



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD CIENCIAS JURÍDICAS SOCIALES DE LA EDUCACIÓN
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL
MODALIDAD PRESENCIAL**

DOCUMENTO PROBATORIO DEL EXAMEN COMPLEXIVO DE GRADO
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADO EN COMUNICACIÓN
SOCIAL

PROBLEMA:

**EL MONITOREO DE REDES PARA LA GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN
CORPORATIVA CASO GOBERNACIÓN DE LOS RÍOS 2020**

AUTOR:

AVÍLEZ GUERRERO DIEGO MIGUEL

TUTORA:

MSC. VICTORIA SALAMEA LIMONES

BABAHOYO - ECUADOR

2022

DEDICATORIA

El presente trabajo está dedicado a Dios quien ha guiado mis pasos y cuidado siempre.

A mis padres, por haberme brindado confianza amor y respeto y ellos como motores en la vida enseñándome siempre el valor de la humildad, esfuerzo y sacrificio.

A mi hermano Elías Guerrero quien me ha sabido apoyar incondicionalmente en los momentos más difícil de mi vida dándome consejo y amor, en lo cual me ha dado fortaleza para seguir esforzándome en la vida y seguir adelantes con mis estudios.

AVILEZ GUERRERO DIEGO MIGUEL

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por haber guiado mi camino hacia el bien dándome mucha bendición a mi vida.

A mis padres y familias quienes a lo largo de mi camino me apoyaron en mi formación académica, creyendo en mí en todo momento.

Agradezco a mis amigos que también me apoyaron muchos con sus sabios consejos y que supieron hablarme para llegar a ser un hombre de bien.

AVILEZ GUERRERO DIEGO MIGUEL

RESUMEN

El proceso de comunicación de las instituciones pública en el Ecuador se ha extendido a lo digital, formando parte de internet y las distintas plataformas. Estos medios digitales les permiten a las instituciones fomentar su marca y estrategias de comunicación, propiciando sus propios contenidos, en donde dan a conocer las obras, servicios y demás gestiones que la institución realiza, lo que permite la interacción con los usuarios de las redes sociales como canales oficiales de la institución.

La gobernación de Los Ríos utiliza plataformas como Facebook y Twitter para compartir contenido con sus usuarios, el presente estudio de caso tuvo como finalidad delimitar los contenidos que produce la Gobernación de Los Ríos y demostrar si dichos contenidos favorecen o desfavorecen la gestión de la comunicación corporativa en el año 2020 en dicha institución.

Finalmente, se concluyó que no existe un adecuado manejo de la gestión de la comunicación corporativa en dicha institución. Se evidencio que no existe una web site donde se de a conocer los ejes de gobernabilidad de la institución, así también, como su visión y misión, además se demostró que los canales de comunicación oficial no tienen una correcta gestión de la información de la institución.

Se utilizó dos herramientas de software libre para monitorear una de las redes sociales que se utilizan como canales oficiales para difundir la información sobre la gestión de la Gobernación.

Palabras Claves: Monitoreo, Redes Sociales, Gestión de la Comunicación, Gobernación.

ABSTRACT

The communication process of public institutions in Ecuador has been extended to the digital, forming part of the internet and the different platforms. These digital media allow institutions to promote their brand and communication strategies, promoting their own content, where they make known the works, services and other procedures that the institution carries out, which allows interaction with users of social networks. as official channels of the institution.

The Government of Los Ríos uses platforms such as Facebook and Twitter to share content with its users. The purpose of this case study was to delimit the content produced by the Government of Los Ríos and demonstrate whether said content favors or disfavors the management of corporate communication. in the year 2020 in said institution.

Finally, it was concluded that there is no adequate management of corporate communication management in said institution. It was evidenced that there is no website where the governance axes of the institution are disclosed, as well as its vision and mission, in addition it is probably that the official communication channels do not have a correct management of the information of the institution .

Two free software tools were extracted to monitor one of the social networks that are used as official channels to disseminate information on the management of the Government.

Keywords: Monitoring, Social Networks, Communication Management, Governance.

