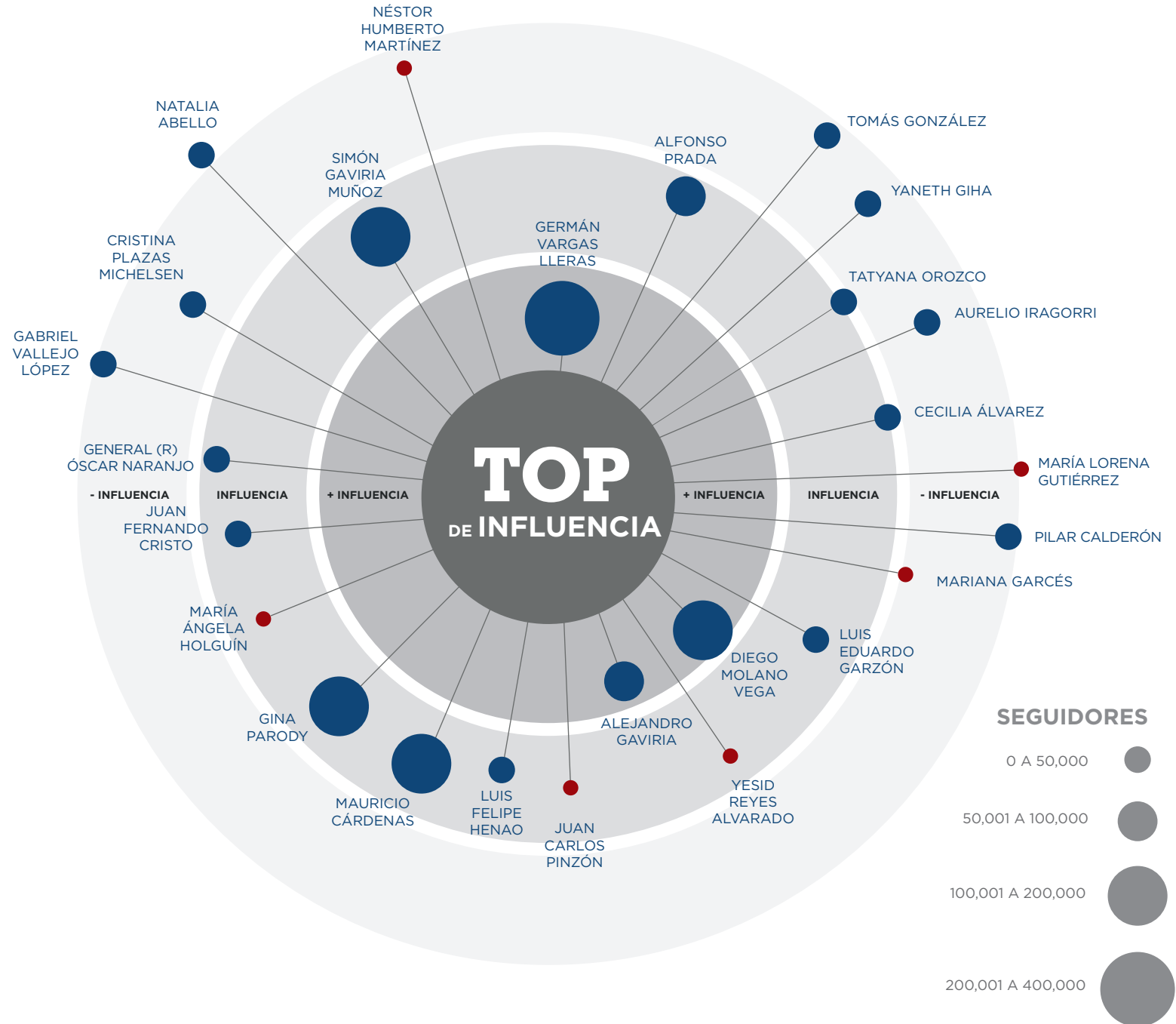
La investigación realizada considera a Twitter como máximo exponente de la influencia online. Un espacio abierto donde la información es pública, se crean relaciones, y las ideas se difunden de manera más impactante y rápida que en ninguna otra red social.