ÍNDICE GENERAL

DEDICATORIA.....	i
AGRADECIMIENTO.....	ii
CERTIFICACIÓN DE LA AUTORÍA INTELECTUAL...;	Error! Marcador no definido.
RESUMEN.....	iii
ABSTRACT.....	iv
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II DESARROLLO.....	3
2.2. OBJETIVO.....	5
2.3. SUSTENTO TEÓRICO.....	5
2.3.1. Monitoreo de redes sociales.....	5
2.3.2. Las redes sociales como estrategias de comunicación corporativas.....	7
2.3.3. Gestión de la Comunicación.....	8
2.3.4. Comunicación Corporativa.....	9
2.3.5. Gobernación de Los Ríos.....	9
2.4. TÉCNICAS APLICADAS PARA LA RECOLECCIÓN DE DATOS.....	10
2.4.1. Métodos.....	10
2.4.1.1. Método científico.....	10
2.4.1.2. Método inductivo.....	10
2.4.1.3. Método deductivo.....	10
2.4.1.4. Método Descriptivo.....	10
2.4.2. Tipos de Investigación.....	10
2.4.2.1. Documental – Bibliográfica.....	10
2.4.2.2. De campo.....	10
2.4.3.2. Visualización de Datos.....	11
2.5. RESULTADOS OBTENIDOS.....	12
2.5.1. Monitoreo de las redes Sociales de la Gobernacion de Los Ríos.....	12
2.5.2. Delimitación de los tweets de la Gobernación de Los Ríos.....	12
III. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	15
3.1. Conclusiones.....	15
3.2. Recomendaciones.....	16
Bibliografía.....	17
ANEXOS.....	1

I. INTRODUCCIÓN

Las redes sociales se han convertido en uno de los principales medios de comunicación para las instituciones y empresas, lo cual ha facilitado el proceso de comunicación entre las organizaciones y los usuarios de internet. Por lo consiguiente uno de los principales retos es mantener un buen feed- back, por lo consiguiente se deben incluir acciones y estrategias que permitan resolver las inquietudes de los usuarios quienes hacen preguntas y solicitan determinada información. Los monitoreos son herramientas de gestión de redes sociales que permiten difundir y controlar la información generada a través de estos medios, son trascendentales para administrar eficientemente la comunicación entre usuarios y empresas.

Es importante indicar que una correcta gestión de las redes sociales permite evitar comentarios negativos y además ayuda a atender requerimientos de los usuarios y/o ciudadanos de forma adecuada para de esta manera evitar quejas o mala reputación de la imagen institucional en los medios digitales tales como Instagram, Facebook o Twitter.

El presente estudio de caso tiene como finalidad analizar los contenidos de los medios digitales de la Gobernación de Los Ríos y demostrar a través de un monitoreo si dichos contenidos favorecen o desfavorecen la gestión de la comunicación corporativa de la institución durante el año 2020.

La línea de investigación planteada en este estudio es Gestión de la Comunicación, la cual responde a la sub-línea comunicación pública, organizacional y política.

En el presente estudio de caso se desarrolla en un primer capítulo, donde se detalla la contextualización del estudio de caso y se demuestra la justificación, el objeto de estudio y la línea de investigación del área de la comunicación.

En el segundo capítulo se despliega el marco teórico, el cual permite medir el rigor científico de la investigación a través las teorías teóricas científicas que validar la investigación, además se emplean los métodos y técnicas que posibilitan la triangular los resultados del proceso investigativo a través del análisis de este.

Por último, se realizan las conclusiones de la investigación donde se determina el objeto de estudio en este contexto específico la gestión de la comunicación corporativa de la Gobernación de Los Ríos.

II DESARROLLO

2.1. Justificación.

Para la Gobernación de Los Ríos es fundamental realizar el monitoreo de sus redes sociales periódicamente ya que de esa manera puede saber el resultado de como dicha institución esta siendo proyectada hacia la ciudadanía babahoyece.

Peter Drucker (1909-2005), el Gurú de la gerencia enuncia “Lo que no se puede medir no

se puede controlar; lo que no se puede controlar no se puede gestionar; lo que no se puede gestionar no se puede mejorar”. Esta frase célebre engloba la necesidad de trabajar con indicadores de gestión Pedemonte&Asociados opinan que la comunicación no solo depende de las Relaciones Públicas sino también de la Gestión de Recursos Humanos, y estos últimos “no se pueden medir ya que, por ejemplo, la motivación y el compromiso son aspectos completamente subjetivos no posibles de ser medidos cuantitativamente” (Pedemontes&Asociados., 2013).

La implementación y uso de los diferentes medios de comunicación dentro de las entidades

públicas, se hace cada vez más importante debido a que es necesario informar a la comunidad en general y a los mismos funcionarios de éstas, de los planes y programas que está gestionando la entidad. Asimismo, la información como bien colectivo, se hace indispensable para el conocimiento de los procesos internos y el cumplimiento de la misión de la entidad, garantizando su producción y circulación fluida en forma descendente, ascendente, cruzada y horizontal.

Este estudio de caso se centra en poder delimitar la utilización de las redes sociales como medios de comunicación o canales oficiales de la Gobernación de Los Ríos, para

divulgar su gestión y como esta esta siendo monitoreada por dicha entidad para verificar la interrelación entre la institución y los usuarios.

En esta investigación se aporta con elementos necesario para validad si la institución en mención cumple con los estándares de gestión y monitoreo de sus redes sociales, de manera que exista una retroalimentación entre la institución y los usuarios.

La finalidad de este estudio de caso es determinar si existe el monitoreo de redes sociales y si la información en referencia a la Gobernación de Los Ríos esta disponible para la ciudadanía babahoyense.

2.2. OBJETIVO

2.2.1 Objetivo General

Delimitar la utilización de las redes sociales como estrategia en la gestión de Comunicación Corporativa de la Gobernación de los Ríos 2020.

2.3. SUSTENTO TEÓRICO

2.3.1. Monitoreo de redes sociales.

El monitoreo de redes sociales se enfoca en el seguimiento de las actividades de los usuarios, seguidores y competidores en los medios de comunicación social. En base a herramientas de monitoreo de redes se puede llevar a cabo un completo proceso de escucha que propicie formas nuevas y efectivas de interactuar con el público objetivo.

El monitoreo de redes sociales permite a las organizaciones tener la capacidad de controlar el flujo de información, centralizar los mensajes negativos que reciben antes de que se remonten y causen daño irreparable a la imagen de la institución y / o personaje político en el caso de Alcaldías, Municipalidades, Gobernaciones, etc.

Las redes sociales marcan un nuevo entorno y un nuevo soporte comunicativo con los ciudadanos y las organizaciones en un modelo de comunicación multidireccional (todos con todos), pero con el compromiso de interactuar, es decir, de ser un usuario proactivo en las comunidades virtuales en las que uno decida libremente estar. (Tuñez, M y Sixto, J., 2011)

“Las redes sociales se han consolidado como herramientas de comunicación dentro de la sociedad, a través de las cuáles, tanto individuos como empresas, han logrado proyectar, informar, compartir y difundir información con públicos o grupos específicos” (Hütt Herrera, 2010)

Herrera realiza un aporte muy importante en cuanto al uso de las redes sociales, en la que explica la importancia de esta como herramienta de comunicación de una institución hacia la sociedad.

2.3.1.2. Herramientas para el monitoreo de redes sociales.

Para Kaushik (2014, p.320), los datos esenciales que debe manejar quien estudie las estadísticas sus vídeos subidos a la red son qué vídeos se ven, hasta cuándo aguantan los usuarios viéndolos y cuánto tarda en cargarse por completo el vídeo. Básicamente, con estos datos se puede profundizar en varios tipos de análisis que nos permitan hacernos una idea precisa de cómo está funcionando nuestro canal. Desde el sencillo vistazo tratado en el punto «Métricas de rendimiento base» (Kaushik, 2014, p. 322) hasta la importancia del sitio web donde se ha reproducido el vídeo (Kaushik, 2014, p.324), la enumeración del autor permite afianzar conceptos más o menos conocidos.