El estudio refleja el impacto y el alcance que algunas personas pueden llegar a tener en la red, y que está relacionado con la construcción de identidad digital que cada individuo influyente en internet ha logrado posicionar a título individual.

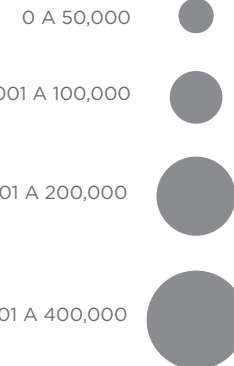
GRADOS DE INFLUENCIA



● Sin cuenta personal visible en Twitter



SEGUIDORES



CONSTRUCCIÓN DE IDENTIDAD DIGITAL EN COLOMBIA

El contexto de comunicación actual, condicionado en gran medida por internet y las redes sociales, exige a los líderes de la sociedad un mayor grado de transparencia y responsabilidad que el que se ponía a prueba en los tiempos de los medios masivos de finales del siglo XX. Más transparencia en la medida en que internet hace más difícil la ocultación de hechos y más responsabilidad dado que las redes sociales permiten a los ciudadanos y consumidores exigir respuestas y acciones concretas frente a sus demandas.

Este cambio en la interacción entre audiencias y personalidades del ámbito político y público ha provocado también una modificación en la manera como cada líder gestiona su identidad, particularmente en el espacio digital. Ante el gran fenómeno que implica el panorama actual se puede optar por ignorarlo, impedirlo o adaptarse. En el entorno colombiano la mayor parte de los representantes institucionales han decidido participar y adaptarse, y naturalmente algunos han logrado integrarse con los nuevos paradigmas mejor que otros.

Desde d+i LLORENTE & CUENCA hemos analizado la influencia digital de los integrantes del gabinete ministerial del Presidente Juan Manuel Santos. El análisis permite establecer un mapa comparativo de influencia individual en la red, que valora la construcción de identidad digital y por lo tanto la capacidad de influencia en la red de cada uno de los representantes de las principales entidades del Estado. Hemos decidido analizar este fenómeno en Colombia dada la gran relevancia que tiene en el día a día la comunicación online y la trascendencia de lo que allí ocurre en otros espacios de la vida pública y política nacional.

Los resultados reflejan que quienes asumen la tendencia y toman la iniciativa de participar activamente en este nuevo entorno de comunicación, sacan ventaja del resto en términos de visibilidad e influencia en internet. Por el contrario, los líderes que no intervienen en la conversación online pierden la oportunidad de generar un capital reputacional mediante expresiones en las redes, ya sea al contrarrestar debates en contra o al propiciar diálogos a favor.

Si bien la opción de ignorar lo que ocurre en internet sigue siendo válida, no parece la más recomendable en nuestros días. La fuerza con la que se mueve y crece la red hace más aconsejable participar en el movimiento de los medios online y las redes sociales. Implica gestionar de forma inteligente la propia identidad digital, en un entorno cada vez más abierto y globalizado; esa es nuestra convicción y nuestra propuesta. Aquí, en este documento compartimos algunos datos interesantes obtenidos en el entorno digital colombiano para ponerla en común.