Existen varias herramientas que permiten realizar el monitoreo de redes sociales y puede medir las estadísticas principales de los videos, publicaciones y comentarios, a continuación, se enumeran las más utilizadas que son:

- Hootsuite
- Tweet Reach
- Klout
- Social Mention
- Twazzup
- HowSociable
- IceRocket

2.3.2. Las redes sociales como estrategias de comunicación corporativas.

Las redes sociales permiten crear vínculos entre los usuarios, sean de tipo comercial o social, y ayudan a generar una comunicación más directa entre los mismos, facilitando la difusión de la información y permitiendo una retroalimentación entre ambas partes.

Las redes sociales se han convertido en una parte fundamental en las instituciones, organizaciones y empresas, la principal razón es que la comunicación en la actualidad es ineludible en toda institución esta permite alcanzar el funcionamiento adecuado y a su vez reflejan la imagen de la institución a través de una comunicación efectiva se puede tener siete factores importantes, estos fueron propuestos por Joan Acosta en el 2004, estos se deben realizar antes y después de comunicarse:

Elemento	Definición
<i>¿Quién comunica?</i>	El responsable de la comunicación debe precisar la imagen del emisor, ya que ésta es definitiva a la hora de posicionar a la organización
<i>¿Qué comunica?</i>	Es un documento que debe resumir las intenciones estratégicas de comunicación en forma ordenada
<i>¿A quién lo comunica?</i>	Debe ser explicado con detalle y puesto en orden de interés estratégico decreciente (se puede utilizar un mapa de públicos destinatarios)
<i>¿Con qué objetivos?</i>	Deben definirse los objetivos estratégicos y económicos, público por público o por grupos de públicos y se describirán objetivos y sus objetivos.
<i>¿Con qué inversión?</i>	Esto no solo afecta la inversión financiera, sino también al presupuesto temporal, técnico y la inversión de los medios humanos requeridos por los objetivos.
<i>¿Por qué medios?</i>	No se refiere exclusivamente a los medios técnicos: prensa, televisión, radio. Sino también eventos, promoción y tele marketing.
<i>¿Con qué resultados?</i>	Es un ejercicio de comparación de los puntos del 1 al 6.

Fuente: (Osorio, 2009)

Como se observa en la Tabla 1 los siete factores de comunicación se deben tener claros y de esta manera debe funcionar para tener una comunicación clara y concisa de lo que se quiere alcanzar en la empresa, siempre revisando detalladamente lo que se quiere alcanzar y desarrollar en los procesos de comunicación.

Una empresa y / o organización debe evaluar y monitorear constantemente la manera en la que utiliza los medios de comunicación oficiales, de esta manera vigilar la actualización de la información que se publica en dichos canales y responder de manera correcta y eficaz, las necesidades de información de los usuarios. Esta es una de las principales estrategias que se implementa para poder identificar la información que se debe divulgar y a quien va dirigida, de tal manera que la organización pueda construir una relación con su público.

Las redes sociales son herramientas útiles para que las empresas mejoren su Comunicación Organizacional y fortalezcan relaciones con sus públicos. Las redes sociales e Internet permiten que se produzca información las 24 horas del día, todos los días, por este motivo, la comunicación es concebida como un intercambio constante entre usuarios y como un espacio para crear relaciones, puede ser potenciado por las organizaciones para mantenerse en contacto con su público de interés, segmentar audiencias, obtener información de perfiles de consumo, entre otros objetivos. Estos canales de comunicación permiten a las organizaciones divulgar información de forma oficial, además los mensajes sean consistentes y de importancia. Es aquí donde los comunicadores institucionales juegan un rol fundamental. (Sullivan, 2012)

2.3.3. Gestión de la Comunicación.

La gestión comunicacional internamente en las organizaciones corresponde a la unión de algunos elementos la comunicación interna, la comunicación corporativa y el

marketing, en caso de que exista una deficiencia en cualquiera de estos tres elementos pueden existir consecuencias a mediano y largo plazo dentro de la empresa o institución.

Koontz y Weihrich (1998), manifiestan que la comunicación es de suma importancia para todas las fases del proceso administrativo.