GABINETE PRESIDENCIAL

PUESTO	ENTIDAD	NOMBRE	HANDLE	SEGUIDORES	INDICE DE INFLUENCIA
1	Vicepresidencia de la República	Germán Vargas Lleras	@German_Vargas	439,538	93.8
2	Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones	Diego Molano Vega	@diegomolanovega	291,536	86.2
3	Ministerio de Salud y Protección Social	Alejandro Gaviria	@agaviriau	62,206	85.8
4	Ministerio de Hacienda y Crédito Público	Mauricio Cárdenas	@MauricioCard	194,553	72
5	Ministerio de Educación Nacional	Gina Parody	@ginaparody	330,637	71.4
6	Departamento de Planeación Nacional	Simón Gaviria Muñoz	@SimonGaviria	105,521	68.4
7	Ministerio del Trabajo	Luis Eduardo Garzón	@garzonlucho	16,279	61.6
8	Ministerio del Interior	Juan Fernando Cristo	@CristoBustos	47,327	60
9	Ministerio de Vivienda, Ciudad y Territorio	Luis Felipe Henao	@luisfelipehenao	17,266	52.2
10	Ministerio de Comercio, industria y Turismo	Cecilia Álvarez	@CeciAlvarezC	22,938	51
11	Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA)	Alfonso Prada	@alfonsoprada	14,515	45.4
12	Departamento de Prosperidad Social	Tatyana Orozco	@tatyanaorozco	9,793	44.4
13	"Instituto Colombiano de Bienestar Familiar (ICBF)"	Cristina Plazas Michelsen	@cristinaplazasm	20,595	41
14	Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural	Aurelio Iragorri	@MinIragorri	9,302	39.4
15	Ministerio de Defensa Nacional	Juan Carlos Pinzón	NV	No	35.8
16	Ministro consejero de Posconflicto, Derechos Humanos y Seguridad	General (r) Óscar Naranjo	@Gr_Naranjo	13,482	34.6
17	Departamento Administrativo de Ciencia, Tecnología e Innovación (Colciencias)	Yaneth Giha	@YanethGiha	2,756	34.2
18	Ministerio de Relaciones Exteriores	María Ángela Holguín	NV	No	33
19	Ministerio de Medio Ambiente y Desarrollo Sostenible	Gabriel Vallejo López	@GabrielVallejoL	2,812	32.8
20	Ministerio de Justicia y el Derecho	Yesid Reyes Alvarado	NV	No	31.2
21	Ministerio de Minas y Energía	Tomás González	@tomasge	2,890	29.2
22	Ministro consejero de la Presidencia	Néstor Humberto Martínez	NV	No	28
23	Ministerio de Transporte	Natalia Abello	@NataliaAbello1	6,193	26.2
24	Ministerio de Cultura	Mariana Garcés	NV	No	18.4
25	Ministra consejera de Comunicaciones	Pilar Calderón	@pilarcalderonv	1,812	16.8
26	Ministra consejera de Gobierno y Sector Privado	María Lorena Gutiérrez	NV	0	4

NV: Sin usuario personal visible en Twitter

UNIVERSO Y ÁMBITO

Integrantes del Gabinete de Gobierno del Presidente Juan Manuel Santos.

TRABAJO DE CAMPO

Se realizó un diagnóstico de presencia online individual por cada uno de los integrantes del Gabinete. Para cada ámbito se fijó una media en la escala de 1 a 100 a partir de la cual fueron seleccionados los usuarios con mayor influencia.

TÉCNICA

Considera a Twitter como la red social más representativa de la influencia en el mundo online. Incluye a personas físicas plenamente identificadas o comúnmente conocidas con presencia en Twitter.

El análisis de influencia se realizó sobre dos entornos principales de la Red: el grado de influencia que tienen en Twitter y la influencia generada desde sus otros activos web principales, en caso de que los tuviese. El número de seguidores y el factor de influencia son parámetros dinámicos que en ocasiones pueden variar rápidamente.

Los datos de este estudio fueron recogidos entre los meses de septiembre y octubre de 2014.

ENTORNO TWITTER

Número de seguidores, con factor de corrección de estimación de seguidores.

Número de retuits (RTs).

Influencia con parámetros automáticos.

Número de menciones.

ENTORNO WEB

Número de Inlinks, enlaces generados desde otros sitios de la web hacia los activos digitales propios. Relevancia de activos digitales propios y posicionamiento personal en buscadores.



Dirección y coordinación del estudio:

d+i LLORENTE & CUENCA

Estudio realizado por el área de Comunicación Online de LLORENTE & CUENCA en Colombia.

María Esteve mesteve@llorenteycuenca.com

Directora General

[@mesteveh](https://twitter.com/mesteveh)

Javier Castro jcastro@llorenteycuenca.com

Gerente de Comunicación Online

[@javicastrorueda](https://twitter.com/javicastrorueda)

Mónica Cabrera mcabrera@llorenteycuenca.com

[@monKabrera](https://twitter.com/monKabrera)

Natalia González ngonzalez@llorenteycuenca.com

[@NatsGonzalezR](https://twitter.com/NatsGonzalezR)

Juan Pablo Gordillo jpgordillo@llorenteycuenca.com

[@juanpablo9017](https://twitter.com/juanpablo9017)

WWW.DMASILLORENTEYCUENCA.COM