2.3.4. Comunicación Corporativa.

La Comunicación Organizacional es una es una herramienta fundamental en las organizaciones en la actualidad, permite la transmisión de información dentro de las organizaciones para identificar los requerimientos, logros y colaboradores de esta. La Comunicación Organizacional fortalece el conocimiento de los recursos humanos, su desarrollo en la empresa, productividad en los diferentes departamentos de trabajo que se encuentran.

El auge de la comunicación en las organizaciones como parte del éxito empresarial es indiscutible. Los directores y gerentes requieren un funcionamiento eficiente para garantizar el logro de objetivos de su compañía y tomar decisiones asertivas, sea cual sea su giro, se basa no sólo en la calidad de su producto o servicio, sino también en el funcionamiento y adecuada estructura de sus redes de comunicación. (Barahona, D., & Granja, W., 2016)

2.3.5. Gobernación de Los Ríos.

La Gobernación de Los Ríos es una institución de carácter gubernamental, se la considera una extensión de la presidencia, la Gobernación sigue las políticas de estado, sus lineamientos y las normas establecidas. Su actual gobernadora es la Ab. Julio Antonio Franco Gamarra, quien fue designado como gobernadora de Los Ríos según el decreto ejecutivo N°1195 que fue emitido el 24 de noviembre del 2020 por el presidente de la República Lcdo. Lenin Moreno.

2.4. TÉCNICAS APLICADAS PARA LA RECOLECCIÓN DE DATOS

2.4.1. Métodos.

2.4.1.1. Método científico.

Este método fue utilizado para la revisión teórica científica y de esa manera validar el rigor de la investigación lo más objetiva posible.

2.4.1.2. Método inductivo.

La base consistió en el razonamiento, se utilizó para la realización de conclusiones, así como para el juicio crítico de sustentaciones teóricas.

2.4.1.3. Método deductivo.

Por el contrario al método anterior este partió desde las conclusiones generales, delimitándolas hasta llegar a conclusiones particulares.

2.4.1.4. Método Descriptivo.

Este método permitió la categorización y clasificación del objeto de estudio, dicho método fue medular para poder identificar las características principales de este.

2.4.2. Tipos de Investigación.

2.4.2.1. Documental – Bibliográfica.

Para la validación de los criterios teóricos fue elemental la revisión de libros, artículos, etc., de reconocidos autores y expertos, para poder llegar a los resultados de esta investigación.

2.4.2.2. De campo.

A través de la investigación efectuada, posteriormente se plantearon las técnicas e instrumentos para la recolección de los datos y posteriormente realizar el análisis y discusión de los resultados.

2.4.3. Técnicas

2.4.3.1. Entrevista.

Esta técnica permitirá conocer acerca del monitoreo de las redes sociales de la Gobernación de Los Ríos, para obtener una visión más amplia del tema, el instrumento utilizado fue la guía de la entrevista, que permitió preparar las preguntas.

2.4.3.2. Visualización de Datos

A través de esta técnica se procedió a realizar el monitoreo de la red social Twitter y Facebook, para poder corroborar si la Gobernación de Los Ríos, esta realizando una correcta gestión de la comunicación corporativa a través de dichos canales oficiales.

2.5. RESULTADOS OBTENIDOS

2.5.1. Monitoreo de las redes Sociales de la Gobernacion de Los Ríos.

En primer lugar durante la investigación se pudo evidenciar que la Gobernación de la Provincia de Los Ríos no cuenta con una página web donde se gestione la comunicación corporativa de dicha institución, a pesar que la web aparentemente existe al momento de que cliciar en la página se demuestra de dicha web site no esta disponible, por lo consiguiente como ciudadanos no se tiene información acerca de los ejes de la Gobernación de Los Ríos. Dichos ejes son fundamentales en a gestión institucional ya que permiten conocer tres aspectos: Gobernabilidad, Político y Seguridad Ciudadana.

Por otra parte, al no contar esta institución con una web donde se pueda dar a conocer la imagen de la misma, así como su organigrama, la ciudadanía no sabe cual es la misión y visión de esta institución considerando que esta es una institución de carácter gubernamental y se la considera una extensión de la Presidencia de la República.

Es importante señalar que durante esta investigación se tomo como punto de partida la técnica de la entrevista, pero lamentablemente, no existió respuesta alguna de parte de los funcionarios de dicha institución.

2.5.2. Delimitación de los tweets de la Gobernación de Los Ríos.

Para realizar el monitoreo de los canales oficiales de la Gobernación de Los Ríos, se procedió a utilizar el software libre <https://followerwonk.com/pro>, el cual permite verificar el perfil social de una persona y/ o institución, a través de esta herramienta se obtuvo el siguiente resultado:

Subscribe now for in-app following and more great features. [Want precise tracking of new/lost followers?](#)

Gobernacion Los Rios Examples: actresses, CEOs, geniuses?, strategy, mad scientists, ninjas, oldest accounts, official

[more options](#)

Twitter users with "Gobernacion Los Rios" in their profiles

Showing 1 - 7 of 7 results (order by relevance)

No filters

<input type="button" value="follow"/>		@Gober_LosRios Gobernación Los Ríos	71,858	741	15,024	11.13 years	62
Ab. Génesis Blum Baquedano Gobernadora #EcuadorDeOportunidades							

En la imagen que se observa se puede evidenciar que la institución en mención desde la creación de cuenta oficial, junio del 2011 hasta la presente fecha solo ha generado 71858 Twieets, ha obtenido solo 741 respuesta y cuenta con 15.024 seguidores, esto demuestra que no existe una respuesta acertada de la comunicación corporativa de dicha institución.

La segunda herramienta utilizada para monitorear es Foller, la cual arrojo el siguiente resultado:

https://foller.me/gober_losrios

foller

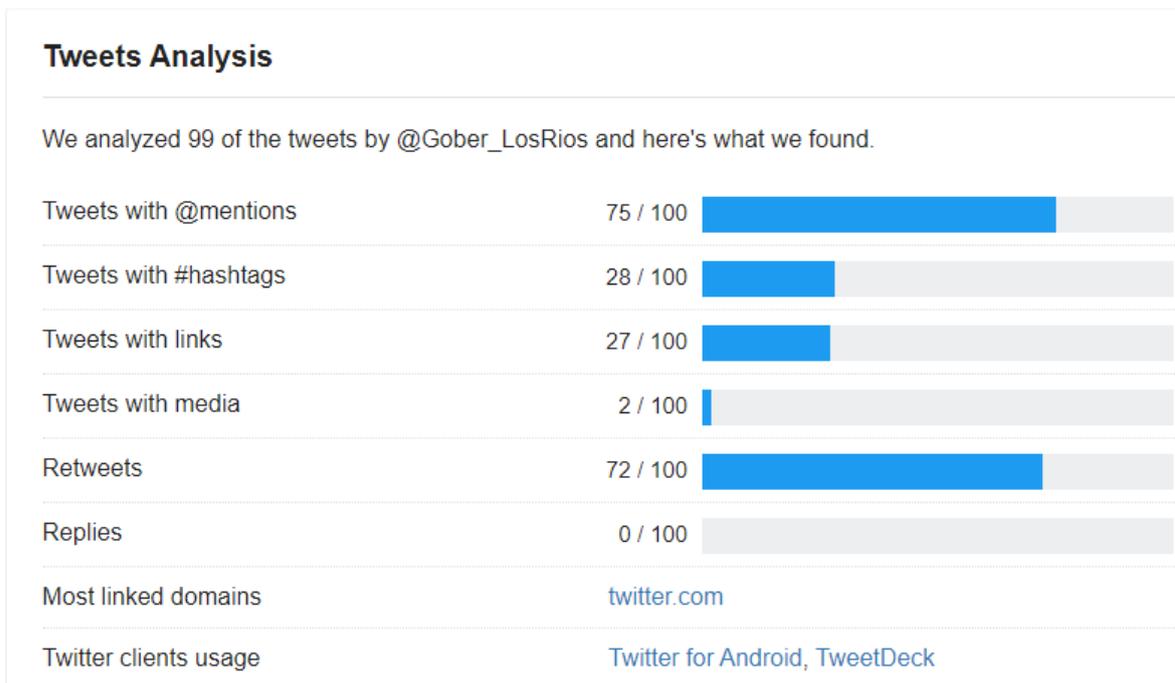
@Gober_LosRios **Gobernación Los Ríos**

Ab. Génesis Blum Baquedano Gobernadora #EcuadorDeOportunidades

Location		Followers	15,024
Language Preference	Spanish	Following	741
Joined	Wed Jun 08 21:43:23 +0000 2011	Ratio	20.28
URL	https://t.co/uAC7znIOE	Tweets	71,858
		Listed	78

Esta herramienta nos ratifica el número de seguidores del sitio oficial de la Gobernación con 15.024, así como las veces compartidas las publicaciones, además nos detalla la ratio de 20.28.

La imagen siguiente nos muestra a detalle los Tweets con menciones, Hashtags, link, los tweet con otros medios, las veces que han retuiteado y respondido los tweet, como se aprecia en dicha gráfica la gestión de la comunicación corporativa no es nada favorable ya que estamos hablando de un proceso de gestión de 11 años, donde no se evidencia una respuesta de la ciudadanía hacia dicha institución.



Activity Time



III. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

3.1. Conclusiones.

La gestión de la comunicación corporativa de La Gobernación de Los Ríos es ineficiente, debido fundamentalmente a que no existe una página web donde se de a conocer la imagen corporativa de dicha institución, además que no existe una correcta gestión de los medios oficiales de comunicación que maneja dicha institución como son Twitter y Facebook.

Al no existir una correcta gestión de la promoción de la imagen de la Gobernación de Los Ríos, a la cobertura de las acciones que realizan sus autoridades, a la atención ciudadana, a la organización de eventos y a la recolección y difusión de información, no existe una identidad y tampoco puede existir la aceptación de los públicos hacia la institución, por que el departamento de comunicación no esta gestionando de manera adecuada la imagen corporativa.

La comunicación organizacional es una herramienta vital que ayuda a gestionar procesos de comunicación proyectando de manera integral los sistemas de información y comunicación de una organización hacia la ciudadanía.

3.2. Recomendaciones.

Se recomienda habilitar la web site de la Gobernación de la Provincia de Los Ríos y de esa manera poder iniciar el proceso de gestión de la comunicación corporativa.

Se sugiere que la institución mejore el manejo de los canales oficiales como son Twitter y Facebook, generando contenido para difundir información en relación con la gestión que realiza dicha institución en la provincia.

Se debe implementar el monitoreo de redes sociales para poder gestionar correctamente la comunicación y el manejo adecuado de la imagen institucional.

Bibliografía

- Barahona, D., & Granja, W. (2 de junio de 2016). *Organización*. Recuperado el 23 de julio de 2022, de <http://repositorio.unan.edu.ni/3614/1/17076.pdf>
- Berelson, B. (1965). *Análisis de contenido. EL ACP FLACSO, apuntes para la Escuela latinoamericana de las ciencias Políticas.*
- Hütt Herrera, H. (2010). Las redes sociales. . En H. Hütt Herrera, *Una nueva herramienta de difusión* (pág. 128). Costa Rica : Universidad de Costa Rica San José.
- LEY ORGÁNICA DE COMUNICACIÓN [LOC.]. (Martes 25 de Junio de 2013). *REGISTRO OFICIAL ÓRGANO DEL GOBIERNO DEL ECUADOR*. Recuperado el 15 de Enero de 2020, de REGISTRO OFICIAL ÓRGANO DEL GOBIERNO DEL ECUADOR: https://www.arcotel.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/07/ley_organica_comunicacion.pdf
- Pedemontes&Asociados. (26 de abril de 2013). *Indicadores de Gestión*. Recuperado el 25 de julio de 2022, de Indicadores de Gestión: http://www.pedemontesoc.com.ar/indicadores_de_gestion/
- Sullivan, M. (4 de octubre de 2012). *Redes sociales son claves para la comunicación organizacional*. Recuperado el 7 de julio de 2022, de <https://www.ucr.ac.cr/noticias/2012/10/04/redes-sociales-son-clave-para-la-comunicacion-organizacional.html>
- Tuñez, M y Sixto, J. (2011). Redes sociales, política y Compromiso 2.0: La comunicación de los diputados españoles en Facebook. *Revista Latina de Comunicación*, 2.

ANEXOS

1. Imagen de la herramienta Foller.

The screenshot shows a web browser with the address bar containing https://foller.me/gober_losrios. The browser tabs include "comite_noti", "Desinformación y f...", "Nueva pestaña", "Lección 23: Librería...", "¿Ayuda! Que es el...", and "Vida I". The Foller logo is visible at the top left. The profile page for @Gober_LosRios is displayed, featuring the coat of arms of Ecuador and the name "Gobernación Los Ríos". Below the profile name, it lists "Ab. Génesis Blum Baquedano Gobernadora #EcuadorDeOportunidades". A table of profile statistics is shown:

Location		Followers
Language Preference	Spanish	Following
Joined	Wed Jun 08 21:43:23 +0000 2011	Ratio
URL	https://t.co/uAC7znIIOE	Tweets
		Listed

Tweets Analysis

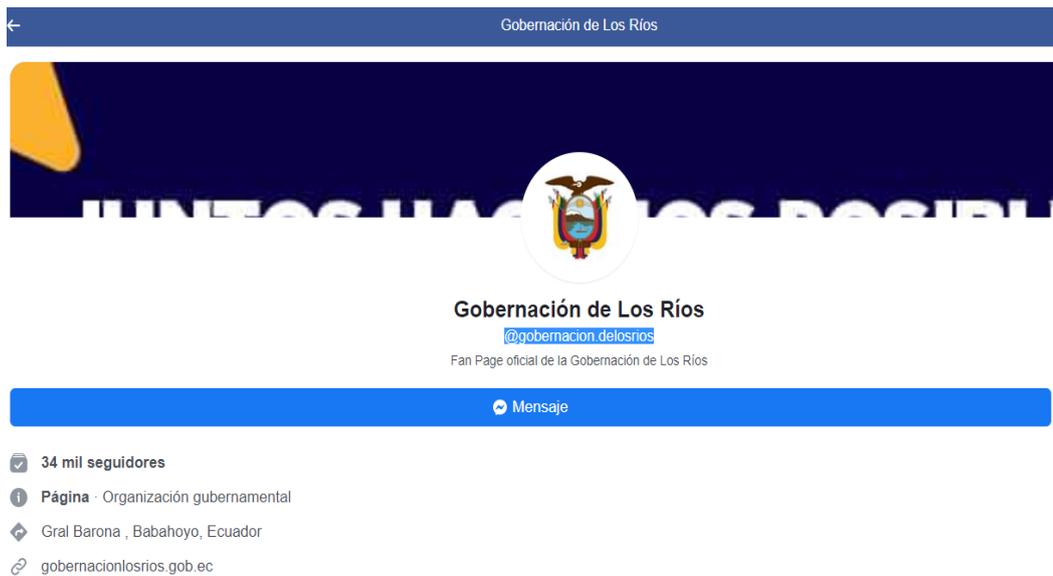
We analyzed 99 of the tweets by @Gober_LosRios and here's what we found.

Tweets with @mentions	75 / 100	<div style="width: 75%;"></div>
Tweets with #hashtags	28 / 100	<div style="width: 28%;"></div>

2. Imagen de la herramienta followerwork

The screenshot shows the Followerwork website with the URL <https://followerwork.com/pro>. The navigation menu includes "Help", "Features & Pricing", "Reports & Downloads", and "Account". Below the navigation menu, there are four main sections: "Search Bios", "Compare Users", "Analyze", and "Track Followers". The main content area features a large blue banner with the text: "Find influencers. Optimize your social profile. Build and engage a community. Grow a brand." The background of the banner is decorated with various social media and marketing icons.

3. Imagen de la Fanpage de la Gobernación de los Ríos.



4. Imagen de la cuenta oficial de twitter de la Gobernación de los Ríos.

